

01.07  
2025

ORE 11:30

**PRESENTAZIONE  
IMPRESA CULTURA PARMA**

ASCOM PARMA  
CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA

**Ridotto del Teatro Regio di Parma**

Str. Giuseppe Garibaldi, 16/A

© 2025 ASCOM Parma



**PROGRAMMA**

- Saluti di benvenuto -

**Luciano Messi**

Sovrintendente della Fondazione Teatro Regio di Parma

Introduzione e presentazione  
Impresa Cultura Parma di Ascom

**Vittorio Dall'Aglio**

Presidente Ascom Parma - Confcommercio Imprese per l'Italia

- Interventi -

**Lorenzo Lavagetto**

Vicesindaco del Comune di Parma e Assessore alla Cultura

**Giovanni Borghesan**

Researcher SWG: Emilia Romagna, tra Consumi Culturali e Festival

**Carlo Fontana**

Presidente Impresa Cultura Italia - Confcommercio

- Conduce -

**Cristina Mazza**

Vice Direttrice Ascom Parma - Confcommercio Imprese per l'Italia  
Responsabile di Impresa Cultura Parma

# IL GRUPPO A LIVELLO PROVINCIALE



# GLI STEP OPERATIVI

- Assemblea Costitutiva e nomina Consiglieri Impresa Cultura Parma
- Conferenza stampa di presentazione
- Comunicazione a Confcommercio Nazionale

# IL GRUPPO IMPRESA CULTURA PARMA

## IL REGOLAMENTO

- Espressione unitaria dei singoli operatori che si occupano di cultura, spettacolo, intrattenimento, educazione e creatività e delle associazioni culturali

## MODALITÀ ELETTORALI

- Consiglio (da due a 11 membri)
- Presidente e Vice
- Durata in carica: 5 anni
- Responsabile Progetto: Cristina Mazza
- Segreteria Operativa: Carlotta Riva

# LE FINALITÀ

- **Aggregare le imprese e le realtà organizzative** nei settori culturali e creativi operanti sul territorio provinciale
- **Creare sinergie virtuose** tra i soggetti che a vario titolo operano nell'ambito culturale
- **Svolgere una funzione di coordinamento stabile e strutturato** attraverso incontri, tavoli di lavoro, iniziative condivise
- **Promuovere eventi, iniziative e progetti** finalizzati allo sviluppo della cultura e all'animazione territoriale
- Favorire, anche attraverso iniziative di **formazione**, informazioni e collegamento in rete

# PUNTI ALL'ORDINE DEL GIORNO

- CONVOCAZIONE ASSEMBLEA E CONSIGLIO

1 luglio 2025

- CANDIDATURE pervenute entro

24 giugno 2025

# FRANCESCO BOCCHI

*Fotografo*

IMPRESA CULTURA PARMA  
Assemblea elettiva 1 LUGLIO 2025



# MARCO BUSSOLATI

*Amministratore Delegato di Radio  
Duchessa, voce e volto riconoscibile  
dell'emittente*



# ELENA CORDANI

***Amministratore Unico INTERLINGUAE,  
past President e membro del CD di  
FEDERLINGUE***



# PAOLA DONATI

***Direttrice di Fondazione Teatro Due,  
Vicepresidente di PLATEA***



# MASCIA FOSCHI

*Personaggio poliedrico, attrice  
cantante e presentatrice*



# GIANCARLO GONIZZI

*Libero Professionista nel campo della  
valorizzazione dei Beni Culturali e  
della storia d'impresa – Coordinatore  
dei musei del Cibo della Provincia di  
Parma*



# BARBARA MINGHETTI

*Curatrice Verdi Off e progetti speciali  
Teatro Regio Parma*



# GIULIA MURATORI

*Libero Professionista nel campo della  
valorizzazione e progettazione  
culturale*



# TOMMASO TOMASI

*Presidente del Gruppo FIMA Parma e  
Vice Presidente Vicario FIMA  
nazionale (Federazione Italiana  
Mercanti d'Arte)*



# ELISA VACONDIO

*Consulente aziendale per Retail & Brand Management. Trainer di percorsi formativi per Manager e team di vendita. Esperta di confronti intergenerazionali e benessere lavorativo*



# PIER EVARISTO ZILIOTTI

*Libero Docente aree organizzazione,  
Office Automation e cultura digitale*



# LE MODALITA' ELETTORALI

## ASSEMBLEA PER NOMINA CONSIGLIERI, PRESIDENTE E VICE

- CANDIDATURE
- MODALITA' ELETTIVE: Presidente ASCOM nomina su mandato della Giunta

