



Camera di Commercio
Firenze

dal 1770 la casa delle imprese



PromoFirenze

AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Firenze



FIRENZE ROCKS 2022:

gli effetti sul sistema economico della città



CENTRO
STUDI
TURISTICI

SINTESI DEI RISULTATI




Finalmente sono tornati i “Grandi Eventi Musicali” dopo due anni di restrizioni e lockdown causati dalla pandemia. E Firenze è tornata sul panorama internazionale con l’edizione 2022 del Festival Rocks e i risultati di questa analisi sembrano fornire risposte positive sul ruolo e sulla rilevanza della manifestazione che ha generato un flusso di spesa in beni e servizi nell’ordine di oltre 32 milioni.

La capacità dell’evento di agire come importante motore dell’economia locale risulta confermata, ma sono tanti gli aspetti che hanno caratterizzato l’appuntamento della “ripartenza”, e primo fra tutti il numero degli spettatori: 195.426, circa 24 mila in più rispetto all’edizione 2019.

In assoluto è stata l’edizione che ha registrato il numero più elevato di spettatori italiani provenienti dalle altre regioni: 151.394, pari al 77,5% del totale. Stabile, invece, la quota di spettatori provenienti dall’estero (5,7%). Una manifestazione strutturata per coinvolgere un pubblico eterogeneo che spazia dai single alle famiglie, con un’età media di 33 anni, che oscilla su valori diversi a seconda della proposta musicale. Un flusso di spettatori che per arrivare a Firenze ha fatto meno ricorso al mezzo automobilistico (-5%), a favore di altri mezzi collettivi, e per raggiungere l’area della Visarno Arena ha preferito effettuare il trasferimento a piedi.

Un altro risultato dell’edizione 2022 è stato l’aumento della quota di spettatori che hanno effettuato almeno un pernottamento in Toscana (51,4%), confermando la straordinaria capacità dell’evento di generare un rilevante impatto sui consumi turistici, sull’economia della città e più in generale della Toscana.




Le stime indicano in circa 86 mila gli spettatori (+12 mila rispetto al 2019) che hanno anticipato o prolungato il soggiorno in Toscana rispetto al giorno del concerto, con una durata media di 2,2 notti. 191 mila i pernottamenti stimati (+21 mila rispetto al 2019), di cui 158 mila degli italiani e 33 mila degli stranieri.

61 mila i pernottamenti stimati nelle strutture alberghiere e 112 mila quelli nelle strutture extralberghiere; 16 mila i pernottamenti presso amici-parenti. La città di Firenze ha intercettato il 74,1% dei pernottamenti, le altre località della Città Metropolitana il 15,4% e il rimanente 10,5% distribuiti tra le altre località della Toscana.

Anche in questa edizione è emersa la capacità dell'evento di sviluppare una inedita integrazione tra la proposta musicale, il territorio e le sue attrazioni culturali, soprattutto tra gli stranieri: circa 17 mila gli spettatori che hanno visitato un museo, un palazzo, un monumento, ecc.

Complessivamente l'evento ha contribuito a riversare sul territorio un flusso di spesa pari a 32,9 milioni di Euro, di cui l'85,7% generata dai consumi degli spettatori turisti. Sono stati circa 10,7 milioni in più rispetto al 2019, grazie al maggior numero di ingressi di questa edizione e ad una maggior propensione di consumo da parte degli spettatori. 38,8% la quota di spesa destinata alla ricettività e 30,2% la quota riversata sul sistema della ristorazione e somministrazione di bevande.

Partendo dalla spesa complessiva stimata per l'intero territorio regionale, la valutazione territoriale stima in circa 26,0 milioni di Euro (78,9%) la spesa riversata sul sistema economico della città di Firenze. Circa 2,8 milioni sono stati riversati sui sistemi degli altri comuni della Città Metropolitana di Firenze (8,6%) e i restanti 4,1 milioni sul resto della Toscana (12,5%).





