



Camera di Commercio  
Firenze



## **L'Impatto del Firenze Festival Rocks 2018 nel Sistema Economico fiorentino e toscano**

## Sommario

Premessa.....	3
Nota Metodologica.....	4
Gli spettatori dei concerti.....	5
L'indagine diretta presso gli spettatori .....	6
I dati della gestione dell'evento.....	14
La ricaduta economica del Firenze Festivals Rocks 2018 .....	17

## Premessa

Il Festival Rock 2018 ha registrato la presenza di circa 200 mila spettatori giunti in città da tutta Italia e dall'estero. Il grande interesse di pubblico e l'ordinata gestione dell'evento lo hanno formalmente candidato al riconoscimento di manifestazione rock più importante d'Italia.

Per la città un evento di tale portata non rappresenta solo un'occasione di spettacolo e di intrattenimento, ma è anche uno strumento per rafforzare l'immagine di "distretto culturale" che diversifica la proposta e il target di riferimento. Firenze capitale del rock richiama un pubblico diverso e genera ricadute economiche positive attraverso la spesa attivata dagli spettatori e dagli organizzatori, fornendo un importante contributo al tessuto economico della città e dei territori circostanti.

In questo senso l'analisi delle performance economiche della manifestazione può contribuire ad una migliore comprensione del fenomeno, oltre che fornire utili indicazioni sui potenziali modelli di sviluppo attivabili. Un festival musicale può divenire un settore economicamente importante, a patto che venga valutato per i risultati che produce e che il territorio supporti anche materialmente i soggetti capaci di formulare e gestire proposte interessanti.

Non si tratta solo di conoscere il rapporto tra risorse investite e redditi generati, ma dovrebbe servire a rafforzare una logica di pianificazione capace di coinvolgere le diverse attività produttive, i servizi e le infrastrutture di trasporto, le strutture per il tempo libero, i servizi di accoglienza e di ricettività, ecc., per ridurre o eliminare i problemi che solitamente possono insorgere per la mancanza di strategia.

I buoni risultati del Festival Rock sono stati conseguiti in una location universalmente riconosciuta, visitata ogni anno da milioni di turisti, che per alcuni versi hanno reso più agevole il raggiungimento degli obiettivi.

I dati rappresentati nelle pagine successive sono stati ottenuti ponendo molta attenzione alle procedure e alla metodologia di raccolta ed elaborazione delle informazioni (profilazione della domanda, budget degli organizzatori, interviste ad interlocutori privilegiati e ai partecipanti agli eventi, ecc.), in modo da strutturare un modello di valutazione coerente al fenomeno da misurare, ma che consenta al tempo stesso una relativa comparazione con altri fenomeni del territorio.

È per questo che Camera di Commercio di Firenze ha deciso di avviare la misurazione delle performance e del ritorno economico del Firenze Festival Rocks 2018, per comprendere attraverso i numeri quanto siano praticabili approcci alternativi – autenticamente imprenditoriali – al settore culturale.

Nella valutazione di tale fenomeni si stimano i cambiamenti registrati in termini di vendite, il valore aggiunto, i redditi e gli incrementi occupazionali generati dai cambiamenti nell'offerta presente nell'area. È importante precisare che in questo caso lo studio non ha preso in considerazione alcuni aspetti rilevanti dell'evento, a cominciare dai maggiori costi sostenuti dalle amministrazioni pubbliche (ordine pubblico, traffico e viabilità, pulizia, presidi medici, etc.) per fronteggiare il maggior afflusso di partecipanti.

## Nota Metodologica

Lo studio si è basato sui dati di rilevanza economica messi a disposizione dagli organizzatori del festival e sulle informazioni ottenute mediante l'indagine diretta ad un campione di 2.275 spettatori che hanno assistito ai quattro concerti previsti dal programma.

In particolare, il gruppo di lavoro che ha pianificato e realizzato le diverse fasi della ricerca (formato dal Centro Studi Turistici di Firenze, Istituto Regionale di Programmazione Economica della Toscana e Ufficio Statistica della Camera di Commercio) ha utilizzato le seguenti informazioni:

- Risultati ottenuti dalle interviste dirette agli spettatori dei concerti. Questa attività di indagine ha permesso non solo di acquisire una serie di informazioni indispensabili alla segmentazione del pubblico (turisti, escursionisti e residenti), ma anche di delinearne le principali caratteristiche comportamentali. Inoltre, con la stessa rilevazione è stato possibile delineare un profilo di spesa media pro-capite degli spettatori che hanno assistito all'evento in qualità di residente, escursionista (giunto in città per il concerto al quale ha assistito e ripartito la sera stessa), turista (oltre alla presenza a Firenze nella giornata del concerto ha trascorso qualche altro giorno, pernottandovi, in città o in altre località della Toscana). In questo modo è stato possibile stimare la domanda totale di beni e servizi attivata dagli spettatori nell'area fiorentina e nel resto della Toscana;
- I costi sostenuti dall'organizzazione, forniti dalla stessa, relativi all'uso e all'allestimento della Visarno Area, la sicurezza interna ed esterna, l'allestimento del palco e degli spazi dedicati agli artisti, l'impiantistica, l'illuminazione, l'organizzazione artistica e la gestione dell'accoglienza, oltre a tutti gli altri servizi indispensabili al regolare svolgimento dell'evento. Ogni voce di costo è stata suddivisa per settore produttivo, tipologia di fornitore e relativa sede di impresa. Per la valutazione dell'impatto sono stati considerati anche gli introiti derivanti dalla vendita dei biglietti, dai contratti di sponsorizzazioni, dall'attività di merchandising, ecc.;
- I dati di rilevanza economica ottenuti dalle attività precedenti sono stati utilizzati per la stima dell'impatto generato dal Festival Rocks 2018. Le procedure di analisi sono state adattate al modello Input Output multi-regionale dell'Irpet, grazie al quale è stato possibile quantificare la produzione totale (diretta, indiretta e indotta) attivata dalla domanda degli spettatori e dai costi/ricavi del sistema organizzativo. In particolare, l'impatto diretto è costituito dalla produzione interna all'economia dei beni e servizi che soddisfano direttamente la domanda espressa dagli spettatori e dagli organizzatori dell'evento; 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 degli spettatori e degli organizzatori. L'indotto è infine 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. Dall'applicazione di questa complessa procedura è stato possibile calcolare il valore aggiunto settoriale e le unità di lavoro attivate dall'evento, al netto degli effetti prodotti fuori dalla Toscana e dall'Italia.

