



Camera di Commercio
Firenze



COMUNE
DI FIRENZE



PromoFirenze
AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Firenze

FIRENZE ROCKS



L'impatto di Firenze Rocks 2018 sul sistema economico fiorentino e toscano



WORK in FLORENCE
centuries of experience
working with you



CENTRO
STUDI
TURISTICI





ROCKS



**L'indagine sugli spettatori
di Firenze Rocks 2018**

Nota metodologica

GRUPPO DI LAVORO

- ❑ CENTRO STUDI TURISTICI DI FIRENZE
- ❑ ISTITUTO DI PROGRAMMAZIONE ECONOMICA DELLA TOSCANA
- ❑ UFFICIO STATISTICA DELLA CAMERA DI COMMERCIO

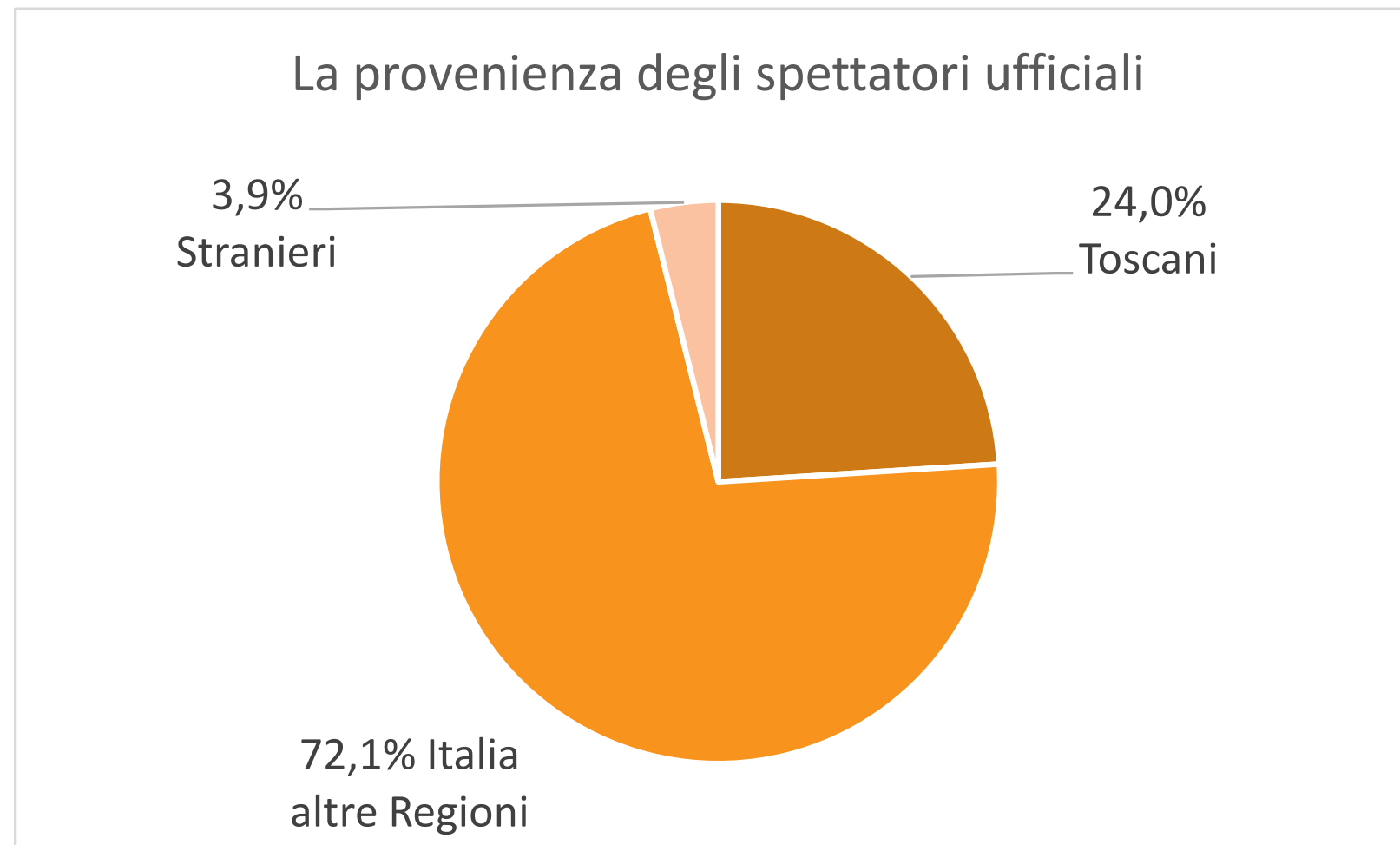
Informazioni utilizzate per lo studio

| | | |
|---|---|--|
| I. Costi sostenuti dall'organizzazione distinti per settore produttivo, fornitori e sedi di impresa | II. Introiti dalla vendita dei biglietti, da sponsorizzazioni, merchandising, ... | III. Risultati ottenuti dalle interviste agli spettatori dei concerti: <ul style="list-style-type: none">• Segmentazione degli spettatori• Caratteristiche comportamentali• Profilo di spesa media pro-capite• Stima della domanda di beni e servizi attivata nell'area f.na e in Toscana |
|---|---|--|