SOMMARIO

01 NOTA
METODOLOGICA

02 IL NUMERO DI
SPETTATORI

03 CARATTERISTICHE
DEGLI SPETTATORI

04 LA SPESA DEGLI
SPETTATORI



LA METODOLOGIA DELL'INDAGINE

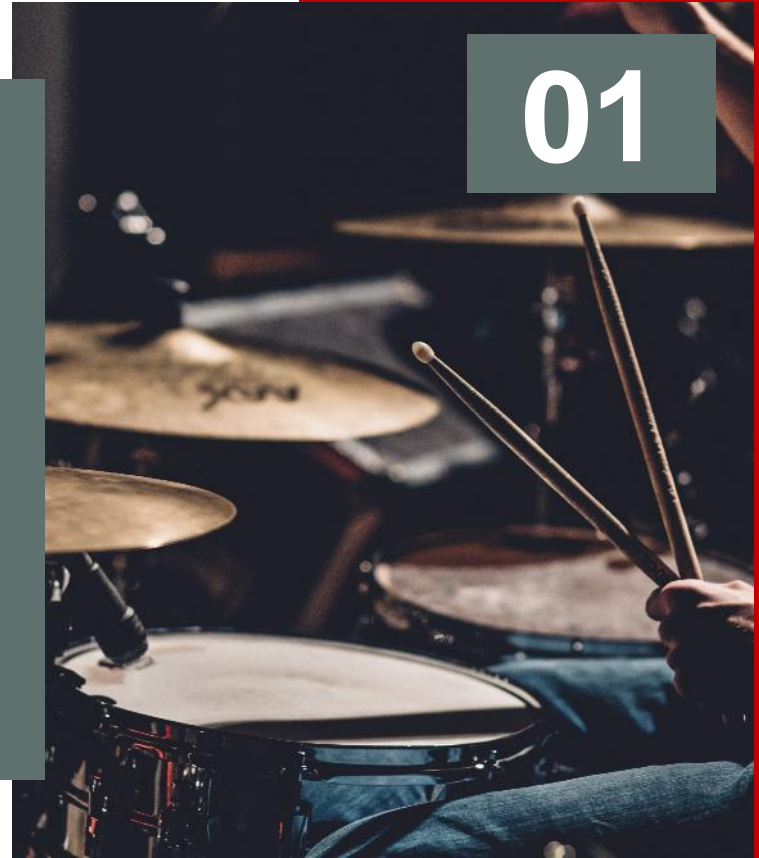
La metodologia utilizzata per l'indagine è la stessa delle precedenti rilevazioni, ma circoscritta alla stima del flusso di spesa riversato sul territorio dagli spettatori dei concerti per l'acquisto di beni e servizi.

I risultati ottenuti derivano dall'analisi di 1.926 questionari, compilati mediante interviste dirette all'interno dell'area dedicata ai concerti e in tutte le quattro giornate previste dal programma.

La pianificazione delle fasi della ricerca è stata realizzata da PromoFirenze e dal Centro Studi Turistici di Firenze e i dati raccolti hanno permesso di:

- Realizzare la segmentazione del pubblico: spettatori turisti, escursioni e residenti.
- Delineare le principali caratteristiche comportamentali degli spettatori.
- Stabilire un profilo di spesa media pro-capite.
- Stimare la domanda complessiva di beni e servizi attivata dagli spettatori.

01



02

Il numero di spettatori



IL NUMERO DEGLI SPETTATORI 1



16/06/22 GREEN DAY

Concerto dei Green Day, preceduti dagli Weezer, dai Radio Days e dal rapper Matteo Crea. **37.050** spettatori di cui il 3,3% **stranieri**. I **toscani** sono stati **8.420** e **27.422** quelli provenienti da altre regioni.

18/06/22 RED HOT CHILI PEPPERS

In assoluto il concerto con il maggior numero di spettatori: **62.980**, di cui **1.911 stranieri** (pari al 3%) e **61.069 italiani**, dei quali **8.882 toscani**.

19/06/22 METALLICA

Concerto dei Metallica preceduti dalle band Greta Van Fleet e The Blind Monkeys e dal cantautore statunitense Jerry Cantrell. Il giorno con il maggior numero di spettatori stranieri: il **12,2%** del totale. Gli ingressi sono stati **53.717** di cui **6.580 stranieri** e **47.137 italiani**, dei quali **7.287 toscani**.

17/06/22 MUSE

Concerto dei Muse, preceduti dai Mysterines, dai Placebo e dal gruppo indie-pop The Ramona Flowers. **41.679** spettatori di cui **1.363 stranieri** (il 3,3%). **40.316** gli **italiani**, di cui ben **8.381** i **toscani**.

