

DIETRO LE QUINTE

03041

03041

Ma quali canzonette... Sanremo vale 60 milioni Banca Ifis ha fatto i conti

Neri a pagina 13

Studio di Banca Ifis: dietro la kermesse 42 milioni di euro di ricavi legati alla pubblicità e altri 18 grazie all'impatto sul territorio. L'economia dello spettacolo vale l'1,5% del Pil

di Sandro Neri

No, non sono canzonette Sanremo genera 60 milioni

CHE NON FOSSERO SOLO canzonette, come si schermiva qualcuno, era ormai noto. Ma che la musica cosiddetta leggera produca un valore è ora un dato attestato anche dai numeri del Festival di Sanremo. Un evento capace di generare, da solo, 60 milioni di euro di ricavi. Una mecca non solo per il sistema musicale, ma anche per le imprese e il territorio nel quale si svolge. La matematica non è un'opinione e a dare spessore ai numeri è lo studio «Economia dello Spettacolo e dell'Intrattenimento», il Market Watch che Banca Ifis ha realizzato in occasione della sponsorizzazione di Casa Sanremo con l'obiettivo di fotografare, alla vigilia dell'apertura della kermesse, lo stato di salute del settore e misurarne il valore economico e sociale.

Lo studio, realizzato da Banca Ifis nell'ambito di Kaleidos - il Social Impact Lab lanciato nel 2022 per promuovere progetti a elevato impatto sociale nelle aree comunità, cultura e territorio, benessere delle persone - evidenzia che il settore, tra i più colpiti dalla pandemia da Covid-19, ha saputo riprendersi e tornare a crescere producendo valore. Numeri alla mano, nel 2022, l'industria italiana dello spettacolo ha generato 54 miliardi di euro di ricavi, superando del 2% il livello del 2019. Non solo. Secondo le stime, nel 2023 il trend positivo del comparto è destinato a continuare, con una crescita del 3% e un traguardo a quota 55,8 miliardi a fine anno. «Merito - sottolinea lo studio - anche del contributo portato da uno dei comparti maggiormente apprezzato dagli italiani, la musica, che i nostri connazionali ascoltano per 20,5 ore in media ogni settimana e che ritengono un'importante fonte di benessere individuale». Infatti il 75% degli italiani si sente meno stressato quando ascolta la propria canzone preferita.

A giudicare dal successo della kermesse, deve valere anche per la musica di Sanremo. Il valore del Festival della canzone italiana, ideato da Angelo Nicola Amato e Angelo Nizza nel 1951, ha saputo imporsi negli anni come la principale manifestazione dedicata alla musica e al costume italiani. «Al di là dei risvolti sulla cultura popolare - annotano i responsabili dello studio di Banca Ifis - il Festival si è trasformato in una vera macchina organizzativa, in grado di coinvolgere sinergicamente amministrazioni pubbliche e operatori privati», generando così valore economico e sociale. In particolare, il Festival di Sanremo genera 60 milioni di euro di ricavi complessivi: 42 milioni di euro riconducibili alla raccolta pubblicitaria della Rai, e 18,4 milioni legati all'impatto delle attività del Festival sul territorio.

L'evento, infatti, porta nella cittadina che lo ospita da oltre 70 anni e nelle aree limitrofe 41mila persone ogni anno tra ospiti, organizzatori, staff e turisti. Presenze il cui impatto ricade principalmente su alloggi (8,8 milioni di euro), ristorazione (2 milioni di euro), shopping (2 milioni di euro incluse spese al Casinò e ticketing dell'evento) e trasporti (0,6 milioni). Rilevante anche la cifra erogata dalla Rai al Comune organizzatore, pari a 5 milioni di euro. La Rai, d'altro canto, è uno dei maggiori beneficiari del Festival: la raccolta pubblicitaria relativa alle sole attività di Sanremo è prevista in crescita di oltre il 9% nel 2023, a 46 milioni di euro, rispetto ai 42 milioni del 2022. «A spingere la raccolta - osservano in Banca Ifis - c'è il crescente consenso che la manifestazione continua a raccogliere, come dimostra il dato medio degli ascolti che supera i 10 milioni di telespettatori per tutte e cinque le serate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A SERVIZIO DELLE PMI ITALIANE

