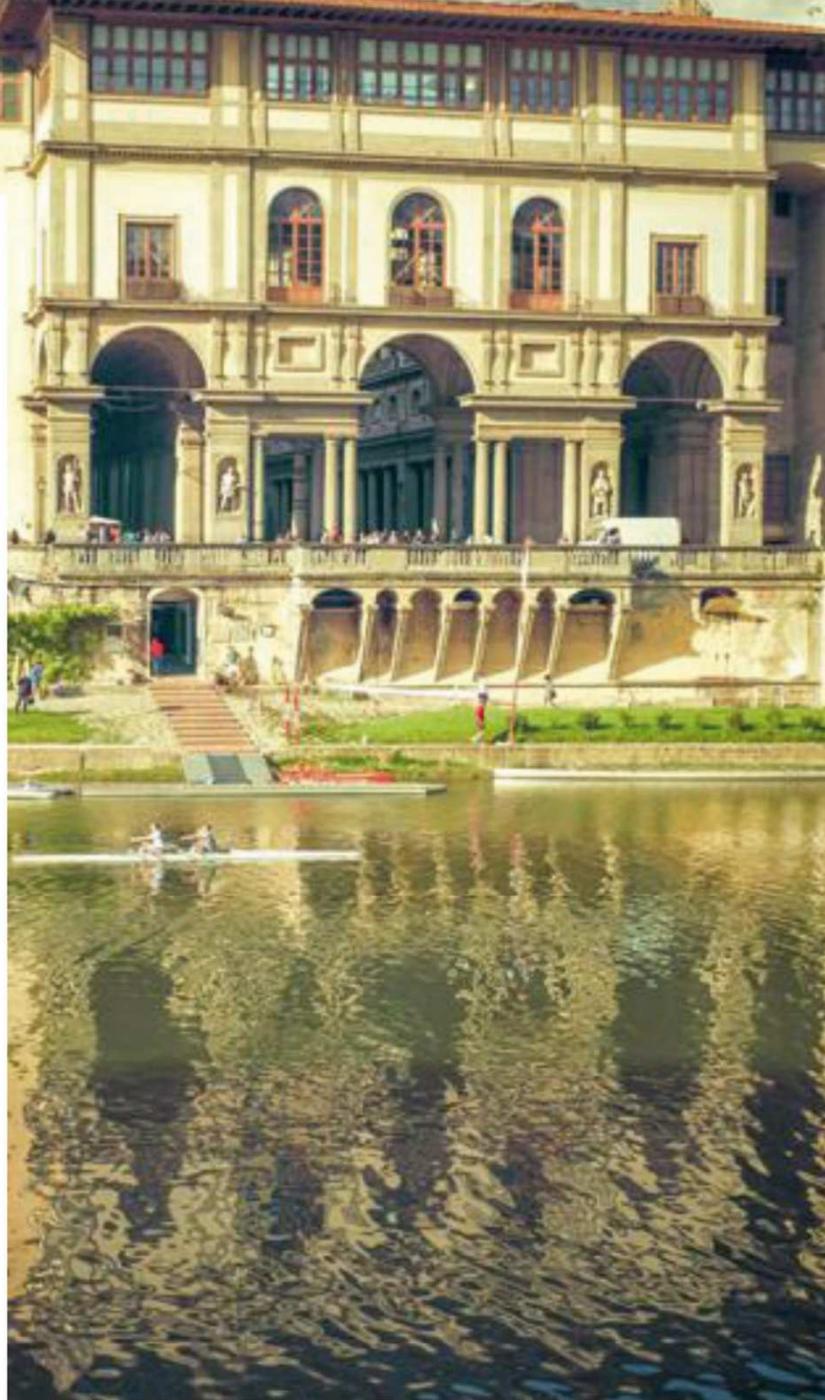


L'IMPATTO ECONOMICO DEL TURISMO NELLA CITTÀ METROPOLITANA DI FIRENZE



ANNO 2019



Camera di Commercio
Firenze

 **CENTRO
STUDI
TURISTICI**

L'impatto economico del turismo nella Città Metropolitana di Firenze

Sommario

1.	<i>L'approccio metodologico dello studio.....</i>	3
2.	<i>La sintesi dei risultati.....</i>	5
3.	<i>Il sistema imprenditoriale della Città Metropolitana di Firenze</i>	8
4.	<i>Il mercato turistico della Città Metropolitana di Firenze.....</i>	10
4.1	<i>L'offerta ricettiva della Città Metropolitana di Firenze</i>	10
4.2	<i>L'offerta ricettiva nelle aree della Città Metropolitana di Firenze</i>	13
4.3	<i>Funzione turistica dell'offerta ricettiva della Città Metropolitana di Firenze</i>	15
4.4	<i>La domanda turistica nella Città Metropolitana di Firenze.....</i>	17
4.5	<i>Andamento della domanda turistica nel periodo 2013 - 2018.....</i>	19
4.6	<i>La domanda turistica per provenienza nella Città Metropolitana di Firenze.....</i>	22
4.7	<i>La stagionalità dei flussi turistici nella Città Metropolitana di Firenze</i>	23
4.8	<i>La domanda per risorsa turistica.....</i>	25
4.9	<i>La domanda turistica negli ambiti della Città Metropolitana di Firenze</i>	26
4.10	<i>Il tasso di occupazione nella Città Metropolitana di Firenze</i>	30
4.11	<i>La funzione turistica.....</i>	30
5	<i>L'indagine ai visitatori della Città Metropolitana di Firenze.....</i>	33
5.1	<i>Aspetti metodologici</i>	33
5.2	<i>Risultati dell'indagine</i>	34
5.3	<i>La soddisfazione del viaggio</i>	48
5.4	<i>I profili dei visitatori dei principali mercati esteri</i>	50
5.5	<i>La spesa dei turisti</i>	56
6	<i>La valutazione dell'impatto economico del settore nell'Area Metropolitana...</i>	60
6.1	<i>Aspetti metodologici</i>	60
6.2	<i>La ricaduta economica</i>	61

La ricerca è stata coordinata e curata dal settore Studi e Ricerca del Centro Studi Turistici

I valori di stima dell'impatto economico sono stati curati da Stefano Rosignoli – IRPET – Istituto Regionale Programmazione economica della Toscana

6 Rilevatrici e Rilevatori hanno realizzato le interviste nell'arco di 12 mesi: agosto 2018 – luglio 2019

1. L'approccio metodologico dello studio

A distanza di cinque anni dall'ultima indagine realizzata per stimare l'ammontare complessivo della spesa dei visitatori nell'area metropolitana di Firenze, la Camera di Commercio ha commissionato un nuovo studio per "aggiornare" i profili di spesa dei turisti, ma soprattutto per quantificare il valore del turismo nei sistemi economici dell'intero territorio. Quindi, non solo la spesa riversata attraverso la domanda di beni e servizi, ma anche l'impatto economico ed occupazionale che generano i consumi dei visitatori.

Una operazione assai complessa se consideriamo l'eterogeneità della produzione turistica e che le informazioni necessarie devono essere ricavate sia dalle imprese di servizi turistici sia da altri settori economici che sviluppano relazioni con il turismo. Il compito di questo studio è quindi di stimare quanta parte del "fatturato" di ogni settore economico è attribuibile al turismo. Ad esempio, il fatturato di agenzie di viaggio e alberghi è quasi per intero sostenuto dalla spesa dei turisti, ma nel caso dei servizi di ristorazione, si calcola che solo una quota sia attribuibile alla domanda turistica e la rimanente parte ai consumi dei residenti.

La metodologia utilizzata per la realizzazione dello studio è sostanzialmente la stessa adottata in passato, estesa però anche alla valutazione di impatto economico grazie al prezioso contributo dell'Irpet (Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana). In particolare, oltre a rilevare le principali caratteristiche comportamentali della domanda turistica e l'ammontare complessivo della spesa in beni e servizi, si è cercato di stimare l'impatto economico. In sintesi, il presente lavoro è stato realizzato attraverso lo sviluppo delle seguenti attività:

- Il sistema imprenditoriale dell'area: quadro di sintesi del sistema imprenditoriale rilevato attraverso l'analisi delle sue consistenze e dinamiche, confrontate con le risultanze del 2013 (*fonte: 2019 Camera di Commercio di Firenze*)
- Evoluzione del mercato turistico nell'Area Metropolitana di Firenze (periodo 2013-2018): analisi delle statistiche ufficiali sulla consistenza dell'offerta ricettiva, sui movimenti turistici e stima dei flussi turistici nelle seconde case (*fonte: Città Metropolitana di Firenze*)
- Indagine diretta ad un campione di turisti-escursionisti che tra agosto del 2018 e luglio del 2019 hanno effettuato una visita in una delle località dell'area metropolitana di Firenze: mediante interviste sono state raccolte informazioni sui comportamenti di consumo e sulla spesa media sostenuta nel corso del soggiorno/visita, oltre che sul livello di soddisfazione percepito da coloro che nel corso della loro esperienza di viaggio hanno usufruito dei servizi erogati dalle imprese e più in generale dal sistema di offerta territoriale.
- Stima della ricaduta economica generata dal settore: i dati di rilevanza economica ottenuti dall'indagine diretta sono stati utilizzati per la stima dell'impatto generato dal turismo. Per le procedure di analisi è stato utilizzato il modello Input Output multi-regionale dell'Irpet, grazie al quale è stato possibile quantificare la produzione totale (diretta, indiretta e indotta) attivata dalla domanda turistica. In particolare, l'impatto

diretto è costituito dalla produzione interna dei beni e servizi che soddisfano direttamente la domanda espressa dai turisti; l'impatto indiretto è costituito dal valore dei fattori produttivi (beni e servizi intermedi) acquistati dalle imprese del territorio per produrre i beni e i servizi che hanno soddisfatto la domanda dei visitatori. L'indotto è costituito dal valore della domanda aggiuntiva che si è generata nel sistema economico per effetto dell'occupazione e dei redditi percepiti dalle attività produttive dirette e indirette. L'applicazione di questa complessa procedura ha permesso di calcolare il valore aggiunto settoriale e le unità di lavoro attivate, al netto degli effetti prodotti fuori dall'area metropolitana.

Le aree indagate sono le seguenti e riprendono essenzialmente la suddivisione per Ambiti Turistici introdotta per decreto della Regione Toscana a partire da maggio 2018.

- **Città di Firenze e Area Fiorentina:** Bagno a Ripoli, Calenzano, Campi Bisenzio, Fiesole, Figline e Incisa Valdarno, Impruneta, Lastra a Signa, Londa, Pelago, Pontassieve, Reggello, Rignano sull'Arno, Rufina, Scandicci, Sesto Fiorentino, Signa, Vaglia
- **Chianti:** Barberino e Tavarnelle Val d'Elsa, Greve in Chianti, San Casciano in Val di Pesa
- **Empolese Val d'Elsa e Montalbano:** Capraia e Limite, Castelfiorentino, Cerreto Guidi, Certaldo, Empoli, Fucecchio, Gambassi Terme, Montaione, Montelupo Fiorentino, Montespertoli, Vinci
- **Mugello:** Barberino di Mugello, Borgo San Lorenzo, Dicomano, Firenzuola, Marradi, Palazzuolo sul Senio, San Godenzo, Scarperia e San Piero, Vicchio

Ai fini della ricerca non è stato estrapolato il comune di Firenze dal proprio Ambito di riferimento (Firenze e Area Fiorentina), in quanto appartenente allo stesso sistema economico, mentre sono stati esclusi i comuni senesi facenti parte dell'Ambito Chianti.

2. La sintesi dei risultati

Anche per il 2018 il mercato turistico della città di Firenze e dell'intera Area Metropolitana ha continuato la sua fase di espansione. Gli arrivi sono stati oltre 5,3 mln e le presenze poco meno di 15,5 mln. La permanenza media si è attestata a 2,9 notti, in crescita rispetto alle 2,7 del 2013. Nonostante rimanga preponderante la domanda straniera, è il mercato italiano a segnare l'incremento più rilevante, sia per gli arrivi (+15,5%) sia per le presenze (+36,2%). A trarne maggiore beneficio sono stati gli esercizi extralberghieri, che hanno registrato un aumento delle presenze domestiche del 56,7%.

In generale, nel quinquennio 2013-2018 si sono registrati oltre 650 mila arrivi e quasi 3 mln di presenze in più, con un aumento medio annuo del +2,7% e del +4,3%. Anche nel 2018 sono gli stranieri a generare gran parte della domanda, con una quota del 71,8%.

Nel 2018 le strutture alberghiere dell'Area Metropolitana hanno ospitato oltre 3,8 mln di turisti che hanno pernottato per più di 9,7 mln di notti, con una permanenza media di 2,6 notti (2,3 del 2013). Il comparto si conferma come la tipologia di alloggio preferita sia in termini di arrivi (71,9% del totale) sia di presenze (63,0%). Nel quinquennio 2013-2018 i pernottamenti alberghieri sono aumentati del +16,6% (+6,2% gli arrivi), circa 1,4 milioni in più. I quattro stelle sono la tipologia preferita da più della metà dei turisti (57,5%); considerando anche la quota dei cinque stelle (7,4%), gli alberghi di fascia alta raccolgono il 64,9% del totale, cioè oltre 6,3 milioni di presenze (+29,7% rispetto al 2013). In crescita, anche la fascia dei tre stelle (+3,1%) e delle R.T.A. (+15,1%). Cala la domanda per le strutture a due (-21,2%) e una stella (-28,0%) che perdono oltre 160 mila pernottamenti.

Invece, nel 2018 circa 1,5 mln di turisti hanno scelto un alloggio extra-alberghiero con oltre 5,7 mln di presenze e una durata media del soggiorno pari a 3,8 notti. Rispetto al 2013, si registra un +33,4% degli arrivi e del +37,0% dei pernottamenti. Gran parte della clientela è straniera (70,4%), ma gli italiani hanno evidenziato il maggiore incremento (+56,7% rispetto al 2013).

In termini di incidenza sono rimasti più o meno invariati i mercati tradizionali, ma si sono affacciate nuove nazionalità che crescono in maniera significativa. Paesi quali la Corea del Sud tra il 2013 e il 2018 ha aumentato le presenze del +106,1% a un ritmo medio annuo del +15,6%. Cresce la Cina (+39,3%), l'India (+47,8%) e, sebbene in maniera più contenuta, il Brasile (+6,0%), mentre restano invariati i flussi dalla Russia.

Ne consegue un calo di oltre il 4% dell'incidenza dei flussi europei, con una quota di mercato che passa dal 51,8% al 47,4%. Tra i mercati tradizionali, consolidano la posizione gli Stati Uniti (+26,8%) e il Regno Unito¹ (+31,7%), mentre restano pressoché stabili la Germania (+4,3%) e la Francia (+1,0%), entrambe con quote di incidenza in calo. Diminuiscono i flussi da Paesi Bassi (-6,1%), Giappone (-28,9%), Australia (-3,3%) e Belgio (-11,3%).

In tale contesto di mercato nel 2018 l'offerta turistica della Città Metropolitana di Firenze contava 3.804 esercizi ricettivi per un totale di oltre 100.815. Secondo i dati Infocamere del

¹ Nel primo trimestre del 2019 il mercato britannico ha evidenziato flessioni significati a seguito delle note vicende della Brexit.

primo trimestre 2019, negli ultimi cinque anni si è registrato un +24,9% per le sedi impresa delle attività di alloggio e un +11,4% per le attività dei servizi di ristorazione. Infatti, tra il 2013 e il 2018 si registra un saldo positivo di 794 unità. Il comparto più dinamico è l'extra-alberghiero, con +788 esercizi e quasi 11.468 posti letto in più. Sostanziale stabilità per gli esercizi alberghieri (+6) che incrementano l'offerta di 732 letti.

La ricettività alberghiera è costituita da 571 strutture, con una prevalenza dei 3 stelle (225), anche se la maggior disponibilità di posti letto (22.012) la garantiscono i 153 hotel a 4 stelle. Rispetto al 2013 i 5 stelle sono passati da 20 a 26. In calo i 2 e 1 stella (155). 13 le residenze turistico alberghiere.

Il comparto extra-alberghiero è composto da 3.233 esercizi e 55.243 posti letto. Più che altro piccole strutture con caratteristiche di abitazione civile: alloggi privati, affittacamere e case vacanza. Gli agriturismi garantiscono il maggior numero di posti letto (12.816).

Provando a delineare il profilo del turista che emerge dall'indagine campionaria, il primo riferimento è una età media di circa 43,5 anni, senza differenze significative tra turisti ed escursionisti e neppure tra italiani e stranieri. I turisti che pernottano a Firenze hanno una età media di 42,7 anni e chi pernotta in altri comuni ha 44,6 anni di media.

Viaggiano prevalentemente in coppia (35,8%) e in famiglia (26,5%), con una media di 3,4 componenti per nucleo. Una maggiore propensione dei turisti italiani a viaggiare con i familiari (31,0%), mentre gli stranieri si muovono in compagnia del proprio partner (39,6%).

Sono sempre meno i visitatori alla prima esperienza di viaggio sul territorio (51,6% nel 2013 e 45,4% nel 2018). L'auto propria, pur essendo il mezzo privilegiato dai turisti italiani (55,4%) e dagli escursionisti (36,4%), non rappresenta più il principale vettore per gli arrivi nelle località dell'Area Metropolitana, ma risultano di gran lunga preferiti il treno e l'aereo, in particolare tra i turisti provenienti dall'estero.

Il patrimonio artistico e culturale è la principale motivazione di viaggio e il 70% dei turisti effettua trasferimenti in località diverse da quella di soggiorno per visite ed escursioni.

Solo il 17,9% dei turisti stranieri intervistati afferma di avere acquistato un pacchetto "all inclusive" rivolgendosi quindi a un'Agenzia di Viaggio o a un Tour Operator; ancora più bassa la quota di italiani, con un esiguo 4,8%. Pertanto, si conferma un profilo di turista molto indipendente che preferisce organizzare in totale autonomia il proprio soggiorno.

Il giudizio complessivo del turista è pari a 8,4 su un totale di 10, in linea con i risultati della precedente indagine. Gli stranieri hanno espresso un voto globale persino superiore alla media (8,6). Gli aspetti che hanno riscosso il più alto apprezzamento da parte dei visitatori sono la rete museale e culturale (8,8) e il paesaggio e la cura dell'ambiente (8,7). Giudizi superiori all'8 anche per la ristorazione e la qualità della cucina, l'accoglienza dei residenti e l'artigianato, i sapori e le tradizioni locali. Anche le strutture ricettive sono state valutate positivamente (7,9), così come la rete commerciale nel suo complesso (7,8) nonostante il livello dei prezzi rientri tra le categorie con l'indice di gradimento più basso (6,8). Il turista si è sentito, nel complesso, al sicuro come si evince dalla media del 7,9 espressa al riguardo. Invece, le opinioni più critiche sono state rivolte agli aspetti riguardanti il trasporto locale, la segnaletica e la viabilità,

l'accessibilità e i servizi per ospiti con bisogni speciali. Molti turisti hanno espresso l'intenzione di tornare sul territorio per un altro periodo di vacanza.

Grazie all'indagine è stato possibile stimare anche la dimensione dei flussi "non ufficiali" che annualmente si riversano nelle località dell'Area Metropolitana; la stima è di 7,8 milioni di presenze, circa il 18,8% in meno rispetto al 2013. Pertanto, sommando i dati delle presenze ufficiali del 2018 (15,5 milioni) a quelle stimate dei "non ufficiali", le presenze totali ammontano a 23,3 milioni. A queste andrebbero aggiunte altre 4,4 milioni di presenze annue attribuibili al movimento escursionistico.

Mediamente la spesa pro-capite giornaliera del turista ufficiale e non ufficiale è stimata in 135,9 Euro (137,5 Euro nel 2013). In particolare, 160,5 Euro è la spesa stimata per il turista "ufficiale", contro gli 87,5 Euro di spesa stimata per i turisti "non ufficiali". Per l'escursionista la spesa media stimata è di 49 Euro.

Circa 3.173 milioni di Euro la spesa turistica complessiva (ufficiale e non ufficiale) per il 2018 nell'Area Metropolitana di Firenze (+4,3% rispetto al 2013). Circa 2.486 milioni di Euro (78,4%) generati dalla domanda ufficiale, i rimanenti 686 milioni di Euro (21,6%) derivano dalla spesa dei turisti non ufficiali. Se alle voci di spesa stimate per il movimento dei turisti ufficiali e non ufficiali si considerano anche i consumi degli escursionisti, il fatturato del settore sale a 3.385,7 milioni di Euro.

Se prendiamo l'ammontare complessivo della spesa riversata nell'area, il valore totale della produzione attivata su tutto il territorio della Città Metropolitana è stimato in 3.647,1 milioni di Euro (il 70% circa nella città di Firenze), che salgono a 4.113,1 milioni di Euro se consideriamo l'intera Toscana per effetto delle relazioni commerciali che si generano tra sistemi economici (importazioni ed esportazioni).

Limitando l'osservazione ai valori ottenuti per la sola Area Metropolitana, dei 3.647,1 milioni di Euro di produzione attivata il 75,6% è la quota generata dal flusso dei turisti ufficiali, il 19,4% la quota imputabile alla spesa del turista non ufficiale e il 5% l'attivazione generata dal flusso degli escursionisti. Il moltiplicatore di spesa è di 1,15 (1 Euro speso dal turista ha attivato una produzione pari a 1,15 Euro) che scende a 1,11 all'interno del sistema locale di Firenze.

Gli effetti della produzione attivata dalla spesa dei turisti ed escursionisti hanno generato un Valore Aggiunto stimato in 1.967,1 milioni di Euro all'interno dell'Area Metropolitana (pari al 7,1% del VA totale prodotto dal solo sistema locale di Firenze e pari al 5,8% del VA totale di tutta l'Area Metropolitana). Invece, il VA generato in tutta la Toscana ammonta a 2.146,3 milioni di Euro. Il moltiplicatore di spesa sul valore aggiunto è di 0,62 per l'Area Metropolitana e scende a 0,61 all'interno del sistema locale di Firenze.

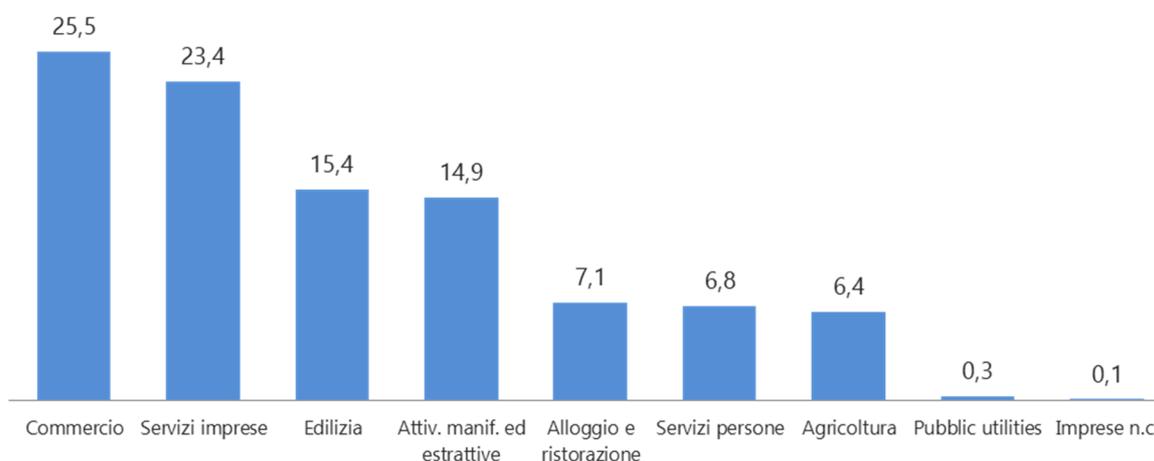
Infine, le ultime stime sono riferite agli effetti benefici generati sul sistema occupazionale. In questo caso le Unità di Lavoro generate in tutta l'area della Città Metropolitana sono stimate in 41.464 unità, pari all'8,5% degli occupati totali. Nel sistema locale di Firenze le unità sono stimate in 40.696, cioè il 10,9% del totale.