Stima dell'impatto generato dal Festival Rock 2018 attraverso il *modello input-output multi-regionale* dell'Irpet. Il modello permette di valutare la produzione totale attivata dalla domanda degli spettatori e dagli organizzatori dell'evento. Infine è stato calcolato il valore aggiunto settoriale e le unità di lavoro attivate

210 mila le presenze ai concerti



*In totale sono state censite
61 diverse nazionalità*

- ✓ Circa $\frac{1}{4}$ degli spettatori sono toscani, di cui il 49,1% residenti in città o in un comune dell'area metropolitana
- ✓ Il 72% è arrivato da altre regioni italiane: Lombardia (15,8%), Emilia-Romagna (11,8%), Lazio (10,1%), Veneto (8,1%) quelle più rappresentate
- ✓ Il 3,9% è giunto dall'estero, di cui il 71% da Paesi europei: nell'ordine Germania, Gran Bretagna, Svizzera, Slovenia, Malta, Spagna, Francia, Austria, Finlandia, Croazia,...
- ✓ Israeliani, statunitensi, canadesi, brasiliani e russi le principali nazionalità extraeuropee

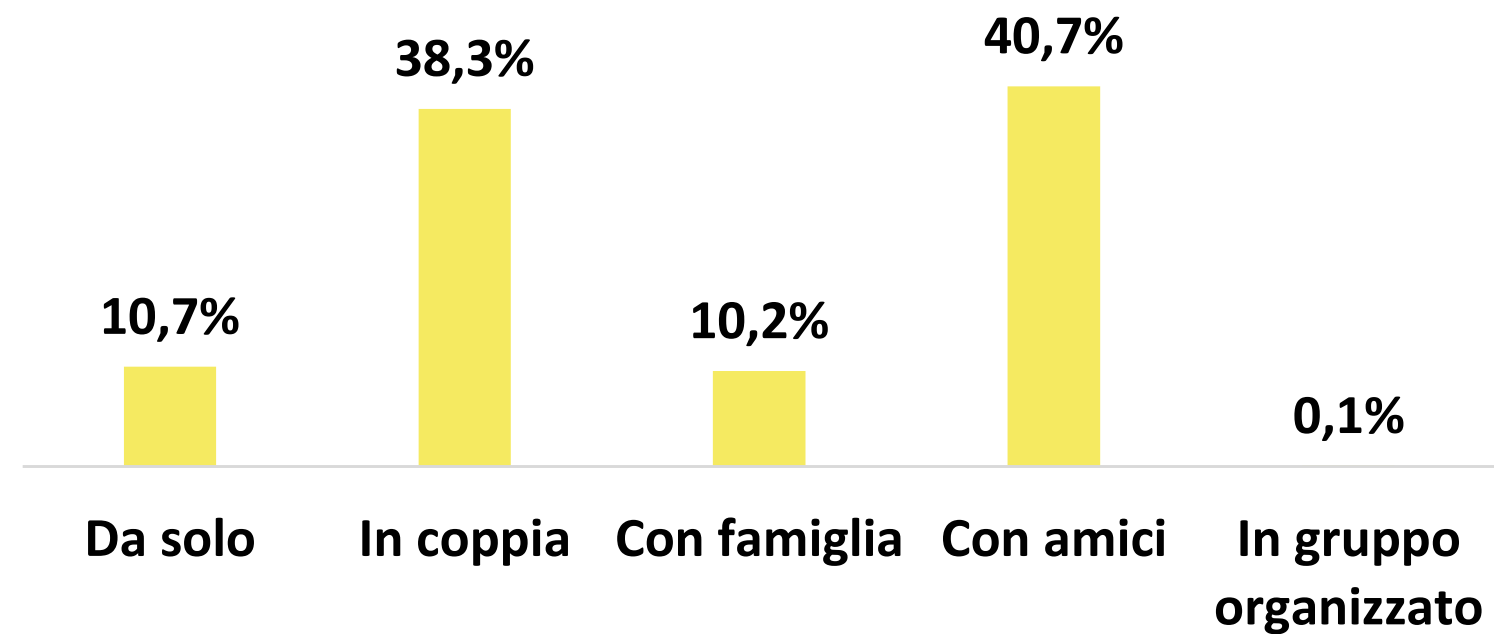
Principali caratteristiche del campione di spettatori

**2.275 interviste utili
ai fini dello studio**

- Il 94,4% di interviste face-to-face
- Il 5,6% di interviste online

- ✓ 55% degli spettatori di sesso maschile
- ✓ Età media 32 anni: la fascia più rappresentativa è fra i 31 ed i 60 anni (50%); la fascia 20-30 è al 38%, quella fino a 20 anni si ferma all'11%
- ✓ Gli spettatori che hanno assistito ai concerti erano prevalentemente in gruppo di amici o in coppia

Con chi è arrivato per assistere al concerto?