IL NUMERO DEGLI SPETTATORI 2



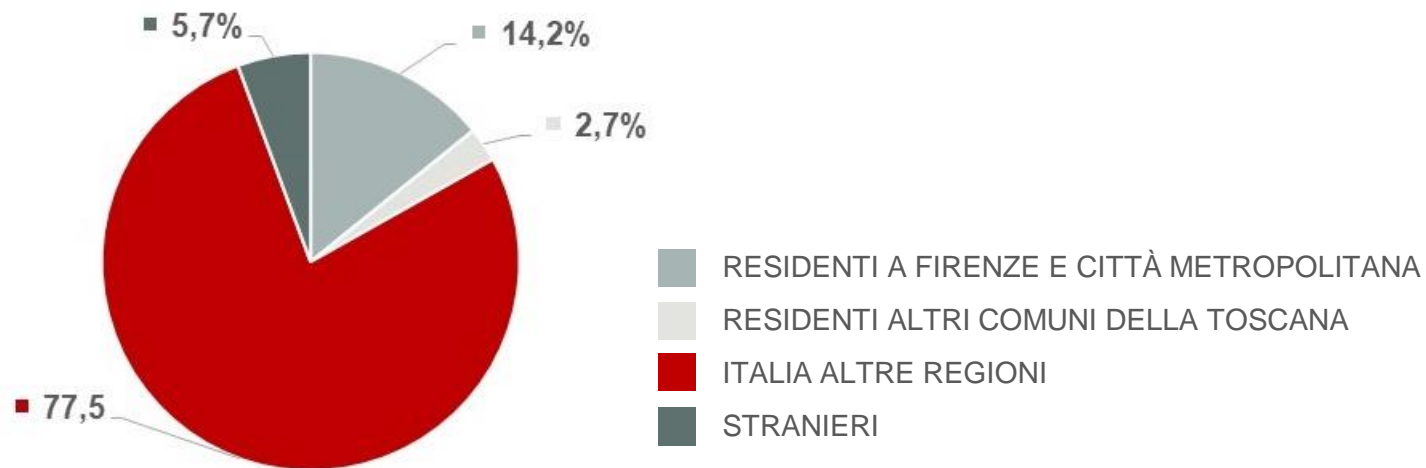
- I **toscani** che hanno assistito ai quattro concerti sono stati **32.970**, pari al 16,9% del totale. I **residenti** nella città di Firenze o in un'altra località dell'area metropolitana sono stati **27.750**.
- In assoluto il Firenze Festival Rocks 2022 è l'edizione con il numero più elevato di **provenienze dal resto d'Italia: 151.394**, pari al 77,5%.
- **11.062** gli spettatori giunti dall'estero, pari al 5,7% del totale.



IL NUMERO DEGLI SPETTATORI 3



195.426 gli spettatori complessivi
Circa 24mila in più dell'edizione del 2019





03

**Caratteristiche e
comportamenti
degli spettatori**

CARATTERISTICHE E COMPORAMENTI DEGLI SPETTATORI 1



- **56%** gli spettatori di sesso maschile
- **33 anni l'età media**, ma con variazioni significative tra le diverse date dei concerti: pubblico più giovane il 16 giugno (età media 30 anni) e più maturo il 19 giugno (età media 36 anni)
- Per il **68,5%** è la **prima esperienza al Firenze Rocks Festival**, mentre i **“repeaters”** si attesterebbero al **31,5%**. Il tasso di fidelizzazione è più elevato tra i residenti a Firenze, area metropolitana e regione
- Il **93,1% del campione tornerebbe a Firenze** per assistere ad altri eventi musicali, anche in altri periodi dell'anno

CARATTERISTICHE E COMPORAMENTI DEGLI SPETTATORI 2



Pubblico eterogeneo anche nella modalità di fruizione del concerto

- In questa edizione è salito il numero degli spettatori «single» e sono diminuite le «coppie»
- Rilevante quota di spettatori in «gruppi di amici», ma numerosa è stata anche la componente che ha assistito ai concerti con la famiglia

Con chi	Firenze	Altro provincia	Altro Toscana	Altro Italia	Estero	Totale
Da solo	37,2	20,0	7,5	7,8	10,1	11,5
In coppia	21,6	26,7	30,2	27,6	37,0	27,5
Con famiglia	13,6	22,2	15,3	14,0	15,4	14,3
Con amici	27,6	31,1	45,9	49,9	37,0	46,1
Gruppo organizzato	0,0	0,0	1,2	0,7	0,4	0,6

CARATTERISTICHE E COMPORTAMENTI DEGLI SPETTATORI 3

- In calo di circa il 5% l'uso dell'auto propria o a noleggio per arrivare a Firenze
- Leggero incremento dell'uso di camper e moto
- ¼ delle preferenze hanno indicato il treno
- È aumentato l'utilizzo del mezzo aereo (+3%)

La stima indica in **82 mila** gli spettatori arrivati a Firenze **in auto**, **46 mila** sono arrivati **in treno** e **15 mila in aereo**.

