



BANCA  
DI CREDITO COOPERATIVO  
DI CAMBIANO



Agenzia per lo Sviluppo  
Empolese Valdelsa



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
FIRENZE

# L'INDOTTO ECONOMICO DEL SETTORE TURISTICO NELL'AREA DEL CIRCONDARIO EMPOLESE VALDELSA

Con il contributo di



A cura di



Aprile 2004

La ricerca, a cura del Centro Studi Turistici, è stata promossa dall'Agenzia per lo Sviluppo Empolese Valdelsa, su iniziativa della Confesercenti Empolese Valdelsa, e finanziata dalla Camera di Commercio di Firenze, dalla Banca di Credito Cooperativo di Cambiano, dal Circondario Empolese Valdelsa oltre che dalla stessa Agenzia per lo Sviluppo Empolese Valdelsa.

Il documento è disponibile anche on-line sul sito [www.agenziasviluppo.it](http://www.agenziasviluppo.it)

---

# SOMMARIO

<b>CAPITOLO 1</b> ..□	<b>5</b>
<b>CONTESTO SOCIO-ECONOMICO DELL'AREA EMPOLESE VALDELSA</b> .....	<b>5</b>
1.1 ANALISI SOCIO-DEMOGRAFICA DEL CIRCONDARIO EMPOLESE VALDELSA .....	5
1.2 LA STRUTTURA DEL SISTEMA ECONOMICO .....	6
1.2.1 LA DINAMICA PREVISTA PER L'OCCUPAZIONE DEL 2004 .....	6
1.2 IL COLLOCAMENTO DEL SETTORE TURISMO ALL'INTERNO DEL CIRCONDARIO .....	7
<b>CAPITOLO 2</b> ..□	<b>9</b>
<b>IL MERCATO TURISTICO DEL CIRCONDARIO: DOMANDA E OFFERTA</b> .....	<b>9</b>
2.1 ANDAMENTO DELLA DOMANDA TURISTICA NEL CIRCONDARIO .....	9
2.1.1 ANDAMENTO DELLA DOMANDA TURISTICA MENSILE E PER COMUNE DEL CIRCONDARIO .....	11
2.2 ANDAMENTO DELL'OFFERTA TURISTICA RICETTIVA NEL CIRCONDARIO .....	15
2.2.1 ANDAMENTO DELL'OFFERTA TURISTICA PER COMUNE NEL CIRCONDARIO .....	17
2.3 INCONTRO TRA DOMANDA E OFFERTA TURISTICA NEL CIRCONDARIO .....	18
<b>CAPITOLO 3</b> □	<b>19</b>
<b>INTERVISTE AD UN CAMPIONE DI VISITATORI DEL CIRCONDARIO</b> .....	<b>19</b>
3.1 IL CAMPIONE DI INDAGINE .....	19
3.1.1 CARATTERISTICHE INDIVIDUALI DEL CAMPIONE .....	21
3.2 INFORMAZIONI SUL SOGGIORNO NELL'AREA DEL CIRCONDARIO EMPOLESE VALDELSA .....	22
3.2.1 ATTIVITÀ SVOLTE DURANTE LA GIORNATA DAI TURISTI .....	27
3.3.1 IL VISITATORE DEL CIRCONDARIO: MODALITÀ DI CONOSCENZA DELLA LOCALITÀ, MOTIVAZIONI DELLA VACANZA E GRUPPO DI VIAGGIO .....	29
3.4 GRADO DI SODDISFAZIONE DEI TURISTI .....	32
<b>CAPITOLO 4</b> □	<b>37</b>
<b>INTERVISTE AD UN CAMPIONE DI ESERCIZI COMMERCIALI DEL CIRCONDARIO</b> .....	<b>37</b>
4.1 IL CAMPIONE D'INDAGINE .....	37
4.1 L'ATTIVITÀ COMMERCIALE .....	39
4.2 LA CLIENTELA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI .....	41
4.3 LA SODDISFAZIONE DEI TURISTI PER LA LOCALITÀ E I PRINCIPALI INTERVENTI RICHIESTI DAGLI ESERCENTI PER MIGLIORARLA .....	42
<b>CAPITOLO 5</b> □	<b>45</b>
<b>LA SPESA DEI TURISTI NEL CIRCONDARIO EMPOLESE VALDELSA</b> .....	<b>45</b>
5.1 LA SPESA PRO-CAPITE DEI TURISTI .....	45
5.2 LA SPESA COMPLESSIVA DEI TURISTI .....	47
<b>APPENDICE</b> ...□	<b>49</b>



# CAPITOLO 1

## CONTESTO SOCIO-ECONOMICO DELL'AREA EMPOLESE VALDELSA

Per avere una corretta percezione del fenomeno turistico del quale tratteremo dobbiamo tenere conto di quelle che sono le caratteristiche socio-economiche del sistema all'interno del quale il fenomeno stesso viene studiato. Nel presente capitolo vengono tratteggiate le principali caratteristiche dell'area del Circondario Empolese Valdelsa relative alla sua collocazione, alla demografia ed alla condizione economica.

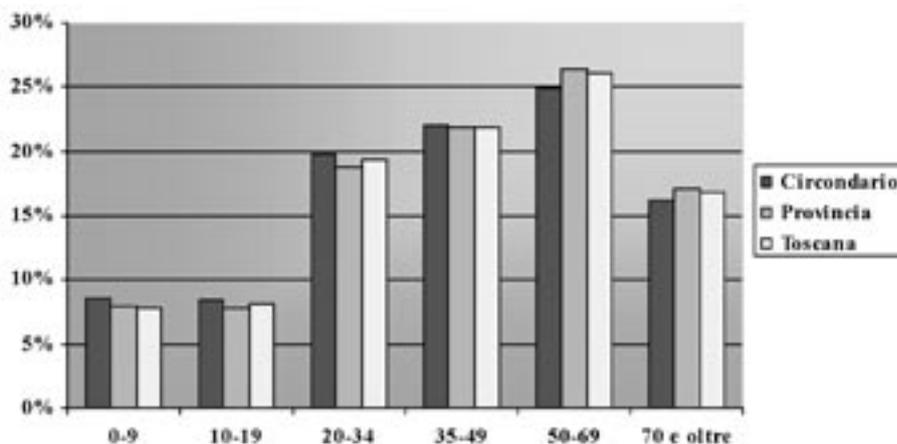
### 1.1 Analisi socio-demografica del Circondario Empolese Valdelsa

Il Circondario Empolese Valdelsa, punto di unione tra la dorsale del bacino Arno e la Valle dell'Elsa, comprende complessivamente 11 comuni, tutti situati nella provincia di Firenze. Essi appartengono al cosiddetto Sistema Empolese-Valdelsa e sono: Empoli, Fucecchio, Montelupo Fiorentino, Montespertoli, Capraia e Limite, Cerreto Guidi, Vinci (sottoinsieme urbano di Empoli), Castelfiorentino, Certaldo, Montaione e Gambassi Terme (sottoinsieme Valdelsa).

La superficie di estensione del Circondario è di 735,54 kmq, il 3,2% di tutta la Toscana ed il 20,9% della Provincia di Firenze. Ha una popolazione residente di 162.849 abitanti (Fonte Istat anno 2003), pari al 16,9% dei residenti della provincia e al 4,6% dei residenti toscani. La densità abitativa per l'area considerata raggiunge i 221 abitanti per kmq e risulta sensibilmente più alta a quella regionale, 155 abitanti per kmq, ma inferiore a quella della provincia fiorentina, 272 abitanti per kmq. I comuni con la superficie più ampia sono Montespertoli e Montaione, i comuni con la maggiore densità abitativa sono Empoli, Montelupo Fiorentino e Fucecchio.

Per comprendere le traiettorie di un'area è opportuno compiere una riflessione sulla struttura demografica della zona, ovvero osservare la consistenza e la qualità della popolazione residente sul territorio. Se andiamo ad analizzare la struttura della popolazione del Circondario per le varie fasce di età, ci accorgiamo che questa è leggermente diversa da quella della Provincia di Firenze e della Regione. Per le fasce di età fino ai 34 anni infatti la numerosità percentuale della popolazione dell'area è leggermente maggiore alla numerosità percentuale della Provincia e della Regione, mentre per le fasce d'età dopo i 50 anni è minore (Figura 1). La diversità di composizione è ulteriormente confermata dal calcolo dell'indice di vecchiaia, che risulta pari a 172,7 per il Circondario, mentre per la Provincia e la Toscana, risulta rispettivamente pari a 194,6 e 192,6. Questo sta a significare che nell'area dell'Empolese Valdelsa si è determinata una realtà più giovane rispetto alla media provinciale e toscana. Tale risultato può essere dovuto sia alle nascite (il tasso di natalità dell'area è superiore a quello della Provincia e della Toscana), che al saldo migratorio decisamente positivo. Entrambi i motivi sopra elencati, insieme ad un tasso di mortalità inferiore a quello della Provincia e della Regione fanno sì che la popolazione del Circondario sia in costante aumento.

Figura 1: Popolazione per classi d'età



Fonte: nostre elaborazioni

## 1.2 La struttura del sistema economico

Una delle caratteristiche dominanti del Circondario Empolese Valdelsa riguarda la **diversificazione settoriale delle attività economiche**, che si contrappone alla specializzazione settoriale che invece caratterizza la maggior parte dei distretti industriali della Toscana. Inoltre questa caratteristica ha fatto sì che nel comprensorio si diffondesse un tipo di imprenditorialità a carattere prevalentemente autonomo (anche di tipo artigiano), che da sempre ha reso possibile un elevato ricambio imprenditoriale.

Se osserviamo la disaggregazione settoriale del valore aggiunto emerge che il cuore del sistema produttivo locale è il settore **manifatturiero**. I settori che si sono maggiormente sviluppati sono nell'Area Urbana Empolese il settore moda e le lavorazioni non metalliche (vetro, cornici, plastica, ceramica) e nella Bassa Valdelsa i prodotti in cuoio e pelletteria, l'abbigliamento, la meccanica e il legno. Una piccola riflessione va posta anche nei confronti del settore dell'**industria alimentare** in quanto specialmente nella Bassa Valdelsa questo assume valori consistenti rispetto alla media regionale. Ciò si può spiegare grazie alle produzioni tipiche del territorio (vino e olio) ma anche rispetto alla presenza di industrie alimentari di notevole rilevanza a livello locale.