3. Il sistema imprenditoriale della Città Metropolitana di Firenze

Il sistema imprenditoriale della Città Metropolitana di Firenze è costituito da 109.598 imprese attive, 67 in più rispetto a marzo 2018 (dati *Infocamere* riferiti al 1° trimestre 2019). Tuttavia, rispetto al 2013, si rileva una flessione del -1,6% pari a 1.455 imprese in meno.

Il tasso percentuale di crescita trimestrale dipende dalla dinamica in entrata e in uscita dal sistema imprenditoriale; tale valore si attesta al -0,6% per Firenze e -0,4% sia per la Toscana sia per l'Italia, valori simili a quelli dello stesso periodo nel 2018. Pertanto, il primo trimestre 2019, in linea con il trend degli ultimi anni, lascia presagire una certa stazionarietà per l'anno in corso.

Graf. 1 - Distribuzione imprese attive nella Area Metropolitana di Firenze – I trim. 2019



Analizzando la composizione del panorama imprenditoriale fiorentino si osserva una prevalenza di imprese che operano nei diversi rami del commercio (25,5%), seguite con lieve scarto dai servizi alle imprese (23,4%) e dall'edilizia (15,4%). I servizi di alloggio e ristorazione contano di 6.589 imprese attive, di cui il 56,3% nel solo comune di Firenze. Nello specifico, le attività di alloggio sono 1.456, mentre quelle dei servizi ristorativi 5.133

L'analisi dell'evoluzione delle imprese attive rispetto al settore principale di attività, in relazione al quinquennio considerato, evidenzia come il calo abbia interessato in particolar modo le imprese agricole (-3,6%), le imprese manifatturiere (-5,1%), di estrazione dei minerali (-31,3%), delle costruzioni (-9,8%), del commercio nel suo insieme (-8,6%) e le attività di trasporto e magazzinaggio (-3,6%). Una sostanziale tenuta si rileva per le attività immobiliari che registrano solo il -0,6%. In crescita tutti gli altri settori, con risultati particolarmente positivi per i servizi di noleggio, agenzie viaggio, servizi di supporto alle imprese (+18,8%), di sanità e assistenza sociale (+26,2%), attività finanziarie e assicurative (+7,1%), attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento (+9,5%).

Un trend particolarmente positivo si registra per le imprese specializzate nei servizi di alloggio e ristorazione. Il saldo positivo è di 815 attività, pari a un incremento percentuale del +14,1%: +24,9% per le attività di alloggio e +11,4% per le attività dei servizi di ristorazione.

Tab. 1 - Il sistema produttivo nella Città Metropolitana di Firenze – I trimestre 2019

Settori e rami di attività	Imprese attive			
	2013	2019	V.a.%	V.m.a.%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	6.151	5.929	-3,6	-0,6
Estrazione di minerali	32	22	-31,3	-6,1
Attività manifatturiere	14.425	13.683	-5,1	-0,9
Fornitura energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	56	104	85,7	10,9
Fornitura di acqua; reti fognarie, gestione rifiuti e risanamento	132	146	10,6	1,7
Costruzioni	15.790	14.247	-9,8	-1,7
Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli	24.602	23.552	-4,3	-0,7
- <i>Commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli</i>	2.317	2.117	-8,6	-1,5
- <i>Commercio all'ingrosso</i>	10.955	9.334	-14,8	-2,6
- <i>Commercio al dettaglio</i>	13.856	12.101	-12,7	-2,2
Trasporto e magazzinaggio	2.835	2.732	-3,6	-0,6
Attività dei servizi di alloggio e ristorazione	5.774	6.589	14,1	2,2
- <i>Alloggio</i>	1.166	1.456	24,9	3,8
- <i>Attività dei servizi di ristorazione</i>	4.608	5.133	11,4	1,8
Servizi di informazione e comunicazione	2.391	2.477	3,6	0,6
Attività finanziarie e assicurative	2.050	2.196	7,1	1,2
Attività immobiliari	6.789	6.751	-0,6	-0,1
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.650	3.722	2,0	0,3
Noleggio, agenzie viaggio, servizi di supporto alle imprese	3.093	3.675	18,8	2,9
Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale...	-	3		
Istruzione	445	525	18,0	2,8
Sanità e assistenza sociale	347	438	26,2	4,0
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	1.114	1.220	9,5	1,5
Altre attività di servizi	3.867	4.121	6,6	1,1
Imprese non classificate	134	90	-32,8	-6,4
Totale	93.677	92.222	-1,6	-0,3

4. Il mercato turistico della Città Metropolitana di Firenze

L'analisi che segue è stata realizzata attraverso l'elaborazione delle statistiche ufficiali dell'*Ufficio Servizi alle imprese, controlli e statistica* della Città Metropolitana di Firenze e dell'*Ufficio Statistica Regione Toscana* relative alla consistenza dell'offerta ricettiva e alla movimentazione turistica. L'obiettivo primario consiste nell'osservare l'evoluzione del mercato nel periodo 2013-2018 e delinearne le principali caratteristiche.

4.1 L'offerta ricettiva della Città Metropolitana di Firenze

Il sistema di ricettività dell'area fiorentina si distingue, anche nel 2018, per quantità e varietà di offerta con una rete di ospitalità capillarmente diffusa sul territorio, nonostante Firenze rimanga sempre il principale attrattore dell'area.

Stando agli ultimi dati diffusi dall'Ufficio Statistica della Regione Toscana, relativi all'anno 2018, l'offerta turistica della Città Metropolitana di Firenze conta di 3.804 esercizi ricettivi per un totale di 100.815

Tab. 2 - L'offerta ricettiva nella Città Metropolitana di Firenze. Anno 2018

Ospitalità Alberghiera	Ospitalità Extralberghiera
571 esercizi	3.233 esercizi
20.936 camere	23.566 camere
45.572 letti	55.243 letti
79,8 letti/esercizio	17,1 letti/esercizio

Con una dimensione media di 79,8 letti per esercizio, la ricettività alberghiera è costituita da 571 strutture. Nonostante prevalgano le strutture classificate con tre stelle (225), i 153 hotel a quattro stelle garantiscono la maggiore disponibilità in termini di posti letto (22.012).

Rispetto al 2013, si amplia l'offerta dei cinque stelle (passati da 20 a 26) presenti soprattutto nel capoluogo. Completano l'offerta, seppure in calo, 155 strutture classificate a due e una stella e 13 residenze turistico alberghiere.

Tab. 3 - L'offerta ricettiva alberghiera nella Città Metropolitana di Firenze. Anno 2018

Categoria alberghiera	Esercizi	Camere	Letti	Dim. media
*****	26	1.514	3.995	154,6
****	153	10.280	22.012	144,3
***	225	6.677	14.289	63,6
**	99	1.556	3.232	32,6
*	56	566	1.139	20,4
Rta	13	343	906	69,7
Tot. Es. Alberghieri	571	20.936	45.572	79,8

Il comparto ricettivo extra-alberghiero è composto da 3.233 esercizi, per un totale di 55.243 posti letto. La dimensione media di 17,1 letti a esercizio rispecchia la prevalenza di piccole strutture con caratteristiche di abitazione civile quali alloggi privati, affittacamere e case vacanza. Sono, invece, gli agriturismi a mettere a disposizione il maggior numero di posti letto (12.816), pari al 23,2% del totale.

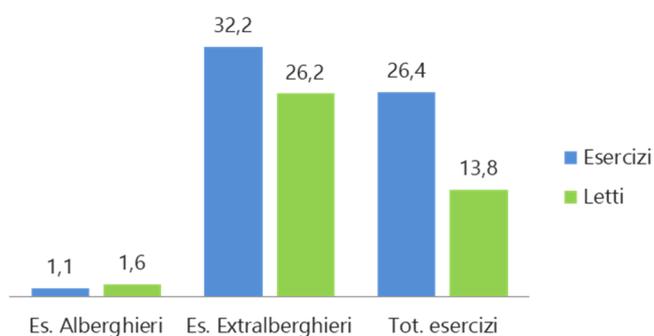
Tab. 4 - L'offerta ricettiva extralberghiera nella Città Metropolitana di Firenze. Anno 2018

Tipo di esercizio extra-alberghiero	Esercizi	Letti	Dim. Media
Agriturismi	678	12.816	18,9
Alloggi privati	662	3.374	5,1
Affittacamere	950	7.681	8,1
Aree di sosta	3	462	154,0
Campeggi	16	6.755	422,2
Case per ferie	58	2.546	44,0
Case Vacanza	685	10.143	14,8
Ostelli	26	2.247	86,1
Rifugi alpini	15	325	22,0
Residenze d'epoca	88	1.756	20,1
Residence	54	2.754	51,3
Villaggi turistici	1	4.385	4.048,0
Tot. Es. Extra-alberghieri	3.233	55.243	17,1

Tra il 2013 e il 2018, al netto di cessazioni e nuove aperture, si registra un saldo positivo di 794 unità. Il comparto più dinamico è l'extra-alberghiero, con +788 esercizi e circa 11.500 mila posti letto in più. Sostanziale stabilità per gli esercizi alberghieri (+6 u.) che incrementano, ad ogni modo, di 732 letti.

Tab. 5 e Graf. 2 - Evoluzione offerta ricettiva. Valori assoluti e % Anni 2013 e 2018

Tipologia	Var. assoluta	
	Esercizi	Letti
Es. Alberghieri	6	732
Es. Extralberghieri	788	11.468
Tot. Esercizi	794	12.200

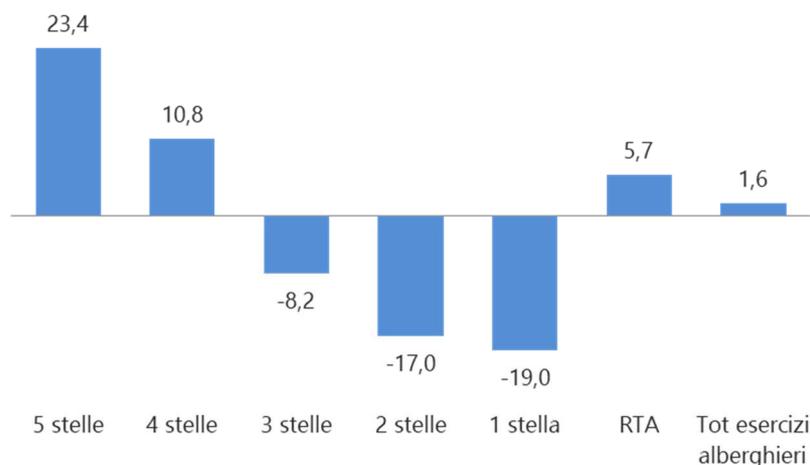


Per quanto riguarda il settore alberghiero, sono le strutture di fascia alta a evidenziare il maggiore dinamismo. Nel 2018 si registrano +24 alberghi a quattro stelle e +6 a cinque stelle (la variazione totale dei posti letto è stata di 2.895 unità; in termini percentuali, la capacità è aumentata rispettivamente del +10,8% e del +23,4%). Al contrario, le attività classificate a due/una stella risultano in evidente flessione. Infine, si registra l'apertura di due nuove R.T.A.

Tab. 6 - Evoluzione offerta ricettiva alberghiera. Periodo 2013 - 2018

	Var. assoluta	
	Esercizi	Letti
5 stelle	6	758
4 stelle	24	2.137
3 stelle	-1	-1.282
2 stelle	-12	-662
1 stella	-12	-267
RTA	2	49
Totale	6	732

Graf. 3 - Evoluzione posti letto alberghieri. Valori %. Anni 2013 e 2018



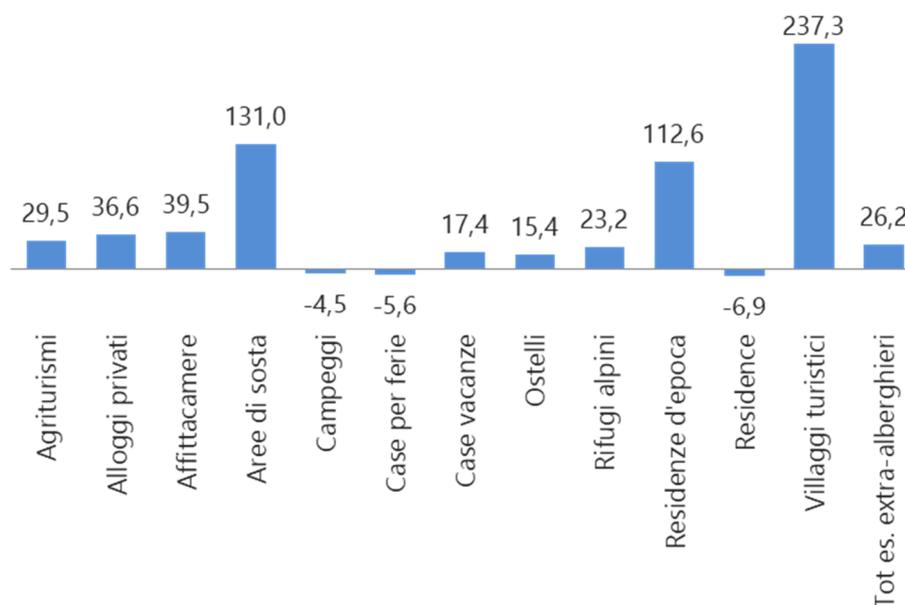
Nel quinquennio considerato gli esercizi extra-alberghieri crescono del +27,5%, grazie all'ingresso sul mercato di 788 nuove strutture. A mostrare il maggiore dinamismo, come già anticipato, sono gli esercizi di piccola dimensione situati all'interno di edifici con caratteristiche di civile abitazione; aspetto che lascia ipotizzare che non sempre si tratti di aperture ex-novo bensì di una parziale "emersione" di attività preesistenti.

Si rileva anche una variazione significativa nel settore delle case vacanze che, con 241 nuovi esercizi, mettono a disposizione oltre 1.500 posti letto aggiuntivi (+17,4%). Cresce, inoltre, l'offerta di ospitalità in ostelli (+15,4% letti), rifugi alpini (+23,2%) e residenze d'epoca, queste ultime pressoché raddoppiate in termini di capacità (+112,6%).

Tab. 7 - Evoluzione offerta ricettiva extra-alberghiera. Periodo 2013 - 2018

	Var. assoluta	
	Esercizi	Letti
Agriturismi	53	2.920
Alloggi privati	188	904
Affittacamere	264	2.175
Aree di sosta	2	262
Campeggi	-1	-317
Case per ferie	-3	-150
Case vacanze	241	1.503
Ostelli	2	300
Rifugi alpini	3	61
Residenze d'epoca	43	930
Residence	-4	-205
Villaggi turistici	0	3.085
Tot es. extra-alberghieri	788	11.468

Graf. 4 - Evoluzione posti letto extra-alberghieri. Valori %. Anni 2013 e 2018

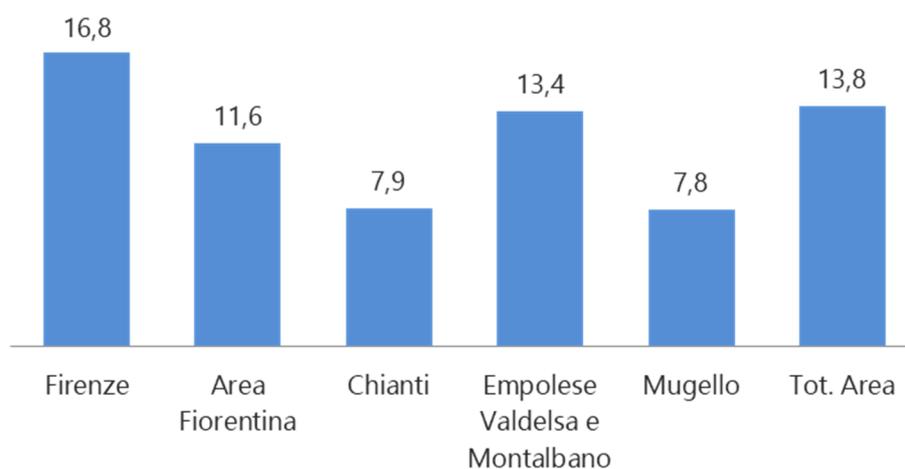


Il numero di villaggi turistici resta invariato nonostante l'aumento di 3.085 letti, sicuramente dovuti a ristrutturazioni e ampliamenti di esercizi già presenti sul territorio, mentre aumentano le aree di sosta. Al contrario, si evidenzia una lieve flessione per campeggi (-4,5%), case per ferie (-5,6%) e residence (-6,9%).

4.2 L'offerta ricettiva nelle aree della Città Metropolitana di Firenze

Tutte le principali aree della Città Metropolitana di Firenze hanno incrementato la capacità ricettiva, sia per numero di strutture sia per posti letto, con un indice medio del +13,8%.

Graf. 5 - Evoluzione offerta negli ambiti dell'area. Valori %. Anni 2013 e 2018



Firenze

Nel quinquennio la città di Firenze rafforza ulteriormente la sua offerta ricettiva, arrivando a concentrare il 44,9% degli esercizi e il 49,8% dei posti letto di tutta l'Area Metropolitana. Le strutture ricettive alberghiere, con una quota pari al 71,5% dei posti letto (+3,0% v.a.%), si confermano la tipologia prevalente del territorio. Tuttavia, si registra un exploit dell'offerta extra-alberghiera: +85,5% di esercizi e +55,8% di posti letto nel periodo considerato (+9,3% v.m.a.%).

Nel 2018 erano presenti in totale 50.127 letti e 1.709 strutture, il 77,4% delle quali complementari, con una prevalenza di affittacamere e alloggi privati.

Area Fiorentina

I 17 comuni dell'Area Fiorentina mettono a disposizione 711 esercizi e 23.172 posti letto (+11,6%). A differenza di Firenze, i comuni dell'area limitrofa presentano un'offerta prevalentemente extra-alberghiera (64,2% dei letti totali), in crescita del +22,6% rispetto al 2013 (+10,4% di esercizi). Il comparto alberghiero risulta, al contrario, in calo sia in termini di esercizi (-2,8%) sia di letti (-3,8%).

Chianti

Con 476 strutture e 7.779 posti letto concentrati in solo quattro comuni, il Chianti resta un'area fortemente vocata all'ospitalità extra-alberghiera (86,6% della capacità totale) e agrituristica in particolare. Se da un lato si consolida l'offerta complementare (+10,1%) dall'altro si contrae di oltre 4 punti quella alberghiera (-4,6%).

Empolese Val d'Elsa e Montalbano

L'Empolese Val d'Elsa e il Montalbano è la terza area con la maggiore offerta ricettiva dell'intera Area Metropolitana di Firenze, con il 12,1% dei posti letto totali. Si compone di 587 esercizi e 12.215 letti, prevalentemente extra-alberghieri (85,6%). Dopo Firenze, è la zona che presenta il miglior trend evolutivo: +16,4% gli esercizi e +13,4% i posti letto. A differenza delle restanti aree, è il comparto alberghiero a evidenziare la migliore performance (+15,6%).

Mugello

Infine, il territorio del Mugello conta 322 strutture e 7.457 posti letto collocati in gran parte in esercizi complementari. Nel complesso, il comparto extra-alberghiero raccoglie circa il 74,8% dei letti complessivi. Anche nei nove comuni del Mugello si osserva una crescita del sistema di ospitalità (+7,8%), nonostante il calo dell'offerta alberghiera (-3,1%).

4.3 Funzione turistica dell'offerta ricettiva della Città Metropolitana di Firenze

L'analisi del trend del comparto ricettivo della Città Metropolitana di Firenze nel quinquennio 2013-2018 è stata completata con la valutazione di due indici relativi alla funzione turistica dell'area. Nello specifico, i due indicatori sono:

- *Densità degli esercizi per km²*: che mette in relazione il numero di imprese ricettive alla superficie del territorio;
- *Tasso di ricettività*: volto a stimare l'incidenza dei posti letto ogni 100 abitanti, prendendo come riferimento la popolazione residente al 1° gennaio.

Entrambi gli indicatori confermano la rilevanza economica del comparto. Nella Città Metropolitana di Firenze la densità di esercizi ricettivi per kmq nel 2018 è pari a 1,08 contro lo 0,86 del 2013. Ad intensificarsi è soprattutto la densità di esercizi extra-alberghieri il cui indice passa da 0,70 a 0,92, mentre per gli esercizi alberghieri il valore resta invariato.

Aumenta anche il tasso di ricettività dell'area, passando dall'8,80 di inizio periodo al 9,95 del 2018; nel caso specifico, sono le strutture extralberghiere a mostrare maggiore dinamismo.

Tab. 8 - Indicatori offerta ricettiva nella Città Metropolitana di Firenze. Anni 2013-2018

Indicatore	2013	2018
Densità esercizi ricettivi per km ²	0,86	1,08
<i>Esercizi alberghieri</i>	0,16	0,16
<i>Esercizi extralberghieri</i>	0,70	0,92
Tasso di ricettività	8,80	9,95
<i>Esercizi alberghieri</i>	11,77	11,96
<i>Esercizi extralberghieri</i>	11,49	14,50

I due indicatori sono stati calcolati sia per i cinque ambiti di riferimento sia per tutti i comuni che compongono la Città Metropolitana.

Tab. 9 - Indicatori dell'offerta ricettiva negli ambiti dell'area. Anni 2013 e 2018

	Densità esercizi		Tasso di ricettività	
	2013	2018	2013	2018
Firenze	10,64	16,69	11,38	13,17
Area Fiorentina	0,63	0,68	5,99	6,64
Chianti	1,13	1,19	16,66	18,10
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	0,70	0,80	6,17	6,98
Mugello	0,24	0,26	10,58	11,45
Totale Area	0,86	1,08	8,80	9,95

La città di Firenze si distingue dal resto dell'area per l'altissima densità di esercizi per superficie (16,69) nettamente superiore alla media.

Tuttavia, in termini di tasso di ricettività è il Chianti a presentare il valore più elevato (18,10), complice la corposa offerta di ospitalità rapportata alla scarsa densità abitativa.

4.4 La domanda turistica nella Città Metropolitana di Firenze

I flussi turistici dei 42 comuni della Città Metropolitana di Firenze, tra il 2017 e il 2018, hanno fatto registrare una sostanziale stabilità degli arrivi +0,3% e un +3,5% delle presenze, in linea con il +3,8% rilevato a livello regionale e superiore al valore relativo all'intero territorio nazionale (+1,8%).