## Gli spettatori dei concerti

In base ai dati disponibili, gli spettatori ufficiali sono stati 196.872 – sia i paganti sia gli ingressi omaggio – ai quali vanno aggiunte altre 4 mila presenze complessive di coloro che hanno assistito ai concerti in qualità di addetti ai lavori, componenti e collaboratori dei gruppi, operatori economici, addetti alla sicurezza, ecc.

**Nell'insieme gli spettatori totali dei quattro concerti sono stimati in oltre 200 mila unità.**

Gli spettatori che hanno acquistato l'abbonamento per tutti i concerti sono stati 4.845, di cui 649 stranieri. Tra questi ultimi i più numerosi sono stati gli svizzeri, i tedeschi, i norvegesi, i britannici, i maltesi, gli sloveni e gli statunitensi.

Il programma del **14 giugno 2018 prevedeva i Foo Fighters** - loro unico concerto italiano, preceduti sul palco da The Kills, Wolf Alice, Frank Carter & The Rattlesnakes. Gli spettatori sono stati 66.056: il 3,3% stranieri (pari a 2.180), 13.806 i toscani e 50.070 gli spettatori provenienti da altre regioni d'Italia.

**Il 15 giugno 2018 i Guns N' Roses** - un'altra esclusiva italiana. Volbeat, Baroness, The Pink Slips i gruppi che si sono esibiti nel pomeriggio. In assoluto è stato il concerto con il maggior numero di spettatori – 66.271– di cui 2.054 stranieri, 48.709 italiani e 15.507 toscani.

La programmazione del **16 giugno 2018 prevedeva gli Iron Maiden** - per la terza volta a Firenze. Helloween, Jonathan Davis e Shinedown gli apripista. 37.293 gli spettatori ufficiali, di cui 2.200 (5,9%) stranieri, 23.830 gli italiani e 11.262 i toscani.

**Ozzy Osbourne era programmato il 17 giugno 2018** - unica data italiana per il tour che sancisce l'addio dell'artista ai concerti. Preceduto da Avenged Sevenfold, Judas Priest e Tremonti. 27.252 gli spettatori: 1.199 gli stranieri, 19.376 gli italiani, 6.677 i toscani.

Complessivamente i **toscani che hanno assistito ai concerti sono stati 47.249**, pari al 24% del totale. Tra questi 23.199 i residenti nella stessa città di Firenze o in una località dell'area metropolitana.

Il 72,1% di spettatori (**141.945**) sono arrivati da tutte le altre regioni italiane. Le provenienze più numerose sono state registrate dalla Lombardia (15,8%), dall'Emilia Romagna (11,8%), dal Lazio (10,1%), dal Veneto (8,1%) e dal Piemonte (6%).

**7.678 gli spettatori giunti dall'estero** (3,9%). Ben il 71% delle provenienze dai Paesi europei e, in ordine di importanza, quelle più numerose sono state registrate da Germania, Gran Bretagna, Svizzera, Slovenia, Malta, Spagna, Francia, Austria, Finlandia, Croazia, Ungheria e Grecia. Per i Paesi extraeuropei i valori più elevati sono stati rilevati per gli spettatori israeliani, statunitensi, canadesi, brasiliani e russi.

La valutazione delle nazionalità degli spettatori stranieri ha permesso di individuare **61 differenti provenienze da Paesi esteri.**

## L'indagine diretta presso gli spettatori

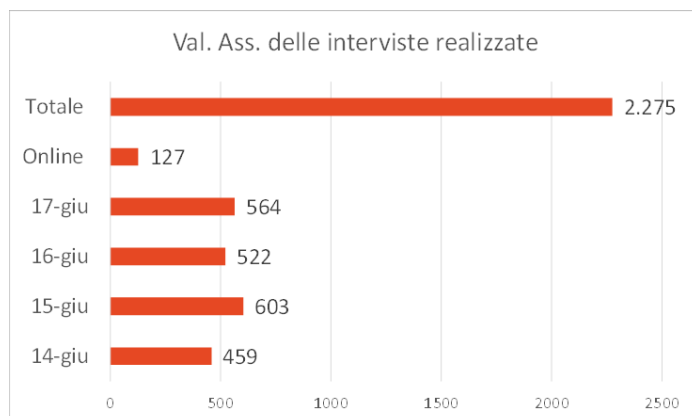
Questa indagine rappresenta il punto di partenza di tutto lo studio in quanto ha permesso di individuare i principali indicatori di spesa degli spettatori, indispensabili per la valutazione dell'impatto economico generato dal Firenze Festival Rocks 2018.

L'attività è stata pianificata per la somministrazione diretta di un questionario di 15 domande, tradotto in lingua inglese oltre alla versione in italiano, ad un campione significativo di spettatori che a vario titolo hanno assistito ai concerti previsti nelle quattro diverse date.

La rilevazione è stata realizzata mediante l'impiego di sette intervistatori, tutti con conoscenza della lingua inglese, che hanno condotto le interviste nei quattro giorni dei concerti. I questionari sono stati compilati prevalentemente all'interno dell'area del Visarno, dall'apertura dei cancelli di ingresso e fino all'inizio del concerto serale, ma una parte è stata raccolta anche nell'area esterna, in particolare presso i varchi di ingresso e prima dei controlli di sicurezza. Il centro di coordinamento dell'attività di rilevazione è stato il Desk di PromoFirenze, situato all'interno dell'Ippodromo, che non solo ha rappresentato il riferimento organizzativo per i rilevatori, ma è stato anche il luogo fisico dove sono stati compilati un numero significativo di questionari.

Per facilitare la fase di raccolta delle informazioni ogni rilevatore aveva a disposizione un gadget – realizzato grazie al finanziamento di PromoFirenze – da consegnare a tutti coloro che si rendevano disponibili all'intervista. Inoltre, per garantire la rappresentatività del campione la rilevazione è stata effettuata in fasce orarie alternate, in modo da intercettare i diversi target di spettatori. Parallelamente è stata organizzata una rilevazione on line con il supporto tecnologico messo a disposizione da Camera di Commercio e PromoFirenze, dagli stessi organizzatori del festival e dal Centro Studi Turistici.

