



CAMERA DI COMMERCIO
TOSCANA NORD-OVEST



ISTITUTO
STUDI E RICERCHE
CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST



Con_vivere 2025

Impatto economico e valutazioni sulla manifestazione

1 Ottobre 2025

Stima dell'impatto diretto e indiretto della manifestazione

- In occasione della ventesima edizione del **Festival Con_vivere** sono stati stimati gli **effetti economici sul centro storico del comune di Carrara**. L'evento, svoltosi dall'11 al 14 settembre 2025, è stato inoltre oggetto di una valutazione rispetto al grado di soddisfazione dei visitatori e delle attività economiche locali nei confronti dell'iniziativa.
- La valutazione dell'impatto ha preso in esame due aspetti:

IMPATTO ECONOMICO DIRETTO

Si tratta degli effetti generati dagli investimenti effettuati dai promotori dell'evento e dalla spesa dei visitatori sul territorio. L'impatto viene espresso in termini di spesa attivata, intesa come incremento della domanda locale di beni e servizi.

IMPATTO ECONOMICO INDIRETTO

Si tratta degli effetti prodotti dalle attività economiche della somministrazione e del commercio al dettaglio in sede fissa del centro storico di Carrara che hanno beneficiato degli introiti delle spese dell'organizzazione e dei visitatori. La stima misura la spesa aggiuntiva di beni e servizi sostenuta dalle imprese di questi settori per soddisfare la domanda incrementale generata dall'evento.

- La misurazione dell'impatto indiretto è stata circoscritta a queste tipologie di attività, escludendo sia quelle dell'artigianato sia gli effetti prodotti al di fuori del centro città.

Modalità di elaborazione delle stime

L'impatto diretto è stato stimato misurando 2 variabili

Investimento dell'organizzazione

Spesa ricomprensente l'allestimento dei siti, l'ospitalità dei relatori, il costo del personale, la produzione di materiale promozionale, la sicurezza e le affissioni. Non sono stati ricompresi i costi per prestazioni che non hanno generato una ricaduta diretta sul territorio (per es: cachet).

Spesa dei visitatori

Dato ricavato dal mix tra l'indagine ad hoc sull'utenza, dalla quale si è potuta stimare la spesa media del visitatore (attraverso domanda diretta), e il numero dei visitatori nelle 4 giornate.

L'impatto indiretto è stimato misurando:

la spesa aggiuntiva di beni e servizi da parte delle attività commerciali e di somministrazione del centro storico

Elaborazioni su dati Istat - Ateco 47 e 56 - Comune di Carrara. Anno 2022

Realizzate 2 indagini sul campo, per più di 600 interviste

- Per la misurazione dell'impatto economico di Con_vivere 2025 sono state svolte 2 indagini, con l'ausilio di circa venti studenti del Liceo Scientifico "G. Marconi" di Carrara, coinvolti, per l'occasione, in un progetto PCTO.



Indagine sui visitatori

530 interviste



Indagine sulle attività commerciali e di somministrazione del centro storico

- **Ristorazione:** ristoranti, pizzerie
- **Pubblici esercizi:** bar-caffetterie, pub, gelaterie
- **Negozi di moda:** abbigliamento, articoli sportivi, calzature
- **Altre attività commerciali:** minimarket, alimentari, non alimentari (escluso ferramenta, rivendita di materiali edili, mobilifici, farmacie e carburanti)

85 interviste

Quasi 11 mila visitatori, superate le due edizioni precedenti

- L'edizione del Festival 2023 aveva ottenuto ottimi risultati, mentre quella del 2024 aveva registrato un calo di visitatori a causa delle giornate di pioggia, unite all'allerta meteo, che avevano influito significativamente sulla partecipazione. Nell'edizione 2025 il Festival ha nuovamente ottenuto riscontri positivi: i visitatori complessivi tra eventi, mostre, concerti e attività sono stati stimati in quasi 11.000 persone.



**Quasi 11 mila visitatori
stimati nei quattro
giorni del Festival**



**8 partecipanti al festival
su 10 del comune di
Carrara o della provincia**

- L'edizione del Festival 2025 si è svolta, come da tradizione, nel secondo fine settimana di settembre. Quest'anno, tuttavia, per una semplice questione di calendario, tale weekend è caduto più avanti rispetto alle ultime due edizioni. Questo slittamento potrebbe aver inciso sulla partecipazione dei visitatori provenienti da altre località, riducendo la componente turistica e favorendo invece una maggiore presenza di residenti nel comune di Carrara e nella provincia di Massa-Carrara.

