



*Oggi presentazione della stagione 2016-2017 del Piccolo Teatro di Milano*

## **Piccolo Teatro, un valore anche per l'economia 70 anni: gli auguri della Camera di commercio**

**Sangalli:** “Valorizza l'identità e l'attrattività di Milano nel mondo”

**Accornero:** “Simbolo di Milano, apprezzato e conosciuto”

**Teatro, a Milano e in Lombardia un giro d'affari da 100 milioni**

**Nel 2015 Milano in crescita, +23%, vale un quinto nazionale**

*Milano, 12 maggio 2016.* Vale intorno ai 100 milioni il giro d'affari della spesa del pubblico in attività teatrali per la Lombardia, circa 80 milioni su Milano, secondo una stima annuale sulla base dei primi sei mesi del 2015. Milano aumenta del 23% nel primo semestre del 2015 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e rappresenta ben il 79% del totale lombardo e il 21% di quello italiano. E la Lombardia da sola vale un quarto del totale italiano, più dell'intero Centro Italia (Roma compresa) o di tutto il Nord-Est.

Per numero di attività, tra sedi di impresa e unità locali, nella gestione di teatri, sale da concerto e altre strutture artistiche e relativi servizi di biglietteria, Milano è terza in Italia con 65 attività su 747 (9%), dopo Roma e Napoli e seguita da Torino e Bari. Brescia, la seconda provincia lombarda per numero di imprese del settore, è decima. Emerge da un'elaborazione Camera di commercio di Milano su dati del registro imprese al 2016 e 2015 e dati SIAE primo semestre 2015.

**Supera i 70 milioni di euro la spesa annua delle famiglie milanesi tra cinema, teatro, concerti e musei.** In media 8 euro al mese a famiglia, l'8% di tutta la spesa per cultura, tempo libero e giochi. Emerge dall'indagine 2015 della Camera di commercio di Milano e del Comune di Milano sui consumi delle famiglie milanesi.

Oggi la presentazione della stagione 2016-2017 del Piccolo Teatro di Milano, la Camera di commercio è socio sostenitore della Fondazione.

*“Il Piccolo Teatro è giunto alla soglia dei suoi 70 anni di vita che raccontano al tempo stesso la storia della città e la storia di un “grande” teatro - ha dichiarato **Carlo Sangalli**, Presidente della Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Milano -. Promuovere il teatro d'arte non vuol dire solo valorizzare la cultura della nostra città. Significa soprattutto promuovere l'identità globale di Milano e, così, aumentare l'attrattività del nostro territorio. E questo ruolo del Piccolo ha avuto un importante riconoscimento nel recente decreto che ne ha stabilito l'autonomia”.*

*“La cultura – ha dichiarato **Marco Accornero**, consigliere della Camera di commercio di Milano – non è solo un aspetto importante della qualità della vita della nostra città e della sua attrattività ma rappresenta un elemento che contraddistingue l'identità di Milano in Italia e nel mondo. E il Piccolo Teatro, al traguardo dei suoi primi 70 anni di attività, ne è uno dei simboli più apprezzati e conosciuti. Per questo la Camera di commercio contribuisce a sostenere questa importante istituzione che anche per la prossima stagione presenta un calendario ricco di appuntamenti e di eventi culturali di grande richiamo nazionale e internazionale”.*

**Il giro d'affari della spesa del pubblico in attività teatrali a Milano e in Lombardia  
nei primi sei mesi del 2015**

	Spesa del pubblico I trim. 2015	variaz. % 2014-2015	peso % su tot. Lomb.	peso % su tot. Italia
Milano	38.084.656,39	22,7%	78,8%	21,2%
Lombardia	48.313.005,34	15,4%	100%	26,8%
Italia	179.949.062,39	5,9%		100%

*Elaborazione Camera di commercio di Milano su dati SIAE, primo semestre 2015*

**Spesa media mensile per famiglia a Milano città per tempo libero, cultura e giochi (in euro)**

Tempo libero, cultura e giochi	spesa mensile media (euro) a famiglia	peso su tot. Tempo libero
Radio, TV, Hi-Fi, videoregistratori	6,41	6,3%
Computer, stampanti, software	6,14	6,1%
Giochi e giocattoli	4,06	4,0%
Libri non scolastici	5,87	5,8%
Giornali e riviste	11,77	11,7%
Dischi, cassette e videocassette	1,91	1,9%
Cancelleria	2,689	2,7%
Abbonamento Rai/Pay TV	13,82	13,7%
Lotto, totocalcio e lotterie	2,263	2,2%
Piante e fiori	2,573	2,5%
Spese per lo sport e articoli sportivi	20,36	20,2%
<b>Cinema, teatro, concerti e musei</b>	<b>8,15</b>	<b>8,1%</b>
Spese animali domestici, spese veterinarie	7,86	7,8%
Altri articoli per il tempo libero	7,08	7,0%
<b>Totale</b>	<b>100,96</b>	<b>100,0%</b>

*Dall'indagine sui consumi delle famiglie milanesi, anno 2015*

**Localizzazioni (sedi di impresa e unità locali) attive in Italia in gestione di teatri, sale da concerto e altre strutture artistiche e servizi di biglietteria per eventi teatrali, sportivi ed altri eventi ricreativi e d'intrattenimento – prime 10 province**

	Provincia	Servizi di biglietteria per eventi teatrali, sportivi ed altri eventi ricreativi e d'intrattenimento	Gestione di teatri, sale da concerto e altre strutture artistiche	Attive 2016	peso % su tot.	Attive 2015	variaz. %
1	ROMA	28	103	<b>131</b>	17,5%	<b>128</b>	2,3%
2	NAPOLI	9	61	<b>70</b>	9,4%	<b>70</b>	0,0%
3	MILANO	17	48	<b>65</b>	8,7%	<b>62</b>	4,8%
4	TORINO	8	33	<b>41</b>	5,5%	<b>45</b>	-8,9%
5	BARI	3	25	<b>28</b>	3,7%	<b>25</b>	12,0%
6	FIRENZE	5	17	<b>22</b>	2,9%	<b>21</b>	4,8%
7	CATANIA	4	15	<b>19</b>	2,5%	<b>17</b>	11,8%
8	BOLOGNA	7	11	<b>18</b>	2,4%	<b>21</b>	-14,3%
9	GENOVA	2	15	<b>17</b>	2,3%	<b>18</b>	-5,6%
10	BRESCIA	1	10	<b>11</b>	1,5%	<b>14</b>	-21,4%
	<b>LOMBARDIA</b>	<b>25</b>	<b>81</b>	<b>106</b>	14,2%	<b>107</b>	-0,9%
	<b>ITALIA</b>	<b>166</b>	<b>581</b>	<b>747</b>	100,0%	<b>739</b>	1,1%

*Elaborazione Camera di commercio di Milano su dati registro imprese marzo 2016 e 2015*