Considerata l'impossibilità di stabilire a priori l'elenco delle unità campionarie, la scelta delle persone da intervistare è stata determinata esclusivamente in base alla disponibilità degli spettatori a fornire le informazioni richieste, con il solo vincolo di non intervistare più componenti dello stesso gruppo di partecipanti. Come universo di riferimento dell'indagine è stato considerato l'insieme degli spettatori ufficiali comunicati dagli organizzatori del festival rock. Complessivamente, ai fini dell'elaborazione dei risultati, sono stati utilizzati 2.275 questionari utili, di cui il 94,4% realizzati mediante intervistatore e il 5,6% mediante l'autocompilazione on line.



Il 55,2% del campione di indagine è costituito da intervistati di sesso maschile e il 44,8% di sesso femminile. In rapporto all'età, il 50% del campione appartiene alla fascia compresa tra i 31 ed i 60 anni. La fascia dai 20 ai 30 è rappresentata al 37,8%, mentre quella fino ai 20 anni si ferma all'11%. L'età media degli spettatori, senza differenze significative tra i due sessi, è di 32 anni. Ciò dimostra come la manifestazione costituisca una «proposta» sostanzialmente idonea a più target di spettatori.

Tav. 1 – Sesso degli spettatori per classe di età – Val. %

<b>Classe di età</b>	<b>Femmina</b>	<b>Maschio</b>	<b>Totale</b>
Fino a 20 anni	50,2	49,8	100
da 21 a 30 anni	44,4	55,6	100
da 31 a 40 anni	43,8	56,2	100
da 41 a 50 anni	45,0	55,0	100
da 51 a 60 anni	42,0	58,0	100
Oltre 60 anni	36,5	63,5	100
Nd	50,0	50,0	100
<b>Totale</b>	<b>44,8</b>	<b>55,2</b>	<b>100</b>

Un altro aspetto particolare emerso dall'indagine è che coloro che hanno assistito ai concerti erano per il 40% in un gruppo di amici e per il 38% dei casi in coppia. Se consideriamo sufficientemente attendibile la rappresentatività del campione, e rapportiamo questo valore all'universo di riferimento, è plausibile stimare in circa 80 mila gli spettatori giunti al concerto in gruppi amicali e in circa 75 mila quelli che vi hanno assistito in coppia. Oltre 20 mila, invece, gli spettatori inseriti in gruppi familiari. In base alle informazioni acquisite, il numero medio dei componenti delle diverse tipologie di gruppi è di 2,8 persone per le famiglie, 3,6 per i gruppi di amici e 32 per i gruppi «organizzati».

Inoltre, l'indagine ha rilevato che nello 0,5% dei casi in cui gli spettatori sono arrivati a Firenze accompagnati da altre persone, non tutti hanno assistito al concerto, ma per questi ultimi è stata una semplice occasione di visita o soggiorno in città o in altra località della regione. Le informazioni disponibili portano a stimare in circa 1.000 le persone che hanno accompagnato gli spettatori dei concerti, ma hanno utilizzato il loro tempo di permanenza per visite, escursioni o soggiorni di rilevanza turistica. I casi più numerosi sono stati rilevati tra le famiglie e i gruppi di amici provenienti da altre regioni italiane; raramente per gli spettatori giunti dall'estero.

Tav. 2 – Con chi è arrivato a Firenze per assistere al concerto? – Val. %

<b>Con chi</b>	<b>Firenze</b>	<b>Altro provincia</b>	<b>Altro Toscana</b>	<b>Altro Italia</b>	<b>Eestero</b>	<b>Totale</b>
Da solo	21,1	12,2	14,4	8,6	11,3	10,7
In coppia	36,3	32,7	30,0	40,3	33,8	38,3
Con famiglia	5,9	12,2	11,9	10,1	17,3	10,2
Con amici	36,8	42,9	43,6	40,9	36,1	40,7
Gruppo organizzato	0,0	0,0	0,0	0,1	1,5	0,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

L'auto propria è stata in assoluto il mezzo più utilizzato dagli spettatori per raggiungere Firenze, anche se il treno ha rappresentato circa ¼ delle scelte. Molto elevata la quota di chi ha dichiarato di essere arrivato in pullman (di linea o charter), mentre il ricorso al mezzo aereo è stato indicato soprattutto dagli spettatori provenienti dall'estero.

Circa 70 mila spettatori residenti in altre regione e oltre 1.300 stranieri hanno raggiunto Firenze mediante l'uso di auto propria. Soffermandoci sulle stesse provenienze è plausibile stimare in oltre 39 mila gli italiani e in oltre 1.600 gli stranieri che invece sono arrivati in treno.

Tav. 3 – Mezzo di trasporto utilizzato per arrivare a Firenze (per provenienza) – Val. %

<b>Mezzo di trasporto</b>	<b>Altro provincia</b>	<b>Altro Toscana</b>	<b>Altro Italia</b>	<b>Estero</b>	<b>Totale</b>
Auto propria	61,2	74,1	48,9	17,3	51,3
Auto a noleggio	0,0	0,0	0,1	5,3	0,3
Camper/roulotte	0,0	1,2	2,2	2,3	2,1
Pullman	0,0	9,1	16,4	14,1	14,9
Treno	14,3	11,9	27,2	21,1	24,5
Aereo	0,0	0,0	3,9	39,1	4,8
Moto	16,3	3,7	1,0	0,0	1,7
Altro*	8,2	0,0	0,3	0,8	0,4
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Tramvia, autostop, auto amici, autobus, car-pooling

Spostando l'attenzione sulle scelte di mobilità urbana a cui hanno fatto ricorso gli spettatori per raggiungere l'area del concerto, dall'indagine è emerso che circa la metà (48,8%, pari a oltre 96 mila) ha raggiunto l'Arena del Visarno a piedi. La scelta è risultata ampiamente maggioritaria tra gli spettatori arrivati dalle altre località della Toscana, dalle altre regioni d'Italia e dall'estero, a differenza dei residenti in città o in altri comuni dell'area metropolitana che hanno privilegiato i mezzi privati (auto-moto) e la tramvia. Complessivamente le indicazioni sull'utilizzo dei collegamenti di linea urbani raggiungono il 31% (23,2% per la tramvia e il 7,7% per i bus/navetta) mentre i mezzi propri hanno raccolto oltre il 17% delle segnalazioni.