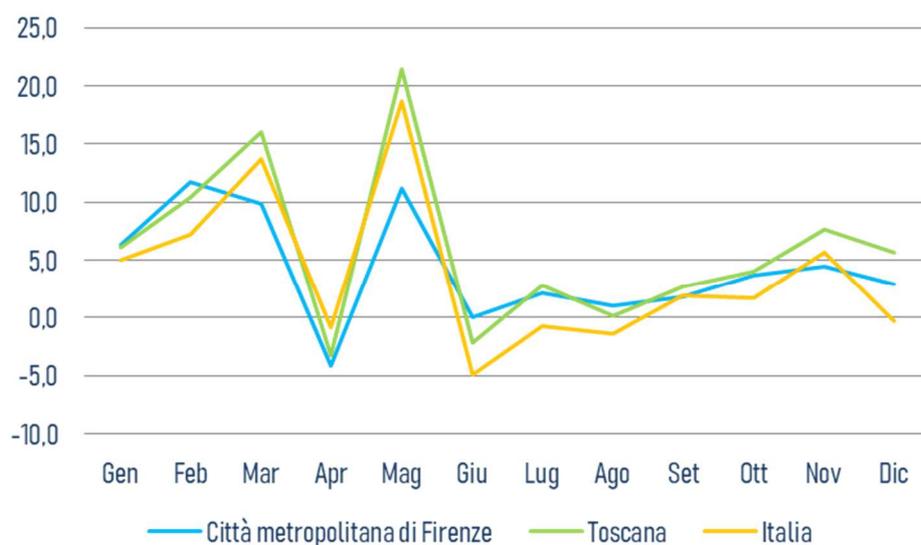
Il dettaglio mensile evidenzia un andamento piuttosto altalenante degli arrivi, che presentano segno negativo in molti periodi dell'alta stagione. Al contrario, fatta eccezione per una parentesi di calo ad aprile, le presenze risultano costantemente in crescita.

Tab. 11 - Variazione % arrivi e presenze turistiche. Dettaglio mensile 2018/2017

Mese	Arrivi	Presenze
Gennaio	1,0	6,4
Febbraio	10,2	11,7
Marzo	6,5	9,8
Aprile	-6,6	-4,2
Maggio	6,2	11,2
Giugno	-0,3	0,1
Luglio	-2,8	2,1
Agosto	-1,7	1,0
Settembre	-1,6	1,8
Ottobre	1,5	3,7
Novembre	1,8	4,4
Dicembre	-3,3	2,9
Totale anno	0,3	3,5

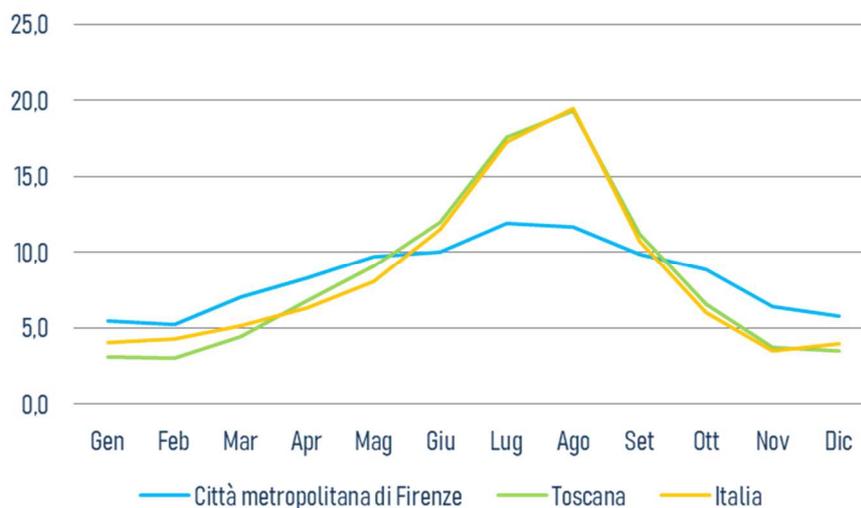
Il confronto con il totale regionale e nazionale evidenzia un trend sostanzialmente speculare.

Graf. 6 - Variazione % arrivi e presenze turistiche. Dettaglio mensile 2018/2017



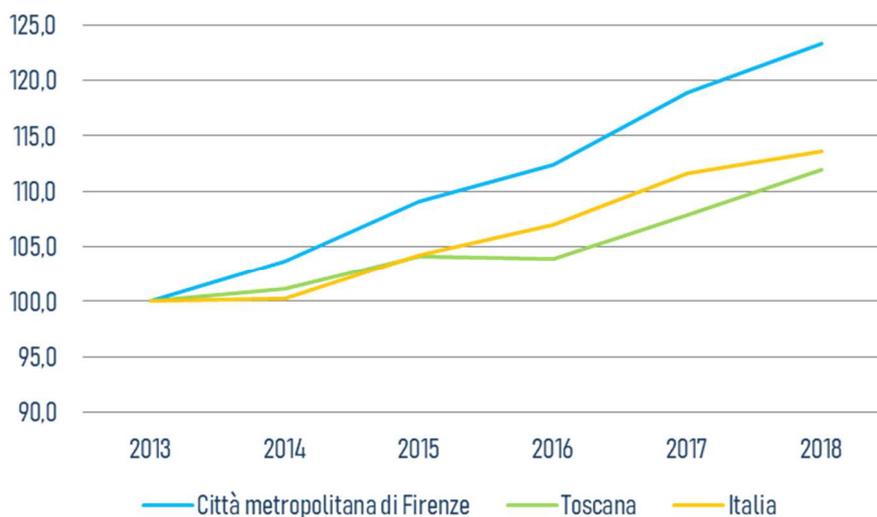
Al contrario, il grafico relativo alla distribuzione delle presenze turistiche dimostra come la Città Metropolitana di Firenze abbia una stagionalità molto meno marcata sia rispetto alla Toscana sia al totale Italia.

Graf. 7 - Distribuzione presenze turistiche nella Città metropolitana di Firenze, in Toscana e in Italia. Anno 2018



Invece, dal grafico che illustra il trend della domanda, si può osservare come nel periodo 2013/2018 la crescita delle presenze nella Città Metropolitana di Firenze abbia raggiunto tassi significativi (+23,3% di presenze), a fronte del +12,0% regionale e del +13,7% nazionale.

Graf. 8 - Evoluzione presenze turistiche in Italia, Toscana e Città Metropolitana di Firenze. Anni 2013 - 2018 (n.i. 2013=100)



4.5 Andamento della domanda turistica nel periodo 2013 - 2018

Il 2018 è stato un anno particolarmente positivo per il turismo nell'area. Gli arrivi sono stati oltre 5,3 mln e le presenze poco meno di 15,5 mln. La permanenza media si è attestata a 2,9 notti, in crescita rispetto alle 2,7 notti del 2013. Nonostante rimanga preponderante la domanda di matrice estera è il mercato italiano a segnare l'incremento più rilevante, sia in termine di arrivi (+15,5%) sia di presenze (+36,2%). A trarne maggiore beneficio sono stati gli esercizi extra-alberghieri, che hanno visto un aumento delle presenze domestiche pari al 56,7%.

Tab. 12 - Flussi turistici nella Città Metropolitana di Firenze nell'anno 2018. Valori in mln

	2018					
	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Alberghiero	1.083.489	2.667.539	2.731.485	7.087.296	3.814.974	9.754.835
Extra-alberghiero	447.567	1.699.801	1.044.456	4.041.245	1.492.023	5.741.046
Totale	1.531.056	4.367.340	3.775.941	11.128.541	5.306.997	15.495.881
	Variazione % 2018/2013					
Alberghiero	7,5	25,7	5,7	13,5	6,2	16,6
Extra-alberghiero	41,1	56,7	40,0	29,8	40,4	36,8
Totale	15,5	36,2	13,4	18,9	14,0	23,3

In sintesi, nel quinquennio 2013-2018 sono stati rilevati oltre 650 mila arrivi e quasi 3 mln di presenze in più, con un aumento medio annuo del +2,7% e del +4,3%. Anche nel 2018 sono gli stranieri a generare gran parte della domanda, con una quota del 71,8%.

4.5.1 La domanda turistica alberghiera nella Città Metropolitana di Firenze

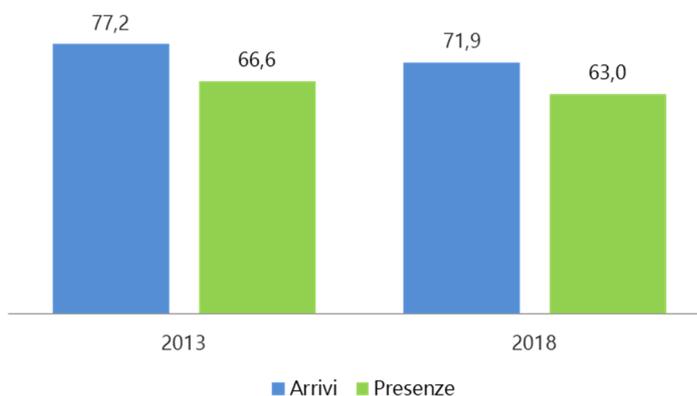
Nel 2018 le strutture ricettive alberghiere hanno ospitato oltre 3,8 mln di turisti che hanno pernottato per più di 9,7 mln di notti, con una permanenza media di 2,6 notti (contro le 2,3 del 2013).

Il 72,7% delle presenze è stato generato dalla clientela straniera, con un incremento del +16,6% rispetto al 2013, e il restante 27,3% dagli italiani i quali, nonostante la quota nettamente secondaria, aumentano a un ritmo più sostenuto del +25,7%.

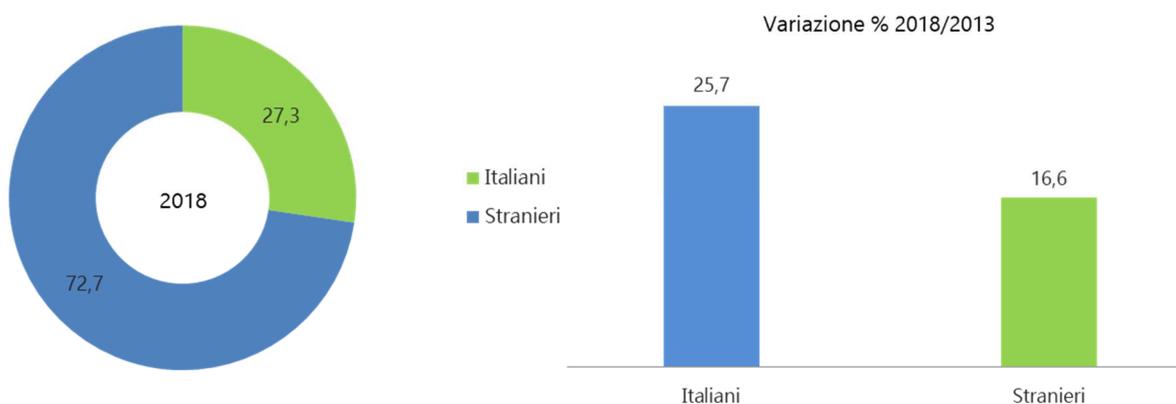
Nonostante una lieve flessione rispetto al 2013, il comparto alberghiero si conferma anche nel 2018 come la tipologia preferita dai turisti in visita nell'area sia in termini di arrivi (71,9% del totale) sia di presenze (63,0%). Nel quinquennio considerato, i pernottamenti alberghieri sono aumentati complessivamente del +16,6% (+6,2% gli arrivi), circa 1,4 milioni in più rispetto all'anno indice.

Graf. 9 e Tab. 13 - Incidenza di arrivi e presenze alberghiere sul totale generale e permanenza media

	P.m.
2013	2,3
2018	2,6

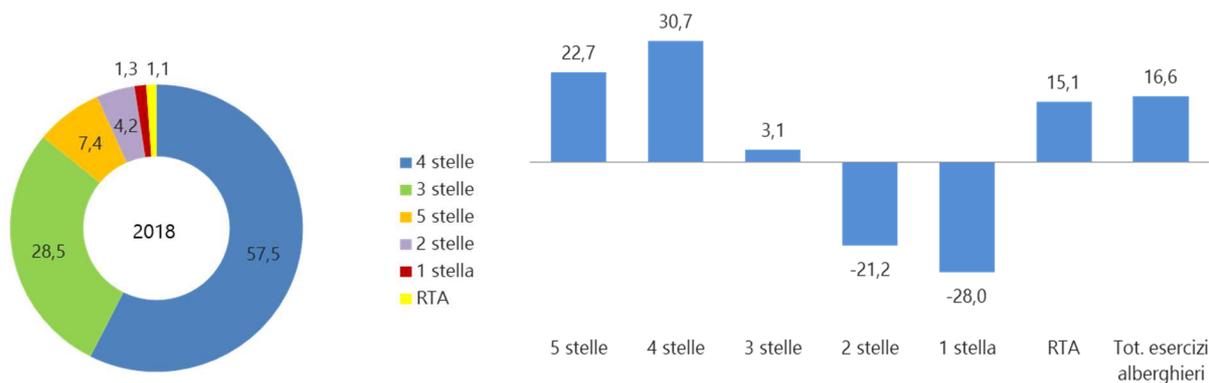


Graf. 10 – Composizione presenze alberghiere per nazionalità e variazione % 2018/2013



I quattro stelle rappresentano la tipologia alberghiera preferita da più della metà dei turisti (57,5%); considerando anche la quota dei cinque stelle (7,4%), gli alberghi di fascia alta raccolgono il 64,9% del totale corrispondenti a oltre 6,3 milioni di presenze, in aumento del +29,7% rispetto al 2013. In crescita, sebbene più contenuta, anche la fascia dei tre stelle (+3,1%) e delle R.T.A. (+15,1%). Al contrario, cala fortemente la domanda per le strutture a due (-21,2%) e una stella (-28,0%) che perdono complessivamente oltre 160 mila pernottamenti, in gran parte attribuibile alla cessazione dell'attività o al passaggio a soluzioni ricettive differenti.

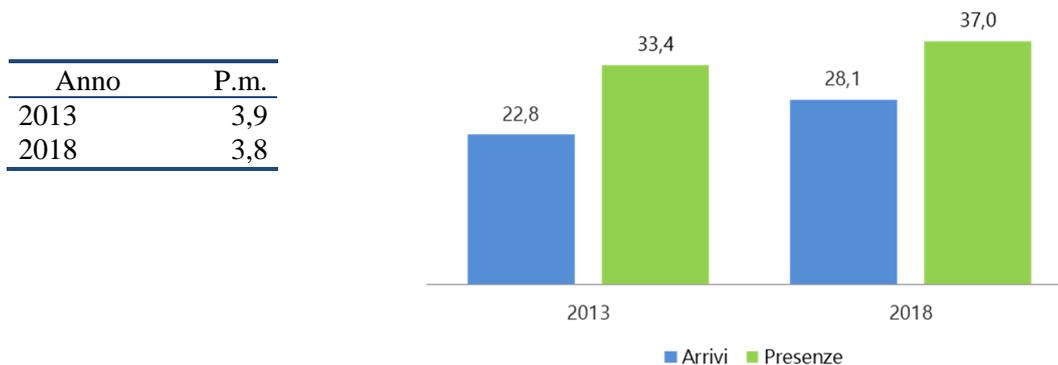
Graf. 11 - Composizione presenze alberghiere per categoria e variazione % 2018/2013



4.5 La domanda turistica extralberghiera nella Città Metropolitana di Firenze

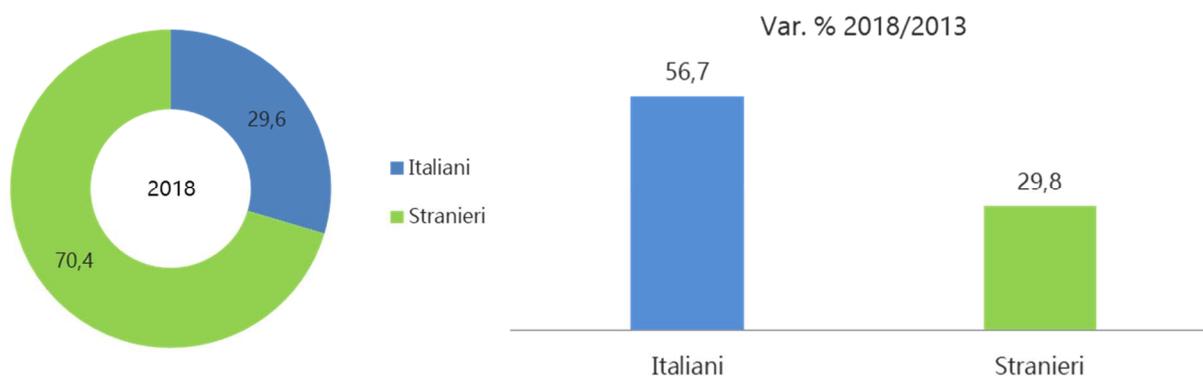
Nel corso del 2018 circa 1,5 milioni di turisti hanno optato per un alloggio extra-alberghiero, determinando oltre 5,7 milioni di presenze per una durata media del soggiorno pari a 3,8 notti. Rispetto al 2013, si è verificato un notevole incremento del +33,4% degli arrivi e del +37,0% dei pernottamenti.

Graf. 12 e Tab. 14 - Incidenza di arrivi e presenze extra-alberghiere sul totale generale e permanenza media



In linea con quanto osservato per gli esercizi alberghieri e per il totale strutture, anche nelle attività complementari gran parte della clientela è di matrice estera (70,4%), ma sono gli italiani a evidenziare il maggiore dinamismo con un incremento del +56,7% rispetto al 2013.

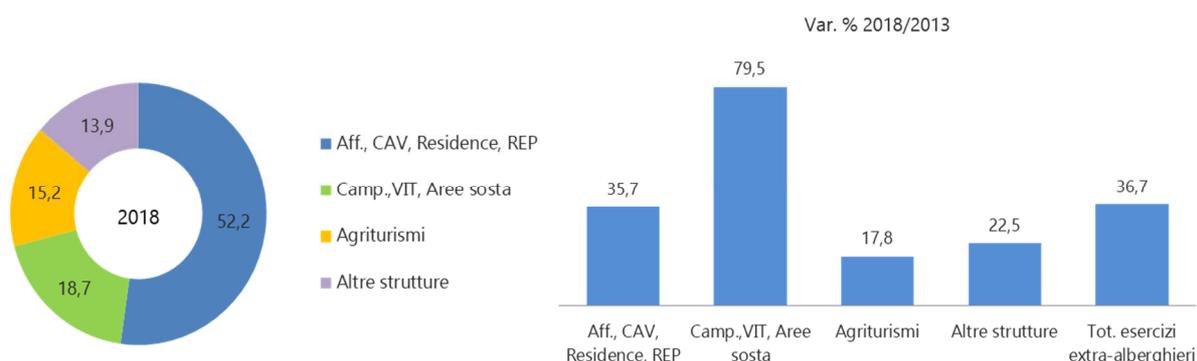
Graf. 13 - Composizione presenze extraalberghiere per nazionalità e variazione % 2018/2013



Il 52,2% delle presenze extra-alberghiere si sono concentrate in affittacamere, case vacanza, residence e residenze d'epoca. Queste ultime, in particolare, hanno fatto registrare un eccezionale aumento del +91,8% rispetto al 2013; ottimi risultati anche per affittacamere e case vacanza, entrambi in crescita di oltre 40 punti percentuali. Al contrario, i residence pagano una flessione del -11,3%, con un saldo negativo di circa 53mila presenze.

La categoria rappresentata da campeggi, villaggi turistici e aree di sosta ha intercettato il 18,7% dei pernottamenti, ottenendo un rilevante +79,5%. Seguono gli agriturismi con il 13,9% del totale (+17,8%) e le altre strutture a cui resta una quota pari al 13,9% (+22,5%).

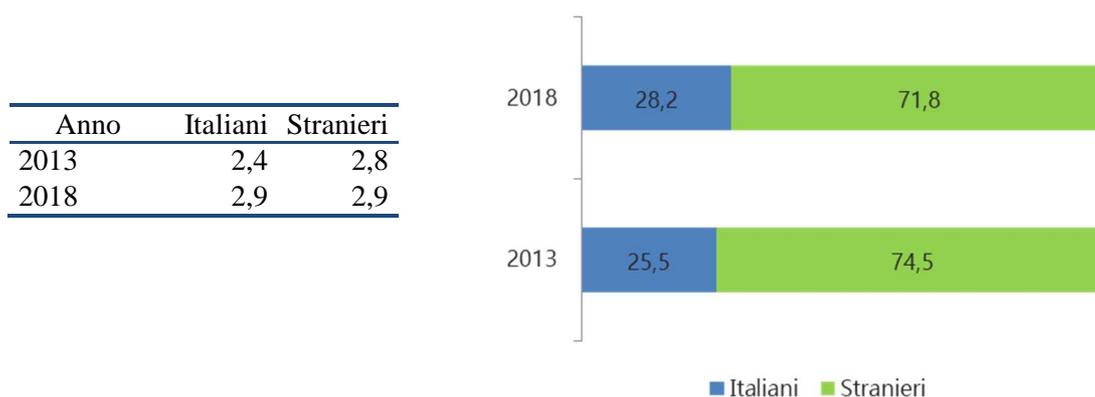
Graf. 14 - Composizione presenze extralberghiere per categoria e variazione % 2018/2013



4.6 La domanda turistica per provenienza nella Città Metropolitana di Firenze

Come già più volte sottolineato la Città Metropolitana di Firenze, grazie all'appel del capoluogo, attrae da sempre una domanda prevalentemente estera. Con un trend di crescita costante nel 2018 le presenze straniere hanno superato gli 11,1 milioni.

Graf. 15 e Tab. 15 - Composizione presenze turistiche per nazionalità e permanenza media



L'analisi dei flussi generati dai singoli mercati è utile per mettere in luce i caratteri salienti di un mercato fortemente eterogeneo e in continua evoluzione. Gli ultimi dati delineano un panorama in cui, nonostante i mercati tradizionali restino saldi in termini di incidenza, si affacciano nuove nazionalità che a prescindere dal loro peso sul totale stanno crescendo in maniera significativa, contribuendo a delineare un nuovo volto al mercato turistico dell'area. Stiamo parlando di paesi quali la Corea del Sud, che tra il 2013 e il 2018 ha aumentato le presenze del +106,1% a un ritmo medio annuo del +15,6%. Ne consegue un calo di oltre 4 punti percentuali dell'incidenza dei flussi di matrice europea, con una quota di mercato che passa dal 51,8% al 47,4%.

I quattro Paesi BRIC mostrano un andamento disomogeneo; crescono, infatti, la Cina (+39,3%), l'India (+47,8%) e, sebbene in maniera più contenuta, il Brasile (+6,0%), mentre restano sostanzialmente invariati i flussi di matrice russa, sui quali incide molto probabilmente la questione dazi tuttora non risolta in via definitiva.

Tra i Paesi di provenienza tradizionali, consolidano la propria posizione sia gli Stati Uniti (+26,8%) sia il Regno Unito (+31,7%), entrambe con quote di mercato in aumento di un punto percentuale, mentre restano pressoché stabili la Germania (+4,3%) e la Francia (+1,0%), entrambe con quote di incidenza in calo. Diminuiscono i flussi da Paesi Bassi (-6,1%), Giappone (-28,9%), Australia (-3,3%) e Belgio (-11,3%).