Dai risultati non emerge un profilo prevalente di spettatore tipo, ma al contrario una certa eterogeneità. Ciò dimostra come la manifestazione costituisca una «proposta» sostanzialmente idonea a più target di spettatori

I mezzi di trasporto utilizzati per raggiungere Firenze e l'area del concerto

Con quale mezzo di trasporto è arrivato a Firenze?

| | Residente altro comune provincia | Residente altro comune Toscana | Altre regioni d'Italia | Estero | Totale |
|------------------------|----------------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------|--------------|
| Auto propria | 61,2% | 74,1% | 48,9% | 17,3% | 51,3% |
| Auto a noleggio | 0,0% | 0,0% | 0,1% | 5,3% | 0,3% |
| Camper/roulotte | 0,0% | 1,2% | 2,2% | 2,3% | 2,1% |
| Pullman | 0,0% | 9,1% | 16,4% | 14,1% | 14,9% |
| Treno | 14,3% | 11,9% | 27,2% | 21,1% | 24,5% |
| Aereo | 0,0% | 0,0% | 3,9% | 39,1% | 4,8% |
| Moto | 16,3% | 3,7% | 1,1% | 0,0% | 1,7% |
| Altro* | 8,2% | 0,0% | 0,3% | 0,6% | 0,4% |
| Totale | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

L'auto propria è il mezzo più utilizzato, anche se il treno è stato scelto dal 25% circa. Elevata la quota di chi è arrivato in pullman (di linea o charter), mentre il mezzo aereo è stato scelto soprattutto da spettatori provenienti dall'estero

Con quale mezzo ha raggiunto l'area del concerto?

| | Residente Firenze | Residente altro comune provincia | Residente altro comune Toscana | Altre regioni d'Italia | Estero | Totale |
|---------------------|-------------------|----------------------------------|--------------------------------|------------------------|--------|--------------|
| Auto/Camper | 24,0% | 16,3% | 16,0% | 12,2% | 9,8% | 13,8% |
| Taxi | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 5,3% | 1,0% |
| Moto/Scooter | 26,6% | 16,4% | 2,5% | 0,5% | 0,0% | 3,5% |
| Bicicletta | 2,9% | 2,0% | 0,0% | 2,2% | 1,5% | 2,0% |
| Tramvia | 23,5% | 30,6% | 27,2% | 22,6% | 14,3% | 23,2% |
| Bus/Navetta | 4,9% | 2,0% | 4,5% | 8,3% | 19,5% | 7,7% |
| A piedi | 18,1% | 32,7% | 49,8% | 53,1% | 49,6% | 48,8% |
| Totale | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Circa la metà del campione ha raggiunto l'Arena del Visarno a piedi. I mezzi di linea urbani raggiungono il 31%. Auto-moto hanno raccolto oltre il 17% delle segnalazioni