Tav. 4 – Mezzo di trasporto utilizzato per arrivare al concerto (per provenienza) – Val. %

<b>Mezzo di trasporto</b>	<b>Firenze</b>	<b>Altro provincia</b>	<b>Altro Toscana</b>	<b>Altro Italia</b>	<b>Estero</b>	<b>Totale</b>
Auto/Camper	24,0	16,3	16,0	12,2	9,8	13,8
Taxi	0,0	0,0	0,0	1,1	5,3	1,0
Moto/Scooter	26,6	16,4	2,5	0,5	0,0	3,5
Bicicletta	2,9	2,0	0,0	2,2	1,5	2,0
Tramvia	23,5	30,6	27,2	22,6	14,3	23,2
Bus/Navetta	4,9	2,0	4,5	8,3	19,5	7,7
A piedi	18,1	32,7	49,8	53,1	49,6	48,8
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Grazie alla notorietà di Firenze, all'importanza del patrimonio storico artistico e alla sua capacità di attrazione, molti spettatori che sono giunti in città per assistere al concerto hanno deciso di anticipare il loro arrivo o di prolungare la loro permanenza. Si tratta di persone che hanno evidenziato un elevato interesse a visitare località turisticamente interessanti; pertanto hanno



organizzato appositamente un soggiorno pre-post concert. La proposta musicale abbinata all’offerta culturale e ambientale della città è stata percepita come un unico «attrattore». Infatti, dall’indagine è emerso che il 54,3% di spettatori non residenti a Firenze o nei comuni limitrofi non ha limitato la presenza a Firenze al solo giorno del concerto. Tra questi vi sono soprattutto gli stranieri, ma anche tantissimi italiani. Ovviamente non tutti hanno pernottato in città, o in altra località della Toscana, ma in diversi casi si è trattato di spettatori che hanno assistito a più concerti con trasferte quotidiane da altre località della provincia, della Toscana, ma anche dall’Emilia Romagna, Veneto, Lazio, ecc. È chiaro che per questa tipologia di escursionista l’elemento prevalente della motivazione è stata la proposta musicale e non il contesto all’interno del quale si svolgeva.

Tav. 5 – La presenza a Firenze degli spettatori (per provenienza) – Val. %

<b>Presenza a Firenze</b>	<b>Altro provincia</b>	<b>Altro Toscana</b>	<b>Altro Italia</b>	<b>Eestero</b>	<b>Totale</b>
<b>Per più giorni</b>	38,8	42,8	55,5	77,4	54,3
<b>Limitata al giorno del concerto</b>	61,2	57,2	44,5	22,6	45,7
<b>Totale</b>	100	100	100	100	100

Escludendo per ovvi motivi i residenti in città o in altro comune della provincia, coloro che hanno dichiarato almeno un pernottamento strettamente collegato al festival, in una qualsiasi località della Toscana, sono stati il 51,5% del campione, con valori più elevati tra gli stranieri. È un risultato formidabile che conferma come la capacità attrattiva della location non solo riesce ad incidere sui risultati della manifestazione, ma soprattutto contribuisce ad amplificarne gli effetti.

Tav. 6 – Spettatori che hanno trascorso un pernottamento in Toscana (per provenienza) – Val. %

	<b>Altro Toscana</b>	<b>Altro Italia</b>	<b>Eestero</b>	<b>Totale</b>
NO	88,9	43,2	19,5	48,5
SI	11,1	56,8	80,5	51,5
<b>Totale</b>	100	100	100	100

In base ai risultati appena descritti si stima che siano stati circa **89 mila gli spettatori che hanno trascorso almeno un pernottamento in una località della Toscana**. La durata media dei loro soggiorni è stata stimata in 2,3 notti, con comportamenti differenti tra gli italiani e gli stranieri: 2,2 notti per i primi e 3,3 notti per i secondi.

Complessivamente coloro che hanno scelto di trattenersi per più giorni in Toscana, oltre al giorno del concerto, hanno dato luogo a **circa 207 mila pernottamenti, di cui oltre 188 mila di italiani e 19.000 di stranieri. 50 mila i pernottamenti stimati negli hotel, circa 128 mila quelli nelle strutture extralberghiere e 23 mila i pernottamenti presso amici-parenti**. Ovviamente la località maggiormente preferita per i soggiorni è stata proprio **Firenze**, che secondo le nostre stime **ne avrebbe totalizzati 171 mila (82,6%)**.

Inoltre, va aggiunto che circa 145 mila spettatori sono arrivati a Firenze appositamente per assistere ad una o più proposte del festival rock. Tra questi il 46%, pari a circa 67 mila, si è fermato una o più notti, generando almeno 154 mila pernottamenti.

Oltre all'impatto originato da coloro che sono giunti in città in qualità di turisti o di escursionisti, un altro aspetto significativo emerso dall'indagine è quel 60% circa di intervistati che nel momento in cui ha deciso di acquistare un biglietto per assistere ad un concerto non ha fatto prevalere solo l'interesse musicale, ma si è lasciato condizionare dalla suggestione del luogo. Per il 15% la location "Firenze" come sede della manifestazione è stata assolutamente ininfluenza.

Tav. 7 – Quanto ha influito la location Firenze nella sua scelta di assistere al concerto – Val. %

<b>Importanza</b>	<b>Firenze</b>	<b>Altro provincia</b>	<b>Altro Toscana</b>	<b>Altro Italia</b>	<b>Estero</b>	<b>Totale</b>
Per nulla	7,5	8,2	12,1	16,6	10,6	14,8
Poco	3,0	0,0	7,9	13,3	9,8	11,2
Sufficientemente	6,5	0,0	10,0	18,8	5,3	15,7
Molto	24,6	46,9	28,9	28,9	36,4	29,2
Moltissimo	58,4	44,9	41,1	22,4	37,9	29,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Un'altra annotazione dell'indagine riguarda le scelte della sistemazione ricettiva degli 89 mila spettatori che hanno trascorso almeno un pernottamento a Firenze o in altre località della regione. Come si può osservare dalla tavola successiva, risulta abbastanza rilevante il "segmento" che si è orientato verso le strutture alberghiere: circa 26 mila unità. Tra questi circa 7 mila hanno scelto hotel classificati a 4 stelle, oltre 13 mila hanno pernottato in strutture a 3 stelle e 5.800 in hotel a 1-2 stelle. Senza dubbio maggioritaria la quota di coloro che hanno preferito strutture extralberghiere o appartamenti. Infine, nella voce "altro" sono comprese una serie variegata di segnalazioni, dalla notte trascorsa in macchina al pernottamento in tenda all'interno del Parco delle Cascine.

