

## FIRENZE CREDE NEL TURISMO ED I TURISTI CREDONO IN FIRENZE

Inviato da Paolo Giusti

giovedì 05 febbraio 2009

Ultimo aggiornamento venerdì 06 febbraio 2009

Crescita dell'offerta ricettiva, standard qualitativi in aumento, livelli di soddisfazione elevati. Tendenza dei visitatori a usufruire anche dell'offerta del Valdarno e del Chianti. Uno studio di Camera di Commercio e Centro Studi Turistici sull'impatto economico del turismo in provincia di Firenze nel 2008 Growth in the accommodation, increasing quality standards, high levels of satisfaction. Tendency for visitors to enjoy even the Valdarno and Chianti. A study by the Chamber of Commerce and Tourist Center for Studies on the economic impact of tourism in the province of Florence in 2008

Firenze, 5 febbraio 2009 Camera di Commercio di Firenze e Centro Studi Turistici pubblicano lo studio sull'impatto economico del turismo in provincia di Firenze per l'anno 2008, che fa seguito e aggiorna le indagini svolte negli anni 2001 e 2004. Dalla ricerca emerge che Firenze investe ancora nel turismo, in qualità e rinnovamento tecnologico, - così ha sintetizzato Luca Mantellassi, presidente della Camera di Commercio - che i turisti credono ancora in Firenze come meta di classe; e ci vogliono venire e anche ritornare. I prezzi sono stabili. Il resto è andamento congiunturale dei paesi di origine. Quanto conta il turismo nel sistema economico della provincia di Firenze? Quali caratteristiche ha il turista che viene in vacanza in questo territorio? Quanto e come spende? E alla fine è soddisfatto di ciò che ha visitato, dei servizi che ha utilizzato, in sostanza è contento della sua esperienza? A queste domande e ad altre più specifiche e più legate alle caratteristiche dell'offerta e della domanda turistica, danno risposta due indagini qualitative rivolte a un campione di imprenditori ricettivi e a un campione di visitatori che hanno trascorso un soggiorno in una delle località della provincia di Firenze, da giugno a settembre del 2008. L'offerta provinciale risulta eterogenea, con forti differenziazioni di prodotto e di posizionamento sul mercato: se da un lato riesce ad intercettare e a soddisfare diversi target di domanda, dall'altro registriamo una distribuzione disomogenea dei flussi, con difficoltà di risultati per quelle aziende che non hanno saputo o potuto realizzare investimenti strutturali e di servizio. Si rileva una tendenza all'innalzamento degli standard qualitativi e al rinnovamento tecnologico (con il 55% degli intervistati che a questo proposito ha difficoltà a reperire addetti specializzati e con esperienza nel settore), con un impegno degli operatori per garantire un valore aggiunto al loro servizio (ad esempio interesse per la formazione del personale), oltre che migliorare le modalità di distribuzione del prodotto. Inoltre si tende ad amplificare l'efficacia di internet (canale attraverso il quale pervengono circa il 45% delle prenotazioni). L'analisi dimostra che l'offerta turistica in provincia di Firenze è prevalentemente di tipo alberghiero (53,6% p.l. - extra-alberghiero 46,4%), ma sono diverse le percentuali di crescita dei settori: extra-alberghiero +17% dei posti letto, alberghiero + 7% dei posti letto. Per quanto riguarda la domanda, il turista che arriva nella provincia di Firenze appare sempre più esigente e informato, è attento non solo ai valori tradizionali, ma cerca servizi e comodità, non vuole limitare la propria esperienza di vacanza nell'ambito di una sola località, ricerca emozioni diverse, legate all'offerta culturale, alle visite e alle escursioni nelle diverse aree, allo svolgimento di attività varie. I turisti continuano a utilizzare prevalentemente strutture ricettive di tipo alberghiero (66%), anche se dal 2004 al 2007 sono aumentati in misura maggiore coloro che scelgono il settore extra-alberghiero (+42,1%) rispetto all'incremento del settore alberghiero (+10,9%). Gli stranieri risultano essere più numerosi degli italiani, e nel corso degli ultimi anni è stato un ridimensionamento delle presenze provenienti dai paesi che rappresentavano bacini importanti per i flussi turistici, ad esempio gli USA, il Giappone e anche la Germania, mentre è aumentata la quota dei turisti provenienti dai paesi europei, soprattutto gli spagnoli e gli olandesi. Negli ultimi tre anni inoltre una parte del flusso si è spostato dalla città di Firenze verso le altre aree della provincia, in particolare le zone del Chianti e del Valdarno hanno registrato incrementi significativi. Il volume di spesa generato dalla domanda turistica è imponente (2.802 milioni di euro), nonostante l'andamento dei prezzi degli ultimi mesi che ha determinato un ridimensionamento della capacità di spesa media per consumi turistici. La spesa media pro-capite giornaliera passa dai 114,3 € del 2003 ai 129,7€ del 2008. Se però rivalutiamo il dato del 2003 in base all'indice Istat dei prezzi al consumo delle famiglie, i 114,3 € corrisponderebbero a 127,9€, cioè appena 1,4% in meno del livello medio di spesa determinato in questa indagine. In conclusione, il sistema dell'offerta turistica fiorentino, anche se deve fare i conti con le proposte sul mercato di nuove destinazioni, appare adeguato e in grado di reagire alla concorrenza. Il turista che viene nella nostra provincia esprime un giudizio nettamente positivo sul viaggio, con un forte grado di apprezzamento per i servizi ricettivi e per la ristorazione, anche se è meno soddisfatto di alcuni servizi del territorio, come la carenza dei servizi igienici, la rete del trasporto pubblico e la viabilità, la disponibilità di impianti sportivi e la segnaletica per il trekking, oltre ai servizi per i bambini. Il 53% degli intervistati ha manifestato però l'intenzione di ripetere l'esperienza di vacanza, quindi il sistema di valori veicolato dall'offerta si concretizza in un prodotto con tratti distintivi e unici. Lo studio ci fornisce elementi utili per interrogarsi sulle prospettive del comparto, soprattutto di fronte ai mutamenti recenti del mercato, e per elaborare proposte di intervento che contribuiscano ad affrontare meglio i momenti difficili. Fonte: Addetto Stampa della Camera di Commercio di Firenze Florence, 5 February 2009

