

Embargo ore 11 di oggi

Roma, 11 dicembre 2025

Diffuso oggi, in occasione della presentazione del Master in "Economia e gestione delle imprese culturali", all'Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani, l'Osservatorio di Impresa Cultura Italia-Confcommercio –Swg sui consumi culturali degli italiani

## **FONTANA/ IMPRESA CULTURA ITALIA- CONFCOMMERCIO: "SERVONO INTERVENTI PER RIDURRE I GAP TERRITORIALI E SOSTENERE I CONSUMI CULTURALI"**

### **NEL 2025 ESPLODE LA VOGLIA DI CULTURA DEGLI ITALIANI**

Cresce quest'anno la spesa media mensile delle famiglie in cultura che sfiora i 100 euro, in crescita rispetto ai 94,6 euro del 2024 e agli 83,2 del 2023; aumenta anche però il divario territoriale: al Nord si spendono 113 euro contro i 74 del Meridione. Le attività culturali più diffuse nel 2025 sono: guardare programmi e film in TV (92%), ascoltare musica (84%) e leggere libri (68%), mentre tra le attività dal vivo spiccano le visite a musei e siti archeologici (49%), il cinema (45%), gli spettacoli all'aperto (48%), i concerti (36%) e i festival culturali (29%).

La lettura mantiene un ruolo stabile, con il 76% degli italiani che ha letto almeno un libro cartaceo nel 2025 e il 52% che ha letto un libro digitale, confermando un vantaggio netto del formato cartaceo; in parallelo, si rafforza la fruizione informativa online: il 74% ha letto quotidiani digitali gratuiti da sito, mentre la lettura dei quotidiani cartacei resta stabile al 50% e quella tramite app a pagamento al 30%.

Gli italiani hanno speso di più nel 2025 per TV in abbonamento (il 37% dei consumatori), cinema (35%), musei e mostre (30%), libri (24%), concerti (21%), valori tutti in aumento rispetto al 2024, quando la quota di soggetti che spendeva denaro per queste attività risultava più contenuta. Il quadro conferma un tendenziale ritorno verso eventi dal vivo e cultura esperienziale, in particolare musei, cinema, mostre, spettacoli e festival culturali.

La cultura è sempre più percepita come opportunità di apprendimento e arricchimento personale: nel 2025 il 50% degli italiani attribuisce ai consumi culturali questo significato, in aumento rispetto al 45% di dicembre 2024. Cresce anche la quota di chi considera la cultura un elemento essenziale per il proprio benessere, al 15%, mentre resta all'11% la percentuale di chi la percepisce come "un costo" e scende al 9% quella di chi la considera "un'attività come tante altre".

La partecipazione agli eventi dal vivo torna a livelli molto elevati, in particolare ai festival, che coinvolgono il 72% degli italiani negli ultimi 12 mesi. La spesa media per

partecipante supera i 193 euro, trainata soprattutto da pernottamenti e ristorazione, confermando l'alto impatto economico sui territori ospitanti.

**Carlo Fontana, Presidente di Impresa Cultura Italia-Confcommercio** commenta: *«La ripresa della domanda culturale è un segnale importante per il Paese, ma non possiamo ignorare che l'accesso alla cultura resta ancora profondamente diseguale. In molte aree del Sud e nei piccoli Comuni l'interesse è alto, ma l'offerta è più distante e i costi di partecipazione sono maggiori. Anche per questo chiediamo alle istituzioni un intervento politico capace di sostenere i consumi culturali e ridurre le differenze territoriali, anche attraverso strumenti fiscali che rendano la partecipazione più accessibile. La cultura è un diritto e una leva di sviluppo: garantirne la fruizione significa rafforzare la coesione e le opportunità per le comunità del nostro Paese.»*

L'evento è stato anche l'occasione per presentare il Protocollo di collaborazione Treccani-Confcommercio, un accordo quadro che impegna le due realtà a sviluppare congiuntamente progetti di valorizzazione della cultura italiana, iniziative formative e attività di promozione della lettura, dell'imprenditorialità culturale e del patrimonio creativo del Paese. All'interno di questa cornice strategica nasce il Master in "Economia e gestione delle imprese culturali", realizzato da Treccani Accademia per Impresa Cultura Italia-Confcommercio: un percorso formativo pensato per rafforzare le competenze dei funzionari del sistema associativo, fornendo strumenti economici, gestionali e progettuali per supportare le imprese culturali, dialogare con gli stakeholder e contribuire alla crescita dei territori attraverso iniziative culturali innovative.

**Massimo Bray, Direttore Generale dell'Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani** dichiara: *«I dati dell'Osservatorio confermano quanto la cultura continui a rappresentare, per gli italiani, una straordinaria opportunità di apprendimento e arricchimento personale. Ma evidenziano anche la necessità di investire con decisione in politiche che rendano l'accesso alla cultura sempre più equo e diffuso. Per questo siamo orgogliosi di presentare, insieme a Confcommercio, un nuovo Protocollo di collaborazione e il Master in Economia e gestione delle imprese culturali, che offre strumenti e competenze avanzate per operare in maniera efficace nell'organizzazione e nella gestione delle attività delle imprese del settore, sostenendo i partecipanti nella ricerca di nuove modalità di valorizzazione del patrimonio culturale e promuovendo politiche di innovazione e capacità imprenditoriali. Un percorso formativo che mette al centro il valore del sapere, la qualità dell'offerta e il ruolo strategico delle imprese culturali per lo sviluppo dei territori».*