Tav. 8 – Tipologia di struttura prescelta per il pernottamento – Val. %

<b>Tipologia di struttura</b>	<b>Val. %</b>
Hotel	28,5
Affittacamere/B&B	25,0
Appartamento	19,0
Presso amici e parenti	10,3
Campeggio	6,1
Ostello	4,5
Agriturismo	1,5
Camper e aree di sosta	1,4
Residence e case vacanza	1,0
Altro*	2,7
<b>Totale</b>	<b>100</b>

L'ultima parte dei risultati scaturiti dall'indagine attengono alla stima della spesa media sostenuta da coloro che a vario titolo hanno assistito ai concerti. In questo caso è stata utilizzata la stessa procedura metodologica delle indagini presso la domanda turistica. In particolare, attraverso alcune domande specifiche del questionario sono state raccolte informazioni sui comportamenti di consumo nel corso della permanenza nella città di Firenze, e più in generale in tutta la Toscana. L'elaborazione di queste informazioni ha consentito di pervenire ad una valutazione della spesa media sostenuta per assistere al/ai concerto/i, ad esclusione dei biglietti di ingresso, suddivisa per tipologia di beni e servizi acquistati.

Per la particolarità del fenomeno "osservato" e per l'eterogeneità del pubblico, ai fini della determinazione della spesa è stato necessario individuare tre diversi profili di spettatori, sulla base della provenienza dichiarata e dei comportamenti di consumo rilevati attraverso le interviste: il residente a Firenze o in una località dell'area metropolitana; lo spettatore escursionista che ha raggiunto la città una o più volte per assistere al concerto senza pernottare; lo spettatore che ha anticipato/prolungato la sua permanenza in città o in altre località della Toscana, soggiornandovi per una o più notti.

Sulla base delle risposte fornite dai residenti – città e area metropolitana – mediamente la spesa pro-capite sostenuta per assistere ai concerti (trasporti in toscana e spostamenti a Firenze, bar e ristoranti, esercizi commerciali, gadget, acquisti vari, ecc., ad esclusione del biglietto di ingresso) è stata stimata in 19,2 Euro.

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 50,4 Euro e i capitoli di spesa più rilevanti riguardano l'offerta ristorativa e l'acquisto di gadget legati alla manifestazione.

I dati forniti dal campione di spettatori-turisti hanno portato a stimare una spesa media di 246,6 Euro. Per gli italiani la spesa pro-capite è di 236,6 Euro, mentre per gli stranieri sale a 387 Euro. La principale voce di spesa che assorbe il 38,7% del budget medio dichiarato dagli spettatori-turisti è rappresentata dall'alloggio. Segue la "ristorazione" che assorbe il 29,5% della spesa totale. Queste due voci costituiscono oltre il 68% della spesa media complessiva di coloro che oltre ad assistere al concerto hanno trascorso un periodo di vacanza in Toscana.

Tav. 9 – Spesa media per profilo di spettatore – Val. in €

	Residente città – area metrop.	Escursionista	Turista
Ricettività	/	/	95,5
Trasporto e spostamenti a Firenze	3,3	8,8	19,0
Ristorazione, bar, gelaterie, ecc.	9,0	24,0	72,8
Prodotti enogastronomici tipici	0,2	1,3	10,8
Shopping/Abbigliamento, negozi, ecc.	0,1	2,6	16,7
Ingresso musei, visite guidate, cataloghi, ecc.	0,0	0,7	6,5
Acquisto gadget legati al concerto	6,5	12,3	15,6
Altre spese	0,1	0,7	9,8
<b>Spesa media</b>	<b>19,2</b>	<b>50,4</b>	<b>246,6</b>

I valori della spesa media degli spettatori, escluso il biglietto di ingresso, sono stati opportunamente ponderati con l'universo di riferimento, in modo da determinare la spesa complessiva riversata sul sistema locale del lavoro di Firenze e più in generale della Toscana. L'elaborazione ha permesso di stimare in oltre 26,7 milioni di euro la spesa complessiva, di cui oltre l'82% generata dai consumi degli spettatori-turisti. Da una prima ricognizione appare evidente come la quota maggiore dei consumi si sia riversata sul sistema della ricettività alberghiera e complementare, sulla rete degli esercizi ristorativi e della somministrazione di cibi e bevande, sulla produzione dei servizi di trasporto e sulla acquisto dei gadget. In base alle stime, una quota di spesa significativa è stata riversata anche nella rete commerciale e negli acquisti di prodotti enogastronomici. Assai rilevante anche la quota destinata ai gadget della manifestazione che assorbe il 9,6%

Tav. 10 – Spesa per settore produttivo e per profilo di spettatore – Val. in migliaia di €

	Residente città – area metrop.	Escursionista	Turista	Totale spesa
Ricettività	/	/	8.547,2	8.547,2
Trasporto e spostamenti a Firenze	76,6	740,7	1.699,1	2.516,5
Ristorazione, bar, gelaterie, ecc.	208,5	2.023,5	6.507,9	8.740,0
Prodotti enogastronomici tipici	4,9	108,4	966,3	1.079,7
Shopping/Abbigliamento, negozi, ecc.	2,5	217,4	1.489,7	1.709,7
Ingresso musei, visite guidate, cataloghi, ecc.	0	60,5	585,5	646,0
Acquisto gadget legati al concerto	150,0	1.038,2	1.392,1	2.580,5
Altre spese	1,8	57,4	875,6	934,9
<b>Spesa totale degli spettatori in Toscana</b>	<b>444,7</b>	<b>4.246,4</b>	<b>22.063,8</b>	<b>26.754,9</b>

Preso atto che la stima di spesa ottenuta per l'intero territorio regionale supera i 26,7 milioni di Euro, è importante soffermarsi sulla spesa che è stata riversata a Firenze e più in generale nel Sistema Locale del Lavoro a cui la città appartiene. Secondo le classificazioni Istat, gli altri comuni che rientrano in questo ambito sono 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.

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 in gadget dichiarata dagli spettatori è stata attribuita totalmente nel SLL Firenze, in quanto il consumo è avvenuto all'interno dell'area del Visarno e non in altri territori. Valutazioni analoghe sono state effettuate in merito alla ricettività, ricostruendo il flusso di spesa in base alle località di soggiorno dichiarate. Così per gli altri settori e, secondo questo criterio, le stime portano a definire una spesa di oltre 23 milioni di Euro nell'area di Firenze, pari a circa l'86% della spesa totale.