Importante anche il settore del **commercio**, all'ingrosso e al dettaglio e il settore dei **servizi**, il cui sviluppo è stato favorito negli ultimi anni dalla crescita economica della zona; questo assume un rilievo importante soprattutto nell'Area Urbana Empolese (si tratta soprattutto di servizi alle imprese), mentre nella restante parte del Circondario esso assume un ruolo più marginale e comunque inferiore rispetto a quello medio toscano. Il settore agricolo, seppure rappresenti una parte consistente della struttura economica del Circondario, risulta negli ultimi anni essere stato abbandonato. Il **turismo** si è sviluppato di recente soprattutto nelle località a carattere collinare e rurale, portando ad una vera e propria esplosione del fenomeno in alcune aree (Montaione); allo stesso tempo si è avuta una valorizzazione e qualificazione del paesaggio rurale e delle produzioni agricole locali (vino ed olio). Ciò ha portato allo sviluppo dell'agriturismo principalmente nella Bassa Valdelsa, e sulla scia di questo fenomeno, si è avuta una più generale valorizzazione dei centri minori e di nuovi itinerari turistici, che si collocano al di fuori dei grandi itinerari del turismo di massa. Da questa rivalutazione complessiva è derivata anche l'immissione sul mercato di prodotti agroalimentari di qualità che trasmettono anche l'autenticità e le tradizioni dei luoghi.

### 1.2.1 La dinamica prevista per l'occupazione del 2004

Esaminando i dati sull'occupazione del 2003 a livello di macro-settori è il caso di sottolineare come, per quanto concerne le attività dell'industria, la crescita prevista per il 2004 a livello di complesso delle attività, fosse oltremodo ridotta (+0,2%). In presenza di andamenti fortemente differenziati per i singoli comparti industriali, con tassi positivi per l'edilizia, per la meccanica, per il gruppo delle industrie estrattive, energetiche, chimiche e dei metalli e per le "altre attività manifatturiere", erano invece previste situazioni di regresso per il comparto del tessile-abbigliamento e delle pelli, cuoio e calzature con una riduzione della base occupazionale di 112 unità lavorative. Per quanto riguarda i servizi il saggio di variazione previsto per l'occupazione era del +2,2% ma tassi di crescita più elevati rispetto alla media erano attesi per i servizi "sociali, sanitari e ricreativi", per i servizi collegati ai comparti dei trasporti, del credito e dei servizi alle imprese e per quelli collegati al turismo (+2,3%) mentre decisamente inferiore era il risultato atteso per il comparto mercantile (+1,2%).

Nel complesso, comunque, sulla base delle stime elaborate su un campione rappresentativo di imprese appartenenti all'area del Circondario, prevaleva un clima di estrema prudenza da parte degli operatori locali: in un contesto interno ed internazionale ancora connotato da elementi di difficoltà e da diffusa incertezza circa l'evoluzione dei mercati che hanno penalizzato alcune produzioni "tipiche" quali quelle del "sistema-moda" soltanto il 24,1% delle aziende intervistate aveva dichiarato di voler assumere nuovi dipendenti entro il 2004 (nel 2003 la percentuale era risultata pari al 24,5%).

L'esame dei dati di flusso - assai importante in quanto consente comprendere quali siano i mutamenti in atto nel mercato del lavoro locale - fa registrare una notevole difformità di andamento a livello di dimensione aziendale: è pressoché nulla la crescita di occupazione attesa per le imprese di media o grande dimensione (solo + 10 unità lavorative per effetto di 721 entrate previste a fronte di 711 uscite dal lavoro) per cui lo sviluppo occupazionale risulta sostenuto esclusivamente dalle imprese con meno di 10 dipendenti. Dal punto di vista dei flussi in entrata, è dato rilevare valori che mediamente si attestano sul 5,6%, con punte massime dell'8,5% nelle imprese con meno di 10 dipendenti e minime (3,2%) nelle imprese con oltre 50 dipendenti; d'altro lato il tasso medio delle uscite viene stimato in un 4,8% ed è la risultante di un 6,4% delle micro-imprese a fronte di valori pari al 4,1% ed al 3% per le medie e grandi imprese. Trova conferma ancora una volta come anche per questa realtà territoriale sia determinante il ruolo delle realtà di piccola impresa, le quali anziché arrestare il proprio sviluppo in presenza di una sempre più accentuata spinta verso

la globalizzazione dei mercati, continuano a rappresentare una risorsa vitale ed indispensabile per il mercato del lavoro locale (Fonte indagine C.C.I.A.A. di Firenze).

### **1.2.2 Il collocamento del settore turismo all'interno del Circondario**

Ad esclusione di alcuni Comuni, dove il settore turistico rappresenta già da diversi anni uno dei capisaldi dell'economia locale, nel Circondario Empolese Valdelsa si rileva una presenza di strutture ricettive relativamente contenuta. L'attrattività turistica della zona è dovuta sia allo sviluppo dell'ospitalità locale, che ad un'opera di valorizzazione e qualificazione del patrimonio rurale e paesaggistico e delle produzioni enogastronomiche (in prevalenza vino e olio). Un ruolo fondamentale è giocato anche dalla posizione strategica dell'area rispetto a città artistiche di forte richiamo turistico come Firenze e Siena. Queste condizioni particolari hanno permesso negli ultimi anni l'afflusso di turisti in special modo stranieri, e dunque hanno contribuito a produrre nuove fonti di reddito, nonché a rafforzare l'identità storico culturale della zona. Da qui il fenomeno dello sviluppo molto rapido della ricettività turistica (in prevalenza di tipo agriturismo), in alcune località, tale sviluppo può essere visto come un'ulteriore capacità del sistema economico di generare nuovi prodotti che vanno ad arricchire le caratteristiche di polisettorialità del Circondario. Seppure queste attività possono costituire un significativo complemento alla struttura economica locale, saranno difficilmente in grado di essere un motore di sviluppo alternativo a quello manifatturiero, anche perché gli esercizi ricettivi presenti nell'area hanno nella loro generalità una dimensione molto contenuta, segno probabilmente di un sistema gestionale basato sulla conduzione individuale o familiare.



## CAPITOLO 2

### IL MERCATO TURISTICO DEL CIRCONDARIO: DOMANDA E OFFERTA

Il 2003 è stato un anno difficile per il turismo a livello nazionale ed ancor più in Toscana; tanto le presenze quanto gli arrivi hanno subito un calo ulteriore, aggravando il quadro negativo già emerso nel 2002. È evidente che il turismo stia attraversando una fase di grave difficoltà per la concomitanza di molti fattori negativi, una difficoltà che risulta esaltata anche dal confronto con un biennio - gli anni 1999 e 2000 - in cui il Giubileo aveva offerto l'opportunità per una espansione senza precedenti dei flussi turistici verso il nostro paese. Del resto questo andamento caratterizza l'intera economia, dal momento che, dalla fine del 2000, l'economia mondiale è entrata in una fase di rallentamento della crescita dopo la lunga fase di espansione realizzatasi nel corso degli anni novanta. In questa situazione di rallentamento della crescita mondiale, si innestano gli effetti dell'attentato dell'11 settembre che, se in alcuni settori non hanno avuto conseguenze particolarmente negative, nel caso del turismo hanno invece indotto effetti di forte scoraggiamento, che permangono tutt'oggi per il clima di incertezza che permea lo scenario internazionale. A questi fattori, già di per sé preoccupanti per un fenomeno che richiede, per sua stessa natura, sicurezza e fiducia, si affianca il deciso rafforzamento dell'Euro sul Dollaro che ha reso assai più costosi i viaggi in Italia dei turisti d'oltre oceano. Questi fattori hanno colpito il turismo verso la Toscana in modo più accentuato di quanto accaduto nel resto d'Italia, se non altro - ma non solo - per la maggiore attrazione che tradizionalmente la nostra regione esercita sul turismo di origine estera ed in particolare extraeuropea. Ma sarebbe limitativo attribuire il peggior andamento del turismo verso la Toscana solo alla componente straniera, rispetto alla quale peraltro il comportamento non appare significativamente diverso da quello - negativo - del resto del paese. La componente interna - pur mostrando una maggiore tenuta rispetto a quella estera - ha, infatti, conseguito in Toscana risultati peggiori di quanto accaduto nel resto del paese: gli italiani, cioè, hanno mostrato una maggior preferenza per altre destinazioni nazionali; così, se in Italia il turismo nazionale ha consentito di bilanciare, almeno in parte, il calo degli stranieri, questa compensazione non è avvenuta a livello regionale.

Il turismo che ha registrato il peggior andamento è stato quello d'arte/affari, che ha portato le presenze di stranieri a diminuire rispettivamente a Firenze del -5,3%, Siena -7,7% e Pisa -3,8%, a questo mancato afflusso di turismo estero si è affiancata una domanda interna assai debole (Fonte: rapporto Irpet 2003). Il Circondario Empolese Valdelsa ha certamente risentito di questo calo del turismo d'arte, visto che molti dei turisti presenti nell'area la preferiscono per la sua centralità e la vicinanza con le città d'arte, se nel Circondario le presenze hanno registrato delle diminuzioni minori rispetto ad altre zone toscane, è dovuto al fatto che le zone di campagna/collina hanno incassato una perdita di presenze straniere leggermente inferiore a quella media regionale, questo perché si è avuta una riscoperta delle aree di interesse naturalistico da parte dei turisti. Vediamo nel presente capitolo quale sia stata nel dettaglio, la domanda turistica registrata nel Circondario, che verrà confrontata con la relativa offerta turistico ricettiva.

#### 2.1 Andamento della domanda turistica nel Circondario

Lo studio della domanda relativa al turismo nel Circondario Empolese Valdelsa è stata svolta osservando l'evoluzione delle presenze (numero di notti trascorse nell'esercizio ricettivo) nell'arco degli ultimi anni: 2000-2003. Nella seguente tabella (Tabella 1) è indicato il totale complessivo di presenze registrate, riferite ai diversi anni, nel Circondario, nella provincia di Firenze e sul territorio regionale.