01.07  
2025

ORE 11:30

**PRESENTAZIONE  
IMPRESA CULTURA PARMA**

ASCOM PARMA  
CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA

**Ridotto del Teatro Regio di Parma**

Str. Giuseppe Garibaldi, 16/A

© 2025 Ascom Parma



**PROGRAMMA**

- Saluti di benvenuto -

**Luciano Messi**

Sovrintendente della Fondazione Teatro Regio di Parma

Introduzione e presentazione  
Impresa Cultura Parma di Ascom

**Vittorio Dall'Aglio**

Presidente Ascom Parma - Confcommercio Imprese per l'Italia

- Interventi -

**Lorenzo Lavagetto**

Vicesindaco del Comune di Parma e Assessore alla Cultura

**Giovanni Borghesan**

Researcher SWG: Emilia Romagna, tra Consumi Culturali e Festival

**Carlo Fontana**

Presidente Impresa Cultura Italia - Confcommercio

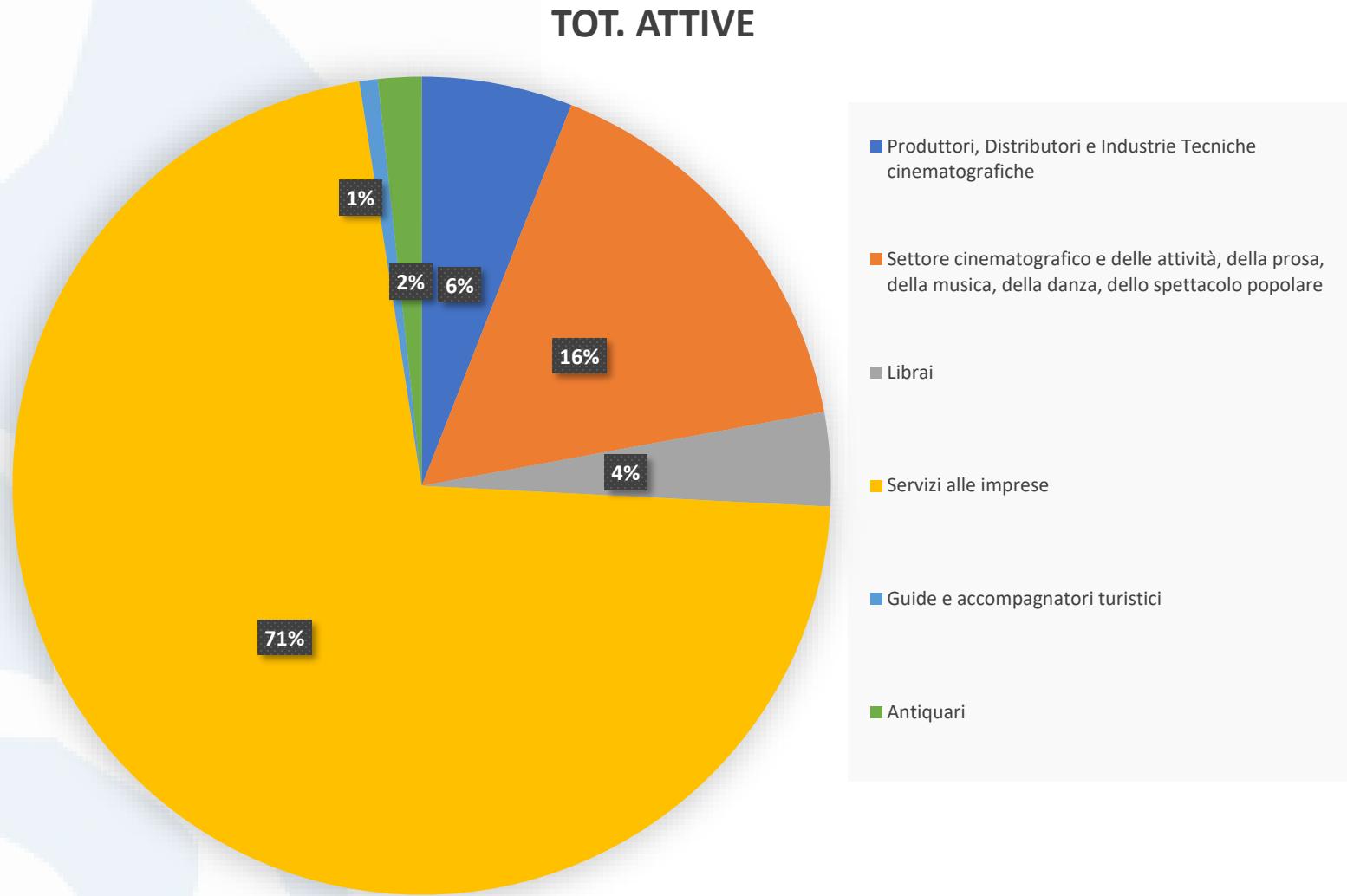
- Conduce -

**Cristina Mazza**

Vice Direttrice Ascom Parma - Confcommercio Imprese per l'Italia  
Responsabile di Impresa Cultura Parma

# LE IMPRESE DELLA CULTURA A PARMA E PROVINCIA

1.090 imprese  
Nei settori della cultura



# IL GRUPPO A LIVELLO PROVINCIALE



**ASCOM**  
P A R M A  
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

IMPRESA CULTURA PARMA

# IL NUOVO CONSIGLIO



**Francesco  
Bocchi**



**Elena  
Cordani**



**Paola  
Donati**



**Mascia  
Foschi**



**Barbara  
Minghetti**



**Giancarlo  
Gonizzi**



**Giulia  
Muratori**



**Tommaso  
Tomasi**



**Elisa  
Vacondio**



**Pier Evaristo  
Ziliotti**



**Marco  
Bussolati**

IMPRESA CULTURA PARMA  
Assemblea elettiva 1 LUGLIO 2025

01.07  
2025

ORE 11:30

**PRESENTAZIONE  
IMPRESA CULTURA PARMA**

ASCOM PARMA  
CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA

**Ridotto del Teatro Regio di Parma**

Str. Giuseppe Garibaldi, 16/A

© 2025 ASCOM Parma



**PROGRAMMA**

- Saluti di benvenuto -

**Luciano Messi**

Sovrintendente della Fondazione Teatro Regio di Parma

Introduzione e presentazione  
Impresa Cultura Parma di Ascom

**Vittorio Dall'Aglio**

Presidente Ascom Parma - Confcommercio Imprese per l'Italia

- Interventi -

**Lorenzo Lavagetto**

Vicesindaco del Comune di Parma e Assessore alla Cultura

**Giovanni Borghesan**

Researcher SWG: Emilia Romagna, tra Consumi Culturali e Festival

**Carlo Fontana**

Presidente Impresa Cultura Italia - Confcommercio

- Conduce -

**Cristina Mazza**

Vice Direttrice Ascom Parma - Confcommercio Imprese per l'Italia  
Responsabile di Impresa Cultura Parma

# Emilia-Romagna, Tra Consumi Culturali e Festival

Indagine regionale  
Report di ricerca  
*Aprile 2025*

Parma  
1 luglio 2025



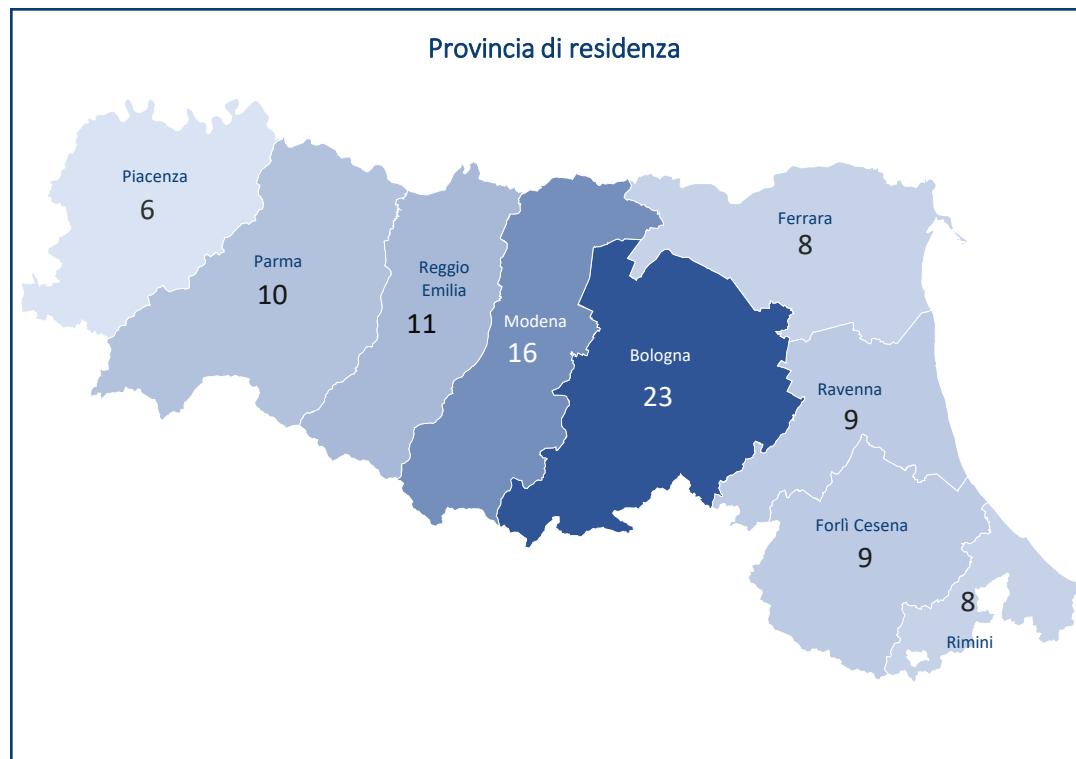
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESSE PER L'ITALIA  
IMPRESA CULTURA ITALIA

## Nota metodologica

L'indagine quantitativa è stata condotta mediante interviste online con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview) su un campione composto da 610 cittadini maggiorenni residenti in Emilia Romagna rappresentativo della popolazione per genere, età e area geografica.

Il margine di errore delle stime è pari al +/- 4,0%.

Le interviste sono state somministrate dal 26 marzo al 3 aprile 2025.