Dall'investimento iniziale a 600 mila euro: un ritorno 2,3 volte superiore

- Secondo le nostre stime, l'**edizione 2025 di Con_vivere** ha generato un **impatto complessivo di quasi 600 mila euro**, con un **effetto moltiplicatore pari a 2,3 volte l'investimento** sostenuto dall'organizzazione. La quota principale deriva dai visitatori che, nelle quattro giornate della manifestazione, sono stati stimati in quasi 11 mila, con una spesa stimata di circa 321 mila euro.

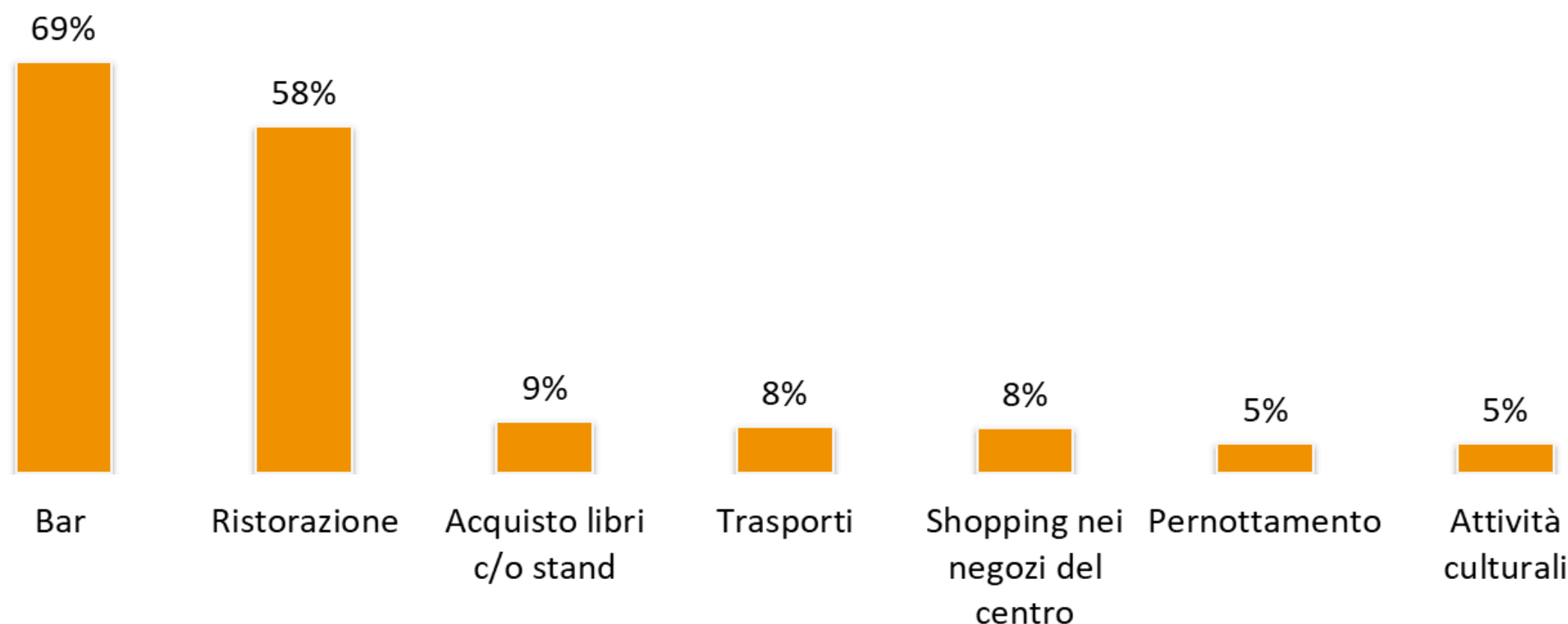
VALORI (IN 000 €)	
IMPATTO DIRETTO	583,0
Investimento dell'organizzazione	262,0
Spesa visitatori Con_vivere	321,0
IMPATTO INDIRETTO	15,3
Spesa aggiuntiva generata da Con_vivere su attività economiche	15,3
Attività commerciali	3,0
Somministrazione	12,3
IMPATTO DIRETTO+INDIRETTO	598,3
MOLTIPLICATORE DELL'INVESTIMENTO	2,3

L'organizzazione ha investito 262 mila euro, grazie al sostegno di enti pubblici e sponsor privati. A questo si è aggiunta la spesa dei visitatori, che ha generato una ricaduta indiretta sulle attività del centro storico, stimata in più di 15 mila euro di spese aggiuntive per l'acquisto di beni e servizi.