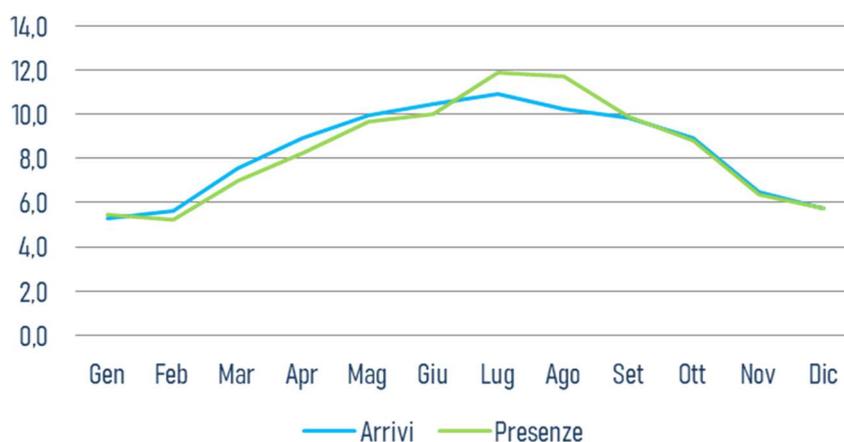
Tab. 16 – Arrivi e Presenze di turisti stranieri nella Città Metropolitana di Firenze. Quote di mercato e variazioni %. Anni 2013 e 2018

	2018		2013		Quota %		Var. %
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	2013	2018	2018/2013
USA	670.786	1.863.623	536.704	1.469.592	15,7	16,7	26,8
Germania	204.584	788.591	191.475	756.350	8,1	7,1	4,3
Regno Unito	219.161	748.733	165.019	568.491	6,1	6,7	31,7
Francia	212.511	698.450	212.399	691.876	7,4	6,3	1,0
Cina	366.612	608.079	290.124	436.433	4,7	5,5	39,3
Spagna	217.387	582.967	159.270	405.441	4,3	5,2	43,8
Paesi Bassi	96.544	487.853	90.036	519.494	5,6	4,4	-6,1
Giappone	161.033	344.920	243.047	484.978	5,2	3,1	-28,9
Brasile	119.485	327.362	125.545	308.695	3,3	2,9	6,0
Australia	104.506	293.959	117.234	304.126	3,2	2,6	-3,3
Russia	101.910	278.304	111.252	278.408	3,0	2,5	0,0
Canada	84.416	253.792	86.905	248.263	2,7	2,3	2,2
Corea del Sud	98.455	219.076	49.331	106.317	1,1	2,0	106,1
Svizzera	61.142	210.231	55.625	171.242	1,8	1,9	22,8
Belgio	50.149	206.293	52.434	232.570	2,5	1,9	-11,3
Altri Paesi europei	445.279	1.549.553	381.074	1.224.698	13,1	13,9	26,5
Altri Paesi extra-europei	530.360	1.604.914	438.152	1.092.143	11,7	14,4	47,0
Non specificato	31.621	61.841	23.947	59.863	0,6	0,6	3,3
Totale stranieri	3.775.941	11.128.541	3.329.573	9.358.980	100,0	100,0	18,9

4.7 La stagionalità dei flussi turistici nella Città Metropolitana di Firenze

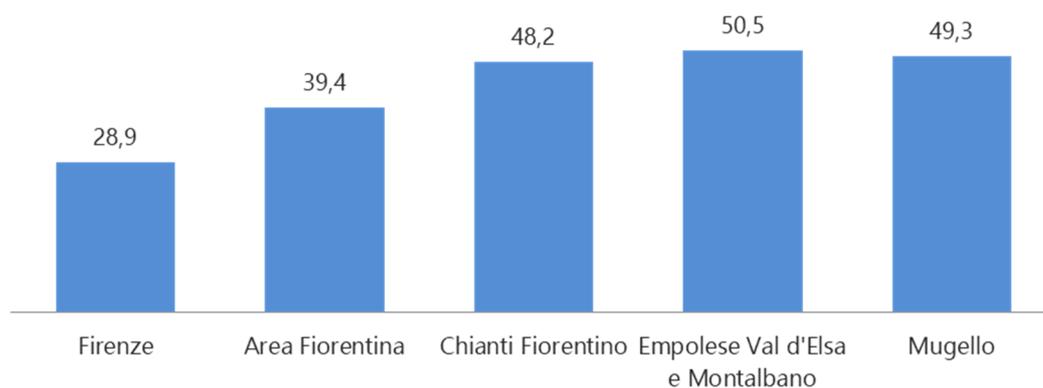
A differenza di altre aree toscane e nazionali, la Città Metropolitana di Firenze beneficia di una stagionalità poco accentuata.

Graf. 16 - Stagionalità dei flussi turistici nella Città Metropolitana di Firenze – Anno 2018



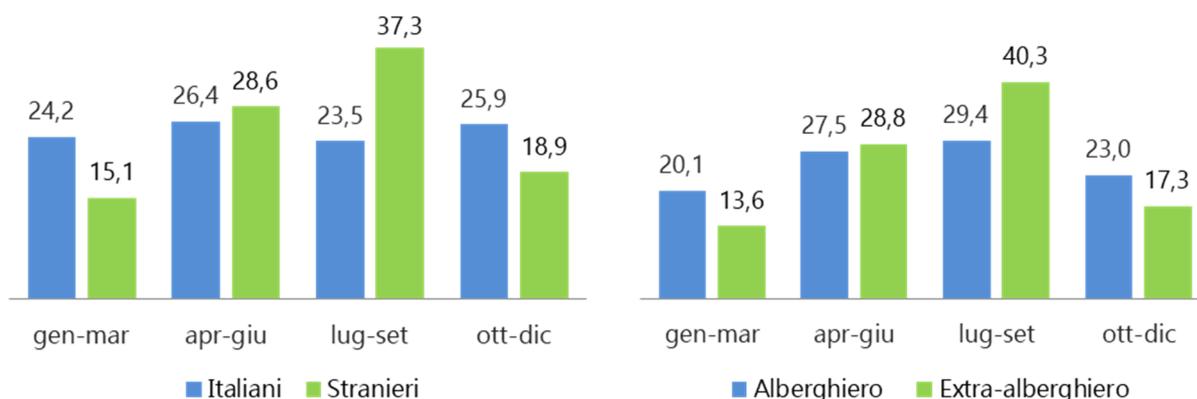
Di fatto non esistono dei veri e propri picchi stagionali ma una distribuzione piuttosto omogenea nei 12 mesi dell'anno, con un naturale e progressivo incremento da marzo a luglio e un graduale decremento fino a ottobre. In questo intervallo si concentrano il 77,2% dei flussi, mentre il 33,4% nel canonico trimestre di alta stagione che va da luglio a settembre; percentuale su cui esercita un notevole ed evidente peso il 28,9% del comune di Firenze, dal momento che nei restanti ambiti la relativa quota è sempre oltre la media dell'area con picchi intorno al 50% nell'Empolese Val d'Elsa-Montalbano (50,5%) e del Mugello (49,3%).

Graf. 17 - Incidenza delle presenze turistiche in alta stagione (luglio-settembre) per area metropolitana. Anno 2018



Guardando nel dettaglio la stagionalità per provenienza, possiamo evincere una ripartizione più omogenea da parte dei connazionali, con uno scostamento massimo di circa due punti percentuali tra il trimestre con la più alta concentrazione di flussi (apr-giu, 26,4%) e quello con minore incidenza (lug-set, 23,5%). I mercati esteri, invece, risentono di una stagionalità più accentuata, con una netta preferenza per il trimestre estivo da luglio a settembre (37,3%) e per quello più mite da aprile a giugno (28,6%).

Graf. 18 - Stagionalità delle presenze turistiche per nazionalità e tipologia ricettiva. Anno 2018



Discorso analogo per i due macro-comparti ricettivi in cui è l'alberghiero a delineare una stagionalità più attenuata al contrario dell'extra-alberghiero, dove si nota un marcato picco di presenze in corrispondenza della stagione estiva (40,3%).

4.8 La domanda per risorsa turistica

Sulla scia di un trend che si conferma di anno in anno, anche nel 2018 le località turistiche caratterizzate da un'offerta prevalentemente di “arte/affari” sono state quelle maggiormente richieste, con una quota di mercato di circa tre punti. Rispetto al 2013, si rileva una variazione del +28,3% che ha fatto sì che le presenze in località “arte/affari” superassero gli 11,6 mln. La spinta maggiore è arrivata dal mercato domestico che, rispetto all'anno indice, incrementa la propria incidenza sul totale del +1,6%.

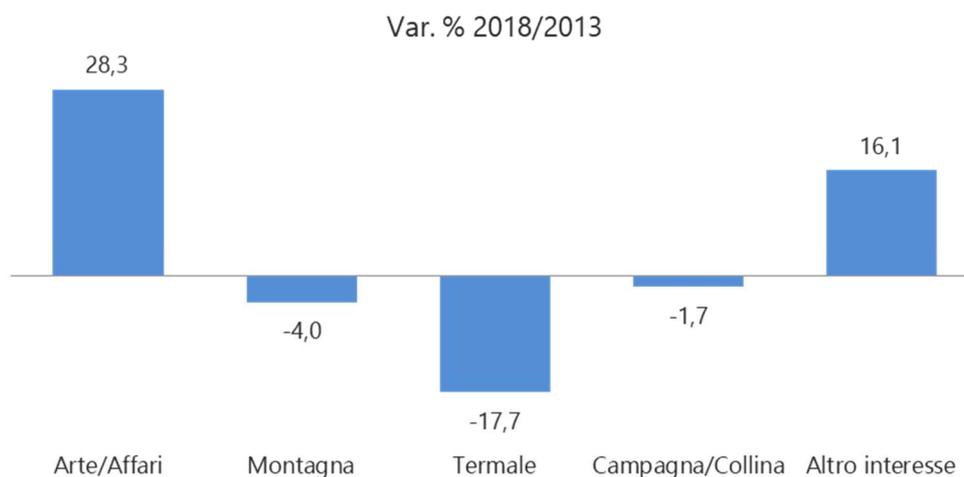
Tuttavia, la notevole crescita delle località di “arte/affari” ha determinato una contrazione nelle quote di mercato delle restanti risorse turistiche.

Tab. 17 - Distribuzione presenze per risorsa turistica. Quote %. Anni 2013 e 2018

Risorsa turistica	2013	2018
Arte/Affari	72,2	75,1
Montagna	1,6	1,3
Termale	0,7	0,4
Campagna/Collina	6,0	4,7
Altro interesse	19,6	18,5
Totale	100,0	100,0

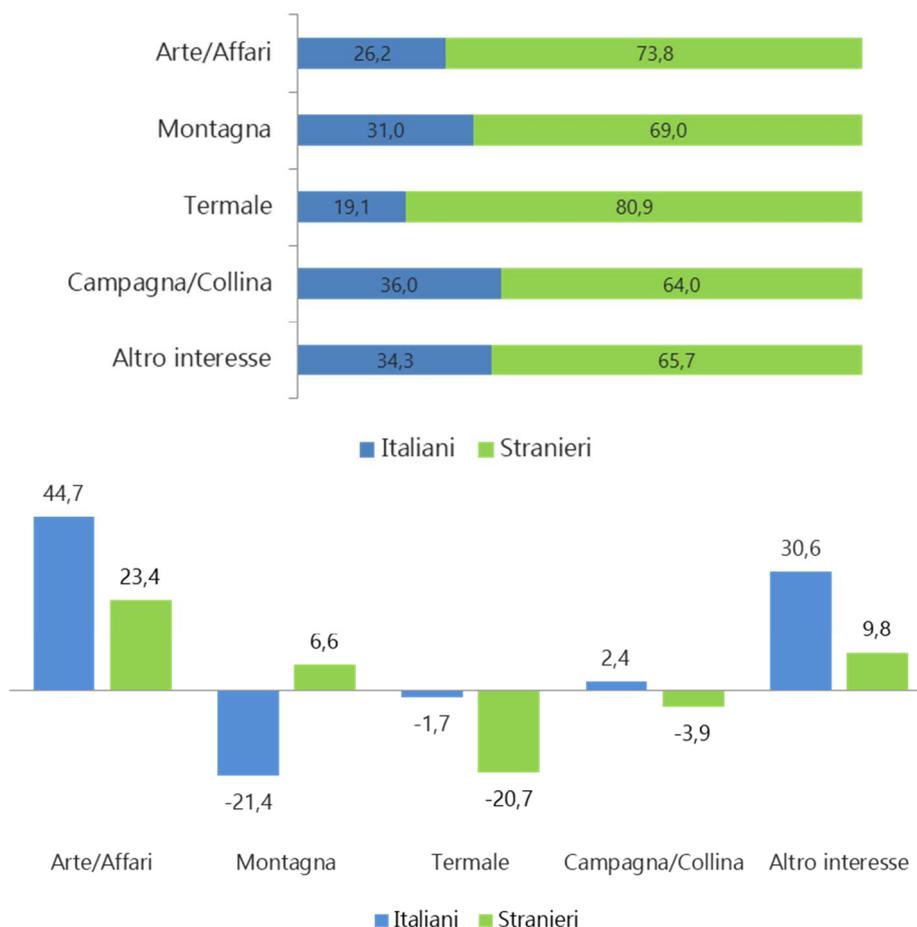
Fatta eccezione per le località raggruppate nella macro-categoria “altro interesse”, per cui si osserva una crescita del +16,1% nel quinquennio, tutte le altre risorse turistiche risultano in flessione più o meno marcata a seconda del segmento. Si tratta, infatti, di un calo contenuto nel caso della “montagna” (-4,0%) e della “campagna/collina” (-1,7%) e più importante nel caso del “termale” (-17,7%), dove si registra un rilevante calo delle presenze straniere (-20,7%).

Graf. 19 - Distribuzione presenze per risorsa turistica prevalente. Variazione % 2018/2013



La componente straniera risulta predominante per ogni risorsa turistica con valori mediamente intorno al 70%: la quota minima del 64,0% delle località di campagna/collina e la quota massima pari all'80,9% relativa alle località termali.

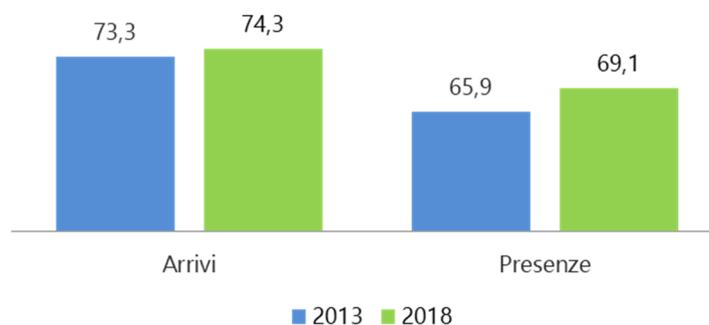
Graf. 20 - Composizione presenze turistiche per nazionalità e variazione % 2018/2013



4.9 La domanda turistica negli ambiti della Città Metropolitana di Firenze

Dall'analisi dei flussi per singolo ambito turistico risalta ulteriormente il ruolo del comune di Firenze quale principale catalizzatore di domanda dell'area. Il capoluogo incide per il 74,3% degli arrivi e per il 69,1% delle presenze totali; entrambi valori sono in crescita rispetto al 2013.

Graf. 21 - Incidenza del capoluogo sul totale dei flussi della Città Metropolitana di Firenze. Anni 2013 e 2018, valori %



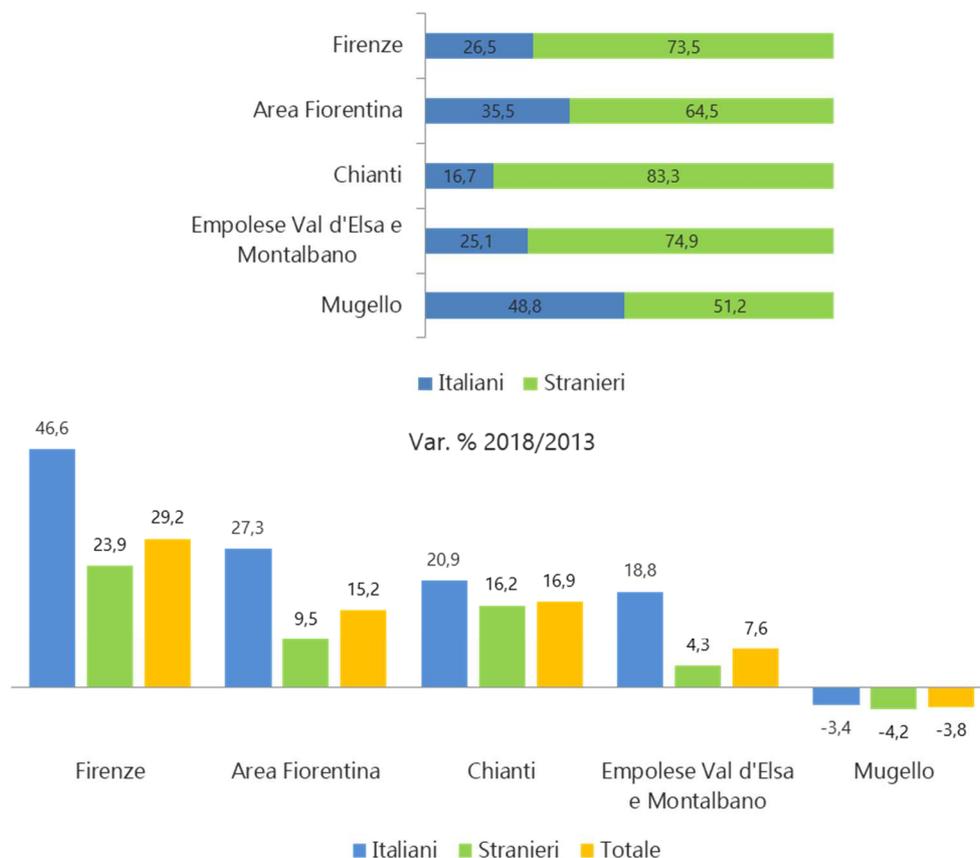
Inoltre si tratta dell'unico ambito che, nel periodo considerato, ha incrementato la propria incidenza sul totale presenze (di oltre tre punti percentuali) inficiando le quote delle restanti aree, che registrano contrazioni più o meno rilevanti di mercato.

Tab. 18 - Consistenza dei flussi turistici negli ambiti della Città Metropolitana di Firenze. Anni 2013 e 2018

	2018		PM	% Presenze		% Letti	
	Arrivi	Presenze		2013	2018	2013	2018
Firenze	3.945.451	10.701.340	2,7	65,9	69,1	48,5	49,8
Area Fiorentina	868.971	2.778.943	3,2	19,2	17,9	23,4	23,0
Chianti Fiorentino	169.508	676.335	4,0	4,6	4,4	8,2	7,7
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	188.477	916.856	4,9	6,8	5,9	10,2	12,1
Mugello	134.590	422.407	3,1	3,5	2,7	9,8	7,4
Totale	5.306.997	15.495.881	2,9	100,0	100,0	100,0	100,0

Il principale input di crescita arriva nuovamente dal segmento domestico che, nonostante confermi anche nel 2018 una bassa incidenza sul totale del mercato di Firenze (26,5%), aumentano del +46,6% le presenze nel capoluogo a fronte del +23,9% del segmento estero. Ad ogni modo tutti gli altri ambiti, salvo il Mugello (-3,8% di presenze totali), hanno visto incrementare i flussi turistici degli italiani e degli stranieri nel quinquennio considerato; il Chianti con un aumento totale del +16,9%, l'Area Fiorentina con il +15,2% e l'Empolese Val d'Elsa e Montalbano con il +7,6%.

Graf. 22 - Composizione presenze turistiche per nazionalità e variazione % 2018/2013 negli ambiti della Città Metropolitana di Firenze



Tab. 19 - Arrivi e presenze nei comuni della Città Metropolitana di Firenze – Anno 2018

Ambito	Comune	Italiani			Stranieri			Totale			
		Arrivi	Presenze	PM	Arrivi	Presenze	P M	Arrivi	Presenze	PM	
1	Area Fiorentina	Bagno a Ripoli	10.531	42.954	4,1	18.627	81.178	4,4	29.158	124.132	4,3
2	Chianti	Barberino V. d'Elsa	9.073	19.309	2,1	26.189	116.933	4,5	35.262	136.242	3,9
3	Mugello	Barberino di M.Ilo	30.621	61.845	2,0	14.528	35.555	2,4	45.149	97.400	2,2
4	Mugello	Borgo San Lorenzo	13.414	28.356	2,1	14.176	43.565	3,1	27.590	71.921	2,6
5	Area Fiorentina	Calenzano	59.823	127.960	2,1	106.697	218.487	2,0	166.520	346.447	2,1
6	Area Fiorentina	Campi Bisenzio	43.116	144.990	3,4	61.148	149.535	2,4	104.264	294.525	2,8
7	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Capraia e Limite	3.345	17.422	5,2	2.512	14.960	6,0	5.857	32.382	5,5
8	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Castelfiorentino	4.115	14.812	3,6	5.671	35.594	6,3	9.786	50.406	5,2
9	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Cerreto Guidi	1.485	10.663	7,2	2.539	23.509	9,3	4.024	34.172	8,5
10	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Certaldo	8.349	19.442	2,3	17.083	90.472	5,3	25.432	109.914	4,3
11	Mugello	Dicomano	814	3.495	4,3	1.672	13.958	8,3	2.486	17.453	7,0
12	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Empoli	9.036	29.217	3,2	3.161	20.725	6,6	12.197	49.942	4,1
13	Area Fiorentina	Fiesole	14.988	34.596	2,3	36.563	118.204	3,2	51.551	152.800	3,0
14	Area Fiorentina	Figline-Incisa V.no	33.084	182.171	5,5	60.699	440.881	7,3	93.783	623.052	6,6
15	Firenze	Firenze	1.043.395	2.833.148	2,7	2.902.056	7.868.192	2,7	3.945.451	10.701.340	2,7
16	Mugello	Firenzeuola	4.260	12.402	2,9	1.605	11.418	7,1	5.865	23.820	4,1
17	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Fucecchio	3.898	19.121	4,9	3.114	15.987	5,1	7.012	35.108	5,0
18	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Gambassi Terme	6.023	13.152	2,2	9.759	55.719	5,7	15.782	68.871	4,4
19	Chianti	Greve in Chianti	8.652	25.830	3,0	43.029	184.852	4,3	51.681	210.682	4,1
20	Area Fiorentina	Impruneta	15.695	45.505	2,9	32.967	90.994	2,8	48.662	136.499	2,8
21	Area Fiorentina	Lastra a Signa	12.274	42.090	3,4	10.964	40.490	3,7	23.238	82.580	3,6
22	Area Fiorentina	Londa	295	1.751	5,9	549	3.454	6,3	844	5.205	6,2
23	Mugello	Marradi	3.296	19.241	5,8	1.021	8.777	8,6	4.317	28.018	6,5
24	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montaione	12.455	36.461	2,9	41.394	264.618	6,4	53.849	301.079	5,6
25	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montelupo F.no	4.166	10.465	2,5	1.721	8.186	4,8	5.887	18.651	3,2
26	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montespertoli	7.725	31.545	4,1	18.473	121.626	6,6	26.198	153.171	5,8
27	Mugello	Palazzuolo sul S.	2.845	9.993	3,5	1.851	14.993	8,1	4.696	24.986	5,3
28	Area Fiorentina	Pelago	3.306	18.460	5,6	3.029	20.055	6,6	6.335	38.515	6,1
29	Area Fiorentina	Pontassieve	7.759	21.011	2,7	53.709	92.479	1,7	61.468	113.490	1,8
30	Area Fiorentina	Reggello	17.623	48.401	2,7	55.181	123.704	2,2	72.804	172.105	2,4
31	Area Fiorentina	Rignano sull'Arno	5.011	12.819	2,6	21.123	78.640	3,7	26.134	91.459	3,5
32	Area Fiorentina	Rufina	913	3.309	3,6	1.096	5.306	4,8	2.009	8.615	4,3
33	Chianti	S. Casciano V.di P.	11.774	37.671	3,2	29.870	127.112	4,3	41.644	164.783	4,0
34	Mugello	San Godenzo	2.187	7.315	3,3	371	2.565	6,9	2.558	9.880	3,9
35	Area Fiorentina	Scandicci	11.816	36.247	3,1	4.809	19.415	4,0	16.625	55.662	3,3
36	Mugello	Scarperia e S. Piero	20.608	50.327	2,4	13.763	60.807	4,4	34.371	111.134	3,2
37	Area Fiorentina	Sesto Fiorentino	37.339	160.997	4,3	61.902	232.841	3,8	99.241	393.838	4,0
38	Area Fiorentina	Signa	13.812	40.397	2,9	39.350	51.790	1,3	53.162	92.187	1,7
39	Chianti	Tavarnelle V.di P.	11.781	29.880	2,5	29.140	134.748	4,6	40.921	164.628	4,0
40	Area Fiorentina	Vaglia	5.002	21.661	4,3	8.171	26.171	3,2	13.173	47.832	3,6
41	Mugello	Vicchio	3.047	13.210	4,3	4.511	24.585	5,5	7.558	37.795	5,0
42	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Vinci	12.305	27.699	2,3	10.148	35.461	3,5	22.453	63.160	2,8
Totale Città Metropolitana di Firenze			1.531.056	4.367.340	2,9	3.775.941	11.128.541	2,9	5.306.997	15.495.881	2,9