**Tabella 1:** Presenze turistiche: Circondario, provincia di Firenze e regione

	2000	2001	2002	2003
<b>Empolese Valdelsa</b>	599.232	665.786	656.753	609.962
<b>Provincia Firenze</b>	9.915.374	9.985.863	9.576.468	9.083.754
<b>Regione Toscana</b>	37.151.740	38.153.791	38.052.315	36.904.831

Fonte: Regione Toscana, Provincia di Firenze

Nel 2000, in valore percentuale, la quota di presenze rilevate nel Circondario è pari all'1,6% del totale regionale, passando successivamente all'1,7% fino a tutto il 2003. Questo aspetto mette in evidenza che

nonostante la flessione delle presenze in tutta la Valdelsa, il calo rilevato a livello regionale è stato più marcato, consentendo il mantenimento della quota di mercato del Circondario. Nel rapporto con i movimenti turistici dell'intera provincia fiorentina, il mantenimento della quota di mercato del Circondario appare ancora più convincente: il 6% nel 2000 che è salito fino al 6,9% nel 2002 per ridiscendere al 6,7% nel 2003.

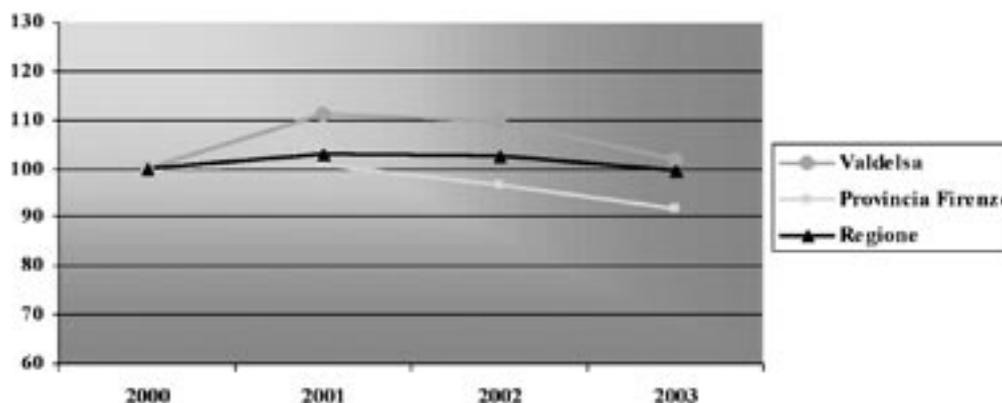
**Tabella 2:** Percentuali di presenze del Circondario sul totale Toscana e provincia

	2000	2001	2002	2003
<b>Empolese Valdelsa</b>	1,6%	1,7%	1,7%	1,7%
<b>Regione Toscana</b>	100%	100%	100%	100%
<b>Empolese Valdelsa</b>	6,0%	6,7%	6,9%	6,7%
<b>Provincia Firenze</b>	100%	100%	100%	100%

Fonte: Nostre elaborazioni

Le presenze complessive del Circondario Empolese Valdelsa sono aumentate dell'1,8% dal 2000 al 2003; da notare che nel 2001 si è avuto un aumento dell'11,1%, al quale è seguito un 2002 di diminuzione delle presenze dell'1,4%. Tale diminuzione ha interessato in particolare la provincia ed in minore quantità la regione, nelle quali dal 2000 al 2003 si è avuto un calo delle presenze rispettivamente del -9% e -3,3%.

**Figura 1:** Andamento delle presenze nel Circondario, in provincia di Firenze e nella regione Toscana (indice in base 100)



Fonte: Nostre elaborazioni

I dati delle statistiche ufficiali relativi alla domanda turistica segnalano che nel corso del 2003 il Circondario ha registrato 609.962 presenze. La maggioranza dei turisti ha scelto gli esercizi extra alberghieri con l'80,7% delle presenze, rispetto al 19,3% di presenze rilevate negli esercizi alberghieri. Nel confronto con il 2002 si registra una flessione di presenze del 7,1%, ma la distribuzione dei flussi nei due comparti della ricettività mantiene le stesse quote del 2003. Nel 2002 i flussi delle presenze diminuiscono dell'1,4% sul 2001, con la medesima distribuzione fra i due comparti. Il 2001 è l'anno in cui si registra un incremento dell'11,1%, grazie all'espansione dell'extra alberghiero che da solo totalizza una crescita del 14,8%. Complessivamente, nei quattro anni di analisi, il comparto alberghiero perde il 12,1% dei flussi e il 3,1% di quote di mercato, a differenza dell'extra alberghiero che aumenta le presenze del 5,8% e guadagna 3,1 punti percentuale di quota di mercato.

Nelle tabelle sottostanti abbiamo evidenziato i valori assoluti delle presenze (Tabella 3) dal 2000 al 2003, suddivisi in strutture alberghiere ed extralberghiere. Nella tabella 4 è stato calcolato l'andamento con l'indice base 100 rapportato all'anno 2000.

**Tabella 3:** Presenze in alberghiero ed extralberghiero nel Circondario

	2000	2001	2002	2003
<b>Pres.alberghiero</b>	134.194	131.722	129.191	117.930
<b>Pres.extralberghiero</b>	465.038	534.064	527.562	492.032
<b>Totale</b>	<b>599.232</b>	<b>665.786</b>	<b>656.753</b>	<b>609.962</b>

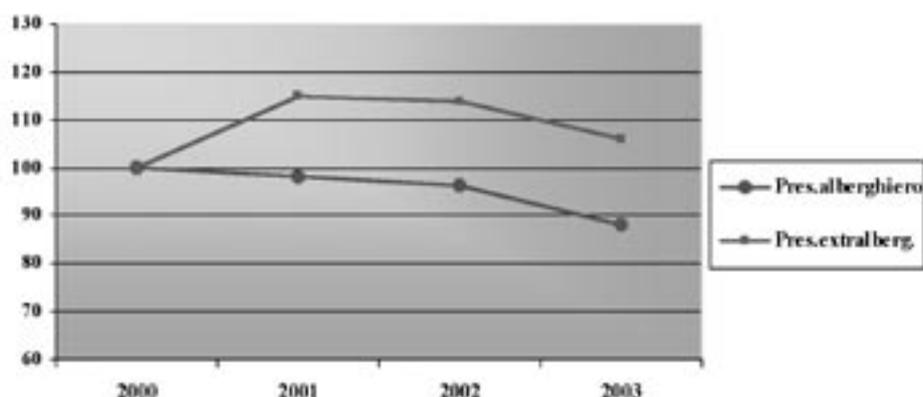
Fonte: Provincia di Firenze

**Tabella 4:** Presenze in alberghiero ed extralberghiero (indice in base 100)

	2000	2001	2002	2003
<b>Pres.alberghiero</b>	100	98,15	96,27	87,88
<b>Pres.extralberghiero</b>	100	114,84	113,44	105,80

Fonte: Nostre elaborazioni

La domanda turistica, come possiamo osservare in Figura 2, dopo l'aumento del 2001 avvenuto in particolare per le strutture extralberghiere (+14,8%), ha subito un notevole calo per entrambe le tipologie di strutture. La diminuzione dal 2001 è stata del -7,9% per il settore extralberghiero, e del -10,5% per quello alberghiero.

**Figura 2:** Andamento delle presenze (indice in base 100)

Fonte: Nostre elaborazioni

### 2.1.1 Andamento della domanda turistica mensile e per comune del Circondario

I dati riportati in questa parte del lavoro aiuteranno a comprendere la stagionalità dei flussi turistici dell'area, nonché la composizione della domanda a seconda della nazionalità dei visitatori e della tipologia ricettiva. In generale si può osservare come la domanda turistica del Circondario sia strettamente correlata al fenomeno della stagionalità, anche se è possibile notare andamenti non sempre regolari.

Le presenze totali mostrano una curvatura relativamente accentuata che inizia dai mesi primaverili e si protrae per tutto il periodo estivo - aprile e settembre - con un picco massimo per agosto per poi diminuire man mano che ci si avvicina ai mesi invernali; le differenze tra i mesi di "alta" e "bassa" stagione presentano degli scostamenti considerevoli. Sul totale del 2003 la bassa stagione è pari al 18,3% dei flussi, al contrario dell'alta che intercetta ben l'81,7% del movimento.

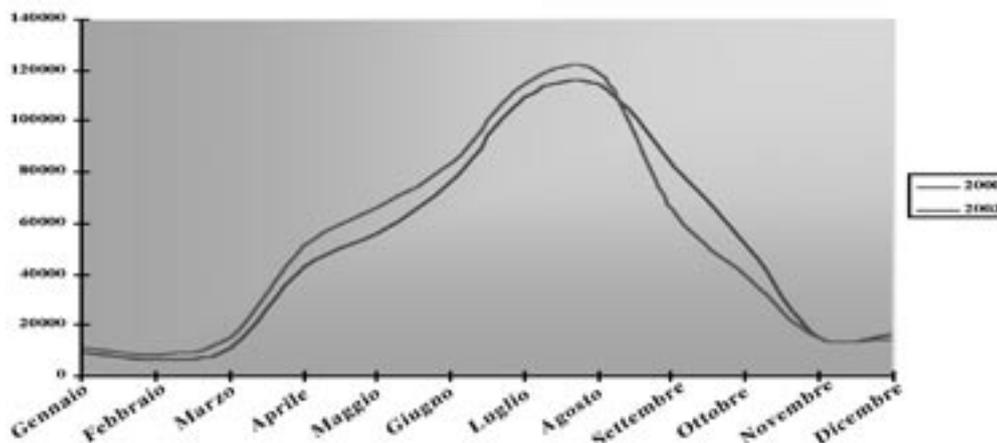
Un'ultima annotazione è riferita agli andamenti mensili dei quattro anni in esame. Se osserviamo la tabella successiva notiamo che gli incrementi maggiori sono stati registrati fino ai primi sei mesi del 2003. Nel secondo semestre le percentuali di aumento diminuiscono gradualmente, fino a diventare negative nel terzo quadrimestre. Il mese nel quale si registra la crescita maggiore è marzo che segna un aumento del +34,3%, la crescita minore si registra per il mese di agosto, +3,7%, mentre il calo più alto delle presenze si registra per il mese di ottobre, -23,5%.