I visitatori hanno speso mediamente 31 euro a testa

- La spesa media pro-capite durante il Festival è stata di circa 35 euro il primo giorno, giovedì, mentre domenica è scesa a 21 euro. Venerdì e sabato la spesa si è mantenuta intorno ai 29-30 euro a persona. Si conferma che **i visitatori provenienti da fuori città spendono di più (42 euro)**, generando quindi un impatto economico maggiore. Tra i profili, maggiori spese per i laureati (35 euro) e per gli over 45 (33 euro).
- Sette visitatori su dieci hanno consumato in bar, gelaterie o caffetterie**; quasi sei su dieci hanno pranzato o cenato in ristoranti e pizzerie; circa uno su dieci ha fatto shopping nei negozi del centro, acquistato almeno un libro o utilizzato mezzi di trasporto. Solo uno su venti ha scelto attività culturali locali. Solo il 5% dei visitatori ha pernottato in una struttura.

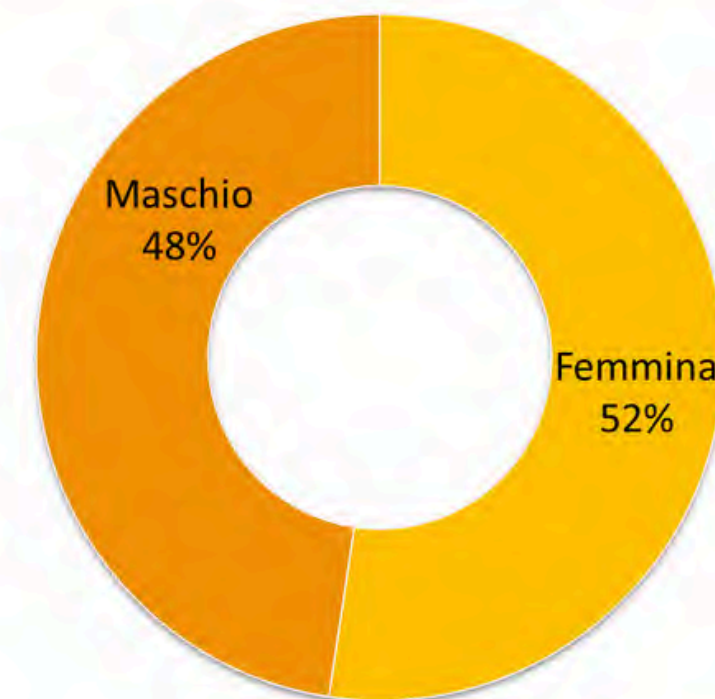
Dove ha speso il visitatore



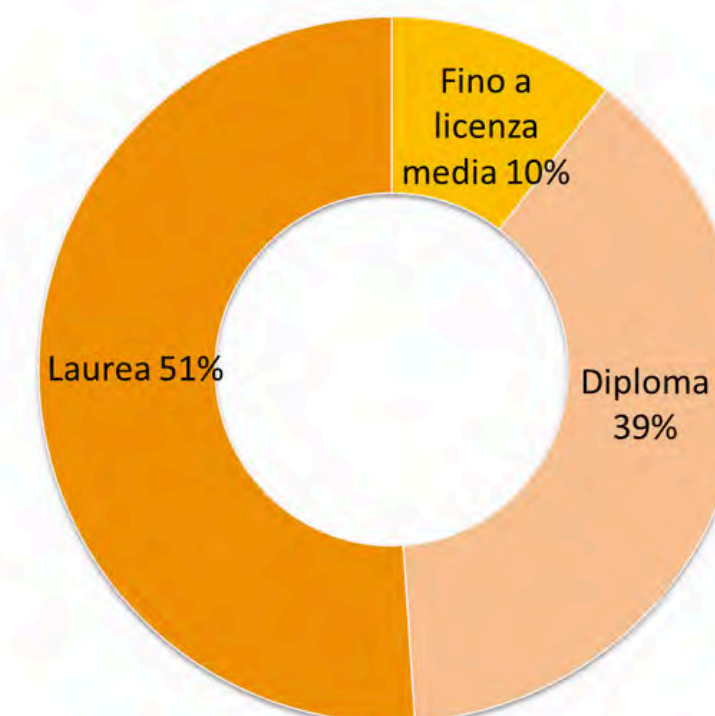
Il pubblico di Con_vivere 2025: soprattutto donne, laureati e over 45

