

EFFETTO COMICON

Presentato nell'Aula Magna della Seconda Università di Napoli, Dipartimento di Economia, "**Effetto COMICON**", lo studio sull'**impatto economico su Napoli** derivante dalla realizzazione del *Salone Internazionale Napoli COMICON*.

Sono intervenuti:

Per il COMICON:

- **Claudio Curcio**, Presidente del Comicon;
- **Carlo Cigliano**, Direttore Marketing e Commerciale del Comicon;
- **Emanuele Soffitto**, Assistente alla direzione

Per la SUN:

- **Raffaele Cercola**, Professore di Economia e Gestione delle Imprese; già Presidente della Mostra d'Oltremare spa e di AEFI Associazione Esposizioni e Fiere Italiane;
- **Francesco Izzo**, Professore di Strategie e Management dell'innovazione;

Per il CLES: **Alessandro Leon**, Presidente

Per Federalberghi di Napoli: **Sergio Spartano**, Vice Presidente.

COMICON - Salone Internazionale del Fumetto, da alcune edizioni ormai, ha deciso di intraprendere una serie di studi e di approfondimenti utili per comprendere il valore economico e culturale che la manifestazione ha saputo costruire nel corso degli anni.

Il primo studio completo, realizzato dallo staff del Comicon insieme con il **Dipartimento di Economia della Seconda Università di Napoli** ed il **CLES (Centro di Ricerche e Studi sui Problemi del Lavoro, dell'Economia e dello Sviluppo) di Roma**, valuta l'impatto economico generato dal Salone Internazionale del Fumetto sulla città ospitante nell'edizione 2016.

Con circa **1000 interviste** al pubblico e **200** agli espositori, effettuate durante l'ultima edizione della manifestazione, è stato possibile ricostruire il **profilo socio-economico degli utenti del COMICON** nonché l'ammontare della **spesa diretta** e dell'**impatto economico generato sulla sola città di Napoli**.

IL PUBBLICO

ultima edizione 118.000 visitatori

- **Nel corso dei suoi primi 18 anni, il COMICON ha conquistato una dimensione e una visibilità sempre più nazionale: nel 2016 il 64,5% dei visitatori è giunto da fuori Napoli:** Le regioni di maggior provenienza sono state Lazio, Puglia e Lombardia. Visitatori sono arrivati anche dalla Germania, dalla Francia e da altri paesi europei.
- **Il COMICON consolida il suo primato come evento a maggior attrazione di giovani nel Mezzogiorno:** il 71% dei partecipanti ha un'età compresa tra i 14 e i 25 anni. L'età media dei visitatori risulta pari a 21 anni.
- **I visitatori del COMICON sono in prevalenza preparati e formati:** oltre il 75% del pubblico risulta in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore, e oltre il 20% è in possesso di laurea.
- **Chi ha conosciuto COMICON non lo abbandona** e torna a Napoli anno dopo anno. **Il 70% dei visitatori ha dichiarato di aver partecipato alla precedente edizione.** Al contempo, COMICON continua ad attrarre nuovo pubblico: 3 visitatori su 10 non avevano preso parte alla precedente edizione del Festival.
- **Il COMICON stimola la permanenza in città: il 54% dei provenienti da fuori città ha deciso di pernottare almeno una notte e il 14,30% è rimasto per 4 o più notti.** Durante il COMICON, le associazioni di categoria hanno registrato prenotazioni per il **95% dei posti letto disponibili in città.**