Genere	Valori %
<b>Maschio</b>	49
<b>Femmina</b>	51

Fascia d'età	Valori %
<b>18-24</b>	4
<b>25-34</b>	16
<b>35-44</b>	12
<b>45-54</b>	21
<b>55-64</b>	23
<b>65+</b>	24

Aampiezza del centro abitato	Valori %
<b>fino a 5.000 abitanti</b>	4
<b>da 5.000 a 10.000</b>	12
<b>da 10.000 a 30.000</b>	23
<b>da 30.000 a 100.000</b>	12
<b>da 100.000 a 250.000</b>	35
<b>oltre 250.000 abitanti</b>	14

# I consumi culturali in Emilia Romagna

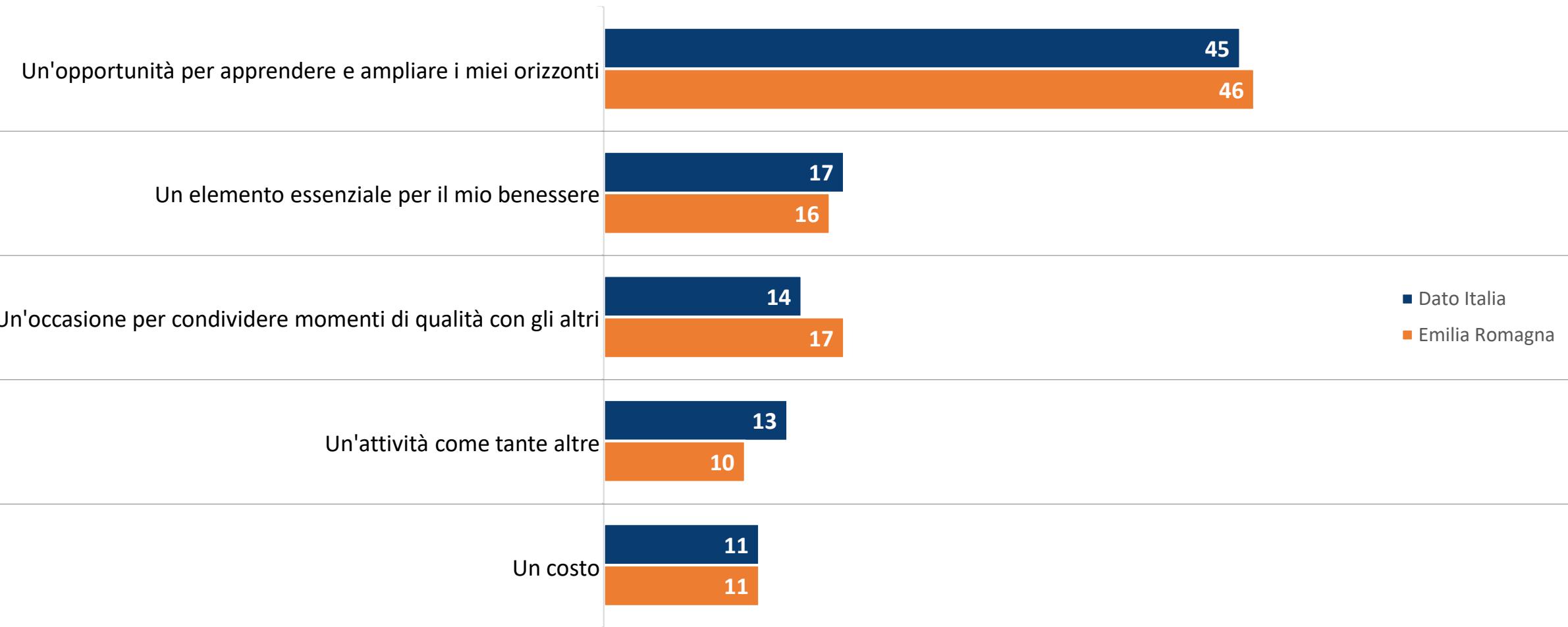


**SWG**



## La percezione della cultura

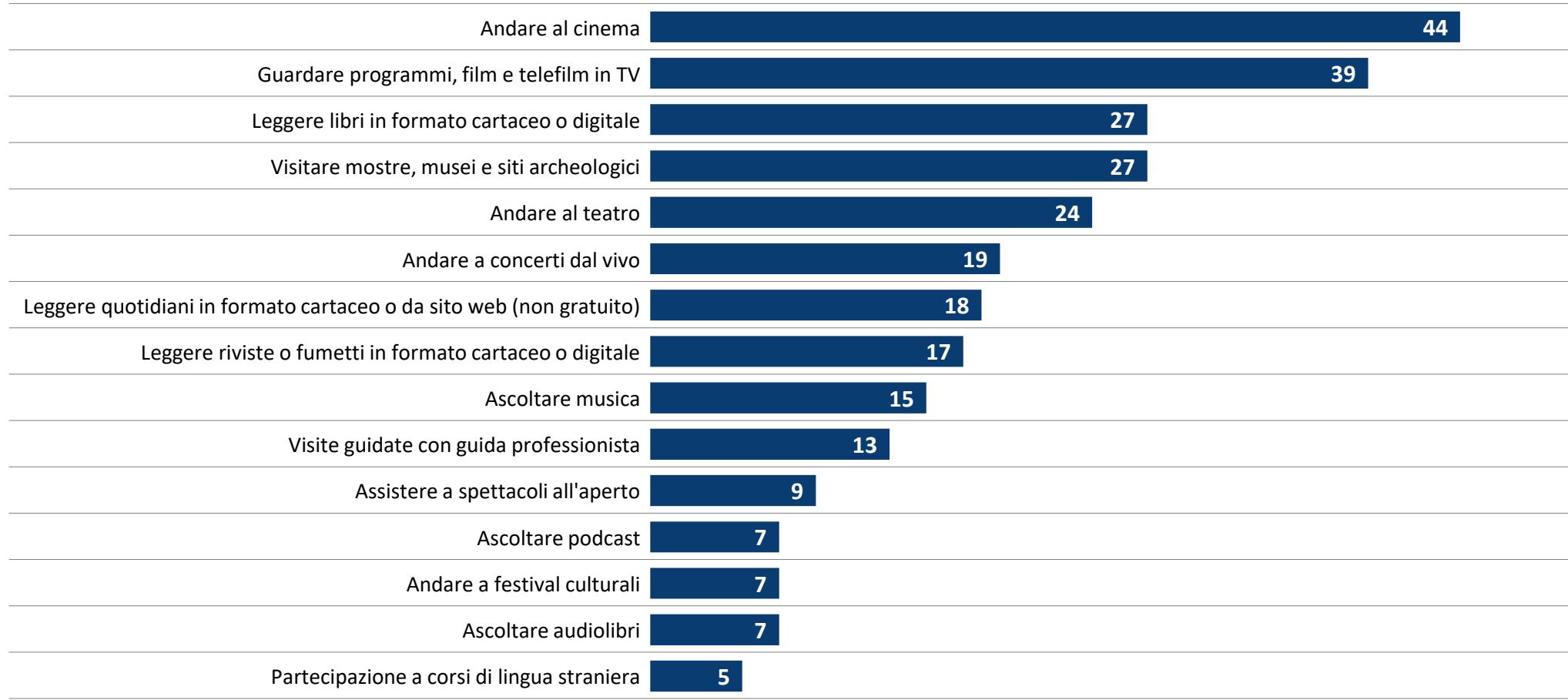
In generale per lei cosa rappresentano i consumi culturali?



Valori %

# I consumatori di attività culturali

Dall'inizio dell'anno, lei ha svolto le seguenti attività spendendo o meno del denaro?



