

RAPPORTO SIAE 2024

Tutti i numeri
dello Spettacolo
in Italia

89a ed.

SIAE | DALLA
PARTE
DI CHI
CREA



SPETTACOLO INTRATTENIMENTO E SPORT

Rapporto SIAE 2024
89a ed.

SOMMARIO

IL PRESIDENTE SIAE	/	4
IL DIRETTORE GENERALE	/	5
NOTE METODOLOGICHE	/	6
SCENARIO GENERALE	/	17
SPETTACOLO		
CINEMA	/	23
TEATRO	/	35
CONCERTI	/	55
MOSTRE	/	69
INTRATTENIMENTO		
DISCOTECHE E SALE DA BALLO	/	79
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	/	87
FIERE	/	99
SPORT	/	109
TAVOLE	/	123
GLOSSARIO	/	139

TAVOLE

A01	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	124
A02	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MESE EVENTO	/	125
A03	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT INCIDENZA PERCENTUALE DELLA SPESA NEI GIORNI DELLA SETTIMANA	/	126
A04	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAREA E REGIONE	/	127
A05	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DEGLI SPETTACOLI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	128
A06	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DEGLI SPETTATORI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	129
A07	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DELLA SPESA SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	130
A08	/	SPESA MEDIA PER ASSISTERE ALL'EVEN TO PERIODO 2023-2022 DATI PER AGGREGATO DI GENERE MANIFESTAZIONE	/	131
A09	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT ANALISI DEL QUINQUENNIO 2020-2024	/	132
A10	/	NUMERO DEI LUOGHI DI SPETTACOLO DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO DI GENER E MANIFESTAZIONE	/	134
A11	/	NUMERO DEGLI ORGANIZZATORI DI SPETTACOLO DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO, AGGREGATO E REGIONE	/	136

Scansiona il QR Code per
consultare tutte le tavole
dello spettacolo,
dell'intrattenimento e dello
sport del Rapporto SIAE 2024.



IL PRESIDENTE SIAE

Da oltre centoquarant'anni, SIAE è impegnata nella tutela e promozione del diritto d'autore, a salvaguardia degli interessi dei creatori. **Nel 2024 celebriamo un anniversario importante: cento anni dalle prime rilevazioni sistematiche sullo spettacolo in Italia.** Un secolo di dati che fotografano l'evoluzione del panorama culturale nazionale, ma anche il ruolo della Società nell'attività di documentazione, volta ad offrire informazioni di contesto ad uso di cittadini, operatori e decisori politici.

Questa funzione di monitoraggio si affianca a un lavoro costante di analisi delle trasformazioni che investono la creazione artistica – e, di riflesso, la fruizione –, nella consapevolezza che ogni mutamento, specie se tecnologico, genera effetti che travalicano la sfera economica (si stima, entro il 2028, un calo del 24% nei ricavi degli artisti musicali e del 19% per gli sceneggiatori rispetto al 2023), toccando anche la sfera simbolica, identitaria e sociale, tanto per i creatori quanto per la collettività.

In tale scenario, negli ultimi anni, SIAE si è dedicata con crescente attenzione all'impatto dell'intelligenza artificiale generativa sul settore. Questa nuova tecnologia, infatti, per la sua natura dirompente, solleva interrogativi urgenti sul futuro del lavoro creativo, sulla qualità e autenticità delle opere, e sulla relazione tra pubblico, contenuto e autore. Quando un algoritmo può generare in pochi secondi ciò che richiederebbe anni di formazione e dedizione umana, è l'intero ecosistema creativo ad essere messo in discussione. Non si tratta di opporsi al progresso (l'AI, ad esempio, è un valido supporto per l'efficienza dei processi aziendali), ma di garantire che questo avvenga nel rispetto di chi, con il proprio lavoro, alimenta l'industria culturale.

SIAE sta affrontando questa sfida su più fronti. Partecipa attivamente al dialogo con le istituzioni europee per l'implementazione dell'AI Act e ha avviato la

definizione di protocolli operativi con i fornitori di tecnologie AI per l'uso autorizzato dei repertori. La società ha inoltre aderito al progetto "Fair MusE" (finanziato dal programma Horizon Europe) e partecipa ai tavoli internazionali di GESAC e CISAC. Ma, soprattutto, SIAE continua a ribadire un principio fondamentale: la creatività umana non è un dato da processare, ma un valore da proteggere.

La posta in gioco è alta, come dimostrano le recenti mobilitazioni nell'industria creativa. Le nuove linee guida per il regolamento della 98ª edizione degli Academy Awards, che ammettono la candidatura di film realizzati con il supporto dell'AI, arrivano dopo le proteste degli sceneggiatori di Hollywood, che proprio contro l'uso dell'intelligenza artificiale avevano scioperato. E nel Regno Unito, mille artisti hanno lanciato una singolare forma di protesta pubblicando un album muto, contro la proposta governativa di introdurre un'esenzione sul *copyright* pro-aziende di AI: un gesto emblematico, dal titolo "Is This What We Want?", che interpella direttamente legislatori e cittadini.

Anche la SIAE, naturalmente, ha voluto far sentire la sua voce, proprio nei giorni in cui il ddl n.1146 sull'Intelligenza Artificiale veniva discusso in Parlamento: con una campagna social dal nome #CopyOrRight abbiamo voluto lanciare un grido d'allarme ai decisori politici affinché venga sempre tutelata la creatività dei nostri autori e assicurata la massima trasparenza nell'addestramento dei motori AI.

Un appello fermo e accorato perché oggi, più che mai, serve un intervento normativo chiaro e tempestivo per governare il cambiamento.

Salvatore Nastasi



Consulta la prima edizione storica del Rapporto SIAE "La vita dello Spettacolo in Italia" (1924-1933)

IL DIRETTORE GENERALE

I dati del 2024 restituiscono un'immagine complessa dello spettacolo dal vivo in Italia. Gli incrementi registrati nell'ultimo anno (+6% di spettacoli, +2% di spettatori, +2% di spesa) sono segnali positivi, ma ancora parziali. Più che un pieno recupero, ci troviamo davanti a una fase di transizione, in cui il settore sta cercando nuovi equilibri, ridefinendo linguaggi, formati e abitudini. Ed è proprio nei momenti di trasformazione profonda che diventa essenziale leggere con lucidità i segnali deboli, senza forzare interpretazioni rassicuranti.

Alcune tendenze emergono con forza. I Concerti mostrano una vitalità straordinaria, confermando il valore esperienziale dell'incontro tra artisti e pubblico. Anche nel Teatro si osservano segnali incoraggianti: Prosa e Balletto, in particolare, si dimostrano capaci di attrarre nuove fasce di spettatori, segno che la domanda di cultura resiste e si rinnova, quando incontra offerta di qualità.

Nel Cinema, la stabilità dei numeri cela un cambio significativo nella composizione del pubblico: aumenta la partecipazione dei più giovani, trainati in particolare dal cinema d'animazione. È un segnale prezioso, che apre a una responsabilità strategica: trasformare l'entusiasmo episodico in partecipazione abituale, fidelizzando le nuove generazioni attraverso proposte accessibili e rilevanti. Progetti come Cinema Revolution vanno letti in questa prospettiva, perché dimostrano che politiche culturali ben disegnate possono fare la differenza.

L'analisi territoriale rivela un'altra verità cruciale: la mappa dello spettacolo italiano è sempre meno concentrata. Accanto ai grandi poli, emergono ecosistemi culturali locali capaci di costruire iden-

tità forti, valorizzando le risorse e le vocazioni dei territori. La coesistenza di eventi di grande scala, che muovono capitali e pubblico, e una rete diffusa di manifestazioni più piccole ma profondamente radicate nel tessuto sociale, conferma una verità semplice e potente: la cultura è tanto economia quanto coesione. E ogni politica che miri a rafforzare il settore deve tener conto di questa duplice natura.

In uno scenario sempre più articolato e competitivo, la tutela del diritto d'autore richiede strumenti all'altezza delle sfide. Per questo, SIAE ha avviato un percorso profondo di trasformazione, che mette al centro l'innovazione tecnologica come leva strategica, non come fine. Abbiamo investito nella formazione di nuovi talenti, nella costruzione di team specializzati in analisi dei dati e nello sviluppo di soluzioni basate su intelligenza artificiale, per rendere più efficiente e tempestiva la nostra capacità di protezione e di servizio. Chatbot e automazione sono solo i primi passi di un percorso più ampio, che punta a liberare risorse per le attività a maggior valore aggiunto, mettendo la tecnologia al servizio delle persone.

Il nostro obiettivo non è solo "fare meglio le cose di prima", ma ridisegnare il ruolo di SIAE come piattaforma di riferimento per la gestione collettiva dei diritti nel XXI secolo. Un modello che unisca radicamento e apertura, etica e performance, tradizione e coraggio. Un modello capace di evolvere restando fedele alla sua missione: essere dalla parte di chi crea.

Matteo Fedeli

NOTE METODOLOGICHE

Nelle pagine che seguono sono esposti i risultati dell'attività di spettacolo svolta in Italia nel 2024 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 2024.

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 2024 – febbraio 2025 (ovvero su 14 mesi) per acquisire ed elaborare anche quelle ulteriori residue informazioni riguardanti l'attività di spettacolo svolta nel 2024, ma contabilizzate all'inizio del 2025. I risultati dell'attività di spettacolo 2025 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 2024 del Rapporto, inoltre, sono stati confermati i due parametri:

- **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:** Tutti gli introiti spesi 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.

Aggiornamento metodologico - Gestione dell'indicatore "Spesa" per gli Abbonamenti

A partire dall'edizione 2024, è stata introdotta una nuova modalità di gestione dell'indicatore Spesa in relazione agli incassi derivanti dalla vendita di abbonamenti.

Fino all'edizione 2023, tali incassi venivano registrati integralmente nel mese in cui l'abbonamento veniva acquistato seguendo il criterio del momento impositivo tributario. Ai fini dell'analisi degli eventi, tuttavia, si prendeva in considerazione unicamente l'effettivo utilizzo dell'abbonamento in occasione degli eventi cui dava diritto di accesso.

A partire dal 2024, la metodologia è stata aggiornata in modo sostanziale: per ogni evento coperto da un abbonamento, viene ora attribuita una quota parte (il c.d. rateo) dell'importo totale dell'abbonamento, calcolata dividendo l'importo complessivo per il numero di eventi inclusi.

Un esempio rappresentativo riguarda gli abbonamenti calcistici: acquistati solitamente tra luglio e agosto, tali abbonamenti danno accesso a 19 partite distribuite da settembre a maggio. In base alla nuova metodologia, la spesa complessiva sostenuta sarà suddivisa equamente tra i 19 eventi, così da riflettere con maggiore accuratezza la distribuzione economica lungo l'arco della stagione.

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 2023 e 2024*.

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 let-

tura dei dati al diminuire della frazione d'anno considerata: gli eventi occasionali e periodici⁰¹ possono, infatti, creare fenomeni di alterazione di cui tener conto nell'interpretazione dei dati.

L'intrattenimento musicale

A partire dal 2024, il settore degli Intrattenimenti Musicali è stato escluso dai dati rilevati nel presente Rapporto. Tale scelta si rende necessaria a seguito della modifica introdotta dalla SIAE, che ha previsto criteri di calcolo del Diritto d'Autore che si basano solo in parte sui fatturati degli utilizzatori.

Questa nuova modalità non consente più di disporre dei dati di dettaglio relativi a spettatori e spesa, ma unicamente del numero di eventi risultante dalle richieste di permesso.

Per garantire coerenza e omogeneità nei confronti temporali, si è dunque scelto di ritrarre anche le annualità precedenti escludendo il settore in oggetto, in modo da mantenere la linearità dell'analisi.

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 *42 Generi di Manifestazione sintetizzati in 3 Segmenti, 20 Settori, a loro volta riassunti in 8 Macrosettori, 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	● Discoteche e Sale da Ballo	Discoteche e Sale da Ballo	Trattenimenti danzanti con orchestra
			Trattenimenti danzanti 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 **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.

SCENARIO GENERALE



3,4 mln

EVENTI

↑ +6,2% vs 2023

OLTRE

4 miliardi

euro

SPESA

↑ +1,9% vs 2023

6.743

COMUNI ITALIANI CON SPETTACOLI
(PARI AL 85,4% DEL TOTALE)
CON ALMENO UNO SPETTACOLO



SPESA PRO-CAPITE IN ITALIA

33,9 euro al Sud e nelle Isole

68,2 €

253,5 mln

SPETTATORI

↑ +2,3% vs 2023

INTROITO MEDIO DI UNO SPETTACOLO

↓ -4% vs 2023

1.193 €



3,37

milioni di eventi

253,5

milioni di spettatori

oltre

4

miliardi di spesa

2024: un anno di consolidamento e di nuovi equilibri nel panorama dello spettacolo in Italia¹

Dopo il biennio 2022-2023 che aveva segnato l'inversione di tendenza in seguito alla crisi pandemica, il 2024 consolida la ripresa dello Spettacolo dal vivo, dell'Intrattenimento e dello Sport in Italia. Con circa 3,37 milioni di eventi realizzati (+6,2% rispetto al 2023), una spesa di oltre 4 miliardi di euro (+2%) e oltre 253,5 milioni di spettatori (+2,25%), il settore dimostra la sua stabilità.

L'affluenza media si è attestata sui 75,2 spettatori per evento, in lieve calo rispetto ai 78 dell'anno precedente (-4%). Questo particolare scenario, caratterizzato da un aumento degli spettacoli più che proporzionale di quello del pubblico, segnala una ridefinizione del settore nella direzione di una maggiore frammentazione dell'offerta, che ha privilegiato eventi di scala più contenuta rispetto ad iniziative di maggior richiamo.

L'offerta è dominata dal Cinema, ma è lo Sport il settore con più spettatori

Osservando la composizione settoriale emergono significative asimmetrie tra domanda e offerta. Il Cinema, pur rappresentando l'81% degli spettacoli totali (2,7 milioni), raccoglie poco meno di un terzo degli spettatori (73,5 milioni) e solo il 13% della spesa. All'opposto, lo Sport, con appena il 2% degli eventi, attrae il 15% del pubblico (38,1 milioni) e genera il 21% della spesa complessiva. I Concerti, che costituiscono anch'essi il 2% dell'offerta, intercettano l'11% degli spettatori (29 milioni) e sono il primo settore per spesa (25% del totale), seguiti proprio dallo Sport.

Il Teatro, con un'offerta che registra un +4,5% rispetto al 2023, conosce

un aumento di pubblico del 7,2% che porta a 28,3 milioni di spettatori (11% di quelli totali); i Concerti, dal canto loro, hanno visto un incremento della partecipazione (+2,9% degli spettatori) a fronte di un incremento degli eventi più che proporzionale (+6,3%). Per numero di partecipanti, dopo il Cinema (29%) e lo Sport (15%), completano il podio le Discoteche e sale da ballo (13%), che rappresentano il 6% dell'offerta complessiva e totalizzano il 12% della spesa.

La geografia dello spettacolo conferma disparità territoriali, ma il Sud mostra segnali di vitalità

La distribuzione territoriale dell'offerta culturale continua a presentare squilibri significativi. La Lombardia si conferma il motore dello spettacolo italiano con circa 620.000

eventi, che rappresentano il 18% del totale nazionale e che attraggono il 21% degli spettatori (53,6 milioni). Seguono il Lazio (con il 13% degli spettacoli e il 12% degli spettatori) e l'Emilia-Romagna (rispettivamente 9% e 11%), in un podio comune a molti settori.

La situazione riflette parzialmente la distribuzione demografica nel Paese, con le regioni più popolate che presentano il maggiore dinamismo in valori assoluti. Se si rapporta l'offerta di spettacoli alla popolazione residente, ad ogni modo, la prima regione risulta l'Umbria, con 79 spettacoli ogni 1.000 residenti, seguita dal Friuli-Venezia Giulia e dalla Valle d'Aosta (ciascuna con 77). Rispetto alla media nazionale (57 spettacoli ogni 1.000 residenti), la macro-area del Centro fa registrare il risultato migliore (73), con tutte le regioni che si posizionano al di sopra del valore medio. Al contrario, le regioni del Mezzogiorno riportano generalmente una densità di offerta inferiore alla media, con l'unica eccezione dell'Abruzzo (65).

**Cinema: 81% degli eventi,
29% del pubblico
e 13% della spesa**

**Sport: 2% degli eventi,
15% del pubblico
e 21% della spesa**

**Teatro: 5% degli eventi,
11% del pubblico
e 14% della spesa**

**Concerti: 2% degli eventi,
11% del pubblico
e 25% della spesa**

**Discoteche: 6% degli eventi,
13% del pubblico
e 12% della spesa**

⁰¹ SIAE, a partire dal 2024, ha scelto di non includere nel Rapporto i dati del settore degli Intrattenimenti Musicali, i cosiddetti "concertini". Ciò si è reso necessario a seguito della modifica introdotta dalla SIAE, che ha previsto criteri di calcolo del Diritto d'Autore che si basano solo in parte sui fatturati degli utilizzatori. Per garantire coerenza e omogeneità nei confronti temporali, si è dunque scelto di ritardare anche le annualità precedenti escludendo il settore in oggetto, in modo da mantenere la linearità dell'analisi.

Guardando, invece, agli spettatori in rapporto alla popolazione, è possibile rilevare una duplice lettura: per alcuni settori l'indicatore riflette la propensione dei residenti a partecipare alla vita culturale e a fruire di attività tipiche del tempo libero (si pensi al cinema o allo sport dilettantistico); per altri implica soltanto una migliore dotazione infrastrutturale e capacità organizzativa per ospitare manifestazioni di maggiore richiamo (si pensi ai grandi concerti o alle competizioni sportive internazionali). L'Emilia-Romagna risulta la regione con la più elevata partecipazione relativa, con un valore di 6,4 spettatori per residente, seguita da Lombardia e Veneto (entrambe con 5,3). Anche in questo caso, tutte le regioni del Centro superano la media italiana di 4,3 spettatori per residente, mentre quelle del Sud e delle Isole restano tutte sotto la media nazionale, ciascuna con 2,6 spettatori ogni residente.

Nel 2024 sono stati particolarmente incoraggianti i dati delle variazioni di spettacoli e spettatori, positive in quasi tutte le regioni. Gli aumenti percentuali più significativi si riscontrano in territori con una minore dimensione demografica e un dinamismo culturale più limitato dei grandi centri: è il caso, ad esempio, del Friuli-Venezia Giulia (+9,5% per gli spettacoli), dell'Abruzzo (+10,4%) e della Basilicata (+7,5%). Anche in Veneto, già tra le regioni con maggiore fermento, l'offerta cresce dell'11,1%. Per aumento della partecipazione, invece, svettano Molise (+10,1%), Abruzzo (+7,8%) e Marche (6,8%). Il Nord-Est guida per crescita complessiva (+9% spettacoli, +4,5% partecipanti), mentre il Centro mostra un aumento dell'offerta (+7,9%) non accompagnato tuttavia da una crescita proporzionale del pubblico (+1,3%), suggerendo un orientamento maggiore verso eventi di scala più contenuta per risonanza e potere

Lombardia, Lazio ed Emilia Romagna motore dello spettacolo italiano

Umbria prima regione per rapporto spettacoli/residenti (79 ogni 1000)

Emilia Romagna prima regione per partecipazione relativa (6,4 spettatori per residente)

attrattivo. A riprova di ciò, mentre in Italia la media di partecipanti per evento è di 75, al Centro questo valore scende a 69, a fronte di valori superiori riportati nel Nord-Ovest (82) e nel Nord-Est (94).

Il pubblico risponde con entusiasmo e ridisegna le gerarchie settoriali

Con oltre 253,5 milioni di spettatori, il 2024 ha registrato risultati incoraggianti nella partecipazione culturale. La crescita del 2,25% rispetto al 2023 è stata trainata principalmente da concerti, sport e parchi divertimento e, soprattutto, dall'aumento del pubblico del Teatro (+7,2%).

I Concerti si confermano il fenomeno dell'anno: con 29 milioni di spettatori hanno consolidato il boom iniziato nel 2022, in ripresa dall'emergenza pandemica. La musica pop, rock e leggera domina con l'83% del pubblico dei concerti, mentre emergono dinamiche interessanti nel jazz (+18,6% rispetto al 2023) e nella classica, che mostra una distribuzione più equilibrata durante l'anno rispetto alla forte stagionalità estiva degli altri generi.

Il Cinema, pur non avendo ancora recuperato pienamente il gap nei livelli di partecipazione precedenti al 2020, mostra segnali incoraggianti con il pubblico giovane: i dati indicano, fra il 2023 e il 2024, un +31% di presenze degli under 14 e un +13% nella fascia 15-24 anni², trainati dal successo dei film d'animazione e di iniziative come *Cinema Revolution* che hanno mantenuto viva l'attenzione durante i mesi estivi, oltre che da politiche di prezzo degli esercenti mirate ad ampliare la base di pubblico.

La spesa supera i 4 miliardi di euro

Nel 2024, la spesa del pubblico per spettacolo dal vivo, intrattenimento e sport ha raggiunto i 4 miliardi di euro (+2% rispet-

Il Teatro è il settore in cui il pubblico cresce di più (+7,2%)

Boom di spettatori per il jazz (+18,6%)

4

miliardi di spesa complessiva

to al 2023). Questo risultato è riconducibile all'aumento della partecipazione piuttosto che a un incremento dei prezzi. Infatti, la spesa media unitaria per spettatore ha conosciuto una lieve contrazione rispetto all'anno precedente (-0,3%), attestandosi a 15,86 euro, a fronte di un tasso di inflazione dell'1%.

La Lombardia da sola contribuisce per oltre un quarto alla spesa nazionale (1 miliardo di euro), seguita da Lazio (535,6 milioni), Veneto (420,3 milioni) ed Emilia-Romagna (411,3 milioni). Queste quattro regioni hanno realizzato poco meno del 60% della spesa totale, confermando una concentrazione economica ancora più marcata di quella dell'offerta o della partecipazione.

Nuove tendenze ridisegnano l'esperienza culturale

Il 2024 ha consolidato alcune tendenze emerse negli ultimi anni che stanno ridefinendo il rapporto tra pubblico e spettacolo dal vivo. L'integrazione delle tecnologie digitali non è più vista come alternativa (o surrogato), ma come complementare all'esperienza: dal teatro immersivo che utilizza VR e AR, alle mostre "instagrammabili" pensate per favorire la condivisione social, fino ai concerti che creano community di "superfan" disposti a spendere il 66% in più della media dei consumatori.

La destagionalizzazione, in alcuni casi, si dimostra una strategia efficace per attrarre nuovi pubblici, oltre che per generare economie di scala: mentre alcuni comparti mantengono una forte caratterizzazione estiva (il 52% dei concerti di musica leggera si concentra tra giugno e settembre), altri presentano calendari distribuiti in modo più uniforme. Nel jazz, per esempio, alcuni festival estivi propongono edizioni invernali, con proposte ad hoc, così come nel teatro si realizzano format estivi innovativi che travalicano i confini delle

stagioni, o, ancora, i parchi divertimento che organizzano eventi speciali in occasione di Halloween e del Natale.

L'offerta è straordinariamente variegata, e i grandi eventi internazionali (tornei professionistici di tennis, corse di Formula 1, tour negli stadi) convivono con l'attenzione mai sopita per la dimensione locale (carnevali storici, festival territoriali, circuiti teatrali regionali), creando un ecosistema diversificato capace di attrarre pubblici eterogenei e generare significativi indotti economici sui territori.

Il futuro: tra consolidamento e nuove sfide

Il 2024 si chiude con la fotografia di un settore in salute, che ha saputo reinventarsi per adattarsi alle evoluzioni degli ultimi anni. Restano tuttavia sfide importanti.

Il divario territoriale nell'accesso alla cultura rimane ampio e rende auspicabili politiche mirate. La sostenibilità economica di molti operatori, in un contesto di costi crescenti e margini compressi, necessita di nuovi modelli di business. L'evoluzione delle abitudini di consumo, con pubblici sempre più esigenti e selettivi, impone un costante ripensamento dell'offerta.

Il successo del 2024 dimostra che il comparto ha tutte le carte in regola per affrontare le sfide che si presentano all'orizzonte. La capacità di innovare mantenendo le radici, di parlare a pubblici diversi, di creare valore economico e sociale sui territori, fanno di Spettacolo, Intrattenimento e Sport, non solo settori economici rilevanti, ma elementi essenziali del tessuto culturale e sociale del Paese. Un patrimonio da preservare e valorizzare, perché – come dimostrano i numeri di quest'anno – un'offerta in grado di adattarsi ai tempi che cambiano è la chiave per generare e mantenere l'entusiasmo nel grande pubblico.

**Lombardia, Lazio,
Veneto ed Emilia
Romagna assorbono
il 60% della spesa**



CINEMA



27 mln

SPETTACOLI
CINEMATOGRAFICI

↑ +6% vs 2023

73,5 mln

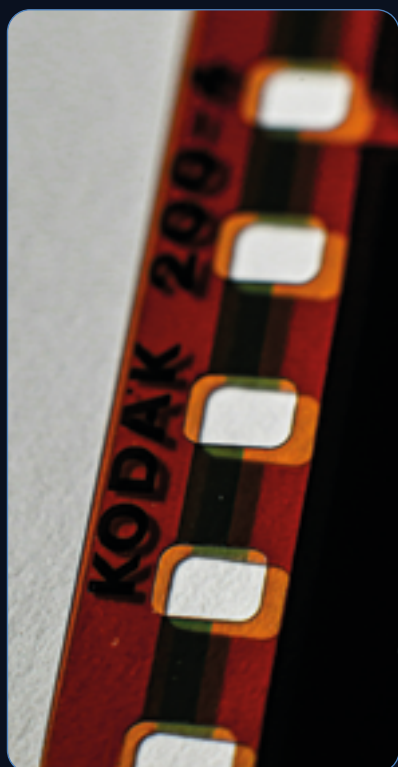
SPETTATORI

↓ -1% vs 2023

539,5 mln



euro SPESA
↑ +0,6% vs 2023



7,34 euro

SPESA MEDIA UNITARIA
PER SPETTATORE

↑ +1,4% vs 2023

16,5 mln

SPETTATORI
NEI MESI ESTIVI

↓ -1,5% vs 2023

1.311

COMUNI ITALIANI IN CUI
SI È SVOLTO ALMENO UNO
SPETTACOLO CINEMATOGRAFICO

CINE MA

01 Dato Istat: Prezzi al consumo per l'intera collettività (Nic), variazione percentuale media dell'indice generale nel 2024.





Nel 2024 il cinema italiano mostra segnali di crescita disomogenei rispetto all'anno precedente.

Il settore ha registrato un aumento degli spettacoli del 6,4% (2.743.414 in totale), mentre il numero di spettatori è rimasto pressoché invariato (-0,8%), attestandosi a 73.476.500. La spesa complessiva ha visto un incremento dello 0,6%, toccando quota 539.541.034 euro. Questi dati si riflettono in una spesa media per spettatore dell'1,4% superiore rispetto all'anno precedente, leggermente sopra il tasso di inflazione (+1,0%). Ogni spettatore ha speso mediamente 7,34 euro per assistere ad uno spettacolo (contro i 7,24 euro del 2023), mentre l'incasso medio per spettacolo ha subito una contrazione del 5,4%: una contraddizione apparente che evidenzia come, nonostante il maggior esborso individuale, la frammentazione dell'offerta abbia portato a una minore redditività per singolo evento.

Il 2024 ha consolidato il trend, già emerso nel 2023, di un recupero solo parziale rispetto all'era pre-Covid. In particolare, la contrazione degli spettatori risulta maggiore di quella degli spettacoli, suggerendo, così, un cambiamento nel rapporto tra domanda e offerta nel mercato cinematografico.

+6,4%
percentuale di aumento
di spettacoli vs 2023

Al "cinema" da casa: un lusso a cui è difficile rinunciare

A quasi cinque anni dall'emergenza sanitaria, è improbabile che la paura del contagio sia ancora determinante nel tenere lontano il pubblico dalle sale, anche considerato che, per altri settori dello spettacolo dal vivo, i volumi di attività e di partecipazione sono stati recuperati, quando non superati. È più verosimile ipotizzare un cambiamento strutturale – o, comunque, duraturo – nelle abitudini di consumo dei prodotti cinematografici, attribuibile allo sviluppo esponenziale delle piattaforme di streaming durante la pandemia.

Gli ultimi dati diffusi dall'Osservatorio sulle comunicazioni di AGCOM fotografano un mercato VOD (Video On Demand) italiano in piena espansione: a settembre 2024, gli utenti unici complessivi⁰² dei servizi a pagamento hanno raggiunto i 15,9 milioni, facendo registrare un aumento di oltre 500mila fruitori rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Parallelamente, il tempo di fruizione è salito da 36,64 a 38,8 milioni di ore nell'arco di dodici mesi⁰³.

I numeri parlano chiaro: i servizi VOD stanno ridisegnando la dieta mediale degli italiani. Con cataloghi sempre più ricchi e produzioni originali di qualità, le piattaforme streaming offrono un'alternativa accessibile e conveniente all'esperienza cinematografica tradizionale. Fruizione domestica e flessibilità oraria, varietà delle library e costi contenuti rappresentano infatti concreti vantaggi competitivi rispetto al circuito cinematografico tradizionale.

La tendenza è confermata dai dati dell'ultimo rapporto dell'Osservatorio sui consumi culturali degli italiani⁰⁴: proprio mentre la percentuale di rispondenti che ha pagato per guardare programmi, film e telefilm è passata dal 27% del 2019 al 36% del 2024, nello stesso periodo chi ha speso per il cinema è sceso dal 38% al 32%. Questo dimostra ancora una volta come cinema in sala e piattaforme di streaming si contendano segmenti dello stesso pubblico.

La Gen Z alla (ri)scoperta del grande schermo

In un panorama che sembrerebbe orientato, complice il digitale, verso un assestamento dell'esperienza cinematografica collettiva su livelli di fruizione inferiori, emerge tuttavia un fenomeno in controtendenza, tanto inaspettato quanto promettente: i titoli di maggior successo⁰⁵, infatti, sono quelli relativi al mondo dell'animazione, capaci di richiamare all'esperienza del grande schermo proprio la Gen Z, i nativi digitali per eccellenza. Il dato SIAE sul successo al botteghino di tali produzioni trova riscontro con quanto diffuso da Cinetel⁰⁶, secondo cui a trainare il comparto cinematografico italiano nell'ultimo anno sono stati i più giovani, con il +13% di presenze dei 15-24enni fra il 2023 e il 2024 e il +31% degli under 14.

Il boom dei giovani e dei giovanissimi, dunque, sfata il mito della "generazione digitale" destinata ad abbandonare l'esperienza in sala. Al contrario, i dati raccontano un'inversione di tendenza, con il 60% degli spettatori tra gli 11 e i 14 anni che frequenta il cinema almeno una volta al mese, percentuale che supera ampiamente la media. Questo rinnovato interesse giovanile rappresenta un'opportunità per un settore che, dopo il difficile periodo pandemico, cerca nuove strade per tornare ai livelli precedenti al 2020.

L'inverno caldo del cinema italiano

Nonostante i mutamenti a livello macro sin qui rappresentati, l'analisi stagionale rivela dinamiche interessanti. Come di consueto, né la distribuzione degli spettacoli né l'affluenza seguono un andamento costante nel corso dell'anno. Emerge, ad esempio, una maggiore concentrazione di spettatori nei mesi di gennaio (12,2%, con 8,9 milioni) e di dicembre (13,4%, con 9,9 milioni). Quest'ultimo mese si conferma anche quello con il maggiore affollamento nelle sale⁰⁷, con una media di 35,5 persone per proiezione, seguito da novembre (34,3). Il valore medio annuo dell'affollamento (26,8 spettatori per spettacolo) è influenzato negativamente da un calo primaverile.

Non solo stagionalità: le variazioni possono essere spiegate, almeno in parte,

7,34
euro spesa media
per spettatore

⁰² Con utenti unici complessivi si intende il numero totale di individui distinti che hanno visitato o utilizzato un sito web o un'applicazione in un determinato periodo di tempo.

⁰³ Nel panorama delle piattaforme, Netflix mantiene lo scettro nonostante una leggera flessione degli utenti medi mensili (da 8,8 a 8,1 milioni) e continua a dominare il mercato con ben 256 milioni di ore di visione. Amazon Prime Video macina risultati positivi, passando da 6,5 a 7 milioni di utenti, con un balzo significativo nelle ore di consumo (da 40 a 57 milioni). In crescita anche Disney+ che mette a segno un incremento (da 3,5 a 3,6 milioni di utenti e da 18 a 26 milioni di ore), così come Now (Sky), che passa da 1,1 a 1,4 milioni di abbonati.

⁰⁴ Indagine realizzata da SWG per Impresa Cultura Italia – Confindustria

⁰⁵ A titolo esemplificativo, i primi tre film per afflusso di pubblico nel 2024 sono stati *Inside Out 2*, *Oceanic 2* e *Cattivissimo Me 4* (per la top ten cinema 2024, si confronti la sezione dedicata).

⁰⁶ Indagine Cinetel *Il cinema in sala nel 2024*.

⁰⁷ Determinato come rapporto tra spettatori e spettacoli.

anche dalla capacità attrattiva delle uscite in sala. Ad esempio, a marzo 2024 i primi tre film più visti (*Dune parte due*, *Kung Fu Panda 4* e *La zona d'interesse*) hanno totalizzato 2,6 milioni di spettatori, mentre nel marzo 2023 i primi (*Creed III*, *L'ultima notte di amore* e *John Wick 4*) ne hanno totalizzati 1,7 milioni. Al contrario, a maggio 2024 i primi 3 film più visti (*Il regno del pianeta delle scimmie*, *Challengers* e *Garfield: Una missione gustosa*) hanno totalizzato 1 milione di spettatori, mentre nel 2023 nello stesso periodo i primi (*Guardiani della Galassia volume 3*, *Fast X* e *La Sirenetta*) hanno visto la partecipazione di 3,4 milioni di spettatori.