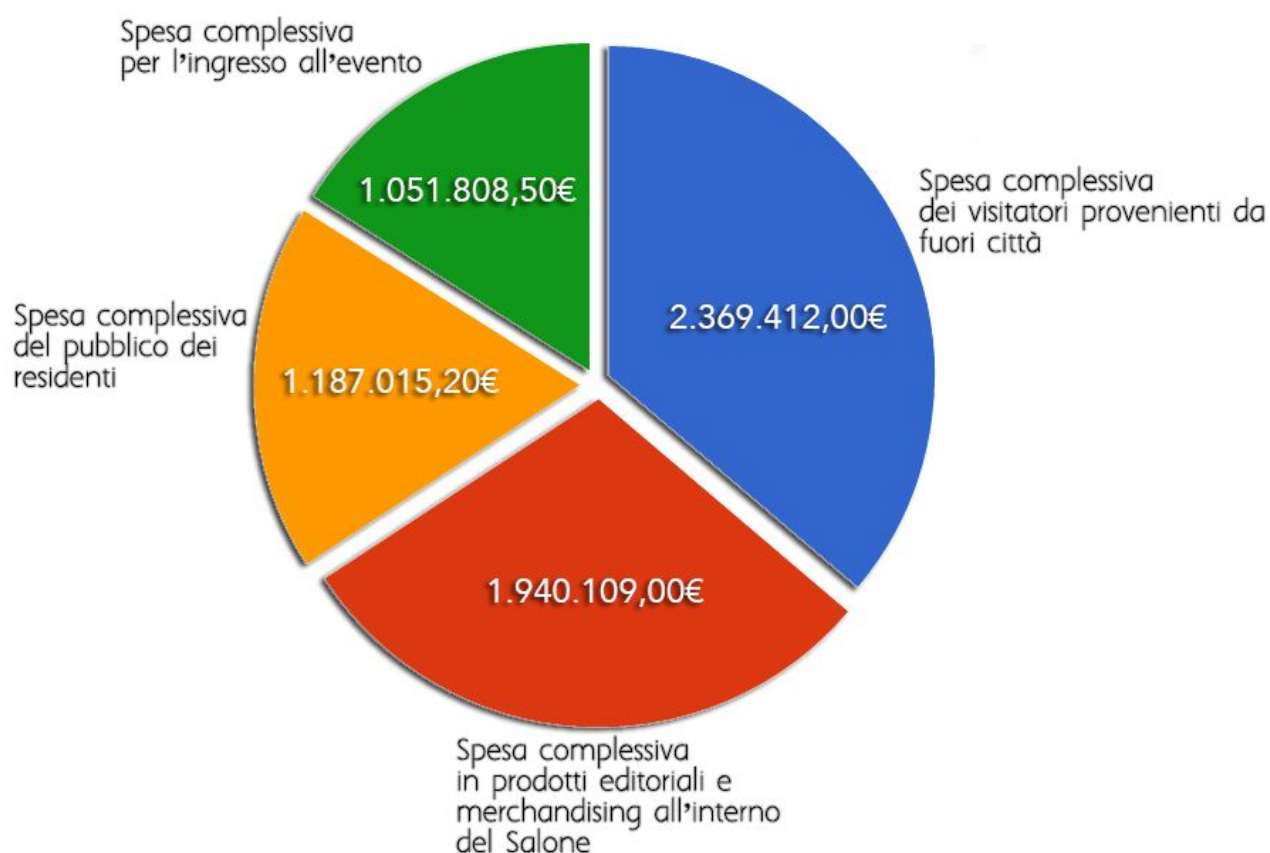
GLI ESPOSITORI

- Dei circa **300 espositori il 52% proviene da fuori regione**, in particolar modo da Lazio, Lombardia e Toscana.
- **L'80% circa degli espositori ha dichiarato di voler tornare alla prossima edizione** della manifestazione.
- **Il 40% degli espositori partecipa al COMICON da più di 5 anni**, a dimostrazione della solidità dell'evento. Al contempo il 60% ha iniziato a prendervi parte da meno di 5 anni: percentuale che evidenzia quanto il COMICON sia cresciuto in termini di attrattività commerciale negli ultimi anni.
- **La metà degli espositori prenota camere d'albergo o appartamenti**, spendendo una media di 70 € a notte.
- Oltre il **65% degli espositori si dichiara soddisfatto dei margini di profitto** derivanti dalla manifestazione.