Firenze location ideale per il Festival Rock ... e non solo

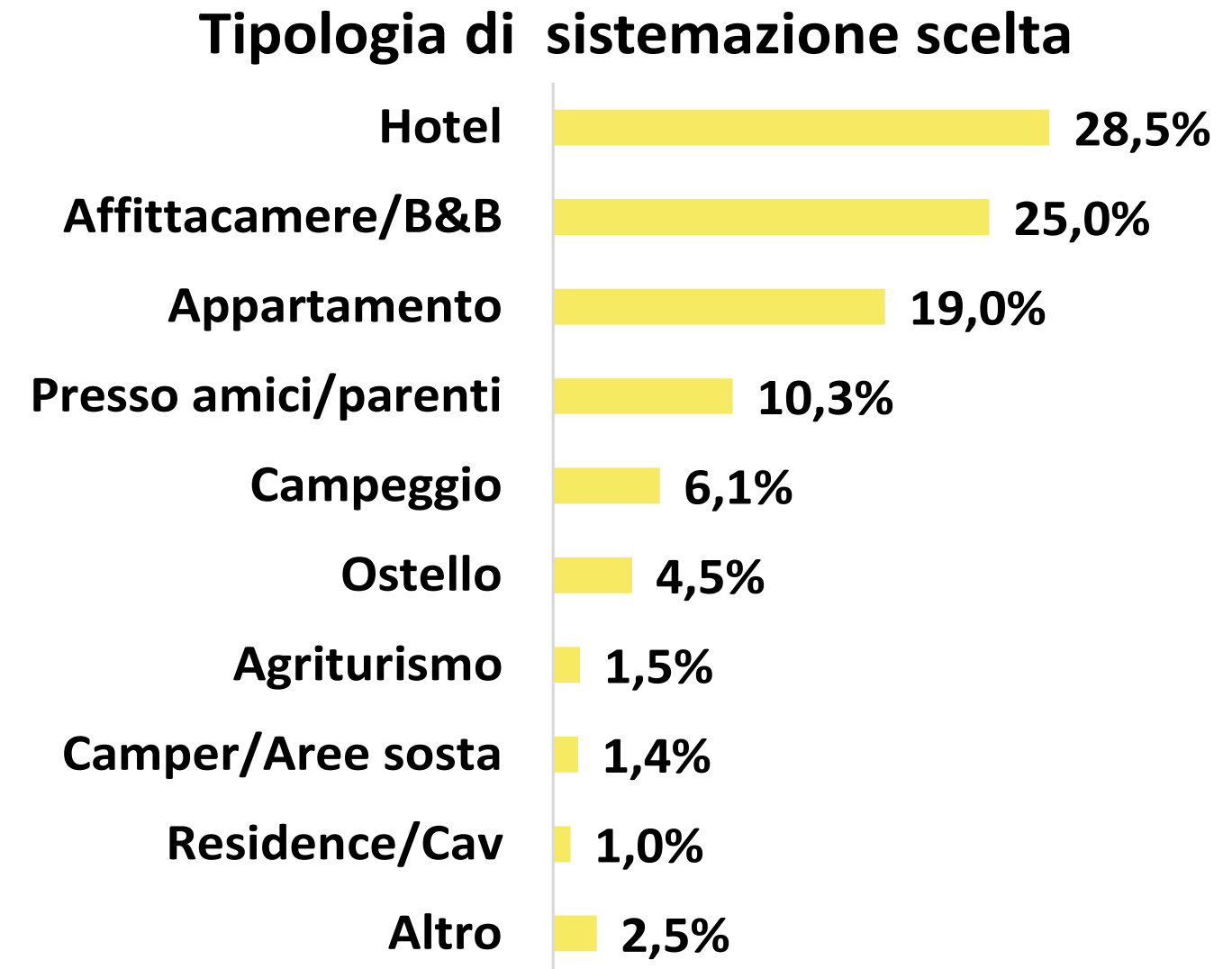
- ✓ Per il 60% degli spettatori la scelta di assistere al concerto è stata condizionata non solo dalle proposte musicali ma anche dalla suggestione della città
- ✓ Il 54% non era presente in città solo il giorno del concerto ma ha anticipato/prolungato la sua permanenza. Soprattutto gli stranieri (77%), ma anche gli italiani (53%)
- ✓ Non sono mancati gli spettatori/pendolari con trasferte quotidiane dall'Emilia – Romagna, Veneto, Lazio, ecc.
- ✓ Il pernottamento in una località della Toscana è stato dichiarato dal 51,5% degli spettatori non residenti nell'area metropolitana

| Ha pernottato in un comune della Toscana? | Residente altro comune Toscana | Altre regioni d'Italia | Eestero | Totale |
|---|--------------------------------|------------------------|---------|--------|
| NO | 88,9% | 43,2% | 19,5% | 48,5% |
| SI | 11,1% | 56,8% | 80,5% | 51,5% |
| Totale | 100% | 100% | 100% | 100% |

*Circa **89 mila spettatori** hanno trascorso almeno un pernottamento a Firenze o in un'altra località della Toscana, per un totale di **207 mila pernottamenti** (91% di italiani, 9% di stranieri)*