Nel 2024, nonostante la concorrenza di eventi sportivi di rilievo internazionale (Campionato europeo di calcio e Olimpiadi), la stagione estiva ha mostrato una tenuta migliore rispetto alle contrazioni del box office che tipicamente si registrano in questo periodo dell'anno. Ciò è avvenuto anche grazie all'iniziativa *Cinema Revolution*⁸, che ha proposto proiezioni di film italiani ed europei al prezzo agevolato di 3,50 euro dal 14 giugno al 14 settembre. La campagna, che ha visto l'adesione di oltre 3000 schermi in tutta Italia, si è rivelata un'iniziativa efficace per mantenere vivo l'interesse del pubblico per il cinema durante mesi che tradizionalmente conoscono delle flessioni, con aumenti nel periodo estivo anche rispetto al periodo pre-Covid.

Cinema Revolution si consolida negli anni e registra, nel 2024, un aumento delle presenze del 3,9% rispetto all'edizione precedente⁹. Secondo l'analisi di Cinetel sulle caratteristiche sociodemografiche del pubblico estivo, è significativo il contributo del pubblico giovane, con il 52% degli spettatori under 24. Gli under 14 sono aumentati del 71% rispetto al 2023, mentre la fascia 15-24 cresce del 2%. La rassegna, inoltre, ha dispiegato il suo potenziale di audience development raggiungendo anche pubblici nuovi, fenomeno attestato da un'incidenza pari al 45%, degli spettatori che frequentano il cinema 5 volte all'anno o meno.

La portata dell'iniziativa è stata potenziata con il progetto *Cinema in Festa*¹⁰ che ha esteso il periodo interessato dalla possibilità di usufruire di spettacoli a prezzo calmierato a due ulteriori sessioni (dal 9 al 13 giugno e dal 15 al 19 settembre), quando il biglietto a 3,50 euro è stato applicato a tutti i film in programmazione.

Una geografia a macchia di leopardo: l'Italia alla prova dello schermo

L'analisi di dettaglio del cinema italiano, rispetto alle diverse regioni e macroaree, fotografa un Paese a più velocità. Al di là delle tendenze generali, le singole regioni mostrano comportamenti diversi rispetto agli indicatori di spettacoli, spettatori e spesa. La Lombardia si conferma anche nel 2024 la prima regione, totalizzando una quota pari al 18% degli spettacoli, al 20% degli spettatori e al 20% della spesa, a fronte di una popolazione pari a circa il 17% di quella nazionale. Seguono il Lazio, con il 14% degli spettacoli, il 13% degli spettatori e il 13% della spesa, e l'Emilia-Romagna (rispettivamente 8%, 10% e 10%).

Rapportando i dati alla popolazione, il Lazio svetta con 66 spettacoli ogni 1.000 residenti, seguito a breve distanza dall'Umbria e dal Friuli-Venezia Giulia (entrambe circa 64 spettacoli per 1.000 residenti). In termini di propensione alla frequentazione delle sale, il Lazio (1,66 spettatori per abitante) e l'Emilia-Romagna (1,63) guidano la classifica, seguiti da Lombardia (1,43) e Friuli-Venezia Giulia (1,29).

A fronte di una media italiana di 1,25 spettatori per abitante, il Centro guida la classifica, posizionandosi al primo posto tra le macroaree (1,49). Il Sud e, soprattutto, le Isole presentano una minore propensione alla partecipazione in sala, con tassi significativamente inferiori alla media nazionale (rispettivamente 0,95 e 0,85 spettatori per residente), ma si distingue positivamente l'Abruzzo (1,31).

Tali dati si considerano particolarmente indicativi del dinamismo territoriale, se si ipotizza che per la fruizione cinematografica la popolazione non si sposti significativamente dalla propria area di residenza, salvo che per festival e rassegne di richiamo.

Italiani in platea

Gli spettacoli più frequentati sono quelli del Trentino-Alto Adige, dove si registrano di media 35,3 persone per evento, seguiti da quelli realizzati in Emilia-Romagna (32,1) e in Veneto (31,9), ma anche, immediatamente dopo, da quelli della Campania (30,5) e della Lombardia (29,1). Al di sopra della media è anche il

18%

degli spettacoli
in Lombardia

1,66

Spettatori per abitante il
Lazio regione più "cinefila"

⁰⁸ Cinema Revolution è l'iniziativa promossa dal Ministero della Cultura per incentivare il ritorno del pubblico nelle sale dopo la pandemia, in collaborazione con ANICA, ANEC e David di Donatello – Accademia del Cinema Italiano. Il programma, lanciato nel 2022, si estende su una durata quinquennale.

⁰⁹ Cinema Revolution. The numbers of 2024 edition (dati condivisi dal Ministero della Cultura in occasione del Mercato Internazionale Audiovisivo).

¹⁰ Cinema in Festa è un progetto realizzato a partire dal 2022 dal Ministero della Cultura in collaborazione con il David di Donatello – Accademia del Cinema Italiano.

35,3
persone per evento in
Trentino-Alto Adige

Molise, con 27,1 spettatori per proiezione. Questo dato, in apparenza positivo, va letto tuttavia alla luce della scarsa diffusione territoriale dell'offerta: il Molise presenta, infatti, solo 2,2 schermi ogni 1000 km², il valore più basso a livello nazionale. La limitata disponibilità di sale sembra incidere direttamente sulla partecipazione complessiva, che si attesta a 0,47 spettatori per abitante, anche in questo caso il dato più basso del Paese. Il caso molisano, pertanto, si presta ad illustrare come il maggior affollamento per singolo spettacolo possa coesistere con una bassa partecipazione complessiva, evidenziando l'importanza e l'opportunità di una distribuzione capillare delle strutture.

L'accessibilità e la prossimità delle sale cinematografiche rappresenta un fattore cruciale nell'esperienza di fruizione, implicando costi indiretti legati agli spostamenti. Un'analisi della distribuzione degli schermi¹¹ rivela significative disparità regionali. La classifica delle aree con la maggiore concentrazione di schermi è guidata dal Nord-Ovest con 17,3 schermi mediamente attivi su 1.000 km², trainato non solo dalla Lombardia, regione con la concentrazione maggiore (25,8 schermi per 1.000 km²), ma anche dalla Liguria (20,6). Seguono il Centro (14,3), spinto ancora dal Lazio (seconda regione), e il Nord-Est, che con 12 schermi per 1.000 km² si posiziona appena sopra la media italiana di 11,6. Chiudono il Sud e le Isole, dove, però, non mancano le eccezioni: mentre la Puglia è in linea con la media nazionale (11,6), la Campania la eccede (14,8), posizionandosi come prima regione del Mezzogiorno.

Nel complesso, le 2.441 strutture e i 4.727 schermi risultano in lieve aumento rispetto all'anno precedente, rispettivamente dello 0,5% e dello 0,8%. La lieve contrazione delle strutture registrata al Sud (-0,9%) e, soprattutto, al Centro (-5,4%) è più che bilanciata dall'aumento al Nord e, ancora più significativamente, nelle Isole (+8,6%), trainate soprattutto dalla Sardegna. Le strutture del Lazio, invece, subiscono una riduzione del 16%, passando da 158 a 132.

Anche il numero di organizzatori è in lieve aumento: si è passati dai 1.693 del 2023 ai 1.709 del 2024 (+0,9%). La distribuzione, in coerenza con quanto visto finora, appare disomogenea, dai 342 operatori attivi in Lombardia ai soli 7 del Molise. Il Lazio, che pure è tra le prime regioni per dinamismo, registra 124 organizzatori, un dato che suggerisce una

maggiore concentrazione delle attività in capo a ciascuno.

In conclusione, l'analisi delle variazioni rispetto all'anno precedente conferma il mosaico di tendenze differenziate. L'Abruzzo si distingue per il maggiore dinamismo, con un incremento dell'11,5% negli spettacoli, del 3,1% negli spettatori e del 6,8% nella spesa. Il Nord Est nel suo complesso mostra la crescita più marcata in termini di spesa (+4,1%) ed anche di pubblico (+4,5%). Nonostante una sostanziale stabilità del pubblico (+0,2%). In termini di affluenza, spiccano gli aumenti registrati in Molise (+8,1%), Veneto (+4,7%) e Trentino-Alto Adige (+4,4%).

Dalla monosala al multiplex: la varietà della distribuzione regionale

Le strutture cinematografiche italiane – comprese le sale e altri spazi che ospitano proiezioni solo occasionalmente – contano in media 1,9 schermi ciascuna. Prevalgono nettamente i monosala, che sono 1.768. Seguono le strutture con 2-4 sale (317), quelle con 5-7 (116) e, infine, i multiplex, vale a dire strutture con 8 sale o più, che sono 137 in tutto. Completano il quadro 103 strutture polifunzionali, ossia locali di proiezione situati all'interno di spazi che non realizzano continuativamente attività cinematografiche.

Le diverse tipologie di strutture si distinguono anche per capacità di generare ricavi. I monosala, in particolare, pur costituendo il 72% delle strutture e ospitando il 37% degli schermi, attraggono solo il 12% della spesa. Al contrario, i multiplex – appena il 6% del totale e con il 29% degli schermi – canalizzano ben il 53% della spesa.

Anche la distribuzione territoriale mostra forti differenze. In Trentino-Alto Adige (1,3 schermi per struttura) e in Valle d'Aosta (1,4) prevalgono i monosala, mentre, all'opposto, l'Abruzzo registra il maggior numero medio di schermi per struttura (3,7), seguito dal Lazio (3,4) e, con un discreto scarto, dalla Puglia (2,5). In generale, le strutture del Sud, del Centro e delle Isole tendono a presentare un numero maggiore di sale rispetto a quelle del Nord.

Rispetto all'anno precedente, la concentrazione aumenta in particolare nel Lazio (da 2,9 a 3,4 schermi in media per struttura, +15%), mentre in Sardegna e in Molise si riscontra che le nuove strutture sono soprattutto monosala o strutture con un numero contenuto di schermi.

¹¹ Numero di schermi mediamente attivi in un mese del 2024, rapportati all'estensione territoriale delle regioni e delle macroaree.



I TOP AL BOTTEGHINO / CINEMA

A fronte di un incremento del 6,4% del numero di proiezioni (2,7 milioni su 2,6), il 2024 ha registrato un leggero decremento (-0,8%) di spettatori (73,5 milioni su 74,1) rispetto al 2023. Altrettanto lieve è stato l'incremento della spesa (0,6% con 539,5 milioni di euro sui 536,3 del 2023).

Le classifiche confermano la forte dominanza delle produzioni statunitensi, sia in termini di incassi che di spettatori, con un accento sulle pellicole di animazione destinate principalmente ad un pubblico di giovani e giovanissimi. *Inside Out 2* guida entrambe le classifiche con un margine netto: oltre 6,5 milioni di ingressi, ben distanziato dai successivi *Oceania 2* e *Cattivissimo Me 4*, che si attestano attorno ai 2,6 milioni.

Da sottolineare la performance de *Il Ragazzo dai Pantaloni Rosa*, unico film italiano nella top ten generale e primo in quella nostrana. Un risultato significativo per una piccola produzione dal grande messaggio sociale.

Classifica per spesa al botteghino 2024

Assoluta

POSIZIONE	FILM	PAESE
1	INSIDE OUT 2	USA
2	OCEANIA 2	USA/CA
3	CATTIVISSIMO ME 4	USA
4	DEADPOOL & WOLVERINE	USA
5	MUFASA IL RE LEONE	USA
6	KUNG FU PANDA 4	USA
7	DUNE PARTE DUE	USA
8	IL GLADIATORE II	USA/GB
9	IL RAGAZZO DAI PANTALONI ROSA	ITA
10	POVERE CREATURE!	USA/GB

Film italiani

POSIZIONE	FILM
1	IL RAGAZZO DAI PANTALONI ROSA
2	UN MONDO A PARTE
3	PARTHENOPE
4	IO E TE DOBBIAMO PARLARE
5	DIAMANTI
6	SUCCEDE ANCHE NELLE MIGLIORI FAMIGLIE
7	NAPOLI - NEW YORK
8	C'E' ANCORA DOMANI
9	I SOLITI IDIOTI 3 - IL RITORNO
10	BERLINGUER - LA GRANDE AMBIZIONE

Classifica per spettatori 2024

Assoluta

POSIZIONE	FILM	PAESE	SPETTATORI
1	INSIDE OUT 2	USA	6.556.106
2	OCEANIA 2	USA/CA	2.691.978
3	CATTIVISSIMO ME 4	USA	2.648.158
4	DEADPOOL & WOLVERINE	USA	2.290.637
5	MUFASA IL RE LEONE	USA	1.929.705
6	KUNG FU PANDA 4	USA	1.638.001
7	IL RAGAZZO DAI PANTALONI ROSA	ITA	1.486.755
8	POVERE CREATURE!	USA/GB	1.331.434
9	DUNE PARTE DUE	USA	1.263.428
10	IL GLADIATORE II	USA/GB	1.241.655

Film italiani

POSIZIONE	FILM	SPETTATORI
1	IL RAGAZZO DAI PANTALONI ROSA	1.486.755
2	UN MONDO A PARTE	1.179.294
3	PARTHENOPE	1.069.779
4	DIAMANTI	899.586
5	IO E TE DOBBIAMO PARLARE	867.721
6	SUCCEDE ANCHE NELLE MIGLIORI FAMIGLIE	831.903
7	C'E' ANCORA DOMANI	700.028
8	NAPOLI - NEW YORK	675.983
9	BERLINGUER - LA GRANDE AMBIZIONE	565.371
10	I SOLITI IDIOTI 3 - IL RITORNO	510.334

TEATRO



153.014

SPETTACOLI

↑ +4,5% vs 2023

578,64 mln

euro

SPESA

↑ +7% vs 2023

TEATRO

28,3 mln

SPETTATORI

↑ +7,2% vs 2023



INCASSO MEDIO
DI UN EVENTO
DI RIVISTA E MUSICAL

↑ +21,6 vs 2023

21.530 euro



21 mln

SPETTATORI
NELLA LIRICA

↓ -0,8% vs 2023

SPESA NELLA PROSA

↑ +8,8% vs 2023

283,9 mln
euro

TEA TRO





Il macro-aggregato Teatro raccoglie la più ampia varietà di generi di spettacolo tra quelli proposti nell'ambito del presente Rapporto: si tratta dei sette settori di Prosa, Lirica, Rivista e Musical, Balletto, Burattini e Marionette, Arte Varia e Circo.

Nel 2024, tale agglomerato altamente variegato riporta nel suo complesso evidenze positive di crescita: 153.014 spettacoli (in aumento del 4,5% rispetto all'anno precedente) e 28.251.135 di spettatori (con un incremento annuo del 7,2%), per una spesa complessiva di 578.637.823 di euro (+7%) che comporta una spesa media unitaria per spettatore di 20,48 euro.

I singoli settori che compongono il macro-aggregato Teatro evidenziano invece dinamiche fortemente eterogenee tra loro: se la Prosa, Rivista e Musical, Balletto e Burattini e Marionette crescono sui 3 indicatori (spettacoli, spettatori e spesa), l'Arte Varia accusa qualche colpo nella spesa del pubblico, mentre il Circo sperimenta una flessione su offerta e spettatori. Un discorso più approfondito merita la Lirica: se i numeri, all'apparenza, potrebbero segnalare un calo, per quanto leggero, su tutti e 3 gli indicatori di spettacoli, spettatori e spesa, tale variazione in negativo va considerata tenendo a mente la specificità dei principali operatori del comparto, e le dinamiche che intrecciano la programmazione dell'offerta della Lirica con quella del Balletto. Le 14 fondazioni liriche riconosciute dal Ministero della Cultura, che da sole contribuiscono all'86% degli incassi del settore, sono operatori anche nel comparto del Balletto, dove pesano per il 28,7% della spesa del pubblico. In tal senso, i numeri in calo della Lirica potrebbero essere considerati nell'ottica di una programmazione differente dell'offerta da parte di tali soggetti e di un maggiore sbilanciamento della stessa verso gli spettacoli di Balletto. La flessione che le fondazioni registrano nella Lirica, e che è traino del calo dell'indicatore spesa del settore, è infatti ampiamente compensata dalla dinamica virtuosa di queste ultime nel Balletto, dove le stesse registrano un incremento della spesa del 50,6%.

Prosa

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

Nel 2024 in Italia si sono tenuti 94.772 spettacoli teatrali di Prosa, in aumento del 4,9% rispetto al 2023, quando erano stati 90.328. Come già evidente dalle tendenze riscontrate negli anni precedenti, il settore del teatro di Prosa non registra soltanto un recupero rispetto alla situazione pre-Covid, ma evidenzia anche un ampliamento complessivo dei volumi di offerta e di partecipazione. I 16.547.880 di spettatori dell'anno in esame sono risultati in aumento dell'8,6% rispetto all'anno precedente, quando erano stati 15,2 milioni. Nel 2024, pertanto, si è registrata una partecipazione media di 175 persone per spettacolo, in aumento del 3,5% nell'anno, laddove la media per l'intero macro-aggregato di Teatro è di 185. La spesa di 283.921.444 di euro, in aumento dell'8,8% rispetto al 2023, riflette un esborso medio individuale per spettatore di 17,16 euro (+0,3%, praticamente invariato nonostante l'inflazione), contro una media del macro-aggregato teatrale di 20,48 euro. Coerentemente, uno spettacolo di Prosa ha generato un incasso medio di circa 2.996 euro, inferiore alla media (3.782 euro)¹.

Lungi dal riguardare esclusivamente i volumi di attività, le trasformazioni che interessano il teatro negli ultimi anni attengono piuttosto ad un più generale cambio nell'esperienza stessa, tanto nei modelli produttivi quanto nell'esperienza di fruizione. Tra le tendenze più interessanti, ad esempio, si afferma il teatro immersivo, capace di rompere la barriera tra attori e pubblico, alla ricerca di un coinvolgimento per il tramite di elementi visuali, sonori e persino tattili/olfattivi. Parallelamente cresce l'integrazione tra teatro fisico e contenuti digitali. Realtà virtuale (VR), realtà aumentata (AR) e altre tecnologie immersive, infatti, entrano nel linguaggio scenico: progetti europei come *PlayOn!* hanno coinvolto teatri italiani (ad esempio il centro di produzione Elsinor) proprio per sviluppare nuove drammaturgie con tecnologie immersive. Oggi il digitale interviene

in tutte le fasi: dalla progettazione alla produzione, fino alla comunicazione e all'archivio; ogni evento teatrale è ormai accompagnato da una nuvola di contenuti online (biglietteria digitale, programmi scaricabili, condivisione social delle foto, etc.). Inoltre, alcuni teatri offrono fruizioni ibride: streaming o registrazioni online che affiancano la presenza fisica, ampliando l'accesso e la partecipazione anche da remoto. Si sperimentano format "phygital", dove spazio scenico e virtuale coesistono, con il pubblico collegato via smartphone o visori VR per interagire con lo spettacolo.

94,8

mila spettacoli

16,5

milioni di spettatori

284

milioni di euro di spesa

I tentativi di ibridazione tra pubblico in sala e pubblico online non si esauriscono nel campo dell'esperienza di fruizione, ma riguardano la stessa proposta di contenuti potenzialmente interessanti per il pubblico online integrando format e talent tipicamente accessibili su supporti digitali. È il caso, almeno in parte, della diffusione del cosiddetto "teatro dei giornalisti", di cui sono esempi gli spettacoli di Scanzi o Telese, un fenomeno in cui noti cronisti e scrittori, talvolta personalità della carta stampata e della televisione, ma sempre più spesso con una riconoscibilità legata al mondo del web, salgono sul palco per raccontare storie reali, con taglio da inchiesta o divulgativo. Ne sono un esempio le *Indagini live* di Stefano Nazzi al

Teatro degli Arcimboldi di Milano, ma anche format di interviste precedentemente confinati ai social media². In ambito diverso ma contiguo, inoltre, si sviluppa il format delle partecipate conferenze dello storico Alessandro Barbero, a loro volta alimentate dal seguito detenuto dal divulgatore in ambiente online, mentre nel settore comedy (e non solo) appaiono sempre più diffusi format che coniugano la forma del podcast con la trasmissione in diretta³.

Oltre alle esperienze VR/AR e agli strumenti multimediali immersivi, cresce l'interesse per l'Intelligenza Artificiale come strumento creativo. Un caso emblematico è *Food Data Digestion* (2023), uno dei primi te-

17,16

euro spesa media unitaria per spettatore

¹ È opportuno evidenziare che il valore medio è fortemente influenzato dai valori di comparti che presentano costi dei biglietti di ingresso più alti, in particolare la Lirica (38.364 €), ma anche Rivista e musical (21.531 €).

² È il caso del *Breaking Italy Night*, format presenziale emanazione di uno show di infotainment online.

³ È il caso, ad esempio, dei comici Tinti e Rapone e del podcast *Tintoria*.

sti teatrali italiani co-creati da drammaturghi e algoritmi di AI. In questo progetto (curato da Università di Bolzano e collettivo Sineglossa), artisti e scienziati hanno collaborato per testare le capacità immaginative dell'AI e le potenzialità di un rapporto uomo-macchina in scena. L'esperimento ha prodotto una drammaturgia inedita, aprendo interrogativi su come l'AI possa contribuire alla scrittura teatrale senza sostituire la sensibilità umana. Parallelamente, si sviluppano nuove estetiche digitali: palcoscenici popolati da proiezioni interattive, ologrammi, avatar virtuali e scenografie aumentate.

Il calendario della Prosa in Italia

Per quanto concerne la distribuzione delle attività nel corso dell'anno, al di là di un calo fisiologico corrispondente alla pausa estiva dei cartelloni teatrali, il numero di spettatori mensili non mostra un'evoluzione particolarmente discontinua. Ogni giorno in Italia si sono tenuti mediamente 259 spettacoli di Prosa, dal minimo di 91 spettacoli al giorno ad agosto fino al massimo di 386 di marzo (in quest'ultimo mese, si sono tenuti complessivamente 11.959 spettacoli). Gli spettatori hanno seguito un andamento simile, con marzo che da solo ha visto nelle sale 2,4 milioni di persone, pari al 14,5% del totale, mentre nei mesi estivi si è riscontrato un allontanamento del pubblico, concomitante con la chiusura di molte delle sale istituzionali. Il mese di gennaio, con un volume di offerta medio, ha conosciuto tuttavia la partecipazione media maggiore (206 spettatori per spettacolo), seguito da marzo (201), mentre all'estremo opposto sono stati i mesi di giugno e settembre, rispettivamente con 121 e 113 spettatori per spettacolo.

Come anticipato, la Prosa è il settore che maggiormente caratterizza l'attività teatrale in Italia, con il 62% degli spettacoli e il 59% degli spettatori. Tale caratterizzazione dell'offerta si è rivelata particolarmente pronunciata in alcune regioni, fra tutte in Trentino-Alto Adige (75% degli spettacoli, 64% degli spettatori), in Basilicata (73% degli spettacoli e degli spettatori) e in Campania (72% degli spettacoli, 65% degli spettatori), mentre la ripartizione appare meno concentrata per la Valle d'Aosta (45% degli spettacoli, 56% degli spettatori) e per l'Emilia-Romagna (52% degli spettacoli, 61% degli spettatori).

L'Italia in scena

Le prime regioni, sia per offerta, sia per partecipazione che per spesa, sono state la Lombardia, il Lazio e l'Emilia-Romagna. Il Nord-Ovest, trainato dalla Lombardia, è stata la macro-area con la maggiore offerta di spettacoli di prosa, che sono ammontati complessivamente al 26% di quelli nazionali, ma è seguito a stretto giro dall'area del Centro (25%). Se il Nord-Est ha offerto il 21% degli spettacoli, infine, Sud e Isole hanno ospitato rispettivamente il 17% e il 10% degli eventi. Gli spettatori delle regioni del Nord-Ovest hanno costituito il 29% del totale, mentre il Centro contribuisce per il 23%, seguito dal Nord-Est con il 22%. Sud e Isole chiudono la classifica, rispettivamente con il 16% e il 10% degli spettatori.

In rapporto alla popolazione, nel 2024 italiano si sono realizzati mediamente 1,6 spettacoli ogni 1.000 residenti, che diventano 1,7 nel Nord-Est, dove ci sono le regioni con la maggiore densità di offerta, vale a dire Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige (entrambe 2,3), e salgono ulteriormente al Centro (2), dove tutte le regioni si sono posizionate al di sopra della media, guidate da Lazio (2,1) e Toscana (2). Mentre le Isole e il Nord-Ovest si sono poste in linea con la media e senza sostanziale variabilità interna, fatta eccezione per l'offerta carente della Valle d'Aosta (0,8), il Sud mostra più difficoltà, con una media di 1,2, dal massimo di Abruzzo, Campania e Puglia (1,3), fino al minimo del Molise (0,7).

Con riferimento alla partecipazione parametrata alla popolazione residente, si osserva una media di circa 281 spettatori per 1.000 abitanti. Tale indicatore, per un genere teatrale come la Prosa, la cui fruizione, salvo che in occasione di particolari festival e rassegne, avviene su una scala di discreta prossimità, permette considerazioni circa la variabilità della propensione alla partecipazione culturale degli italiani. La partecipazione massima si è verificata al Centro, dove ogni 1.000 residenti è stato possibile riscontrare 325 spettatori, guidato soprattutto dal Lazio (344). Segue il Nord-Est (310), dove si trovano le tre regioni con la maggiore propensione a partecipare a spettacoli di prosa, vale a dire il Friuli-Venezia Giulia (370), il Trentino-Alto Adige (362) e l'Emilia-Romagna (350). Il Nord-Ovest presenta una media

di 299 partecipanti ogni 1.000 residenti, dal massimo della Liguria (330) fino al minimo registrato in Valle d'Aosta (204), mentre le Isole si trovano solo di poco al di sotto del valore medio nazionale (262), grazie all'effetto della Sicilia, dove l'indicatore raggiunge il valore di 279. Come per il numero di spettacoli, anche per la partecipazione performano peggio le regioni del Sud, con una media di 203 spettatori ogni 1.000 abitanti e dove tutte le regioni, nonostante una sensibile variabilità, si posizionano al di sotto della media nazionale.

Ad ogni modo, oltre alle Marche, dove gli spettacoli estivi (giugno-settembre) sono il 26% del totale, sono varie le regioni del Mezzogiorno che tengono meglio al calo estivo. Ad esempio, in Sardegna, Abruzzo e Basilicata esattamente un quarto degli spettacoli si è registrato in questo periodo dell'anno (la media italiana è stata del 17%). Gli spettatori sardi sono stati il 22% di quelli totali del 2024, mentre gli abruzzesi hanno rappresentato il 23% del totale e i lucani il 33%.

Rispetto alla distribuzione degli spettacoli, le restrizioni sanitarie del 2020-21 e in parte del 2022 hanno lasciato in eredità nuove abitudini di fruizione in spazi non convenzionali. Durante e dopo la pandemia si è ulteriormente diffuso il teatro all'aperto, itinerante e site-specific. Parchi, piazze e siti storici si confermano palcoscenici di spettacoli itineranti, permettendo un rapporto diretto col territorio e il coinvolgimento di comunità locali. Tale tendenza prosegue nel 2023-24: molte compagnie e festival privilegiano format fuori dal teatro per avvicinare nuovo pubblico e offrire esperienze dal vivo in contesti suggestivi.

Le reti territoriali per un teatro di prossimità e all'insegna dell'accessibilità

Nel 2024 gli organizzatori sono stati 7.850, in aumento del 3,2% rispetto al 2023, e le regioni in cui ne sono attivi di più sono le stesse in cui si organizzano più spettacoli. Dati peculiari sono quelli relativi a Friuli-Venezia Giulia e Sardegna, dove il rapporto tra locali attivi e organizzatori è stato rispettivamente di 2,5 e 2,2, a suggerire due possibili fenomeni, alternativi o concorrenti: che in queste regioni meno organizzatori si trovino a operare abitualmente in più sedi, per via

della struttura stessa del comparto dell'organizzazione teatrale in tali territori, e/o che gli spettacoli – talvolta prodotti altrove – circuiti in tali regioni, incidano di più delle produzioni sul totale della programmazione. All'estremo opposto, il rapporto locali/organizzatori del Lazio, minore di 1, potrebbe suggerire una maggiore incidenza delle produzioni proprie.

Ad ogni modo, negli ultimi anni si assiste ad una rinnovata attenzione a portare il teatro oltre le grandi città, sviluppando circuiti regionali e locali. Esperienze come i Teatri Pubblici (Teatro Pubblico Pugliese, Emilia-Romagna Teatro Fondazione, ecc.) e i circuiti multidisciplinari consentono di distribuire spettacoli nelle periferie urbane e nei centri minori, raggiungendo pubblici altrimenti esclusi. Ad esempio, a Genova il Teatro della Tosse alterna spettacoli tra il centro città e spazi periferici (come il neonato Teatro del Ponente), mentre in molte regioni i festival itineranti toccano borghi e territori di provincia. Di pari passo, la destagionalizzazione dell'offerta (eventi tutto l'anno, anche d'estate all'aperto) e la delocalizzazione in luoghi non convenzionalmente teatrali (fabbriche dismesse, spazi rurali, scuole, carceri) fanno parte delle strategie organizzative innovative.

Sul versante dell'accessibilità e della fruibilità, infine, si registra anche un forte impegno verso pratiche più inclusive. In particolare, numerosi teatri stanno abbattendo barriere sensoriali e culturali per ampliare la partecipazione di pubblici con disabilità o esigenze specifiche. Ad esempio, il Teatro Stabile di Torino ha implementato l'uso di smart glasses per fornire, in tempo reale, sottotitoli e sottotitoli in varie lingue e il ricorso a traduzioni in LIS durante gli spettacoli, affiancando anche l'uso di tablet e schermi con informazioni supplementari e trame semplificate per spettatori con disabilità cognitive. Nel campo della danza, il festival *Oriente Occidente* di Rovereto ha introdotto audio-descrizioni dal vivo e utilizza speciali dispositivi per convertire le frequenze sonore in vibrazioni tattili, permettendo alle persone non udenti di sentire il ritmo della musica attraverso il corpo, oltre ad aumentando per tutti il senso di immersione sonora secondo l'approccio del design for all.

Lirica

Il patrimonio vivente che va in scena

Nel dicembre 2023, al termine di un iter di candidatura avviato nel 2011 per iniziativa di un comitato promotore⁴, "La pratica del canto lirico in Italia" è stata iscritta nella Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale⁵ dell'UNESCO. Se la designazione abbia avuto un impatto sul dinamismo del settore è ancora presto per dirlo, specialmente in assenza di analisi puntuali circa le politiche di promozione e le eventuali linee di finanziamento specifiche

dedicate, ma indubbiamente il riconoscimento appare un'attestazione della rilevanza che il genere detiene per il comparto teatrale italiano, se non altro in termini identitari. I numeri del 2024, ad ogni modo, rivelano una sostanziale tenuta del settore rispetto all'anno precedente, con 2.134.727 di spettatori (-0,8%) per 2.880 spettacoli (-2,3%), che hanno realizzato una spesa di 110.489.450 euro (-1,1%, in controtendenza rispetto al fenomeno inflattivo). Si tratta di una flessione, come anticipato nell'introduzione al macro-aggregato Teatro, attribuibile allo spostamento degli incassi delle fondazioni liriche riconosciute dal Ministero della Cultura sulla programmazione del Balletto.

oltre
2
milioni di
spettatori

quasi
3
mila
spettacoli

110,5
milioni di spesa

La partecipazione media, con un valore di 741 spettatori per spettacolo⁶, costituisce il dato più elevato tra i settori del macro-aggregato del Teatro. Il valore aumenta notevolmente in estate, quando la programmazione si sposta negli spazi di spettacolo all'aperto⁷ (1.792 ad agosto), anche grazie ai numerosi festival che si svolgono nel periodo. Ciò è tanto più evidente se si considera che, a differenza di quanto osservato per altri settori dello spettacolo dal vivo, non emerge una sistematica variazione delle attività

**Sicilia prima
nel Mezzogiorno
per spettacoli**

nella stagione estiva, a dimostrazione di come il comparto si sia via via attrezzato per spettacoli all'aperto o, comunque, al di là dei soliti circuiti. Anche solo citando i festival direttamente dedicati all'opera, o per cui l'opera sia tra i settori prevalenti, è il caso, fra gli altri: del *Rossini Opera Festival* di Pesaro, alla sua 45° edizione nel 2024; del *Macerata Opera Festival* allo Sferisterio; del *Festival della Valle d'Itria in Puglia*, nato nel 1975 e alla sua 50° edizione; del *Festival Puccini* di Viareggio in Toscana; dell'*Arena Opera Festival* di Verona. In autunno, infine, è il caso del *Festival Verdi*, che si tiene tra Parma, Busseto e le terre del compositore, e il *Festival Donizetti Opera* di Bergamo.

L'Opera in Italia, tra note alte e meno alte

La distribuzione territoriale mostra una concentrazione particolare in alcune regioni, capeggiate da Lombardia (14% degli spettacoli in Italia), Emilia-Romagna (12%) e Lazio (10%), seguite dalla Sicilia (che con il 9% degli spettacoli nazionali è la prima regione del Mezzogiorno) e dal Veneto (9%). La riparametrizzazione di tali dati alla popolazione delle regioni, invece, vede al primo posto il Friuli-Venezia Giulia, con 13,7 spettacoli nell'anno per 100.000 abitanti, seguita dalle Marche (9) e dalla Liguria (8,9). Trainato dalla regione di Trieste, il Nord-Est è la prima macro-area per offerta di spettacoli in rapporto alla popolazione (7), con tutte le regioni, ad eccezione del Trentino-Alto Adige (4,8), che si posizionano al di sopra della media italiana di 4,9. Seguono a pari merito il Centro e le Isole (5,8 spettacoli/100.000 residenti), queste ultime connotate positivamente dalla Sardegna (6,2) e dalla Sicilia (5,7).

La tendenza al lieve calo riscontrata a livello complessivo si conferma in molte regioni italiane, mentre si osservano aumenti significativi di pubblico in regioni in cui l'attività era ed è rimasta comunque limitata – incrementi che è ancora presto per definire strutturali – e in contesti come la Campania (+34%) e le Marche (+31%). In alcune regioni, in particolare quelle con un numero contenuto di spettacoli (ma non solo), il cartellone della Lirica è particolarmente discontinuo, soprattutto laddove non opera una fondazione lirico-sinfonica riconosciuta dal Ministero della Cultura e la programmazione

741

**spettatori
per spettacolo
valore più
elevato di tutto il
macro-aggregato**

⁰⁴ Cfr. <https://onuitalia.com/2023/12/06/canto-lirico-italiano/>, consultato in data 20 maggio 2025.