Anche in questo caso i comparti produttivi che ne hanno maggiormente beneficiato sono stati la ricettività e la ristorazione. Da non sottovalutare la quota di consumi «culturali», anche se appare marginale rispetto ai valori degli altri settori produttivi

Tav. 11 – Spesa per settore produttivo nel SLL Firenze – Val. in migliaia di €

	<b>Spesa totale in SLL Firenze</b>
Ricettività	7.861,4
Trasporto e spostamenti a Firenze	1.168,5
Ristorazione, bar, gelaterie, ecc.	7.876,4
Prodotti enogastronomici tipici	810,7
Shopping/Abbigliamento, negozi, ecc.	1.624,3
Ingresso musei, visite guidate, cataloghi, ecc.	620,2
Acquisto gadget legati al concerto	2.580,5
Altre spese	468,3
<b>Spesa totale degli spettatori SLL Firenze</b>	<b>23.010,6</b>

## I dati delle gestione dell'evento

Contrariamente alle previsioni, questa attività ha incontrato qualche difficoltà nella fase di raccolta delle informazioni, probabilmente imputabile al fatto che l'interlocutore del sistema organizzativo non disponeva direttamente dei dati, ma dovevano essere reperiti presso i referenti che hanno gestito gli aspetti amministrativi.

Il motivo del coinvolgimento degli organizzatori dell'evento è che sia le loro attività sia tutti gli altri eventi ad essi collegati hanno portato un effetto diretto ed indiretto su un ambito territoriale più o meno ampio. Gli acquisti di beni e servizi diretti effettuati sul territorio creano ricaduta in termini di prodotto interno e di occupazione, mentre spettatori, artisti, giornalisti e vip riempiono con le loro presenze le strutture ricettive, consumando pasti e compiono diversi atti di consumo. L'area stessa di svolgimento dei concerti fornisce occasione per l'attività di altre imprese e la ricaduta sul territorio non si limita alla produzione di beni e servizi acquistati, ma è sensibilmente più ampia in rapporto alle importazioni da altri territori e ai consumi indotti attraverso la distribuzione del reddito.

Quelli che seguono sono i prospetti dei costi e dei ricavi messi a disposizione dagli organizzatori, con l'indicazione dei settori produttivi coinvolti e il riferimento geografico della sede o sedi di impresa delle aziende coinvolte. Questo aspetto porta ad escludere dalla valutazione di impatto tutte le voci di costo e ricavo relative ad imprese con sede fuori dalla Toscana.

Tav. 1 – Prospetto dei costi

CATEGORIA	VOCE	Provenienza del fornitore					
		Comune Firenze	Provincia Firenze	Regione Toscana	Italia	Extra Italia	Aggregato
Allestimento strutture per lo spettacolo	Costo fornitori noleggio	100.000,00	50.000,00		550.000,00		700.000,00
	Giorni/uomo addetti montaggi						-
Allestimento spazi e stand (interni ed esterni)	Costo fornitori	50.000,00			50.000,00		100.000,00
	Giorni/uomo addetti						-
Montaggio strutture per lo spettacolo	Costo fornitori	270.000,00		30.000,00	50.000,00		350.000,00
	Giorni/uomo addetti						-
	Costo fornitori	100.000,00			400.000,00		500.000,00

Servizio sicurezza/body guard	Giorni/uomo addetti						-
Servizi di accoglienza, hostess, addetti stand, addetti altri servizi, etc.	Costo fornitori	20.000,00			30.000,00		50.000,00
	Giorni/uomo addetti						-
Servizi sanitari e igienici	Costo fornitori				50.000,00		50.000,00
	Giorni/uomo addetti						-
Trasporto, facchinaggio e gestione logistica	Costo fornitori	30.000,00			20.000,00		50.000,00
	Giorni/uomo addetti						-
Costo mensa/catering per addetti	Costo fornitori	12.000,00			28.000,00		40.000,00
Costo artisti	Costo fornitori					9.500.000,00	9.500.000,00
Costo per gestione Staff degli artisti	Costo fornitori	500.000,00					500.000,00
Promozione e Comunicazione	Costo fornitori	20.000,00		10.000,00	70.000,00		100.000,00
Servizi tecnologici	Costo fornitori	15.000,00			10.000,00		25.000,00
Merchandising	Costo fornitori	210.000,00		10.000,00	80.000,00		300.000,00
Affitto area concerti	Costo fornitori	120.000,00					120.000,00
Spese generali	Costo fornitori						-
Personale dipendente	Costo del personale						-
Altre spese	Costo fornitori	60.000,00					60.000,00
Totali		1.507.000,00	50.000,00	50.000,00	1.338.000,00	9.500.000,00	12.445.000,00

Tav. 2 – Prospetto dei ricavi

CATEGORIA	VOCE	Destinazione					
		Comune Firenze	Provincia Firenze	Regione Toscana	Italia	Extra Italia	Aggregato
NUMERO SPETTATORI	Numero						
RICAVI per vendita biglietti	Ricavi biglietti	4.000.000,00				9.000.000,00	13.000.000,00
Ricavi sponsorizzazioni	Ricavi sponsor.	700.000,00					700.000,00
Ricavi Merchandising	Ricavi merchandising	300.000,00		50.000,00	100.000,00	300.000,00	750.000,00
Ricavi per rilascio di licenze/permessi ad ambulanti etc.	Ricavi concessione spazi						-
Transazioni generate all'interno di Firenze Rock	Ricavi terze parti						-
Ricavi somministrazioni	Ricavi per somministrazioni						-
Altri ricavi da vendita interna							-
Totale		5.000.000,00	-	50.000,00	100.000,00	9.300.000,00	14.450.000,00



## La ricaduta economica del Firenze Festivals Rocks 2018

Obiettivo di questa parte del lavoro è stato quello di pervenire ad una valutazione, il più possibile esaustiva, dell'impatto economico<sup>1</sup> complessivo legato all'organizzazione e svolgimento del festival. 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 della località e dalle eventuali relazioni culturali attivate a seguito delle manifestazioni. Altri effetti sono quelli derivanti dall'allestimento materiale dell'evento. Altri ancora sono legati alla spesa degli spettatori che rappresenta la componente più rilevante in termini di valore aggiunto attivato.