Gli spettatori pernottanti

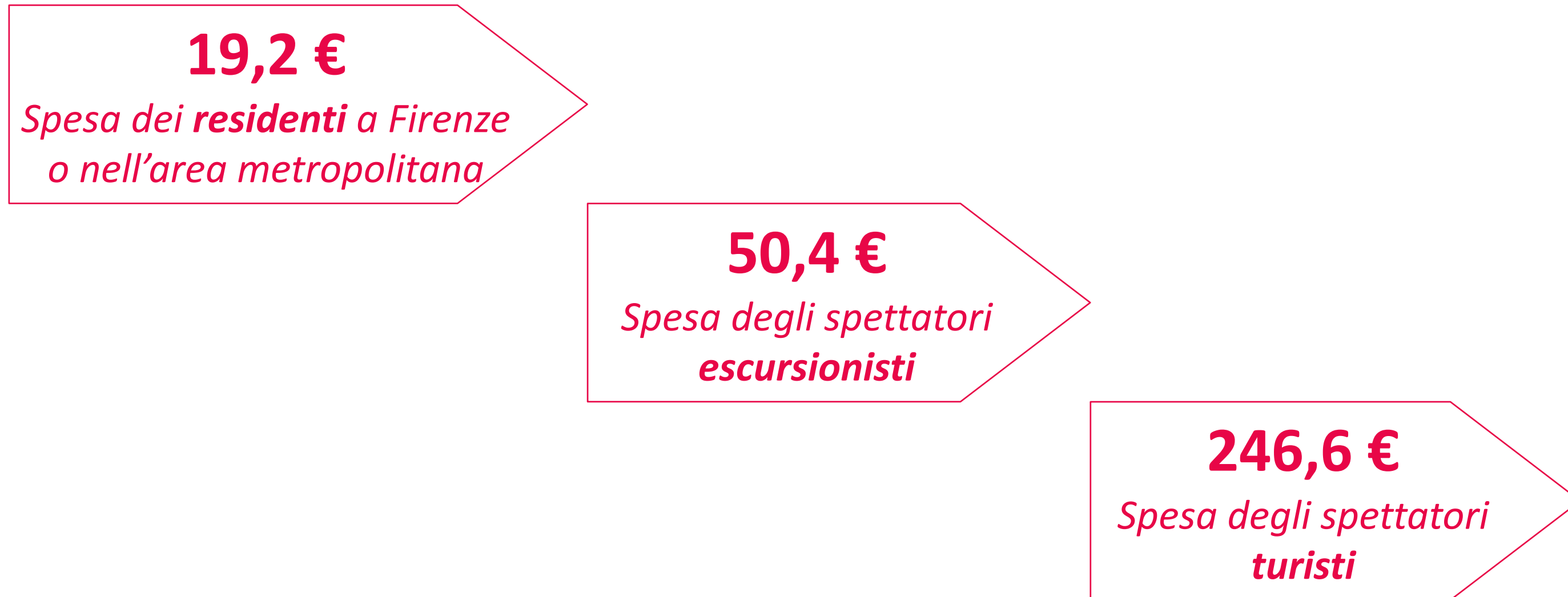
- ✓ 2,3 notti la durata media del soggiorno: 2,2 per gli italiani e 3,3 per gli stranieri
- ✓ 50 mila pernottamenti in hotel (circa l'80% nei 3-4 stelle)
- ✓ Circa 128 mila nelle strutture extralberghiere e circa 23 mila presso amici-parenti
- ✓ 171 mila i pernottamenti nella città di Firenze (82,6%)



- ✓ *145 mila spettatori sono arrivati a Firenze espressamente per il concerto*

Stima della spesa media pro-capite dei diversi profili di spettatori

Stima della spesa media per assistere al/ai concerti, ad esclusione del biglietto di ingresso e dei costi del trasporto sostenuti fuori dalla Toscana



La spesa media del turista italiano è di 236,6 €,

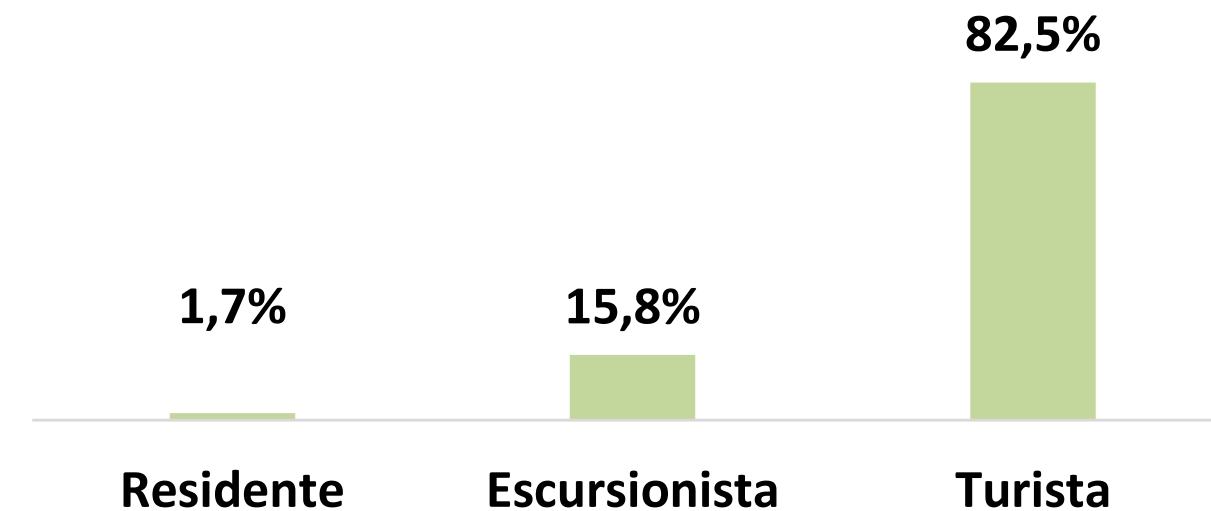
quella del turista straniero è di 387,0 €