Il mezzo di trasporto utilizzato per arrivare a Firenze (per provenienza). Val.%

Mezzo di trasporto	Altro provincia	Altro Toscana	Altro Italia	Estero	Totale
Auto propria	64,4	72,3	47,5	24,4	47,3
Auto a noleggio	0,0	0,4	0,3	1,8	0,4
Camper/Roulotte	0,0	0,0	0,9	4,5	1,1
Pullman	0,0	6,3	14,9	5,0	13,6
Treno	17,8	17,6	27,6	20,4	26,6
Aereo	0,0	0,0	7,0	43,9	8,9
Moto	17,8	3,5	1,5	0,0	1,9
Altro	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2



CARATTERISTICHE E COMPORTAMENTI DEGLI SPETTATORI 4

- +5% la quota di spettatori che hanno raggiunto l'area del concerti a piedi, stimati in 90mila circa
- Oltre 62mila gli utilizzatori della tramvia
- 17mila hanno utilizzato l'auto
- 10mila sono arrivati al concerto con bus/navetta

Il mezzo di trasporto utilizzato per arrivare al concerto (per provenienza). Val.%

Mezzo di trasporto	Firenze	Altro provincia	Altro Toscana	Altro Italia	Estero	Totale
Auto/Camper	18,2	15,6	9,8	7,4	6,6	8,8
Taxi	0,0	0,0	0,0	2,1	3,5	1,8
Moto/Scooter	11,3	6,7	2,7	0,8	0,4	2,2
Bicicletta	9,4	0,0	0,8	3,3	4,8	3,9
Tramvia	24,1	26,7	36,7	33,9	22,0	32,0
Bus/Navetta	2,5	0,0	0,8	5,2	12,8	5,1
A piedi	34,5	51,1	49,2	47,4	49,8	46,2

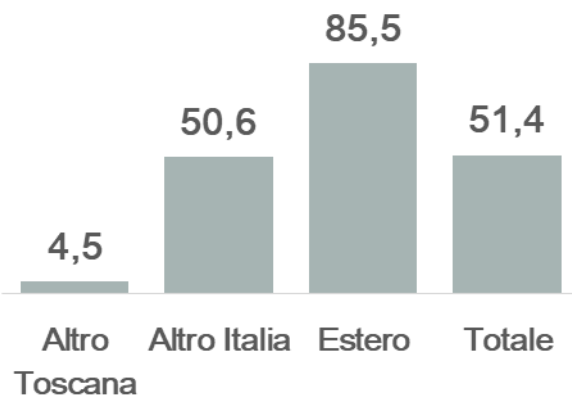


CARATTERISTICHE E COMPORTAMENTI DEGLI SPETTATORI 5



Il **51% dei non residenti a Firenze** ha dichiarato la propria presenza in città per più giorni, e non solo quello del concerto. Tra questi soprattutto **stranieri**, ma anche **molti italiani** e **moltissimi residenti nei comuni dell'area metropolitana**. Ovviamente il dato non è assimilabile solo a pernottamenti, ma in molti casi si tratterebbe di spettatori che hanno assistito a più concerti con trasferimenti quotidiani da altre località dell'area metropolitana, della Toscana, ma anche da alcune regioni limitrofe o di breve raggio.