LA SPESA DEL PUBBLICO

-esprime l'esborso monetario complessivo da parte dei visitatori in beni di consumo e servizi vari-

Il pubblico del COMICON (*solo i visitatori*) ha generato una spesa complessiva nell'edizione 2016 pari a **6.548.343 €** - così ripartiti:



L'IMPATTO ECONOMICO

-analizza l'esistenza di una relazione virtuosa tra l'iniezione di risorse economiche fresche in un dato territorio e le reazioni che tale immissione determina nell'area oggetto dell'indagine; consta di tre effetti primari: diretto, indiretto ed indotto-

L'impatto economico complessivo prodotto dal COMICON 2016 sulla città di Napoli si attesta attorno ai 13.192.354,40 €

Una volta determinata la spesa complessiva e depurata dai flussi pertinenti per giungere al valore della **spesa netta ricadente sulla sola città di Napoli**, detratti inoltre anche gli importi provenienti dai partecipanti residenti a Napoli, abbiamo stimato il valore complessivo di **Impatto Economico del COMICON** attraverso un "moltiplicatore" utilizzato in studi ed analisi similari pari a 1.5¹.

Categorie di Spesa	Spesa Netta su Napoli	Effetti Indiretti e Indotti	Totale
Pubblico	3.358.245,76 €	5.037.368,64 €	8.395.614,40 €
Organizzazione	1.234.056,00 €	1.851.084,00 €	3.085.140,00 €
Espositori	633.780,00 €	950.670,00 €	1.584.450,00 €
Sponsorizzazioni	50.860,00 €	76.290,00 €	127.150,00 €
TOTALE	5.276.941,76 €	7.915.412,64 €	13.192.354,40 €

¹ Il Salone del Libro di Torino ha utilizzato nel suo studio sull'impatto economico del 2013 un moltiplicatore pari a 1,6.

-fonte: http://www.ocp.piemonte.it/doc/progetti/ocp_salonelibro_2013_sintesi.pdf

ALCUNI COMMENTI

“Comicon è la miglior dimostrazione di come si possa creare valore (culturale, economico e sociale) partendo dalle risorse del territorio: risorse non riproducibili (sociali, culturali e immateriali) che rappresentano la fonte del vantaggio competitivo duraturo”. **Raffaele Cercola** (Professore di Economia e Gestione delle imprese - SUN; già Presidente della Mostra d'Oltremare spa; già Presidente dell'Associazione Nazionale Fiere ed Eventi AEFI)

“Comicon è ormai di gran lunga l'evento culturale a carattere periodico con maggiore capacità di attrazione a Napoli. Nella sua storia, ha dimostrato di saper leggere e interpretare l'evoluzione dei consumi culturali così come dell'industria creativa”. **Francesco Izzo** (Professore di Strategie e Management dell'Innovazione - SUN)

“Comicon conferma, se ve ne fosse il bisogno, che una politica di sviluppo basata sulla valorizzazione culturale di mercato è possibile”. **Alessandro F. Leon** (Presidente CLES - Centro di Ricerche e Studi sui Problemi del Lavoro, dell'Economia e dello Sviluppo)

“Impresa, Economia e Cultura non sono mondi a sé stanti. Iniziative riuscitissime come Comicon possono favorire il rilancio e la credibilità di tutto il nostro territorio, perché riescono a calamitare gli interessi di investitori, anche e soprattutto internazionali ed esterni all'area. Noi crediamo che in questa città vi sia spazio per un polo dell'industria culturale, che si estenda dalle forme più classiche di fruizione a quelle, più moderne, espresse e rese visibili ad un vasto pubblico con manifestazioni come Napoli Comicon”. **Vito Grassi** (Vice Presidente Unione Industriali di Napoli)

“Comicon ha mostrato, nel corso degli anni, affidabilità e crescita costante. Si tratta di due elementi fondamentali per un evento che riesce a produrre indotto e a diffondere un'immagine positiva della città”. **Sergio Spartano** (Vice Presidente Federalberghi Napoli)