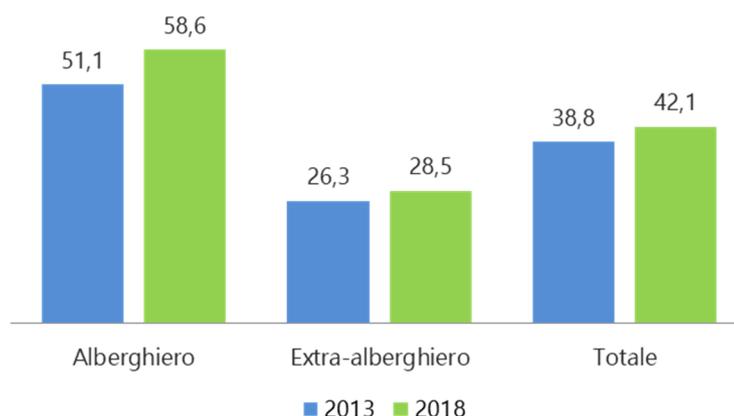
Tab. 19 bis – Var. % arrivi e presenze nei comuni della Città Metropolitana di Firenze –
Periodo 2013-2018

Ambito	Comune	Italiani		Stranieri		Totale	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
1 Area Fiorentina	Bagno a Ripoli	-15,2	24,7	4,1	30,1	-3,8	28,2
2 Chianti	Barberino Val d'Elsa	-10,0	-9,7	7,4	-5,9	2,3	-6,5
3 Mugello	Barberino di M.llo	11,8	-25,0	-1,1	-40,9	7,3	-31,7
4 Mugello	Borgo San Lorenzo	42,6	27,7	24,3	4,3	32,6	12,4
5 Area Fiorentina	Calenzano	45,9	19,3	-20,9	-8,5	-5,4	0,1
6 Area Fiorentina	Campi Bisenzio	-2,4	41,4	5,2	-8,7	1,9	10,6
7 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Capraia e Limite	21,5	35,7	-38,4	-32,1	-14,2	-7,1
8 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Castelfiorentino	58,9	133,6	18,4	4,2	32,6	24,4
9 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Cerreto Guidi	-9,8	-10,6	-13,5	-6,2	-12,2	-7,6
10 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Certaldo	30,1	32,3	22,4	13,0	24,8	16,0
11 Mugello	Dicomano	97,1	35,7	-7,0	-9,5	12,4	-3,0
12 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Empoli	14,7	11,8	0,5	53,5	10,7	26,0
13 Area Fiorentina	Fiesole	28,7	34,8	5,2	8,4	11,1	13,4
14 Area Fiorentina	Figline e Incisa V.no	95,8	108,3	28,1	23,9	45,9	40,6
15 Firenze	Firenze	18,5	46,6	14,7	23,9	15,7	29,2
16 Mugello	Firenzeuola	9,4	15,1	30,0	108,3	14,4	46,5
17 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Fucecchio	-2,0	110,4	70,3	114,6	20,8	112,3
18 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Gambassi Terme	89,6	-1,7	1,0	-20,7	22,9	-17,7
19 Chianti	Greve in Chianti	11,4	10,1	37,9	42,4	32,6	37,4
20 Area Fiorentina	Impruneta	25,0	-28,5	-1,2	-10,1	5,9	-17,2
21 Area Fiorentina	Lastra a Signa	30,5	65,4	37,5	-12,6	33,7	15,0
22 Area Fiorentina	Londa	-16,9	-13,8	44,5	44,5	14,8	17,7
23 Mugello	Marradi	25,8	10,0	9,4	5,0	21,5	8,4
24 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montaione	43,4	18,3	41,7	11,5	42,1	12,2
25 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montelupo F.no	-32,7	-45,5	-42,4	-48,9	-35,9	-47,0
26 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montespertoli	23,8	-1,8	32,2	-0,8	29,6	-1,0
27 Mugello	Palazzuolo sul Senio	-9,6	7,6	63,1	63,6	9,7	35,4
28 Area Fiorentina	Pelago	55,4	155,8	41,1	26,1	48,2	66,6
29 Area Fiorentina	Pontassieve	-27,2	-16,4	60,9	8,7	39,6	3,0
30 Area Fiorentina	Reggello	-21,0	-27,3	25,9	2,0	10,1	-8,4
31 Area Fiorentina	Rignano sull'Arno	75,9	43,3	42,2	-8,4	47,6	-3,5
32 Area Fiorentina	Rufina	-20,9	-43,1	106,0	73,1	19,2	-3,0
33 Chianti	S. Casciano V. di Pesa	1,8	34,2	24,3	15,9	17,0	19,6
34 Mugello	San Godenzo	-2,9	-5,9	-29,1	-17,3	-7,8	-9,1
35 Area Fiorentina	Scandicci	-8,9	13,2	-12,4	-22,2	-10,0	-2,3
36 Mugello	Scarperia e San Piero	-0,3	7,0	-3,6	15,1	-1,6	11,3
37 Area Fiorentina	Sesto Fiorentino	-31,2	40,2	-36,5	28,8	-34,6	33,2
38 Area Fiorentina	Signa	-7,0	-19,7	222,6	64,0	96,6	12,6
39 Chianti	Tavarnelle V.di Pesa	19,8	47,4	14,8	10,9	16,2	16,1
40 Area Fiorentina	Vaglia	41,9	46,0	226,4	150,7	118,6	89,2
41 Mugello	Vicchio	-12,2	-4,5	-16,3	-16,2	-14,7	-12,4
42 Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Vinci	27,4	62,4	16,8	17,5	22,4	33,7
Totale Città Metropolitana di Firenze		15,5	36,2	13,4	18,9	14,0	23,3

4.10 Il tasso di occupazione nella Città Metropolitana di Firenze

Nel 2018, nel totale delle strutture ricettive presenti è stato rilevato un tasso di occupazione lorda del 42,1%; oltre tre punti superiore al 2013 e pari a poco meno del doppio del valore medio regionale (23,3%). Il trend è stato supportato da un incremento omogeneo del tasso di occupazione lorda, con indici positivi sia per il comparto alberghiero (58,6%) sia per l'extra-alberghiero (28,5%).

Graf. 23 - Tasso di occupazione lorda per tipologia ricettiva. Valori %. Anni 2013 e 2018



Osservando il dettaglio dei singoli ambiti possiamo notare come l'incremento più rilevante sia stato registrato dalle strutture del capoluogo, con una percentuale pari al 58,4%, contro il 52,8% del 2013. Tassi di occupazione lorda in crescita anche per l'Area Fiorentina (32,9%) e per il Chianti (23,8%), mentre si registra una lieve flessione per le strutture attive nell'Empolese Val d'Elsa e Montalbano (20,6%) e nel Mugello (15,5%).

Tab. 20 - Tasso di occupazione lorda negli ambiti. Valori %. Anni 2013 e 2018

	Alberghiero		Extra-alberghiero		Totale	
	2013	2018	2013	2018	2013	2018
Firenze	56,4	64,7	42,9	46,9	52,8	58,4
Area Fiorentina	44,2	52,5	23,1	21,9	31,8	32,9
Chianti	29,7	33,3	20,5	22,3	21,9	23,8
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	23,7	28,0	21,4	19,3	21,7	20,6
Mugello	29,6	23,7	12,6	12,8	17,4	15,5
Totale	51,1	58,6	26,3	28,5	38,8	42,1

4.11 La funzione turistica

Analogamente a quanto realizzato per l'analisi dell'offerta ricettiva, anche per la domanda sono stati calcolati due indicatori utili a una migliore valutazione dello sviluppo antropico del totale dell'area e dei singoli ambiti territoriali. Tali indicatori mettono in rapporto le presenze con la popolazione residente al 1° gennaio o con la superficie territoriale espressa in km². Nello specifico, i due indicatori sono:

- *densità turistica*: che mette in rapporto il numero di presenze totali e la superficie del territorio di riferimento;
- *funzione turistica della domanda*: volto a stimare il grado di sviluppo dei flussi (numero di presenze ogni 1.000 abitanti), rispetto alla popolazione residente al 1° gennaio nel dato territorio.

Tab. 21 - Gli indicatori della domanda turistica. Anno 2013 e 2018

	2013	2018
Densità delle presenze per kmq	3.575	4.409
Funzione turistica della domanda	34,2	41,9

La Città Metropolitana di Firenze presenta un indice di densità turistica molto elevato. Si stimano 4.409 presenze per km² (contro le 3.575 del 2013), un valore pari a più del doppio di quelle stimate a livello regionale (2.097 u.). Il comune di Firenze presenta la quota più elevata dal momento che si tratta di un indice che tende a salire in maniera inversamente proporzionale all'estensione territoriale e proporzionalmente all'aumento di domanda. Tuttavia, il risultato di Firenze appare tanto più rilevante se rapportato a quello di un'altra importante città d'arte come Venezia; per Firenze, infatti, si stima una densità turistica pari a 104.495 presenze per Km² contro le 29.138 della città lagunare.

Dall'analisi della funzione turistica della domanda si rileva che l'impatto generato dai quasi 15,5 milioni di pernottamenti nella Città Metropolitana sia anche in questo caso superiore all'indice di densità turistica registrato a livello regionale. Il rapporto tra visitatori e residenti raggiunge la media di 41,9 presenze ogni 1.000 abitanti, mentre il valore della Toscana è pari a 35,3. Tuttavia, fatta eccezione per il Chianti (43,0), i restanti ambiti riportano valori inferiori alla media benché il divario tra Firenze e questi ultimi sia nel caso specifico meno evidente.

Tab. 22 - Gli indicatori della domanda turistica negli ambiti. Anni 2013 e 2018

Ambiti	Densità delle presenze per kmq		Funzione turistica della domanda	
	2013	2018	2013	2018
Firenze	80.880	104.495	60,2	77,0
Area Fiorentina	2.307	2.657	19,1	21,8
Chianti	1.447	1.691	36,5	43,0
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	1.159	1.247	13,4	14,4
Mugello	357	343	18,4	17,8

Tab. 23 - Gli indicatori della domanda turistica nei comuni della Città Metropolitana di Firenze. Anni 2013 e 2018

	Ambito	Comune	Densità delle presenze per kmq		Funzione turistica della domanda	
			2013	2018	2013	2018
1	Area Fiorentina	Bagno a Ripoli	1.307	1.675	10,4	13,3
2	Chianti	Barberino Val d'Elsa	1.089	1.019	36,8	34,2
3	Mugello	Barberino di Mugello	2.165	1.478	89,2	61,2
4	Mugello	Borgo San Lorenzo	438	492	9,7	10,7
5	Area Fiorentina	Calenzano	4.502	4.507	55,0	53,0
6	Area Fiorentina	Campi Bisenzio	9.306	10.291	16,1	17,3
7	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Capraia e Limite	1.395	1.295	12,6	11,4
8	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Castelfiorentino	609	757	6,2	8,0
9	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Cerreto Guidi	750	693	9,4	8,5
10	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Certaldo	1.259	1.461	16,1	18,8
11	Mugello	Dicomano	291	283	8,7	8,7
12	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Empoli	637	802	2,3	2,8
13	Area Fiorentina	Fiesole	3.199	3.629	26,2	29,6
14	Area Fiorentina	Figline e Incisa Valdarno	4.514	6.345	51,3	72,8
15	Firenze	Firenze	80.880	104.495	60,2	77,0
16	Mugello	Firenzuola	60	88	9,2	14,2
17	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Fucecchio	254	539	1,9	4,1
18	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Gambassi Terme	1.007	829	47,2	38,8
19	Chianti	Greve in Chianti	907	1.246	29,9	41,8
20	Area Fiorentina	Impruneta	3.380	2.799	30,9	25,6
21	Area Fiorentina	Lastra a Signa	1.667	1.918	10,0	11,1
22	Area Fiorentina	Londa	74	88	6,6	7,5
23	Mugello	Marradi	168	182	22,2	25,1
24	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montaione	2.557	2.870	197,2	226,7
25	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montelupo Fiorentino	1.431	758	6,9	3,6
26	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Montespertoli	1.237	1.225	31,1	31,1
27	Mugello	Palazzuolo sul Senio	169	229	43,2	60,0
28	Area Fiorentina	Pelago	422	703	8,2	13,6
29	Area Fiorentina	Pontassieve	963	992	14,6	15,1
30	Area Fiorentina	Reggello	1.550	1.420	31,5	28,5
31	Area Fiorentina	Rignano sull'Arno	1.749	1.687	29,8	28,7
32	Area Fiorentina	Rufina	194	189	3,3	3,2
33	Chianti	San Casciano in Val di Pesa	1.275	1.526	22,0	26,3
34	Mugello	San Godenzo	110	100	25,0	24,0
35	Area Fiorentina	Scandicci	956	934	3,1	3,0
36	Mugello	Scarperia e San Piero	861	958	22,5	25,0
37	Area Fiorentina	Sesto Fiorentino	6.028	8.031	16,5	22,0
38	Area Fiorentina	Signa	4.354	4.901	11,6	13,4
39	Chianti	Tavarnelle Val di Pesa	2.488	2.889	49,7	58,2
40	Area Fiorentina	Vaglia	444	840	13,7	25,5
41	Mugello	Vicchio	311	272	14,3	12,7
42	Empolese Val d'Elsa e Montalbano	Vinci	868	1.161	8,8	11,8
Totale Città Metropolitana			3.575	4.409	34,2	41,9

5 L'indagine ai visitatori della Città Metropolitana di Firenze

5.1 Aspetti metodologici

L'indagine diretta ai visitatori dell'Area Metropolitana di Firenze è stata condotta tra il mese di agosto 2018 e luglio 2019, garantendo non solo un periodo di rilevazione pari ad un anno, ma soprattutto una più estesa rappresentatività del campione di turisti intervistati. Le unità di rilevazione sono stati tutti i visitatori che nell'arco di questo periodo hanno trascorso un soggiorno o hanno semplicemente effettuato una breve visita in una località dell'area. Le interviste sono state realizzate da un team di 6 rilevatori mediante la somministrazione di un questionario appositamente strutturato, tradotto in tre lingue straniere (inglese – francese – spagnolo), oltre la versione italiana. Diversi questionari sono stati proposti per l'auto-compilazione presso alcune strutture ricettive, grazie alla disponibilità dei gestori che hanno consegnato i moduli ai propri ospiti al termine del soggiorno. Questa collaborazione ha permesso di raccogliere un totale di 1.480 questionari validi, a fronte dei 1.300 programmati ad inizio indagine; 481 questionari sono stati somministrati a visitatori italiani, 999 a stranieri.

Le rilevazioni sono state realizzate su tutta l'Area Metropolitana cercando di rispettare il peso del mercato turistico di ogni ambito, garantendo una certa rappresentatività anche per le aree turisticamente meno rilevanti. Pertanto sono state realizzate 954 interviste a Firenze e 526 negli altri comuni dell'Area. Oltre al capoluogo si contano 21 diverse località di rilevazione; le principali sono Vinci, Montaione, Certaldo, San Casciano in Val di Pesa, Greve in Chianti, Barberino di Mugello, San Piero e Scarperia, Figline e Incisa Valdarno.

Per la scelta dei luoghi dove intercettare i visitatori sono stati privilegiati i punti di maggior afflusso come ad esempio i centri storici, i principali musei del territorio, le stazioni ferroviarie e l'aeroporto di Firenze. Inoltre, per ampliare l'eterogeneità del campione e indagare comportamenti meno diffusi, ma di impatto per il turismo della Città Metropolitana, sono state realizzate interviste presso l'outlet di Barberino di Mugello e presso le location di eventi particolari in occasione di Pitti Immagine, Firenze Festival Rocks ed eventi congressuali.

Tab. 24 - Interviste realizzate per mese e area di rilevazione

Mese	Firenze	Altri comuni	Totale
Agosto 2018	98	81	179
Settembre 2018	101	47	148
Ottobre 2018	91	30	121
Novembre 2018	78	16	94
Dicembre 2018	64	26	90
Gennaio 2019	67	29	96
Febbraio 2019	46	19	65
Marzo 2019	49	36	85
Aprile 2019	79	55	134
Maggio 2019	106	45	151
Giugno 2019	84	60	144
Luglio 2019	91	82	173
Totale	954	526	1.480

Pur rimanendo invariati gli obiettivi prefissati dall'indagine rispetto alla rilevazione del 2013, il questionario di indagine ha subito alcune modifiche. La versione attuale è strutturata con 23 domande suddivise in sezioni per indagare i vari aspetti della visita e del soggiorno. In particolare, le sezioni riguardano:

- ✓ LE INFORMAZIONI GENERALI E I DATI DELL'INTERVISTATO
- ✓ LE MOTIVAZIONI DEL VIAGGIO
- ✓ PERNOTTAMENTO E ALLOGGIO
- ✓ I LUOGHI DI VISITA
- ✓ LA SODDISFAZIONE DELL'INTERVISTATO
- ✓ LA SPESA DEL VIAGGIO-PACCHETTO ORGANIZZATO
- ✓ LA SPESA DEL VIAGGIO-PACCHETTO NON ORGANIZZATO + LE ALTRE SPESE DEL VIAGGIO ORGANIZZATO

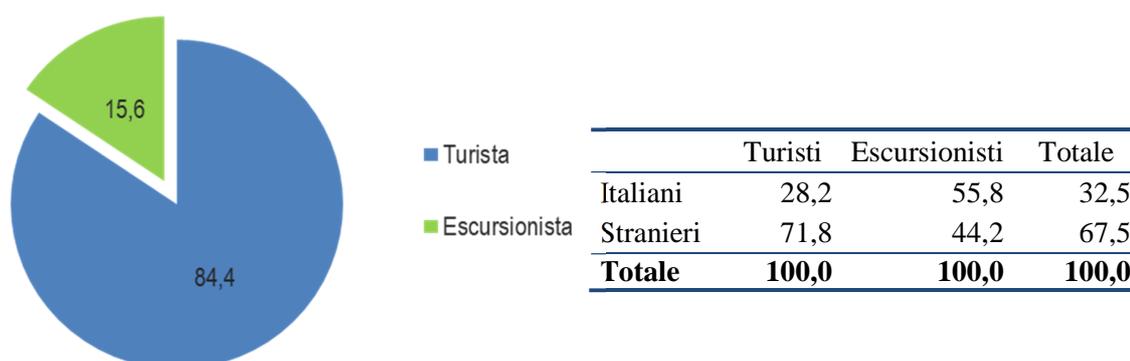
5.2 Risultati dell'indagine

Le informazioni generali e i dati dell'intervistato

La prima informazione raccolta riguarda la tipologia di visitatore intervistato. Ricordando che l'indagine è stata indirizzata sia ai visitatori pernottanti in strutture ufficiali e non ufficiali sia ai visitatori giornalieri, i primi rappresentano l'84,4% del campione i secondi il 15,6%. Ciò ha permesso di stimare i flussi di escursionisti dell'Area Metropolitana; si tratta chiaramente di una valutazione fortemente approssimativa, in quanto l'escursionismo rappresenta un fenomeno molto complesso e difficilmente quantificabile se non attraverso studi, indagini ad hoc e strumenti di misurazione ampiamente sperimentati, spesso supportati dalle informazioni messe a disposizione dai pochi ma significativi soggetti che in qualche modo controllano l'origine degli spostamenti.

In merito alla nazionalità degli intervistati, il campione è composto per il 67,5% da visitatori stranieri e per il 32,5% da visitatori italiani (nel 2013, erano rispettivamente il 64,3% ed il 35,7%). Intorno al 72% la quota di stranieri tra i turisti, mentre tra gli escursionisti aumenta il peso della componente nazionale.

Graf. 24 e Tab. 25 - Nazionalità degli intervistati per tipo di visitatore. Valori %



Tra gli italiani il primo mercato regionale è la Lombardia, seguito da Lazio, Toscana, Emilia – Romagna e Veneto. Nel complesso circa il 43% degli intervistati nazionali proviene da una regione del Nord Italia, con una prevalenza dell'area Nord-Ovest, il 33,5% ha origine dal Centro, il 23,5% dalle regioni del Sud e dalle Isole.

Tab. 26 – La provenienza degli intervistati per area geografica. Valori %

Aree	Totale
Nord Ovest	22,6
Nord Est	20,4
Centro	33,5
Sud e Isole	23,5
Totale	100,0

Il 62,1% delle interviste a stranieri sono state rivolte a visitatori provenienti da paesi europei, il 37,9% a viaggiatori originari da paesi extraeuropei.

Tab. 27 - Area di provenienza dei visitatori stranieri. Valori %

Provenienza	Totale
Paesi Europei	62,1
Paesi Extraeuropei	37,9
Totale	100,0

Nel dettaglio, i primi tre paesi di provenienza dei turisti intervistati sono Stati Uniti d'America (13,7%), Germania (9,3%) e Francia (8,1%); se si parla, invece, di escursionisti sono sempre gli statunitensi a costituire la quota maggioritaria, ma aumenta l'incidenza di francesi, britannici e olandesi.

Tab. 28 - Principali Paesi di origine degli intervistati per area di pernottamento. Val. %

Provenienza	Firenze	Provenienza	Altri comuni	Provenienza	Totale
Stati Uniti d'America	16,1	Germania	13,9	Stati Uniti d'America	13,7
Regno Unito	8,0	Francia	12,4	Germania	9,3
Spagna	7,3	Stati Uniti d'America	9,6	Francia	8,1
Cina	7,2	Regno Unito	7,7	Regno Unito	7,9
Germania	6,6	Paesi Bassi	7,1	Spagna	6,3
Francia	5,8	Svizzera	5,9	Cina	5,6

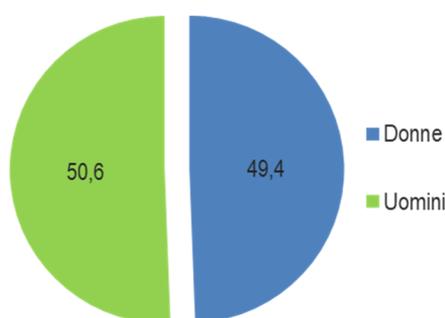
Circa un turista ogni cento ha indicato due diverse località di pernottamento nell'Area Metropolitana durante la propria permanenza. Tuttavia, il 59,2% degli intervistati ha dichiarato di aver pernottato nel comune di Firenze, il restante 40,8% in altri comuni della Città Metropolitana. Al contrario, nel 2013 era preponderante la quota di chi alloggiava al di fuori del capoluogo (55,2%). Il 77,7% di coloro che hanno affermato di avere pernottato a Firenze era di nazionalità straniera, quota che scende al 63,3% nel caso di pernottamenti in altri comuni.