- L'indagine di quest'anno evidenzia come il pubblico sia stato a **prevalenza femminile (52%)**.
- **L'età media** dei partecipanti si è attestata **a 49 anni**. Pur confermandosi un evento trasversale e attrattivo per diverse fasce d'età, il Festival ha registrato una presenza maggiore di over 45 (65%) rispetto agli under 45 (35%), tra cui i più giovani, fino a 24 anni, hanno rappresentato il 16% del totale.
- Il pubblico si distingue anche per l'alto livello di istruzione: il **51% è costituito da laureati**, il 39% da diplomati e il restante 10% da persone con licenza media.
- Sette visitatori su dieci non erano alla loro prima esperienza, a conferma di una fidelizzazione solida e rinnovata anno dopo anno. In media, ciascun partecipante ha seguito **2,5 eventi** al giorno (come nel 2024) tra conferenze, spettacoli e incontri.
- Infine, l'82% del pubblico ha partecipato unicamente agli appuntamenti del Festival, mentre il restante ha colto l'occasione per visitare anche la città o le cave.

Sesso



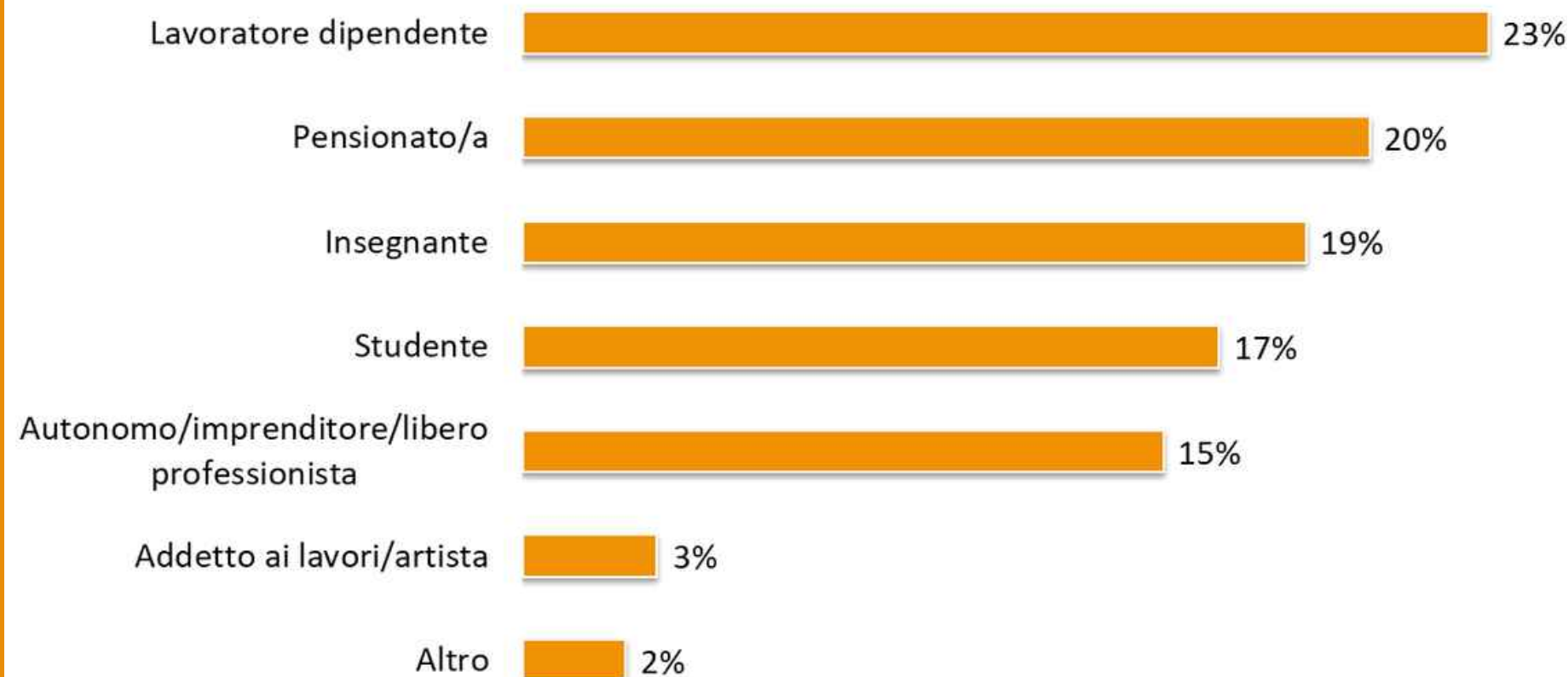
Titolo di studio



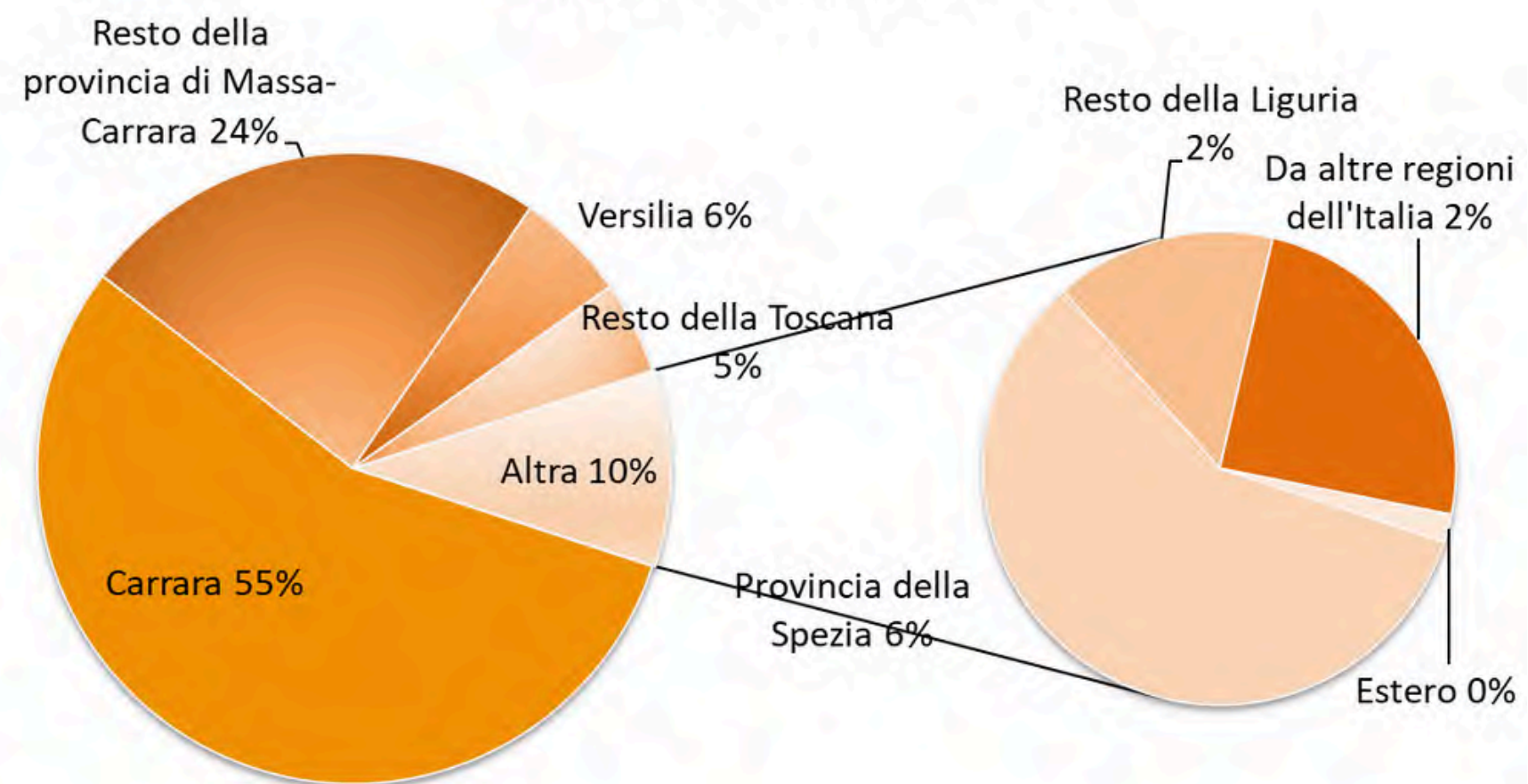
L'80% dei visitatori proviene da Carrara e provincia, il 17% sono studenti