Pertanto, nel proporre una valutazione economica dei concerti proposti nell'ambito del festival rock lo studio si è concentrato principalmente sugli effetti generati dalla domanda degli spettatori, che in termini quantitativi resta la più rilevante, e solo in parte sugli effetti derivanti dall'organizzazione materiale dell'evento. Le stime del valore aggiunto e della produzione attivata dai due aggregati di spesa, di seguito illustrate, possono essere considerate una "buona" misurazione dei principali effetti economici di queste ultime.

Il concetto su cui si basa tutta l'analisi è l'esistenza di una relazione tra la spesa degli organizzatori e di coloro che hanno assistito ai concerti (siano essi residenti, escursionisti o turisti) 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 degli spettatori e degli organizzatori 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) stimolata dalla domanda degli spettatori/organizzatori.

In questo modo l'attivazione economica, si allarga dal ristretto ventaglio di settori a cui la domanda rivolge la propria spesa (alberghi e ristoranti, commercio, trasporti, servizi culturali), ad un più ampio numero 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 degli organizzatori e degli spettatori attivando valore aggiunto in molti settori dell'economia, genera maggiori redditi per gli operatori dei settori coinvolti. Questi redditi si trasformano in maggiori consumi e si traducono poi, in base al classico meccanismo di moltiplicazione keynesiano, in nuova maggiore produzione e valore aggiunto (indotto).

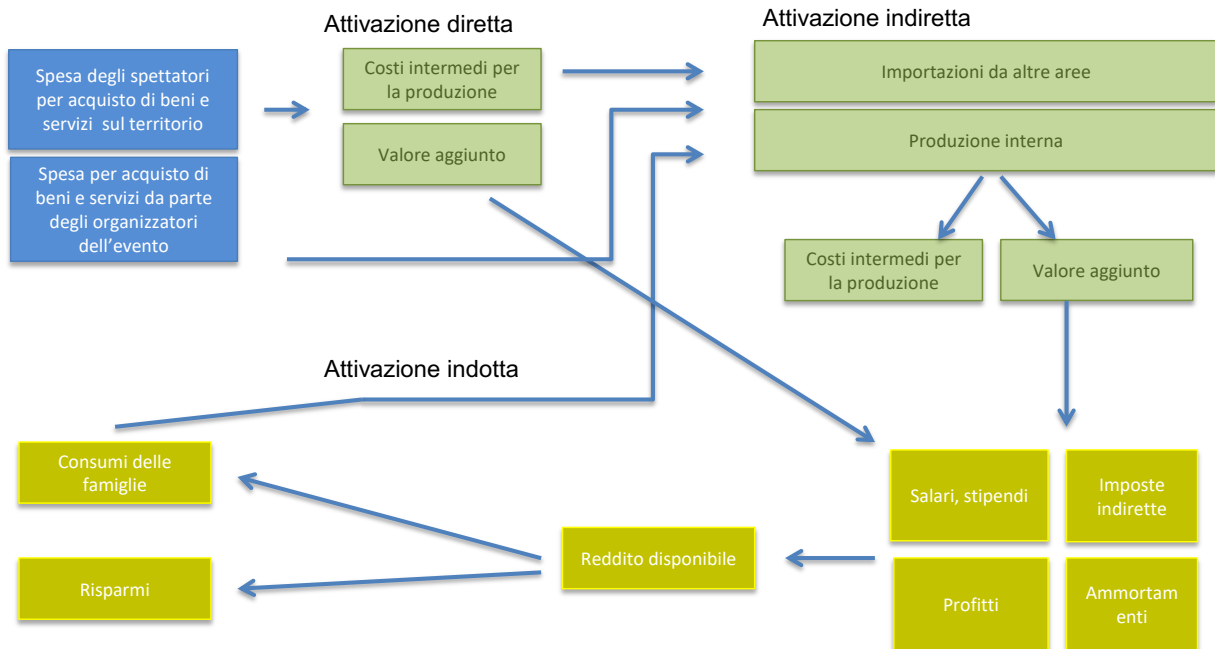
Operativamente, per valutare l'impatto economico generato dall'evento, sono state applicate le stesse procedure utilizzate per l'analisi di impatto della domanda turistica, opportunamente corrette, tenendo conto del fatto che solo parte della spesa attivata da coloro che assistono a

---

<sup>1</sup> I valori di stima sono stati elaborati da Irpet

eventi è stata realizzata da turisti, mentre una parte altrettanto rilevante è attribuibile a spettatori residenti o ad escursionisti.

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



Come già accennato, il punto di partenza è rappresentato dai risultati sui comportamenti di spesa rilevati attraverso l'indagine diretta agli spettatori, illustrati nelle pagine precedenti, e i dati resi disponibili dagli organizzatori. I risultati della prima indagine sono stati riportati all'universo, attraverso la stima degli spettatori residenti, escursionisti e turisti.

Le stime della spesa di tutti gli spettatori, 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 branche produttrici 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 trasforma in valore aggiunto. Il modello ha permesso, altresì, di valutare in che misura la produzione attivata direttamente determini un'ulteriore domanda di beni e servizi intermedi prodotti all'interno o all'esterno del sistema (importazioni). Così come è stato possibile calcolare la spesa in consumi sostenuta da coloro che hanno beneficiato di un aumento di reddito proprio grazie alla spesa degli organizzatori e spettatori, fino a determinare il volume totale della produzione attivata. A partire da questo schema di ragionamento, nelle pagine successive, si illustrano i risultati ottenuti sia per il sistema economico della Toscana sia per l'interno sistema locale del lavoro a cui appartiene la città di Firenze.

Ripartendo dall'indagine campionaria, attraverso la quale è stato possibile identificare i diversi segmenti di spettatori, caratterizzati ciascuno da un differente profilo di spesa, si ricorda che la spesa stimata per tutta la Toscana è stata di oltre 26,7 mln di euro.