Il report sull'economia dello spettacolo rientra nella mission dell'istituto, focalizzato sulle diverse industry alla base della variegata realtà produttiva

Nel 2023 giro d'affari in crescita del 3% Il peso della musica

SANREMO CONTA, ma non c'è solo il Festival. I numeri positivi della kermesse (**sotto: il palco dell'Ariston**) sono «solo la punta dell'iceberg di una economia italiana dello spettacolo e dell'intrattenimento che è tornata ad essere in salute dopo le sofferenze del biennio pandemico». Così il report di Banca Ifis, secondo cui, nel 2022, il settore ha prodotto complessivamente ricavi per 54,1 miliardi di euro, in crescita del 2% rispetto ai valori del 2019. Cioè dell'anno del pre-Covid. Nel 2020 la pandemia ha frenato un settore che si è trovato a pagare il conto della sospensione delle attività live in teatri, sale da concerto e altri luoghi di aggregazione. La ripresa del biennio 2021-22 ha invece riportato il peso che l'economia dello spettacolo e dell'intrattenimento ha rispetto al Pil nazionale all'1,5%, un valore in linea col passato. **Due i comparti** in cui si divide il settore. Quello delle «attività core» nel 2022 ha registrato ricavi per 26,8 miliardi di euro, in crescita del 7% rispetto al 2019. Questo grazie al contributo, in sinergia, di prodotti per l'intrattenimento (giochi, videogiochi), ideazione e produzione di spettacoli

(fotografia, danza) e degli stessi artisti, tramite cachet e diritti d'autore. L'altro comparto, quello delle «attività funzionali», ha registrato ricavi nel 2022 per 27,3 miliardi, con un leggero decremento (pari al 2%) rispetto ai livelli del 2019. Quanto al futuro, secondo i dati del Market Watch, il settore si stima in crescita nel 2023 del 3%, con i ricavi previsti a 55,8 miliardi di euro. Questo grazie allo slancio nella produzione e distribuzione di contenuti, soprattutto per televisione e cinema.

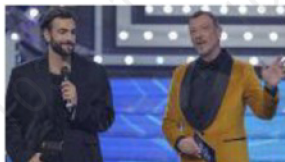
Centrale il ruolo del comparto musicale. La musica rappresenta uno strumento di miglioramento del benessere personale, tanto che ciascun italiano dedica 20,5 ore settimanali ad ascoltarla (in crescita del 1,4% rispetto al 2021). Anche per questo, il mercato discografico italiano si dimostra in buona salute con un valore di mercato a fine 2021 che si attestava a 332 milioni di euro e un outlook di crescita del +18% nel primo semestre del 2022 (ultimo dato disponibile). Numeri che, proiettati a livello internazionale, rendono quello italiano il decimo mercato discografico per valore. Ma la musica per gli italiani ha anche un forte valore sociale. Secondo il Market Watch sull'economia dello spettacolo, gli impatti positivi della musica si riflettono sulla produttività lavorativa: il 59% del campione ritiene che questa sia maggiore quando si ascolta musica e addirittura l'85% la ascolta sul luogo di lavoro perché migliora l'umore.

Sandro Neri

© RIPRODUZIONE RISERVATA

332

milioni di euro. È quanto genera il mercato discografico italiano. Con un outlook di crescita del +18% nel primo semestre del 2022 (ultimo dato disponibile), quello italiano il decimo mercato discografico per valore. Il 70% degli italiani dichiara di aver fruito di musica attraverso i servizi di streaming. La radio si conferma come la modalità di fruizione preferita e viene scelta dal 20% degli italiani



IL DIRETTORE ARTISTICO SUL PALCO

Amadeus al Teatro Ariston durante i preparativi del Festival 2023. L'ufficio studi di Banca Ifis ha misurato il valore economico dello show