**Tabella 5:** *Variazione presenze mensili nel Circondario*

Mese	2000	2003	Var00/03
Gennaio	10.009	11.850	18,4%
Febbraio	7.459	9.405	26,1%
Marzo	11.776	15.815	34,3%
Aprile	43.547	51.579	18,4%
Maggio	56.862	66.995	17,8%
Giugno	77.592	84.929	9,5%
Luglio	109.555	114.902	4,9%
Agosto	114.646	118.909	3,7%
Settembre	83.294	65.370	-21,5%
Ottobre	51.374	39.318	-23,5%
Novembre	15.810	15.576	-1,5%
Dicembre	17.308	15.314	-11,5%

Fonte: Nostre elaborazioni

**Figura 3:** *Domanda mensile 2000 e 2003 nel Circondario*



Fonte: Nostre elaborazioni

In base alla ripartizione per ambiti comunali dell'intero Comprensorio, risulta che il comune che totalizza il maggior numero di presenze è Montaione (oltre 240 mila nel 2003, con un picco di oltre 288 mila nel 2001). Il secondo comune, in ordine di importanza numerica, è Montespertoli, che nel 2003 ha registrato oltre 72 mila presenze, anche se nel 2001 si attestava sulle 95 mila unità. A seguire troviamo Certaldo che raggiunge il suo picco massimo proprio nell'ultimo anno di analisi: 60 mila nel 2003.

**Tabella 6:** *Presenze nel Circondario per comune*

Comuni	2000	2001	2002	2003
Capraia e Limite	20.951	28.651	16.276	28.561
Castelfiorentino	24.980	29.001	35.733	37.470
Cerreto Guidi	21.578	26.791	22.880	17.659
Certaldo	51.826	56.985	53.687	60.587
Empoli	31.159	33.316	36.215	35.775
Fucecchio	7.723	11.345	11.711	11.998
Gambassi Terme	28.065	33.795	41.733	37.338

<b>Montaione</b>	276.093	288.220	286.137	245.106
<b>Montelupo Fiorentino</b>	32.288	34.428	37.388	34.596
<b>Montespertoli</b>	86.260	95.334	84.382	72.706
<b>Vinci</b>	18.309	27.920	30.611	28.166
<b>Totale presenze</b>	<b>599.232</b>	<b>665.786</b>	<b>656.753</b>	<b>609.962</b>

Fonte: Provincia di Firenze

Con l'indice in base 100 riferito all'anno 2000, il trend dei singoli comuni mette in evidenza valori abbastanza differenziati.

Ci preme sottolineare che gli unici ambiti comunali che hanno mantenuto un andamento di crescita costante e graduale sono Castelfiorentino e Fucecchio.

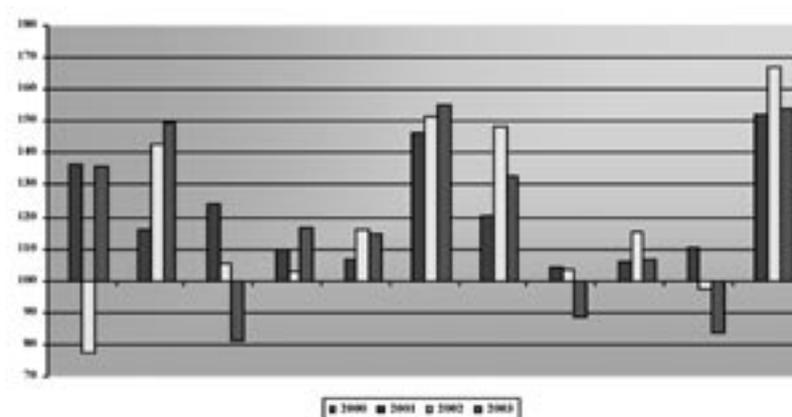
In generale l'andamento dei singoli comuni è da considerare soddisfacente, anche per in qualche caso si rilevano flessioni ben al di sotto dei livelli registrati nell'anno 2000.

**Tabella 7:** Presenze nel Circondario per comune (indice in base 100)

Comuni	2000	2001	2002	2003
<b>Capraia e Limite</b>	100,00	136,75	77,69	136,32
<b>Castelfiorentino</b>	100,00	116,10	143,05	150,00
<b>Cerreto Guidi</b>	100,00	124,16	106,03	81,84
<b>Certaldo</b>	100,00	109,95	103,59	116,90
<b>Empoli</b>	100,00	106,92	116,23	114,81
<b>Fucecchio</b>	100,00	146,90	151,64	155,35
<b>Gambassi Terme</b>	100,00	120,42	148,70	133,04
<b>Montaione</b>	100,00	104,39	103,64	88,78
<b>Montelupo Fiorentino</b>	100,00	106,63	115,80	107,15
<b>Montespertoli</b>	100,00	110,52	97,82	84,29
<b>Vinci</b>	100,00	152,49	167,19	153,84

Fonte: Nostre elaborazioni

**Figura 4:** Presenze nel Circondario per comune (indice in base 100)



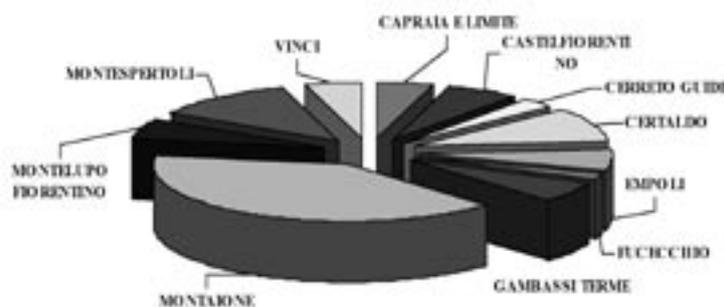
Fonte: Nostre elaborazioni

La ripartizione delle presenze per comune riporta la seguente composizione percentuale: l'area di Montaione incide per il 40,2% sull'intero Comprensorio, Montespertoli l'11,9%, Certaldo per il 9,9%, Castelfiorentino e Gambassi Terme per il 6,1%, Empoli per il 5,9%, Montelupo Fiorentino per il 5,7%, Capraia e Limite e Vinci rispettivamente per il 4,7% e per il 4,6%. Infine, l'incidenza delle presenze registrate nel comune di Cerreto Guidi e Fucecchio incidono per il 23,9% e per il 2%.

**Tabella 8:** Distribuzione percentuale presenze turistiche nelle aree comunali

Comuni	Anno 2003
Capraia e Limite	4,7%
Castelfiorentino	6,1%
Cerreto Guidi	2,9%
Certaldo	9,9%
Empoli	5,9%
Fucecchio	2,0%
Gambassi Terme	6,1%
Montaione	40,2%
Montelupo Fiorentino	5,7%
Montespertoli	11,9%
Vinci	4,6%

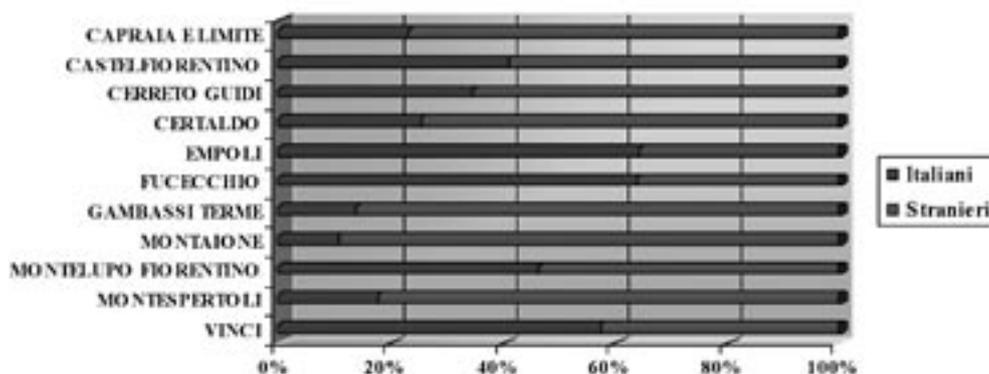
**Figura 5:** Presenze nel Circondario Empolese Valdelsa per comune



Fonte: Nostre elaborazioni

La composizione percentuale delle presenze turistiche a seconda della nazionalità di provenienza dei visitatori mostra una netta prevalenza di domanda estera: 75,2% contro il 24,8% degli italiani. L'analisi per ambito comunale mette in evidenza come, ad eccezione di Empoli, Certaldo e Vinci, la maggior quota di presenze sia riconducibile alla domanda straniera. Il fenomeno è particolarmente evidente nelle aree di Gambassi Terme e Montaione, dove la quota di turisti italiani è ben al di sotto del 20%.

**Figura 6:** Percentuale presenze 2003 italiani stranieri per comune

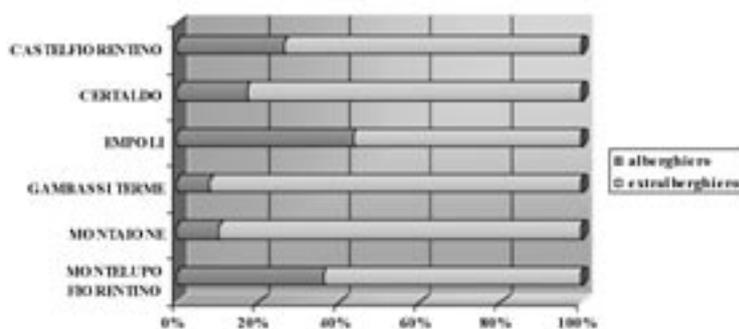


Fonte: Nostre elaborazioni

**Figura 7:** Percentuale presenze 2003 italiani stranieri per l'area del Circondario

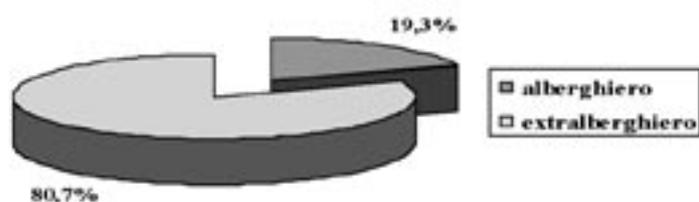
Fonte: Nostre elaborazioni

Infine, dalla ripartizione percentuale delle presenze turistiche per tipologia ricettiva scelta emerge che le aree dove risulta numericamente più importante, ma sempre al di sotto del 50%, l'ospitalità in strutture alberghiere sono quella di Empoli e di Montelupo Fiorentino. Mediamente in tutte le altre aree le presenze extra alberghiere si attestano intorno ad una quota dell'80%.