⁰⁵ La Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, conclusa a Parigi il 17 ottobre 2023, all'articolo 2 definisce il patrimonio culturale immateriale come "le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il know-how – come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale".

⁰⁶ Si rammenta la media di 185 per il macro-aggregato Teatro e di 175 per l'aggregato Prosa.

⁰⁷ Si noti, ad esempio, che l'Arena di Verona ha una capienza compresa tra 10.000 e 20.000 posti a seconda dell'allestimento del palco. Per la stagione dell'Opera del 2024 è stata mediamente sfruttata una capienza di circa 10.000 posti.

spettatori
Lirica:
8%
del pubblico
del macro-
aggregato

8 Valle d'Aosta, Calabria e Umbria.

9 L'incidenza del pubblico di Lirica sul totale di Teatro supera quella degli spettatori di Rivista e Musical (6%), di Circo (3%) e di Burattini e Marionette (1%).

10 Oltre al Veneto, con l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia e il Teatro dell'Opera di Roma, anche nel Lazio operano due fondazioni lirico-sinfoniche. Per l'anno in oggetto, tuttavia, l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia non ha realizzato spettacoli nell'ambito del macro-aggregato Teatro (in particolare, per gli aggregati Lirica e Balletto).

11 Si ricorda, a tal proposito, la spesa media unitaria per spettatore del macro-aggregato di Teatro, pari a 20,48 euro.

di Opera è ascrivibile unicamente a festival, rassegne e iniziative episodiche: è il caso, ad esempio, della Valle d'Aosta e della Calabria, dove gli spettacoli sono concentrati in alcuni mesi, ma anche dell'Umbria, dove la concentrazione di 25 dei 43 spettacoli di Lirica nel mese di settembre è da ricondurre alla *Stagione Lirica Sperimentale* di Spoleto e dell'Umbria, tenutasi in vari teatri lirici della regione.

In termini di spettacoli, il mese più attivo è novembre (12,6% del totale annuo), seguito da marzo (11,3%). Per gli spettatori, invece, come anticipato, è ben evidente l'effetto delle rassegne estive, perlopiù in arene all'aperto, che permettono di realizzare i picchi di spettatori a luglio e agosto, che complessivamente attirano il 22,6% degli spettatori, nonostante si realizzi solo il 12,1% degli spettacoli. Non solo, ma la concentrazione della spesa nei due mesi estivi analizzati raggiunge la quota del 29%. Conseguentemente, è nei mesi estivi che la spesa media unitaria per spettatore ha raggiunto il suo picco (in particolare agosto, con un valore di 69 euro), influenzato particolarmente dal Veneto (81,20 euro).

I palchi della Lirica nel Belpaese

Con un peso sul totale del macro-aggregato inferiore al 2%, la Lirica è stata tra i settori con la proposta più contenuta. La risposta del pubblico, nondimeno, è apparsa proporzionalmente positiva, in quanto gli spettatori hanno rappresentato l'8% di quelli totali dell'agglomerato teatrale, mostrando come tale genere sia qualificante dell'attività teatrale italiana non solo in termini di identità storica e di riconoscibilità esterna, ma anche per la partecipazione⁹. Tale aspetto risulta maggiormente evidente in Veneto, che rappresenta l'unica regione in cui sono attive due fondazioni lirico-sinfoniche, che nel 2024 hanno realizzato spettacoli teatrali¹⁰, tra l'Arena di Verona e il Teatro La Fenice di Venezia, capaci di realizzare congiuntamente il 10% degli spettacoli di Lirica in Italia e il 67% di quelli realizzati in regione. Mediamente, nelle 14 fondazioni lirico-sinfoniche gli spettacoli lirici hanno pesato per l'85% sul totale formato da Lirica e Balletto. Tale indicatore ha raggiunto il valore massimo per il Teatro del

Maggio Musicale Fiorentino (98%), seguito dal Teatro la Fenice di Venezia (94%). Per la Fondazione Teatro dell'Opera di Roma incide invece per il 62%.

In termini di peso sulla programmazione lirica regionale e nazionale, invece, quella preposta alla gestione del Teatro Massimo di Palermo è risultata la prima fondazione lirico-sinfonica italiana per numero di spettacoli realizzati (182), pari al 6,3% del totale nazionale, realizzando, da sola, il 67% della programmazione di Lirica della Sicilia. Segue la Fondazione Teatro alla Scala, con 157 spettacoli, la Fondazione Teatro Lirico G. Verdi di Trieste (122) e la Fondazione Teatro del Maggio Musicale Fiorentino (120). In termini di incidenza sul totale dell'offerta della

regione di riferimento, il Teatro Carlo Felice di Genova è stato quello con il maggiore peso (83%), seguito dal Teatro Lirico di Cagliari (80%) e dal Teatro San Carlo di Napoli (73%). All'estremo opposto della classifica è il Teatro Comunale di Bologna, che pesa solo per il 22% sul totale della programmazione regionale e, dopo le due fondazioni venete di cui, tuttavia, si è discusso l'effetto combinato, la Fondazione Teatro alla Scala (38%) e la Fondazione Teatro dell'Opera di Roma (39%).

Organizzatori all'opera

Quello della Lirica è stato, in assoluto, il settore teatrale maggiormente in grado, in proporzione, di generare ricavi, con una spesa media unitaria per spettatore di 51,76 euro, costante rispetto all'anno precedente nonostante l'inflazione, che ha reso l'evento lirico 2,5 volte più caro di uno spettacolo teatrale medio¹¹. Anche la spesa media è molto variabile da regione a regione, dai notevoli picchi di Veneto (77,67 euro) e Lombardia (74,65 euro), fino alle regioni più accessibili che si trovano nel Mezzogiorno, tutte al di sotto della media, ma in particolare Basilicata (13,13) e Molise (14,14). In generale, è possibile affermare che le regioni in cui non operano fondazioni lirico-sinfoniche e, dunque, la programmazione di lirica ha presentato caratteri di maggiore occasionalità, la spesa media per spettatore è stata inferiore.

Teatro Massimo di Palermo prima fondazione lirico-sinfonica italiana per spettacoli

51,76
euro spesa media
unitaria per spettatore

Coerentemente con il profilo di accentramento fin qui emergente, nel 2024 sono stati 283 gli organizzatori di lirica, per 434 locali attivi. La macro-area in cui sono stati attivi più locali è il Centro (135), guidato soprattutto dalla Toscana (77), mentre le altre regioni hanno una distribuzione meno capillare. Seguono Nord-Ovest e Nord-Est, entrambi con 110 locali attivi, guidati rispettivamente da Lombardia (59) ed Emilia-Romagna (58). Nel Mezzogiorno, la Puglia e la Sicilia hanno registrato ciascuna 22 locali attivi, mentre nelle altre regioni se ne sono rilevati pochi (8 in Abruzzo, 7 nella popolosa Campania e 7 in Calabria).

Rivista e Musical

Il 2024 dei musical avanza a ritmo incerto

Il 2024 del settore Rivista e Musical è stato caratterizzato da un aumento nel numero di spettatori pari al 9%, che ha portato ad un pubblico di 1.599.628 di persone. Per assistere ai 2.664 spettacoli andati in scena (-3,6% rispetto all'anno precedente), tali partecipanti hanno speso 57.357.839 di euro (+17,2%), con una spesa media di 35,86 euro che riflette un incremento del 7,5% rispetto all'anno precedente e che supera sensibilmente il valore medio del macro-aggregato Teatro (20,48 euro).

Nel corso del 2024, il numero di spettacoli - e in parallelo, la risposta del pubblico - ha conosciuto un calo fisiologico da giugno a settembre. Il mese di maggiore dinamismo appare dicembre (17% degli spettacoli complessivi e 18,5% degli spettatori totali del 2024, con il 19,5% sul totale della spesa), seguito dai mesi invernali da gennaio a marzo: una dinamica naturalmente correlata alla caratteristica stagionalità dei teatri.

I musical di casa nostra

La proposta di attività di Rivista e Musical, che ha avuto un'incidenza media dell'1,7% sul totale del macro-aggregato teatrale, restituisce l'immagine di un comparto con un'offerta meno diffusa (aspetto che si riscontra in modo abbastanza uniforme in tutta Italia). Diversamente, dal punto di vista del pubblico,

il comparto canalizza il 6% degli spettatori totali, con un'incidenza maggiore al Nord-Ovest (7%), al Centro e al Sud (6%), che distaccano Nord-Est e Isole (4%). Al di là delle tendenze di macro-area, le regioni in cui il genere appare particolarmente in grado di connotare la partecipazione sono il Friuli-Venezia Giulia (10% del totale degli spettatori di Teatro), il Lazio e la Calabria (entrambi 9%).

Relativamente alla distribuzione geografica, la Lombardia e il Lazio sono state le prime due regioni per spettatori, attraendo rispettivamente il 24% e il 20% del totale nazionale, seguite dalla Campania (8%). Se a livello nazionale è poco oltre 27 il valore del rapporto tra spettatori e 1.000 residenti, la regione con la maggiore partecipazione riparametrata è il Friuli-Venezia Giulia (65), seguita da Lazio (55) e Lombardia (39). Le ultime macro-aree, vale a dire quelle del Sud (18) e delle Isole (15), sono anche quelle in cui l'offerta in rapporto alla popolazione è minore. In generale, gli spettacoli del comparto presentano una concentrazione territoriale particolarmente marcata, con le prime cinque regioni (Lombardia, Lazio, Campania, Emilia-Romagna e Piemonte) che hanno totalizzato il 62% degli spettacoli e il 65% degli spettatori totali. Tale concentrazione sale ulteriormente per l'indicatore della spesa e raggiunge il valore del 69%. Di converso, sono sette¹² le regioni in cui l'offerta ridotta si concretizza in meno di 50 spettacoli all'anno.

Dopo quelli di Lirica, gli spettacoli di Rivista e Musical sono stati quelli con la maggiore partecipazione media (600 partecipanti per evento, contro i 185 del macro-aggregato teatrale). Il Friuli-Venezia Giulia è la regione in cui gli eventi del genere hanno la maggiore affluenza media (883), nonostante si spenda di più (38,46 euro), in una regione in cui, peraltro, la spesa media unitaria per tutto il macro-aggregato Teatro è minore che nel resto del Paese (16,21 euro). Per partecipazione media segue il Lazio, con 809 persone in media per i 387 spettacoli, che fanno sì che gli spettatori complessivi (313.260) siano poco meno di un quinto di quelli nazionali.

I locali in cui si sono tenuti spettacoli di Rivista e Musical sono stati 559 (-8,8%), per 488 organizzatori (-9,8%). La regione con il maggior numero di locali è la Lombar-

1,6
milioni
di spettatori

2,7
mila spettacoli

57,4
milioni
di euro di spesa

euro
35,86
spesa media unitaria per
spettatore

¹² Valle d'Aosta, Molise, Basilicata, Sardegna, Liguria, Umbria, Abruzzo.

dia (111), che mantiene il primato anche se si rapporta tale dato alla popolazione e alla superficie. Se per numero assoluto dei locali la seconda regione è l'Emilia-Romagna, è la Campania ad avere la seconda migliore capillarità, con i 44 locali che, rapportati all'estensione della regione, implicano 3,2 venue di media ogni 1.000 km².

Giugno, il mese d'oro del Balletto in Italia

L'andamento di offerta e partecipazione nel corso dell'anno è stato peculiare rispetto a quello degli altri settori, in quanto quasi un quarto degli spettacoli (24%) si è tenuto nel mese di giugno: se di media, infatti, ogni giorno del 2024 si sono tenuti 34 spettacoli di balletto, a giugno sono diventati 98. Gli spettacoli di giugno sono stati anche più affollati della media, tanto è vero che attraggono il 28% degli spettatori totali dell'anno. Nonostante il mese di giugno sia stato il più dinamico, come già nell'anno precedente, sono stati i mesi di gennaio e febbraio a registrare i maggiori aumenti rispetto al 2023, pari al 25% per entrambi, mentre l'unico mese in cui si è verificato un calo è stato luglio (-12%). Nello stesso mese di gennaio è cresciuto ben più che proporzionalmente l'indicatore della spesa (+328%), che ha superato gli 8,2 milioni di euro.

La regione con la maggiore proposta di spettacoli di Balletto è stata la Lombardia, che con 1.737 spettacoli ha offerto il 14% degli spettacoli in Italia, seguita dalla Toscana (1.437, 12%) e dall'Emilia-Romagna (1.352, 11%). Nel Mezzogiorno, che complessivamente ha offerto il 23% degli spettacoli, la regione migliore è stata la Sardegna (748 spettacoli, 6% del totale). Per gli spettatori, la Lombardia si conferma come prima regione, grazie agli oltre mezzo milione di spettatori che rappresentano il 19% dei

partecipanti, mentre seguono Emilia-Romagna (10%) e Lazio (10%). La regione in cui il pubblico del Balletto incide di più sul totale del macro-aggregato Teatro, tuttavia, è la Valle d'Aosta (20%), seguita da Umbria (18%) e Sardegna (15%). Il peso specifico della Lombardia sale ancora per la spesa (27%), a riprova di una spesa unitaria media per spettatore maggiore (29,75 euro), mentre gli spettacoli più accessibili sono quelli del Sud, con una media di euro spesi pari a 13,56, con la sola Campania come valore di eccezione, che tuttavia appare in linea con la media nazionale (20,56 euro).

A fronte dei 3.350 organizzatori (+2,9% rispetto al 2023), i locali attivi nell'anno sono stati 3.345 (+2,6%), con in testa la Lombardia (455), l'Emilia-Romagna (389) e la Toscana (362), mentre le due regioni più piccole per territorio e po-

12,3

mila spettacoli

2,7

milioni di spettatori

oltre

55

milioni di euro di spesa

1/4

degli spettacoli a giugno

Balletto

Il Balletto italiano prende lo slancio

In aumento del 6,8% rispetto al 2023, gli spettacoli del comparto Balletto nell'anno analizzato sono stati 12.275. I 2.679.045 di spettatori, invece, risultano in aumento del 12,7% rispetto all'anno precedente, dunque con una crescita più che proporzionale rispetto a quella del numero di spettacoli, che comporta un generale aumento della partecipazione media. Quest'ultima, peraltro, con 218 spettatori medi per spettacolo, appare superiore alla media di macro-aggregato del 18%. Se la spesa complessivamente sostenuta dagli spettatori è stata di 55.106.085 di euro (+22,5% contro il 2023), il valore medio unitario risulta di 20,57 euro, perfettamente in linea con la media del macro-aggregato e in aumento dell'8,6% rispetto al 2023.

La Sardegna guida il Mezzogiorno

Specularmente a quanto osservato per il settore della Lirica, tra le 14 fondazioni lirico-sinfoniche che hanno realizzato attività teatrali nell'anno, quella per cui il Balletto ha inciso maggiormente sul totale è stata la Fondazione Teatro dell'Opera di Roma (62% del totale Lirica e Balletto), che ha realizzato 69 spettacoli di Balletto (erano 71 nel 2023) e che si conferma, anche in valore assoluto, la fondazione che ne realizza di più. Sempre in valore assoluto, seguono la Fondazione Teatro Massimo (39) e la Fondazione Teatro alla Scala (35). All'estremo opposto, il Balletto appare meno caratterizzante per la Fondazione Teatro del Maggio Musicale Fiorentino (2%). Complessivamente, i 295 spettacoli di Balletto realizzati dalle fondazioni lirico-sinfoniche rappresentano soltanto il 2% del totale degli spettacoli di Balletto realizzati in Italia.

3,3

mila locali attivi

¹³ Si rammenta che il settore teatrale nel suo complesso riscontra un'affluenza media di 185 persone per spettacolo.

polazione, vale a dire Valle d'Aosta e Molise, sono quelle che hanno conosciuto il più grande incremento delle sedi rispetto all'anno precedente, vale a dire rispettivamente +143% (da 7 a 17) e +120% (da 5 a 11). In generale, tuttavia, mentre nelle Isole i locali attivi per spettacoli nel settore sono aumentati del 13% e nel Centro del 6,8%, al Nord sono rimasti pressoché costanti, mentre al Sud hanno conosciuto una lieve diminuzione (-2,4%).

Burattini e Marionette

La tradizione in buone mani

2,8

mila spettacoli

oltre

211

mila spettatori

Gli spettacoli di Burattini e Marionette nel 2024 sono stati 2.832, in aumento del 7% rispetto all'anno precedente. Se il 2023 aveva segnato una stabilizzazione dopo il calo dell'offerta legato alla pandemia, i dati dell'ultimo anno dimostrano la tenuta del settore. Pur basandosi su modalità di produzione e di fruizione tradizionali, con pochi margini di innovazione, infatti, il comparto resiste bene al cambiamento dei tempi, probabilmente grazie alla sua natura universale e al potere accattivante sugli spettatori più piccoli (e non solo). Anche sul fronte degli spettatori, infatti, si rilevano aumenti del 3% rispetto al 2023, con 211.214 partecipanti nel 2024. Tuttavia, l'aumento degli spettacoli più che proporzionale rispetto a quello degli spettatori porta ad una riduzione dell'indice relativo, che dalle 77,5 persone per evento del 2023 si abbassa a 74,6.

Tale riduzione della partecipazione media (-3,7%) potrebbe essere legata alla sensibilità del pubblico all'aumento della spesa media unitaria, pari al 2,5%,

1,5

milioni di euro di spesa

che ha portato ad un valore di 7,06 euro nell'anno, comunque significativamente inferiore alla media del macro-aggregato Teatro e in assoluto il più contenuto, se si pensa che il secondo settore più economico, quello del circo, ha un valore di 10,50 €. Considerata la spe-

sa del pubblico complessiva di 1.491.353 di euro, inoltre, l'incasso medio registrato per ciascuno spettacolo è stato pari a circa 527 euro, anche in questo caso il valore più basso per il macro-aggregato Teatro, che trova solo parziale bilanciamento nei minori costi di produzione.

Il teatro di figura conquista Centro e Isole

Nonostante spesso il settore sia associato all'idea di una fruizione all'aria aperta, i mesi con più spettacoli realizzati sono stati febbraio e marzo, rispettivamente con 327 e 329 eventi, dunque una media di 11 al giorno. All'estremo opposto troviamo i mesi di agosto e settembre (rispettivamente 122 e 119), con una media di 4 spettacoli al giorno.

Rispetto alla distribuzione geografica delle attività, la Sicilia è stata di gran lunga la regione con la maggiore offerta, con 777 spettacoli (una media di oltre 2 al giorno), che da soli hanno rappresentato oltre un quarto della proposta di questi spettacoli nel Paese (27%) e che rappresentano il 7% della proposta teatrale siciliana. Segue il Lazio con 551 spettacoli (19%) e, con scarto rilevante, la Lombardia, con 260 spettacoli (9%). In due regioni (Molise e Valle d'Aosta) l'offerta è stata del tutto assente, mentre in un'altra (Basilicata) è stata residuale (3 spettacoli). La situazione presenta delle leggere variazioni rispetto al numero degli spettatori, con il Lazio in testa (21% degli spettatori totali), seguito dalla Sicilia (17%) e dalla Lombardia (12%). Nel complesso, il Centro è stato la macro-area con più pubblico e da solo ha realizzato poco meno di un terzo dei partecipanti complessivi nazionali (32%). Seguono le Isole (18%), che sommate al Sud (17%) hanno ottenuto il 35% del pubblico. Nel Mezzogiorno peninsulare si è distinta positivamente soprattutto la Puglia, con l'8% degli spettacoli e degli spettatori. Hanno chiuso la classifica il Nord-Ovest e il Nord-Est, rispettivamente con il 17% e il 16% degli spettatori.

Nonostante la distribuzione di spettacoli e spettatori, le regioni con più locali attivi sono state la Lombardia (70), seguita dall'Emilia-Romagna (62) e Marche (59), su un totale di 588 locali rilevati in Italia. I 211 organizzatori operanti nell'anno, infine, sono stati i meno numerosi del macro-aggregato.

Considerata la fruizione per lo più di prossimità che contraddistingue il genere,

1/4
degli spettacoli
in Sicilia

per il settore Burattini e Marionette è possibile effettuare considerazioni in merito alla diversa propensione degli italiani, da Nord a Sud, a prendere parte a tali eventi. Emerge, così, che mentre sono stati 3,6 gli spettatori ogni 1.000 italiani, il pubblico del Lazio è stato il più appassionato a tale tipo di spettacolo (7,9 partecipanti ogni 1.000 residenti), seguito a breve distanza da friulani, abruzzesi e siciliani (tutti e tre con un valore superiore a 7 per l'indice considerato). Al Sud si è posizionata bene la Puglia (4,1), mentre al Nord sono preferiti altri tipi di spettacolo o intrattenimento: il pubblico del comparto, infatti, ha inciso per lo 0,5% sul totale Teatro, contro la media italiana dello 0,7%, salita allo 0,9% al Centro e all'1,4% nelle Isole.

Arte varia

L'arte varia in positivo per spettacoli e pubblico

Gli spettacoli di arte varia nel 2024 sono stati 21.572, in aumento rispetto all'anno precedente (+7,4%). Anche sul fronte della partecipazione si osserva un lieve aumento (+5,3%), con 4.194.001 di spettatori, contro i 3.981.846 del 2023.

I 60.980.070 di euro spesi nel 2024, in diminuzione del 4,9% rispetto all'anno precedente nonostante l'inflazione e nonostante l'aumento di pubblico, determinano una spesa media unitaria di 14,54 euro per spettatore, inferiore a quella media del macro-aggregato Teatro (20,48 euro) e in calo del 9,7% rispetto all'anno precedente.

Mediamente, a livello nazionale, gli spettacoli e gli spettatori di arte varia hanno inciso sul totale dell'attività teatrale rispettivamente per il 14% e per il 15%. L'Emilia-Romagna è la regione in cui l'arte varia caratterizza maggiormente l'offerta (31% del totale), seguita dalla Sardegna (22%) e dal Veneto (21%). Non vale lo stesso per la partecipazione, in cui le prime regioni per incidenza dell'arte varia sono state, invece, la Toscana (30%), il Lazio (20%) e le Marche (17%), ad attestare come, malgrado in queste regioni l'offerta di arte varia abbia pesato di meno sul totale complessivo, gli

spettacoli hanno avuto una partecipazione superiore alla media.

Il Carnevale, una varietà tutta italiana

Per numero di spettacoli, i mesi di maggiore dinamismo sono stati quelli estivi, soprattutto da giugno ad agosto, con una variabilità che ha visto le regioni del Mezzogiorno registrare un'incidenza degli spettacoli nei tre mesi in oggetto pari al 62% dell'offerta di tutto l'anno al Sud, e al 69% nelle Isole. Si osservi che al Centro e al Nord-Ovest lo stesso indicatore si è attestato rispettivamente al 35% e al 25%, con l'eccezione significativa dell'Emilia-Romagna (62%). Tali valori possono suggerire una correlazione tra turismo balneare e l'offerta estiva di spettacoli di arte varia. Con riferimento agli spettatori, tuttavia, la connotazione appare meno forte e non è possibile riscontrare la stessa variabilità tra macro-aree notata per gli spettacoli, con l'incidenza degli spettatori registrati da giugno ad agosto che, nelle varie regioni, non si discosta in maniera significativa dalla media italiana del 29%. In maniera non dissimile da quanto riscontrato nell'anno precedente, in quasi tutte le regioni il mese di maggiore partecipazione di pubblico è febbraio, per via dei festeggiamenti del Carnevale. La regione in cui, in assoluto, sono stati registrati più spettatori nel mese d'interesse è la Toscana (438.752, 60% degli spettatori annui in regione), dove si tiene il rinomato Carnevale di Viareggio. L'incidenza del pubblico di febbraio sul totale dell'anno, tuttavia, è superiore in Molise (83%), che ospita il Carnevale di Larino, e Sicilia (62%), dove si svolge il noto Carnevale di Acireale. Altre regioni con un notevole afflusso di pubblico a febbraio sono state la Puglia, che ospita il Carnevale di Putignano, e il Piemonte, teatro della battaglia delle arance di Ivrea.

Grazie all'apporto del Carnevale in termini di richiamo di pubblico, la Toscana è stata la prima regione per spettatori di arte varia, con oltre 736 mila persone partecipanti che rappresentano il 18% del totale italiano. Da sola la regione ottiene, così, un riscontro di pubblico maggiore di tutto il Sud (14%) e delle Isole (8%) e pari a quello del Nord-Ovest. La seconda regione, invece, è il Lazio che, trainato dal successo di *This Is Wonderland - Pinocchio*, realizza 702.708 spettatori, pari al 17% del totale. Questo risultato, insieme ai numeri della Toscana, fa sì che il Centro sia la macro-area

21,6
mila spettacoli

4,2
milioni di spettatori

61
milioni di spesa

**Febbraio è il mese
con più pubblico,
Toscana in testa**

più dinamica (39% degli spettatori totali in Italia). Mediamente, uno spettacolo di arte varia ha fatto registrare una media di spettatori per spettacolo di 194, dal massimo del Molise con 805 (1.474 se si circoscrive al mese di febbraio) e della Campania con 588 (con picchi di 983 a settembre e 895 a novembre), fino al minimo della Sardegna (55, pure con un picco di 805 nel mese di aprile).

I 3.477 organizzatori attivi, infine, hanno realizzato spettacoli in 3.846 locali, con una frammentazione maggiore di quanto accade per altri settori del Teatro: se di media, ad esempio, ogni organizzatore di circo ha realizzato spettacoli in 6,3 locali e ogni organizzatore di prosa ne ha realizzati 1,4 per locale, lo stesso indicatore per l'arte varia è pari a 1,1.

Circo

L'identità del Circo, in bilico tra passato e nuovi inizi

I 16.019 spettacoli circensi del 2024 segnano una flessione dell'1,1% rispetto all'anno precedente, con una riduzione degli spettatori del 5,4% che ha portato agli 884.640 dell'anno. Nonostante questo lieve arretramento, il settore manifesta una certa resilienza rispetto all'interruzione registrata dallo spettacolo dal vivo nell'ultimo quinquennio. Come evidente dal calo degli spettatori che è maggiore, in valore assoluto, di quello degli spettacoli, l'affluenza agli spettacoli dell'anno analizzato è stata di 55 persone per evento, in diminuzione rispetto alle 58 dell'anno precedente.

oltre
16
mila spettacoli

Diversamente da quanto si riscontra per gli indicatori di spettacoli e spettatori, la spesa di 9.291.582 di euro risulta

39%
del pubblico è al Centro

in aumento del 5,5%. La spesa media unitaria di 10,50 euro sostenuta dagli spettatori, pertanto, nonostante resti pari a poco più della metà di quella media del macro-aggregato Teatro (20,48 euro), in un solo anno è aumentata dell'11,4% (era di 9,42 euro nel 2023). Malgrado l'aumento significativo, il Circo resta un settore

che genera pochi ricavi da spesa del pubblico. Uno spettacolo medio, infatti, nel 2024 ha incassato 580 euro (laddove la media del macro-aggregato Teatro è di 3.782), una cifra migliore soltanto di quella registrata dal comparto Burattini e Marionette.

Tra segnali incoraggianti e spinte di segno opposto, è indubbio che il settore del Circo in Italia, così come a livello internazionale, stia attraversando un periodo di trasformazione. Accanto al circo tradizionale – quello itinerante sotto il tendone, con numeri classici spesso basati sull'addestramento di animali – si è affermato sempre più il nuovo circo o "circo contemporaneo", senza animali e più vicino alle arti performative e alla danza. Un aspetto cruciale alla base di tale trasformazione è il mutamento della sensibilità verso l'uso di animali negli spettacoli, che inevitabilmente ha avuto un effetto sulle scelte artistiche degli operatori. L'opinione pubblica è sempre meno incline ad accettare numeri con animali selvatici: un sondaggio DOXA¹⁴ commissionato dalla LAV¹⁵ mostra che il 74% degli italiani è contrario all'uso di animali nei circhi e il 79% si dichiara favorevole a destinare i finanziamenti pubblici solo a circhi senza animali, incentrati su acrobati, clown, trapezisti e altre abilità umane.

Uno spettacolo portatile, alla portata di tutti

Nell'ambito del macro-aggregato Teatro, nel 2024 il 10% degli spettacoli realizzati apparteneva al settore Circo, mentre la relativa incidenza degli spettatori sul totale di quelli teatrali è stata del 3%. Per entrambi

885
mila spettatori

9,3
milioni di euro
di spesa

10,50
spesa media unitaria
per spettatore

¹⁴ Animali nei circhi, 2023.

¹⁵ Lega Anti Vivisezione.

gli indicatori di offerta e di partecipazione si riscontra un'ampia variabilità nel Paese. In termini di proposta, le regioni in cui il Circo è più caratterizzante sono il Molise (33%), la Valle d'Aosta (23%) e la Calabria (22%) e in tutte e tre le regioni il settore è il secondo per incidenza, dopo la Prosa. È possibile riscontrare comportamenti simili per la distribuzione dei pubblici regionali del macro-aggregato Teatro, che nelle tre regioni sopracitate registra la maggiore incidenza del settore Circo (11% in Calabria, 8% in Molise e 5% in Valle d'Aosta e in Puglia).

In merito all'andamento nel biennio 2023-24, non tutte le regioni presentano cali e in particolare la Sardegna si contraddistingue per gli aumenti più significativi, con gli spettacoli che sono più che triplicati (304 nel 2024, erano 98 nel 2023), mentre gli spettatori sono aumentati del 70%. Altri esempi positivi sono la Toscana (+40% di spettacoli, +32% di spettatori) e la Calabria, quest'ultima con un aumento di pubblico più che proporzionale di quello di offerta (+55% contro +35%). Ad ogni modo, gli spettacoli più partecipati sono quelli della Liguria, con una media di oltre 93 spettatori per evento, seguiti da quelli di Campania e Trentino-Alto Adige (entrambi 87). La Campania è quella dove la partecipazione media ha subito il più grande aumento nell'anno (+62%). Gli spettacoli più economici sono quelli delle Isole (7,49 euro), mentre al Nord i biglietti sono più cari (media di 13,94 euro), con le eccezioni di Friuli-Venezia Giulia (8,05 euro) e Piemonte (9,59 euro). In rapporto alla popolazione, gli spettatori ogni 1.000 abitanti in Italia sono mediamente circa 15, ma con un valore più elevato nel Centro (21), capitanato soprattutto dal Lazio (26), e nel Sud (17), trainato da Calabria (22), Campania (18) e Puglia (17).

Gli organizzatori attivi nell'anno sono stati 257, che hanno realizzato spettacoli in 1.612 locali. Questi ultimi sono di più nel Nord-Ovest (418), trainato dalla Lombardia

(224), e nel Centro (408), in particolare in Toscana (168) e nel Lazio (156). Per quanto riguarda le compagnie attive, il panorama italiano, come anticipato, si presenta sempre più variegato. Da un lato persistono diverse storiche famiglie circensi e imprese tradizionali, riunite nell'Ente Nazionale Circhi. Dall'altro lato, si è sviluppata una galassia di compagnie di circo contemporaneo (o circo di creazione), spesso fondate negli ultimi 10-20 anni e caratterizzate dall'assenza di animali e dall'integrazione di teatro, danza e nuove tecnologie.

I circhi tradizionali restano per lo più itineranti e coprono capillarmente il territorio spostandosi di città in città. Molti di essi continuano a privilegiare tournée nelle regioni centro-meridionali e, in generale, nelle zone a bassa densità di popolazione e di infrastrutture culturali, dove trovano terreno fertile nelle festività locali e minore concorrenza da parte di altri spettacoli e intrattenimenti. Il nuovo circo, invece, ha portato il genere anche in contesti prima insoliti: festival internazionali, rassegne multidisciplinari, teatri stabili e accademie. Dalla trasformazione in atto relativa all'identità stessa del settore circense, infatti, consegue l'avvicinamento di pubblici inediti, nonché la formazione di una nuova scuola di performer. Praticamente tutte le regioni oggi ospitano eventi di circo contemporaneo, con poli di eccellenza in città come Torino (sede di una scuola e di un centro di produzione), Milano, Roma e vivaci scene anche in regioni quali Emilia-Romagna, Toscana, Puglia, Sicilia. Questa diffusione "altra" è testimoniata dal fatto che ormai quasi tutti i Circuiti Regionali Multidisciplinari (ovvero le reti regionali dello spettacolo dal vivo) includono stabilmente il circo contemporaneo nelle loro programmazioni. In sintesi, il circo contemporaneo ha smesso di essere un fenomeno di nicchia per diventare parte integrante dell'offerta culturale territoriale.



I TOP AL BOTTEGHINO / TEATRI

Comicità e Musical dominano le top ten teatrali. Oltre ad Andrea Pucci ed Enrico Brignano, trionfatori al botteghino, si confermano beniamini del pubblico Vincenzo Salemme, Angelo Pintus e Teresa Mannino. Interessante anche la presenza dello spettacolo classico *Fedra* dell'INDA, che dimostra l'interesse del pubblico per il Teatro Antico in chiave contemporanea. Tra i musical spiccano favole immortali come *Peter Pan*, l'effetto nostalgia di *Grease* e il recente fenomeno partenopeo di *Mare Fuori*.

