



CAMERA di COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA MONZA BRIANZA

---

# Imprese e cultura

Indagine Camera di Commercio di Monza e Brianza

e

DigiCamere - Unità indagini demoscopiche

# **Obiettivi dell'indagine**

L'indagine ha due scopi principali:

- di sondare i principali consumi culturali delle imprese ed il loro parere in ordine alla collocazione della propria città rispetto all'offerta culturale;
- confrontare le differenze che sussistono nei consumi, ma anche nelle offerte culturali da parte delle imprese delle 4 città prese a campione (Milano, Roma, Napoli e Monza).

# Caratteristiche del campione e della rilevazione

- **Oggetto dell'indagine:** le imprese italiane e i consumi culturali
- **Imprese intervistate:** 600 (campionamento stratificato per città, con errore campionario dell'8% per ogni singola città)
- **Territorio coinvolto:** i comuni di Milano, Monza, Napoli e Roma
- **Modalità di intervista:** metodo C.A.T.I. (intervista telefonica guidata da apposito questionario strutturato)

# **I risultati dell'indagine**

# La sua impresa ha investito in iniziative culturali interne negli ultimi 3 anni? (multipla)

	MILANO	ROMA	NAPOLI	MONZA	TOTALE
	% su risposte	% su risposte	% su risposte	% su risposte	% su risposte
Formazione aziendale interna	8,1%	10,4%	11,5%	6,7%	9,2%
Workshop	4,4%	7,4%	3,8%	2,0%	4,4%
Seminari interni	4,4%	7,4%	3,8%	1,3%	4,3%
Voucher formativi per il personale	1,9%	2,5%	0,0%	0,0%	1,1%
Altro	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Nessuna	77,5%	70,6%	78,3%	90,0%	78,9%
Non sa/ non risponde	3,1%	1,8%	2,5%	0,0%	1,9%
Totale risposte	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Considerata la caratteristica del campione (microimprese), non sorprende che la stragrande maggioranza delle imprese intervistate non ha investito in iniziative culturali interne negli ultimi 3 anni, ricordando inoltre la crisi finanziaria ed economica che ha investito (e che è ancora in essere) l'economia italiana nell'ultimo anno.

**In particolare:**  
**a tutte le aziende che hanno investito in**  
**iniziative culturali interne...**

## Potrebbe indicarci a quanto ammontano mediamente in un anno gli investimenti in cultura interna?

	MILANO	ROMA	NAPOLI	MONZA	TOTALE
Meno di 1.000 euro	28,6%	<b>34,4%</b>	17,4%	<b>60,0%</b>	33,0%
Da 1.000 a 10.000 euro	<b>42,9%</b>	25,0%	<b>47,8%</b>	26,7%	<b>35,2%</b>
da 10.000 a 20.000 euro	0,0%	6,3%	4,3%	0,0%	3,3%
oltre 20.000 euro	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	1,1%
Non sa/non risponde	28,6%	31,3%	30,4%	13,3%	27,5%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Il 43% circa delle imprese milanesi ha investito da 1.000 a 10.000.000 euro a Milano e il 48% circa a Napoli, mentre hanno investito meno di 1.000 euro le imprese romane (il 34,4%) e le imprese monzesi (60%).

# **Sempre negli ultimi tre anni, la sua impresa ha investito, attraverso sponsorizzazioni, finanziamenti, sostegni, in iniziative culturali esterne? (multipla)**

	MILANO	ROMA	NAPOLI	MONZA	TOTALE
	% su risposte	% su risposte	% su risposte	% su risposte	% su risposte
Concerti	1,3%	0,6%	1,3%	0,0%	0,8%
Mostre (fotografia, pittura, scultura, design)	0,0%	3,8%	0,7%	2,6%	1,8%
Teatro	0,0%	2,5%	0,7%	0,0%	0,8%
Pubblicazioni, libri	2,0%	3,2%	2,0%	0,0%	1,8%
Cinema	0,7%	0,6%	0,0%	0,0%	0,3%
Musei e attività museali	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Costruzione e ristrutturazione di edifici per la cultura	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,2%
Convegni, seminari, workshop esterni all'azienda	1,3%	0,6%	2,0%	4,6%	2,1%
Altro	0,7%	0,0%	0,7%	1,3%	0,7%
Nessuna	91,4%	86,1%	90,7%	90,1%	89,5%
Non sa/non risponde	1,3%	1,9%	2,0%	1,3%	1,6%
<b>Totale risposte</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>



**In particolare:  
a tutte le aziende che hanno investito in  
iniziative culturali esterne...**

## Potrebbe indicarci a quanto ammontano mediamente in un anno gli investimenti in iniziative culturali esterne?

	MILANO	ROMA	NAPOLI	MONZA	TOTALE
meno di 1.000 euro	30,0%	<b>27,3%</b>	<b>40,0%</b>	25,0%	30,2%
da 1.000 a 10.000 euro	30,0%	<b>27,3%</b>	20,0%	<b>50,0%</b>	<b>32,6%</b>
da 10.001 a 20.000 euro	0,0%	18,2%	10,0%	8,3%	9,3%
oltre 20.000 euro	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	2,3%
non sa/ non risponde	<b>40,0%</b>	<b>27,3%</b>	30,0%	8,3%	25,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Le imprese monzesi investono annualmente di più della media, pari ad una quota che va da 1.000 a 10.000 euro (il 50%).