Graf. 25 e Tab. 28– Nazionalità degli intervistati per luogo di pernottamento. Valori %



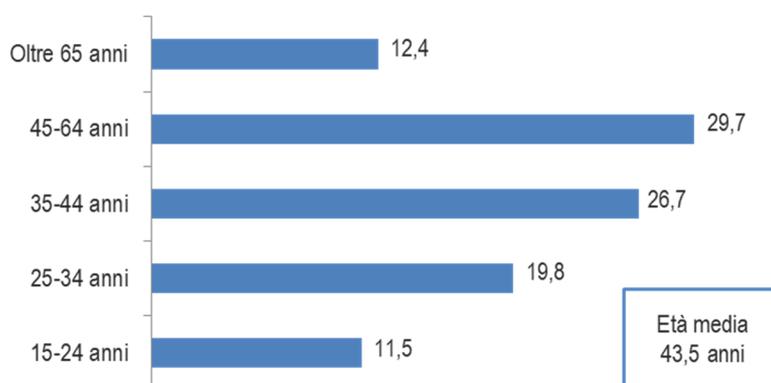
Le interviste risultano equamente ripartite tra i sessi: 50,6% uomini e 49,4% donne.

Graf. 26 – Sesso degli intervistati. Valori %



L'età media dei visitatori intervistati è pari a 43,5 anni. Non c'è differenza significativa tra l'età media di turisti ed escursionisti e neppure tra italiani e stranieri, nonostante sia di poco superiore quella dei secondi. I visitatori intervistati a Firenze (42,2 anni) hanno un'età più bassa di quelli intervistati in altri comuni (quasi 45,5 anni). I turisti che pernottano a Firenze hanno un'età media di 42,7 anni, mentre quelli che pernottano in altri comuni hanno 44,6 anni di media.

Graf. 26 – Sesso degli intervistati. Valori %



Il 70,4% del campione intervistato dichiara di essere occupato; il dato è in calo rispetto al 74% del 2013. Gli impiegati si confermano la classe lavorativa più rappresentata (21,3%), seguiti dai lavoratori indipendenti (14,0%). Gli studenti, la categoria di non occupati con la maggiore incidenza in termini percentuali, occupa la terza posizione con il 12,3% del totale.

Rispetto alla precedente edizione, calano le quote di operai e dirigenti e aumenta quella dei pensionati.

La ripartizione del campione per luogo di pernottamento evidenzia un'incidenza superiore alla media di circa due punti percentuali di studenti a Firenze, ma di quasi tre punti inferiore negli altri comuni dell'Area, così come gli impiegati sono presenti in misura maggiore (+3 punti) nei comuni dell'area e meno nel capoluogo (-2 punti).

Graf. 26 – Professione degli intervistati. Valori %



L'auto propria, nonostante rimanga il mezzo di trasporto privilegiato da parte dei turisti di nazionalità italiana (55,4%) e degli escursionisti (36,4%), non rappresenta più il principale vettore per gli arrivi nelle località della Città Metropolitana di Firenze, probabilmente grazie al forte ridimensionamento rilevato da parte della componente straniera (29,3% nel 2013).

Tab. 29 – Mezzo usato per arrivare nelle località della Città Metropolitana. Valori %

Mezzo di trasporto	Turisti			Escursionisti	Totale
	Italiani	Stranieri	Totale		
Treno	25,9	29,4	28,4	34,2	29,3
Auto propria	55,4	13,3	25,1	36,4	26,9
Aereo	4,0	26,3	20,0	10,4	18,5
Pullman	5,1	13,5	11,1	10,4	11,0
Auto a noleggio	0,6	12,8	9,4	6,1	8,9
Camper/Roulotte	4,5	2,9	3,4	1,7	3,1
Motoveicolo	1,4	1,2	1,3	0,8	1,2
Altro*	3,1	0,6	1,3	0,0	1,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Il treno viene preferito dal 29,3% degli intervistati, con un importante aumento da parte dei turisti provenienti dall'estero; significati i valori che evidenzia la componente escursionistica che molto probabilmente si avvale dei servizi offerti dal sistema Alta Velocità. L'auto propria si ferma al 26,9%. A seguire troviamo l'aereo (18,5%), scelto prevalentemente dagli stranieri (26,3%) e spesso in abbinamento ad altri mezzi, e il pullman (11,0%). Da sottolineare il notevole incremento di oltre 6 punti percentuali delle auto a

noleggio (8,9%). Nella voce "altro", sono compresi i visitatori giunti a piedi lungo percorsi di trekking, quelli arrivati con auto di amici o parenti e in autostop.

Il treno viene utilizzato soprattutto dai turisti che soggiornano a Firenze (36,8% contro il 16,3% degli altri comuni), mentre l'auto è il mezzo di trasporto più comune per giungere nelle restanti località della Città Metropolitana (43,7% contro il 12,3% del capoluogo).

Tab. 30 - Mezzo di trasporto utilizzato per gli spostamenti durante la vacanza. Valori %

Mezzo di trasporto	Turisti			Escursionisti	Totale
	Italiani	Stranieri	Totale		
Servizi pubblici urbani ed extraurbani	25,2	32,8	30,8	18,1	29,1
Auto propria	44,9	10,8	19,7	29,3	21,0
Treno	8,7	16,7	14,6	4,3	13,3
Auto a noleggio	1,0	17,4	13,1	8,6	12,5
Pullman	5,7	11,8	10,2	8,6	10,0
Camper	2,7	1,4	1,8	0,4	1,6
Bicicletta	2,0	1,7	1,8	0,0	1,5
Auto di amici o parenti	1,7	1,5	1,6	1,3	1,5
Motoveicolo	1,2	1,0	1,0	0,9	1,0
Auto con Roulotte	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1
Nessuno	6,7	4,9	5,4	28,4	8,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Il campione intervistato ha dichiarato che, una volta arrivato in loco, ha utilizzato prevalentemente i servizi pubblici ed extraurbani (29,1%) per gli spostamenti nel corso della vacanza; percentuale che tocca il 38,6% nella città di Firenze ma che scende al 19,1% se si limita l'osservazione ai restanti comuni. Tuttavia, per gli escursionisti l'auto propria rappresenta nuovamente il vettore principale, con un distacco di oltre 11 punti rispetto ai mezzi pubblici (18,1%). Seguono il treno (13,3%) e l'auto a noleggio (12,5%) che, tuttavia, è stata scelta solo dall'1,0% dei turisti italiani.

Tab. 31 - I principali mezzi di trasporto utilizzati per l'accesso e gli spostamenti nell'Area Metropolitana

Mezzo di trasporto utilizzato per arrivare nell'area:	Principali mezzi di trasporto utilizzati per gli spostamenti	
	Turisti	Escursionisti
AUTO PROPRIA/A NOLEGGIO	✓ 84% in auto	✓ 84% in auto
	✓ 8% con trasporto pubblico	✓ 11% nessun mezzo
	✓ 3% in treno	✓ 5% con trasporto pubblico
TRENO	✓ 42% con trasporto pubblico	✓ 64% nessun mezzo
	✓ 29% in treno	✓ 21% con trasporto pubblico
	✓ 11% nessuno mezzo	✓ 9% in treno
AEREO	✓ 52% con trasporto pubblico	✓ 56% con trasporto pubblico
	✓ 22% in auto	✓ 33% in auto
	✓ 14% in treno	✓ 11% in treno
PULLMAN	✓ 56% in pullman	✓ 71% in pullman
	✓ 27% con trasporto pubblico	✓ 21% nessuno

Ovviamente, nella quasi totalità dei casi, sono stati utilizzati diversi mezzi di trasporto per gli spostamenti interni. È interessante notare quali siano state le consuetudini più frequenti a seconda del vettore scelto per arrivare nell'Area Metropolitana di Firenze e a seconda della scelta di pernottamento o meno.

L'84% dei rispondenti giunti con auto propria o a noleggio ha usufruito dello stesso mezzo per le successive visite sul territorio. Quote marginali di turisti si sono serviti anche dei trasporti pubblici (8%) e del treno (3%), mentre l'11% degli escursionisti ha dichiarato di non avere utilizzato mezzi e di essersi, pertanto, presumibilmente spostato a piedi. Tale quota sale al 64% nel caso degli escursionisti arrivati con il treno, mentre tra i turisti giunti tramite linea ferroviaria prevale la combinazione con il trasporto pubblico (42%). Questi ultimi superano la quota del 50% sia per i turisti sia per gli escursionisti nel caso di arrivi con aereo; tuttavia, nel caso specifico, sono comunque rilevanti anche gli spostamenti con auto e treno. Infine, chi giunge nell'area in pullman continua a utilizzarlo prioritariamente anche per i successivi spostamenti, soprattutto in caso di visite giornaliere.

Disaggregando le risposte fornite da coloro che hanno effettuato spostamenti territoriali con finalità di visita nelle diverse località (70%), gli itinerari sembrano collocarsi su due distinti livelli: i movimenti di chi pernotta in città e di chi sceglie le altre località.

Schema 1 – Le direttrici degli spostamenti di coloro che pernottano in città



Schema 2 – Le direttrici degli spostamenti dei pernottanti in altre località dell'Ambito Turistico Area Fiorentina



Schema 3 – Le direttrici degli spostamenti di coloro che pernottano nelle località comprese nell'Ambito Chianti Fiorentino



Schema 4 – Le direttrici degli spostamenti di coloro che pernottano nelle località comprese nell'Ambito Empolese Val d'Elsa e Montalbano



Schema 5 – Le direttrici degli spostamenti di coloro che pernottano nelle località comprese nell'Ambito Mugello



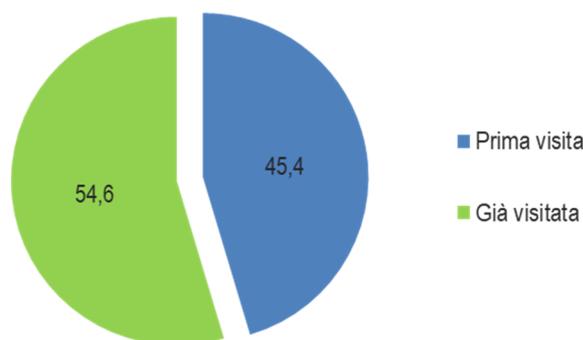
I visitatori delle località dell'Area Metropolitana di Firenze viaggiano prevalentemente in coppia (35,8%) e in famiglia (26,5%), con una media di 3,4 componenti per nucleo. Guardando al dettaglio per nazionalità, si evidenzia una maggiore propensione dei turisti

italiani al viaggio con i familiari (31,0%), mentre gli stranieri risultano nettamente più orientati a muoversi in compagnia del proprio partner (39,6%). Rispetto alla precedente indagine, cresce la quota di chi giunge sul territorio da solo (17,8%); calano i viaggi con amici (14,1%) e in gruppo organizzato (5,3%).

Tab. 32 - Il gruppo di viaggio dei visitatori. Valori %

Gruppo di viaggio	Turisti			Escursionisti	Totale
	Italiani	Stranieri	Totale		
Da solo/a	15,1	17,3	16,7	24,2	17,8
In coppia	33,5	39,6	37,9	24,7	35,8
Famiglia	31,0	24,8	26,5	28,6	26,8
Amici	17,9	12,7	14,2	13,9	14,1
Gruppo organizzato	2,6	5,6	4,7	8,7	5,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Graf. 27 – Precedenti esperienze di viaggio nell'Area Metropolitana di Firenze. Valori %



L'attuale rilevazione conferma il calo dei visitatori che dichiarano di essere alla prima esperienza di viaggio sul territorio, passando dal 51,6% del 2013 al 45,4% del 2018. Ad ogni modo, il 57,9% dei turisti stranieri intervistati dichiara di essere alla prima esperienza di viaggio nell'area, contro l'esiguo 16,6% dei connazionali, di cui circa un terzo è già stato tra le 2 e le 3 volte sul territorio fiorentino.

Tab. 33 - Precedenti visite nell'Area Metropolitana di Firenze. Valori %

Quante visite	Turisti			Escursionisti	Totale
	Italiani	Stranieri	Totale		
Mai	16,6	57,9	47,3	35,1	45,4
1 volta	17,9	19,9	19,4	16,8	19,0
2 o 3 volte	32,2	12,2	17,3	22,3	18,1
4 o 5 volte	15,6	4,5	7,4	9,5	7,7
Da 6 a 10 volte	6,6	1,9	3,1	3,6	3,2
Più di 10 volte	11,1	3,6	5,5	12,7	6,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tuttavia, va precisato che l'analisi del campione per luogo di pernottamento restituisce uno scenario ben diverso. Se si concentra l'osservazione sul comune di Firenze, il 54,6% degli intervistati afferma di essere alla sua prima visita, mentre la percentuale scende al 36,2% se si allarga l'osservazione sul resto della Città Metropolitana.

Tab. 34 – Le precedenti visite per luogo di pernottamento. Valori %

Quante visite	Luogo pernottamento dei turisti		
	Firenze	Altri comuni	Totale
Mai	54,6	36,2	47,3
1 volta	18,3	21,1	19,4
2 o 3 volte	14,0	22,4	17,3
4 o 5 volte	5,4	10,4	7,4
Da 6 a 10 volte	2,5	4,0	3,1
Più di 10 volte	5,3	5,9	5,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Le motivazioni del viaggio

Il patrimonio artistico e culturale si conferma la principale motivazione di viaggio per i visitatori giunti a Firenze o negli altri comuni della Città Metropolitana. La rilevazione del 2013 aveva evidenziato una rilevante contrazione della domanda legata ai soggiorni culturali, mentre l'attuale campione ha espresso una preferenza in crescita di circa 10 punti percentuali (45,0%).

Si consolida l'interesse per le risorse naturali e ambientali (dall'8,5% del 2013 all'11,4% del 2019), mentre cala l'incidenza del richiamo espressamente enogastronomico (da 10,7% a 8,0%).

Rispetto alla precedente indagine, sono state rilevate nuove motivazioni di viaggio quali shopping (4,0%) e wedding (1,8%), segni dei trend emergenti sul territorio.

In alcune categorie sono evidenti differenze sostanziali tra le motivazioni espresse dal campione di turisti italiani e gli stranieri. Il patrimonio artistico e culturale, benché sia rilevante per entrambe le componenti, risulta notevolmente più incisivo tra i turisti stranieri (53,2% contro il 33,4% degli italiani). Per gli italiani, invece, sono molto più frequenti i soggiorni per visita a parenti e amici (12,5% a fronte dei 5,3% degli stranieri).

Infine tra gli escursionisti, oltre alla visita al patrimonio artistico e culturale, sono molto ricorrenti i viaggi per lavoro o convegni (16,1%) e quelli legati allo shopping (14,6%).

Tab. 35 - La motivazione principale del soggiorno/visita. Valori %

Motivazione	Turisti			Escursionisti	Totale
	Italiani	Stranieri	Totale		
Patrimonio artistico e culturale	33,4	53,2	47,7	30,4	45,0
Natura e ambiente	11,9	12,9	12,7	4,5	11,4
Enogastronomia, degustazione, ecc.	8,4	8,4	8,4	5,8	8,0
Visita a parenti o amici	12,5	5,3	7,3	10,3	7,8
Lavoro/affari, convegni, (MICE)	6,4	6,0	6,1	16,1	7,6
Istruzione e formazione	3,8	4,7	4,5	4,1	4,4
Shopping	3,5	1,6	2,1	14,6	4,0
Wedding	2,3	1,8	1,9	0,9	1,8
Eventi o spettacoli	3,8	0,9	1,7	1,8	1,7
Altro*	14,0	5,2	7,6	11,6	8,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Per quanto riguarda i turisti nella categoria “Altro” sono stati citati prevalentemente riposo e relax, trekking e itinerari storico-culturali, salute e visite mediche, mentre tra gli escursionisti è risultata frequente la visita di passaggio a Firenze.

Tab. 36 - La motivazione principale del soggiorno per luogo di pernottamento. Valori %

Motivazione	Luogo pernottamento dei turisti		
	Firenze	Altri comuni	Totale
Patrimonio artistico e culturale	58,3	32,2	47,7
Natura e ambiente	7,5	20,2	12,7
Enogastronomia, degustazione e prodotti tipici	7,4	10,0	8,4
Visita a parenti o amici	5,9	9,4	7,3
Lavoro/affari, convegni, conferenze (MICE)	7,6	3,8	6,1
Istruzione e formazione	5,5	3,0	4,5
Shopping	1,1	3,6	2,1
Wedding	1,2	3,0	1,9
Eventi o spettacoli	1,4	2,2	1,7
Altro	4,1	12,6	7,6
Totale	100,0	100,0	100,0

Anche in questo caso, le motivazioni di viaggio variano a seconda del luogo di pernottamento del turista. Il patrimonio artistico è determinante per chi sceglie il capoluogo, superando il 58% delle citazioni da parte degli intervistati, mentre si ferma a quota 32,2% nel caso dei restanti comuni dell'area. Al contrario, le bellezze naturali e l'enogastronomia rivestono una maggiore incidenza nel resto delle località.

Il fattore anagrafico rappresenta un'ulteriore variabile. Ferma restando l'età media pari a 43,5 anni, si rilevano valori superiori tra gli intervistati in viaggio per assistere a eventi o spettacoli (47,7 anni), per esperienze a contatto con la natura (47,0 anni), per lavoro/MICE (45,3 anni) o alla scoperta del patrimonio artistico/culturale (44,5 anni). La soglia cala per

occasioni quali i matrimoni (39,9 anni), visita a parenti e amici (38,8 anni) e i soggiorni studio (28,4).

Pernottamento e alloggio

Analogamente a quanto fatto in occasione delle precedenti indagini, anche nell'attuale edizione era prevista una sezione del questionario dedicata alle informazioni sulle scelte di soggiorno, ad appannaggio esclusivo dei turisti pernottanti.

Tab. 37 - La sistemazione scelta per l'alloggio per nazionalità dei turisti. Valori %

Sistemazione	Italiani	Stranieri	Totale
Albergo	31,0	43,6	40,0
Appartamento in affitto	10,2	14,8	13,5
B&B	16,5	11,3	12,7
Agriturismo	11,4	7,8	8,8
Ospite amici/parenti	12,6	5,9	7,8
Camera in affitto	3,1	3,2	3,2
Ostello	0,6	3,3	2,6
Campeggio/Villaggio	3,1	2,4	2,6
Casa di proprietà	4,0	1,5	2,2
Camper/Roulotte	2,3	1,4	1,7
Residence	0,6	2,0	1,5
Affittacamere	2,0	0,9	1,3
Casa vacanze	1,1	0,4	0,6
Comunità religiosa	0,9	0,2	0,4
Altre sistemazioni	0,6	1,3	1,1
Totale	100,0	100,0	100,0

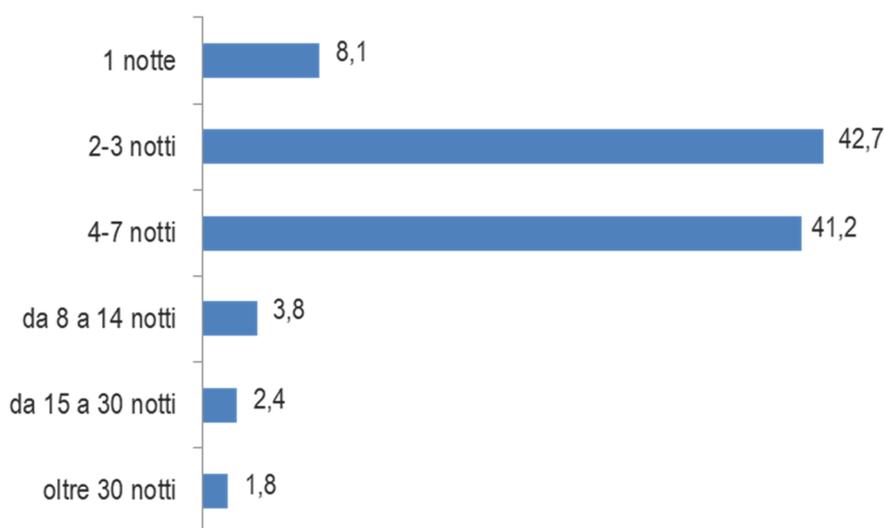
Il 40% degli intervistati dichiara di alloggiare presso una struttura alberghiera, percentuale che sale al 43,6% se si isola l'osservazione alla sola componente straniera, mentre scende al 31,0% per gli italiani. Inoltre, nonostante si confermi la tipologia di alloggio preferita anche negli altri comuni della Città Metropolitana, è evidente un notevole scostamento dalla quota relativa ai pernottamenti a Firenze (52,5% contro il 22,0% del resto dell'area). L'appartamento in affitto rappresenta la seconda scelta più ricorrente, a differenza di quanto rilevato nel 2013 (dal 7,8% al 13,5%). Anche i B&B consolidano la propria quota, sebbene con un incremento ben più contenuto (dall'11,6% al 12,7%). Al contrario, si registra una forte contrazione per gli agriturismi che perdono circa 10 punti percentuali (dal 18,7% all'8,8%). Per il campione di intervistati di nazionalità italiana il pernottamento presso amici e parenti resta un'opzione piuttosto frequente (12,8%). Infine, gli ostelli vengono scelti prevalentemente da stranieri e le case di proprietà sono spesso di connazionali. Tra le altre sistemazioni sono stati citati, tra gli altri, le host family, le residenze d'epoca, le case per ferie e le residenze universitarie.

La permanenza media del campione è di 6,5 notti e varia dalle 6,9 notti in caso di soggiorni nella città di Firenze alle 5,8 notti nel resto della Città Metropolitana. Lo scostamento

rilevante rispetto alla durata media del soggiorno (2,7 per Firenze e 2,9 per tutta l'area metropolitana) ottenuta dai dati della statistica ufficiale è determinato dalla presenza, in questo caso, di turisti che soggiornano in appartamenti o in altre forme ricettive non rilevate nei movimenti statistici.

Il confronto con il risultato dell'indagine realizzata nel 2013 (3,9 notti) evidenzia un notevole incremento della durata del soggiorno, che arriva persino a superare la già alta quota del 2008 (5,7 notti). Gli italiani si fermano in media per 6,6 notti (7,4 notti a Firenze, 5,5 nel resto del territorio), gli stranieri per 6,5 notti (6,7 notti a Firenze, 6,0 notti nei restanti comuni). Nello specifico, gli intervistati pernottano prevalentemente tra le 2-3 notti (42,7%) e le 4-7 notti (41,2%).

Graf. 28 – Durata media del soggiorno nelle strutture ricettive ufficiali. Valori %



Chi sceglie l'albergo, il bed and breakfast o l'ostello pernotta circa 3 notti; permanenze medie più lunghe, invece, per chi soggiorna in agriturismo (5,9), presso amici e parenti (7,8) e in casa di proprietà (11,4). Infine, i tempi si dilatano ulteriormente per chi sceglie l'appartamento (15,5) o le camere in affitto (22,8).