Classifica per spesa al botteghino 2024

POSIZIONE	OPERA	ARTISTA PRINCIPALE
1	C'E' SEMPRE QUALCOSA CHE NON VA	ANDREA PUCCI
2	I 7 RE DI ROMA	ENRICO BRIGNANO
3	MA... DIAMOCI DEL TU!	ENRICO BRIGNANO
4	NATALE IN CASA CUIELLO	VINCENZO SALEMME
5	UNA BRUTTA PERSONA	ANGELO PINTUS
6	IL GIAGUARO MI GUARDA STORTO	TERESA MANNINO
7	MARE FUORI IL MUSICAL	Musical
8	PETER PAN FOREVER IL MUSICAL	Musical
9	GREASE	Musical
10	AGGIUNGI UN POSTO A TAVOLA	Musical

Classifica per spettatori 2024

POSIZIONE	OPERA	ARTISTA PRINCIPALE	SPETTATORI
1	NATALE IN CASA CUIELLO	VINCENZO SALEMME	104.328
2	C'E' SEMPRE QUALCOSA CHE NON VA (Andrea Pucci)	ANDREA PUCCI	91.878
3	IL GIAGUARO MI GUARDA STORTO	TERESA MANNINO	89.397
4	PETER PAN FOREVER IL MUSICAL	Musical	87.514
5	UNA BRUTTA PERSONA	ANGELO PINTUS	87.007
6	GREASE (Compagnia dell'Arancia)	Musical	83.697
7	FEDRA - IPPOLITO PORTATORE DI CORONA	INDA	83.446
8	MARE FUORI IL MUSICAL (di Alessandro Siani)	Musical	81.050
9	ESPERIENZE D.M	AWED, DADDA, DOSE	77.198
10	I 7 RE DI ROMA	ENRICO BRIGNANO	75.421

I TOP AL BOTTEGHINO / OPERE LIRICHE

Le top ten evidenziano la supremazia dell'Arena di Verona nella scena lirica italiana, con ben sei titoli in classifica sia per quanto riguarda la spesa che per il numero di spettatori. In entrambe le classifiche primeggiano la *Carmen* e l'*Aida*, a testimonianza del loro radicamento nella nostra cultura popolare. Se la Scala di Milano occupa le restanti posizioni negli incassi, nella classifica per presenze spiccano anche gli allestimenti presso le Terme di Caracalla e due posti occupati da spettacoli per i più giovani: *Il Piccolo Spazzacamino* e la *Fiaba di Tristano e Isotta*, a testimoniare la crescente attenzione del settore verso le nuove generazioni.

Classifica per spesa al botteghino 2024

	OPERA	CITTÀ	LUOGO
1	CARMEN	VERONA	ARENA DI VERONA
2	AIDA	VERONA	ARENA DI VERONA
3	LA FORZA DEL DESTINO	MILANO	TEATRO ALLA SCALA
4	IL BARBIERE DI SIVIGLIA	VERONA	ARENA DI VERONA
5	RICORDANDO AIDA	VERONA	ARENA DI VERONA
6	TURANDOT	VERONA	ARENA DI VERONA
7	TOSCA	VERONA	ARENA DI VERONA
8	CAVALLERIA RUSTICANA / PAGLIACCI	MILANO	TEATRO ALLA SCALA
9	TURANDOT	MILANO	TEATRO ALLA SCALA
10	SIMON BOCCANEGRA	MILANO	TEATRO ALLA SCALA

Classifica per spettatori 2024

	LUOGO	CITTÀ	OPERA	SPETTATORI	ALLESTIMENTI
1	ARENA DI VERONA	VERONA	CARMEN	81.869	9
2	ARENA DI VERONA	VERONA	AIDA	76.115	10
3	ARENA DI VERONA	VERONA	IL BARBIERE DI SIVIGLIA	59.343	9
4	ARENA DI VERONA	VERONA	RICORDANDO AIDA	44.213	5
5	ARENA DI VERONA	VERONA	TURANDOT	39.461	4
6	ARENA DI VERONA	VERONA	TOSCA	36.898	4
7	TERME DI CARACALLA	ROMA	TOSCA	22.890	8
8	TERME DI CARACALLA	ROMA	TURANDOT	22.481	8
9	TEATRO ALLA SCALA	MILANO	IL PICCOLO SPAZZACAMINO (INTRATTENIMENTO PER RAGAZZI)	21.591	13
10	TEATRO MASSIMO	PALERMO	LA FIABA DI TRISTANO E ISOTTA	21.306	26

CONCERTI



65,5 mila

SPETTACOLI

↑ +6,3% vs 2023

612 mila

**SPETTATORI
PER IL TOUR
VASCO LIVE 2024**

oltre
220 mila

**SPETTATORI PER
CONCERTI DI MUSICA
CLASSICA PRESSO IL
PARCO DELLA MUSICA
(ROMA)**

29 mln

SPETTATORI

↑ +2,9% vs 2023



ORGANIZZATORI DI POP, ROCK E LEGGERA

↑ +4,1% vs 2023

10.665

TOP 3 CITTÀ CON MAGGIOR NUMERO DI CONCERTI JAZZ ORGANIZZATI

1° ROMA
601

2° MILANO
550

3° PALERMO
338

989,3 mln

euro

SPESI DAL PUBBLICO

↑ +1,4% vs 2023

CON GER TI





Un anno che suona forte

Nel 2024, la musica dal vivo ha proseguito il suo virtuoso percorso di crescita, consolidando il trend positivo già emerso nel biennio precedente. Con 65.515 spettacoli (+6,3% rispetto al 2023), che hanno coinvolto nel complesso circa 29 milioni di spettatori (in crescita del 2,9%), il settore ha dimostrato una straordinaria vitalità.

Anche sul piano economico il bilancio è positivo. Complessivamente, la spesa generata ha raggiunto la cifra record di 989,3 milioni di euro, con un incremento dell'1,4% rispetto al 2023. La spesa media per spettatore è diminuita leggermente (-1,5%), attestandosi sui 34,13 euro, in controtendenza rispetto al fenomeno inflattivo che ha fatto registrare un generale aumento dei prezzi dell'1%. Le macro-aree in cui proporzionalmente si spende di più sono il Nord-Ovest, con una spesa media unitaria per spettatore di 40,29 euro, e il Centro, con 40,01 euro.

Generi a confronto

La struttura dell'offerta si concentra prevalentemente nel settore della musica pop, rock e leggera, che rappresenta il 59% degli spettacoli ma che intercetta ben l'83% del pubblico complessivo, con una partecipazione media di 620 spettatori per spettacolo. A seguire, la musica classica rappresenta il 30% degli spettacoli ma solo il 13% del pubblico (189 spettatori in media), mentre il jazz copre l'11% dell'offerta e solo il 4% della domanda, con una media di 164 persone per evento. Si conferma dunque un forte squilibrio tra generi, con la musica leggera a fare da traino in termini di numeri, capillarità e potere attrattivo. Ciononostante, alcune peculiarità regionali segnalano un panorama più articolato: in Sardegna e Umbria, l'incidenza del jazz raggiunge rispettivamente il 26% e il 22% dell'offerta, mentre in Sicilia prevale la classica (40% degli spettacoli). In Toscana, pop, rock e leggera da una parte, e la classica dall'altra, si equivalgono (45% ciascuna), e l'incidenza della classica è marcata anche in Veneto (38%, 2.007 spettacoli) e Calabria (38%, ma con valori assoluti – 458 spettacoli – di gran lunga inferiori).

In Sicilia il 40% dei concerti è di musica classica

L'Italia dei concerti

Tutte le macro-aree geografiche hanno registrato una crescita nell'offerta di spettacoli, ma gli incrementi più rilevanti si osservano al Centro Italia (+10%), con picchi nel Lazio (+18%) e in Umbria (+13%). Le eccezioni al trend di crescita dell'offerta sono poche: spiccano le Marche (-5%) e il Molise (-7%), dove la minore scala del comparto lo rende più sensibile alle fluttuazioni annuali.

+18%
di eventi nel Lazio vs 2023

Uno dei tratti distintivi del 2024 è stato il decentramento dell'offerta musicale: una nuova geografia dei concerti ha preso forma, con una distribuzione più capillare su tutto il territorio nazionale: si è passati dai 4.442 comuni in cui si è effettuato almeno un concerto nel 2023 a 4.499 comuni nel 2024. Questa tendenza – tenendo conto anche del dato del 2019, quando solo 2.499 comuni avevano orga-

83%

del pubblico per il genere pop, rock e leggera

nizzato almeno un concerto – rappresenta un cambio di paradigma importante: accanto ai grandi eventi, di norma concentrati nelle principali aree metropolitane e attorno alle maggiori province italiane dislocate lungo le grandi direttrici della mobilità, oggi si è consolidato un fitto tessuto di concerti di medie e piccole dimensioni, spesso localizzati in territori finora ai margini del circuito. Ne è emersa una proposta

più articolata, capace di intercettare nuovi pubblici e rafforzare il legame tra musica, territori e turismo culturale.

Un'estate ad alto volume

Nonostante si registri, rispetto al 2023, un leggero calo degli spettatori nei mesi di punta – -19% a luglio, -16% a settembre – l'estate resta il cuore pulsante della stagione dei concerti, con il 45% degli eventi concentrati tra giugno e settembre, che diventa il 35% considerando il trimestre luglio-settembre. Il mese più attivo è stato luglio, con 9.130 spettacoli, pari a quasi 300 concerti al giorno. Al contrario, l'inverno ha mostrato segnali di riequilibrio: nei mesi di gennaio e febbraio, gli spettacoli sono cresciuti del 14,4%, mentre il pubblico è aumentato del 33,7%, segnalando una maggiore destagionalizzazione dell'offerta.

Gli eventi hanno anche riattivato luoghi culturali di grande valore, dall'Anfiteatro di Pompei

al Parco Archeologico di Ostia Antica, confermando la capacità della musica di portare nuovo pubblico in contesti storici e monumentali e, al tempo stesso, suscitando riflessioni in tema di tutela e attenzione per la vulnerabilità di questi luoghi. La musica dal vivo, oggi, non è più appannaggio delle sole grandi aree urbane: entra nei centri storici, nei siti archeologici, nelle piazze di provincia, intercettando nuovi pubblici e rilanciando la funzione aggregativa e turistica dell'evento culturale.

La partecipazione ai concerti si è inoltre intrecciata con le dinamiche del turismo culturale: gli italiani, infatti, mostrano una crescente propensione ad as-

45%

degli eventi tra giugno e settembre

Una nuova geografia dei concerti, con una distribuzione più capillare su tutto il territorio

sociare la partecipazione a concerti con la visita turistica, con significative ricadute in termini di indotto sui territori¹. Il week-end culturale, che combina pernottamenti e partecipazione a eventi musicali, rappresenta una formula sempre più apprezzata dagli italiani, con una spesa media stimata di 221,8 euro per persona², che include pernottamenti, ristorazione e attività collaterali oltre al biglietto del concerto.

I super fan e le community, un boost per la musica live

Il fenomeno è amplificato dall'emergere di una nuova categoria di consumatori musicali particolarmente attivi: i cosiddetti "superfan"³. Questi "heavy buyer", che rappresentano il 20% degli ascoltatori musicali, hanno un impatto significativo sul settore live: il 90% dei superfan ha assistito a concerti dal vivo nel 2024 (contro una media del 59%), spendendo il 66% in più rispetto alla media dei consumatori per assistere a spettacoli musicali. I superfan non si limitano alla fruizione passiva, ma diventano ambasciatori spontanei, con l'81% che parla attivamente di artisti con amici e familiari, generando un effetto moltiplicatore per la promozione degli eventi live, che si traduce in un incremento organico della domanda e nella costruzione di community sempre più coese attorno agli artisti.

Classica

Musica classica in crescendo

All'interno del panorama concertistico nazionale, la musica classica ha registrato 19.463 spettacoli, in crescita del 2,8% rispetto all'anno precedente, e attirando 3.672.890 di spettatori (+6,1% rispetto al 2023). A differenza di altri generi, i concerti di musica colta si distinguono per una distribuzione piuttosto omogenea nel corso dell'anno: nel 2024, maggio ha rappresentato il mese di maggior fermento con 1.953 spettacoli (10% del totale) e una media di 63 appuntamenti giornalieri contro i 53 della media annuale, complice la concentrazione

primaverile di eventi prestigiosi come *Piano City Milano* e l'inaugurazione del *Maggio Musicale Fiorentino*.

La distribuzione degli spettatori segue quella degli spettacoli, rivelando una ridotta variabilità nella partecipazione media. Gennaio e febbraio si distinguono per una maggiore affluenza – rispettivamente, 294 e 243 spettatori per spettacolo – a fronte di una media annua di 189. All'estremo opposto, settembre registra gli spettacoli relativamente meno frequentati (147 spettatori per evento).

Le quattro stagioni della classica

Mentre l'estate domina il calendario della musica dal vivo nel suo complesso, la classica segue regole proprie. A differenza della musica leggera e del jazz, che concentrano l'attività nei mesi caldi, infatti, la musica classica ha una programmazione più uniforme durante l'anno, complici soprattutto gli spettacoli offerti con la modalità dell'abbonamento stagionale. Soltanto un terzo degli spettacoli si svolge nei mesi estivi, che diventa il 25% se si considera solo il trimestre luglio-settembre. La differenza con il jazz e pop, rock e musica leggera riflette una logica basata su un consumo di prossimità più che sulla fruizione associata al turismo.

La geografia della classica rivela una predominanza delle regioni del Centro, che ospitano il 30% dell'offerta nazionale. Il Lazio guida la classifica con 2.437 spettacoli (13% del totale), seguito da Toscana e Lombardia, entrambe al 12%, una concentrazione che testimonia radici storiche profonde e istituzioni consolidate. Rapportando i dati alla popolazione, la Toscana emerge per densità: 63 spettacoli ogni 100.000 abitanti contro una media nazionale di 33, seguita dal Trentino-Alto Adige (51), mentre regioni del Sud come Abruzzo (41) e Basilicata (48) confermano che la musica classica trova terreno fertile anche al di fuori dei palcoscenici tradizionali.

Un pubblico affezionato, sempre in prima fila

La Lombardia si distingue per il maggior numero di spettatori, registrando 636.999

19,5
mila spettacoli

3,7
milioni di spettatori

30%
dell'offerta di classica
è al Centro

⁰¹ Cfr. <https://drintle.com/turismo-musica-le-dati-italia-cre-scita-benefici-opportunita/#:~:text=Il%20turismo%20musicale%3A%20un%20viaggio,sco-prire%20nuove%20citt%C3%A0%20o%20regioni,consultato%20in%20data%209%20giugno%202025.>

⁰² Osservatorio Confindustria sui consumi culturali degli italiani

⁰³ Il Mercato Disografico Italiano. Report FIMI, 2025

17%

del pubblico
in Lombardia

presenze (17% del totale) e la partecipazione media più elevata: 279 spettatori per spettacolo, contro i 218 del Veneto, secondo classificato. Una fedeltà che si traduce in risultati economici rilevanti: la spesa complessiva ha toccato 72,8 milioni di euro, con un incremento del +26,5% rispetto all'anno precedente, mentre la spesa media per spettatore è salita a 19,81 euro (+19,2%).

72,8

milioni di euro di spesa

Il solo mese di luglio ha generato 15,3 milioni di euro, oltre un quinto dell'intero anno, con picchi di spesa che toccano i 52 euro di media a biglietto. È però la Toscana a sorprendere sul fronte economico: 15,6 milioni di euro di spesa (21% del totale nazionale) e una media di 49,87 euro per spettatore, più del doppio della media nazionale. Questo fenomeno è favorito sia dalla presenza di eventi

21%

della spesa
nazionale in
Toscana

stand-alone di grande successo, come *Andrea Bocelli 30: The Celebration* presso il Teatro del Silenzio a Lajatico, un evento che ha attratto oltre 30 mila spettatori, con una formula vincente che abbina - sulla scia degli indimenticabili eventi del compianto Luciano Pavarotti - repertorio classico e moderno, e dalla concomitanza di rassegne di musica classica ormai consolidate sul territorio. Tra queste, il *Cantiere Internazionale d'Arte* di Montepulciano e il già citato *Maggio Musicale Fiorentino*, che contribuiscono significativamente all'eccellenza dell'offerta toscana, capace di attrarre un pubblico disposto a investire nell'esperienza musicale.

I luoghi della classica

Il sistema della musica classica poggia su una rete capillare e ben strutturata composta da 4.303 locali attivi (+1,7% rispetto al 2023), gestiti da 1.585 organizzatori (+6,7%). La densità maggiore si registra in Liguria con 22,7 locali ogni 1.000 km², seguita da Lombardia e Toscana. Si tratta di un tessuto che, pur mostrando una maggiore mobilità degli addetti nelle regioni meridionali - dove in Calabria e Sardegna ogni operatore gestisce in media 3,5-3,6 locali - vede anche nelle regioni a maggiore densità, come la Liguria (2,9), la Lombardia (2,3) e la Toscana (2,7), una tendenza alla gestione multisede.

Secondo il portale ClassicaLive, nelle location della musica classica si realizzano oltre 100 festival, dal già citato *Piano City Mi-*

lano (maggio) a *Piano City Napoli* (ottobre), passando per le stagioni dei teatri gestiti dalle Fondazioni lirico-sinfoniche. Istituzioni come il Teatro alla Scala, l'Accademia di Santa Cecilia all'Auditorium Parco della Musica di Roma e il Maggio Musicale Fiorentino contribuiscono a mantenere alta la reputazione internazionale dell'offerta italiana.

Classica ma non troppo

La stagione 2024-25 racconta di un settore capace di innovare senza tradire le proprie radici. Accanto al repertorio canonico crescono progetti sperimentali e forme di ibridazione, mentre rassegne organistiche e festival di musica antica valorizzano il patrimonio storico attraverso concerti in chiese e luoghi monumentali.

Dalle Settimane Musicali al Teatro Olimpico di Vicenza alle numerose rassegne locali, come il *Festival Pianistico Internazionale di Brescia e Bergamo* e il *Festival Internazionale di Musica da Camera* di Cervo in Liguria, la classica mantiene una presenza diffusa che va dal barocco al contemporaneo. Un comparto che ha saputo trasformare la propria specificità - la programmazione strutturata, la fedeltà del pubblico - in punti di forza per crescere in qualità e presenza territoriale.

Pop, Rock e Leggera

La colonna (sonora) portante dei concerti

Nel 2024 la musica pop, rock e leggera si è confermata protagonista assoluta del panorama concertistico italiano: da solo, il comparto ha rappresentato il 59% dell'offerta complessiva e ha attratto l'83% degli spettatori totali, mentre sul fronte spesa raccoglie il 90,9% dell'intero macro-aggregato.

Gli spettacoli (38.911) crescono dell'8% rispetto al 2023. Aumentano, anche se meno proporzionalmente, pure gli spettatori, che si attestano a oltre 24 milioni (+1,7%).

Sotto il profilo economico, il settore si mantiene in linea con l'anno precedente: la spesa complessiva del pubblico ha raggiunto quota 898,9 milioni di euro (-0,2% sul 2023). La spesa media per spettatore si è attestata

+6,7%

organizzatori vs 2023

a 37,23 euro, in calo rispetto al 2023 (-1,9%), ma si mantiene la più alta tra tutti i settori del macro-aggregato.

L'analisi dei tre indicatori, a livello nazionale, rende evidente una maggiore frammentazione dell'offerta rispetto all'anno precedente. L'affluenza media a livello nazionale registra infatti un -5,8%, passando da 659 spettatori per evento nel 2023 ai 620 nel 2024.

Il calendario della musica leggera

Il trimestre estivo (luglio-settembre) ha concentrato gran parte dell'attività (40,4% dei concerti), attraendo il 41,8% del pubblico e il 37,8% della spesa. Agosto è stato il mese più affollato per numero di spettacoli (6.147, con una media di 198 eventi al giorno), ma è a luglio che si sono visti i picchi di pubblico (4,76 milioni di spettatori).

Se comparato all'intero 2023, l'andamento del settore della musica pop, rock e leggera nel 2024 dimostra performance positive nei primi due trimestri dell'anno e nell'ultimo: in aggregato, tali periodi hanno segnato un +9,7% di eventi, +16% di spettatori e +15,4% di spesa sull'anno precedente.

Di contro, la stagione estiva, malgrado l'intensa attività illustrata sopra, rispetto al 2023 registra una significativa flessione, ampiamente concentrata nel mese di luglio: solo questo mese registra infatti il -23% di spettatori rispetto allo stesso periodo del 2023, mentre la spesa cala del 26%, perdendo 70,8 milioni in valore assoluto. Nonostante l'effetto Coldplay e Taylor Swift nel 2024, quindi, per il mese analizzato il comparto non riesce ad eguagliare i grandi numeri realizzati nel luglio 2023, quando il calendario era costellato da una ricca proposta di nomi sia internazionali che nazionali.

L'ottima performance del settore nelle stagioni invernali, primaverili e autunnali, tradizionalmente deputate alla fruizione in luoghi al chiuso come i palazzetti, non è quindi stata replicata nei mesi estivi, in cui solitamente le grandi venue all'aperto e gli stadi trainano con successo il comparto della musica dal vivo.

La musica pop, rock e leggera rappresenta il 91% della spesa per il macro-aggregato Concerti

Come suonano le "grandi venue"

La crescita del comparto nei tre trimestri in cui l'offerta è notoriamente localizzata in strutture al chiuso, come i palasport, e la parallela flessione registrata nel trimestre estivo rispetto al 2023, pongono il tema della performance nel 2024 della

musica pop, rock e leggera nei locali tradizionalmente vocati alla fruizione all'aperto, con particolare attenzione alle location traino del settore: le grandi venue⁴. In confronto al 2023, in effetti, le grandi venue hanno perso su scala nazionale oltre 1,2 milioni di spettatori, e oltre 61,7 milioni di euro di spesa.

Il fenomeno che caratterizza su larga scala tutta l'offerta di concerti di pop, rock e leggera a livello nazionale, vale a dire la minore concentrazione di eventi negli stadi e nelle arene, a favore di un'offerta più frammentata tra palasport e venue di dimensioni più contenute, è particolarmente visibile in Emilia-Romagna. Rispetto al 2023, per il comparto analizzato, la regione di Bologna registra una flessione sia nel pubblico (-8,4%, oltre 230 mila persone in meno) che nella spesa (-19,5%, pari a circa 21,7 milioni di euro).

Analizzando le prime venti posizioni nella regione in termini di incassi, si intuisce come tale calo sia riconducibile a una minore concentrazione degli eventi di musica rock, pop e leggera negli stadi e nelle grandi arene, come la RCF Arena di Reggio Emilia o lo Stadio Dall'Ara di Bologna. Nel 2023 tra i primi 20 live, i 13 eventi tenutisi nelle arene e negli stadi hanno fatto registrare 565.895 spettatori, catalizzando il 20,5% del pubblico totale di concerti del comparto nella regione; nel 2024, invece, gli eventi nella top 20 delle stesse arene e stadi sono solo 5, e hanno raccolto solo il 9,7% del pubblico, attraendo 243.953 persone. In termini economici, più della metà della flessione della spesa – oltre 12,6 milioni in cifre assolute – è effettivamente concentrata proprio nelle prime venti posizioni, e dunque attribuibile alla riduzione di eventi di tale calibro: è il caso del Dall'Ara di Bologna, ad esempio, che nell'anno precedente ha ospitato

⁰⁴ Ai fini della presente analisi, il termine "grandi venue" fa riferimento ad un aggregato eterogeneo di luoghi (stadi, grandi arene e grandi spazi all'aperto, autodromi, ippodromi e aeroporti) capaci di accogliere eventi a pagamento da almeno 30.000 spettatori.

quattro date di Vasco Rossi, oltre a Marco Mengoni e Tiziano Ferro.

In tour tra le regioni d'Italia

In numeri assoluti, la Lombardia primeggia sia per la spesa che per gli spettacoli che per gli spettatori. La geografia dell'offerta riflette la forza organizzativa del Nord Italia, con la già citata Lombardia in testa (7.158 concerti, pari al 18% del totale), seguita da Emilia-Romagna (12%), Piemonte (9%) e Lazio (8%). Malgrado sia solo al quarto posto in termini di offerta, il Lazio è la regione più virtuosa sia per l'introito medio per spettacolo (42,9 mila euro) che per af-

anche grandi bacini come Emilia-Romagna (71%) e Piemonte (70%). La macro-area delle Isole (44%) mostra la minore caratterizzazione, complice una minore presenza di tour internazionali e la maggiore incidenza di rassegne e festival di altri generi.

Gli italiani sotto palco

In Lombardia il 24% dei concerti e il 31% della spesa nazionale

La Lombardia domina anche per spettatori: 24% del totale nazionale con concerti mediamente più affollati (824 spettatori per evento contro la media di 620) e una spesa che vale il 31% del totale italiano. Il Lazio conquista il secondo posto per offerta (11%), con la partecipazione media più alta in asso-

luto: 855 spettatori per spettacolo. Seguono Emilia-Romagna (10%) e Campania, quest'ultima con 803 spettatori medi che testimoniano come eventi più concentrati e partecipati possano dipendere da una minore offerta. La

Sicilia (705 spettatori medi) conferma questa dinamica, mentre l'Umbria (290) rivela la propria specificità: è l'unica regione dove il jazz supera pop, rock e leggera per partecipazione media, grazie alle tradizionali edizioni estive ed invernali dell'*Umbria Jazz*.

Sul fronte economico, il Lazio primeggia con 50,14 euro di spesa media per spettatore, seguito da Lombardia (47,24) e Toscana (44,98). Il divario territoriale è netto: tutte le regioni del Sud si attestano sotto la media nazionale di 37,23 euro, con una media meridionale di 25,35 euro e quella delle Isole di 29,69 euro. È particolare il caso della Liguria, che presenta una spesa media di 24,95 euro, ma con un boom a febbraio (79,12 euro) legato al Festival di Sanremo.

Il numero di locali attivi è salito a 12.198 (+2,8%) e gli organizzatori arrivano a 10.665 (+4,1%), con una distribuzione abbastanza omogenea tra territori. La Lombardia è la regione con più locali in termini relativi (74 per 1.000 km²), seguita da Marche ed Emilia-Romagna. Le regioni del Mezzogiorno, con l'eccezione di Abruzzo (483), Campania (714) e Puglia (844), non mostrano invece la stessa densità: basti pensare che in Sicilia e in Sardegna ogni 1.000 km² ci sono rispet-

Il Lazio è la regione più virtuosa per introito medio e affluenza media

fluenza media (855 spettatori), entrambe evidenze di buona capitalizzazione dello sforzo organizzativo sul territorio. Sull'affluenza media, sono ottimi i risultati del Sud Italia: dopo il Lazio e la Lombardia (824), infatti, troviamo la Campania (803), la Sicilia (705), la Puglia (676) e l'Abruzzo (584). Tuttavia, la densità di eventi rispetto alla popolazione cambia la prospettiva: primeggiano Trentino-Alto Adige (1,1), Abruzzo, Emilia-Romagna e Friuli-Venezia Giulia, tutti con almeno un concerto ogni mille abitanti, mentre Sicilia e Calabria risultano più penalizzate.

L'Umbria è unica regione in cui la partecipazione media per pop, rock e leggera è superata dal jazz

Il Lazio guida per spesa media unitaria (50,14 euro)

Al Mezzogiorno brillano Puglia (2.381 spettacoli) e Campania (2.208); Molise e Abruzzo emergono per la maggiore concentrazione estiva: rispettivamente l'81% e il 79% degli spettacoli si sono svolti tra giugno e settembre, con buon riscontro di pubblico (87% e 79%). All'estremo opposto, le regioni del Nord-Ovest presentano un'offerta caratterizzata da una maggiore destagionalizzazione: solo il 48% degli spettacoli e il 54% degli spettatori in estate.

Complessivamente, l'offerta di musica pop, rock e leggera domina in tutte le regioni tranne due eccezioni significative: la Toscana, dove si equivale con la classica (45% ciascuno), e la Sicilia, dove la classica prevale di poco (40% contro 39%). Tra le regioni più caratterizzate dal genere non solo piccole realtà come il Molise (73%), ma

Puglia e Campania guidano il Mezzogiorno

tivamente 19 e 17 locali, meno della metà della media nazionale.

Jazz

Jazz in progress: il genere cresce restando di nicchia

Il panorama jazzistico italiano ha registrato, nel 2024, 7.141 concerti, in aumento del 6,9% rispetto al 2023, quando erano 6.682. Dall'osservazione dell'intero settore emerge che il jazz rappresenta solo l'11% dei concerti e raduna solo il 4% del pubblico del macro-aggregato, sostenendo il 2% della spesa. Questo conferma il jazz come un genere di nicchia, anche se gli spettatori, 1,2 milioni nell'anno, sono aumentati del 18,6% rispetto al 2023. La spesa del pubblico è stata di 17,7 milioni di euro, costante rispetto al 2023 (+0,7%). In termini relativi, il jazz risulta il genere più accessibile in ambito concertistico: la spesa media unitaria per spettatore (15,11 euro, in calo del 15,1% rispetto all'anno precedente) è meno della metà di quella dei concerti nel loro complesso (34,13 euro).

Il mese di luglio ha segnato il picco dell'attività jazzistica, con 1.322 spettacoli (43 al giorno) e 339.998 spettatori (29% del totale annuo), supportato da una partecipazione media per concerto di 257 persone (contro la media annua di 164). Agosto segue a distanza con 866 spettacoli e 150.909 spettatori (13%). I periodi meno dinamici sono stati gennaio-febbraio e l'ultimo trimestre dell'anno, con una partecipazione media tra 126 e 134 persone. Rispetto alla spesa, i mesi estivi, oltre ad essere quelli più partecipati, sono stati anche quelli in cui mediamente si è speso di meno (12,69 euro a luglio e 10,84 ad agosto).

L'Italia dei festival jazz

Con 1.022 spettacoli nell'anno, la Lombardia guida la classifica dei concerti jazz (14% del totale nazionale), seguita da Lazio (790, 11%) e Sicilia (785, 11%). Grazie

anche al risultato positivo della Sardegna, la macro-area delle Isole ha totalizzato il 18% dei concerti in Italia, più che al Sud e nel Nord-Est (ciascuno con il 17% del totale) e dopo Centro (25%) e Nord-Ovest (23%).

Per spettatori, la Lombardia mantiene il primato (17%), seguita questa volta dalla Sicilia (13%) e dall'Umbria (12%). L'analisi della distribuzione annua di spettacoli e spettatori permette di evidenziare che, in alcune regioni più che in altre, la programmazione appare fortemente influenzata da festival e rassegne, molti dei quali ormai di consolidata esperienza. Ad esempio, mentre in Sicilia, salvo una maggiore vivacità a luglio e agosto, la distribuzione annua di attività e partecipazione è stata piuttosto omogenea, per l'Umbria è facile notare un picco significativo nel mese di luglio (67% degli spettacoli, 89% degli spettatori), mese, lo si è appena ricordato, in cui si tiene l'*Umbria Jazz*⁵.

Anche altre regioni seguono dinamiche simili: in Piemonte ad aprile (*Torino Jazz Festival*), nel Lazio d'estate (programmazione all'aperto della Casa del Jazz di Roma, intitolata *Summertime*) e a novembre (*Roma Jazz Festival*), in Emilia-Romagna tra ottobre e novembre (*Bologna Jazz Festival*), in Molise a luglio e agosto (*Eddie Lang Jazz Festival* di Monteroduni), in Toscana a luglio (quando si infittisce il calendario di *Pisajazz*).

Il jazz italiano parla umbro

Grazie a *Umbria Jazz*, la regione ha registrato la partecipazione media agli spettacoli più elevata: 470 spettatori per evento, che salgono a 625 a luglio. In questo mese, infatti, l'Umbria ha concentrato il 16% dei concerti jazz realizzati sul territorio nazionale e il 38% del pubblico complessivo. Peraltro, il risultato umbro è eccezionale anche se paragonato a quello del

2023: basti considerare che la partecipazione ha subito un aumento del 216%, an-

**Lombardia,
Sicilia
e Umbria
sul podio
per numero
di spettatori**

oltre
7
mila
concerti

12
milioni
di spettatori

17,7
milioni di euro
di spesa

**Luglio
è il mese
più caldo
per il jazz**

⁰⁵ Il festival si tiene a Perugia dal 1973.

che a fronte di un'offerta lievemente minore (-1%). L'*Umbria Jazz* non è stato l'unico appuntamento di richiamo in regione, se si pensa che nell'anno analizzato anche il prestigioso *Festival dei Due Mondi* di Spoleto ha riservato particolare spazio al jazz. Si può evidenziare, inoltre, una tendenza alla destagionalizzazione verso i mesi invernali, soprattutto gennaio e dicembre, grazie all'iniziativa *Umbria Jazz Winter*⁰⁶ che realizza a Orvieto una programmazione nel periodo delle festività natalizie.

L'Umbria ha registrato la spesa media unitaria più bassa per spettatore, oltre ad essere tra le regioni in cui il jazz è il genere meno costoso. In altre regioni, invece, è più economica la musica classica ma il jazz si conferma in seconda posizione. Solo in Basilicata il jazz è risultato il genere con la spesa unitaria media più alta (10 euro), pur rimanendo su livelli assoluti molto bassi.

Nel 2024, infine, si contano 2.324 i locali attivi per concerti di jazz, (+1,4% sul 2023). Le regioni con più strutture sono Lombardia (262), Toscana (219) e Piemonte (204), mentre, in rapporto alla superficie, prima della Lombardia si posizionano le Marche, con una media di 12 locali attivi ogni 1.000 km². Gli organizzatori sono stati 1.195 nell'anno, in aumento del 3,8% rispetto al 2023.

Tutti quanti voglion fare il jazz

Le regioni in cui il jazz ha avuto un peso specifico maggiore sono state la Sardegna (26% dei concerti totali) e l'Umbria (22%). Trainate dal risultato della Sardegna e da quello della Sicilia (21%), le Isole rappresen-

tano la macro-area maggiormente connotata, mentre, all'estremo opposto, il jazz è meno caratterizzante per il Nord-Est (8%). In termini di pubblico, senza sorprese, l'Umbria è la regione in cui il genere è più sentito (37% degli spettatori), seguita dalla Valle d'Aosta (21%), Sardegna (11%) e Sicilia (10%). L'Umbria è l'unica in cui il jazz – e non già pop, rock e leggera – è il settore più partecipato. In altre tre regioni il jazz è, dopo la musica leggera e prima di quella classica, il secondo settore per partecipazione media: si tratta di Friuli-Venezia Giulia, Marche e Molise.

Se si guarda alla partecipazione relativa (spettatori ogni 1.000 residenti), dopo il risultato atipico dell'Umbria (171), segue la Sardegna (48 spettatori ogni 1.000 abitanti), grazie ai suoi 74.531 partecipanti, 37.128 dei quali nel mese di agosto. Anche in questo caso è stato notevole l'impatto dei festival, in particolare di *Time in Jazz*⁰⁷, realizzato a Berchidda (SS) e in varie località della Gallura, con la direzione artistica di Paolo Fresu. L'isola dimostra, in generale, un grande fermento: oltre a *Time in Jazz*, le blue notes hanno animato l'estate sarda anche grazie alla rassegna *Dromos Festival*, organizzata dall'omonima associazione culturale, che con l'evento di Goran Bregović e The Wedding and Funeral Band il 13 agosto ha portato a Neoneli (Oristano) oltre 1.855 persone.