La stima della spesa complessiva degli spettatori

26,7 milioni di euro è la spesa complessiva riversata in tutta la Toscana

L'86%, pari a 23,0 milioni di euro, sono rimasti a Firenze e nel suo hinterland

Spesa per tipo di spettatore



| Voci di spesa per voce di consumo | Totale spesa (in mgl €) | % |
|--|-------------------------|-------|
| Ricettività | 8.547 | 31,9% |
| Trasporto e spostamenti in Toscana | 2.517 | 9,4% |
| Ristorazione, bar, gelaterie, ecc. | 8.740 | 32,7% |
| Prodotti enogastronomici tipici | 1.080 | 4,0% |
| Shopping/Abbigliamento, negozi, ecc. | 1.710 | 6,4% |
| Ingresso musei, mostre, visite guidate, ecc. | 646 | 2,4% |
| Acquisto gadget legati al concerto | 2.580 | 9,6% |
| Altre spese | 935 | 3,5% |
| Spesa totale degli spettatori in Toscana | 26.755 | 100% |

- ✓ Le voci «ristorazione e bar» e «ricettività» assorbono circa i 2/3 della spesa complessiva degli spettatori
- ✓ Seguono i «trasporti» e la voce «gadget della manifestazione»

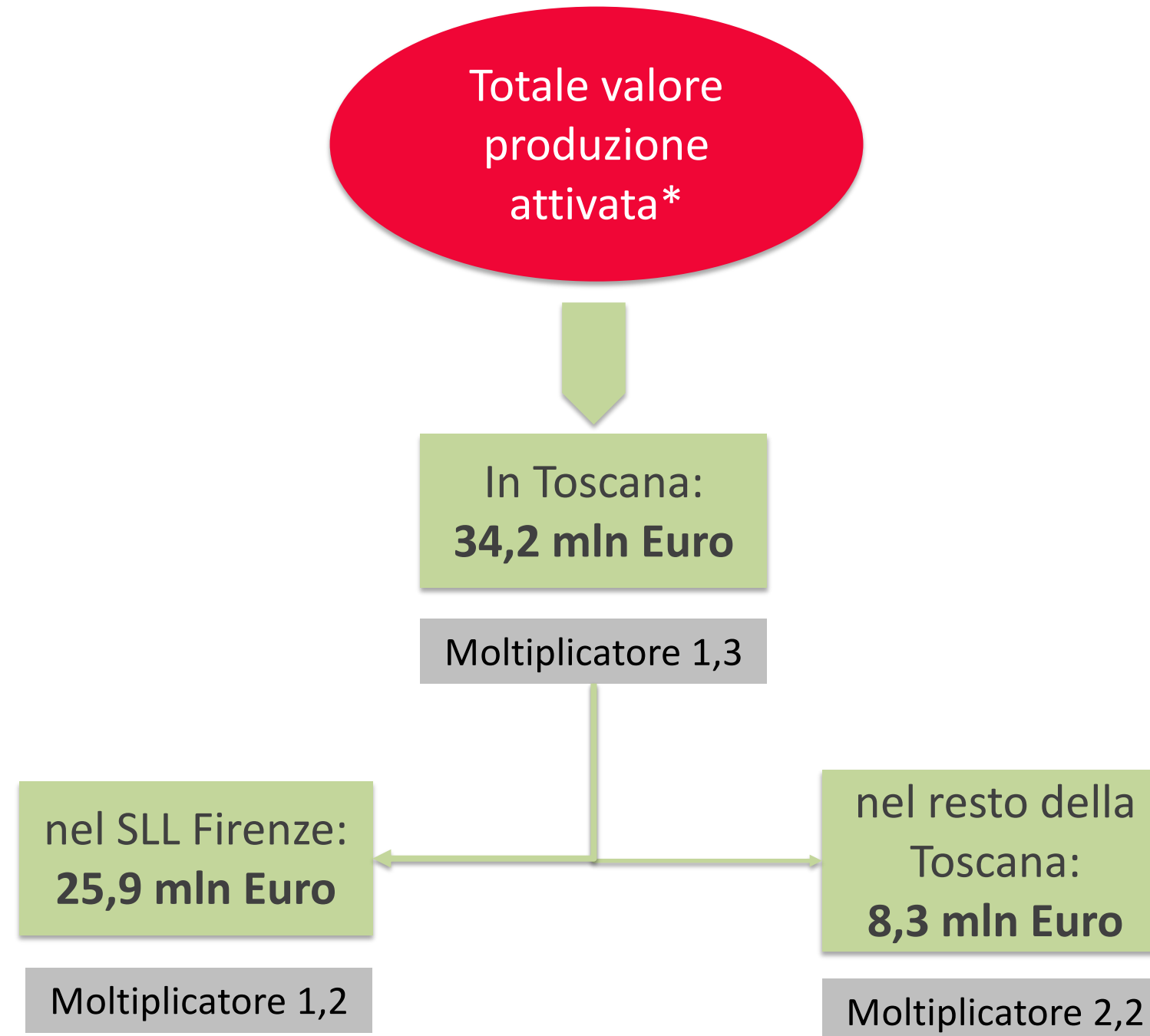


ROCKS

L'impatto di Firenze Rocks sul sistema economico fiorentino e toscano

L'impatto della spesa degli spettatori

**La spesa di 26,7 milioni di euro in
Toscana diventa ...**



*Il valore totale della
produzione attivata su
tutto il territorio
regionale è stimato in
34,2 milioni di euro*