Tab. 38 – Durata media del soggiorno per tipologia di alloggio

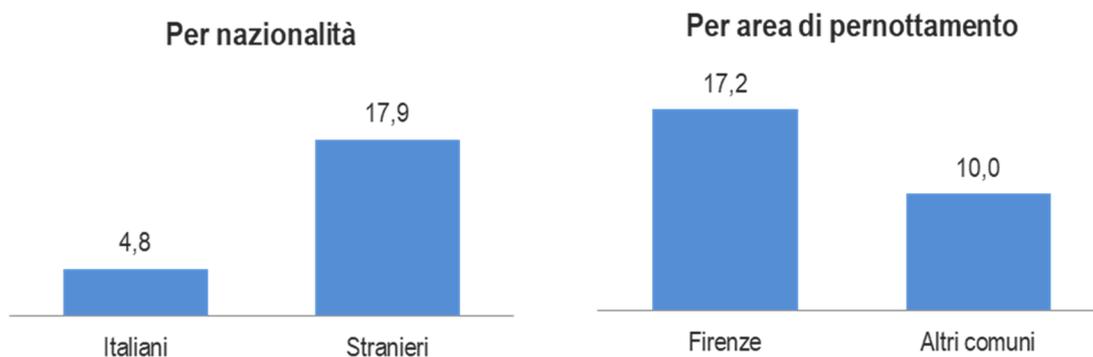
Sistemazione	Num. notti
Albergo	3,2
Appartamento in affitto	15,5
B&B	3,5
Agriturismo	5,9
Ospite amici/parenti	7,8
Camera in affitto	22,8
Ostello	3,0
Casa di proprietà	11,4

I pacchetti "inclusive" acquistati presso ADV/Tour Operator

Solo il 17,9% dei turisti stranieri intervistati afferma di avere acquistato un pacchetto "inclusive" rivolgendosi quindi a un'Agenzia di Viaggio o a un Tour Operator; ancora più bassa la quota di italiani, con un esiguo 4,8%. Pertanto si conferma un profilo di turista molto indipendente che preferisce organizzare in totale autonomia il proprio soggiorno. In relazione all'area di pernottamento, si riscontrano valori di intermediazione più alti all'interno della città di Firenze (17,2%), piuttosto che nel resto dell'area (10,0%).

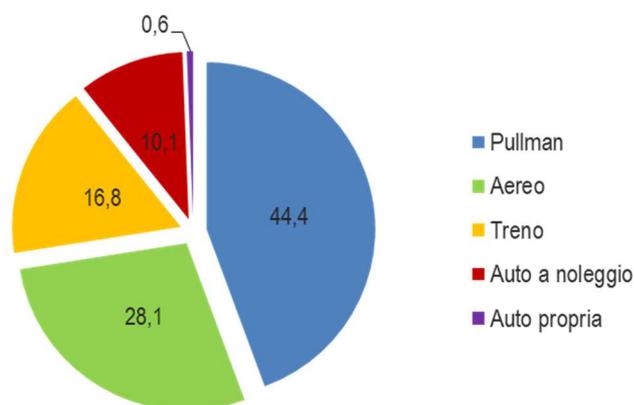
Il 90% del totale di coloro che hanno acquistato pacchetti inclusive è di nazionalità straniera; si tratta, in particolare, di turisti provenienti dagli Stati Uniti (12,5%), dalla Cina (10,0%), dal Regno Unito (8,8%) e dalla Germania (8,1%). L'85% dei rispondenti ha alloggiato presso strutture alberghiere e, in generale, la permanenza media è stata più bassa (3,5 notti). Il 71% ha pernottato nella città di Firenze e il restante 29% in altri comuni della Città Metropolitana.

Graf. 29 - Turisti che hanno acquistato un pacchetto "inclusive" in AdV/TO. Valori %



L'aereo è il vettore più frequentemente incluso nei pacchetti "inclusive" a cui però vengono spesso abbinati altri mezzi di trasporto, fra tutti il pullman (44,4%). Segue il treno, con il 16,8%, mentre è marginale la quota di turisti che ricorrono all'auto, in particolare di proprietà (0,6%).

Graf. 30 - Il mezzo di trasporto utilizzato per arrivare nella Città Metropolitana di Firenze dai turisti che hanno acquistato un pacchetto. Valori %



Tutti coloro che si sono rivolti ai servizi di intermediazione e/o produzione di pacchetti dichiarano di aver incluso l'alloggio con o senza pasti; il trasporto dalla residenza a destinazione è l'altro servizio maggiormente richiesto, con percentuali prossime al totale. Circa la metà del campione afferma di avere incluso sia le spese correlate ai pasti all'esterno della struttura in cui soggiornava sia altri servizi aggiuntivi quali visite a musei, escursioni e spettacoli e intrattenimento. Tra coloro che hanno scelto di avvalersi dei servizi delle agenzie e T.O. solo il 28% ha dichiarato l'acquisto di pacchetti "all inclusive". Tuttavia, il 92% ha dichiarato di avere sostenuto altre spese oltre a quelle previste dal pacchetto.

Tab. 39 - Servizi inclusi nei pacchetti. Valori %

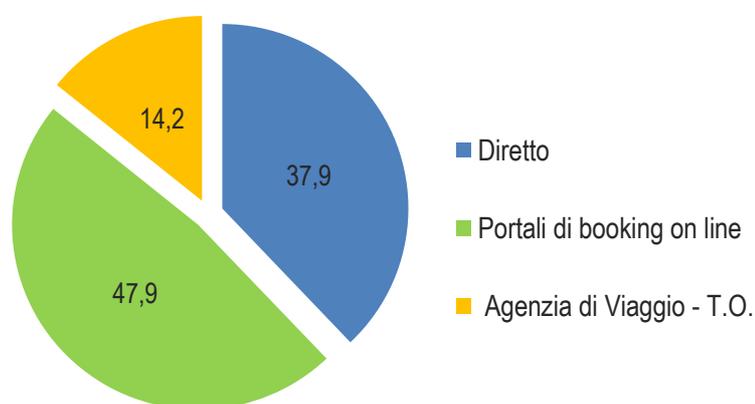
	Italiani	Stranieri	Totale
Trasporto dalla residenza fino alla Città Metropolitana di Firenze	94,1	96,9	96,6
Alloggio, con o senza pasti, nelle strutture in cui si è pernottato	100	100	100
Ristoranti, bar (altri pasti consumati all'esterno delle strutture di alloggio)	58,8	47,8	48,9
Altri servizi (musei, spettacoli, intrattenimenti, escursioni, noleggio, ecc.)	47,1	46,0	46,1

Infine, per il 48% dei turisti il viaggio-pacchetto "all inclusive" include altre destinazioni, non solo in Toscana ma anche nel resto del territorio nazionale, come si evince dal fatto che la destinazione Firenze e Città Metropolitana incide solo per il 41% delle notti totali incluse.

I canali di prenotazione e le fonti di informazione

Osservando le modalità di prenotazione emerge l'importanza dei portali e piattaforme di promo-commercializzazione on line (47,9%), ma un ruolo rilevante ricoprono anche le abitudini di consumo che spingono il turista a prenotare mediante il form di contatto previsto da Sito della struttura, la posta elettronica, il telefono o la presentazione diretta alla reception (37,9%). Le prenotazioni mediate da agenzie di viaggio e T.O. (14,2%) mantengono comunque dei discreti margini.

Graf. 31 – I canali di prenotazione dell'alloggio. Valori %



Stesso trend si rileva quando si osservano le fonti di informazioni utilizzate dal turista nel momento in cui si appresta a scegliere la destinazione. È sempre il web a farla da padrone con il 48,0% delle preferenze; sono in particolare gli stranieri a ricorrere maggiormente ai siti online (50,0%). Tuttavia, i social network sono utilizzati solo dal 5,1% del campione intervistato. In circa il 16% dei casi il turista ricorre al consiglio di parenti e amici o a guide turistiche e riviste specializzate, con un'incidenza maggiore di italiani nel primo caso (25,2%) e di stranieri nel secondo (13%). Il 10,0% si rivolge alle agenzie di viaggio ma la quota scende al 3,2% se si limita l'analisi alla componente domestica mentre al contrario le precedenti visite sono più rilevanti per gli italiani (9,7%).

Tab. 40 - Le fonti di informazione sulla destinazione scelta per nazionalità. Valori %

Fonte informazioni	Italiani	Stranieri	Totale
Siti web	42,1	50,0	48,0
Consiglio parenti/amici	25,2	13,0	16,1
Guide turistiche, riviste, ecc.	12,1	16,1	15,1
Agenzie di viaggio o Tour Operator	3,2	12,4	10,0
Social network	6,4	4,7	5,1
Precedenti visite	9,7	2,3	4,2
Contatti con Uffici Informazione	1,3	0,8	1,0
Altro	0,0	0,7	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0

5.3 La soddisfazione del viaggio

Il questionario includeva anche una sezione riservata alla *customer satisfaction* del visitatore. L'impostazione ricalcava quella delle precedenti edizioni nonostante siano state ridotte le aree di indagine per rendere più fruibile e snella l'intervista. Il giudizio è stato espresso su una scala da 1 (minima soddisfazione) a 10 (massima soddisfazione).

Il giudizio complessivo che emerge dalle risposte fornite dagli intervistati riporta un indice molto positivo pari a una media dell'8,4/10, in linea con i risultati delle precedenti rilevazioni e a conferma del sempre alto gradimento nei confronti del territorio fiorentino.

Nello specifico, gli stranieri hanno espresso un voto globale persino superiore alla media (8,6). Gli aspetti che hanno riscosso il più alto apprezzamento da parte dei visitatori sono la rete museale e culturale (8,8) e il paesaggio e la cura dell'ambiente (8,7). Giudizi superiori all'8 anche per la ristorazione e la qualità della cucina, l'accoglienza dei residenti e l'artigianato, i sapori e le tradizioni locali. Anche le strutture ricettive sono state valutate positivamente (7,9) così come la rete commerciale nel suo complesso (7,8) nonostante il livello dei prezzi rientri tra le categorie con l'indice di gradimento più basso (6,8). Il turista si è sentito, nel complesso, piuttosto al sicuro come si evince dalla media del 7,9 espressa al riguardo. Infine, le opinioni più critiche sono state rivolte agli aspetti riguardanti il trasporto locale, la segnaletica e la viabilità e l'accessibilità e i servizi per ospiti con bisogni speciali.

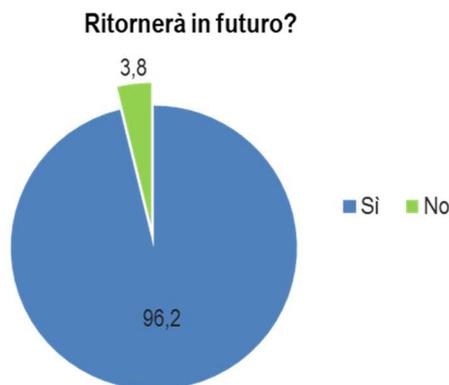
Tab. 41 - Il livello di soddisfazione del visitatore nella Città Metropolitana di Firenze

Aspetti	Media giudizi
Musei, opere d'arte e attrazioni culturali	8,8
Il paesaggio e cura dell'ambiente	8,7
La ristorazione e qualità della cucina	8,3
L'accoglienza dei residenti	8,2
Artigianato, sapori e tradizioni locali	8,2
Qualità e accoglienza delle strutture ricettive	7,9
Sicurezza del turista	7,9
Qualità e varietà della rete commerciale	7,8
Servizio di informazione al turista	7,4
Servizi di trasporto locale	7,2
Segnaletica turistica e sentieristica	7,0
Accessibilità e servizi per ospiti con bisogni speciali	6,9
Livello dei prezzi	6,8
Viabilità/traffico e segnaletica	6,6
Giudizio complessivo	8,4

In rapporto all'area di pernottamento, la città di Firenze ha ottenuto, in quasi tutti gli aspetti indagati, giudizi più positivi rispetto ai restanti comuni della Città Metropolitana, ad eccezione per il paesaggio, l'artigianato e la viabilità/segnaletica. La media giudizi più positiva è stata espressa dalla classe di intervistati tra i 25 e i 34 anni di età, che ha in particolare apprezzato la ristorazione, la qualità delle strutture ricettive e la sicurezza garantita ai turisti, mentre se si analizzano le risposte del campione in rapporto alla motivazione principale della visita sono i viaggi spinti da una motivazione naturale e ambientale a ottenere la media globale più elevata, grazie ai voti molto alti riservati ad aspetti quali il paesaggio, la ristorazione e l'artigianato.

La quasi totalità del campione si dice propenso in futuro a un eventuale ritorno nella Città Metropolitana di Firenze. Questo risultato riguarda sia i visitatori escursionisti (97,0%) sia i turisti (96,1%). Tra i turisti intervistati, tutti gli italiani hanno risposto affermativamente così come il 94,7% degli stranieri. Percentuali simili anche per coloro che hanno scelto di soggiornare nella città Firenze (95,7%) o negli altri comuni (96,7%).

Graf. 32 – Propensione a ripetere la visita nell'Area Metropolitana di Firenze. Valori %



5.4 I profili dei visitatori dei principali mercati esteri



L'IDENTIKIT DEL TURISTA
STATUNITENSE



Soggiorna prevalentemente in compagnia del proprio partner, prenotando tramite AdV



Oltre il 65% del campione di intervistati si è informato navigando sul Web

Motivazioni principali:
PATRIMONIO ARTISTICO
E CULTURALE ed
ENOGASTRONOMIA
Per 6 statunitensi su 10 si tratta della prima visita

L'albergo è la tipologia di alloggio preferita da circa il 50% degli intervistati



Mezzo di trasporto preferito durante la vacanza:
AUTO NOLEGGIO E
TRENO



PUNTI DI FORZA

Sistema museale, ristorazione e accoglienza dei residenti



CRITICITÀ

Segnaletica stradale e turistica, prezzi e viabilità

GIUDIZIO MEDIO GLOBALE



L'IDENTIKIT DEL TURISTA TEDESCO



Viaggia spesso in coppia, privilegiando il contatto diretto con la struttura per la prenotazione



Il web è la principale fonte di informazione, scelto da 6 intervistati su 10

Motivazioni principali:
PATRIMONIO ARTISTICO
E CULTURALE e
NATURA E AMBIENTE

Circa un terzo del campione, è al suo primo viaggio nell'area



Circa il 30% preferisce alloggiare in albergo



Mezzo di trasporto preferito durante la vacanza:
AUTO PROPRIA



PUNTI DI FORZA

Sistema museale, paesaggio e ristorazione



CRITICITÀ

Prezzi, accessibilità e viabilità

GIUDIZIO MEDIO GLOBALE

8,4



L'IDENTIKIT DEL TURISTA FRANCESE



Viaggia spesso in famiglia, prenotando tramite Ota. Il 37% arriva con la propria auto



In 7 casi su 10 ricerca le informazioni sul Web, ma utilizza anche le guide cartacee

Motivazioni principali:
PATRIMONIO
ARTISTICO E
CULTURALE e
NATURA E AMBIENTE
Nel 38% dei casi, è al suo primo viaggio nell'area

Il 30% preferisce pernottare in strutture alberghiere ma sono frequenti anche i soggiorni in B&B



Mezzo di trasporto preferito durante la vacanza:
AUTO PROPRIA



PUNTI DI FORZA

Sistema museale, paesaggio e accoglienza dei residenti



CRITICITÀ

Prezzi, viabilità e trasporti locali

GIUDIZIO MEDIO GLOBALE

8,3

L'IDENTIKIT DEL TURISTA BRITANNICO



Viaggia spesso in compagnia del proprio coniuge/partner, contattando direttamente la struttura



Ricerca le informazioni sulla destinazione prevalentemente sul Web ma si affida anche al consiglio di familiari e/o parenti

Motivazioni principali:
**PATRIMONIO ARTISTICO
E CULTURALE** e
NATURA E AMBIENTE
La quota di *repeaters* è pari al 39,4%

Oltre il 46% dei turisti britannici sceglie di pernottare in strutture alberghiere



Mezzo di trasporto preferito durante la vacanza:
AUTO E MEZZI PUBBLICI



PUNTI DI FORZA

Sistema museale, paesaggio e ristorazione



CRITICITÀ

Viabilità e segnaletica, prezzi e accessibilità

GIUDIZIO MEDIO GLOBALE

8,7

L'IDENTIKIT DEL TURISTA SPAGNOLO



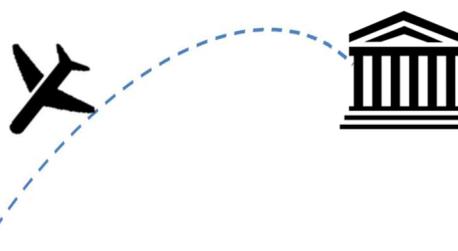
Viaggia prevalentemente in coppia, prenotando tramite il sito web della struttura



Quasi il 77% dei turisti spagnoli cerca informazioni sul web

Motivazioni principali:
PATRIMONIO
ARTISTICO E
CULTURALE ed
ENOGASTRONOMIA
Per circa il 62%
è la prima visita

L'albergo è la tipologia di alloggio preferita da oltre il 46% del campione



Mezzo di trasporto preferito durante la vacanza:
MEZZI PUBBLICI E TRENO



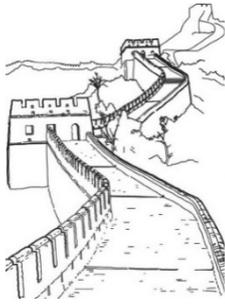
+ PUNTI DI FORZA
- CRITICITÀ

Sistema museale, paesaggio e artigianato, sapori e tradizioni locali

Accessibilità, prezzi e viabilità

GIUDIZIO MEDIO GLOBALE





L'IDENTIKIT DEL TURISTA CINESE



Viaggia in compagnia del proprio partner, prenotando tramite AdV



Il Web è lo strumento di informazione preferito da 7 intervistati su 10

Motivazioni principali:
**PATRIMONIO ARTISTICO
E CULTURALE** e
LAVORO e **MICE**
8 cinesi su 10 sono al primo soggiorno nell'area

L'albergo è la tipologia di alloggio preferita



Mezzo di trasporto preferito durante la vacanza:
MEZZI PUBBLICI



PUNTI DI FORZA

Sistema museale, paesaggio e ristorazione



CRITICITÀ

Prezzi, accessibilità e viabilità

GIUDIZIO MEDIO GLOBALE:

8,5

5.5 La spesa dei turisti

Per la stima della spesa sostenuta dai visitatori turisti/escursionisti è stata utilizzata la stessa procedura metodologica adottata nelle precedenti rilevazioni. In particolare, attraverso l'indagine diretta ai turisti sono state raccolte tutte le informazioni sui comportamenti di consumo durante la loro permanenza nell'Area Metropolitana di Firenze. La successiva elaborazione dei dati ha consentito di pervenire ad una valutazione della spesa media giornaliera del turista/escursionista, suddivisa per tipologia di beni e servizi acquistati.

Gli stessi valori sono stati poi ponderati con la dimensione dei fenomeni indagati, ovvero l'aggregato della domanda turistica ufficiale, quella non ufficiale e la domanda escursionistica, in modo da determinare la spesa complessiva riversata sui diversi sistemi economici che compongono il territorio dell'Area Metropolitana. Fermo restando che non è obiettivo primario di questo lavoro la quantificazione del movimento non ufficiale ed escursionistico, i due riferimenti erano comunque necessari per la valutazione complessiva della spesa turistica; per questo ci si è avvalsi dei risultati acquisiti dalle numerose indagini (*field* e *desk* research) realizzate nel corso degli anni nelle diverse località metropolitane. I dati ottenuti e sistematizzati nelle diverse serie storiche sono stati comparati con i risultati divulgati da altri autorevoli Istituti di Ricerca (Banca d'Italia, Irpet, ecc.), oltre che essere re-interpretati sulla base dei trend emersi dalle analisi di contesto, che negli ultimi anni hanno evidenziato una importante "emersione" di piccole strutture che già operavano al di fuori dei canali ufficiali della ricettività turistica. In base alle risultanze ottenute dal procedimento appena descritto è plausibile supporre che i flussi secondari nei comuni dell'Area Metropolitana di Firenze nel 2018 abbiano prodotto 7,8 milioni di presenze, circa il 18,8% in meno rispetto alla dimensione del fenomeno stimato nel 2013. Pertanto, aggregando i dati disponibili, nel 2018 si stima un totale di 23,3 milioni di presenze ufficiali e non ufficiali, di cui 6,7 milioni di pernottamenti di turisti italiani e 16,6 di stranieri.

Tab. 42 – Le presenze turistiche ufficiali e non ufficiali nella Città Metropolitana di Firenze

Anno 2018	Presenze Ufficiali	Stima Presenze Non Ufficiali	Totale presenze
Italiani	4,367 milioni	2,417 milioni	6,784 milioni
Stranieri	11,129 milioni	5,425 milioni	16,554 milioni
Totale	15,496 milioni	7,842 milioni	23,338 milioni

Per la stima del fenomeno escursionistico sono stati utilizzati i dati emersi dall'indagine campionaria alla domanda turistica, che ha consentito di fissare in 5,4 ad 1 il rapporto tra turisti ufficiali/non ufficiali ed escursionisti, che ovviamente si concentrano maggiormente nell'area del capoluogo. Anche in questo caso la valutazione ha tenuto conto dei dati storici acquisiti attraverso le numerose indagini realizzate negli anni precedenti, considerando che l'ambito di osservazione non è la sola città di Firenze, bensì l'Area Metropolitana. Quindi, il viaggiatore che pernotta in una località del Mugello e si reca in visita nel capoluogo non viene considerato escursionista, ma un turista del territorio. Pertanto, in base alla valutazione complessiva degli elementi a disposizione, le presenze escursionistiche stimate per l'anno 2018 ammonterebbero a circa 4,4 milioni.

Per la particolarità del fenomeno “osservato” e per l’eterogeneità del mercato, ai fini della determinazione della spesa è stato necessario individuare tre diversi profili di visitatori, sulla base della provenienza dichiarata e dei comportamenti di consumo rilevati attraverso le interviste: il turista che ha soggiornato in una struttura ricettiva ufficiale, il turista che ha dichiarato una sistemazione al di fuori dei canali ufficiali e l’escursionista che ha limitato la sua permanenza in una località dell’Area Metropolitana al tempo necessario per la visita, senza pernottare.

In base alle risposte fornite dal campione di turisti (sia quelli che prediligono la formula del soggiorno autorganizzato, sia quelli che scelgono i servizi dell’intermediazione/produzione turistica acquistando “pacchetti”), mediamente la spesa pro-capite giornaliera sostenuta durante il soggiorno è stata stimata in 135,9 Euro (137,5 Euro nel 2013). In particolare, 160,5 Euro è la spesa stimata per il turista “ufficiale”, così classificato in base alla sistemazione ricettiva dichiarata nel corso dell’intervista, contro gli 87,5 Euro di spesa stimata per i turisti “non ufficiali”.

Per gli italiani la spesa pro-capite è di 132,1 Euro, mentre per gli stranieri sale a 171,6 Euro. Per i turisti ufficiali la principale voce di spesa che assorbe il 38,1% del budget medio è rappresentata dall’alloggio. Segue la “ristorazione” che assorbe il 22,4% della spesa totale. Queste due voci costituiscono oltre il 60% della spesa media complessiva di coloro che soggiornano nelle strutture ricettive ufficiali nelle diverse località dell’Area Metropolitana.

Tab. 43 – Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti ufficiali e non ufficiale nell’Area Metropolitana di Firenze – Valori in €

Beni e servizi	Turisti Ufficiali			Turisti Non Ufficiali
	Italiani	Stranieri	Totale	
Spese di trasporto nell’Area Metropolitana	11,8	27,6	23,2	18,0
- di cui per carburante	6,3	4,3	4,9	3,2
- di cui per noleggio auto	0,3	7,9	5,7	3,0
Spese di alloggio, pasti e colazione nella struttura	57,5	62,5	61,1	20,0
Spese ristoranti/bar e consumi fuori da strutture alloggio	31,8	37,6	36,0	21,8
Spese per acquisto di prodotti enogastronomici tipici	3,7	4,9	4,5	2,8
Spese per servizi culturali	6,9	8,1	7,7	4,0
Spese per servizi sportivi e ricreativi	3,8	5,4	4,9	5,6
Spese per vestiario e calzature	11,4	16,6	15,1	9,9
Spese per prodotti dell’artigianato e antiquariato	3,1	4,9	4,4	2,3
Altre spese	2,2	4,1	3,6	2,8
Totale spesa	132,1	171,6	160,5	87,5

Una diversificazione dei comportamenti di consumo, non riconducibile esclusivamente alla mancanza della spesa per l’alloggio, riguarda gli spettatori escursionisti. I risultati dell’indagine, hanno indicato per questa componente una spesa media di 49 Euro e i capitoli di spesa più rilevanti riguardano i servizi ristorativi e gli acquisti presso le imprese della rete commerciale.