Circa 86mila gli spettatori che hanno trascorso almeno un pernottamento in Toscana



Spettatori che hanno trascorso un pernottamento in Toscana (per provenienza). Val.%

CARATTERISTICHE E COMPORTAMENTI DEGLI SPETTATORI 6

- In leggera diminuzione la **permanenza media** di coloro che hanno soggiornato: **2,2** (2,1 per gli italiani e 3,5 per gli stranieri)
- Complessivamente gli spettatori turisti hanno realizzato **191mila pernottamenti**, di cui **158mila spettatori italiani** (82,8%) e **33mila spettatori stranieri** (17,2%)
- **+21mila pernottamenti rispetto al 2019 (+12,8%)**
- **14mila pernottamenti in più per gli italiani e 7.500 in più per gli stranieri**
- Circa **61mila pernottamenti** negli **hotel**, **112mila** quelli nelle **strutture extralberghiere** e **16mila** pernottamenti **presso amici-parenti**
- Oltre **141mila i pernottamenti** stimati nella città di **Firenze**, pari al 74,1%
- I pernottamenti nelle **altre località della Città Metropolitana di Firenze** sono stimati in **29mila**, pari al 15,4%
- Circa **20mila i pernottamenti** nelle **altre province toscane** (il 10,5%)

Il dato farebbe emergere un orientamento del mercato a cercare soluzioni ricettive decentrate, rispetto a Firenze

Le prime 10 località scelte dal campione per il pernottamento

1. Firenze	6. Campi Bisenzio
2. Prato	7. Pisa
3. Scandicci	8. Sesto Fiorentino
4. Montecatini Terme	9. Fiesole
5. Pistoia	10. Arezzo

CARATTERISTICHE E COMPORTAMENTI DEGLI SPETTATORI 7

- **115mila gli spettatori arrivati a Firenze esclusivamente per assistere ad uno o più concerti.** La quota di questo segmento che ha scelto di fermarsi almeno una notte ha generato circa 119mila pernottamenti
- Tra gli **86mila spettatori** che hanno **anticipato o prolungato il soggiorno**, oltre al giorno del concerto, ben **30mila**, pari al 34,6%, hanno scelto **hotel**. Tra questi **9.500** hanno scelto un **hotel 4-5 stelle**, **16mila** hanno pernottato in strutture a **3 stelle** e **4mila** in hotel ad **1-2 stelle**

Tipologia di struttura per il pernottamento. Val.%

Hotel	34,6
Affittacamere/B&B	31,3
Appartamento	10,6
Presso amici e parenti	9,0
Ostello	4,4
Campeggio	4,3
Agriturismo	3,1
Residence e case vacanza	1,0
Altro*	1,7
Totale	100

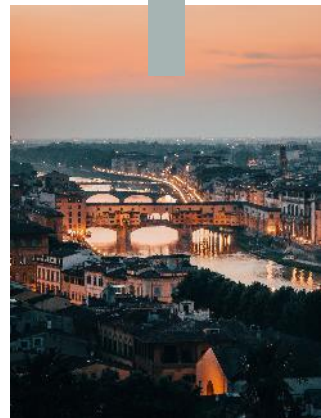
*Area sosta per camper, in auto, all'aperto, in struttura militare

CARATTERISTICHE E COMPORTAMENTI DEGLI SPETTATORI 8

- «Firenze» è stata determinante nelle scelte del 57,3% del campione: non ha valutato solo la proposta musicale, ma anche la suggestione del luogo
- Per il 26,3% del campione il contesto della proposta è stato ininfluente

Quanto ha influito la location «Firenze» nella sua scelta di assistere al concerto. Val.%

Importanza	Firenze	Altro provincia	Altro Toscana	Altro Italia	Estero	Totale
Per nulla	0,0	0,0	5,5	21,3	14,2	17,6
Poco	1,7	7,1	2,7	9,8	9,4	8,7
Sufficientemente	5,0	3,6	8,2	18,7	15,7	16,4
Molto	16,7	21,4	21,4	29,6	25,2	27,5
Moltissimo	76,7	67,9	62,3	20,6	35,4	29,8



CARATTERISTICHE E COMPORTAMENTI DEGLI SPETTATORI 9

Il 9,4% del campione, circa 17mila unità, ha visitato almeno un museo, una mostra, un palazzo, un monumento. 27 le risorse indicate, quasi esclusivamente della città di Firenze

I primi 10 musei, mostre, palazzi, monumenti,
in ordine di frequenza delle segnalazioni



Galleria degli Uffizi

Giardino di Boboli

Palazzo Vecchio

Palazzo Pitti

Galleria dell'Accademia

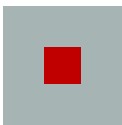
Museo dell'Opera del Duomo

Cattedrale di Santa Maria del Fiore

Palazzo Strozzi (Mostra: Donatello, il Rinascimento)