**Figura 8:** Presenze 2003 per tipologia ricettiva \*

\* per i comuni di Capraia e Limite, Cerreto Guidi, Fucecchio, Montespertoli e Vinci il dato specifico è stato omesso in osservanza delle norme sul segreto statistico di cui al d.lvo.n°322 del 06/09/89, art.9

Fonte: Nostre elaborazioni

**Figura 9:** Percentuale presenze 2003 alberghiero extralberghiero per l'area del Circondario

Fonte: Nostre elaborazioni

## 2.2 Andamento dell'offerta turistica ricettiva nel Circondario

L'ospitalità turistica ufficiale del Circondario Empolese Valdelsa si compone, per l'anno 2003, di 260 esercizi, i quali garantiscono una capacità totale di 6.349 posti letto. La dimensione media delle strutture è di conseguenza di 24,4 posti letto per esercizio.

Il comparto alberghiero può contare su 29 strutture, mentre quello complementare risulta numericamente più rilevante con 231 attività. Nonostante il contenuto numero di esercizi, la capacità ricettiva degli alberghi è significativamente più alta (il 15% del totale), grazie ad una dimensione media di 32,8 posti letto per struttura. Per contro, l'offerta extra alberghiera costituisce l'85% del totale, ma la dimensione media per struttura si attesta sui 23,4 posti letto.

**Tabella 9:** Consistenza degli esercizi ricettivi del Circondario Empolese Valdelsa

	2000	2001	2002	2003
Esercizi alberghieri	27	27	28	29
Esercizi extralberghieri	164	175	215	231
Posti letto alberghieri	959	959	993	950
Posti letto extralberghieri	3.951	4.158	5.230	5.399

Fonte: Regione Toscana, Provincia di Firenze

Nel periodo compreso fra il 2000 e il 2003, la ricettività complementare ha evidenziato i tassi di crescita più significativi: a fronte di uno sviluppo di tutto il settore ricettivo di 69 esercizi (+36,1%) e di 1.439 posti letto (+29,3%), la ricettività extralberghiera cresce rispettivamente di 67 (+40,9%) e 1.448 unità (+36,6%). L'ospitalità tradizionale conta 2 esercizi in più, ma riduce i posti letto di 9 unità.

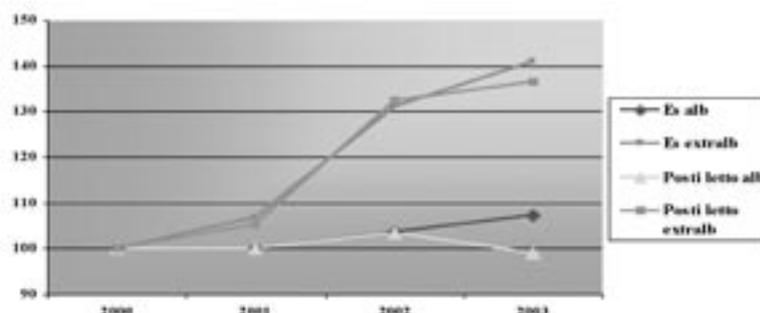
Un'altra annotazione interessante riguarda la dimensione media delle strutture alberghiere, che nei quattro anni considerati è passata da 35,3 a 32,8 posti letto per esercizio: tale trend è segno evidente della trasformazione del sistema alberghiero del territorio, con l'affermarsi di imprese di dimensione più ridotte ma di categoria più elevata. La crescita dell'extra alberghiero, invece, non incide sulla dimensione media delle singole strutture.

**Tabella 10:** Andamento della consistenza degli esercizi ricettivi del Circondario (indice in base 100)

	2000	2001	2002	2003
Esercizi alberghiero	100	100	103,7	107,4
Esercizi extralberghiero	100	106,7	131,1	140,8
Posti letto alberghiero	100	100	103,5	99,1
Posti letto extralberghiero	100	105,2	132,4	136,6

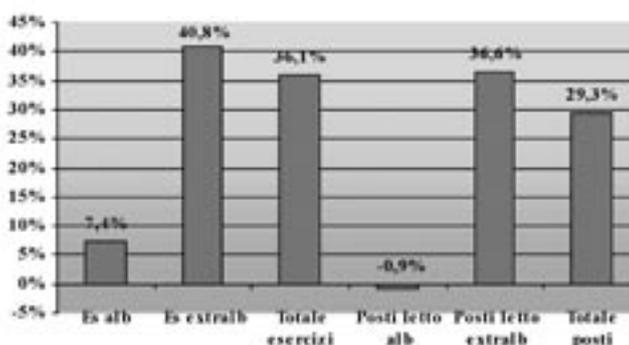
Fonte: Nostre elaborazioni

**Figura 10:** Andamento della consistenza degli esercizi ricettivi del Circondario (indice in base 100)



Fonte: Nostre elaborazioni

**Figura 11:** Incremento esercizi ricettivi e posti letto 2000-2003



Fonte: Nostre elaborazioni

### 2.2.1 Andamento dell'offerta turistica per comune nel Circondario

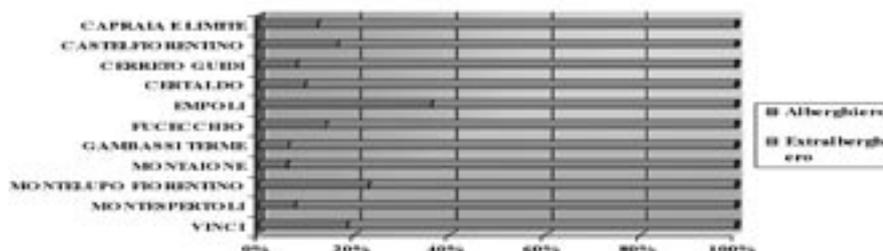
Nei comuni facenti parte del Circondario, come già evidenziato per il totale dell'area, c'è una prevalenza del numero di esercizi extralberghieri e relativi posti letto (Figura 12 e 13). Come possiamo vedere dai dati in Tabella 11, relativi all'anno 2003, il comune con il maggior numero di esercizi ricettivi e posti letto è Montaione, che detiene il 24,6% degli esercizi e il 37% dei posti letto. In ordine di importanza, segue il comune di Certaldo con il 15,8% di esercizi e il 10,1% di posti letto, il comune di Montespertoli con il 15% e il 15,6%. In assoluto, il comune con la minor consistenza ricettiva è Fucecchio, che detiene il 2,7% degli esercizi e l'1,8% di tutti i posti letto disponibili nell'area.

Tabella 11: Esercizi ricettivi e posti letto per comune 2003

	Alberghiero		Extralberghiero		Totale	
	Esercizi	P. L.	Esercizi	P. L.	Esercizi	P. L.
Capraia e Limite	1	27	7	453	8	480
Castelfiorentino	3	72	15	245	18	317
Cerreto Guidi	1	35	11	219	12	254
Certaldo	4	107	37	536	41	643
Empoli	4	144	7	161	11	305
Fucecchio	1	37	6	76	7	113
Gambassi Terme	2	28	29	336	31	364
Montaione	4	153	60	2197	64	2350
Montelupo Fiorentino	3	102	10	164	13	266
Montespertoli	3	123	36	865	39	988
Vinci	3	122	13	147	16	269

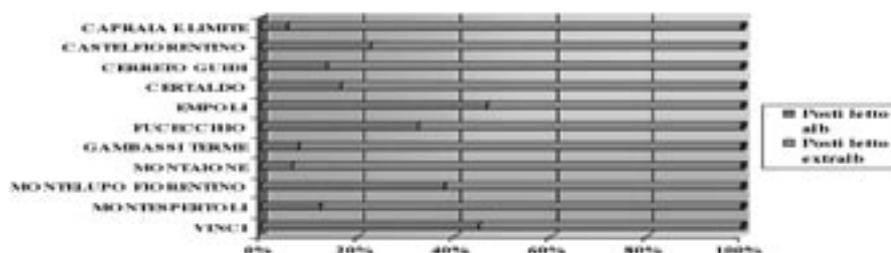
Fonte: Nostre elaborazioni

Figura 12: Percentuale esercizi alberghieri ed extralberghieri per comune



Fonte: Nostre elaborazioni

Figura 13: Distribuzione dei posti letto e degli esercizi per comune



Fonte: Nostre elaborazioni

### 2.3 Incontro tra domanda e offerta turistica nel Circondario

Un utile indicatore che permette di valutare come si sia modificata nel tempo l'attività delle strutture ricettive è il tasso di utilizzazione lorda, che si ottiene rapportando le presenze turistiche con la capacità ricettiva potenziale che un'area può offrire nell'arco di un anno (si parla di capacità potenziale in quanto si ipotizza per tutte le strutture un'apertura di 365 giorni l'anno). Nella tabella 12 possiamo vedere il tasso di utilizzazione calcolato per il periodo considerato.

Nel 2003 il tasso di occupazione della ricettività dell'area si è attestato al 26,3%, con una flessione di oltre 7 punti rispetto all'utilizzazione lorda realizzata nel 2000.

La tendenza alla diminuzione ha caratterizzato, ovviamente, l'operatività dei due settori. In particolare, quello che è riuscito a preservare meglio gli indicatori economici è stato il comparto alberghiero, che dal 2000 al 2003 ha ridotto l'utilizzazione della struttura di soli 4 punti. Al contrario, l'utilizzazione lorda dell'extra alberghiero è calata del 7,2%.