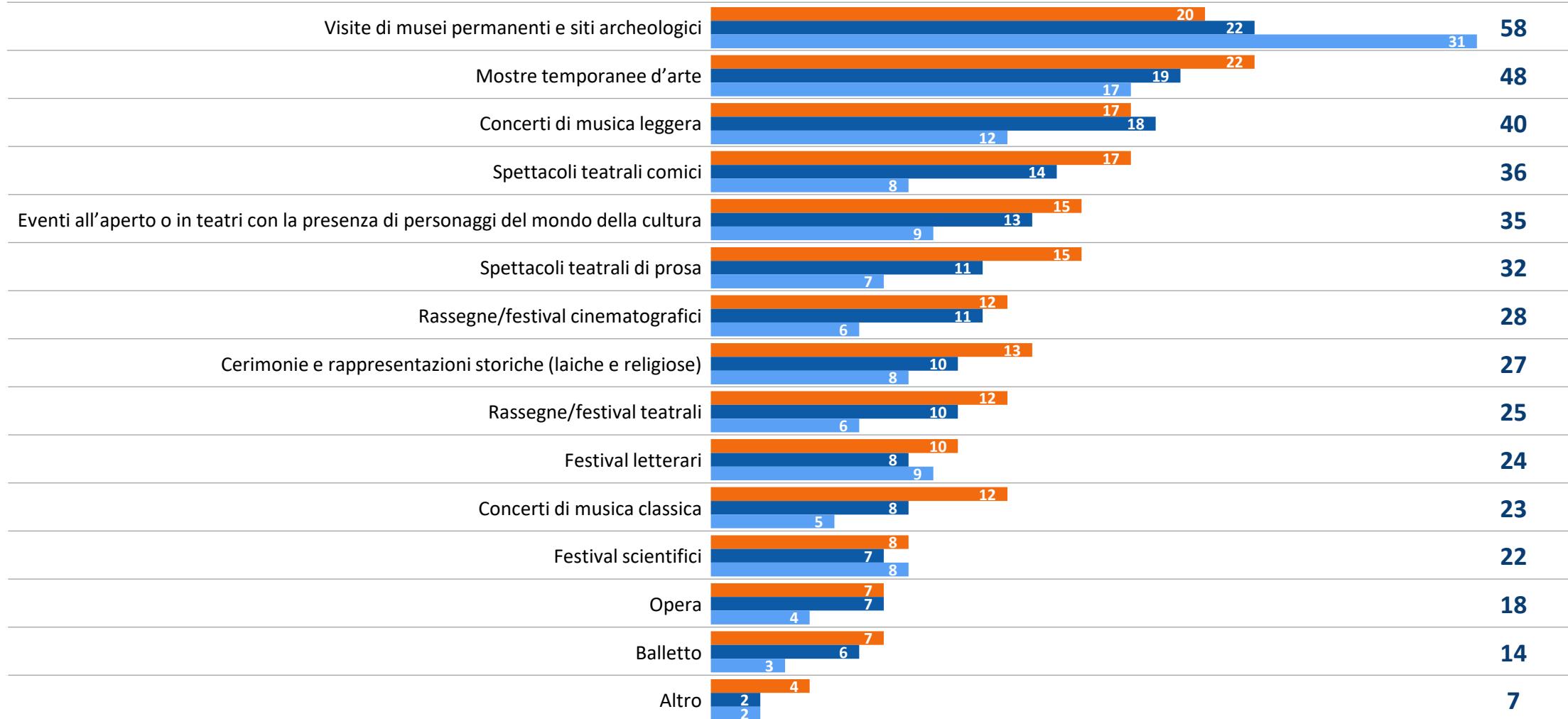
■ % che ha svolto l'attività nell'ultimo mese spendendo del denaro

Valori %

# Le attività culturali svolte nell'ultimo anno

Negli ultimi 12 mesi, lei ha partecipato a una o più delle seguenti attività? (possibili più risposte per riga)

% ha svolto  
l'attività



■ Nella località in cui risiede abitualmente

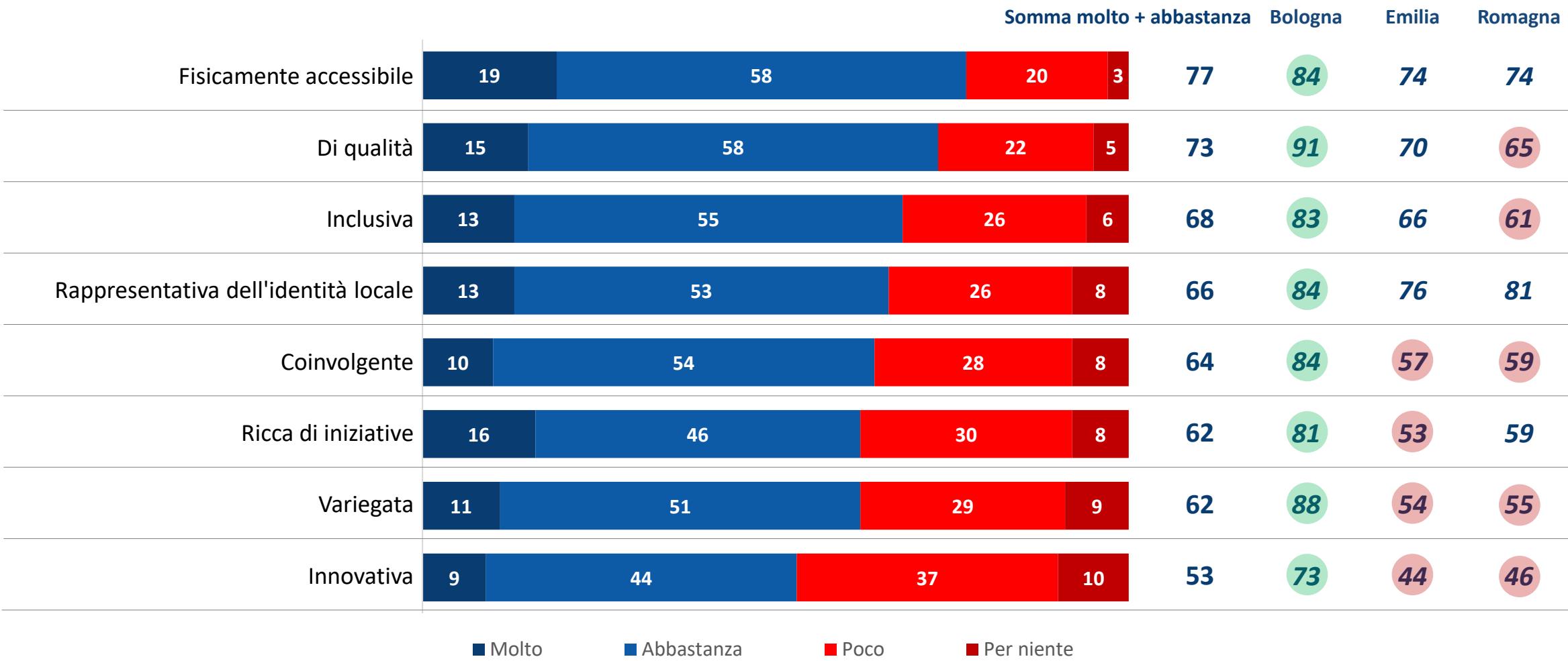
■ In un'altra località nella mia regione

■ In un'altra località al di fuori della mia regione

Valori %

# Una valutazione dell'offerta culturale particolarmente positiva

Sempre parlando dell'offerta culturale nella sua città, a suo avviso, quanto è:



# Se pensa alla cultura in Emilia-Romagna, quale città associa maggiormente a questa dimensione?



Valori %

# Focus Festival



**SWG**

  
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESA PER L'ITALIA  
IMPRESA CULTURA ITALIA



## I partecipanti ai festival

Sono considerati come appartenenti a questo target coloro che hanno dichiarato che negli ultimi 12 mesi hanno partecipato a:

- Rassegne o festival teatrali
- Rassegne o festival cinematografici
- Festival scientifici
- Festival letterari