Campanile di Giotto

Museo Nazionale del Bargello (Mostra: Donatello, il Rinascimento)



04

La spesa degli
spettatori



LA SPESA DEGLI SPETTATORI 1



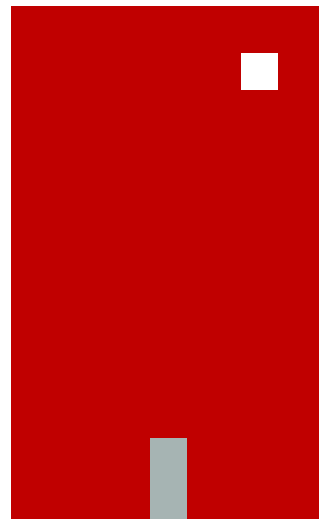
La valutazione della spesa si è basata sulle informazioni raccolte tramite i questionari, dai quali è stato individuato:

- Il profilo degli spettatori
- La stima di coloro che hanno trascorso almeno un pernottamento in Toscana
- L'entità della spesa giornaliera pro-capite per i residenti e gli escursionisti
- L'entità della spesa pro-capite complessiva del soggiorno degli spettatori-turisti

LA SPESA DEGLI SPETTATORI 2

- La **spesa media pro-capite** sostenuta dai **residenti** in città e area metropolitana per assistere ai concerti è **stimata in € 25,0**, comprese le spese di trasporto fuori e all'interno della città, bar e ristoranti, esercizi commerciali, gadget, acquisti vari, ecc., ad esclusione del biglietto di ingresso
- Per gli **spettatori escursionisti** è stata stimata una **spesa media di € 61,6** e le categorie economiche incluse nella valutazione sono la ristorazione e gli acquisti presso i pubblici esercizi, i gadget e il trasporto, escluso il biglietto di ingresso
- Per gli **spettatori-turisti** la **spesa media stimata** per il soggiorno è **pari a € 326,7**, un valore più alto di € 88 rispetto a quello ottenuto dall'indagine 2019. Per gli **italiani** la spesa pro-capite è di **€ 296,1**, mentre per gli **stranieri** sale a **€ 575,6**.

La voce che assorbe il 45,3% del budget medio dichiarato dagli spettatori-turisti è l'alloggio; la «ristorazione» il 28% della spesa. Le due voci formano il 73% della spesa media complessiva di coloro che, oltre al giorno del concerto, hanno trascorso un periodo di vacanza in Toscana.



LA SPESA DEGLI SPETTATORI 3

- Complessivamente il valore della **spesa generata dagli spettatori dei concerti si attesterebbe a 32,9 milioni di Euro**, di cui l'85,7% originata dai consumi degli spettatori-turisti.
- **+10,8 milioni di Euro rispetto all'edizione 2019**, grazie ai 24mila spettatori in più, ad una maggior propensione di consumo e ad un generalizzato aumento dei prezzi e delle tariffe.
- È aumentata la quota di spesa riversata sul sistema della ricettività (38,8%), mentre diminuisce leggermente la quota riversata nelle attività ristorative e della somministrazione di bevande (30,2%).

Spesa per settore produttivo e per profilo di spettatore. Val. in migliaia di €

	Residente città – Area metropolitana	Escursionista	Turista	Totale spesa
Ricettività	0,0	0,0	12.777,5	12.777,5
Trasporto e spostamenti a Firenze	86,5	767,8	1.807,9	2.662,1
Ristorazione, bar, gelaterie, ecc.	304,0	1.767,4	7.879,9	9.951,3
Prodotti enogastronomici tipici	13,5	173,6	1.201,5	1.388,6
Shopping/Abbigliamento, negozi, ecc.	14,6	250,1	1.902,4	2.167,1
Ingresso musei, visite guidate, cataloghi, ecc.	0,9	18,6	866,6	886,2
Acquisto gadget legati al concerto	253,3	920,2	1.082,6	2.256,0
Altre spese	21,7	126,6	661,3	809,6
Spesa totale degli spettatori in Toscana	694,5	4.024,3	28.179,7	32.898,5

LA SPESA DEGLI SPETTATORI 4

- La parte dei consumi che si sono riversati direttamente nella città di Firenze è stimata in 26 milioni di Euro circa (78,9%).
- Circa 2,8 milioni di consumi sono stati intercettati direttamente dai comuni della Città Metropolitana (8,5%).
- I restanti 4,1 milioni di Euro sono stati intercettati dal resto dei comuni della Toscana (12,5%).
- Limitatamente alla spesa riversata nella città di Firenze si propone la suddivisione per comparto produttivo. Anche in questo caso i settori maggiormente interessati sono stati la ricettività (38,4% della spesa totale) e la ristorazione (32,6%).