- Quest'anno, i **profili professionali** più diffusi tra i visitatori sono stati i lavoratori dipendenti (23% dei visitatori totali), i pensionati (20%), gli insegnanti (19%), gli studenti (17%) e gli imprenditori/liberi professionisti (15%).
- **Più di 1 partecipante su due è residente nel comune di Carrara**, confermandosi la componente più rappresentativa (55% dei visitatori). Seguono i visitatori provenienti dal resto della provincia di Massa-Carrara, con una quota del 24%. Tra i visitatori provenienti da fuori provincia, le principali aree di provenienza sono state Versilia e provincia della Spezia (entrambe 6%) e resto della Toscana (5%).

Professione



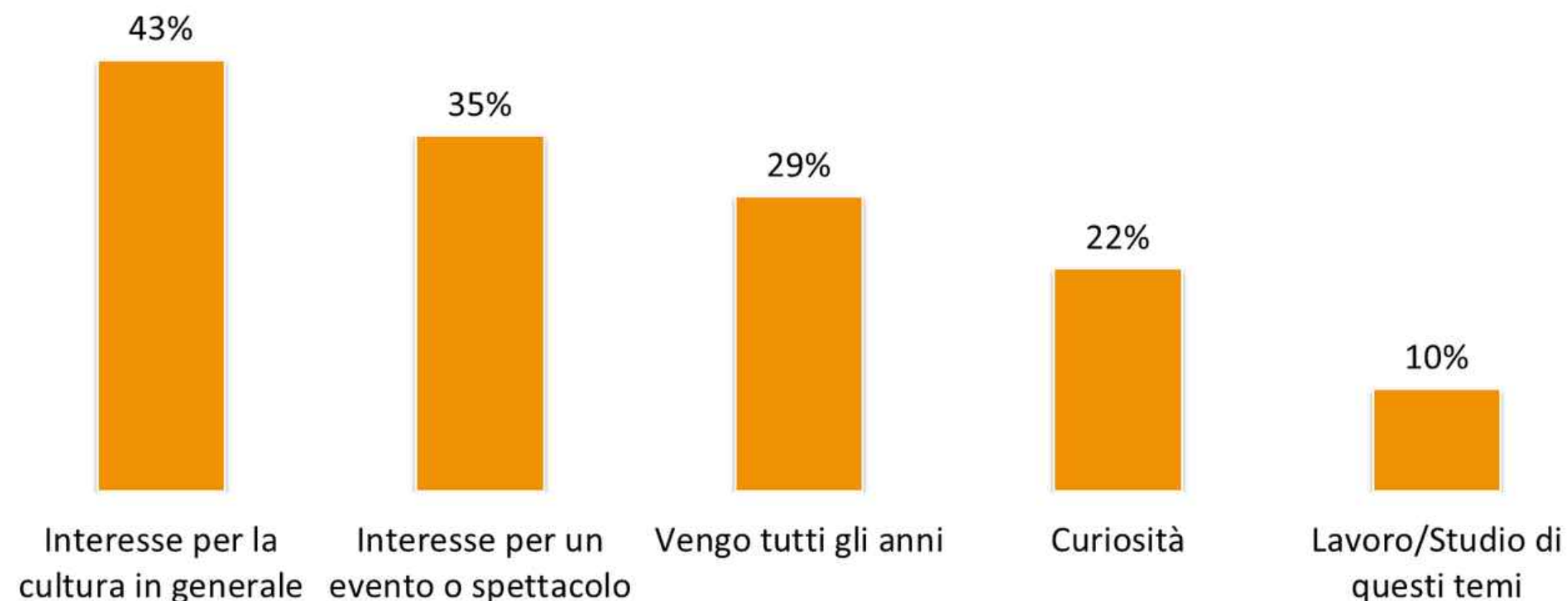
Provenienza dei visitatori



Il 58% era già informato sul Festival. La cultura il motivo principale della scelta