**42%**

Partecipanti a festival

**25%**

Partecipanti a festival  
nella propria città

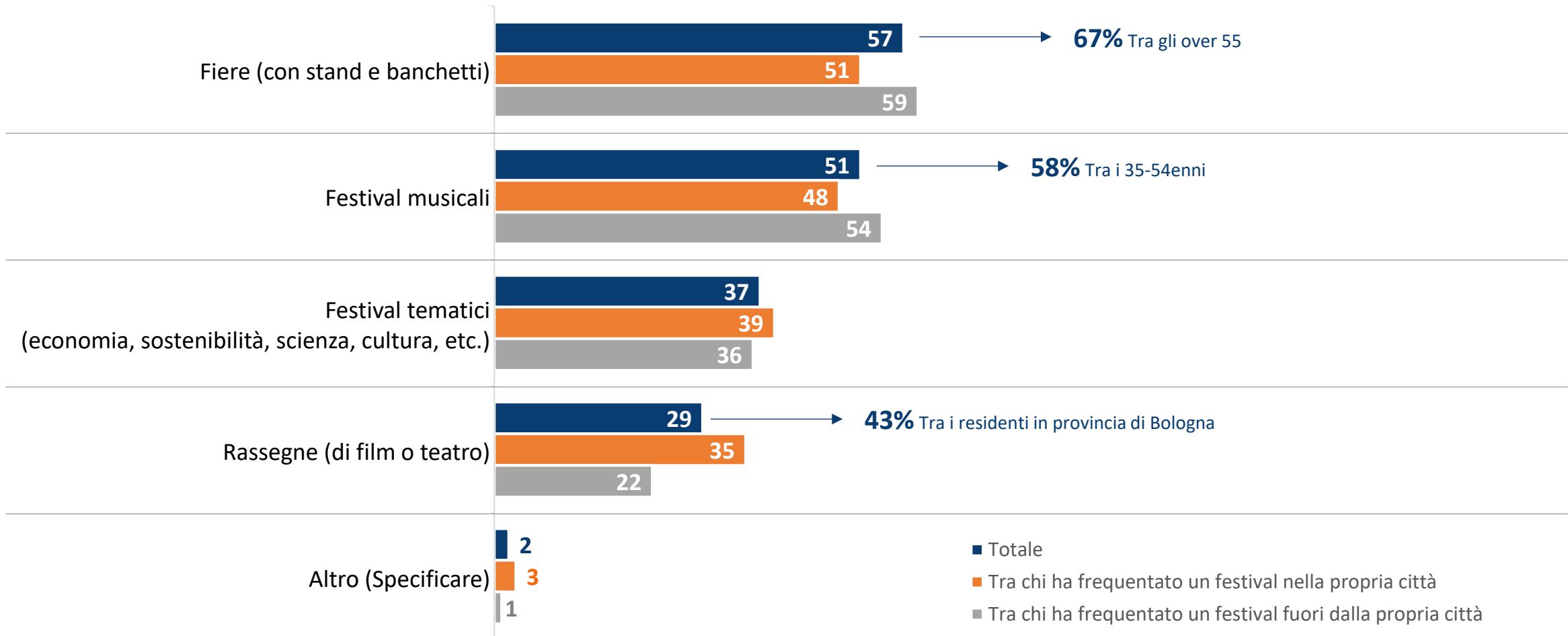
**30%**

Partecipanti a festival  
fuori dalla propria città

Valori %

# I festival preferiti dai residenti in Emilia Romagna

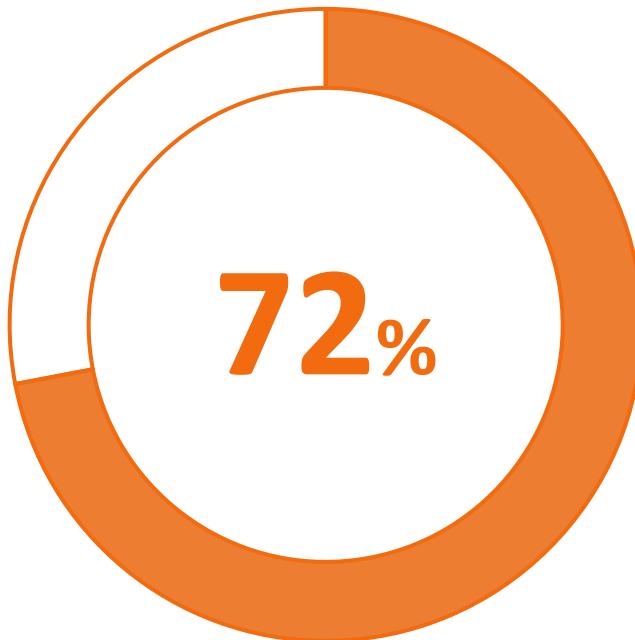
E quali sono i festival che piacciono di più? (possibili più risposte)  
[risponde chi ha partecipato ad un festival. n: 259]



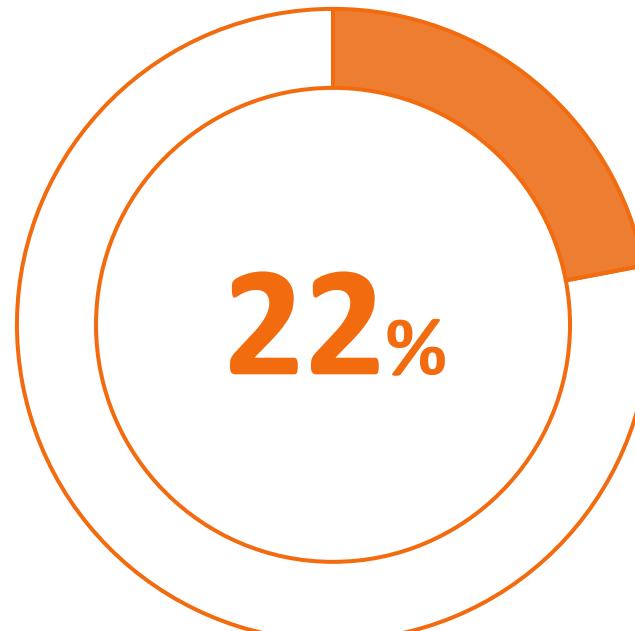
## Le modalità di partecipazione ai festival

Pensi ai festival a cui si è recato / a recentemente, generalmente si tratta di festival per i quali: (possibili più risposte)  
[risponde chi ha partecipato ad un festival. n: 259]

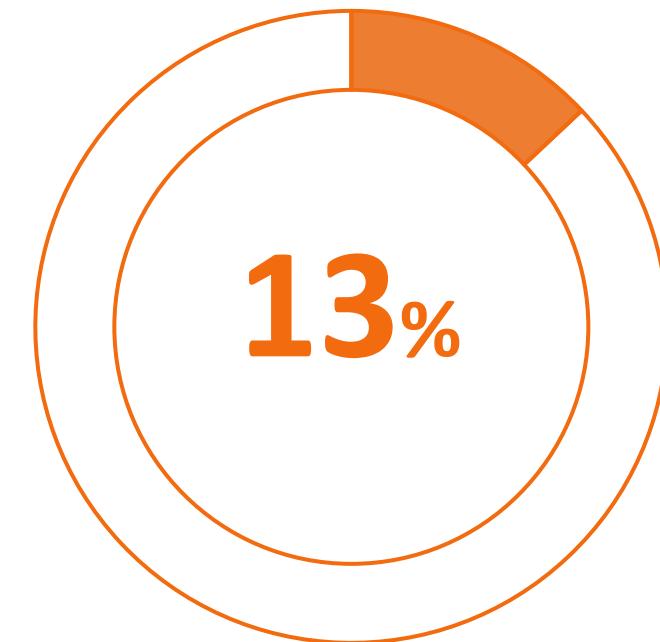
*Scelgo di partecipare o meno in base al programma e ai contenuti*