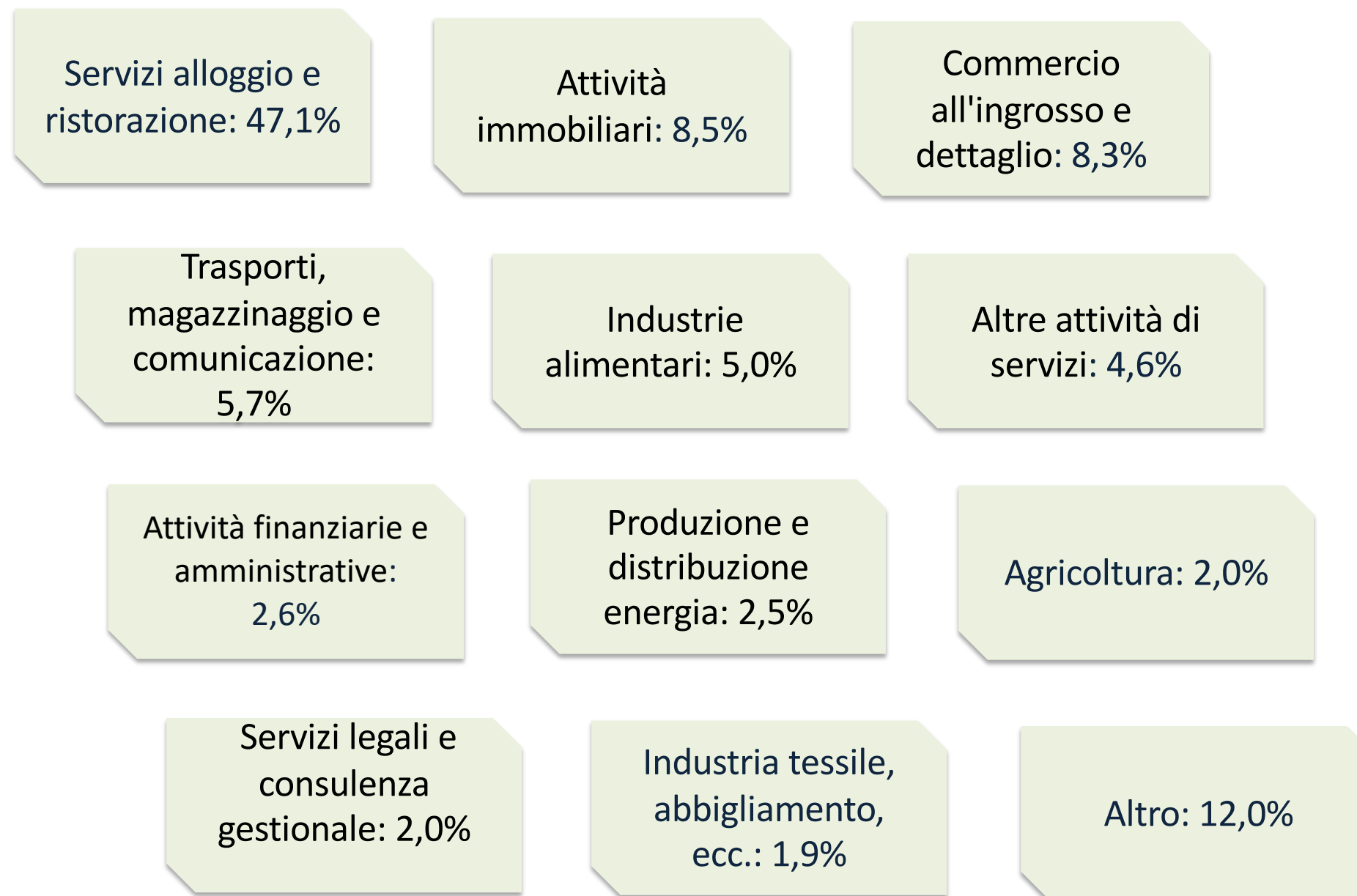
*La produzione attivata a
Firenze e nel suo
hinterland ammonta a
25,9 milioni di euro*

** Insieme dei beni e servizi realizzati come produzione cumulata, esclusa quella attivata al di fuori della Toscana: effetti diretti, indiretti e indotti*

L'impatto della spesa degli spettatori nei diversi settori

34,2 milioni di Euro di
produzione totale attivata in
Toscana

dei quali



Per il sistema economico della Toscana la domanda attivata dalla spesa degli spettatori si è rivolta ad un'ampia gamma di beni e servizi, prodotti e forniti da settori diversi

La maggior produzione è stata attivata nel settore della ricettività-ristorazione: il 47%, pari a 16,1 mln di €. A seguire le Attività immobiliari con una produzione di oltre 2,9 mln di €. Il settore Commercio all'ingrosso e al dettaglio con € 2,8 mln di produzione stimata