- Analizzando le modalità con cui i visitatori sono venuti a conoscenza del Festival, prevale nettamente l'esserne già informati (58%), seguito dal passaparola di amici e conoscenti (18%) e dai manifesti o dépliant (10%).
- I motivi che hanno spinto i partecipanti a scegliere l'edizione di quest'anno sono stati principalmente: **1) l'interesse per la cultura in generale (43% dei visitatori)**; 2) l'interesse per uno specifico evento o spettacolo (35%); 3) la tradizione, in quanto appuntamento ormai abituale per il 29% dei visitatori; 4) la curiosità (22%). Solo il 10% ha partecipato per motivi di studio o di lavoro.

Motivi principali per visitare Con_vivere 2025



Con_vivere 2025 conquista: gradimento 8,1, meglio del 2024

Il gradimento dei visitatori per l'edizione 2025 del Festival è stato molto positivo: il voto medio ha superato l'8, in aumento rispetto all'anno precedente.



Per quanto riguarda i singoli aspetti, tutti in crescita in questa edizione del Festival, le valutazioni più alte hanno riguardato la qualità complessiva della manifestazione, con un punteggio di 8,2. Ancora meglio l'ambientazione degli eventi (location), che ha raggiunto l'8,3. Buona anche la valutazione dell'organizzazione (7,9), seguita da servizi ai visitatori e immagine/comunicazione, entrambi a quota 7,8.

Tra i diversi aspetti analizzati, i punteggi più alti sono stati attribuiti dagli over 45, dai laureati, dalle donne e, in pari valore, dai “Carrarini” e dai “Non locali”.

“CARRARINI”	8,1	LAUREATI	8,2
“NON LOCALI”	8,1	NON LAUREATI	8,1
UNDER 45	8,0	DONNE	8,2
OVER 45	8,2	UOMINI	8,0

AMBIENTAZIONE EVENTI	8,3
QUALITÀ DELLA MANIFESTAZIONE	8,2
ORGANIZZAZIONE	7,9
SERVIZI DI ASSISTENZA ALL’UTENTE	7,8
IMMAGINE E COMUNICAZIONE	7,8

Grande apprezzamento per le bellezze della città e la ristorazione

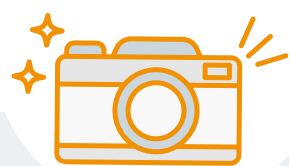
Il **gradimento** generale dei visitatori verso il centro storico di **Carrara** è molto positivo, con un voto medio di 7,7, in aumento rispetto alle due edizioni precedenti.

I visitatori "non locali" hanno espresso valutazioni leggermente più alte rispetto ai residenti.

GIUDIZIO GENERALE 7,7

GIUDIZIO DEI "CARRARINI" 7,6

GIUDIZIO DEI "NON LOCALI" 7,7



BELLEZZA DELLA
CITTÀ

8,7



RISTORAZIONE

8,1



RAPPORTO
QUALITÀ/PREZZO

7,7



ACCOGLIENZA
DEL VISITATORE

7,2



RICETTIVITÀ
TURISTICA

6,6

Alta soddisfazione e nuovi clienti per bar, ristoranti e pizzerie

Il giudizio generale degli operatori è stato molto positivo, con una media di 7,6, leggermente inferiore rispetto a quello espresso dai visitatori (8,1).



LIVELLO DI SODDISFAZIONE DELLE AREE DEL CENTRO STORICO



Ampio riconoscimento del valore della manifestazione, sia in termini economici sia per il contributo alla vita culturale di Carrara

Tra le diverse categorie, ristoranti e pizzerie hanno manifestato il massimo apprezzamento, con un voto di 9,1, in crescita rispetto al 2024 (8,7) e al 2023 (8). Seguono bar, pub e gelaterie con 8,7, le altre attività commerciali con 6,7 e i negozi di moda con 6,3.