*Ho partecipato una o due volte per curiosità, ma senza informarmi più di tanto*



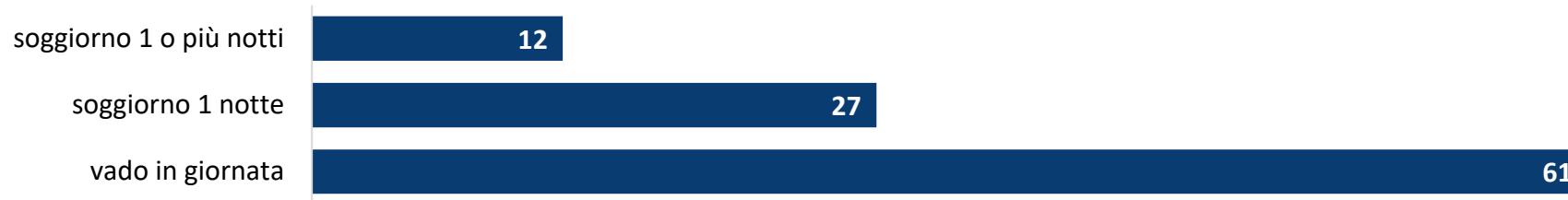
*Sono un habitué, partecipo tutte le volte che posso*



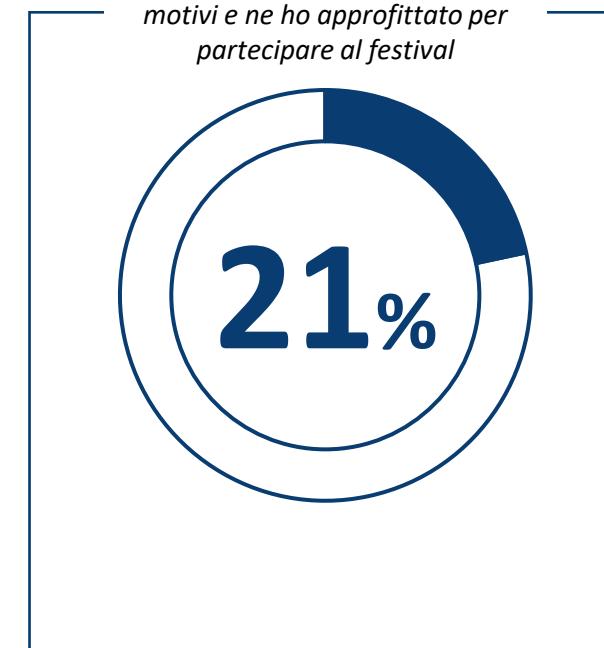
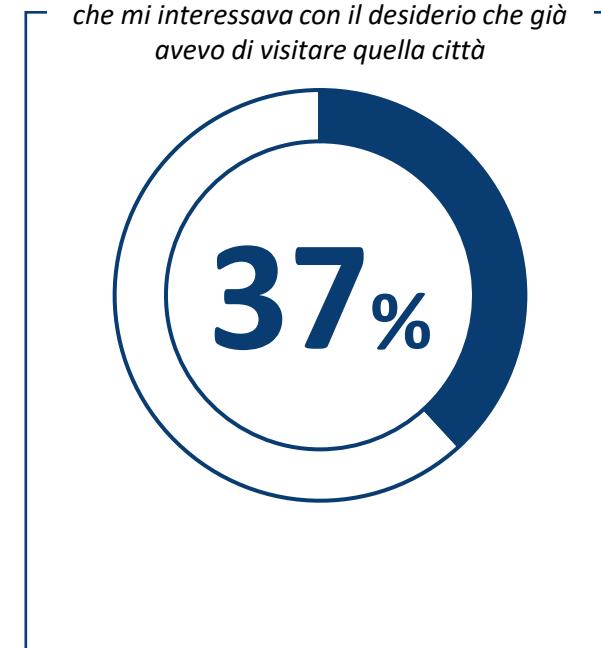
Valori %. Somma citazioni.

# L'approccio ai festival fuori città: la maggioranza vi si reca appositamente

Generalmente quando partecipa ad un festival...?



Lei ha dichiarato di avere partecipato a un/dei festival fuori dalla sua città negli ultimi 12 mesi. In quali delle seguenti affermazioni si riconosce maggiormente? [risponde chi ha partecipato ad un festival fuori città. n: 189]



Valori %.

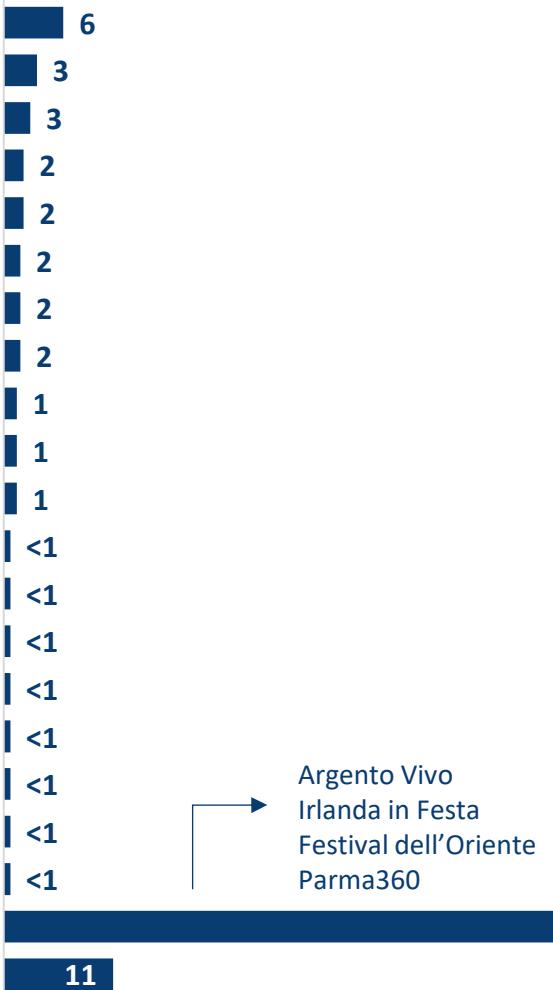
## I festival più frequentati

E facendo riferimento all'ultimo festival a cui ha partecipato, ci può indicare...?

NOME DEL FESTIVAL [ ] LUOGO[ ]

[risponde chi ha partecipato ad un festival negli ultimi 12 mesi. n: 259]