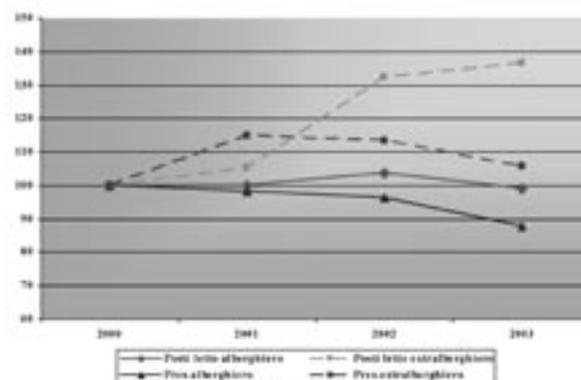
**Tabella 12:** Tasso di utilizzazione lorda

Utilizzazione lorda	2000	2001	2002	2003
<b>Alberghiero</b>	38,3%	37,6%	35,6%	34,0%
<b>Extralberghiero</b>	32,2%	35,2%	27,6%	25,0%
<b>Totale</b>	33,4%	35,6%	28,9%	26,3%

Fonte: Nostre elaborazioni

A conclusione dell'analisi della domanda ed offerta turistica nel Circondario, riportiamo un grafico (Figura 14) nel quale abbiamo posto in relazione l'evoluzione della capacità ricettiva (posti letto) e quella delle presenze, suddivise per strutture alberghiere ed extralberghiere. Il numero di posti letto per le strutture alberghiere ha avuto una evoluzione coerente con il numero delle presenze registrate nell'area. Per le strutture extralberghiere, si è avuta invece una evoluzione del numero dei posti letto che non ha saputo rispecchiare la realtà delle presenze, rivelatesi molto inferiori alle aspettative, in particolare dal 2001 al 2003.

**Figura 14:** Confronto ricettività (posti letto) e presenze (indice in base 100)



Fonte: Nostre elaborazioni

---

## CAPITOLO 3

### INTERVISTE AD UN CAMPIONE DI VISITATORI DEL CIRCONDARIO

Le statistiche ufficiali sui movimenti turistici, raccolte e pubblicate periodicamente dalle province, pur rappresentando un utile strumento descrittivo dei flussi turistici di un'area geografica, forniscono solamente informazioni di carattere quantitativo del fenomeno e come abbiamo visto non esaustivo. Da una parte infatti esse non colgono tutti quei flussi turistici cosiddetti sommersi o secondari che non utilizzano per il proprio soggiorno i canali ricettivi ufficiali, dall'altra non forniscono informazioni di natura strettamente qualitativa che riguardano sia il visitatore che il soggiorno trascorso.

I due principali aggregati della domanda turistica, gli arrivi e le presenze, se si esclude alcune informazioni che da essi possono essere ricavate (la permanenza media, la percentuale di presenze italiane e straniere, il peso delle singole nazionalità, ecc...), non permettono di raccogliere indicazioni spiccatamente qualitative sui comportamenti, sulle abitudini di spesa, sulle motivazioni e sulla soddisfazione dei visitatori. Si tratta di informazioni certamente non marginali, che dovrebbero rappresentare uno dei punti cardine su cui si basa un efficiente "sistema informativo" implementato da un ente o da un'azienda al fine di definire le proprie strategie.

Analogamente a quanto detto per la domanda turistica anche l'offerta ricettiva e commerciale di un territorio viene analizzata dalle fonti ufficiali, che danno numerose informazioni, le quali comunque non sono sufficienti per descrivere esaurientemente il settore. Numero di imprese, tipologia, dimensione media, sono parametri che forniscono solamente un'immagine parziale di queste attività, le fonti ufficiali non mettono a disposizione (e se lo fanno non su scala dettagliata territoriale) le informazioni inerenti ad esempio l'organizzazione aziendale, la gestione dell'attività, il personale impiegato, il tipo di clientela prevalente, ovvero informazioni che aiuterebbero a descrivere un settore che coinvolge altri soggetti o imprese.

Per queste ragioni, che si traducono poi nella necessità di raccogliere maggiori informazioni, è stata inserita nell'ambito di questo progetto, un'indagine diretta, rivolta ai visitatori e agli esercizi commerciali.

In questo capitolo saranno presentati i risultati dell'indagine rivolta ad un campione di visitatori (turisti ed escursionisti) che tra agosto, settembre ed inizio ottobre 2004 hanno visitato una località della Valdelsa Empolese.

In particolare, le informazioni raccolte attraverso l'indagine diretta hanno riguardato:

- Le caratteristiche individuali del campione: nazionalità, età, sesso, titolo di studio, professione;
- Il soggiorno trascorso nell'area Empolese Valdelsa: turista ed escursionista, durata del soggiorno, tempi e modalità della prenotazione, struttura ricettiva utilizzata per l'alloggio, trattamento usufruito, motivi di scelta della località, attività effettuate dai turisti;
- Le motivazioni di scelta della zona Empolese Valdelsa: fonte di informazione sulle località, motivazioni della vacanza, gruppo di viaggio, mezzo di trasporto;
- Il grado di soddisfazione per l'offerta turistica del territorio

Accanto a queste sono state poi raccolte una serie di informazioni inerenti la spesa sostenuta dai visitatori per diverse voci (per l'alloggio, per la ristorazione, per il trasporto, ecc.); tali informazioni saranno utilizzate nel capitolo 5 del presente studio per stimare la ricaduta economica del settore turistico nell'area dell'Empolese Valdelsa.

#### 3.1 Il campione di indagine

L'indagine sulla spesa, sui comportamenti e sulle motivazioni dei visitatori dell'area Empolese Valdelsa è stata realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato (in appendice) ad un campione di 350 visitatori.

La rilevazione è stata realizzata nei mesi di agosto, settembre ed inizio ottobre 2004; la scelta di tale periodo per la rilevazione dipende dalla volontà di indagare i comportamenti dei visitatori sia nell'alta che nella bassa stagione. In particolare durante il mese di agosto sono state effettuate 224 interviste (64% del totale), mentre per i mesi autunnali (settembre ed inizio ottobre) le interviste sono state 126 (36% del totale).

Per quanto concerne il disegno di campionamento è stata considerata la ripartizione delle presenze ufficiali

negli 11 comuni facenti parte dell'area.

L'altra variabile utilizzata per la stratificazione del campione è la nazionalità dei turisti (italiani e stranieri). Sono circa 85 i visitatori italiani intervistati (24,3% del totale), contro i circa 265 stranieri (75,7%), questo in linea con i dati delle statistiche ufficiali, che riportano la maggior presenza nell'area di visitatori stranieri.

**Tabella 1: Nazionalità di provenienza degli intervistati**

Nazionalità	Estate	Autunno	Val. %
Italiani	30,4%	13,5%	24,3%
Stranieri	69,6%	86,5%	75,7%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Per quanto concerne la regione di provenienza dei visitatori italiani inclusi nel campione, la Lombardia e la Toscana risultano rappresentate con il 22,3% delle interviste, seguite dal Lazio e Veneto (11,8%). Ovviamente, la maggior parte dei visitatori toscani rientrano nella categoria degli escursionisti, che in estate risultano di provenienza varietà.

**Tabella 2: Provincia di provenienza degli intervistati**

Provincia/Stagione	Estate	Autunno	Totale
Lombardia	17,6%	41,1%	22,3%
Toscana	23,5%	17,6%	22,3%
Lazio	14,7%	0,0%	11,8%
Veneto	11,8%	11,8%	11,8%
Liguria	7,4%	0,0%	5,9%
Calabria	4,4%	5,9%	4,7%
Emilia-Romagna	5,9%	0,0%	4,7%
Marche	4,4%	5,9%	4,7%
Puglia	5,9%	0,0%	4,7%
Sicilia	2,9%	5,9%	3,5%
Molise	0,0%	11,8%	2,4%
Altro	1,5%	0,0%	1,2%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Gli stranieri intervistati sono per la maggior parte tedeschi (43% del totale), prevalenti sia in alta sia bassa stagione. A seguire troviamo gli olandesi (13,6%), gli americani (9,4%) e i francesi (8,3%). Pur considerando la casualità nel metodo di scelta degli intervistati, non sono state realizzate interviste a turisti francesi in bassa stagione.

**Tabella 3: Provenienza stranieri**

Provenienza	Estate	Autunno	Totale
Germania	43,6%	42,2%	43,0%
Olanda	14,7%	11,9%	13,6%
USA	7,1%	12,8%	9,4%
Francia	14,1%	0,0%	8,3%
Svizzera	3,2%	11,9%	6,8%
Inghilterra	5,8%	6,5%	6,0%
Belgio	3,8%	2,8%	3,4%
Austria	0,6%	3,7%	1,9%
Canada	0,0%	3,7%	1,5%
Polonia	2,6%	0,0%	1,5%

Danimarca	0,0%	1,8%	0,8%
Israele	1,3%	0,0%	0,8%
Ungheria	0,0%	1,8%	0,8%
Altro	3,2%	0,9%	2,2%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 3.1.1 Caratteristiche individuali del campione

La prima parte del questionario mira a raccogliere informazioni individuali (sesso, età titolo di studio, professione) degli intervistati. Si tratta di indicazioni che aiutano a definire le principali caratteristiche dei visitatori della provincia, ma che tuttavia devono essere lette con attenzione, in quanto possono essere distorte da una diversa propensione alla risposta da parte degli intervistati.

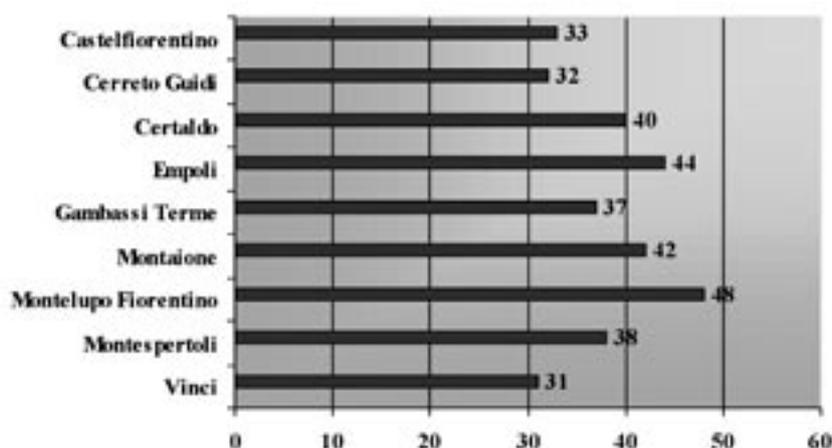
Il campione è composto per il 54% da turisti di sesso femminile e per il 46% di sesso maschile. La classe di età maggiormente rappresentata è quella compresa tra i 35 ed i 44 anni (30,8% del campione); i visitatori "giovani" con meno di 34 anni rappresentano il 32,9 % del campione (il 10,3% sono i giovanissimi con meno di 24 anni), gli over 60 sono poco più del 9,4%.