Camera di Commercio di Firenze and Centro Studi Tourist publish the study on the economic impact of tourism in the province of Florence in 2008, following updates and surveys in the years 2001 and 2004. "The research shows that Florence still investing in tourism, quality and new technologies - as summed Mantellassi Luca, president of the Chamber of Commerce - that the tourists still believe in Florence as the destination class, and we want to come back as

well. Prices are stable. The rest is economic situation of countries of origin. "How much tourism in the economic system of the province of Florence? What was the tourist who is on holiday in this area? How much and how to spend? And in the end, satisfied with what you have visited, services which used, in essence is glad of his experience? These questions and other more specific and more related to the characteristics of supply and demand, two surveys damage response qualitative directed to a sample of entrepreneurs and receptive of a sample of visitors who spent a holiday in one of the province of Florence, from June to September of 2008. The offer appears Provincial heterogeneous, with strong product differentiation and market positioning: if one part is able to intercept and to meet different target applications, we record a second uneven distribution of flows, with limited results for those firms that have not been able to invest or have structural and servizio. Si notes a tendency to raise quality standards and new technologies (with 55% of respondents that there was difficulty in finding employees with experience and specialized in the field), with a commitment of operators to add value to their service (for example, the interest for the training of staff), as well as improve the way in product distribution. Moreover, it tends to amplify the effectiveness of the Internet (channel through which they reach around 45% of bookings). The analysis shows that the number of tourist attractions in the province of Florence is predominantly hotel-like (53.6% extra-pl-alberghiero 46.4%), but are different percentages of growth in areas outside the hotel +17% of beds, hotel + 7% of letto. Per Regarding demand, the tourist who arrives in the province of Florence is becoming more demanding and informed, is attentive not only to traditional values, but is seeking the services and convenience, is unwilling to limit their holiday experience in one location, different emotions research, linked to cultural visits and excursions to different areas, conduct of business tourists varie. I continue to use predominantly facilities hotel-like (66%), although from 2004 to 2007 have increased to a greater extent those who choose the non-hotel sector (+42.1%) compared to increasing the hotel industry (+10.9%). Foreigners are more many of the Italians, and in recent years there has been any decrease in attendance from the countries that were important reservoirs for the flow of tourism, such as USA, Japan and Germany, while it increased the proportion of tourists coming European countries, especially the Spanish and the last three years olandesi. Negli also a part of the flow has shifted from the city of Florence to other areas of the province, particularly in the areas of Chianti and the Valdarno have registered significant increases. The volume of expenditure generated by tourism demand is huge (2,802 million euros), despite the trend of prices in recent months that led to a reduction in capacity of the average tourist consumption. The average expenditure per capita per day increased from &euro; 114.3 in 2003 to &euro; 129.7 in 2008. If, however, reassessed the data of 2003 according to Istat consumer price of the families, would correspond to &euro; 114.3 &euro; 127.9, which is just 1, 4% less than the average level of expenditure determined in this survey. In conclusion, the system of tourism in Florence, even if it must come to terms with the proposals on the market of new destinations, it is appropriate and responsive to the tourist who is concorrenza. Il in our province gives a clearly positive on the Tour with a high degree of appreciation for the services and accommodation for the restaurant, although it is not satisfied with some services of the territory, as the lack of sanitation, the network of public transport and road conditions, availability of sports facilities and signs for the trek, in addition to services for children. 53% of respondents, however, expressed the intention to repeat the experience of holiday, then the system of values conveyed the offer takes the form of a product with distinctive and unici. Lo study provides useful information for themselves on the prospects of compartment, especially in the face of recent market changes, and to develop proposals for action that contribute to better address the difficult times.

Source: Press Officer of the Chamber of Commerce of Florence