Per partecipazione relativa seguono ancora la Sicilia (31 spettatori ogni 1.000 abitanti) e le Marche (30). Coerentemente con quanto detto, sveltano le macro-aree del Centro e delle Isole, mentre al Nord e al Sud la partecipazione relativa del pubblico mostra risultati più ridimensionati.

⁰⁶ L'iniziativa è stata lanciata nel 1993 ad Orvieto (TR).

⁰⁷ Il festival si tiene dal 1988. L'edizione 2024 si è svolta dall'8 al 16 agosto.

I TOP AL BOTTEGHINO / CONCERTI DI MUSICA LEGGERA

Come lo scorso anno si registra il predominio degli artisti internazionali nei concerti di musica pop, rock e leggera in Italia, con eventi che attraggono decine di migliaia di spettatori e incassi milionari, anche grazie ai grandi spazi all'aperto disponibili nel periodo estivo. In cima alle due classifiche troviamo il rock degli AC/DC con oltre 102.000 presenze nell'unica serata emiliana. Milano e Roma si confermano capitali dei grandi eventi, ospitando le esibizioni di star mondiali come Coldplay, Taylor Swift, Metallica e Travis Scott. L'unico artista italiano in grado di inserirsi tra i giganti internazionali è Max Pezzali, con il suo pop nostalgico e transgenerazionale.

Classifica per spesa al botteghino 2024

POSIZIONE	LUOGO	ARTISTA
1	RCF ARENA - REGGIO NELL'EMILIA - 25/05/2024	AC/DC
2	STADIO OLIMPICO - ROMA - 13/07/2024	COLDPLAY
3	STADIO OLIMPICO - ROMA - 12/07/2024	COLDPLAY
4	STADIO OLIMPICO - ROMA - 15/07/2024	COLDPLAY
5	STADIO OLIMPICO - ROMA - 16/07/2024	COLDPLAY
6	IPPODROMO DEL TROTTO - MILANO - 29/05/2024	METALLICA
7	IPPODROMO DEL TROTTO - MILANO - 23/07/2024	TRAVIS SCOTT
8	RCF ARENA - REGGIO NELL'EMILIA - 21/07/2024	RAMMSTEIN
9	STADIO MEAZZA - MILANO - 14/07/2024	TAYLOR SWIFT
10	STADIO MEAZZA - MILANO - 13/07/2024	TAYLOR SWIFT

Classifica per spettatori 2024

POSIZIONE	LUOGO	ARTISTA	SPETTATORI
1	RCF ARENA - REGGIO NELL'EMILIA - 25/05/2024	AC/DC	102.894
2	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 16/06/2024	GREEN DAY	78.500
3	IPPODROMO DEL TROTTO - MILANO - 29/05/2024	METALLICA	72.637
4	IPPODROMO DEL TROTTO - MILANO - 23/07/2024	TRAVIS SCOTT	71.512
5	IPPODROMO DEL TROTTO - MILANO - 04/06/2024	LANA DEL REY	66.904
6	IPPODROMO DEL TROTTO - MILANO - 12/07/2024	STRAY KIDS	66.110
7	STADIO MEAZZA - MILANO - 14/07/2024	TAYLOR SWIFT	64.276
8	STADIO MEAZZA - MILANO - 13/07/2024	TAYLOR SWIFT	64.125
9	STADIO OLIMPICO - ROMA - 27/06/2024	MAX PEZZALI	64.108
10	STADIO OLIMPICO - ROMA - 15/07/2024	COLDPLAY	62.978

MOSTRE



158 mln

euro

SPESA

↑ +4% vs 2023

16,9 mln

PARTECIPANTI

↑ +2,6% vs 2023



SPESA MEDIA UNITARIA PER PARTECIPANTE

↑ +1,4% vs 2023

9,34 €

87.023

GIORNATE DI APERTURA DELLE MOSTRE

↑ +10,3% vs 2023

948

LOCALI

↑ +7% vs 2023

INTROITO MEDIO PER SPETTACOLO

↑ -5,7% vs 2023

1.816 €



MO STRE

01 Per il settore Mostre, normalmente un'unità di spettacolo equivale ad 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). Per semplicità, la trattazione del presente capitolo identifica gli spettacoli del settore Mostre con le giornate di apertura delle esposizioni.

02 Con riguardo all'aumento delle durate delle mostre, si veda <https://www.tribune.com/arti-visive/2024/10/convivenza-musei-mostre-forzata-ma-inevitabile/>, consultato in data 23 aprile 2025.





Nel 2024 in Italia sono state 87.023 le giornate di apertura delle mostre¹, con una media di 238 eventi disponibili quotidianamente sul territorio nazionale.

L'affluenza ha raggiunto 16,9 milioni di visitatori, generando una spesa complessiva di 158 milioni di euro. Rispetto al 2023, il numero di giornate e quello di visitatori sono aumentati rispettivamente del 10,3% e del 2,6%, mentre la spesa del pubblico è cresciuta del 4%. I volumi di attività e partecipazione, pertanto, hanno consolidato i risultati dell'anno precedente.

L'aumento delle giornate di apertura può essere imputato sia a un maggior numero di mostre realizzate, sia a un prolungamento della loro durata, oppure dalla combinazione di entrambi i fattori². La forbice tra l'aumento delle attività e la contrazione del numero di partecipanti, inoltre, permette di rilevare un calo nella partecipazione media per giornata di mostra, passata da un valore di 209 persone per evento nel 2023 alle 194 del 2024 (-7%).

Sul fronte della diffusione territoriale, infine, rispetto al 2023 sono aumentate del 4% le sedi espositive raggiungendo quota 948, mentre il numero degli organizzatori è rimasto stabile (547).

238

eventi disponibili
quotidianamente

16,9

milioni di visitatori

158

milioni di € di spesa

L'Italia in mostra, tra grandi maestri e nuove tendenze

Il palinsesto delle mostre nel 2024 si è mosso lungo direttrici parallele, oscillando tra la riscoperta dei grandi maestri e l'esplorazione delle frontiere del contemporaneo. Se le retrospettive dedicate a figure cardine come Munch (*Munch. Il Grido interiore*, settembre 2024-gennaio 2025) e Picasso (*Picasso lo straniero*, settembre 2024-febbraio 2025), entrambe realizzate a Palazzo Reale a Milano, hanno consolidato il dialogo con le correnti fondamentali del '900, anche nel contemporaneo si sono registrati fermenti interessanti. Accanto ad Anselm Kiefer a Palazzo Strozzi (*Anselm Kiefer. Angeli caduti*, marzo-luglio 2024) e Willem de Kooning alle Gallerie dell'Accademia di Venezia (*Willem de Kooning e l'Italia*, aprile-settembre 2024), Bergamo ha ospitato le provocatorie installazioni di Marina Abramović (*Breath and Fire*, settembre 2024-febbraio 2025), mentre Punta della Dogana ha accolto le sperimentazioni liminali di Pierre Huyghe (*Pierre Huyghe. Liminal*, marzo-novembre 2024), segno di un'Italia capace di dare spazio alle voci più dirompenti del panorama artistico attuale.

È significativo anche come centri periferici rispetto ai tradizionali circuiti dell'arte abbiano saputo ritagliarsi spazi di visibilità, con Trieste che ha ospitato Van Gogh (febbraio-giugno 2024), Forlì che ha riletto i Pre-raffaeliti con sensibilità contemporanea (febbraio-giugno 2024) e Catania che ha accolto un'importante retrospettiva dedicata a Joan Mirò (gennaio-luglio 2024). La tendenza alla contaminazione disciplinare, esplorata nella mostra sul Futurismo alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma realizzata a cavallo tra 2024 e 2025, ha rivelato un sistema sempre più orientato verso letture trasversali, capaci di far dialogare linguaggi e ambiti apparentemente distanti. La varietà dell'offerta si è espressa anche attraverso mostre che hanno esplorato territori culturali e temporali diversi: dall'esposizione dedicata a Fidia ai Musei Capitolini (novembre 2023-giugno 2024) che ha riportato l'attenzione sul linguaggio classico, fino alla mostra *Tatuaggio. Storie dal Mediterraneo* al Mudec di Milano (marzo-luglio 2024) che ha indagato pratiche artistiche non convenzionali.

I visitatori delle mostre, dalla customer journey alla partecipazione culturale

Come rilevato dall'Osservatorio sui consumi culturali degli Italiani³, nel 2024 la visita a mo-

stre, musei e siti archeologici è stata l'attività culturale dal vivo più diffusa tra i consumatori italiani, con un tasso di partecipazione del 27% a dicembre, in crescita del 29% rispetto allo stesso mese del 2019. Sebbene la rilevazione faccia riferimento ad un ambito più esteso di quello oggetto della presente trattazione⁴, dal report è possibile trarre un'informazione interessante in merito alla capacità delle esposizioni temporanee di trainare un turismo di tipo culturale, spesso di prossimità: il report evidenzia come il 16% degli intervistati abbia visitato mostre nella propria città di residenza, mentre il 17% si sia recato appositamente in visita ad altre località (a cui si aggiunge il 12% dei rispondenti, che ne ha fruito durante soggiorni di vacanza). Rilevante è anche il dato sulla propensione alla spesa: il 61% dei visitatori ha pagato per accedere a mostre nella propria città, percentuale che sale al 69% quando l'esperienza avviene fuori città. L'interesse per le mostre temporanee, in particolare d'arte, appare più marcato nei grandi centri urbani (31%) rispetto ai piccoli centri (19%), ma è interessante notare come il 26% degli intervistati valuti positivamente la qualità dell'offerta espositiva nella propria città, suggerendo un crescente apprezzamento per questa forma di partecipazione culturale.

L'analisi delle modalità di acquisto dei biglietti per le mostre conferma la peculiarità del comparto, in particolare nel confronto con quello dei musei⁵. L'acquisto del biglietto per le esposizioni temporanee, infatti, avviene con un anticipo medio di ventuno giorni rispetto alla visita, contro i quattro che si rilevano per la visita museale. Tale scostamento suggerisce una parziale differenziazione tra i pubblici delle due esperienze di fruizione culturale, con i visitatori delle mostre che, vista la natura di evento dell'attività, tendono a pianificare maggiormente la visita, verosimilmente perché – almeno per la domanda domestica – provengono anche da località più distanti. È possibile osservare che i musei stessi ricorrono spesso a questa tipologia di attività per rinnovare l'interesse del pubblico e, come notato da osservatori interni al settore⁶, propongono riallestimenti periodici delle proprie collezioni (seppur con tempistiche più estese rispetto alle mostre) per consentire nuove letture.

Come descritto in precedenza, anche per il settore Mostre, il 2024 si dimostra una cartina al tornasole dell'avvenuto recupero della partecipazione culturale, pur con evidenti mutamenti, tanto nelle preferenze

⁰³ Indagine realizzata da SWG per Impresa Cultura Italia – Confcommercio.

⁰⁴ Si rammenta che l'aggregato Mostre comprende le mostre culturali (non sono incluse le visite a musei e altri siti culturali, che non rientrano nelle competenze della SIAE).

⁰⁵ Osservatorio di ricerca "Big data e Luoghi della cultura" di MidaTicket. I dati fanno riferimento al biennio 2023-24, durante il quale sono stati monitorati oltre 200 luoghi della cultura italiani. Cfr. <https://www.artribune.com/attualita/2025/03/big-data-musei-italia/>, consultato in data 22 aprile 2025.

⁰⁶ Cfr. <https://www.artribune.com/arti-visive/2024/10/convivenza-musei-mostre-forzata-ma-inevitabile/>, consultato in data 23 aprile 2025.

quanto nelle proposte. Un aspetto che ha ricevuto crescente attenzione – e riscontro di pubblico – in anni recenti è la possibilità di fruire di esperienze più interattive o immersive. Ciò ha portato all'affermarsi delle cosiddette “mostre instagrammabili”⁷, concepite per favorire la condivisione di contenuti – più autorappresentativi che divulgativi – sui profili social dei visitatori. Tale etichetta è stata estesa non solo alle esperienze che, grazie a videoproiezioni e nuove tecnologie, consentono un'immersione nelle opere di un determinato artista, ma anche alle esposizioni che propongono angoli appositamente ideati per scatti fotografici. Nonostante lo scetticismo manifestato da addetti ai lavori e pubblici abituali, questa tendenza rivela il potenziale valore aggiunto di esperienze che, se opportunamente guidate, coinvolgono attivamente il visitatore, trasformandolo da semplice spettatore a partecipante, fino a vero e proprio creatore di senso.

Le stagioni dell'arte e della cultura

Settembre è stato il mese di maggiore fermento per le mostre dal punto di vista del numero di eventi, con 10.176 giornate pari all'11,7% del totale annuo. La distribuzione delle giornate, con il 37,1% concentrato nei mesi estivi⁸, testimonia come il settore sia positivamente correlato al turismo, nonché ad una fruizione tipica del tempo libero. Ciononostante, se si analizza la distribuzione degli spettatori per giornata di mostra, l'associazione tra mostre e turismo appare più forte nella programmazione che nell'effettivo riscontro di pubblico: gli stessi mesi estivi concentrano il 26,3% dei partecipanti (oltre 11 punti percentuali in meno rispetto all'indicatore sugli eventi), mentre i primi mesi risultano ottobre, aprile e maggio.

Tra i fattori che spiegano questa distribuzione, è plausibile che, oltre ai flussi turistici in senso stretto, vi sia il fatto che la partecipazione alle mostre è influenzata dalle visite scolastiche e, quindi, si concentri per questo segmento di pubblico nei periodi delle gite di istruzione. Coerentemente con questa ipotesi, ottobre emerge come il mese con la maggiore concentrazione media di visitatori per spettacolo (269), seguito da aprile (244). In merito al calendario delle mostre, infine, il Molise si distingue per la discontinuità della programmazione, con tutti gli eventi svolti nei mesi di maggio-giugno e settembre.

Le dinamiche regionali tra pubblico, spesa e accessibilità

Anche per le mostre La Lombardia si conferma la prima regione d'Italia per spettacoli, spettatori e spesa. Gli spettacoli risultano pari al 17% del totale nazionale, mentre gli spettatori rappresentano il 24%, dunque con una partecipazione per evento superiore alla media. Per affluenza di pubblico seguono il Veneto (19%) e il Lazio (14%). Nel Mezzogiorno, la Sicilia emerge come prima regione per partecipanti (5% sul totale nazionale), con un aumento di quasi il 20% rispetto all'anno precedente. La regione che fa registrare il maggiore incremento nella partecipazione, ad ogni modo, è il Friuli-Venezia Giulia⁹ (+72%), il quale distacca in maniera significativa la seconda e la terza regione per aumento dei partecipanti, rispettivamente il Veneto (+42,5%) e la Puglia (+23,1%).

È soprattutto sulla spesa che la Lombardia registra il dato più significativo, rappresentando circa un terzo dell'importo complessivamente realizzato in Italia (51,9 milioni di euro). Nella regione si registra, inoltre, una spesa unitaria media per titolo d'ingresso pari a 12,83 euro, seguita a breve distanza da quella della Campania (12,16 euro), e dal Friuli-Venezia Giulia (10,29 euro), laddove la media italiana è di 9,34 euro e il primato per la spesa media unitaria è detenuto dal Trentino (34,66 euro).

Considerato quanto detto in precedenza rispetto alla relazione tra dinamismo culturale (nello specifico le mostre) e flussi turistici, si osserva che, laddove mediamente la proporzione tra arrivi¹⁰ e ingressi alle mostre è di circa 8:1, il rapporto assume una maggiore sproporzione nelle regioni del Sud (18:1). A riprova di ciò, il Veneto, che è la regione con maggiore afflusso turistico, occupa la seconda posizione per partecipanti alle mostre, mentre il 18% degli arrivi turistici complessivi registrati dal Mezzogiorno non si riflette proporzionalmente nel numero di spettatori (10% del totale nazionale). Rispetto alle cause di tali fenomeni è possibile formulare diverse ipotesi, tra cui un turismo più orientato alle destinazioni balneari nonché i maggiori ostacoli logistici intra- e interregionali nel Mezzogiorno, il cui combinato disposto potrebbe contribuire alla spiegazione dei dati rilevati. Ciononostante, l'offerta nel Mezzogiorno rivela all'analisi una grande vivacità dell'iniziativa privata e un grande fa-

La Lombardia si conferma la prima regione d'Italia per spettacoli, spettatori e spesa

Settembre è stato il mese di maggiore fermento per le mostre

⁰⁷ Cfr. <https://www.ilpost.it/2023/02/09/mostre-instagrammabili/>, consultato in data 23 aprile 2025.

⁰⁸ Sono considerati i mesi da giugno a settembre.

⁰⁹ Si rammenta che Trieste, nel 2024, ha ospitato, tra le altre, due mostre temporanee di elevato richiamo dedicate a Van Gogh e Ligabue.

¹⁰ Le elaborazioni qui riportate sono effettuate su dati Istat 2023 (ultimi dati disponibili al momento della redazione del presente documento).

vore del pubblico nei confronti delle scelte espositive, come testimonia la Sicilia con la mostra *Van Gogh - The Immersive Experience* a Catania (dal 15 novembre al 30 dicembre, 5.934 visitatori), *Miró - La gioia del colore* (169 giornate, 15.544 visitatori), le mostre *Caravaggio: la verità della luce* a Catania (dal 2 giugno al 6 ottobre) - e *La Sicilia di Caravaggio* a Noto (218 giornate, per un totale di 59.298 visitatori). L'iniziativa privata si muove anche nei centri minori, con selezioni che denotano un interesse culturale anche in luoghi decisamente meno turistici e diversi dai capoluoghi di provincia: è il caso della retrospettiva *Andy Warhol Flashback* a Lamezia Terme, iniziata già nel dicembre 2023 fino al marzo successivo, con 51 giornate di apertura nel 2024. Ma è a Reggio Calabria che la pop-art vince, con la mostra *Pop to Street Art: Influences* (con un totale, tra le location di Palazzo della Cultura e l'Accademia delle Belle Arti, di 171 spettacoli e 4.535 visitatori, dal 20 luglio al 10 novembre). La diffusione delle esposizioni sia nei centri urbani maggiori che in quelli più piccoli si conferma anche in Puglia, con risultati che dimostrano che l'interesse culturale è vivo e radicato anche in luoghi tradizionalmente deputati al turismo balneare: è il caso, ad esempio, di Otranto con *Frida Khalo*, e di mostre di settore come *Oliviero Toscani - Professione Fotografo* al Museo Civico Archeologico di Vieste e Monopoli.

In termini di affollamento medio giornaliero delle mostre, il primato della Lombardia (269 persone per giorno di mostra) è immediatamente seguito dal Lazio (268) e, con un discreto scarto, dalla Liguria (205). Nel Mezzogiorno, si distingue positivamente la Sicilia (173), per quanto ancora al di sotto della media italiana di 194. Per la proporzione tra partecipazione e popolazione, invece, la regione che riporta il più alto rapporto tra spettatori e abitanti è la Valle d'Aosta (0,77 partecipanti ogni abitante), seguita dal Veneto (0,65) e dal Piemonte (0,45). Mentre per la regione del Nord-Est è intuibile l'effetto dei consistenti flussi turistici (come ricordato in precedenza, il Veneto è primo per numero di arrivi), per le restanti due è possibile ipotizzare che si tratti - almeno in parte - di un effetto dell'Abbonamento Musei, iniziativa di valorizzazione congiunta ormai radicata (soprattutto in Piemonte), che consente l'ingresso libero e illimitato a buona parte dei luoghi della cultura delle regioni interessate¹¹ (si noti

che i siti valdostani sono compresi in tutte e tre le card acquistabili).

la Puglia è la regione che fa registrare l'aumento più significativo delle sedi espositive (+68%)

In termini di diffusione delle mostre sul territorio e della relativa variazione negli anni, la Puglia è la regione che fa registrare l'aumento più significativo delle sedi espositive (+68%), che porta ai 42 luoghi rilevati nel 2024, seguita a lungo raggio dalla Toscana (+22%) che, d'altro canto, poteva già contare su un maggiore numero di location (diventano 102 nell'anno analizzato). Le regioni con il numero maggiore di locali in termini assoluti, tuttavia, sono la Lombardia e il Veneto, e la situazione cambia solo leggermente

se si rapportano tali locali all'estensione delle regioni: in questo caso, primeggia il Veneto, con 6,7 locali per 1.000 km², seguito da Lombardia (6,2) e Lazio (5,6). In generale, a fronte di una media italiana di 3 locali ogni 1.000 km², la maggiore concentrazione si riscontra al Nord e al Centro, mentre quella delle Isole e del Sud risulta inferiore, rispettivamente con valori di 1,6 e 1,3 per tale indicatore. Le regioni che presentano la minore capillarità delle sedi espositive sul territorio e che, pertanto, impongono maggiori tempi di percorrenza per gli abitanti che vogliano fruire di mostre, sono la Basilicata e la Sardegna, entrambe con 0,5 locali per 1.000 km².

Infine, se nelle diverse aree del Paese è possibile identificare delle differenziazioni della domanda, nonché della distribuzione del numero di attività, in parte è possibile farlo anche riguardo alla tipologia di eventi espositivi e alle discipline interessate. Alcuni centri urbani, in particolare, negli ultimi anni hanno acquisito o confermato una specializzazione tematica: è il caso di Torino, che con l'inaugurazione del festival EXPOSED¹² si afferma come luogo di elezione per la fotografia in Italia, "creando una sinergia unica tra festival e contesto urbano"¹³. Ma sulla fotografia, è al Sud il dato sorprendente: in Puglia, ad aver partecipato alle esposizioni sulla fotografia di Bari, Trani, Monopoli, Vieste e Matino è stato oltre il 30% del pubblico totale di visitatori delle mostre nella regione.

¹¹ L'Abbonamento Musei del Piemonte è nato da un'iniziativa dell'omonima associazione, istituita allo scopo nel 1995. Nel 2015 l'iniziativa è stata replicata dalla Regione Lombardia. Entrambe le card, quelle del Piemonte e della Lombardia, dal 2019 consentono l'ingresso ai siti valdostani. È possibile acquistare alternativamente la formula Piemonte e Valle d'Aosta, Lombardia e Valle d'Aosta e quella comprensiva dei siti delle tre regioni.

¹² Il festival, organizzato dalla Fondazione per la Cultura Torino in rete con enti e istituzioni culturali della città, si è tenuto dal 2 maggio al 2 giugno 2024 e ha visto la realizzazione di 28 mostre in 23 sedi cittadine.

¹³ La fotografia italiana verso la transmedialità, l'inclusività e la sostenibilità in "Io sono Cultura 2024", p. 215. Articolo realizzato in collaborazione con Fiorenza Pinna.



DISCOTECHE E SALE DA BALLO



201

mila SPETTACOLI

↑ +1,8% vs 2023

34 mln

PARTECIPANTI

↑ +0,5% vs 2023

497 mln euro

SPESA

↑ +1,3% vs 2023

LOCALI

↑ +7% vs 2023

14,59

euro**SPESA MEDIA UNITARIA
PER PARTECIPANTE**

↑ +0,8% vs 2023

22.091

2.473

euro**INTROITO
PER SPETTACOLO**

↓ -0,5% vs 2023



DISCO TECHE E SALE DA BALLO¹

01 SIAE, a partire dal 2024, ha scelto di non includere nel Rapporto i dati del settore degli Intrattenimenti Musicali, i cosiddetti "concertini". Ciò si è reso necessario a seguito della modifica introdotta da SIAE, che ha previsto criteri di calcolo del Diritto d'Autore che si basano solo in parte sui fatturati degli utilizzatori. Per garantire coerenza e omogeneità nei confronti temporali, si è dunque scelto di ritardare anche le annualità precedenti escludendo il settore in oggetto, in modo da mantenere la linearità dell'analisi. L'aggregato "Ballo" del Rapporto 2023, per evitare una possibile sovrapposizione semantica, è stato qui rinominato "Discoteche e sale da ballo".





Si balla ancora, ma la musica è cambiata

Nel 2024, il settore delle sale da ballo e delle discoteche in Italia ha mostrato segnali incoraggianti rispetto all'anno precedente, con lievi espansioni sia nel livello di offerta che in quello di partecipazione. Se gli eventi sono aumentati dell'1,8%, raggiungendo quota 200.846, la crescita delle presenze ha seguito un ritmo più lento, con un aumento dello 0,5% che ha portato a 34.034.988 di partecipanti nell'anno. Sul fronte economico, la spesa ha registrato un incremento dell'1,3%, arrivando a 496.640.893 di euro. Aumentano gli organizzatori: 20.148 nel 2024 (+7,4% rispetto all'anno precedente).

oltre

201 mila

spettacoli

+1,8% vs 2023

34mln

partecipanti

+0,5% vs 2023

La spesa
ha registrato
un incremento
dell'1,3%,
arrivando
a 496,6 mln
di euro

02 Cfr: https://www.repubblica.it/cronaca/2024/05/14/news/le_macerie_delle_discoteche_abbandonate_2100_chiuse_negli_ultimi_14_anni_le_piu_grandi_e_belle_in_europa_meta_sono_ban_422943542/ (consultato in data 9 luglio 2025).

03 Rapporto FIPE 2024, disponibile su: <https://www.fipe.it/wp-content/uploads/2025/04/Rapporto-FIPE-2024-WEB.pdf>

04 Rapporto FIPE 2023, disponibile su: <https://www.fipe.it/wp-content/uploads/2025/04/Rapporto-FIPE-2023-WEB.pdf>

05 Rapporto tra spesa e spettatori.

La partecipazione rimasta pressoché invariata rispetto al 2023, unita al pur modesto incremento dell'offerta (+1,8%), si traduce in un minore affollamento per singolo evento: 169,5 persone in media nel 2024 contro le 171,7 del 2023. Allo stesso tempo, è aumentata di poco la spesa media unitaria degli spettatori, che ha raggiunto quota 14,59 euro (+0,8%), riflettendo probabilmente gli adeguamenti inflattivi. L'effetto combinato di una partecipazione stabile e di una maggiore spesa individuale ha generato l'aumento del fatturato rispetto al 2023, segnalando una cauta ripresa economica del settore.

Come evolve il panorama della nightlife

I dati introdotti sono coerenti con la profonda trasformazione che sta interessando l'intrattenimento notturno in Italia, dove le discoteche tradizionali cedono sempre più il passo a nuovi format e modalità di fruizione.

La ristrutturazione del settore emerge chiaramente dai numeri: dall'1 gennaio 2010 al 31 dicembre 2023 sono state 2.698 le imprese che, iscritte come attività di discoteca, sala da ballo e night club, si sono cancellate dalla Camera di commercio provinciale, a fronte di solo 630 nate nello stesso periodo, con un saldo negativo di 2.068 locali da ballo persi in quattordici anni².

Attualmente, secondo il report 2024 di FIPE³, si registrano appena 2.512 discoteche, sale da ballo, nightclub e simili attive su tutto il territorio nazionale, mentre nel 2023 se ne contavano 2.560⁴.

Le ragioni di questa evoluzione sono molteplici. Gli ultimi anni hanno accelerato un processo di cambiamento già in atto, con i giovani sempre più propensi a socializzare online e a ricercare esperienze di intrattenimento più personalizzate. Il modello della discoteca tradizionale, basato sul ballo in un ambiente al chiuso e affollato, appare ormai superato e inadatto alle esigenze

di una generazione che ricerca esperienze più coinvolgenti e diversificate, come festival musicali. A questo si aggiunge il fenomeno dei locali abusivi e degli eventi non autorizzati, che ha contribuito a spostare parte della movida notturna fuori dai circuiti ufficiali, così come l'aumento della partecipazione a free party, eventi musicali autogestiti che rispondono al desiderio di vivere esperienze libere da vincoli commerciali.

Il vento caldo dell'estate accende le piste da ballo

Il calendario delle discoteche e delle sale da ballo segue un andamento fortemente influenzato dalla stagionalità. Come di consueto, anche nel 2024 il maggiore dinamismo si è verificato nei mesi estivi, in particolare quelli da giugno ad agosto, in cui si concentra il 32% degli eventi, il 39% delle presenze e il 40% della spesa. Agosto si conferma il mese di punta, con una media di 225 persone per evento, ben al di sopra della media annuale di 169,5. Questo picco è alimentato verosimilmente dalla riapertura di molti locali all'aperto e dall'organizzazione di grandi eventi e rassegne, che rafforzano il legame tra il ballo e l'esperienza festiva, leggera, talvolta turistica. All'opposto, i mesi primaverili (soprattutto aprile e maggio) e quelli autunnali (settembre-novembre) si contraddistinguono per una flessione delle attività, probabilmente influenzata dal minore tempo libero e dalla concorrenza di altre forme di intrattenimento. La spesa unitaria media⁵ per gli spettacoli nel 2024 è di 14,59 euro, con una variazione del +0,8%. Dicembre si distingue come il mese con la spesa media unitaria più elevata dell'anno: 20,87 euro per spettatore, verosimilmente riconducibile ai festeggiamenti per Capodanno.

Un'Italia che balla a ritmi diversi, e il forte impatto delle vacanze

Anche per le discoteche e le sale da ballo i comportamenti riscontrati nelle diverse regioni italiane non sono omogenei. Il Nord-Ovest guida la classifica per numero di eventi (38% del totale), trainato dalla Lombardia (45.193) e dal Piemonte (23.286), rispettivamente prima e seconda regione in Italia. La Lombardia resta in testa anche per numero di partecipanti (7,8 milioni, 23% del totale nazionale), mentre il Piemonte si posiziona al terzo

169,5
persone in media nel 2024

posto (3,5 milioni), preceduto dall'Emilia-Romagna (4 milioni). Tra le macro-aree, il Sud accoglie l'8% del pubblico nazionale (2,7 milioni), mentre le Isole il 5% (1,7 milioni). Performano meglio il Nord-Est e il Centro, rispettivamente con il 26% e il 24% dei partecipanti agli eventi.

Rapportando questi dati alla popolazione, emergono ulteriori difformità. La media nazionale è di 3,4 spettacoli ogni 1.000 abitanti, ma le Marche raggiungono quota 8, seguite dalla Valle d'Aosta (7,8) e dall'Umbria (6,7). Per quanto riguarda la partecipazione, la Valle d'Aosta primeggia con 1,6 partecipanti per abitante, valore probabilmente influenzato dal turismo invernale ma non solo: i mesi di maggiore attività risultano, infatti, quelli da gennaio a marzo, dicembre e, soprattutto, agosto. Le Marche (1,3 partecipanti per abitante) e l'Umbria (1,1) completano le prime tre posizioni. In generale, Nord e Centro hanno un dinamismo maggiore rispetto al Sud e alle Isole, dove tutte le regioni si collocano sotto la media.

Tuttavia, come già dimostrato dal caso valdostano, la distribuzione di spettacoli e partecipanti nel corso dell'anno fa emergere ancora una volta l'associazione tra discoteche/sale da ballo e vacanza. Mentre a livello

Il maggiore dinamismo si è verificato nei mesi estivi, in particolare quelli da giugno ad agosto, in cui si concentra il 32% degli eventi, il 39% dei partecipanti e il 40% della spesa

Il Nord-Ovest guida la classifica per numero di eventi (38% del totale), trainato dalla Lombardia (45.193) e dal Piemonte (23.286)

La Sardegna guida la classifica della spesa media unitaria per spettatore, con 30,79 euro

nazionale i mesi di luglio e agosto concentrano il 28% del pubblico totale dell'anno, in alcune regioni a forte vocazione balneare lo stesso indicatore sale sensibilmente: 77% in Calabria, 55% in Sardegna e 50% in Puglia. Tali dati confermano la già richiamata influenza del turismo sul comparto e la marcata stagionalità dei flussi turistici.

La Sardegna guida la classifica della spesa media unitaria per spettatore, con 30,79 euro (che salgono a 37,08 euro nei mesi estivi⁶), ben oltre la media nazionale di 14,59 euro. Segue con un discreto scarto la Campania con 21,50 euro (26,68 euro in estate). In generale, si spende meno nelle regioni del Nord-Ovest (13,60 euro), dove, peraltro, nei mesi estivi il valore subisce una leggera riduzione, e del Centro (14,31 euro). Dall'altro lato, la spesa media è più elevata al Sud (17,78 euro) e nelle Isole (17,64 euro), con aumenti significativi durante l'estate. Queste variazioni permettono di formulare ipotesi in merito alle diverse proposte di valore in ciascuna località, suggerendo una clientela con una maggiore propensione alla spesa durante le vacanze e un'offerta differenziata per soddisfare preferenze e portafogli di pubblici eterogenei.

⁰⁶ Il dato considera i mesi da giugno a settembre.

PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI



37.246

GIORNATE DI APERTURA

↑ +14,7% vs 2023

23,1 mln

VISITATORI

↑ +5,9% vs 2023

341 mln

euro

SPESA DEL PUBBLICO

↑ +2,8% vs 2023

13.000

INGRESSI AL GIORNO
A ROMA, AL "CHRISTMAS
WORLD VILLA BORGHESE"

51,5%

INGRESSI NEI PARCHI
DIVERTIMENTO
A LUGLIO E AGOSTO

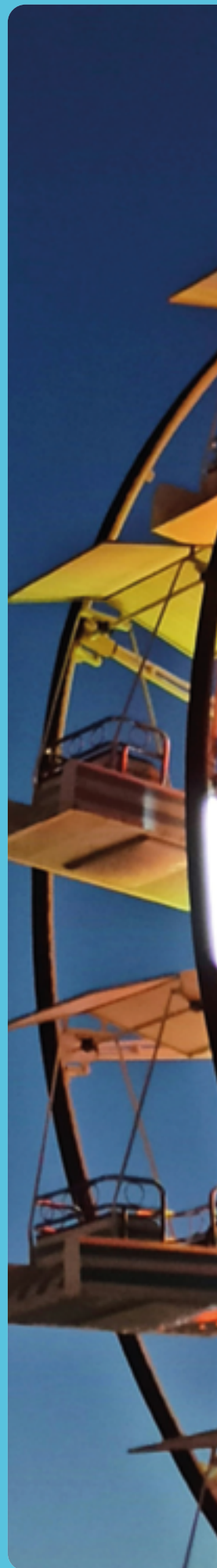
306,7 mln

EURO SPESI
NEI PARCHI
DIVERTIMENTO

↑ +1% vs 2023



PARCHI E ATTRA ZIONI VIAG GIANTI





Forma di intrattenimento radicata nella cultura popolare e nelle abitudini italiane di consumo degli ultimi decenni, i parchi divertimento e le attrazioni viaggianti restano un fenomeno vivo e in evoluzione.