Tabella 4: Classi di età

Classi di età/Stagione	Alta	Bassa	Totale
fino a 24 anni	9,9%	10,9%	10,3%
da 25 a 34 anni	23,1%	21,8%	22,6%
da 35 a 44 anni	38,2%	17,7%	30,8%
da 45 a 59 anni	22,7%	34,5%	26,9%
60 anni e oltre	6,1%	15,1%	9,4%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Calcolando l'età media del visitatore dell'area Empolese Valdelsa si ottiene un valore prossimo ai 41 anni. Durante la stagione autunnale si riscontra un'età media più alta rispetto all'estate. Interessante il confronto dell'età media dei visitatori nei comuni dell'area<sup>1</sup>, età media che va dai 31 anni nel comune di Vinci, ai 48 del comune di Montelupo Fiorentino, dovuta probabilmente alla casualità o alle diverse attrattive dei comuni.

Figura 1: Età media del campione di visitatori nei comuni del Comprensorio



La ripartizione del campione per titolo di studio fornisce utili indicazioni di natura qualitativa sui visitatori di una località, in particolare sulle motivazioni di base che li spingono nelle varie località. Il dato interessante che emerge dalla nostra indagine è certamente riferito alla quota significativa di persone in possesso di una laurea

<sup>1</sup> Non è presente il comune Capraia Limite perché in questo non è stata effettuata alcuna intervista e il comune di Fucecchio perché i visitatori intervistati non hanno risposto alla domanda inerente l'età

o di una specializzazione post laurea (rispettivamente pari al 35,1% e al 14%). Tali percentuali attestano certamente un livello di istruzione piuttosto elevato che evidentemente è correlato al fatto che l'area si caratterizza essenzialmente per forme di turismo culturale.

**Tabella 5:** *Titolo di studio degli intervistati*

Titolo di studio	Val. %
Nessun titolo	0,6%
Licenza elementare	2,9%
Licenza media inferiore	11,1%
Diploma scuola media sup	34,3%
Laurea/diploma universitario	35,1%
Specializzazione post laurea	14%
Non risposto	2%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

L'analisi del campione secondo la condizione professionale riporta una prevalenza di liberi professionisti pari al 19,3%. Al secondo posto si collocano gli studenti (11,6%), seguiti dagli impiegati (10,6%) e da insegnanti/docenti (10,6%).

**Tabella 6:** *Condizione professionale degli intervistati*

Professione	Val. %
<b>Libero professionista</b>	19,3%
<b>Studente</b>	11,6%
<b>Impiegata/o</b>	10,6%
<b>Insegnante/docente</b>	10,6%
<b>Casalinga</b>	8,6%
<b>Dirigente</b>	7,6%
<b>Dipendente</b>	7,0%
<b>Pensionata/o</b>	4,3%
<b>Medico</b>	4,0%
<b>Artigiano</b>	3,3%
<b>Commerciante</b>	3,0%
<b>Dipendente pubblico</b>	3,0%
<b>Operaio</b>	3,0%
<b>Lavoratore autonomo</b>	2,7%
<b>Altro</b>	0,7%
<b>Imprenditore</b>	0,7%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>

### 3.2 Informazioni sul soggiorno nell'area del circondario Empolese Valdelsa

Quando si parla di flussi di visitatori di un'area molto spesso ci si riferisce solamente ai turisti che vi giungono e che trascorrono un soggiorno più o meno lungo, ma che comunque pernottano nelle strutture ricettive ufficiali. Sappiamo, in realtà, che tali movimenti rappresentano solamente una parte della domanda turistica, in quanto un peso certamente non trascurabile viene assunto anche dai flussi cosiddetti sommersi o secondari che utilizzano per il proprio pernottamento i canali non ufficiali (spesso case o appartamenti in affitto).

La domanda turistica, ufficiale e sommersa, non è però ancora sufficiente per quantificare tutti i visitatori di una località; esiste infatti un terzo segmento che sfugge a qualsiasi rilevazione statistica e che è costituito dal cosiddetto fenomeno dell'escursionismo o del turismo itinerante, vale a dire da quei visitatori giornalieri che

non si soffermano per il pernottamento. Si tratta di un segmento che può raggiungere talvolta dimensioni ragguardevoli e per queste ragioni è stato deciso di inserirlo nella nostra indagine: le interviste infatti sono state rivolte “a caso” sia a turisti che a escursionisti. Pur essendo consapevoli che lo studio del fenomeno dell’escursionismo di un’area non possa essere realizzato semplicemente attraverso un’indagine campionaria diretta ai visitatori, il nostro lavoro ci ha permesso da una parte di fornire utili indicazioni sui principali comportamenti di questo segmento, dall’altra di quantificarlo sia pur con un probabile ed elevato margine di errore.

Per identificare i turisti dagli escursionisti è stato domandato ai visitatori quale fosse il luogo scelto per il pernottamento, se tale luogo si trova all’interno dell’area Empolese Valdelsa, l’intervistato è risultato essere un turista, altrimenti è stato classificato come escursionista.

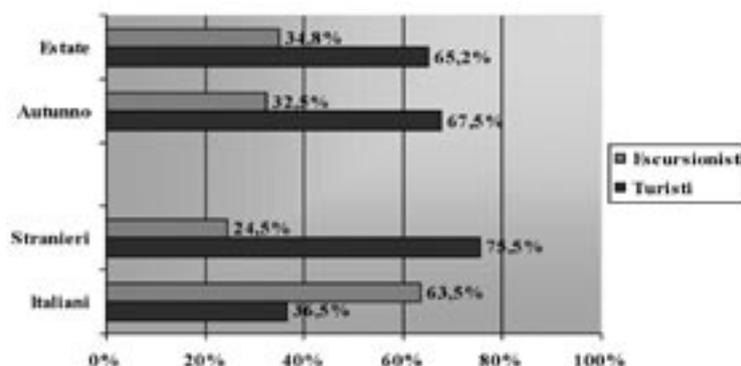
La quota di escursionisti del nostro campione è del 34%, mentre quella dei turisti è del 66%. Da ricordare che l’area risulta essere un’ottima zona per il pernottamento di coloro che intendono spostarsi e visitare i dintorni e le città d’arte più importanti della Toscana. Le località di pernottamento dei turisti intervistati sono risultate essere, in percentuale, simili a quelle delle presenze censite dalle statistiche ufficiali.

**Figura 2:** *Composizione visitatori della Valdelsa Empolese*



Ad ulteriore conferma del fatto che la zona è preferita per il pernottamento, si può notare dal grafico sottostante come sia in alta sia in bassa stagione prevalgano i turisti rispetto agli escursionisti. In generale, il 75,5% degli stranieri intervistati risultano essere turisti, mentre la maggioranza degli italiani risultano essere escursionisti.

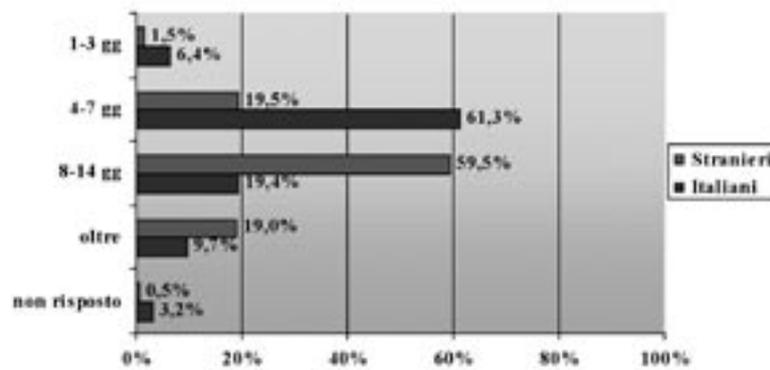
**Figura 3:** *Il visitatore della Valdelsa Empolese*



Il questionario è stato strutturato in modo da raccogliere alcune informazioni indifferentemente su tutto il campione di indagine; altre invece sui soli turisti, vale a dire su coloro che hanno trascorso almeno una notte in un comune dell’Empolese Valdelsa. Rimandando l’analisi delle domande effettuate alla totalità dei visitatori, vediamo adesso i risultati delle domande rivolte ai soli turisti, che si sono concentrate su: durata del soggiorno, periodo di prenotazione, canali utilizzati per la prenotazione, struttura ricettiva utilizzata per l’alloggio, trattamento usufruito, motivi di scelta della località, attività effettuate dal campione intervistato.

Ai turisti intervistati è stato domandato se nel luogo del pernottamento avrebbero trascorso tutta la vacanza o solo una parte di essa: 64 su cento hanno risposto tutta la vacanza, sia nel periodo estivo che in quello autunnale. La durata di tale vacanza, come si può vedere nel grafico seguente (figura 4) è diversa tra italiani e stranieri: i primi infatti dichiarano una durata di 4-7 giorni, mentre gli stranieri optano per una vacanza più lunga, 8-14 giorni.

Figura 4: Durata soggiorno



I due successivi grafici (figure 5 e 6) riferiscono a due momenti molto importanti che precedono la vacanza: il periodo durante il quale il turista ha deciso di venire a trascorrere il soggiorno in Valdelsa e il mese di prenotazione della vacanza. Il primo grafico è riferito a coloro che hanno trascorso il soggiorno nell'estate, il secondo a coloro che hanno scelto l'autunno. E' interessante osservare che la decisione di vacanza per il mese di agosto viene presa principalmente nei mesi di Gennaio-Febbraio-Marzo e Luglio-Agosto; in questo ultimo caso proprio a ridosso della partenza per la vacanza.

Per chi trascorre la vacanza nei mesi di Settembre-Ottobre la decisione viene presa principalmente nei mesi di Luglio-Agosto o ad inizio anno; la prenotazione avviene anche in questo caso a Gennaio-Febbraio-Marzo e Luglio-Agosto. Da notare che l'8,2% dei turisti prenota ad inizio settembre, poco prima di partire per la vacanza. Queste indicazioni che emergono dalle risposte fornite dal campione, potranno essere sicuramente considerate in fase di programmazione delle prossime campagne promozionali.