L'impatto complessivo di Firenze Rocks 2018

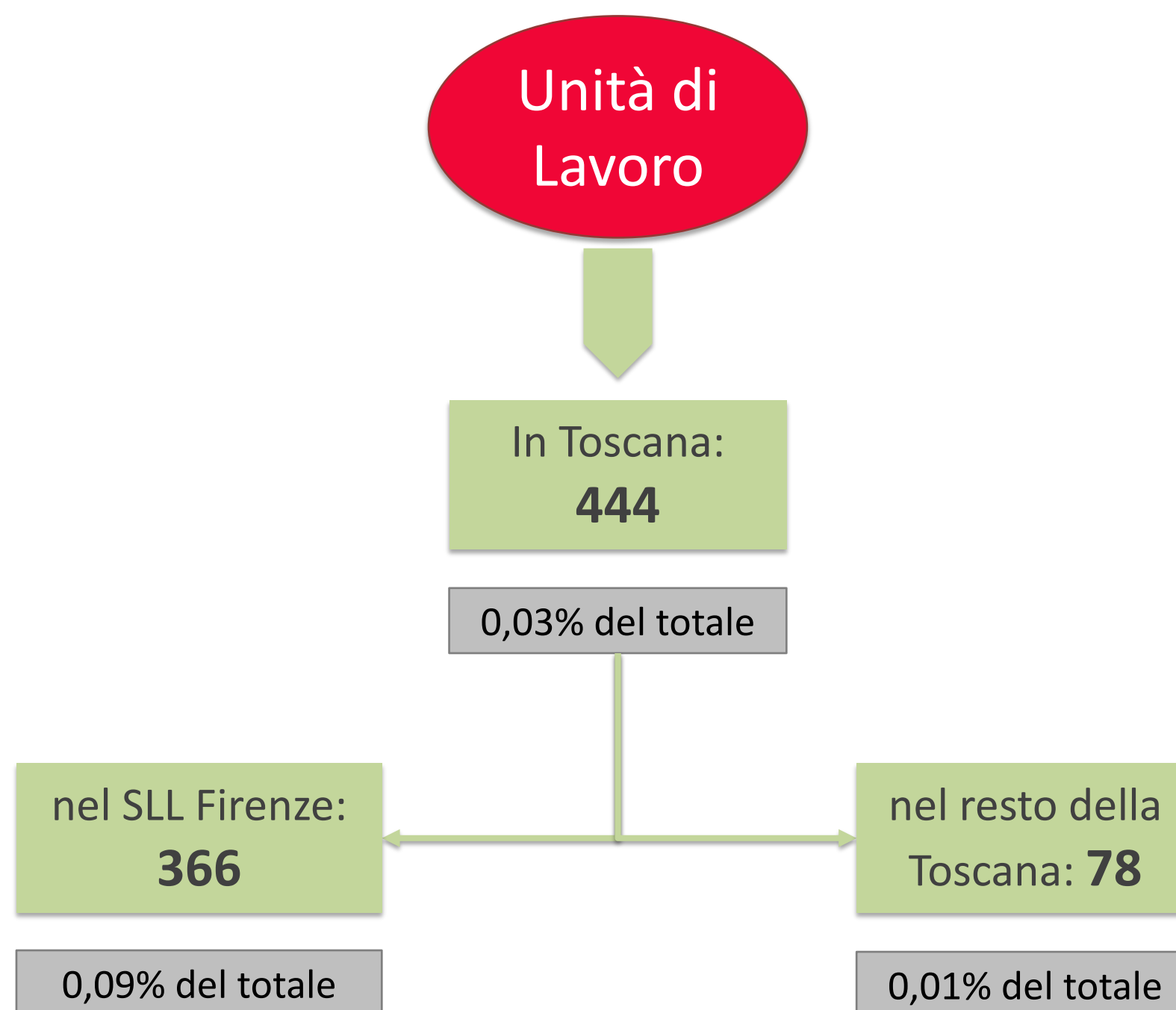
Se oltre alla spesa degli spettatori consideriamo anche i costi sostenuti e i ricavi conseguiti dagli organizzatori (solo quelli che hanno avuto ricaduta sul territorio regionale), gli effetti stimati sul territorio regionale sono ...*



** Sono esclusi, ad esempio, i compensi delle prestazioni professionali degli artisti e tutti i costi che hanno generato produzione o trasferimento di redditi nel resto d'Italia o all'estero*

Le unità di lavoro attivate dalla produzione totale di Firenze Rocks 2018

*Il totale della produzione attivata per la realizzazione del Festival ha generato un **indotto occupazionale di ...***



Il Festival ha generato ricadute occupazionali:

le Unità di Lavoro in Toscana sono stimate in 444, di cui l'82% nella città di Firenze e nel suo hinterland