Il settore è sinonimo di svago diffuso su tutto il territorio italiano, contribuendo all'offerta ricreativa del Paese e arricchendo la proposta turistica di grandi e piccoli centri. Nel corso del 2024 sono stati registrati 37.246 spettacoli, con un incremento del 14,7% rispetto al 2023, quando ne erano stati rilevati 32.465; i partecipanti hanno raggiunto quota 23.108.784, in crescita del +5,9% sull'anno precedente, mentre la spesa complessiva è stata pari a 341.038.045 di euro, segnando un aumento del +2,8%.

63%

della spesa tra giugno
e agosto

Il periodo estivo rappresenta il momento di maggiore concentrazione dell'attività. Luglio e agosto raccolgono rispettivamente il 18,2% (6.774) e il 18,1% (6.760) degli spettacoli. In termini di pubblico, però, è agosto a primeggiare con 6,1 milioni di partecipanti (27% degli spettatori annui), seguito da luglio con 5,2 milioni (23%). Complessivamente, tra giugno e agosto si realizza il 50,4% degli spettacoli, si concentra il 61,2% del pubblico e si genera il 62,6% della spesa totale. Questo conferma una maggiore partecipazione media e una spesa pro capite più elevata durante i mesi estivi.

A livello regionale, la Lombardia si conferma l'area con la maggiore attività, con 6.705 spettacoli pari al 18% del totale nazionale, seguita da Emilia-Romagna (16%) e Piemonte (13%). Tuttavia, se si rapporta il numero di spettacoli alla popolazione, è l'Emilia-Romagna a guidare con 1,4 spettacoli ogni 1.000 abitanti, seguita da Piemonte e Umbria, entrambe con 1,1. La Valle d'Aosta, con un solo spettacolo rilevato (nell'ambito delle attrazioni viaggianti), è la regione con l'offerta più ridotta. In generale, il Sud e le Isole mostrano una minore dinamicità, raccogliendo rispettivamente solo il 6% e il 19% dell'offerta complessiva.

Ogni spettacolo ha visto in media la partecipazione di 620 visitatori.

Il Veneto si distingue per la più alta affluenza media agli spettacoli, con 1.587 partecipanti per evento, seguito dal Lazio con 1.001. Il Nord-Est nel complesso mostra un'elevata partecipazione (media di 941 persone), positivamente condizionata dall'attrattività della zona gardesana, seguito dal Centro (748) che è trainato dal Lazio e dalle Marche.

Agosto è il mese con la partecipazione media più elevata (908 partecipanti per spettacolo), seguito da luglio (775) e dicembre (696). Al contrario, i mesi invernali, in particolare gennaio e febbraio, mostrano livelli molto più contenuti, con una media di soli 271 partecipanti per spettacolo.

In termini assoluti, il Veneto è la prima regione anche per numero di partecipanti (5.389.152, pari al 23% del totale nazionale), seguito da Lombardia ed Emilia-Romagna, entrambe al 18%. La stessa classifica si conferma anche per la spesa generata, con il Veneto che da solo raccoglie il 34% del totale.

La spesa media per persona, a livello nazionale, si attesta a 14,76 euro, in calo del 3% rispetto ai 15,21 euro del 2023. Tale valore, tuttavia, mostra forti variazioni a livello territoriale: si registrano i livelli più alti in Veneto (21,47 euro) e in Toscana (21,32 euro), mentre i più bassi si trovano nelle Marche (5,67 euro) e in Trentino-Alto Adige (6,99 euro). Tuttavia, la macro-area con la spesa media unitaria più elevata è rappresentata dalle Isole (18,88 euro), seguite dal Nord-Est (17,73), dal Sud (14,06), dal Centro (12,94) e infine dal Nord-Ovest (10,44).

Parchi divertimento

I parchi divertimento e le montagne russe della ripresa

Il 2024 ha sancito il consolidamento del comparto dei parchi divertimento in Italia, con 22.386 giornate di apertura¹, in crescita del 4,9% rispetto all'anno precedente (quando erano 21.348). Più che proporzional-

mente sono cresciuti gli ingressi², che hanno raggiunto quota 21.104.651 (+7,4% sul 2023). Questo successo è frutto degli investimenti strategici degli operatori, che hanno puntato su nuove aree tematiche, tecnologie immersive e soluzioni green per offrire esperienze sempre più coinvolgenti.

Sul fronte economico, la spesa del pubblico ha toccato 306.640.128 euro, con un aumento contenuto (+1% rispetto al 2023), accompagnato da una riduzione del valore medio unitario per visitatore, che è passato da 15,46 a 14,53 euro (-6%). Questo dato suggerisce come politiche di pricing più inclusive abbiano favorito l'ampliamento del bacino di utenza. Di conseguenza, anche l'incasso

59%

del pubblico del macro-
aggregato tra Veneto,
Lombardia ed Emilia-Romagna

34%

della spesa nazionale per
parchi e attrazioni in Veneto

01 Indicatore
"spettacoli".

02 Indicatore
"spettatori".

medio di spesa del pubblico per giornata di apertura ha subito una leggera contrazione, attestandosi sui 13.698 euro.

La partecipazione media per spettacolo è salita da 920 spettatori nel 2023 a 943 nel 2024, segno che la maggiore offerta ha portato a una distribuzione media più diluita tra strutture e giornate di apertura.

L'estate fa girare più veloce l'economia dei parchi a tema

L'analisi dell'andamento stagionale rivela una chiara concentrazione di attività e affluenza nei mesi estivi, dovuta alla ridotta operatività di molti parchi durante la stagione fredda, quando l'apertura è spesso limitata ai weekend o addirittura sospesa. Luglio e agosto hanno catalizzato complessivamente il 45% degli spettacoli e il 51% dei visitatori, percentuali che, includendo giugno, salgono rispettivamente al 62% e al 64%. Ancora più evidente la concentrazione della spesa, con il 66% del totale realizzato nel trimestre giugno-agosto.

Luglio primeggia per numero di spettacoli (5.099), che attirano oltre 5 milioni di visitatori, mentre agosto, con un'offerta leggermente inferiore (5.023) registra il picco di affluenza con oltre 5,8 milioni di presenze (28% del totale annuo). Dopo questo trimestre "d'oro", settembre mantiene buoni livelli di partecipazione, mentre i mesi da gennaio a marzo vedono una frequentazione decisamente più contenuta.

Agosto si distingue anche come il periodo di maggiore spesa (30% del totale annuale), con un esborso medio per visitatore che tocca il valore più alto dell'anno (15,96 euro). All'estremo opposto, dicembre e febbraio registrano le cifre più basse (rispettivamente 8,70 e 9,83 euro). È interessante notare come dicembre, probabilmente grazie al richiamo di eventi natalizi più che per la convenienza economica, vanti la maggiore partecipazione media giornaliera (1.514 ingressi), superiore persino ad agosto (1.164).

22.386

giorni di apertura (+4,9%)

21mln

di ingressi
+7,4% vs 2023

66%

della spesa tra giugno e agosto

**Piemonte
la regione con
più spettacoli**

L'Italia dei grandi attrattori e dell'offerta diffusa

Le grandi strutture come Gardaland e Mirabilandia mantengono la leadership del settore, affiancate da realtà in forte espansione come Leolandia, Rainbow MagicLand o Etnaland. Il parco veronese si posiziona al settimo posto tra i parchi europei per affluenza secondo il *Global Attractions Attendance Report 2023* pubblicato dalla Themed Entertainment Association (TEA) e da AECOM, successo confermato anche dalla massiccia presenza sui social con circa 500.000 tag Instagram e 62.500 recensioni su Google nel 2024.

L'offerta italiana è in costante evoluzione: nuove attrazioni spettacolari, ampliamenti e aree tematizzate arricchiscono continuamente i parchi, puntando su esperienze immersive e interattive rivolte a un pubblico di tutte le età, inclusi i turisti stranieri in forte crescita³. Questa vivacità ha generato un indotto economico notevole, stimato in circa 2 miliardi di euro annui considerando biglietti, servizi interni e ricadute turistiche.

Come nel 2023, anche nel 2024 il Piemonte si conferma la regione con il maggior numero di spettacoli (4.193, pari al 19% del totale nazionale), grazie ad una maggiore destagionalizzazione dell'offerta: mentre la media nazionale di apertura per struttura è di 87 giorni, i 21 impianti piemontesi hanno mantenuto l'operatività per ben 200 giorni. Rapportando i dati alla popolazione, il Piemonte mantiene

il primato con 1 spettacolo ogni 1.000 residenti, seguito da Emilia-Romagna (0,8) e Umbria (0,7). A livello di macro-aree, il Nord presenta la maggiore densità di offerta (0,5), seguito da Centro (0,4), Sud (0,3) e Isole (0,2).

Anche la diversificazione dei pubblici mostra un trend positivo: accanto alle famiglie e ai tradizionali gruppi scolastici (fondamentale la fascia under 18), cresce la presenza di giovani adulti e appassionati disposti a viaggiare per sperimentare le novità, con i turisti tedeschi in prima fila tra gli stranieri⁴.

⁰³ Cfr.: <https://www.federturismo.it/it/i-servizi/news/592-news/news-2025/21293-parchi-divertimento-italiani-investimenti-per-500-milioni-nel-triennio-25-7.html#:~:text=Nei%20parchi%20a%20tema%2C%20come,i%20loro%20viaggi%20in%20Italia>

Per affluenza, il Veneto domina in-contrastato con 4,8 milioni di visitatori (23% del totale nazionale), seguito da Lombardia ed Emilia-Romagna (entrambe al 19%) e dal Lazio (15%). Il Veneto spicca anche per la partecipazione media superiore alla media (2.382 visitatori per spettacolo), seguito dalla Lombardia (con 1.332 visitatori per spettacolo) contro i 943 della media nazionale. A guidare la classifica degli incassi medi più elevati troviamo sempre il Veneto con 52.602 euro per spettacolo.

I principali parchi italiani sono ormai riconosciuti come autentiche destinazioni turistiche, capaci di attrarre visitatori internazionali (in alcuni casi oltre il 50% di presenze straniere⁵) e di stimolare l'economia locale, particolarmente in regioni come Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia e Lazio. Si calcola, inoltre, che il settore impieghi circa 30.000 addetti diretti tra stagionali e permanenti, numero che raddoppia considerando l'indotto, mentre le nuove attrazioni creano opportunità professionali specializzate per i giovani, dai ruoli ingegneristici a quelli creativi e tecnici.

Se a livello nazionale la maggior parte dei visitatori si concentra nel periodo estivo (72%), quattro regioni⁶ hanno registrato quasi il 100% degli spettatori nei mesi da giugno a settembre, mentre in altre quattro⁷ tale periodo ha inciso per almeno il 98% sul totale annuo. All'opposto, il Lazio emerge come territorio che è riuscito meglio a destagionalizzare gli afflussi, con solo il 55% delle presenze concentrate in estate, seguito da Lombardia (65%) e Veneto (70%). Sud e Isole presentano la maggiore dipendenza stagionale (rispettivamente 85% e 84% di concentrazione estiva).

Rispetto al 2023, il Veneto ha registrato incrementi su tutti i fronti: spettacoli (+2,8%), visitatori (+3,5%) e spesa (+0,8%). A livello nazionale, tuttavia, il quadro presenta significative disparità territoriali. Tra le macro-aree, il Nord-Ovest è l'unica a mostrare una contrazione degli spettacoli (-7,9%), compensata però da un aumento dei visitatori (+12%), indice di una maggiore efficienza nell'uso delle risorse. Le Isole, di contro,

hanno conosciuto una dinamica opposta: più spettacoli (+2,4%), ma meno pubblico (-4,5%), fenomeno probabilmente legato all'aumento della spesa media unitaria (+3,7%), unica occorrenza tra le macro-aree. Gli incrementi più significativi si sono registrati al Centro (spettacoli +20%, visitatori +10%) e al Sud (rispettivamente +10% e +7%).

L'industria del divertimento cresce: più organizzatori, più impianti

Sul fronte delle strutture, il 2024 ha visto operativi 258 impianti sul territorio nazionale (media di 12,9 per regione), con un incremento del 15% rispetto ai 225 del 2023. La distribuzione geografica delle strutture risulta disomogenea: si passa dall'assenza totale in Valle d'Aosta e dalla presenza minima in altre regioni alle concentrazioni massime in Emilia-Romagna (38) e Lombardia (37). Considerando il rapporto con la superficie territoriale, tuttavia, il primo territorio per offerta è quello della Campania, con 1,8 locali ogni 1.000 km², seguita da Emilia-Romagna (1,7), Lazio e Lombardia (1,6).

Parallelamente, gli organizzatori sono cresciuti del 17%, raggiungendo quota 172. Nella maggior parte delle regioni, il rapporto tra locali e organizzatori è di 1:1, ma non mancano eccezioni come l'Emilia-Romagna, dove i 19 organizzatori gestiscono mediamente 2 locali ciascuno.

I parchi permanenti si confermano pilastri dinamici del turismo nazionale, capaci di coniugare innovazione, sviluppo economico e valorizzazione territoriale. Le tendenze emergenti vedono il settore orientarsi verso esperienze sempre più immersive e tematizzate, grazie all'impiego di tecnologie di realtà

aumentata e virtuale e al richiamo di franchise di successo. Cresce l'attenzione alla sostenibilità ambientale, con implementazione di fonti energetiche rinnovabili, riduzione di emissioni e plastiche. È strategica anche l'espansione di eventi stagionali speciali, come la Notte di Halloween e altri festival tematici, pensati per coinvolgere

maggiormente un pubblico eterogeneo e garantire flussi di visitatori durante tutto l'arco dell'anno.

+17%
organizzatori vs 2023

⁰⁴ Cfr. analisi Federturismo (ibid.)

⁰⁵ Cfr. analisi Federturismo (ibid.)

⁰⁶ Abruzzo, Calabria, Liguria, Trentino-Alto Adige.

⁰⁷ Basilicata, Friuli-Venezia Giulia, Marche, Molise.

Attrazioni viaggianti

Il carosello della ripresa

Nel 2024, gli spettacoli delle attrazioni viaggianti hanno conosciuto un aumento del 33,7% e hanno raggiunto quota 14.860, attirando oltre 2 milioni di persone. Nonostante il risultato complessivamente positivo, si è osservata una contrazione del 7,7% rispetto al picco di partecipazione del 2023, quando gli spettatori erano 2,17 milioni.

Sul fronte economico, la spesa complessiva ha raggiunto i 34,4 milioni di euro (+22% rispetto al 2023), con un valore medio unitario per spettatore di 17,16 euro (+32% rispetto ai 13 euro dell'anno precedente). Per via della concomitanza tra aumento degli spettacoli e riduzione degli spettatori, la partecipazione media è passata dalle 195 persone del 2023 alle 135 del 2024 (-31%).

Il valzer delle stagioni

Luglio e agosto emergono come i mesi di maggiore attività, con 1.675 e 1.737 spettacoli rispettivamente (in media 54 e 56 al giorno), che rappresentano complessivamente il 23% dell'offerta annuale. La distribuzione nei restanti mesi segue un andamento prevedibile: una graduale crescita primaverile, seguita da un progressivo calo autunnale fino alla contrazione invernale, con l'eccezione di dicembre che mantiene buoni livelli di partecipazione.

L'affluenza rispecchia questo schema, con una concentrazione particolarmente elevata ad agosto (287.647, pari al 14,4% del totale), che registra anche la maggiore partecipazione media (166 spettatori per evento), seguito da dicembre (152). Similmente, la spesa si concentra nel trimestre estivo (33% del totale), con un valore medio per visitatore che tocca il minimo ad agosto (15,31 euro) e il massimo a novembre (19,78 euro), evidenziando la consueta

correlazione inversa tra partecipazione e spesa individuale. Durante i mesi estivi, la riduzione media della spesa individuale è stata del 6%, con alcune eccezioni regionali come le Marche (+21%) e la Sicilia (+8%).

La magia dei luna park nel tessuto sociale

Il biennio 2023-2024 ha segnato un deciso rilancio per il mondo delle attrazioni viaggianti, dai luna park urbani alle fiere patronali itineranti, che hanno riaffermato il loro ruolo centrale nelle tradizioni locali dimostrando al contempo notevole capacità di innovazione.

+32%
spesa media per spettatore vs 2023

I luna park viaggianti conservano un carattere fortemente intergenerazionale, attirando famiglie con bambini, adolescenti, giovani adulti e anche molti adulti affezionati alle fiere tradizionali. L'atmosfera tipica da sagra, con le sue luci, musiche e profumi caratteristici,

unita alle emozioni offerte dalle giostre, crea occasioni di socialità che rispondono al diffuso bisogno di divertimento all'aria aperta e di condivisione. Inoltre, i grandi luna park cittadini e le fiere storiche fungono da catalizzatori turistici per i territori, generando un indotto significativo per ristoranti, alberghi e commercio locale.

La geografia delle attrazioni viaggianti

La Lombardia ha primeggiato per numero di spettacoli (25%), seguita da Emilia-Romagna (19%) e Campania (13%). Per affluenza, invece, il Veneto ha conquistato il primo posto (27%), seguito da Campania (16%) e Lombardia (11%). Le stesse regioni hanno dominato anche sul fronte della spesa, con il Veneto che da solo ha raccolto un quarto del totale nazionale. Trainato da quest'ultima regione, il Nord-Est si è affermato come macro-area più dinamica (42% dei visitatori), seguito dal Sud (23%). Rapportando i dati demografici alla partecipazione, spicca ancora il Nord-Est con 73,20 visitatori ogni 1.000 residenti, seguito dal Sud (34,5), dove emerge in particolare la Campania (57,7). L'incasso medio

42%
dei visitatori nel Nord-Est

giornaliero si è attestato sui 2.315 euro, con il Veneto che raggiunge i 6.376 euro.

La regione in cui è stata più ragguardevole la differenza tra la partecipazione media totale e quella estiva (giugno-settembre) sono le Marche, dove gli spettatori medi sono passati da 678 a 1.179 (+74%), a fronte di un aumento medio italiano del 4%.

Strutture in movimento

Nel 2024, sono risultate attive 113 strutture per le attrazioni viaggianti (37,8% rispetto al 2023), con una media di 5 strutture per regione. Un terzo di queste si concentra tra Sud e Isole (rispettivamente 21% e 9%), mentre il 30% si trova nel Nord-Est, prima macro-area trainata dall'Emilia-Romagna. Quest'ultima regione guida la classifica nazionale con 23 locali attivi, seguita da Lombardia (15) e Campania (13), che si distingue anche per la maggiore densità di strutture rispetto alla superficie (88 locali attivi ogni 100.000 km²).

Umbria, Abruzzo e Puglia si affermano come le regioni con la maggiore intensità di programmazione (circa 364 spettacoli per struttura), un valore prossimo ai 366 giorni dell'anno che rivela un'attività praticamente ininterrotta, a fronte di una media nazio-

nale di 132 giorni di apertura per struttura. Gli organizzatori attivi sono saliti a 82 (+43,9% rispetto al 2023), con un rapporto medio tra strutture e operatori di 1,2.

Tra tradizione e futuro

I gestori di spettacoli viaggianti stanno affrontando la sfida dell'innovazione attraverso significativi investimenti per rinnovare il proprio parco attrazioni. Accanto alle classiche giostre per bambini e ai tradizionali "brividi" (montagne russe mobili, ruote panoramiche, autoscontri, ecc.), compaiono installazioni di ultima generazione ad alto tasso adrenalino, come ad esempio la nuova ride "Explorer" introdotta a Milano. Inoltre, grazie anche all'introduzione di servizi complementari quali aree food truck ed eventi a tema, l'esperienza complessiva si presenta maggiormente completa e fluida.

Le associazioni di categoria⁸ sottolineano come, pur con pochi aiuti pubblici diretti, il comparto abbia dimostrato resilienza e capacità di rinnovarsi: dopo le difficoltà del 2020-21 molti imprenditori degli spettacoli viaggianti hanno investito in attrazioni nuove e servizi migliori, intercettando la ripresa della domanda e favorendo un aumento sia delle presenze sia della spesa media per visitatore.

⁰⁸ Cfr. dichiarazione di Maurizio Crisanti, segretario nazionale Associazione Parchi Permanenti Italiani, in commento ai risultati 2023 illustrati nella precedente edizione del Rapporto SIAE: <https://notiziadispettacolo.it/spettacolo-viaggiante-il-2023-il-miglior-anno-di-sepre-per-i-parchi-divertimento-in-italia%E2%BF%BC/> (ultimo accesso effettuato il 13/06/2025)



FIERE



2.729

GIORNATE DI FIERA

↑ +13,9% vs 2023

10,6 mln

PARTECIPANTI

↑ +2% vs 2023

8,27€

**SPESA MEDIA PER
PARTECIPANTE**

↑ -4% vs 2023

210 mila

**PARTECIPANTI AL SALONE
INTERNAZIONALE
DEL LIBRO DI TORINO**

88 mln

euro SPESA
↓ -2% vs 2023

436

**ORGANIZZATORI
COINVOLTI**

↑ +10,9% vs 2023



FIE RE





Il settore fieristico, pilastro del Made in Italy, conferma la sua ripresa

Secondo l'*Indagine conoscitiva sul Made in Italy* dell'A-EFI, prima dell'emergenza Covid-19 l'industria fieristica italiana rappresentava un pilastro indiscusso per l'export, il Made in Italy e la promozione internazionale delle imprese, con volumi che collocavano l'Italia tra i leader mondiali: secondo Paese in Europa (dopo la Germania) e quarto a livello globale per capacità fieristica e metri quadri espositivi. L'arrivo della pandemia ha colpito significativamente il sistema fieristico e, dal punto di vista occupazionale e finanziario, molti poli fieristici e organizzatori hanno dovuto affrontare rilevanti difficoltà di cassa, inducendo il Governo ad intervenire con misure di sostegno. Anche grazie a tali misure, già nel 2022 e, con ancora maggior forza, nel 2023, era stato possibile osservare una ripresa, con numeri vicini (e in alcuni casi superiori) al periodo pre-pandemico.

2.729
eventi +13,9% vs 2023

10,6 mln
di partecipanti
+2,1% vs 2023

Nel 2024, il comparto fieristico italiano ha visto la realizzazione di 2.729 eventi, da intendersi, con buona approssimazione, come giornate di apertura² delle fiere. Tali eventi, caratterizzati, nell'ambito dell'intrattenimento, da una più marcata finalità commerciale, risultano in aumento del 13,9% rispetto al 2023 e hanno prodotto un incremento – per quanto meno che proporzionale – anche nel numero di partecipanti, che dai poco più di 10,4 milioni raggiunge i 10,6 (+2,1%). L'incremento è confermato anche dai dati AIFE, che attestano che nel 2024 la quota di partecipanti esteri alle fiere italiane è tornata a crescere, con un aumento annuo del 4,2% per i visitatori stranieri e del 6% per gli espositori esteri. Presso i 504 locali attivi nell'anno (+19,4% rispetto al 2023) hanno operato 436 organizzatori (+10,9%).

504
locali attivi
+19,4% vs 2023

In conseguenza alla sproporzione sopra illustrata nelle variazioni di eventi e partecipanti, nel 2024 l'affluenza media a giornata di apertura ha subito un calo del 10,3% e ha raggiunto quota 3.899, comunque consistente nel confronto con gli altri comparti dell'intrattenimento e dello spettacolo dal vivo, coerentemente con la natura peculiare del settore. La spesa dei partecipanti è pari a oltre 88 milioni di euro, in calo del 2% rispetto al 2023 nonostante l'aumento del pubblico e l'inflazione. Conseguentemente,

la spesa media unitaria per partecipante raggiunge quota 8,27 euro, facendo registrare un calo del 4% rispetto al 2023. L'orientamento commerciale del comparto è riscontrabile anche dall'indicatore dell'incasso medio per "spettacolo" (giornata di apertura) che, nonostante un calo del 13,9% nell'anno, ha assunto un valore di 32.250 euro, superiore alla media dell'intero aggregato intrattenimento e spettacolo dal vivo. La flessione nella spesa registrata complessivamente dal settore, malgrado l'aumento sia nell'offerta che nella domanda, potrebbe trovare una fisiologica spiegazione proprio nella cospicua attività di contributi a fondo perduto, bonus e finanziamenti agevolati sia ministeriali che da parte di SIMEST e Camere di Commercio, iniziative che hanno rappresentato un concreto sostegno economico per la partecipazione alle fiere delle micro, piccole e medie imprese italiane.

Nel corso dell'anno, gli eventi fieristici hanno seguito un andamento discontinuo, a partire dal bimestre gennaio-febbraio in cui le attività sono state contenute, fino a un boom nel trimestre marzo-maggio (con 364 eventi, aprile è il primo mese per proposta), seguito da un calo nel periodo estivo, fino al secondo picco nei mesi che partono da settembre-ottobre fino alla fine dell'anno. In un giorno medio nel corso dell'anno, si sono tenute contemporaneamente 7 fiere commerciali, dal massimo di 12 per i giorni di aprile e novembre, al mini-

Nel 2024 l'affluenza media a giornata di apertura ha subito un calo del 10,3%

⁰² In analogia a quanto riportato per le mostre; Cfr. nota n. 1 del capitolo Mostre.

mo di 2 nei giorni di luglio e agosto. La distribuzione si ripropone simile per i visitatori, con i picchi di aprile (oltre 2 milioni, pari al 19% del totale annuo) e novembre (2,3 milioni, 22%).

Il Nord è ancora locomotiva di un comparto in cui business e cultura convivono

Il primato nel comparto fiere, sia in termini di offerta di partecipazione del pubblico, spetta anche in questo caso alla Lombardia, che ha proposto il 23% degli eventi (622) e raccolto il 27% dei visitatori (2.924.344 di persone).

Al secondo posto si posiziona l'Emilia-Romagna, sia in termini di eventi (399, 15% del totale italiano) e sia in termini di visitatori totali (2.673.573, il 25%). L'Emilia-Romagna, tuttavia, detiene il primato per numero medio di visitatori per evento, con un'affluenza media di 6.701 persone per evento contro la media italiana di 3.899, seguita dalla Toscana (5.258) e dalla Lombardia (4.702).

Al terzo posto per numero di eventi troviamo il Lazio (327, cioè il 12%), mentre per numero di

visitatori in terza posizione si colloca il Veneto (1,1 milioni di persone, l'11%). Nel complesso, il Nord accoglie oltre i tre quarti del pubblico totale (75%), a fronte del 64% degli eventi.

La Lombardia ha proposto il 23% degli eventi

L'Emilia-Romagna detiene il primato per numero medio di visitatori per evento, con un'affluenza media di 6.701 persone

Ma è guardando alla specializzazione tematica che emerge un dato particolarmente interessante: accanto all'evidente vocazione di business delle fiere, tradizionalmente intese come acceleratori di business e occasione di networking sia in ottica B2B che B2C, si profila un diffuso interesse nei confronti delle fiere del settore culturale. Il mondo del comics, ad esempio, trova nella storica rassegna del *Lucca Comics and Games* la sua punta più alta (368.865 visitatori), e mostra una certa vivacità anche a Napoli (il *Comicon* partenopeo ha accolto 154.823 appassionati del genere); analogamente, la filiera libraria registra solo col *Salone Internazionale del Libro di Torino* ben 210.411 presenze, a cui si aggiungono nel periodo natalizio i numeri della rassegna *Più Libri Più Liberi* a Roma (72.615 partecipanti dal 4 all'8 dicembre).



I TOP AL BOTTEGHINO / FIERE

Il sistema fieristico italiano si conferma ampio, diversificato e capace di attrarre centinaia di migliaia di visitatori, anche dall'estero. A fronte di un netto incremento del 13,9% del numero di eventi (2,7 mila su 2,4 mila), la crescita dei partecipanti è stata più misurata, con un +2,1% rispetto al 2023 e 10,6 milioni di ingressi. In calo, invece, la spesa, con 88 milioni di euro (-2% sul 2023).

Certificata la consueta predominanza delle fiere nel nord del Paese (Lombardia ed Emilia Romagna su tutte), la top ten per partecipanti evidenzia il peso strategico di meccanica e automotive nel settore, con tre importanti realtà come *EIMA*, *EICMA* e *Salone del Camper* tra i primi posti. Si conferma l'appeal di manifestazioni più puramente culturali come *Il Salone Internazionale del Libro* a Torino e *Lucca Comics and Games*. Grande successo anche per gli eventi legati al design e arredamento (*Salone del Mobile* e *MercanteInFiera*). Non potevano mancare due consolidati eventi di spicco per l'eno-gastronomia (*SIGEP* e *Vinitaly*).

Classifica per visitatori 2024

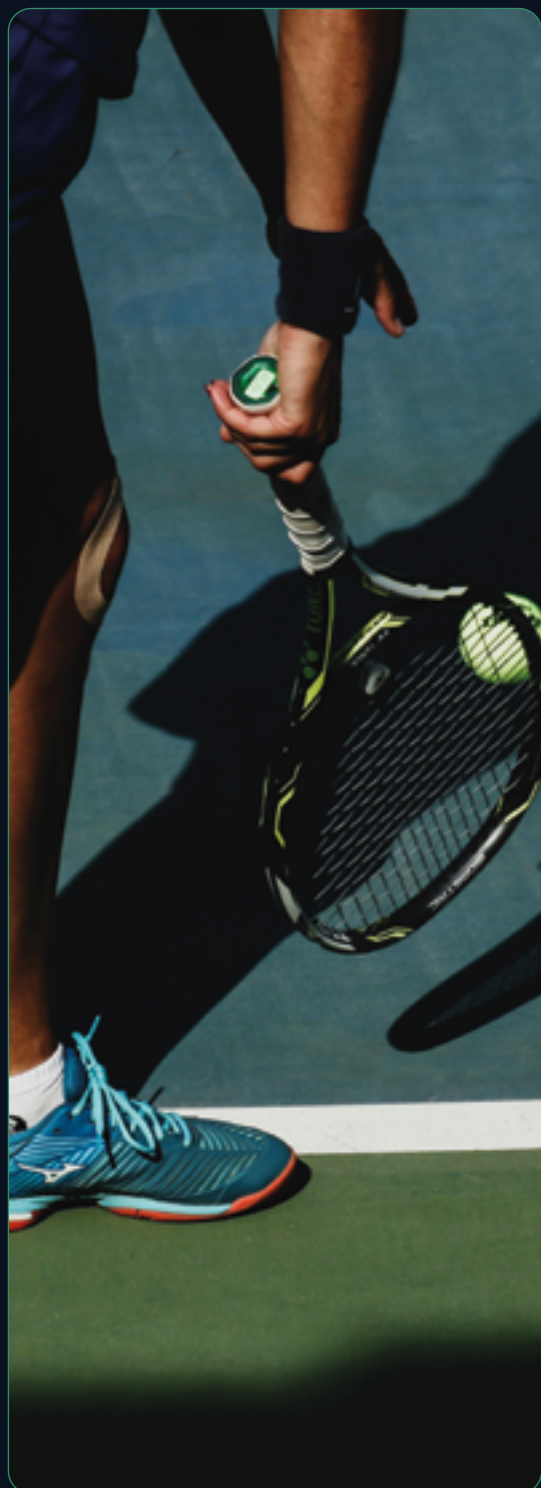
POSIZIONE	LUOGO	FIERA	PARTECIPANTI
1	FIERA - Bologna dal 06/11/2024 al 10/11/2024	Esposizione Internazionale di Macchine per l'Agricoltura e il Giardinaggio	460.680
2	FIERA DI MILANO-RHO - Rho dal 05/11/2024 al 10/11/2024	EICMA (Esposizione Internazionale Ciclo Motociclico)	429.942
3	IFIERA DI MILANO-RHO - Rho dal 16/04/2024 al 21/04/2024	SALONE DEL MOBILE	370.833
4	PIAZZA NAPOLEONE - Lucca dal 30/10/2024 al 03/11/2024	LUCCA COMICS AND GAMES	368.865
5	FIERE DI PARMA - Parma dal 02/03/2024 al 10/03/2024	MERCANTEINFIERA PRIMAVERA	254.307
6	LINGOTTO FIERE - Torino dal 09/05/2024 al 13/05/2024	SALONE INTERNAZIONALE DEL LIBRO	210.411
7	SALONE FIERISTICO - Rimini dal 20/01/2024 al 24/01/2024	SIGEP (Salone Internazionale della Gelateria, Pasticceria, Panificazione Artigianale e Caffè)	208.697
8	FIERE DI PARMA - Parma dal 14/09/2024 al 22/09/2024	SALONE DEL CAMPER	183.694
9	QUARTIERE FIERA VERONA - Verona dal 14/04/2024 al 17/04/2024	56^ VINITALY	175.817
10	FIERA DEL LEVANTE - Bari dal 28/09/2024 al 06/10/2024	87' CAMPIONARIA INTERNAZIONALE	173.589

SPORT

265.000

SPETTATORI

ai Campionati Europei
di Atletica a Roma



80,3 mila

SPETTACOLI

↑ +4,9% vs 2023

186.400

SPETTATORI

al Centrale del Foro
Italico, per gli
Internazionali di Tennis

↑ +29% vs 2023

178.965

SPETTATORI

alle ATP FINALS
di TORINO

↑ +1,7% vs 2023

30,1 mln

SPETTATORI

↑ +3,7% vs 2023



607,4 mln

euro SPESA
NEL CALCIO

↑ -2,6% vs 2023

285.500

SPETTATORI

al Gran Premio d'Italia
di Formula 1 (di cui il 57%
con abbonamento
per tutto il weekend)

829,2

euro SPESA

↑ +0,3% vs 2023

SPORT

01 Il settore "Altri sport" nella classificazione del Rapporto SIAE fa riferimento a pratiche sportive e discipline eterogenee: Nuoto e Pallanuoto; Sport invernali; Sport con scommesse; Sport vari senza scommesse.