Ristoranti e pizzerie	9,1
Bar, pub e gelaterie	8,7
Altre attività commerciali	6,7
Negozi di moda	6,3



Circa 7 attività su 10 hanno dichiarato di aver registrato la presenza di nuovi clienti

La metà degli operatori ha tenuto aperto la sera in tutte le giornate del Festival (100% ristoranti e pizzerie)

Molto importante	Importante	Poco importante
Oltre 50%	42%	5%

Le giornate di Con_vivere aumentano i fatturati delle attività del centro storico

- L'impatto della manifestazione sui fatturati delle imprese del centro città, nei 4 giorni dell'evento, è stimato in un aumento dell'11% rispetto ad un normale week-end lungo, con una netta distinzione tra attività di somministrazione, che hanno registrato circa un +21%, e attività commerciali, le quali hanno registrato ricadute meno significative (+3%).

FATTURATO TOTALE **+11%**

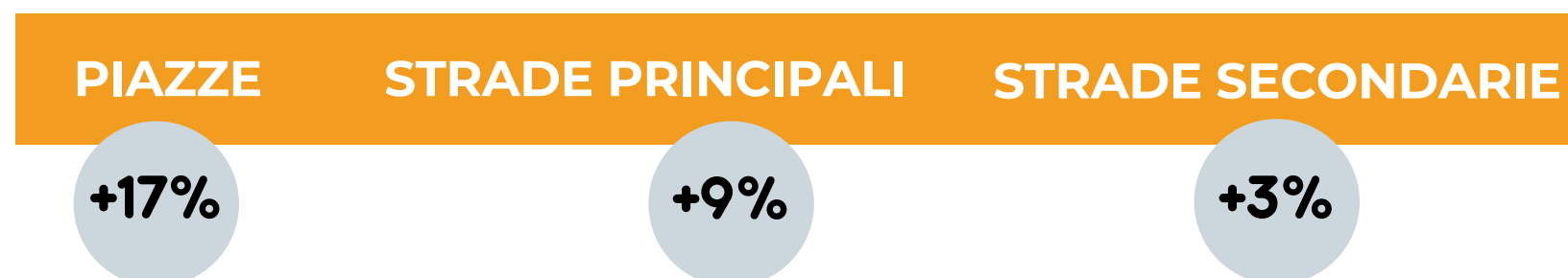
SOMMINISTRAZIONE **+21%**

COMMERCIO **+3%**

Ristoranti e pizzerie	+25%
Bar, pub e gelaterie	+19%
Altre attività commerciali	+3%
Negozi di moda	-1%

Tra le diverse categorie, ristoranti e pizzerie hanno aumentato il fatturato del 25%. Seguono bar, pub e gelaterie (+19%), le altre attività commerciali (+3%), unica nota negativa il -1% dei negozi di moda.

AUMENTO FATTURATO NELLE AREE DEL CENTRO STORICO



Le richieste e i suggerimenti dei visitatori



- Pulizia e cura del decoro urbano
- Più eventi durante l'anno, oltre a Con_vivere
- Maggiori posti a sedere e migliore organizzazione
- Migliorare la promozione dell'evento per raggiungere un pubblico più ampio
- Potenziare accoglienza e servizi turistici
- Commercio più vivace, con negozi aperti e orari estesi

Le richieste e i suggerimenti degli operatori



- Estendere la manifestazione a tutta la città, non solo alle aree centrali
- Rafforzare la promozione e il coinvolgimento dei commercianti
- Ampliare il calendario: più eventi durante l'anno, oltre a Con_vivere
- Valorizzare la parte storica, mantenendola come fulcro della manifestazione
- Collaborare maggiormente con le realtà artistiche locali
- Migliorare e potenziare la comunicazione dell'evento

La ricerca è stata realizzata dalla collaborazione fra l'Istituto Studi e Ricerche (ISR) e la Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest. Redazione: Massimo Marcesini (ISR). Elaborazioni statistiche: Massimo Pazzarelli (Camera di Commercio). Allestimento editoriale: Francesca Vergassola (ISR). Coordinamento generale: Alberto Susini (Camera di Commercio).

Si ringrazia per il prezioso contributo la Fondazione Cassa di Risparmio di Carrara, la Fondazione Progetti Srl e il Liceo Scientifico "G. Marconi" di Carrara.

Istituto di Studi e Ricerche

Azienda speciale della Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest



0585-764468



azienda.speciale.isr@tno.camcom.it



www.isr-ms.it | <https://tno.camcom.it>



Il presente documento può essere distribuito, modificato, copiato, a condizione che venga menzionato l'autore dell'opera e il link al sito web da cui è stato tratto.