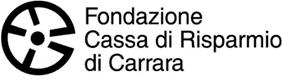
******Comunicato Stampa**

**Con\_vivere 2025: un’edizione da record tra cultura e impatto economico**

*Quasi 11mila visitatori e 600mila euro di ricaduta: il Festival rafforza il legame tra cultura e sviluppo locale*

***Carrara, 1ottobre 2025.*** Ritorno in grande stile, dopo un 2024 rallentato dal maltempo, per la ventesima edizione di *Con\_vivere* tenutasi dall’11 al 14 settembre 2025. Con quasi **11.000 visitatori** stimati e un significativo impatto economico, l’edizione 2025 si è riconfermata come uno degli appuntamenti più rilevanti del panorama culturale e sociale cittadino, oltre a rappresentare un efficace strumento di promozione del territorio. I risultati dell’indagine sull’impatto della manifestazione, curata dall’Istituto Studi e Ricerche (ISR), azienda speciale della Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest, sono stati presentati nel corso di una conferenza stampa a Palazzo Binelli, sede della Fondazione Cassa di Risparmio di Carrara. Lo studio, condotto attraverso oltre seicento interviste realizzate tra visitatori e operatori economici del centro storico, è stato realizzato grazie anche alla preziosa collaborazione di circa venti studenti del Liceo Scientifico “G. Marconi” di Carrara, coinvolti nell’ambito di un progetto di Percorsi per le Competenze Trasversali e l’Orientamento (PCTO).

***Pubblico e* partecipazione**

Per una particolare coincidenza di calendario, quest’anno il secondo weekend di settembre è caduto più avanti rispetto alle ultime edizioni: questo ha collocato Con\_vivere in un periodo di minore presenza turistica, favorendo una partecipazione soprattutto locale. Circa l’80% dei visitatori proveniva infatti dalla provincia di Massa-Carrara, con una quota significativa (55%) di residenti nel comune di Carrara. Equilibrata la composizione, con una leggera prevalenza femminile (52%), un’età media di 49 anni e la fascia degli over 45 che ha rappresentato il 65% dei partecipanti. Confermato anche il profilo culturalmente qualificato del pubblico: oltre la metà degli intervistati è risultato in possesso di una laurea. Le categorie professionali più rappresentate sono state lavoratori dipendenti, pensionati, insegnanti e studenti. Significativo il dato sulla fidelizzazione: il 70% dei presenti aveva già partecipato ad almeno un’edizione precedente, a conferma del forte legame costruito nel tempo tra il Festival e il suo pubblico. Le principali motivazioni di partecipazione si sono concentrate sull’interesse per la cultura in generale (43%) e per specifici eventi in programma (35%), seguite dalla consuetudine (29%) e dalla curiosità (22%).

"*Con\_vivere Festival* – afferma **Valter Tamburini**, Presidente della Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest – *consolida il proprio ruolo strategico nella valorizzazione del territorio, coniugando cultura, partecipazione e sviluppo economico. I risultati di questa ventesima edizione dimostrano quanto sia importante il lavoro di squadra tra istituzioni, operatori e organizzatori, elemento imprescindibile per la crescita continua della manifestazione. Degno di nota, inoltre, il contributo fondamentale dell’Istituto Studi e Ricerche, la nostra Azienda Speciale, che con approccio rigoroso e scientifico fornisce dati preziosi per analizzare l’impatto dell’evento e orientarne l’evoluzione. La Camera di Commercio continuerà a sostenere convintamente iniziative come questa che rafforzano il binomio cultura - impresa generando valore per l’intero tessuto economico e sociale.”*

*“Con grande soddisfazione raccogliamo i riscontri sul gradimento dell'offerta culturale e sul format che con-vivere ha proposto alla città e al territorio* - sottolinea**Enrico Isoppi**, presidente della Fondazione Cassa di risparmio di Carrara -*. Il maggior coinvolgimento di generazioni più giovani è stato evidenziato dall’età media dei relatori e dalla partecipazione delle numerose “magliette arancioni” e delle scuole, e su questa strada dobbiamo insistere. Cosi come investimenti e progetti ulteriori andranno dedicati alla promozione a livello nazionale, un percorso già iniziato da tempo ma che vorremmo implementare. Devo anche dire che la presenza e il riscontro positivo ottenuto dai nostri concittadini, spesso e doverosamente critici severi, ci riempie di orgoglio. Con altrettanta soddisfazione possiamo confermare che “con la cultura si mangia". Il ritorno in termini economici di “Plurale” sia in fatto di presenze, di percentuale fra quanto investito e ritorno sul territorio e di soddisfazione dei nostri esercenti soddisfa appieno l'esigenza di promozione e sostegno alla città che la Fondazione CRC ha fra i suoi doveri istituzionali. Un ulteriore impegno sarà coinvolgere anche quelle categorie oggi rimaste un po' ai margini. Quanto all'accoglienza generale, sappiamo che il nostro territorio presenta qualche difficoltà ma è vero che Carrara si sta rifacendo radicalmente il look e quindi siamo convinti che già dal prossimo anno questa valutazione sarà migliorata."*