Fischio d'inizio: il 2024 dello sport

Nel 2024 si sono tenuti in Italia 80.303 eventi sportivi con un incremento del 4,9% rispetto all'anno precedente. Analogamente, cresce la partecipazione del pubblico: sono stati 38,1 milioni gli spettatori complessivi (+3,7% rispetto al 2023).

Nel 2024 sono stati spesi 829,2 milioni di euro, costanti rispetto all'anno precedente (+0,3%). La spesa media unitaria per spettatore è stata di 21,77 euro, con elevata variabilità tra i diversi sport, raggruppati in quattro diversi settori di analisi (Calcio, Altri sport di squadra, Sport individuali e Altri sport¹). In particolare, si spende di più per gli sport individuali (51,73 euro), sensibilmente meno per la categoria "Altri sport" (13,95) e, soprattutto, per gli sport di squadra diversi dal calcio (11,95 euro), mentre il calcio si attesta su un valore di 21,10 euro.

La distribuzione temporale degli eventi sportivi nell'arco dell'anno ha visto un calo nei mesi caldi, mentre i periodi più densi sono stati febbraio e marzo (ciascuno il 12% del totale annuo), senza però mostrare particolari differenze rispetto agli altri mesi, salvo una lieve flessione di gennaio e dicembre, in corrispondenza del periodo festivo. Per gli spettatori l'andamento è simile, con l'eccezione di una buona performance per dicembre che ha accolto l'11% del pubblico. Solo il 17% degli eventi si è realizzato nei mesi estivi (da giugno a settembre).

Non solo big match

A livello territoriale, la Lombardia si conferma la regione guida del palinsesto sportivo italiano. Qui si è concentrato il 28% degli eventi e il 22% degli spettatori. La Toscana, invece, realizza il 23% degli spettacoli e l'8% degli spettatori, quindi con una partecipazione media bassa, a testimonianza di una maggiore diffusione di eventi di piccola portata. Segue il Piemonte con il 13% degli eventi, che attraggono l'8% degli spettatori. Sul fronte della spesa, quasi un terzo dell'indicatore è stato prodotto in Lombardia (32%), seguita da Lazio (17%) e Piemonte (14%).

Questi numeri, espressione di un panorama che abbraccia sia big match che una rete capillare di associazioni sportive dilettantistiche che costituiscono la struttura portante dello sport italiano, si possono comprendere meglio alla luce di alcuni dati espressi dall'indice di sportività, pubblicato da Il Sole 24 Ore nell'ambito della Classifica per la qualità della vita. Se, ad esempio, si considera il sotto-indicatore del tasso di praticabilità sportiva², che esprime la facilità di accedere alla pratica di un'ampia gamma di sport, nella classifica 2024 tre delle prime dieci province sono lombarde (Milano, Brescia, Bergamo).

Ad ogni modo, guardando alla capacità dei singoli eventi sportivi di attrarre pubblico, Lazio, Campania e Puglia registrano una partecipazione media più

elevata. In particolare, il primato spetta al Lazio con 3.858 spettatori per evento, performance trainata soprattutto da sport individuali e calcio; seguono la Campania (1.709) e la Puglia (1.546).

Quanto vale la passione

Sul piano della spesa media per spettatore, il Piemonte guida la classifica (36,42 euro), seguito da Lombardia (31,12) e dal Lazio (29 euro). A incidere è stato in particolare il peso degli sport individuali, che influenzano anche gli incassi medi per evento. Mentre per lo sport nel suo complesso

40,2

mila euro di incasso
medio degli eventi
sportivi individuali

si è registrato un incasso medio di 10.326 euro, nel caso degli sport individuali questo valore sale a 40.217 euro, con i maggiori picchi localizzati nel Lazio, fortemente connotato dall'incidenza degli Internazionali di Tennis a Roma, e nel Piemonte: tutti territori caratterizzati da una forte concentrazione di eventi ad alto valore economico.

Calcio

Il calcio gioca titolare

Il calcio mantiene saldamente la fascia da capitanato nel panorama sportivo nazionale: 66.174 partite nel 2024 (+3,9% sul 2023) che hanno visto gli spalti riempirsi con 28.791.038 di tifosi (+0,2%), consolidando il primato del comparto che rappresenta l'82% degli eventi sportivi totali, il 76% del pubblico e il 73% della spesa complessiva. L'analisi diacronica, tuttavia, evidenzia segnali di trasformazione nell'ultimo quinquennio: a fronte di una contrazione nel numero di manifestazioni, si registra un incremento nelle presenze totali, segno che il pubblico si concentra verso eventi di maggiore richiamo (*big match*).

La spesa del pubblico ha totalizzato 607.374.383 di euro (-2,6% sul 2023), con una media di 21,10 euro per spettatore (-2,9% rispetto all'anno precedente). A fronte di 435 spettatori per evento e di una partecipazione relativa di 489 spettatori ogni 1.000 residenti, il calcio conferma la sua popolarità, pur in un contesto di riposizionamento economico.

La stagione 2024/25 della Serie A ha confermato la straordinaria capacità attrattiva del calcio professionistico italiano, registrando indicatori di partecipazione che segnano il ritorno ai livelli di fine anni Novanta³. Secondo le analisi della

testata di settore Calcio e Finanza, il campionato ha mantenuto una media di 30.824 spettatori per partita, superando la soglia dei 30.000 per il secondo anno consecutivo,

Lombardia in testa alla classifica per spesa, eventi e spettatori

Primato del Lazio per la partecipazione media (3.858 spettatori per evento)

21,77

euro di spesa media
unitaria per spettatore

⁰² Elaborato dal CONI, il tasso di praticabilità sportiva misura la presenza di almeno una società all'interno delle federazioni sportive e delle discipline associate.

⁰³ https://www.calcioefinanza.it/2025/05/26/serie-a-spettatori-2024-2025-classifica/?refresh_ce

un traguardo non raggiunto da un quarto di secolo, quando si registrarono tre stagioni consecutive oltre questa soglia: 31.223 spettatori medi nel 1997/98, 30.762 nel 1998/99 e 30.025 nel 1999/2000.

I tempi regolamentari del tifo

A differenza degli sport individuali, il calcio presenta una distribuzione regolare negli anni, paragonabile a quella di altri settori dello spettacolo (si pensi al Teatro). Questa periodicità riflette il calendario agonistico delle competizioni nazionali, dalla Serie A alle categorie dilettantistiche, e internazionali, delineando temporalità specifiche, cadenzate nel palinsesto calcistico nazionale. Prevedibilmente, solo il 16% degli spettacoli si concentra nel periodo giugno-settembre, con il 18% degli spettatori che frequentano gli impianti sportivi durante la stagione estiva.

Febbraio emerge come il mese di punta dell'attività calcistica (12,6% degli eventi), mentre primavera e autunno mantengono ritmi di programmazione equilibrati. Dicembre registra una partecipazione media elevata, con 665 spettatori per evento, superando significativamente la media annuale di 435 spettatori. L'unico dato superiore si registra ad agosto con 1.642 spettatori medi, configurandosi tuttavia come un'anomalia statistica riconducibile alla concentrazione di pochi eventi di grande richiamo (prime giornate di campionato) che attirano folle da sold-out, gonfiando la media mensile.

Il modulo di gioco: il Nord avanza in attacco

L'analisi territoriale rivela una consuetudine nella distribuzione delle attività calcistiche. La Lombardia si conferma centravanti dell'offerta nazionale con 19.528 eventi (30% del totale), registrando una crescita del 16% riconducibile all'incremento delle attività nel capoluogo meneghino. Il maggior aumento percentuale si registra tuttavia in Umbria (+20%), che raggiunge quota 915 partite. Sempre per numero di eventi, la Toscana si posiziona seconda con

oltre
66
mila partite
di calcio

28,8
milioni di spettatori

**Il solo calcio
raccolge l'82%
degli eventi,
il 76% del pubblico
e il 73% della
spesa del macro-
aggregato Sport**

**30% degli eventi
calcistici
in Lombardia**

16.881 spettacoli (26% degli eventi calcistici), nonostante una contrazione del 5% rispetto all'anno precedente. Segue il Piemonte con 8.505 eventi (13%), anch'esso in flessione col -4%. Nel Nord-Ovest si concentra il 44% dell'offerta nazionale, seguito dal Centro (32%), mentre Sud e Isole raggiungono complessivamente l'8% del totale. Nel Mezzogiorno spicca la Sardegna con 1.007 spettacoli, superando regioni più popolate come la Campania (941).

La distribuzione degli spettatori presenta dinamiche differenziate rispetto alla geografia dell'offerta. La Lombardia ha mantenuto il primato con incidenza pari al 23% del totale nazionale. Il Lazio ha conquistato la seconda posizione (13%) con la partecipazione media più elevata a livello nazionale: 5.090 spettatori per evento, seguito da Campania (2.316) e Puglia (2.262). All'estremo opposto della graduatoria, la Valle d'Aosta ha registrato una media di appena 42 spettatori per spettacolo.

Il bilancio della curva

La distribuzione della spesa delinea una mappa economica parzialmente distinta dalle precedenti classifiche. La Lombardia ha incassato il 35% della spesa complessiva (212,1 milioni di euro), seguita da Lazio (17%) e Piemonte (13%).

Il decremento più significativo si è registrato in Campania (-38%), correlato alla mancata qualificazione del Napoli alle competizioni europee, fenomeno che dimostra l'impatto sistemico dei grandi club sull'ecosistema territoriale.

Nel Mezzogiorno, il calcio ha un peso economico dominante: assorbe quasi il 95% della spesa sportiva complessiva, con picchi del 99% in Calabria, 97% in Campania e 96% in Basilicata. Coerentemente, le regioni meridionali, unitamente al Friuli-Venezia Giulia, rappresentano i territori dove il calcio costituisce il settore con la spesa media per spettatore più elevata, contrastando con il resto del territorio nazionale

607,4
milioni di euro di spesa

**Senza la
Champions
del Napoli,
crolla
la spesa in
Campania**

**Il Calcio
monopolizza
la spesa
per lo sport
nel Sud**

4,5
mila impianti attivi

+52%
di impianti attivi in Sicilia

3,1
mila organizzatori

dove gli sport individuali mantengono il primato per spesa media.

L'impatto economico del settore evidenzia dinamiche di crescita significative su più livelli. Come rilevato da un monitoraggio di settore⁴, nel 2024 gli investimenti pubblicitari nello sport italiano hanno superato 1,274 miliardi di euro (+14,5% rispetto al 2023), con il calcio, in particolare la Serie A, che ha assorbito oltre la metà degli investimenti sportivi. I ricavi da stadio rappresentano, insieme ai diritti televisivi e ai proventi commerciali, una delle principali voci di entrata per le società, con l'incremento della partecipazione dal vivo che genera effetti moltiplicatori sulla valorizzazione del prodotto audiovisivo attraverso il miglioramento dell'atmosfera negli impianti.

Dai grandi stadi ai campetti di provincia

Il settore calcistico dispone ad oggi di 4.545 impianti attivi nell'anno, in crescita del 15,2% rispetto all'anno precedente. A guidare la graduatoria con 1.026 strutture (23% del totale) è sempre la Lombardia. La macro-area del Nord-Ovest concentra nel complesso il 34% delle infrastrutture, seguita da Centro (28%) e Nord-Est (27%). Dopo la Lombardia, emergono Toscana (823) e Veneto (430).

Nel Mezzogiorno, le regioni con la dotazione infrastrutturale più ampia sono Sardegna (98) e Campania (95), mentre sorprende il dato del Lazio (78) contenuto rispetto alla sua consistenza demografica. Particolarmente significativa la crescita della Sicilia, che passa da 61 a 93 impianti attivi nell'anno (+52%).

Gli organizzatori attivi ammontano a 3.100 unità (+2,7%), con una media di 1,3 impianti gestiti per operatore. Alcune regioni mostrano strutture organizzative più articolate: in Friuli-Venezia Giulia ogni operatore è attivo mediamente in 1,9 strutture, in Toscana e Valle d'Aosta 1,7.

Nel biennio 2023-24 sono stati attivati quasi 1 miliardo di euro di nuovi progetti sportivi (+69% rispetto al 2021). L'accelerazione è legata anche al sostegno del PNRR e ai finanziamenti agevolati, che hanno favorito un rinnovato slancio negli investimenti infrastrutturali. Secondo i dati della Lega Serie A⁵, l'età media degli stadi italiani è di 67 anni, nettamente superiore a quella degli impianti

di Premier League e Bundesliga. Inoltre, il 93% degli stadi è ancora di proprietà pubblica e le società calcistiche ricavano appena l'11% dei loro introiti dagli impianti in cui giocano.

A conferma del ritardo, negli ultimi anni in Europa sono stati realizzati 213 stadi, in Italia appena 5, evidenziando un gap negli investimenti per l'ammodernamento degli impianti sportivi destinati al calcio.

Altri sport di squadra

Non solo calcio: spettatori e spesa in crescita per gli sport di squadra

Il 2024 ha dimostrato che anche gli altri sport di squadra diversi dal calcio sanno ancora fare spettacolo e appassionare gli italiani. Il comparto ha archiviato 5.261 eventi (-1% rispetto al 2023), attraendo complessivamente 5.139.902 di spettatori (+11,7%), con una spesa del pubblico di 61.397.674 di euro (+13,5% rispetto all'anno precedente).

Il basket ha trainato il settore attraendo il 65% degli spettatori (3,3 milioni), seguito a distanza dalla pallavolo (1,4 milioni). Il rugby, malgrado un'offerta di eventi più ridimensionata (134), raccoglie il 17% della spesa (10,6 milioni di euro).

A fronte della lieve contrazione del numero dei match in calendario e dell'aumento degli spettatori totali, si rileva un incremento sostanziale della partecipazione media per evento, che è passata da 866 a 977 spettatori per spettacolo (+12,9%), a testimonianza di come il settore sia andato nella direzione di un'offerta più incentrata sui grandi eventi.

La spesa media per spettatore si è attestata a 11,95 euro (+1,6% rispetto al 2023), il valore più basso tra le discipline sportive. Questo dato può riflettere strategie di accessibilità economica che hanno favorito l'aumento della partecipazione, permettendo

oltre
5 mln
di spettatori
+11,7% vs 2023

61,4
milioni di euro
di spesa
+13,5% vs 2023

⁰⁴ 24° indagine predittiva "Il Futuro della Sponsorizzazione", disponibile al link <https://www.chainon.it/predittiva-sport-2025/>, consultato in data 20 giugno 2025.

⁰⁵ Cfr. https://www.eurosport.it/calcio/serie-a/2022-2023/stadi-italiani-vecchi-e-dalla-visuale-pessima.-solo-il-24-sono-di-proprietà-delle-squadre-all'estero_-sto9542335/story.shtml, consultato in data 13 giugno 2025.

un aumento nella spesa del pubblico nonostante la riduzione dell'offerta.

L'estate in panchina

Sul versante della stagionalità, per il basket, la pallavolo, il rugby e il baseball, i mesi con maggiore concentrazione dell'offerta sono stati gennaio, marzo e novembre, ciascuno con un'incidenza di circa il 13% sul totale annuale. Il periodo estivo ha evidenziato una contrazione significativa, con i mesi da giugno a settembre che registrano complessivamente il 6% degli spettacoli annui, percentuale che scende all'1% considerando esclusivamente i mesi di luglio e agosto.

Il mese di marzo ha beneficiato, in termini di afflusso, dell'impatto del Sei Nazioni di rugby, dove Italia-Scozia (9 marzo) ha registrato oltre 69 mila spettatori allo Stadio Olimpico di Roma. Il picco di novembre, invece, è stato trainato dagli Autumn International di rugby, con particolare rilevanza per l'incontro Italia-All Blacks allo Juventus Stadium (23 novembre, oltre 40.000 spettatori), evento che ha lanciato una nuova prospettiva per il rugby oltre Roma, diversificando geograficamente l'offerta della disciplina. Questa configurazione temporale riflette le caratteristiche specifiche delle discipline di squadra non calcistiche, prevalentemente indoor o legate a calendari competitivi che privilegiano i periodi autunno-invernali.

La distribuzione degli spettatori non presenta variazioni significative rispetto a quella dell'offerta, con il 7% delle presenze concentrate nei mesi estivi. Tuttavia, la partecipazione media risulta leggermente superiore durante l'estate, indicando una maggiore selettività dell'offerta durante questo periodo con eventi di richiamo superiore.

Una partita che si gioca sul campo dei divari territoriali

L'analisi territoriale conferma una concentrazione dell'offerta nelle regioni settentrionali, con particolare rilevanza del Nord-Ovest (29,9% degli eventi del comparto). La Lombardia mantiene il primato con 1.196 manifestazioni (23% del totale nazionale), seguita dalla Toscana con 634 eventi (12%) e dall'Emilia-Romagna con 575 (11%). La leadership lombarda si consolida attraverso la presenza di impianti di eccellenza a Milano, come il Mediolanum Forum per il

basket (15.800 posti) e l'Allianz Cloud (5.420 posti) che ha ospitato i playoff femminili di pallavolo. La concentrazione geografica della pallacanestro al Nord resta marcata, con Milano e Bologna che rappresentano i principali hub del movimento cestistico nazionale.

A livello nazionale, nell'ambito del macro-aggregato Sport, il settore si colloca al primo posto per partecipazione media agli spettacoli (977 spettatori). L'analisi della densità dell'offerta per popolazione residente, ad ogni modo, evidenzia specificità territoriali significative. Le Marche emergono con 2,7 spettacoli ogni 10.000 abitanti, seguite dal Friuli-Venezia Giulia (1,8) e dalla Toscana (1,7).

Nel Mezzogiorno, l'offerta ammonta complessivamente al 19% del totale nazionale con la Puglia in posizione di leadership (268 spettacoli), seguita dalla Sicilia (220). Il divario Nord-Sud permane, riflesso anche nella pratica sportiva continuativa che tocca il 33,3% nel Nord-Ovest contro il 21,4% al Sud⁶. Questa distribuzione evidenzia un gap territoriale significativo che riflette differenze non solo nelle tradizioni sportive, ma anche nelle infrastrutture disponibili e nelle capacità organizzative territoriali.

La distribuzione degli spettatori presenta dinamiche sostanzialmente analoghe rispetto alla configurazione dell'offerta territoriale. La Lombardia mantiene il primato con 1,2 milioni di spettatori (23% del totale nazionale), seguita dall'Emilia-Romagna con quasi 905.000 presenze (18%) e dal Veneto con circa 645.000 spettatori (13%). L'Emilia-Romagna evidenzia una performance particolarmente significativa, con un rapporto spettatori/spettacoli superiore alla media nazionale, con una spinta significativa data dalla popolarità della pallacanestro nel capoluogo di regione.

Anche il Lazio ha registrato una partecipazione media più che positiva (1.637 spettatori per evento), dato influenzato significativamente dalle performance del rugby internazionale con Italia-Inghilterra e Italia-Scozia allo Stadio Olimpico di Roma. Nel Mezzogiorno, la Puglia ha registrato 145.201 spettatori, seguita dalla Sicilia con 137.532. L'analisi della densità di partecipazione per popolazione residente, invece, evidenzia il primato del Friuli-Venezia Giulia con 226 spettatori ogni 1.000 abitanti, seguito dall'Emi-

lia-Romagna (203) e dalle Marche (174). Le variazioni più significative rispetto al 2023 si registrano in Liguria, dove gli spettatori sono passati da 2.546 a 20.804 (+717%), spinti dal match di rugby Italia-Georgia allo stadio Luigi Ferraris di Genova. Il rugby muove la partecipazione anche in Friuli con Italia-Argentina al Bluenergy Stadium di Udine (+305,27% nella regione per il comparto Altri sport di squadra). Altri incrementi significativi si sono registrati in Sicilia (+33% di spettacoli, +59% di spettatori), confermando la regione, insieme alla Puglia, come traino del Mezzogiorno per il settore.

I luoghi dello sport di squadra

Il settore dispone di 433 impianti attivi (-8,6% rispetto al 2023), evidenziando un processo di razionalizzazione dell'offerta infrastrutturale che privilegia la qualità e la specializzazione funzionale rispetto alla quantità. Il 30% degli impianti si concentra nel Nord-Ovest, con la Lombardia a guida della graduatoria (96 impianti), superando da sola l'offerta combinata di Sud (60) e Isole (30). Per dotazione di impianti attivi nell'anno, la seconda regione è la Toscana con 55 strutture, mentre regioni demograficamente significative presentano un'offerta contenuta: il Lazio registra 11 impianti e la Campania 14, evidenziando potenziali carenze nell'offerta territoriale. Nel Nord-Est emergono performance positive dell'Emilia-Romagna (43 impianti) e del Veneto (42), mentre l'analisi della densità per superficie territoriale evidenzia ancora una volta il primato della Lombardia (4 impianti ogni 1.000 km²), seguita dal Friuli-Venezia Giulia (3,2) e dalle Marche (2,8).

Gli organizzatori attivi ammontano a 440 unità (-3,3% rispetto al 2023), con un rapporto pressoché unitario tra impianti e operatori che si mantiene stabile tra le regioni. La graduatoria rispecchia quella degli impianti: Lombardia (97 organizzatori), Toscana (59), Emilia-Romagna (48) e Veneto (45).

Sport individuali

Gli sport individuali in corsia di sorpasso

Gli sport individuali rappresentano un universo eterogeneo che spazia dal tennis al ciclismo, dai concorsi ippici all'atletica leggera, dal pugilato fino ai motori con automobilismo, motociclismo e motonautica. Pur rappresentando solo il 4% del totale degli spettacoli sportivi nazionali, questo settore nel suo complesso ha messo a segno nel 2024 performance da podio che lo collocano in una posizione di rilievo crescente nel panorama dell'intrattenimento sportivo italiano. Il settore rappresenta infatti il 7% degli spettatori totali e ben il 17% della spesa complessiva del panorama sportivo nazionale, evidenziando una capacità di monetizzazione superiore alla media.

Il comparto ha totalizzato 3.489 spettacoli (+47,5% rispetto al 2023), attraendo 2,7 milioni di spettatori (+36,6% sul 2023) per una spesa di 140,3 milioni di euro (+51,1%).

La spesa media per spettatore ha toccato la cifra record di 51,73 euro (+10,6% annuo), più del doppio della media sportiva nazionale (21,77), confermando il posizionamento premium del settore nel mercato dell'intrattenimento sportivo dal vivo.

Il tennis primeggia nel comparto sia dal lato dell'offerta (24% degli eventi) sia sul fronte della domanda, con ben 983 mila spettatori (36%) e realizzando il 42% della spesa del pubblico per gli eventi sportivi individuali. L'automobilismo, con un'offerta di eventi inferiore (11%), segue il tennis in popolarità avendo attratto negli autodromi il 24% degli appassionati di sport individuali. All'automobilismo spetta il primato della

2,7
milioni
di spettatori

+51,1%
spesa del pubblico vs 2023

**Gli sport individuali
rappresentano solo il 4%
degli eventi del macro-
aggregato ma ne raccolgono
il 17% della spesa.**

spesa media (83,9 euro), mentre, all'estremo opposto, per assistere ad una gara ippica si sono spesi in media 3,7 euro.

L'effetto dei campioni e il match point del tennis

La distribuzione temporale del settore è scandita da grandi appuntamenti internazionali, con maggio che emerge come mese clou con 440 eventi (13% dell'offerta annuale), seguito da giugno. I mesi di minore attività, invece, sono stati gennaio, agosto e dicembre, con quote comprese tra il 5 e il 6,6% dell'offerta totale.

Maggio diventa ancora più centrale analizzando la partecipazione: il 35% degli spettatori annuali (942.086) si concentra in questo mese. In particolare, durante il mese di maggio, nel Lazio è confluato il 66% degli spettatori annui regionali (657.593) grazie agli Internazionali di tennis⁷ di Roma. Se a livello nazionale seguono giugno (18%) e settembre (15%), il Piemonte presenta una configurazione unica con l'89% della partecipazione concentrata a novembre (198.458 persone), in occasione delle ATP Finals⁸ di Torino. Alla crescente passione degli italiani per il tennis contribuiscono i successi di atleti come Jannik Sinner, Lorenzo Musetti, Sara Errani e Jasmine Paolini, che hanno acceso i riflettori su questo sport cavalcando l'onda emotiva di una stagione di vittorie anche sui più prestigiosi campi internazionali.

Il peso delle grandi competizioni sugli sport individuali

La distribuzione territoriale dell'offerta vede la Lombardia in pole position con 878 spettacoli (25% del totale), seguita dalla Toscana con 687 eventi (20%) e dall'Emilia-Romagna con 530 manifestazioni (15%). Questa leadership settentrionale riflette la maggiore dotazione infrastrutturale e la capacità di attrarre eventi internazionali di prestigio.

La geografia degli spettatori, invece, presenta un ribaltamento delle gerarchie. Il Lazio da solo ha totalizzato il 37% degli spettatori nazionali (995.783), registrando una notevole partecipazione media (5.594 spettatori per evento). Questo primato è trainato

dai grandi eventi capitolini: gli Internazionali di tennis a maggio (8.220 spettatori medi) e i Campionati Europei di Atletica di giugno (8.460)⁹. L'Emilia-Romagna si è posizionata seconda per spettatori (20% del totale), con una partecipazione media di 1.045 persone per evento, seguita dalla Lombardia (17%), dove agosto e settembre rappresentano insieme il 77% della partecipazione annua grazie soprattutto al Gran Premio d'Italia 2024 di Formula 1¹⁰ a Monza. Grazie alla competizione, la spesa media unitaria lombarda per spettatore ha raggiunto picchi notevoli nei due mesi (95,83 euro ad agosto, 101,21 a settembre).

Il Mezzogiorno rimane ai margini per volumi di attività e partecipazione, con Sud e Isole che hanno registrato rispettivamente il 3% degli spettacoli e appena l'1% e 2% degli spettatori. Nel complesso meridionale si contano solo 72.508 spettatori, di cui 41.083 in Sardegna, con maggio come mese di punta (12.938 persone), trainati dal torneo ATP Sardegna Open presso il Tennis Club di Cagliari.

La configurazione economica del settore evidenzia una netta stratificazione territoriale che riflette il valore commerciale dei grandi eventi. Il Piemonte ha conquistato il primato per spesa media unitaria con 128 euro per spettatore, valore influenzato dal picco di novembre (141 euro) in occasione delle ATP Finals di Torino. La Lombardia si posiziona in seconda posizione con una spesa media di 79 euro, e chiude il podio l'Emilia-Romagna (56,53), quest'ultima trainata dai valori più elevati di maggio, quando si è tenuto il Gran Premio dell'Emilia-Romagna ad Imola, e settembre, quando si sono tenuti il Gran Premio motociclistico dell'Emilia-Romagna e le Finali della Coppa Davis di tennis¹¹. Il Lazio, dal canto suo, nonostante la leadership per spettatori, ha presentato una spesa media più contenuta (33,80 euro). Tutte le altre regioni si sono posizionate sotto la soglia dei 30 euro, con Sud, Isole, oltre a Marche e Umbria, che non hanno superato i 15 euro per spettatore.

L'analisi delle variazioni territoriali e temporali evidenzia una struttura settoriale

37%
del pubblico nel Lazio

+47,5%
eventi vs 2023

51,73
euro di spesa media unitaria per spettatore, più del doppio della media sportiva nazionale

⁰⁷ A Roma dall'8 al 19 maggio.

⁰⁸ A Torino dal 10 al 17 novembre.

⁰⁹ A Roma dal 7 al 12 giugno.

¹⁰ All'Autodromo di Monza, dal 30 agosto al 1° settembre.

¹¹ Dal 10 al 15 settembre a Bologna (oltre che a Valencia, Zhuhai, Manchester e Malaga).

basata sulla combinazione di appuntamenti fissi consolidati e competizioni “nomadi” che si spostano di anno in anno. Da un lato emergono tradizioni consolidate come le ATP Finals di Torino (dal 2021) o gli Internazionali di Roma; dall'altro lato, la natura internazionale di molte competizioni genera un effetto “nomadismo” che determina grandi variazioni annuali nelle singole regioni, creando una polarizzazione territoriale che favorisce centri urbani e territori dotati di infrastrutture adeguate. Questo fenomeno, pur limitando la formazione di un'offerta continuativa sul territorio, consente all'Italia di posizionarsi come destinazione di eccellenza per eventi di caratura mondiale.

Le scuderie degli atleti del domani

+83%

di strutture attive
nel Nord-Ovest

5,4

mila spettacoli

Il sistema infrastrutturale ha registrato un'espansione significativa con 817 impianti attivi (+38% rispetto al 2023), distribuiti in modo difforme sul suolo nazionale. La Lombardia presenta la maggiore densità con 8,9 impianti ogni 1.000 km², seguita da Toscana (5,4) e Friuli-Venezia Giulia (5,2). Rispetto al 2023, nel Nord-Ovest i locali attivi sono stati molti di più (+83%), con aumenti in tutte le regioni: i più significativi sono stati quelli della Lombardia (+94%, da 110 a 213 locali) e della Liguria (+92%, da 12 a 23). Questa espansione riflette la crescente attrattività del settore e la necessità di dotazioni tecniche sempre più capillari. Gli organizzatori attivi sono cresciuti del 21,3%, raggiungendo quota 734, con una distribuzione territoriale che ricalca quella degli impianti.

Altri sport

Il settore “Altri sport”, nella classificazione del Rapporto SIAE, fa riferimento a pratiche sportive e discipline eterogenee: Nuoto e

Pallanuoto; Sport invernali; Sport con scommesse; Sport vari senza scommesse. Nel 2024, il comparto appare segnato da una crescita rispetto all'anno precedente sia nei volumi di attività sia in termini di partecipazione, con 5.378 spettacoli (+3,9%) per 1.442.496 di spettatori (+1,3%).

Il calendario annuale ha mostrato un andamento irregolare che non fa emergere tendenze particolari, quanto il suo essere scandito dalle competizioni nazionali e internazionali. Il mese di giugno ha registrato il maggior numero di eventi, concentrando il 13% dell'offerta annuale, mentre ad agosto si è scesi al 3% del totale. Per affluenza di pubblico, i mesi principali sono stati dicembre (13%) e gennaio (12%), sospinti dalla stagione degli sport invernali. Proprio gli sport invernali registrano nel 2024 un significativo incremento nel dato degli spettatori (+45%) e della spesa (+49%), in un'Italia che si proietta verso i Giochi olimpici invernali di Milano-Cortina ad inizio 2026.

Giugno si segnala come secondo mese più partecipato (11%), mentre agosto si è confermato anche il mese con la minore partecipazione (3%).

Le regioni in zona podio

Secondo solo al calcio per numero di eventi, il comparto “Altri sport” presenta però la partecipazione media più bassa tra i settori sportivi (268 spettatori per manifestazione), con eccezioni rilevanti in Trentino-Alto Adige, Emilia-Romagna e Valle d'Aosta. Non a caso, le province di Bolzano, Trento e Aosta guidano l'indice di sportività 2024¹² per i risultati degli atleti negli sport invernali. Nel panorama territoriale, dunque, emerge una geografia che premia le specializzazioni alpine e le vocazioni consolidate.

La Lombardia e il Piemonte guidano l'offerta con rispettivamente il 17% e il 15%

¹² I dati di società e risultati degli atleti considerati dall'Indice di sportività 2024 sono riferiti all'anno precedente.

degli spettacoli, seguite dal Veneto (11%). Tuttavia, è nella distribuzione degli spettatori che si osserva la vera geografia delle passioni: il Trentino-Alto Adige conquista il primato con il 25% degli spettatori nazionali (363.179), concentrando il 38% della propria partecipazione nei mesi di gennaio e dicembre.

Il dato trentino è particolarmente significativo: la regione non solo domina nei mesi invernali, ma mantiene un'attività costante tutto l'anno, configurandosi come una terra di sport per 365 giorni all'anno. La partecipazione media di 693 spettatori per evento rappresenta un record assoluto del settore, seguita da quella di Lazio (465) ed Emilia-Romagna (463). L'Emilia-Romagna si posiziona seconda per volumi assoluti con 199.370 spettatori (14%), registrando il picco a giugno (33.807 persone). Completano il quadro delle regioni trainanti Piemonte (12%), Lombardia e Veneto (entrambe 11%), disegnando un arco alpino particolarmente dinamico e competitivo.

I 20,1 milioni di euro di spesa registrati in Italia per il comparto risultano in calo del 64% rispetto al 2023, un effetto fisiologico determinato dall'incidenza, nell'anno precedente, della Ryder Cup, che ha reso il Lazio nel 2023 responsabile di circa due terzi della spesa del pubblico del settore. Nel 2024, il Trentino-Alto Adige da solo ha concentrato il 29% della spesa totale, pari a oltre 5,7 milioni di euro, seguito dall'Emilia-Romagna (3,4 milioni di euro, 17%). Al Sud e nelle Isole, invece, si è realizzato il 4,5% della spesa, con un'incidenza minore di quella degli spettacoli (11,7%) o degli spettatori (6,9%), a dimostrazione di una maggiore accessibilità degli eventi dal punto di vista economico. In Italia la spesa media unitaria per spettatore è stata di 13,95 euro, con il secondo valore più basso dopo quello degli altri sport di squadra diversi dal calcio e decisamente al di sotto della media del

macro-aggregato Sport che si attesta a 21,77 euro. Il valore varia dal massimo riportato in Liguria (26,92), fino al minimo della Calabria (2,89).

La geografia degli eventi e dei palazzetti

Come già osservato per gli sport individuali, la partecipazione al comparto è fortemente legata alla presenza di eventi di rilievo. L'"eventificazione" di queste discipline

tende a concentrare pubblico e risorse nei territori con infrastrutture idonee, penalizzando aree che sono meno attrezzate.

Rispetto alla diffusione degli altri sport, più degli aumenti degli spettatori riscontrati in Trentino-Alto Adige (+49%) e nelle Marche (+46%), sono cresciuti i pubblici nel Mezzogiorno: la Basilicata è passata da 252 spettatori a 2.809, soprattutto a giugno, agosto e novembre; in Molise si è passati da 100 a 1.070, tutti concentrati da maggio a luglio; in Calabria da 1.459 a 6.824; in Sardegna, infine, gli spettatori sono quasi raddoppiati, arrivando a 24.054.