Festival della filosofia - Provincia di Modena

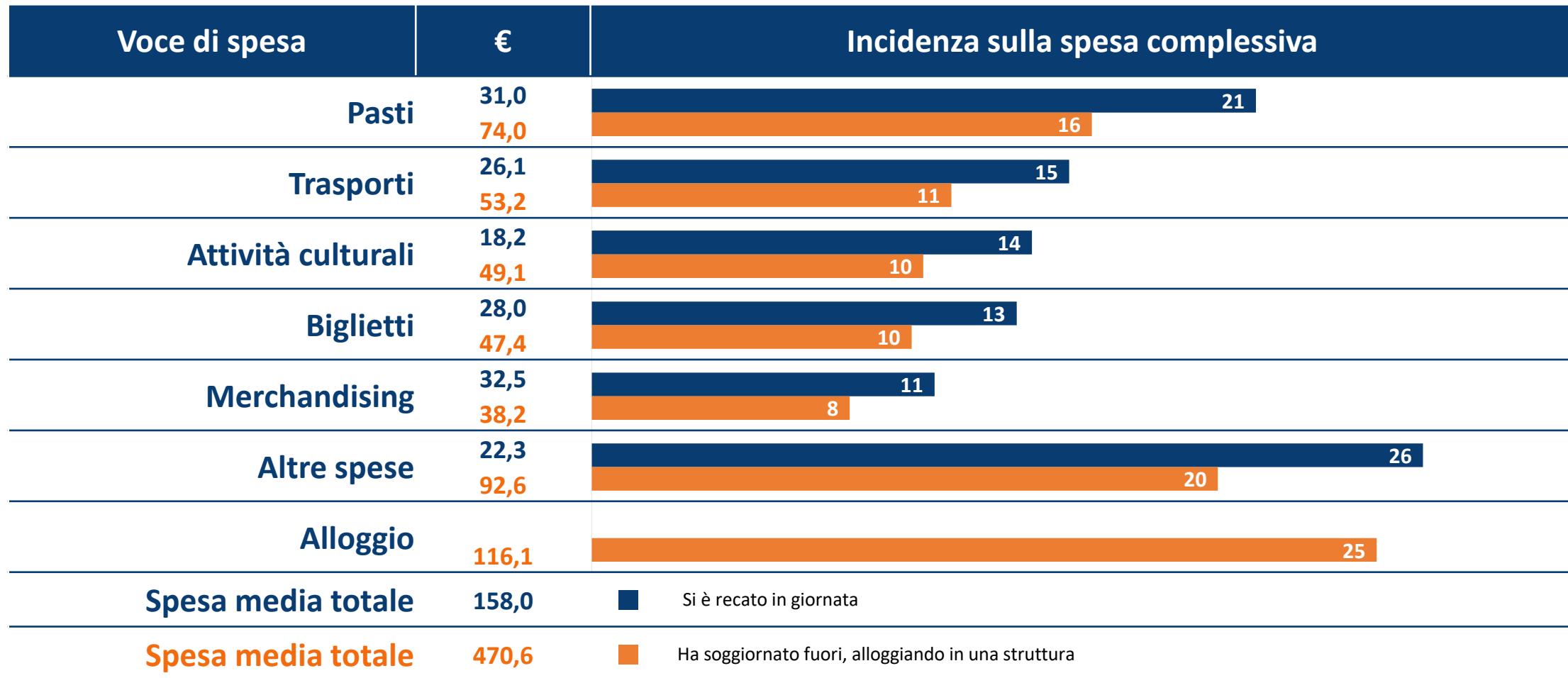


1

### Valori %

# La spesa per i festival

Pensiamo ora all'ultimo festival a cui ha partecipato. Le vorremmo chiedere quanto ha speso per una serie di attività correlate. Le chiediamo la spesa media complessiva per persona. [risponde chi ha partecipato ad un festival negli ultimi 12 mesi. n: 259]



Valori %

# I weekend culturali

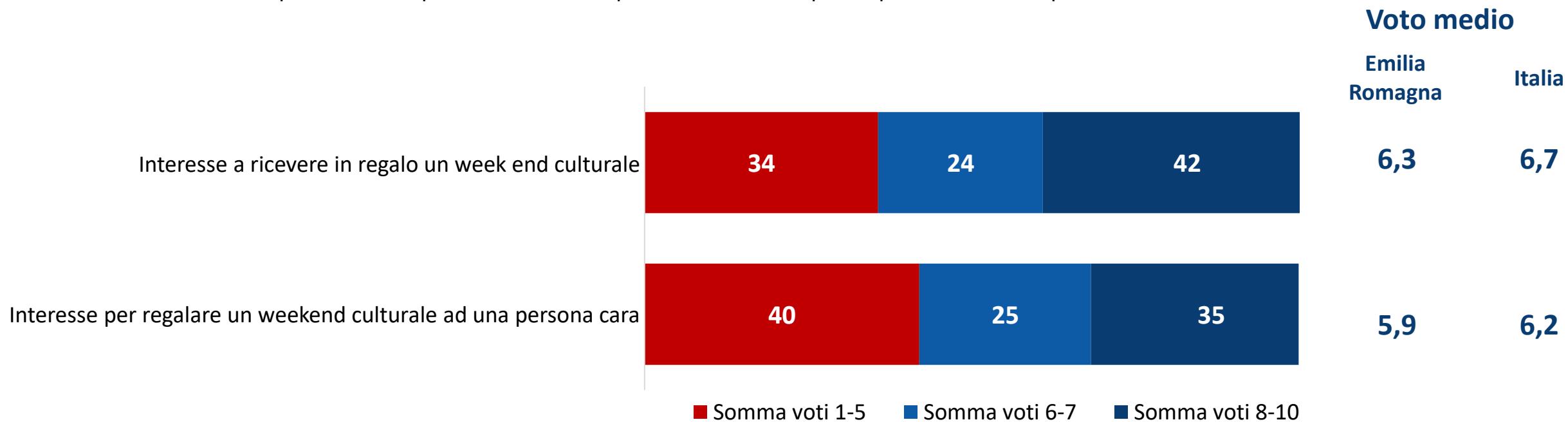


**SWG**



# L'interesse per i weekend culturali in Emilia Romagna è leggermente più basso del resto del paese

Su una scala da 1 a 10 dove 1 vuol dire per niente a 10 moltissimo, quanto sarebbe interessato a regalare o ricevere in regalo un weekend culturale ovvero un pacchetto che preveda almeno un pernottamento e la partecipazione ad una o più iniziative culturali?



## I target più interessati a ricevere in regalo un weekend culturale

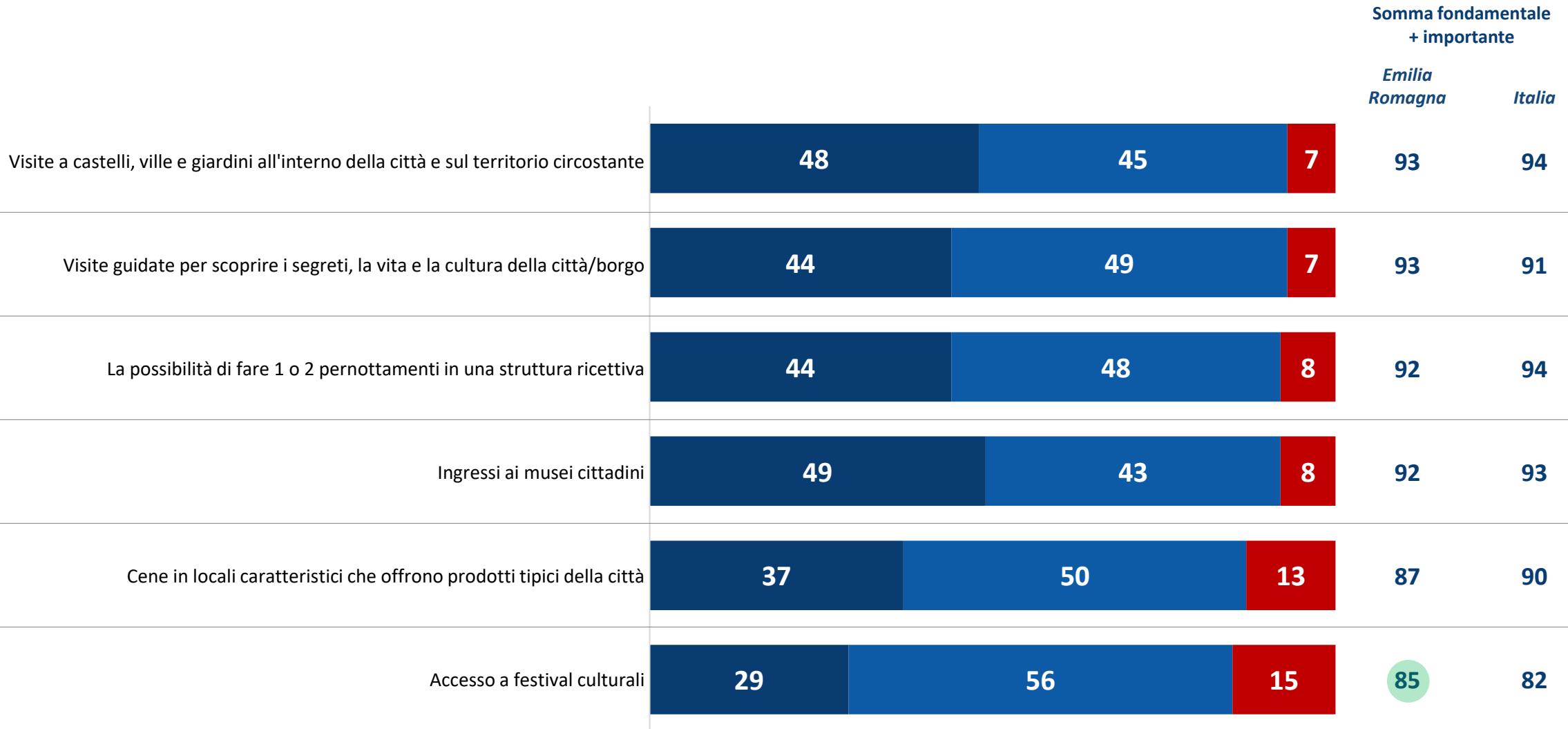
Chi ha già fatto un weekend culturale fuori dall'Emilia Romagna	7,5
Chi ha già fatto un weekend culturale in Emilia Romagna	7,3
I residenti a Bologna	6,7