Tav. 1 – Spesa degli spettatori distribuita per settore produttivo – Val. in migliaia di €

	<b>Totale spesa</b>
Ricettività	8.547,2
Trasporto e spostamenti a Firenze	2.516,5
Ristorazione, bar, gelaterie, ecc.	8.740,0
Prodotti enogastronomici tipici	1.079,7
Shopping/Abbigliamento, negozi, ecc.	1.709,7
Ingresso musei, visite guidate, cataloghi, ecc.	646,0
Acquisto gadget legati al concerto	2.580,5
Altre spese	934,9
<b>Spesa totale degli spettatori in Toscana</b>	<b>26.754,9</b>

Dalla spesa che la domanda degli spettatori ha riversato sul territorio fiorentino e toscano, al netto del biglietto di ingresso, il valore totale della produzione attivata su tutto il territorio regionale è stimato in 34,2 mln di Euro. Questo valore corrisponde all'insieme di beni e servizi realizzati come produzione cumulata, esclusa quella attivata al di fuori della Toscana: effetti diretti, indiretti e indotti. Con riferimento al SLL Firenze, la produzione totale attivata è stimata in 25,9 mln, con un moltiplicatore pari a 1,2: 1 Euro di spesa ha attivato una produzione del valore di 1,2 Euro.

Tav. 2 – La produzione totale attivata dalla spesa degli spettatori – Val. in migliaia di €

	<b>SLL Firenze</b>	<b>Resto Toscana</b>	<b>Totale</b>
Produzione totale	25.896,9	8.384,8	34.281,7

Per il sistema economico regionale la domanda attivata dalla spesa degli spettatori 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 circa il 47% della produzione totale, pari ad oltre 16,1 mln di Euro. A seguire troviamo le Attività immobiliari, che secondo la stima avrebbero attivato una produzione di oltre 2,9 mln di Euro, e il settore del Commercio all'ingrosso e al dettaglio, con una produzione stimata di 2,8 mln di Euro.

Tav. 3 – La produzione totale attivata in Toscana dalla spesa degli spettatori per settori – Val. in migliaia di €

<b>Settori produttivi</b>	<b>Val. in migliaia di €</b>
Servizi di alloggio e ristorazione	16.135,8
Attività immobiliari	2.911,0
Commercio all'ingrosso e al dettaglio, ecc.	2.850,8
Trasporto e magazzinaggio	1.955,6
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	1.728,0
Altre attività di servizi	1.579,4
Attività finanziarie e assicurative	886,0
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	854,9
Attività legali, contabilità, consulenza di gestione, ecc.	681,7
Agricoltura, silvicoltura	674,9

Industrie tessili, abbigliamento, pelli e accessori	643,8
Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento 90 a 93	606,1
Costruzioni	434,2
Sanità e assistenza sociale	367,3
Altri settori	1.971,2
Totale	34.281,7

Se prendiamo in considerazione il sistema locale del lavoro di Firenze il grado di coinvolgimento dei settori produttivi rimane pressoché invariato, ma spesso si rileva una incidenza percentuale sensibilmente diversa. Per esempio: il peso della produzione totale attivata nel settore alloggio e ristorazione sale al 56,7%; l'incidenza della voce "trasporto" passa dal 5,7% dell'ambito regionale al 3,4% del locale; il peso del 5% della produzione "alimentare" rilevato a livello regionale scende all'1,2% nel SLL di Firenze.

Tav. 4 – La produzione totale attivata nel SLL di Firenze dalla spesa degli spettatori per settori  
– Val. in migliaia di €

<b>Settori produttivi</b>	<b>Val. in migliaia di €</b>
Servizi di alloggio e ristorazione	14.683,5
Attività immobiliari	2.373,3
Commercio all'ingrosso e al dettaglio, ecc.	2.278,5
Altre attività di servizi	1.240,7
Trasporto e magazzinaggio	873,6
Attività finanziarie e assicurative	631,7
Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento	540,9
Attività legali, contabilità, consulenza di gestione, ecc.	503,7
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	501,6
Industrie tessili, abbigliamento, pelli e accessori	381,7
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	304,8
Sanità e assistenza sociale	277,1
Costruzioni	262,3
Altri settori	1.042,9
Totale	25.896,9

Se oltre alla spesa che gli spettatori hanno riversato sul territorio consideriamo anche i costi sostenuti e i ricavi conseguiti dagli organizzatori del festival rock, ma solo quelli che hanno determinato un impatto all'interno della Toscana, gli effetti stimati sul territorio regionale ammontano a 42,1 milioni di Euro. Ovviamente nella misurazione degli effetti sono stati considerati solo i costi per acquisti di beni e servizi con ricaduta sul sistema economico regionale, escludendo per esempio i compensi delle prestazioni professionali degli artisti, ma anche tutti gli altri costi che hanno generato produzione o trasferimento di redditi nel resto d'Italia o all'estero.

Tav. 5 – La produzione totale attivata dalla spesa degli spettatori/organizzatori – Val. in mgl di €

	SLL Firenze	Resto Toscana	Totale
Produzione totale	33.321,8,9	8.822,7	42.144,5

Gli effetti della produzione attivata dalla spesa degli spettatori e quelli attivati dall'organizzazione del Festival Rock, hanno generato un Valore Aggiunto stimato in 23 milioni di Euro su tutto il territorio regionale. In questo caso può essere inteso come il valore del reddito generato a seguito della produzione totale che si è sviluppata in Toscana, al netto delle imposte. Anche in questo caso non si è tenuto conto del VA che l'evento ha generato fuori regione e all'estero.

Tav. 6 – Il Valore Aggiunto generato dall'attività produttiva – Val. in migliaia di €

	SLL Firenze	Resto Toscana	Totale
Produzione totale	18.798,7	4.239,2	23.037,9

Se oltre al VA consideriamo anche il valore delle imposte sulla ricchezza prodotta, la stima indica un PIL di € 26 mln, di cui 21,3 nell'area fiorentina e circa 4,6 mln nel resto della Toscana. Oltre ai valori assoluti stimati, un altro parametro che lo studio può fornire è quello di stabilire l'incidenza dei risultati sul PIL prodotto da ciascun sistema economico osservato. Per il SLL di Firenze è pari allo 0,08% del valore complessivo, per il resto della Toscana è pari allo 0,01% e per l'intero territorio regionale sale allo 0,02%.

Tav. 7 – Il PIL generato dall'attività produttiva – Val. in migliaia di €

	SLL Firenze	Resto Toscana	Totale
Produzione totale	21.372,0	4.587,2	26.006,6

Infine, la produzione attivata dal Firenze Festival Rocks 2018 ha generato effetti benefici anche in termini occupazionali. 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 Toscana sono stimate in 444**, di cui l'82% nel SLL Firenze

Tav. 8 – Le unità lavoro generate dalla produzione totale

	SLL Firenze	Resto Toscana	Totale
UL	366	78	444