Spesa distribuita per settore produttivo. Val. in migliaia di €

	Spesa totale nella città di Firenze
Ricettività	9.980,4
Trasporto e spostamenti a Firenze	1.113,2
Ristorazione, bar, gelaterie, ecc.	8.473,8
Prodotti enogastronomici tipici	974,7
Shopping/Abbigliamento, negozi, ecc.	1.951,0
Ingresso musei, visite guidate, cataloghi, ecc.	841,9
Acquisto gadget legati al concerto	2.256,0
Altre spese	374,1
Spesa totale degli spettatori in Toscana	25.965,2





FIRENZE ROCKS

Il triennio 2018 – 2019 -2022

Oltre **564mila spettatori** ufficiali nelle tre edizioni di Firenze Rocks

2018

2019

2022

196.872

171.848

195.426

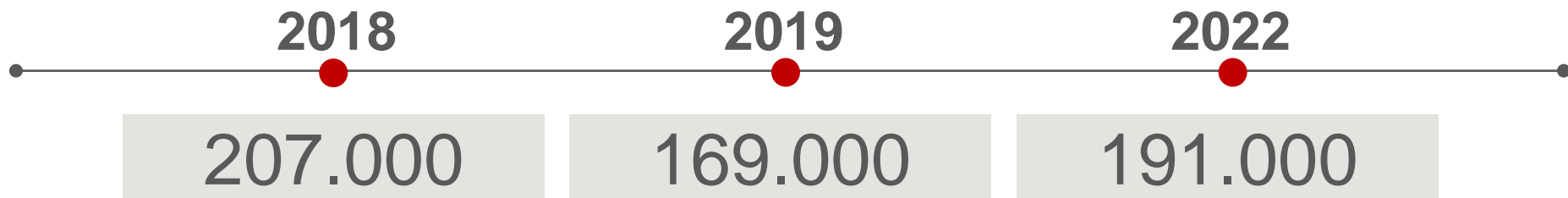
Spettatori stranieri 4,9%

Spettatori fuori regione 73,3%

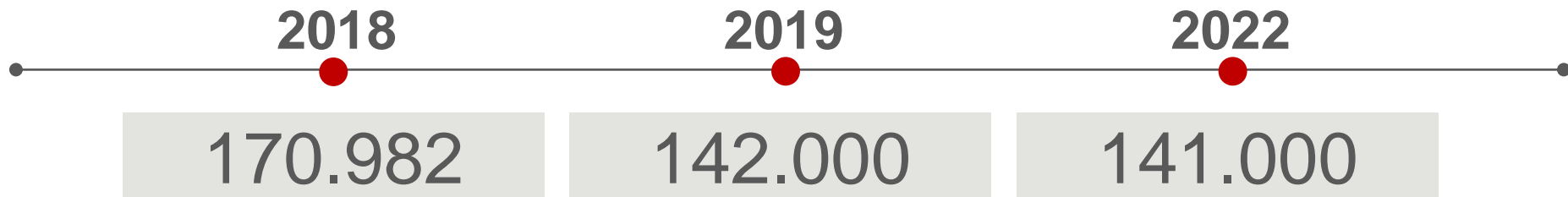
Spettatori toscani 21,8%

- **123mila** gli spettatori residenti in Toscana
- **413mila** gli spettatori italiani arrivati da fuori regione
- **27mila** gli spettatori stranieri

Oltre **567mila i pernottamenti** realizzati in Toscana dagli spettatori nelle tre edizioni di Firenze Rocks



L'80% dei pernottamenti sono stati realizzati nella città di Firenze



La spesa complessiva che gli spettatori hanno riversato sul sistema economico della città e in tutta la Toscana, nelle tre edizioni di Firenze Rocks, è di **81,7 milioni di Euro**



L'**86,7% della spesa totale**, pari a **70,8 milioni di Euro**, è stata riversata nel sistema economico della città di Firenze