## I target più interessati a regalare un weekend culturale

Chi ha già fatto un weekend culturale in Emilia Romagna	7,0
Chi ha già fatto un weekend culturale fuori dall'Emilia Romagna	6,8
Chi ha partecipato a festival negli ultimi 12 mesi	6,7

# Gli elementi che rendono attraente l'offerta per i WE culturali si confermano visite guidate e la possibilità di pernottare, in Emilia Romagna conta anche l'accesso ai festival

Nello specifico, per soddisfarla, cosa dovrebbe contenere questo pacchetto weekend culturale?

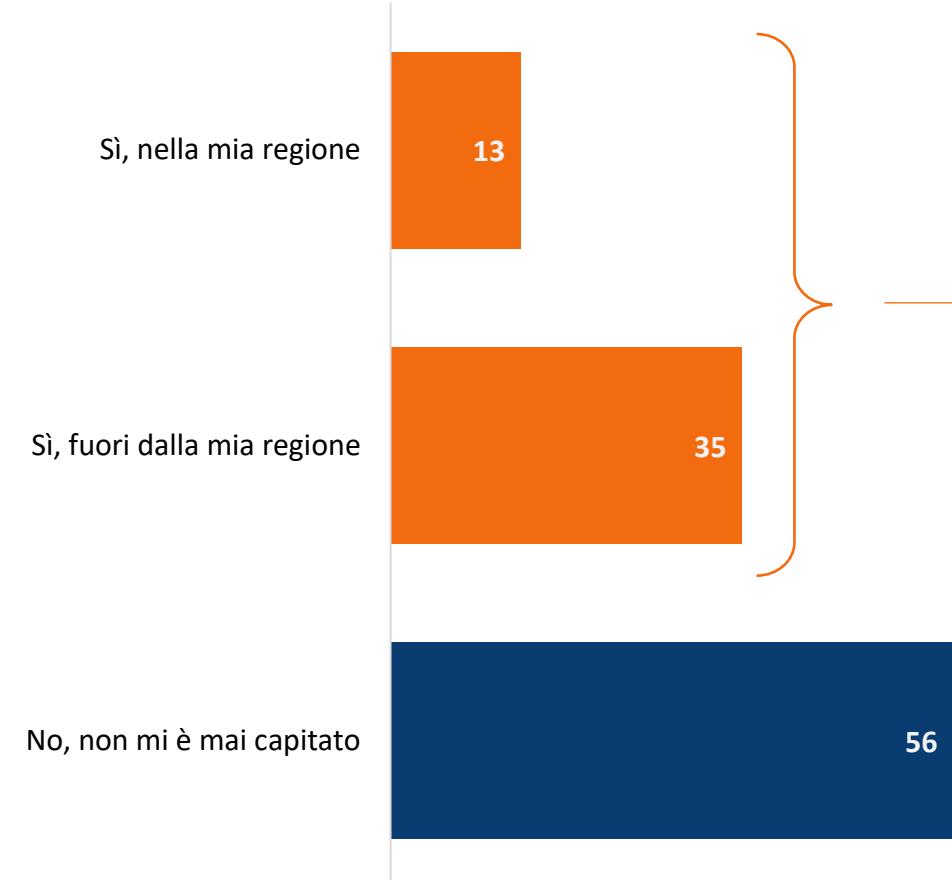


■ fondamentale ■ importante ma non fondamentale ■ non interessante

Valori %

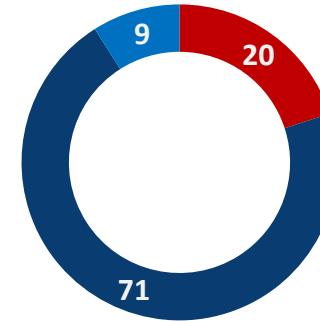
# Quasi un emiliano romagnolo su due ha fatto un weekend culturale fuori città

E negli ultimi 12 mesi le è capitato di fare un week end culturale in una città diversa dalla sua?



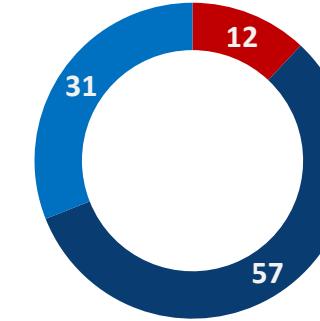
Valori %

Per fare questo week end culturale ha pernottato fuori?  
[risponde chi ha effettuato un weekend culturale. n: 267]



- No, non ho pernottato
- Sì, ho pernottato almeno una notte in una struttura privata
- Si, mi sono appoggiato per la notte da amici/conoscenti

Generalmente quando si reca fuori dal suo comune per un weekend culturale... [risponde chi ha effettuato un weekend culturale. n: 267]



- Si porta da casa cibo e bevande
- Mangia qualcosa sul posto in modo informale
- Si reca appositamente in un locale tipico

*"There is nothing so stable as change"*  
Bob Dylan



**Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.**

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società. SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

**SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022**

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022. La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche per la parità di genere e per l'empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

**TRIESTE**  
Via San Giorgio 1 - 34123  
Tel. +39 040 362525  
Fax +39 040 635050

**MILANO**  
Via G. Bugatti 5 - 20144  
Tel. +39 02 43911320  
Fax +39 040 635050

**ROMA**  
Piazza di Pietra 44 - 00186  
Tel. +39 06 42112  
Fax +39 06 86206754

**BRUXELLES**  
Square de Meeûs 35  
1000 Bruxelles, Belgium  
[info@pollingeurope.eu](mailto:info@pollingeurope.eu)

01.07  
2025

ORE 11:30

**PRESENTAZIONE  
IMPRESA CULTURA PARMA**

ASCOM PARMA  
CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA

**Ridotto del Teatro Regio di Parma**

Str. Giuseppe Garibaldi, 16/A

© 2025 ASCOM Parma



**PROGRAMMA**

- Saluti di benvenuto -

**Luciano Messi**

Sovrintendente della Fondazione Teatro Regio di Parma

Introduzione e presentazione  
Impresa Cultura Parma di Ascom

**Vittorio Dall'Aglio**

Presidente Ascom Parma - Confcommercio Imprese per l'Italia

- Interventi -

**Lorenzo Lavagetto**

Vicesindaco del Comune di Parma e Assessore alla Cultura

**Giovanni Borghesan**

Researcher SWG: Emilia Romagna, tra Consumi Culturali e Festival

**Carlo Fontana**

Presidente Impresa Cultura Italia - Confcommercio

- Conduce -

**Cristina Mazza**

Vice Direttrice Ascom Parma - Confcommercio Imprese per l'Italia  
Responsabile di Impresa Cultura Parma