***Positiva la valutazione dei visitatori***

Il livello di gradimento del pubblico è risultato particolarmente elevato, con un voto medio di 8,1 su 10, in crescita rispetto all’anno precedente. Tra gli aspetti più apprezzati figurano l’ambientazione degli eventi (8,3), la qualità complessiva della manifestazione (8,2) e l’organizzazione (7,9), a conferma della cura e dell’attenzione riservate a ogni fase progettuale. Anche la percezione della città di Carrara si mantiene positiva, con una valutazione media di 7,7. In particolare, i visitatori hanno evidenziato la bellezza del centro storico e l’alta qualità dell’offerta enogastronomica come elementi distintivi dell’esperienza complessiva.

***Soddisfazione anche degli operatori economici***

Giudizio positivo anche tra gli operatori economici del centro storico, che hanno espresso una valutazione media di 7,6, poco inferiore a quella del pubblico. Particolarmente elevato il gradimento nel settore della ristorazione, con un punteggio medio di 9,1 in costante crescita rispetto alle edizioni precedenti. Bar e gelaterie seguono con una media altrettanto buona di 8,7. Significativo anche il dato sulla capacità dell’evento di attrarre nuova clientela, con circa il 70% degli operatori intervistati che hanno constatato un aumento durante i giorni del Festival con valori superiori alle edizioni precedenti.

***Impatto economico***

L’impatto economico complessivo della manifestazione è stimato in quasi **600.000 euro**, pari a 2,3 volte l’investimento iniziale. Nel dettaglio, l’organizzazione ha sostenuto un investimento di 262.000 euro per allestimenti, ospitalità, personale e attività di comunicazione. A questa cifra si affianca la spesa complessiva dei visitatori, che ha raggiunto i 321.000 euro, con una media giornaliera di 31 euro pro capite (che sale a 42 euro per chi proveniva da fuori città). Ulteriori 15.000 euro sono stati investiti direttamente dalle imprese locali per l’acquisto di beni e servizi in vista della manifestazione.

Le attività economiche del centro storico hanno registrato un incremento medio dell’11% nei fatturati rispetto a un weekend lungo tradizionale. La crescita più marcata si è osservata nel comparto della ristorazione, con un aumento del 25% per ristoranti e pizzerie e del 19% per bar e gelaterie. Più contenuto l’impatto sul commercio al dettaglio (+3%), mentre i negozi di abbigliamento hanno registrato una lieve flessione (-1%), evidenziando dinamiche settoriali differenziate.

**Alcune criticità e spunti di miglioramento**

Pur a fronte di un bilancio complessivamente molto positivo, l’indagine ha evidenziato anche alcune aree di potenziale miglioramento, utili per orientare le future edizioni dell’evento. Tra le indicazioni ricorrenti sono emerse una **maggiore cura del decoro urbano e della pulizia**, insieme al **rafforzamento della logistica**, in particolare mediante l’aumento dei posti a sedere durante gli eventi. Segnalata inoltre l’opportunità di **potenziare i servizi turistici e di accoglienza**, migliorando l’esperienza dei visitatori provenienti da fuori città. Altre proposte hanno riguardato l’**ampliamento della programmazione culturale al di fuori del periodo del Festival**, così da rafforzare la continuità dell’offerta culturale cittadina, e un **maggiore coinvolgimento delle attività commerciali locali**, affiancato da una ancor maggiore attività di promozione.

**Camera di commercio della Toscana Nord-Ovest**

Comunicazione: Francesca Sargenti: 0583 976.686 - 329 3606494

comunicazione@tno.camcom.it

www.tno.camcom.it