Tab. 44 – Spesa media pro-capite degli escursionisti – Valori in €

	Spesa media
Spese di trasporto per spostamenti nell' Area Metropolitana di Firenze	4,6
- di cui per carburante	1,5
Spese ristoranti e bar per consumi fuori dalle strutture di alloggio	14,1
Spese per acquisto di prodotti enogastronomici tipici	4,8
Spese per servizi culturali	4,8
Spese per servizi sportivi e ricreativi	1,1
Spese per vestiario e calzature	11,1
Spese per prodotti dell'artigianato e antiquariato	5,1
Altre spese	3,4
Totale spesa	49,0

L'elaborazione delle informazioni raccolte ha permesso di stimare in circa 3.173 milioni di euro la spesa turistica complessiva (ufficiale e non ufficiale) per il 2018 nell'Area Metropolitana di Firenze. Circa 2.486 milioni di Euro (78,4%) sono stati generati dai consumi della domanda ufficiale, i rimanenti 686 milioni di Euro (21,6%) derivano dalla spesa dei turisti non ufficiali.

Tab. 45 – Ripartizione spesa totale dei turisti ufficiali e non ufficiali – Valori in milioni di €

Voce di spesa	Spesa totale	Val. %
Spese di trasporto nell' Area Metropolitana di Firenze	500,5	15,8
- di cui per carburante	101,0	3,2
- di cui per noleggio auto	112,2	3,5
Spese di alloggio, compresi pasti e colazione nella struttura	1.103,7	34,8
Spese ristoranti/bar per consumi fuori dalle strutture di alloggio	728,5	23,0
Spese per acquisto di prodotti enogastronomici tipici	92,8	2,9
Spese per servizi culturali	151,4	4,8
Spese per servizi sportivi e ricreativi	120,5	3,8
Spese per vestiario e calzature	312,0	9,8
Spese per prodotti dell'artigianato e antiquariato	86,0	2,7
Altre spese	77,4	2,4
Totale spesa	3.172,8	100

Rispetto ai risultati dell'indagine realizzata nel 2013 si rileva un aumento significativo delle presenze e una leggera contrazione della spesa media giornaliera pro-capite. Complessivamente il flusso di spesa aumenta del 4,3% con una variazione media annua del +0,8%.

Tab. 46 – Comparazione della spesa turistica ufficiale e non ufficiale

	Presenze turistiche	Spesa media pro -capite	Spesa complessiva
Anno 2013	22,1 milioni	137,5	3.043 milioni di €
Anno 2018	23,3 milioni	135,9	3.173 milioni di €
Var. % 2018/2013	+5,5%	-1,2%	+4,3%
Var.% media annua	+1,1%	-0,2%	+0,8%

Oltre all'ammontare complessivo della spesa turistica riversata sull'intera Area Metropolitana è importante soffermarsi sulla distribuzione delle quote tra il capoluogo, senza dubbio la destinazione più attrattiva, e il resto delle altre località del territorio.

Pur essendo un valore assai complesso da definire, attraverso una serie di indicatori ottenuti dall'indagine campionaria sono stati attribuiti dei "pesi" ad ogni singola voce di spesa, in modo da poter ricostruire un valore per ogni settore produttivo. Ad esempio: la spesa della ricettività è stata ricostruita in base alle località di soggiorno dichiarate, la spesa della ristorazione e i consumi "culturali" sono stati ripartiti in funzione delle località di visita dichiarate, ecc. Secondo questi criteri, le stime portano a definire una spesa di 2.285 milioni di Euro nella città di Firenze, pari al 72,2% dell'importo totale.

Tab. 47 – Ripartizione della spesa totale per aree e presenze totali (ufficiali e non ufficiali)

Area	Spesa complessiva	Val. %	Presenze totali
Città di Firenze	2,285 milioni di €	72,2	16,190 milioni
Altri comuni	887 milioni di €	27,8	7,148 milioni
Totale	3,173 milioni di €	100	23,338 milioni

Infine, se alle voci di spesa stimate per il movimento dei turisti ufficiali e non ufficiali si considerano anche i consumi generati dal flusso degli escursionisti, la spesa complessiva sale a 3.385 milioni di Euro.

Tab. 48 – Ripartizione della spesa totale dei turisti ufficiali, non ufficiali ed escursionisti – Valori in milioni €

Voce di spesa	Spesa totale	Val. %
Spese di trasporto nell'Area Metropolitana di Firenze	520,4	15,4
- di cui per carburante	107,6	3,2
- di cui per noleggio auto	112,2	3,3
Spese di alloggio, compresi pasti e colazione nella struttura	1.103,7	32,6
Spese ristoranti e bar per consumi fuori dalle strutture di alloggio	790,0	23,3
Spese per acquisto di prodotti enogastronomici tipici	113,7	3,4
Spese per servizi culturali	172,3	5,1
Spese per servizi sportivi e ricreativi	125,3	3,7
Spese per vestiario e calzature	360,1	10,6
Spese per prodotti dell'artigianato e antiquariato	107,9	3,2
Altre spese	92,3	2,7
Totale spesa	3.385,70	100,0

6 La valutazione dell'impatto economico del settore nell'Area Metropolitana

6.1 Aspetti metodologici

Obiettivo di questa parte del lavoro è quello di rappresentare la valutazione, il più possibile esaustiva, dell'impatto economico² complessivo generato dalla domanda di beni e servizi dei turisti e dalla conseguente attività produttiva attivata dal mercato turistico. Nell'effettuare tale valutazione occorre, tuttavia, considerare che i meccanismi che conducono ad un'attivazione economica nel territorio sono molteplici. In primo luogo si possono considerare gli effetti derivanti dalla maggior visibilità delle destinazioni, dal loro posizionamento sui mercati turistici nazionali ed internazionali, dalle relazioni culturali ed economiche attivate dall'organizzazione di eventi o da altre azioni di stimolo presso la domanda. Altri ancora sono legati alla propensione di spesa dei visitatori che può rappresentare la componente più rilevante in termini di valore aggiunto attivato.

Pertanto, nella procedura di valutazione economica del settore lo studio si è concentrato principalmente sugli effetti generati dalla domanda dei turisti ufficiali, non ufficiali e degli escursionisti, che in termini quantitativi rimane senza dubbio la parte più rilevante, tralasciando gli effetti derivanti dalle azioni promozionali e dagli investimenti dei privati.

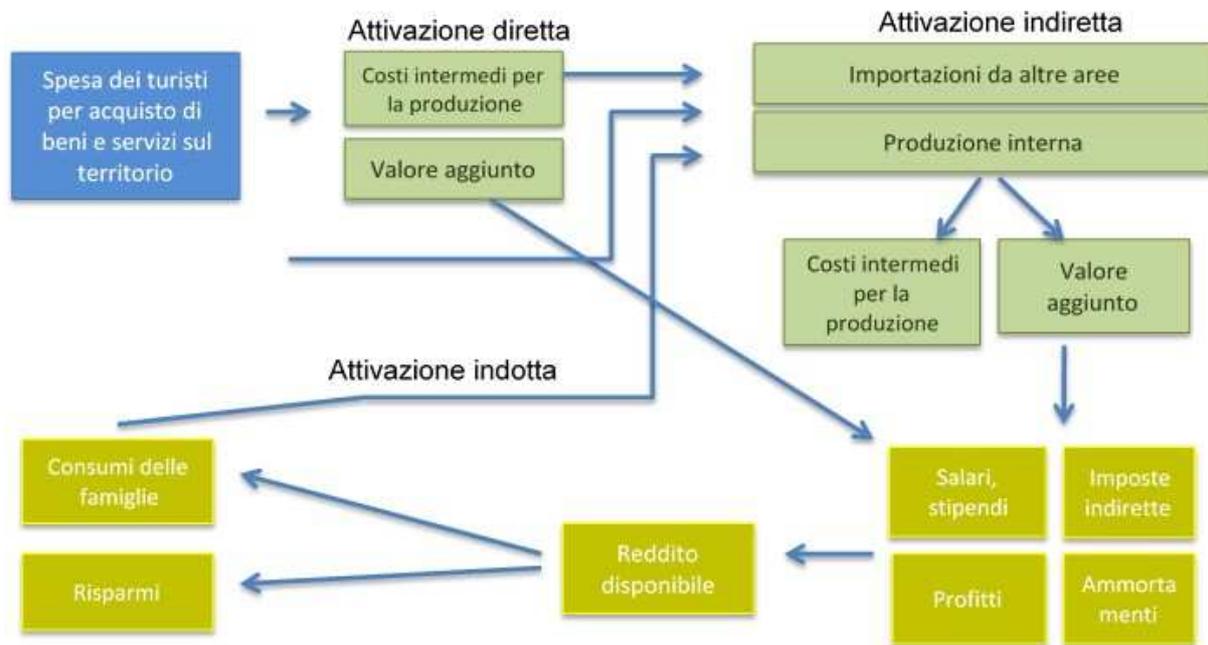
Il concetto su cui si basa tutta l'analisi è l'esistenza di una relazione tra il sistema territoriale di imprese, la domanda di beni e servizi avanzata dai visitatori (siano essi turisti ufficiali, non ufficiali o escursionisti) e la produzione attivata localmente. La difficoltà di una valutazione del genere è che la spesa iniziale, rilevata tramite indagini dirette, si trasforma successivamente in produzione e valore aggiunto in una molteplicità di settori talvolta molto distanti, anche in termini geografici, da quelli inizialmente investiti dalla spesa. Infatti, la domanda dei turisti attiva produzione, e quindi valore aggiunto, non solo nei settori cui essi direttamente richiedono beni e servizi (produzione diretta), ma anche in quei settori complementari che producono i beni e servizi intermedi (attivazione indiretta), necessari a realizzare la produzione diretta chiesta dalla domanda.

In questo modo l'attivazione economica si allarga dal ridotto numero di settori a cui la domanda rivolge la propria spesa (alberghi e ristoranti, commercio, trasporti, servizi culturali), ad un più ampio ventaglio di settori che comprende anche i produttori di beni e servizi intermedi (servizi alle imprese, trasporti, banche e assicurazioni, settori manifatturieri, ecc.) necessari a realizzare la produzione direttamente domandata dai turisti.

Inoltre, la spesa dei turisti attivando valore aggiunto in molti settori dell'economia genera maggiori redditi per gli operatori delle branche coinvolte. Questi redditi si trasformano in maggiori consumi e si traducono poi in nuova maggiore produzione e valore aggiunto (indotto). Il cosiddetto moltiplicatore keynesiano.

² I valori di stima sono stati elaborati da Irpet (Istituto di Programmazione Economica della Toscana)

Lo schema del processo di stima del valore aggiunto applicato da Irpet



6.2 La ricaduta economica

Come descritto nelle precedenti pagine, il punto di partenza per la valutazione è rappresentato dai risultati sui comportamenti di spesa rilevati attraverso l'indagine diretta ai turisti, riportati all'universo ottenuto mediante la somma dei valori estrapolati dalle statistiche ufficiali, dalla stima del fenomeno relativo ai turisti non ufficiali e agli escursionisti.

Le stime della spesa effettuata dalla domanda, espresse per tipologia di bisogno soddisfatto, sono state imputate alle singole branche produttrici tramite matrici ponte dei consumi, adattate al caso in esame. Il vettore di spesa per settori produttivi così ottenuto ha rappresentato l'informazione inserita nel modello input-output per calcolare il volume di produzione derivante dai consumi. Quindi, partendo dalla stima della spesa è stato possibile calcolare in quale misura la produzione direttamente attivata si sia trasformata in valore aggiunto. Il modello ha permesso, altresì, di valutare come la produzione attivata direttamente abbia determinato una ulteriore domanda di beni e servizi intermedi prodotti all'interno o all'esterno del sistema (importazioni). Infine, è stata calcolata la spesa in consumi sostenuta da coloro che hanno beneficiato di un aumento di reddito proprio grazie alla spesa dei turisti, fino a determinare il volume totale della produzione attivata. Secondo questo schema di ragionamento, nelle pagine successive, sono stati organizzati i risultati ottenuti per il sistema economico della Città Metropolitana di Firenze.

Ripartendo dall'indagine campionaria, attraverso la quale è stato possibile identificare i diversi segmenti di domanda, caratterizzati ciascuno da un differente profilo di spesa, si ricorda che la spesa totale stimata per tutta l'Area della città Metropolitana è stata quantificata in oltre 3.385 milioni di Euro. Però, al fine di agevolare la corretta interpretazione dei valori è utile precisare che gli ambiti di riferimento territoriale per l'ottenimento delle stime sono i Sistemi

Locali del Lavoro (SLL) secondo la classificazione Istat. Pertanto, i risultati rappresentati nelle pagine successive sono l'ammontare dei valori ottenuti per i diversi SLL in cui è suddivisa l'ex area provinciale, e in particolare:

- SLL di Firenze, costituito non solo dalla città ma anche dai comuni di Bagno a Ripoli, Calenzano, Campi Bisenzio, Fiesole, Greve in Chianti, Impruneta, Lastra a Signa, Londa, Pelago, Pontassieve, Rignano sull'Arno, Rufina, San Casciano, in Val di Pesa, Scandicci, Sesto Fiorentino, Signa e Vaglia;
- Altri SLL dell'Area Metropolitana, tra cui i comuni compresi nei sistemi di Borgo San Lorenzo, Castelfiorentino, Empoli e Firenzuola. Per Barberino e Tavarnelle Val di Pesa il riferimento è il sistema locale di Poggibonsi. Per Reggello e Incisa-Figline Val d'Arno il riferimento è il sistema locale di Montevarchi.

Ora, se prendiamo come riferimento solo la spesa generata dai soli turisti ufficiali (2.486,8 milioni) il valore totale della produzione attivata su tutto il territorio della Città Metropolitana è stimato in 2.901 milioni di Euro, che salgono a 3.269 milioni di Euro se consideriamo l'intera Toscana per effetto delle relazioni commerciali che si generano tra sistemi economici (importazioni ed esportazioni). Questi valori corrispondono all'insieme di beni e servizi realizzati come produzione cumulata, esclusa quella attivata al di fuori della Toscana: effetti diretti, indiretti e indotti. Dei 2.901,3 milioni di Euro di produzione attivata all'interno dell'Area Metropolitana il 75% è la quota della produzione diretta, il 4% indiretta e il 21% quella indotta, cioè la produzione attivata da coloro che hanno generato un reddito grazie alla spesa dei turisti, reimpiegandolo nuovamente sul territorio in altri atti di consumo.

Con riferimento al SLL Firenze, il moltiplicatore di spesa è stato pari a 1,13: 1 Euro di spesa del turista ha attivato una produzione pari a 1,13 Euro. Invece, se consideriamo l'intero territorio della Città Metropolitana il moltiplicatore della spesa sale a 1,17

Tab. 49 – La produzione totale attivata dalla spesa dei turisti ufficiali – Valori in milioni di Euro

Area Metropolitana	Altri SLL Toscana	Toscana
2.901,3	368,6	3.269,9

Sia per il sistema locale di Firenze sia per gli altri sistemi economici dell'area metropolitana fiorentina, la domanda attivata dalla spesa dei turisti ufficiali si è rivolta ad un'ampia gamma di beni e servizi, prodotti e forniti da attività appartenenti a settori differenti. La maggior produzione è stata attivata nel settore della ricettività e ristorazione, al quale fa capo il 50,9% del totale, pari ad oltre 1.476,7 milioni di Euro. A seguire troviamo le Attività del settore artistico, culturale e dell'intrattenimento, che secondo la stima avrebbero attivato una produzione di oltre 255,5 milioni di Euro, e le altre Attività di servizio con un'incidenza sul totale del 7,8%. Sempre secondo le stime, il settore del Commercio all'ingrosso e al dettaglio ha attivato una produzione di 151,9 milioni di Euro.

Tab. 50 – La produzione attivata dalla spesa dei turisti ufficiali nell'Area Metropolitana – Valori in milioni di Euro

Settori	Città Metropolitana	%
Servizi di alloggio e ristorazione	1.476,7	50,9
Attività artistiche, culturali, intrattenimento, ecc.	255,5	8,8
Altre attività di servizio	225,2	7,8
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	151,9	5,2
Trasporto e magazzinaggio	147,8	5,1
Attività immobiliari	92,8	3,2
Attività legali, contabilità, gestione, ecc.	78,9	2,7
Industrie tessili, abbigliamento, pelli e accessori	78,9	2,7
Attività finanziarie e assicurative	76,6	2,6
Industrie alimentari, bevande, ecc.	66,1	2,3
Fornitura di energia elettrica e gas	40,6	1,4
Ricerca scientifica e sviluppo	31,4	1,1
Costruzioni	26,2	0,9
Telecomunicazioni, Servizi IT	23,6	0,8
Sanità e assistenza	23,3	0,8
Fornitura di acqua	21,3	0,7
Istruzione	17,9	0,6
Agricoltura, silvicoltura	17,4	0,6
Altri settori	49,3	1,7
Totale	2.901,4	100,0

Gli effetti della produzione attivata dalla spesa dei turisti ufficiali hanno generato un Valore Aggiunto³, al netto delle imposte, stimato in 1.709,5 milioni di Euro su tutto il territorio regionale con un moltiplicatore di spesa di 0,69. Ciò vuol dire che per ogni euro di spesa turistica le imprese hanno conseguito un valore aggiunto di 69 centesimi. Il 91,7% del valore è stato realizzato all'interno dei sistemi economici dell'Area Metropolitana, con un moltiplicatore di 0,63. Nello stesso territorio i primi cinque settori per capacità di generare valore aggiunto sono le strutture ricettive e della ristorazione, le attività del commercio all'ingrosso e al dettaglio, le altre attività di servizi, i servizi culturali e di intrattenimento ed infine le attività immobiliari.

Tab. 51 – Il Valore Aggiunto generato dalla produzione totale attivata dai turisti ufficiali – Valori in milioni di Euro

Area Metropolitana	Altri SLL Toscana	Toscana
1.567,9	141,6	1.709,5

³ La differenza tra il valore dei beni e servizi venduti e il valore dei fattori produttivi acquistati per realizzare la produzione, al netto delle imposte. Misura la capacità di creare valore mediante l'attività produttiva.

Invece, in termini di Prodotto Interno Lordo⁴, la sima è di 2.015,5 milioni di Euro su tutto il territorio regionale, di cui il 91% all'interno del solo SLL di Firenze, con un moltiplicatore di spesa pari a 0,74.

Tab. 52 – Il PIL generato dalla produzione totale attivata dalla spesa dei turisti ufficiali – Valori in milioni di Euro

Area Metropolitana	Altri SLL Toscana	Toscana
1.869,5	146,0	2.015,5

Ora, partendo dal presupposto che oltre alla spesa riversata sul territorio dai turisti ufficiali si registra anche un consistente flusso monetario derivante dalla spesa dei turisti non ufficiali e degli escursionisti, gli effetti stimati in termini di produzione complessiva attivata all'interno dell'Area Metropolitana ammontano a 3.647,1 milioni di Euro, di cui il 97% nel sistema locale di Firenze. Però, non va trascurato che l'attivazione intersettoriale (la domanda di beni e servizi intermedi) viene solo in parte soddisfatta all'interno del sistema locale di Firenze e degli altri sistemi che compongono l'Area Metropolitana, mentre un'altra parte viene dispersa all'esterno attivando importazioni. In tal modo, la spesa che l'insieme dei visitatori ha sostenuto genera altra produzione all'esterno dei sistemi locali per effetto delle importazioni di beni e servizi. La parte di attivazione stimata negli altri sistemi locali della Toscana è di 466 milioni di euro. Pertanto, la domanda turistica dell'Area Metropolitana di Firenze ha contribuito a generare una produzione complessiva in tutta la Toscana di 4.113,1 milioni di euro, senza considerare che un'altra parte si è dispersa all'esterno della stessa regione.

Limitando l'osservazione ai valori ottenuti per la sola Area Metropolitana, dei 3.647,1 milioni di euro di produzione attivata il 75,6% è la quota generata dal flusso dei turisti ufficiali, il 19,4% la quota imputabile alla spesa del turista non ufficiale e il 5% l'attivazione generata dal flusso degli escursionisti. In questo caso il moltiplicatore di spesa è di 1,15 per l'Area Metropolitana, che scende a 1,11 all'interno del sistema locale di Firenze.

Tab. 53 – La produzione totale attivata dalla spesa dei turisti ufficiali, non ufficiali ed escursionisti – Valori in milioni di Euro

Area Metropolitana	Altri SLL Toscana	Toscana
3.647,1	466,0	4.113,1

Gli effetti della produzione attivata dalla spesa dei turisti, ufficiali e non ufficiali, ed escursionisti hanno generato all'interno dell'Area Metropolitana un Valore Aggiunto stimato in 1.967,1 milioni di Euro e 2.146,3 milioni in tutta la Toscana.

Il moltiplicatore di spesa sul valore aggiunto è di 0,62 per l'Area Metropolitana e scende a 0,61 all'interno del sistema locale di Firenze.

Oltre ai valori assoluti stimati, un altro parametro che lo studio può fornire è quello di stabilire l'incidenza dei risultati del VA prodotto dalla domanda turistica sul totale del VA del sistema locale di Firenze e dell'intero territorio dell'Area Metropolitana. Nel primo caso, il contributo

⁴ Il valore della produzione totale di beni e servizi realizzata nei sistemi economici, diminuita dei costi intermedi e aumentata delle imposte (IVA, imposte di fabbricazione, imposte sulle importazioni).

del turismo al Valore Aggiunto complessivo che annualmente si registra è pari al 7,1%, mentre se consideriamo tutta l'area l'incidenza è del 5,8%.

Tab. 54 – Il Valore Aggiunto generato a seguito della produzione totale attivata dalla spesa dei turisti ufficiali, non ufficiali ed escursionisti – Valori in milioni di Euro

Area Metropolitana	Altri SLL Toscana	Toscana
1.967,1	179,2	2.146,3

Se oltre al Valore Aggiunto consideriamo anche il valore delle imposte sulla ricchezza prodotta, la stima indica un PIL all'interno dell'Area Metropolitana di 2.356,7 milioni di Euro. Il valore assoluto stimato per tutta la Toscana ammonta 2.541,6 milioni.

Tab. 55 – Il PIL generato a seguito della produzione totale attivata dalla spesa dei turisti ufficiali, non ufficiali ed escursionisti – Valori in milioni di Euro

Area Metropolitana	Altri SLL Toscana	Toscana
2.356,7	184,9	2.541,6

Infine, le ultime stime sono riferite agli effetti benefici generati sul sistema occupazionale dalla produzione attivata dalla domanda turistica. Sicuramente questa indicazione potrà fornire un altro oggettivo parametro di misurazione, considerato che negli ultimi anni tutti gli interventi volti a favorire la crescita occupazionale hanno assunto un ruolo di primo piano come strumenti di politica economica.

In questo caso le Unità di Lavoro generate in tutta l'area della Città Metropolitana sono stimate in 41.464 unità, pari all'8,5% degli occupati totali. Nel sistema locale di Firenze le unità sono stimate in 40.696, cioè il 10,9% del totale.

Tab. 56 – Le unità Lavoro generate dalla produzione totale attivata dalla spesa dei turisti ufficiali, non ufficiali ed escursionisti – Valori in milioni di Euro

Area Metropolitana	Altri SLL Toscana	Toscana
41.464	3.160	44.624