I locali attivi nel 2024 sono 1.613, in leggero calo rispetto al 2023 (-3,5%). Lombardia, Piemonte e Toscana sono state ai vertici in termini assoluti, mentre per densità territoriale si è distinta la Liguria con 10,9 locali ogni 1.000 km², contro una media nazionale di 5,3, quest'ultima penalizzata dai risultati di Sud (2,8) e Isole (2). Gli organizzatori sono stati 1.587 (-10,2%), con una distribuzione proporzionale a quella dei locali, tanto è vero che quasi tutti i territori presentano un rapporto tra locali attivi e organizzatori nell'intorno di 1. Unica eccezione significativa è stata quella della Valle d'Aosta, dove 10 organizzatori hanno gestito 28 locali.

Il Trentino-Alto Adige raccoglie il 25% degli spettatori e il 29% della spesa.

Gli sport invernali registrano +45% di spettatori e +49% di spesa

TAVOLE

A01	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	124
A02	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MESE EVENTO	/	125
A03	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT INCIDENZA PERCENTUALE DELLA SPESA NEI GIORNI DELLA SETTIMANA	/	126
A04	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAREA E REGIONE	/	127
A05	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DEGLI SPETTACOLI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	128
A06	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DEGLI SPETTATORI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	129
A07	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DELLA SPESA SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	130
A08	/	SPESA MEDIA PER ASSISTERE ALL'EVENTO PERIODO 2023-2024 DATI PER AGGREGATO DI GENERE MANIFESTAZIONE	/	131
A09	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT ANALISI DEL QUINQUENNIO 2020-2024	/	132
A10	/	NUMERO DEI LUOGHI DI SPETTACOLO DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO DI GENERE MANIFESTAZIONE	/	134
A11	/	NUMERO DEGLI ORGANIZZATORI DI SPETTACOLO DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO, AGGREGATO E REGIONE	/	136

Scansiona il QR Code per
consultare tutte le tavole
dello spettacolo,
dell'intrattenimento e dello
sport del Rapporto SIAE 2024.



SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO

SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT

A01

SPETTACOLO		SPETTACOLI	SPETTATORI	SPESA
CINEMA	Cinema	2.743.414	73.476.500	539.541.033,65
	TOTALE	2.743.414	73.476.500	539.541.033,65
TEATRO	Prosa	94.772	16.547.880	283.921.444,21
	Lirica	2.880	2.134.727	110.489.449,80
	Rivista e Musical	2.664	1.599.628	57.357.839,08
	Balletto	12.275	2.679.045	55.106.085,25
	Burattini e Marionette	2.832	211.214	1.491.352,67
	Arte varia	21.572	4.194.001	60.980.070,10
	Circo	16.019	884.640	9.291.581,60
	TOTALE	153.014	28.251.135	578.637.822,71
CONCERTI	Classica	19.463	3.672.890	72.755.191,79
	Pop, Rock e Leggera	38.911	24.142.809	898.869.921,13
	Jazz	7.141	1.172.769	17.714.726,52
	TOTALE	65.515	28.988.468	989.339.839,44
MOSTRE	Mostre	87.023	16.918.193	158.001.870,68
	TOTALE	87.023	16.918.193	158.001.870,68
TOTALE SPETTACOLO		3.048.966	147.634.296	2.265.520.566,48
INTRATTENIMENTO				
BALLO	Discoteche e ballo	200.846	34.034.988	496.640.893,43
	TOTALE	200.846	34.034.988	496.640.893,43
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	22.386	21.104.651	306.640.127,64
	Attrazioni viaggianti	14.860	2.004.133	34.397.917,68
	TOTALE	37.246	23.108.784	341.038.045,32
FIERE	Fiere	2.729	10.640.148	88.011.576,50
	TOTALE	2.729	10.640.148	88.011.576,50
TOTALE INTRATTENIMENTO		240.821	67.783.920	925.690.515,25
SPORT				
SPORT	Calcio	66.175	28.791.038	607.374.383,09
	Sport di squadra non calcio	5.261	5.139.902	61.397.674,29
	Sport individuali	3.489	2.712.749	140.318.417,51
	Altri sport	5.378	1.442.496	20.117.912,98
	TOTALE	80.303	38.086.185	829.208.387,87
TOTALE SPORT		80.303	38.086.185	829.208.387,87
TOTALE SPETTACOLO + INTRATTENIMENTO + SPORT		3.370.090	253.504.401	4.020.419.469,60

MESE EVENTO	SPETTACOLI	SPETTATORI	SPESA
Gennaio	319.282	20.649.603	268.066.719,39 €
Febbraio	281.938	19.116.989	278.146.645,66 €
Marzo	302.254	20.717.675	289.607.897,21 €
Aprile	282.913	19.578.459	294.522.219,66 €
Maggio	260.049	17.794.158	324.807.694,65 €
Giugno	264.582	22.753.223	425.303.065,42 €
Luglio	240.271	22.893.283	447.805.858,06 €
Agosto	237.940	24.680.831	399.937.856,29 €
Settembre	271.695	17.591.054	290.086.219,62 €
Ottobre	276.106	19.838.629	286.561.744,58 €
Novembre	299.103	23.522.271	354.542.738,78 €
Dicembre	333.957	24.368.226	361.030.810,28 €
TOTALE	3.370.090	253.504.401	4.020.419.469,60 €

SPETTACOLO	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
Cinema	9,02%	9,05%	11,92%	10,64%	12,94%	22,97%	23,47%
Prosa	5,94%	10,99%	10,91%	13,03%	18,47%	23,30%	17,36%
Lirica	2,47%	10,33%	8,11%	14,20%	22,44%	25,24%	17,22%
Rivista e Musical	2,36%	5,49%	7,31%	11,56%	17,60%	32,30%	23,38%
Balletto	4,97%	10,99%	9,82%	10,60%	17,81%	24,57%	21,23%
Burattini e Marionette	8,65%	9,20%	7,55%	9,74%	10,45%	23,95%	30,46%
Arte varia	3,42%	6,27%	4,96%	8,88%	12,13%	30,17%	34,17%
Circo	5,46%	5,53%	4,22%	10,90%	16,06%	30,35%	27,46%
Classica	15,47%	7,83%	13,70%	10,66%	19,36%	17,61%	15,37%
Pop, Rock e Leggera	8,79%	11,72%	10,21%	9,91%	15,51%	28,09%	15,78%
Jazz	8,03%	10,16%	9,94%	13,22%	18,74%	21,15%	18,76%
Mostre	7,34%	8,89%	9,33%	10,90%	12,42%	24,51%	26,61%
INTRATTENIMENTO	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
Discoteche e ballo	5,38%	5,51%	6,05%	8,54%	15,97%	33,21%	25,35%
Parchi da Divertimento	11,47%	10,87%	10,76%	12,49%	13,00%	20,52%	20,88%
Attrazioni viaggianti	9,61%	9,49%	9,36%	10,22%	13,53%	24,83%	22,95%
Fiere	3,63%	3,00%	4,59%	8,47%	12,87%	33,32%	34,12%
SPORT	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
Calcio	8,23%	8,71%	7,97%	8,00%	5,67%	24,60%	36,81%
Sport di squadra non calcio	2,68%	3,22%	6,84%	7,87%	9,44%	29,01%	40,95%
Sport individuali	3,94%	4,23%	4,73%	4,94%	16,65%	24,15%	41,36%
Altri sport	2,41%	4,71%	7,27%	8,38%	13,18%	36,05%	28,01%

	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
NORD OVEST	Liguria	92.328	9,45%	6.530.971	8,13%	79.750.678,61 €	5,50%
	Lombardia	619.191	63,38%	53.553.548	66,66%	1.033.653.126,50 €	71,30%
	Piemonte	255.913	26,20%	19.698.806	24,52%	329.961.027,89 €	22,76%
	Valle d'Aosta	9.460	0,97%	560.233	0,70%	6.278.683,29 €	0,43%
	TOTALE	976.892	100%	80.343.558	100%	1.449.643.516,29 €	100%
	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
NORD EST	Emilia-Romagna	293.159	43,27%	28.489.998	44,55%	411.345.617,99 €	42,61%
	Friuli-Venezia Giulia	92.257	13,62%	5.691.137	8,90%	77.975.150,97 €	8,08%
	Trentino-Alto Adige	42.043	6,21%	4.045.571	6,33%	55.707.076,46 €	5,77%
	Veneto	249.994	36,90%	25.723.892	40,22%	420.300.943,75 €	43,54%
	TOTALE	677.453	100%	63.950.598	100%	965.328.789,17 €	100%
	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
CENTRO	Lazio	426.267	50,05%	29.903.193	51,10%	535.619.817,52 €	57,14%
	Marche	105.119	12,34%	6.954.968	11,89%	82.280.872,27 €	8,78%
	Toscana	252.917	29,70%	17.855.766	30,51%	273.279.332,86 €	29,15%
	Umbria	67.297	7,90%	3.803.860	6,50%	46.170.181,15 €	4,93%
	TOTALE	851.600	100%	58.517.787	100%	937.350.203,80 €	100%
	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
SUD	Abruzzo	82.418	14,22%	4.357.906	12,64%	42.763.569,36 €	9,44%
	Basilicata	23.954	4,13%	975.704	2,83%	8.862.908,47 €	1,96%
	Calabria	48.820	8,42%	2.557.287	7,42%	31.926.015,51 €	7,05%
	Campania	207.557	35,81%	14.849.824	43,09%	227.866.565,77 €	50,32%
	Molise	6.325	1,09%	453.856	1,32%	4.601.719,32 €	1,02%
	Puglia	210.483	36,32%	11.268.940	32,70%	136.817.802,23 €	30,21%
	TOTALE	579.557	100%	34.463.517	100%	452.838.580,66 €	100%
	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
ISOLE	Sardegna	78.525	27,59%	4.098.308	25,25%	60.046.468,59 €	27,90%
	Sicilia	206.063	72,41%	12.130.633	74,75%	155.211.911,09 €	72,10%
	TOTALE	284.588	100%	16.228.941	100%	215.258.379,68 €	100%

TOTALE COMPLESSIVO	3.370.090	253.504.401	4.020.419.469,6 €
--------------------	-----------	-------------	-------------------

RAFFRONTO DEGLI SPETTACOLI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO

SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT

A05

MACROAGGREGATO	AGGREGATO	2023	2024	VAR % 2024 / 2023
CINEMA	Cinema	2.579.112	2.743.414	6,37
	TOTALE	2.579.112	2.743.414	6,37
TEATRO	Prosa	90.328	94.772	4,92
	Lirica	2.948	2.880	▼ -2,31
	Rivista e Musical	2.764	2.664	▼ -3,62
	Balletto	11.494	12.275	6,79
	Burattini e Marionette	2.647	2.832	6,99
	Arte varia	20.088	21.572	7,39
	Circo	16.205	16.019	▼ -1,15
	TOTALE	146.474	153.014	4,46
CONCERTI	Classica	18.939	19.463	2,77
	Pop, Rock e Leggera	36.018	38.911	8,03
	Jazz	6.682	7.141	6,87
	TOTALE	61.639	65.515	6,29
MOSTRE	Mostre	78.871	87.023	10,34
	TOTALE	78.871	87.023	10,34
TOTALE SPETTACOLO		2.866.096	3.048.966	6,38
INTRATTENIMENTO				
BALLO	Discoteche e ballo	197.233	200.846	1,83
	TOTALE	197.233	200.846	1,83
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	21.348	22.386	4,86
	Attrazioni viaggianti	11.117	14.860	33,67
	TOTALE	32.465	37.246	14,73
FIERE	Fiere	2.397	2.729	13,85
	TOTALE	2.397	2.729	13,85
TOTALE INTRATTENIMENTO		232.095	240.821	3,76
SPORT				
SPORT	Calcio	63.674	66.175	3,93
	Sport di squadra non calcio	5.316	5.261	▼ -1,03
	Sport individuali	2.366	3.489	47,46
	Altri sport	5.177	5.378	3,88
	TOTALE	76.533	80.303	4,93
TOTALE SPORT		76.533	80.303	4,93
TOTALE SPETTACOLO + INTRATTENIMENTO + SPORT		3.174.724	3.370.090	6,15

MACROAGGREGATO	AGGREGATO	2023	2024	VAR % 2024 / 2023
CINEMA	Cinema	74.063.450	73.476.500	▼ -0,79
	TOTALE	74.063.450	73.476.500	▼ -0,79
TEATRO	Prosa	15.243.432	16.547.880	8,56
	Lirica	2.152.836	2.134.727	▼ -0,84
	Rivista e Musical	1.467.488	1.599.628	9,00
	Balletto	2.376.490	2.679.045	12,73
	Burattini e Marionette	205.072	211.214	3,00
	Arte varia	3.981.846	4.194.001	5,33
	Circo	934.937	884.640	▼ -5,38
	TOTALE	26.362.101	28.251.135	7,17
CONCERTI	Classica	3.461.441	3.672.890	6,11
	Pop, Rock e Leggera	23.732.393	24.142.809	1,73
	Jazz	988.698	1.172.769	18,62
	TOTALE	28.182.532	28.988.468	2,86
MOSTRE	Mostre	16.491.154	16.918.193	2,59
	TOTALE	16.491.154	16.918.193	2,59
TOTALE SPETTACOLO		145.099.237	147.634.296	1,75
INTRATTENIMENTO				
BALLO	Discoteche e ballo	33.865.878	34.034.988	0,50
	TOTALE	33.865.878	34.034.988	0,50
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	19.644.126	21.104.651	7,43
	Attrazioni viaggianti	2.170.445	2.004.133	▼ -7,66
	TOTALE	21.814.571	23.108.784	5,93
FIERE	Fiere	10.417.710	10.640.148	2,14
	TOTALE	10.417.710	10.640.148	2,14
TOTALE INTRATTENIMENTO		66.098.159	67.783.920	2,55
SPORT				
SPORT	Calcio	28.720.588	28.791.038	0,25
	Sport di squadra non calcio	4.601.906	5.139.902	11,69
	Sport individuali	1.985.272	2.712.749	36,64
	Altri sport	1.423.907	1.442.496	1,31
	TOTALE	36.731.673	38.086.185	3,69
TOTALE SPORT		36.731.673	38.086.185	3,69
TOTALE SPETTACOLO + INTRATTENIMENTO + SPORT		247.929.069	253.504.401	2,25

MACROAGGREGATO	AGGREGATO	2023	2024	VAR % 2024 / 2023
CINEMA	Cinema	536.349.784,18	539.541.033,65	0,59
		536.349.784,18	539.541.033,65	0,59
TEATRO	Prosa	260.863.527,09	283.921.444,21	8,84
	Lirica	111.746.285,74	110.489.449,80	▼ -1,12
	Rivista e Musical	48.944.856,55	57.357.839,08	17,19
	Balletto	44.997.161,84	55.106.085,25	22,47
	Burattini e Marionette	1.412.906,25	1.491.352,67	5,55
	Arte varia	64.113.167,23	60.980.070,10	▼ -4,89
	Circo	8.811.083,53	9.291.581,60	5,45
		540.888.988,23	578.637.822,71	6,98
CONCERTI	Classica	57.533.663,18	72.755.191,79	26,46
	Pop, Rock e Leggera	900.952.189,94	898.869.921,13	▼ -0,23
	Jazz	17.587.782,34	17.714.726,52	0,72
		976.073.635,46	989.339.839,44	1,36
MOSTRE	Mostre	151.919.563,37	158.001.870,68	4,00
		151.919.563,37	158.001.870,68	4,00
TOTALE SPETTACOLO		2.205.231.971,24	2.265.520.566,48	2,73
INTRATTENIMENTO				
BALLO	Discoteche e ballo	490.230.106,57	496.640.893,43	1,31
		490.230.106,57	496.640.893,43	1,31
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	303.632.628,61	306.640.127,64	0,99
	Attrazioni viaggianti	28.211.323,67	34.397.917,68	21,93
		331.843.952,28	341.038.045,32	2,77
FIERE	Fiere	89.792.805,06	88.011.576,50	▼ -1,98
		89.792.805,06	88.011.576,50	▼ -1,98
TOTALE INTRATTENIMENTO		911.866.863,91	925.690.515,25	1,52
SPORT				
SPORT	Calcio	623.759.989,26	607.374.383,09	-2,63
	Sport di squadra non calcio	54.089.393,68	61.397.674,29	13,51
	Sport individuali	92.881.328,79	140.318.417,51	51,07
	Altri sport	55.947.523,92	20.117.912,98	-64,04
		826.678.235,65	829.208.387,87	0,31
TOTALE SPORT		826.678.235,65	829.208.387,87	0,31
TOTALE SPETTACOLO + INTRATTENIMENTO + SPORT		3.943.777.070,80	4.020.419.469,60	1,94

MACROAGGREGATO	AGGREGATO	2024	2023	VAR % 2024 / 2023
CINEMA	Cinema	7,34	7,24	1,40
TEATRO	Prosa	17,16	17,11	0,26
	Lirica	51,76	51,91	▼ -0,29
	Rivista e Musical	35,86	33,35	7,51
	Balletto	20,57	18,93	8,64
	Burattini e Marionette	7,06	6,89	2,48
	Arte varia	14,54	16,10	▼ -9,70
	Circo	10,50	9,42	11,45
CONCERTI	Classica	19,81	16,62	19,18
	Pop, Rock e Leggera	37,23	37,96	▼ -1,93
	Jazz	15,11	17,79	▼ -15,09
MOSTRE	Mostre	9,34	9,21	1,38
INTRATTENIMENTO	AGGREGATO	2024	2023	VAR % 2024 / 2023
BALLO	Discoteche e ballo	14,59	14,48	0,80
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	14,53	15,46	▼ -6,00
	Attrazioni viaggianti	17,16	13,00	32,05
FIERE	Fiere	8,27	8,62	▼ -4,03
INTRATTENIMENTO	AGGREGATO	2024	2023	VAR % 2024 / 2023
SPORT	Calcio	21,10	21,72	▼ -2,87
	Sport di squadra non calcio	11,95	11,75	1,63
	Sport individuali	51,73	46,79	10,56
	Altri sport	13,95	39,29	▼ -64,50

	VALORI	2020	2021	2022	2023	2024
Tutti i generi manifestazione	Numero locali	26.221	23.012	50.094	56.533	59.362
	Spettacoli	1.186.268	1.555.759	2.765.879	3.174.724	3.370.090
	Spettatori	69.973.202	70.026.232	187.690.200	247.929.069	253.504.401
	Spesa	769.750.172 €	898.165.157 €	2.668.205.693 €	3.943.777.071 €	4.020.419.470 €
	Spesa media per partecipante	11,00 €	12,83 €	14,22 €	15,91 €	15,86 €
	Affluenza media	59	45	68	78	75
	Introiti per spettacolo	648,88 €	577,32 €	964,69 €	1.242,24 €	1.192,97 €
	Introiti per locale	29.356 €	39.030 €	53.264 €	69.761 €	67.727 €
	Eventi per locale	45	68	55	56	57
	Numero comuni	4.464	4.185	6.397	6.720	6.743
Cinema	Numero locali	5.064	4.805	4.920	4.741	4.801
	Spettacoli	994.900	1.350.335	2.255.029	2.579.112	2.743.414
	Spettatori	30.305.771	26.732.626	47.651.620	74.063.450	73.476.500
	Spesa	191.410.844 €	183.086.073 €	326.411.688 €	536.349.784 €	539.541.034 €
	Spesa media per partecipante	6,32 €	6,85 €	6,85 €	7,24 €	7,34 €
	Affluenza media	30	20	21	29	27
	Introiti per spettacolo	192,39 €	135,59 €	144,75 €	207,96 €	196,67 €
	Introiti per locale	37.798 €	38.103 €	66.344 €	113.130 €	112.381 €
	Eventi per locale	196	281	458	544	571
	Numero comuni	1.403	1.280	1.316	1.278	1.311
Teatro	Numero locali	6.606	8.851	14.067	16.515	17.116
	Spettacoli	46.337	67.597	125.862	146.474	153.014
	Spettatori	7.327.529	6.642.677	19.232.058	26.362.101	28.251.135
	Spesa	112.607.098 €	131.612.129 €	362.834.086 €	540.888.988 €	578.637.823 €
	Spesa media per partecipante	15,37 €	19,81 €	18,87 €	20,52 €	20,48 €
	Affluenza media	158	98	153	180	185
	Introiti per spettacolo	2.430,18 €	1.947,01 €	2.882,79 €	3.692,73 €	3.781,60 €
	Introiti per locale	17.046 €	14.870 €	25.793 €	32.751 €	33.807 €
	Eventi per locale	7	8	9	9	9
	Numero comuni	2.279	2.640	3.627	4.077	4.040
Concerti	Numero locali	3.985	6.547	14.523	16.317	16.757
	Spettacoli	13.535	26.049	54.610	61.639	65.515
	Spettatori	2.736.608	4.771.554	24.390.123	28.182.532	28.988.468
	Spesa	52.124.190 €	112.878.046 €	719.616.772 €	976.073.635 €	989.339.839 €
	Spesa media per partecipante	19,05 €	23,66 €	29,50 €	34,63 €	34,13 €
	Affluenza media	202	183	447	457	442
	Introiti per spettacolo	3.851,07 €	4.333,30 €	13.177,38 €	15.835,33 €	15.100,97 €
	Introiti per locale	13.080 €	17.241 €	49.550 €	59.819 €	59.040 €
	Eventi per locale	3	4	4	4	4
	Numero comuni	1.458	2.145	4.154	4.442	4.499
Mostre	Numero locali	501	508	720	886	948
	Spettacoli	28.232	42.276	67.359	78.871	87.023
	Spettatori	4.302.597	5.432.127	12.146.575	16.491.154	16.918.193
	Spesa	34.377.192 €	45.735.523 €	98.498.933 €	151.919.563 €	158.001.871 €
	Spesa media per partecipante	7,99 €	8,42 €	8,11 €	9,21 €	9,34 €
	Affluenza media	152	128	180	209	194
	Introiti per spettacolo	1.217,67 €	1.081,83 €	1.462,30 €	1.926,18 €	1.815,63 €
	Introiti per locale	68.617 €	90.031 €	136.804 €	171.467 €	166.669 €
	Eventi per locale	56	83	94	89	92
	Numero comuni	208	202	275	319	312

VALORI		2020	2021	2022	2023	2024
Ballo	Numero locali	6.687	2.462	17.245	20.572	22.091
	Spettacoli	53.644	22.280	163.800	197.233	200.846
	Spettatori	7.925.531	3.498.653	29.461.143	33.865.878	34.034.988
	Spesa	138.044.734 €	45.121.409 €	409.736.789 €	490.230.107 €	496.640.893 €
	Spesa media per partecipante	17,42 €	12,90 €	13,91 €	14,48 €	14,59 €
	Affluenza media	148	157	180	172	169
	Introiti per spettacolo	2.573,35 €	2.025,20 €	2.501,45 €	2.485,54 €	2.472,74 €
	Introiti per locale	20.644 €	18.327 €	23.760 €	23.830 €	22.482 €
	Eventi per locale	8	9	9	10	9
	Numero comuni	2.495	1.209	4.727	5.121	5.196
Parchi e attrazioni viaggianti	Numero locali	192	230	238	304	367
	Spettacoli	14.109	18.813	28.386	32.465	37.246
	Spettatori	8.463.614	11.967.432	20.553.589	21.814.571	23.108.784
	Spesa	109.014.052 €	182.772.720 €	293.149.688 €	331.843.952 €	341.038.045 €
	Spesa media per partecipante	12,88 €	15,27 €	14,26 €	15,21 €	14,76 €
	Affluenza media	600	636	724	672	620
	Introiti per spettacolo	7.726,56 €	9.715,24 €	10.327,26 €	10.221,59 €	9.156,37 €
	Introiti per locale	567.782 €	794.664 €	1.231.721 €	1.091.592 €	929.259 €
	Eventi per locale	73	82	119	107	101
	Numero comuni	154	184	182	242	274
Fiere	Numero locali	141	190	379	422	504
	Spettacoli	948	1.283	2.682	2.397	2.729
	Spettatori	1.827.632	2.660.300	8.954.304	10.417.710	10.640.148
	Spesa	11.746.854 €	18.871.183 €	43.525.836 €	89.792.805 €	88.011.577 €
	Spesa media per partecipante	6,43 €	7,09 €	4,86 €	8,62 €	8,27 €
	Affluenza media	1.928	2.073	3.339	4.346	3.899
	Introiti per spettacolo	12.391,20 €	14.708,64 €	16.228,87 €	37.460,49 €	32.250,49 €
	Introiti per locale	83.311 €	99.322 €	114.844 €	212.779 €	174.626 €
	Eventi per locale	7	7	7	6	5
	Numero comuni	94	115	192	227	259
Sport	Numero locali	5.990	2.858	6.497	6.997	7.323
	Spettacoli	34.563	27.126	68.151	76.533	80.303
	Spettatori	7.083.920	8.320.863	25.300.788	36.731.673	38.086.185
	Spesa	120.425.208 €	178.088.075 €	414.431.901 €	826.678.236 €	829.208.388 €
	Spesa media per partecipante	17,00 €	21,40 €	16,38 €	22,51 €	21,77 €
	Affluenza media	205	307	371	480	474
	Introiti per spettacolo	3.484,22 €	6.565,22 €	6.081,08 €	10.801,59 €	10.326,00 €
	Introiti per locale	20.104 €	62.312 €	63.788 €	118.148 €	113.233 €
	Eventi per locale	6	9	10	11	11
	Numero comuni	2.525	1.644	2.452	2.540	2.594

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	97	41	72	248	487	160	451
TEATRO	454	237	447	965	2.438	766	1.416
Prosa	260	148	262	524	1.091	447	690
Lirica	8	6	7	7	58	16	19
Rivista e Musical	12	5	15	44	55	21	37
Balletto	48	26	50	118	389	122	232
Burattini e Marionette	32	2	18	32	62	25	35
Arte varia	66	34	38	150	672	88	247
Circo	28	16	57	90	111	47	156
CONCERTI	711	335	508	1.007	1.889	682	1.104
Classica	134	83	133	203	371	158	289
Pop, Rock e Leggera	492	225	318	717	1.329	446	701
Jazz	85	27	57	87	189	78	114
MOSTRE	8	5	12	31	82	29	100
BALLO	535	215	175	1.113	2.042	633	1.206
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	10	4	10	39	61	5	40
Parchi da Divertimento	9	4	3	26	38	2	29
Attrazioni viaggianti	1	-	7	13	23	3	11
FIERE	12	2	2	36	53	16	50
SPORT	153	36	63	209	728	413	219
Calcio	92	26	45	102	408	298	78
Sport di squadra non calcio	12	2	6	17	51	26	13
Sport individuali	15	-	-	16	107	41	35
Altri sport	34	8	12	74	162	48	93
TOTALE	1.980	875	1.289	3.648	7.780	2.704	4.586

LIGURIA	LOMBARDIA	MARCHE	MOLISE	PIEMONTE	PUGLIA	SARDEGNA	SICILIA	TOSCANA	TRENTINO ALTO ADIGE	UMBRIA	VALLE D'AOSTA	VENETO	TOTALE	VAR. % 2024/2023
146	881	172	16	354	284	106	308	371	105	87	18	397	4.801	1,3%
475	3.000	1.016	67	1.982	1.126	1.053	1.259	1.969	692	403	78	1.747	21.590	4,1%
241	1.630	444	38	1.069	569	544	694	919	414	206	35	981	11.206	1,3%
17	59	26	1	33	22	6	22	77	11	13	1	25	434	▼ -0,5%
8	111	24	2	39	30	17	34	29	16	13	1	46	559	▼ -8,8%
83	455	152	11	250	154	205	204	362	96	85	17	286	3.345	2,6%
13	70	59	-	22	56	26	46	41	10	17	-	22	588	12,2%
90	451	244	6	407	187	194	133	373	137	52	15	262	3.846	19,4%
23	224	67	9	162	108	61	126	168	8	17	9	125	1.612	▼ -0,7%
443	2.571	881	153	1.740	1.364	711	905	1.339	716	415	55	1.380	18.909	2,7%
123	537	180	18	279	370	112	251	465	183	110	6	298	4.303	1,7%
276	1.772	588	123	1.257	846	422	485	655	434	240	36	920	12.282	3,3%
44	262	113	12	204	148	177	169	219	99	65	13	162	2.324	1,4%
21	158	26	3	81	42	13	69	102	9	23	7	127	948	7,0%
630	3.705	1.658	81	3.234	632	450	1.058	1.485	894	704	188	1.453	22.091	7,4%
2	52	7	5	28	20	8	22	22	2	7	1	26	371	20,8%
1	37	4	4	21	18	7	13	16	1	6	-	19	258	14,7%
1	15	3	1	7	2	1	9	6	1	1	1	7	113	37,8%
9	101	21	-	27	23	5	20	40	12	17	1	57	504	19,4%
168	1.621	371	21	724	196	150	201	1.179	188	167	49	697	7.553	4,7%
76	1.046	248	15	429	73	98	93	829	72	116	19	433	4.596	9,4%
4	104	30	2	28	33	10	23	60	6	7	1	46	481	▼ -1,4%
27	217	9	-	88	13	14	13	125	30	15	1	66	832	22,7%
61	254	84	4	179	77	28	72	165	80	29	28	152	1.644	▼ -10,9%
1.894	12.089	4.152	346	8.170	3.687	2.496	3.842	6.507	2.618	1.823	397	5.884	76.767	4,7%

DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO, AGGREGATO E REGIONE

NUMERO DEGLI ORGANIZZATORI DI SPETTACOLO

A11

MACROAGGREGATO	ABRUZZO	BASILICATA	CALABRIA	CAMPANIA	EMILIA ROMAGNA	FRIULI VENEZIA GIULIA	LAZIO
CINEMA	27	23	36	100	186	38	124
TEATRO	302	173	244	696	1.821	348	1.143
Prosa	207	121	154	484	939	180	791
Lirica	6	4	9	6	40	12	12
Rivista e Musical	16	5	16	38	66	17	38
Balletto	56	20	50	103	446	124	201
Burattini e Marionette	3	1	9	15	26	9	16
Arte varia	53	36	43	145	610	78	226
Circo	7	3	11	22	34	13	45
CONCERTI	520	201	348	710	1.368	487	802
Classica	64	34	36	71	158	55	138
Pop, Rock e Leggera	459	179	309	640	1.218	435	664
Jazz	39	15	25	68	113	38	91
MOSTRE	6	4	11	26	64	26	62
BALLO	491	236	166	1.026	1.789	590	1.142
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	7	4	6	30	38	4	29
Parchi da Divertimento	6	4	3	19	19	2	18
Attrazioni viaggianti	1	-	3	11	21	2	11
FIERE	13	2	2	35	55	19	51
SPORT	147	35	53	209	612	260	212
Calcio	87	25	37	100	304	159	71
Sport di squadra non calcio	11	2	5	15	48	22	15
Sport individuali	12	-	-	15	102	38	29
Altri sport	38	8	11	79	165	45	98
TOTALE	1.352	599	784	2.504	4.948	1.479	3.100

LIGURIA	LOMBARDIA	MARCHE	MOLISE	PIEMONTE	PUGLIA	SARDEGNA	SICILIA	TOSCANA	TRENTINO ALTO ADIGE	UMBRIA	VALLE D'AOSTA	VENETO	TOTALE	VAR. % 2024/2023
51	342	49	7	138	104	44	122	171	37	21	11	174	1.709	0,9%
357	2.175	798	57	1.350	749	456	832	1.310	423	328	54	1.091	13.541	6,1%
203	1.269	408	41	716	480	250	630	642	245	202	26	632	7.850	3,2%
11	45	17	1	19	18	5	16	30	9	9	1	19	283	▼ -6,0%
11	120	28	2	42	27	15	42	33	16	12	1	35	488	▼ -9,8%
81	592	185	9	389	135	100	103	408	78	84	24	299	3.350	2,9%
10	43	10	-	9	15	11	15	19	5	7	-	10	211	4,5%
85	451	226	6	365	180	158	131	343	126	46	8	225	3.477	17,7%
15	52	20	3	39	21	9	19	30	5	7	3	29	257	6,6%
301	1.998	642	146	1.330	760	418	566	729	426	281	48	1.063	12.228	4,4%
42	230	69	14	127	136	32	103	175	88	57	4	154	1.585	6,7%
262	1.780	566	132	1.178	656	364	447	546	351	215	38	904	10.665	4,1%
37	147	44	8	126	82	59	99	99	34	39	9	78	1.195	3,8%
17	114	21	2	61	27	8	46	68	7	21	2	52	547	▼ -0,2%
599	3.508	1.454	81	2.834	529	432	971	1.370	920	615	151	1.333	20.148	7,4%
2	37	6	2	29	13	7	16	16	1	5	1	21	245	24,4%
1	26	4	1	22	11	6	13	12	1	4	-	15	172	17,0%
1	13	2	1	7	2	1	4	5	1	1	1	7	82	43,9%
11	101	14	-	28	18	5	18	42	13	18	1	58	436	10,9%
150	1.186	315	17	550	194	124	204	807	160	131	23	545	5.778	0,5%
60	650	202	12	282	63	76	90	484	57	83	11	301	3.101	2,7%
4	97	30	1	27	32	11	23	59	5	6	1	45	440	▼ -3,3%
24	204	9	-	74	10	12	12	110	30	14	1	60	734	21,3%
64	250	78	4	180	89	28	81	172	72	28	10	145	1.587	▼ -10,2%
1.294	8.030	2.774	281	5.259	2.076	1.227	2.474	3.936	1.787	1.221	249	3.639	46.509	5,3%

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 2024 ovvero, più esattamente, al 1° gennaio 2025, formata complessivamente da 58.934.177 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 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 del Commercial and Network Department – 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, etc.

Finito di stampare nel mese di luglio 2025
da Centro Copie l'Istantanea s.r.l.
Via Merulana, 213- 214 - 00185 Roma
P.IVA 02015861004 - C.F. 08301580588

© Copyright 2025 SIAE
Società Italiana degli Autori ed Editori
Viale della Letteratura, 30
00144 Roma

ISSN 1972 - 9677

Questa pubblicazione è stata stampata su carta riciclata.