



Camera di Commercio  
Firenze



PromoFirenze

AZIENDA SPECIALE  
Camera di Commercio di Firenze

## COMUNICATO STAMPA

### Firenze Rocks dà ritmo anche all'economia

*Presentati i risultati del report, realizzato da Irpet e Centro Studi Turistici e commissionato dalla Camera di commercio di Firenze, sull'impatto economico del festival rock dell'anno scorso. La ricaduta a livello regionale è stata di 36,5 milioni.*

Firenze, 28 gennaio 2020 - Firenze Rocks, si conferma un successo da molti punti di vista. Lo dicono i dati certificati da Irpet e Centro Studi Turistici (CST) su incarico della Camera di commercio per l'edizione 2019, presentati oggi nel corso di una conferenza stampa alla quale hanno partecipato Laura Innocenti e Massimo Manetti, rispettivamente membro di giunta della Camera di commercio e presidente di PromoFirenze (azienda speciale della Camera), gli assessori comunali Cecilia Del Re (turismo, fiere e congressi) e Tommaso Sacchi (cultura), Alessandro Tortelli direttore scientifico di CST e Stefano Casini Benvenuti, direttore di IRPET, e per gli organizzatori dell'evento, Marco Boraso responsabile marketing di Live Nation e Alessandro Bellucci amministratore di LNDF.

Il report, realizzato sui dati rilevati su un campione di oltre 2mila partecipanti ai quattro concerti del 2019 e raccolti da Promofirenze, dice che i **172mila spettatori**, pur se in flessione rispetto all'anno precedente (-12,7%) per la diversa articolazione dell'offerta musicale, **hanno speso circa 22 milioni** (26,7 nel 2018), di cui **19 milioni solo nell'area di Firenze**. Una spesa che, considerando i beni e servizi complessivamente utilizzati, ha attivato una **produzione totale nel sistema economico regionale di 28,6 milioni** (34,2 nel 2018); inoltre, se alla spesa degli spettatori si considerano i costi/ricavi dell'organizzazione dell'evento, **gli effetti sul territorio salgono a 36.5 milioni** (42,1 nel 2018).

La musica si conferma dunque un elemento catalizzatore anche in termini di ricchezza che resta sul territorio. **Lo studio di IRPET e CST rivela che nel 2019 sono aumentati gli spettatori stranieri** (5,1% del campione rispetto al 3,9% del 2018) e la quota di chi arriva in gruppo (45,2%); La **spesa media dello spettatore-turista italiano è stata l'anno scorso di 222,9 euro; di 367,7 euro per gli stranieri**. E si conferma preponderante la presenza femminile (57,2%) rispetto a quella maschile (42,8%).

La proposta del Firenze Rocks si dimostra inoltre capace di sviluppare integrazioni con il tradizionale contesto culturale della città: 15.500 sono le persone venute in città nel 2019 per il festival che si stima abbiano visitato almeno un museo, visto un monumento o altro luogo di cultura. Interessanti le scelte di **mobilità "green" degli spettatori**, che in maggioranza hanno deciso di raggiungere a piedi l'area del concerto; in **quota crescente la percentuale di chi ha usufruito della tramvia (35% rispetto al 23,2% del 2018)**. Il mezzo più utilizzato per raggiungere Firenze resta l'auto, mentre il 62,4% degli stranieri arriva in aereo.

La tipologia degli spettatori è stata come al solito influenzata dalle proposte musicali: per il **concerto di Ed Sheeran l'età media era di 27 anni, di 35 anni per il concerto dei The Cure**, gruppo dalla carriera ormai consolidata. Una proposta musicale eterogenea e una location di valore come Firenze (l'impianto del Visarno, dove si svolgono i concerti, dista 1,5 chilometri dalla stazione di Santa Maria Novella), si confermano asset che fanno la differenza di Firenze Rocks rispetto agli altri eventi e rassegne di musica rock in Italia.

*“Per il tessuto economico del territorio, eventi come il Firenze Rocks contribuiscono in maniera forte a rinnovare le motivazioni di visita alle nostre bellezze artistiche”, commenta Laura Innocenti, membro di giunta della Camera di commercio. “In anni in cui si ricerca un turismo di qualità, in cui fattori economici e politici mondiali, oltre che legati alla salute, ci rendono più fragili, gli eventi come Firenze Rocks, le grandi mostre e i congressi ci permettono di mantenere alta l'attenzione sul nostro territorio. Firenze Rocks, con i dati emersi dalla ricerca, testimonia un valore economico molto importante per le ricadute sulle attività della città”, ha aggiunto.*

*“Siamo molto soddisfatti dei risultati della ricerca e di esserne stati parte attiva fin dal 2018, anno in cui sono iniziate le rilevazioni”, dice Massimo Manetti, presidente dell'azienda speciale della Camera di commercio. “PromoFirenze sarà presente con il suo staff a Firenze Rocks anche per l'edizione 2020”.*

*“Risultati importanti che fanno emergere anche un'immagine più contemporanea di Firenze, legata in questo caso al turismo musicale – ha detto l'assessore al Turismo Cecilia Del Re -. Il frutto di un lavoro di squadra che per il 2020 già preannuncia un'edizione da record per i grandi nomi che continuano a scegliere Firenze come data italiana per i loro tour internazionali. Vogliamo continuare a investire sul settore degli eventi di qualità, diversificando così l'offerta turistica anche per aumentare la permanenza media in città. Importante anche il dato relativo alla mobilità – ha proseguito l'assessore Del Re -, con un aumento degli spettatori che raggiungono il Visarno con il mezzo pubblico e un 35% di arrivi in tramvia, grazie alle due nuove linee che oggi servono quell'area. Questo dimostra quanto investire sulla mobilità pubblica riesca anche a facilitare la realizzazione e l'attrazione di grandi eventi come il Firenze Rocks”.*

L'indagine di impatto completa è scaricabile a questo link : <http://bit.ly/FiRocksImpatto>

A questo link è disponibile materiale foto e video sull'evento 2019: <https://urly.it/34128>

**Ufficio Stampa - [stampa@fi.camcom.it](mailto:stampa@fi.camcom.it)**

Cesare Peruzzi - Tel. 055/2392474 - 335/5648426

Email: [cesare.peruzzi@fi.camcom.it](mailto:cesare.peruzzi@fi.camcom.it)

Antonella Berti - Tel. 055/2392325 - 338/8827455

Email: [antonella.berti@fi.camcom.it](mailto:antonella.berti@fi.camcom.it)