## Qual è la motivazione per cui destina finanziamenti in cultura? (multipla)

	MILANO	ROMA	NAPOLI	MONZA	TOTALE
	% su risposte	% su risposte	% su risposte	% su risposte	% su risposte
Perchè è un investimento per fini promozionali e di marketing	50,0%	46,7%	54,5%	58,3%	52,0%
Per la diffusione della cultura (mecenatismo)	41,7%	46,7%	27,3%	8,3%	32,0%
Perchè è un investimento come un altro	0,0%	6,7%	0,0%	16,7%	6,0%
Perchè è una forma di responsabilità sociale sul territorio	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Non sa/non risponde	8,3%	0,0%	18,2%	16,7%	10,0%
Totale risposte	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

L'investimento su eventi culturali esterni è motivato, dalla maggior parte delle imprese delle singole città, come importante a fini promozionali e di marketing.

## A causa della recente crisi, nell'ultimo anno, la sua azienda ha ridotto gli investimenti culturali?

	MILANO	ROMA	NAPOLI	MONZA	TOTALE
Sì, sono stati diminuiti (fino al 25% in meno)	<b>30,0%</b>	27,3%	<b>60,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>41,9%</b>
Sì, sono stati fortemente diminuiti (dal 26 al 50% in meno)	20,0%	27,3%	20,0%	8,3%	18,6%
Sì, sono stati drasticamente diminuiti o sospesi (diminuiti dal 51 al 100%)	0,0%	0,0%	10,0%	8,3%	4,7%
No, sono rimasti invariati	10,0%	<b>36,4%</b>	0,0%	25,0%	18,6%
No, sono stati	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,7%
Non sa/non risponde	20,0%	9,1%	10,0%	8,3%	11,6%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

A parte le imprese romane che per lo più affermano l'invarianza dell'investimento (35,4%), la maggior parte delle imprese milanesi (30%), napoletane (60%) e monzesi (50%), afferma che c'è stata una riduzione degli investimenti in iniziative culturali fino al 25%.

**In particolare:  
a tutte le aziende che non hanno investito in  
iniziative culturali esterne...**

## Potrebbe indicarci il motivo per il quale la sua azienda non investe in iniziative culturali?

	MILANO	ROMA	NAPOLI	MONZA	TOTALE
Perchè non ne ha la possibilità	23,2%	<b>32,4%</b>	10,2%	24,3%	22,5%
Perchè non lo ritiene un investimento	<b>36,2%</b>	25,7%	25,5%	22,1%	27,4%
Perchè non è una priorità aziendale	34,8%	25,7%	<b>48,2%</b>	<b>43,4%</b>	<b>38,0%</b>
Vengono sostenute altre iniziative sociali non culturali (ambiente, salute...)	0,0%	0,7%	1,5%	0,0%	0,5%
Non sa/non risponde	5,8%	15,4%	14,6%	10,3%	11,5%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Le imprese, invece, che non hanno investito in iniziative esterne negli ultimi 3 anni, lo hanno fatto per lo più perché non lo ritengono un investimento, come sostengono la maggior parte degli intervistati delle imprese milanesi (36,2%), perché non ne hanno la possibilità come per le imprese romane (32,4%), perché non è una priorità aziendale come affermano la maggior parte delle imprese napoletane (48,2%) e monzesi (43,4%).

## Se ci fossero degli sgravi fiscali, sarebbe più propenso ad investire in iniziative culturali?

	Milano	Roma	Napoli	Monza	Totale
Sì, investirei di più	17,3%	17,3%	10,0%	14,7%	14,8%
Sì, probabilmente inizierei ad investire	26,0%	13,3%	27,3%	20,0%	21,7%
No, mi è del tutto indifferente	44,0%	50,7%	44,7%	46,0%	46,3%
Non sa/non risponde	12,7%	18,7%	18,0%	19,3%	17,2%

La maggior parte degli intervistati delle imprese milanesi, romane, napoletane e monzesi risponde “No, mi è del tutto indifferente”, anche se occorre non trascurare quella parte degli intervistati che ha risposto “Sì, probabilmente inizierei ad investire” pari al 26% delle imprese milanesi, al 27% delle imprese napoletane e al 20% delle imprese monzesi.