Figura 5: Tempi di decisione e di prenotazione della vacanza: alta stagione

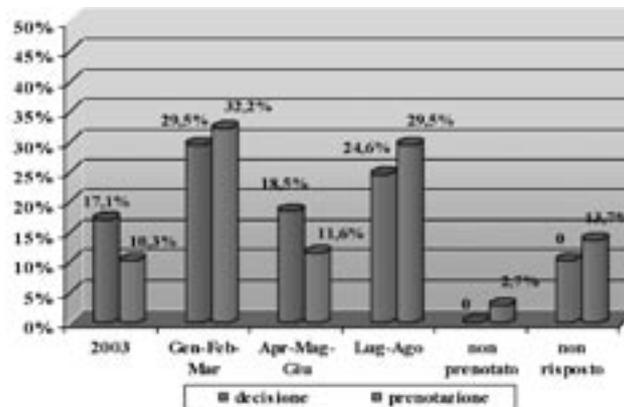
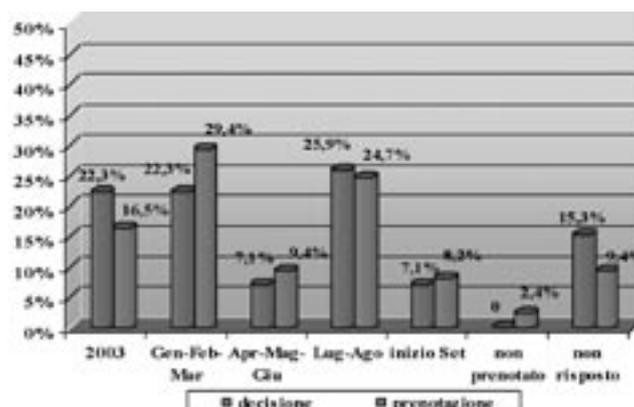


Figura 6: Tempi di decisione e di prenotazione della vacanza: bassa stagione



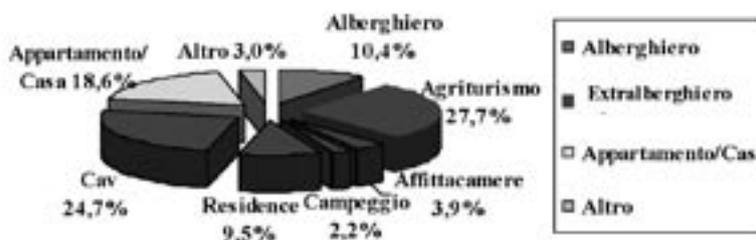
Sempre in riferimento all'organizzazione della vacanza, vediamo come solitamente il turista del Circondario prenota il proprio alloggio (Tabella 7). Il canale preferito per la prenotazione è risultato internet, scelto dal 36,8% dei turisti intervistati. Questa modalità è sicuramente più diffusa fra gli stranieri, mentre gli italiani prediligono la prenotazione direttamente per telefono/fax, che risulta al secondo posto delle preferenze. Al terzo posto risulta l'intermediazione turistica, preferita soprattutto dagli stranieri. Quanto emerso dimostra una netta prevalenza del turismo individuale su quello organizzato: i turisti in maggioranza preferiscono effettuare da soli la prenotazione dell'alloggio.

**Tabella 7:** Modalità di prenotazione alloggio

Prenotazione alloggio	Italiani	Stranieri	Val. %
Tramite internet	25,8%	38,5%	36,8%
Direttamente per tel/fax	41,9%	23,5%	26,0%
Tramite agenzia di viaggio	6,5%	22,5%	20,3%
Direttamente sul posto	9,7%	5,0%	5,6%
Tramite associazione, parrocchia..	0,0%	2,5%	2,2%
Altro	16,1%	8,0%	9,1%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

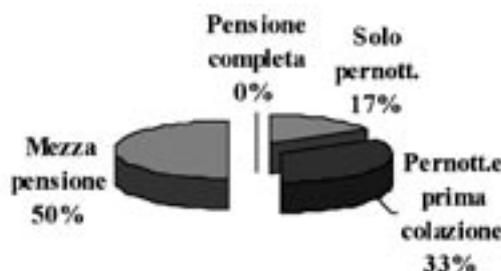
In merito alle strutture ricettive scelte per l'alloggio, in linea con l'andamento delle presenze ufficiali del territorio, gli intervistati dichiarano di preferire le sistemazioni extra alberghiere (78%). Fra queste si distingue la scelta dell'agriturismo (27,7%) e le case appartamenti per vacanze (24,7%). Una preferenza significativa è stata espressa anche verso gli appartamenti/seconde case (18,6%) e i residence (9,5%). L'orientamento verso la sistemazione alberghiera è segnalato solo dal 10,4% degli intervistati.

**Figura 7:** Struttura ricettiva scelta per l'alloggio



Coloro che alloggiano in albergo hanno scelto prevalentemente esercizi a 3 e 4 stelle, ed il trattamento è stato nel 50% dei casi la mezza pensione, nel 33% dei casi pernottamento e prima colazione e nel 17% dei casi solo pernottamento. Da segnalare che la soluzione della pensione completa non è mai stata scelta.

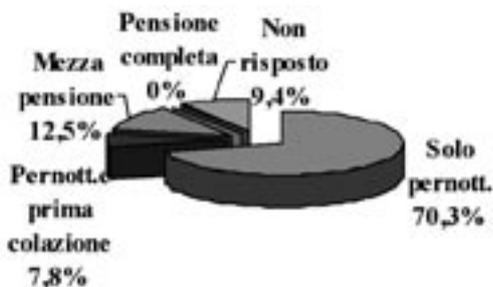
**Figura 8:** Trattamento scelto da chi alloggia in albergo



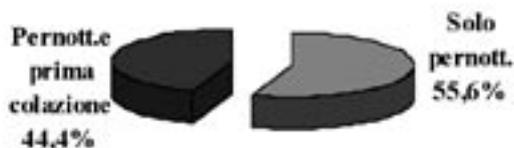
Come possiamo vedere dalle figure 9 e 10, diverse sono le preferenze nella scelta del trattamento di coloro che alloggiano in agriturismo ed in affittacamere, che preferiscono prevalentemente il solo pernottamento. Tali scelte e la preferenza per la mezza pensione, piuttosto che la pensione completa, mettono ancora

una volta in evidenza il fatto che l'area dell'Empolese Valdelsa viene scelta prevalentemente come meta di pernottamento, data la sua centralità, così da potersi spostare durante il giorno per andare a visitare le città vicine.

**Figura 9:** *Trattamento scelto da chi alloggia in agriturismo*

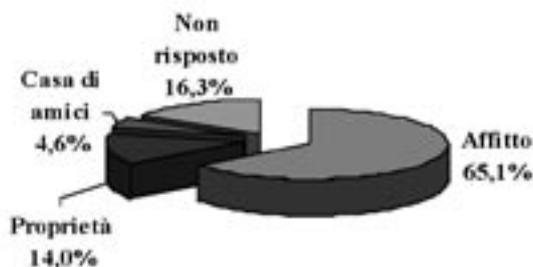


**Figura 10:** *Trattamento scelto da chi alloggia in affittacamere*



I dati che non vengono rilevati dalle statistiche ufficiali riguardano coloro che alloggiano in appartamenti o seconde case. Nel caso della nostra indagine, questa tipologia di turista si attesta al 18,6%; fra questi il 4,6% dichiara di alloggiare presso amici/parenti, il 65,1% indica espressamente un contratto di affitto, il 14% dichiara la proprietà dell'immobile dove alloggia e il 16,3% non fornisce alcuna informazione di dettaglio.

**Figura 11:** *Specifico per appartamenti o case*



Ai turisti è stato domandato per quale motivo avessero scelto di pernottare specificamente in una località dell'area del Circondario e dalla tabella sottostante è possibile osservare come la principale motivazione di scelta risulti il contesto paesaggistico/ambientale del territorio (25%). La seconda motivazione è riferita al clima, segnalata dal 18,4% degli intervistati. Al terzo posto risulta la qualità/stile di vita e l'enogastronomia con il 14% circa ciascuna. La qualità delle strutture ricettive e l'ospitalità/cordialità dei residenti raccolgono rispettivamente il 10,6% e il 10%.

Da evidenziare anche il fatto che la motivazione "convenienza dei prezzi", così come il livello "dell'organizzazione turistica" e il "divertimento", raccolgono percentuali piuttosto basse.

Solo una differenza di risposte si ha tra gli intervistati in estate, che preferiscono l'ambiente/natura al clima, e gli intervistati in bassa stagione che danno maggior peso all'offerta enogastronomia.

Tabella 8: Motivazioni di scelta della località

Motivazione	Italiani	Stranieri	Estate	Autunno	Totale
Ambiente/natura	35,2%	23,9%	28,6%	19,7%	25,0%
Clima	16,7%	18,6%	17,6%	19,7%	18,4%
Qualità/stile di vita	9,3%	14,9%	13,0%	16,4%	14,4%
Enogastronomia	9,2%	14,6%	11,9%	17,2%	14,1%
Qualità strutture ricettive	7,4%	10,9%	10,8%	10,2%	10,6%
Ospitalità/cordialità	5,5%	10,5%	9,9%	10,3%	10,0%
Prezzi convenienti	0,0%	2,6%	2,8%	1,6%	2,4%
Livello dell'organizzazione	0,0%	1,1%	1,1%	0,8%	1,0%
Divertimento/vita notturna	0,0%	0,7%	0,6%	0,8%	0,7%
Altro	16,7%	2,2%	3,7%	3,3%	3,5%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 3.2.1 Attività svolte durante la giornata dai turisti

E' stato domandato ai turisti che pernottano nell'area, quali fossero le attività prevalenti svolte nei diversi momenti della giornata, questo per cercare di ricostruire la 'giornata tipo' del turista.

Durante la prima fase della giornata, più della metà dei turisti, (66,2%) effettua la colazione nell'appartamento, il 14,3% nella struttura dove alloggia. Solo il 5,6% va al bar o in pasticceria.

Tabella 9: Luogo nel quale è stata consumata la colazione

La colazione	Val. %
Appart/camera	66,2%
Struttura dove alloggia	14,3%
Bar/pasticceria	5,6%
Altro	13,9%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Abbiamo già visto come il turista del Circondario tenda nel corso della propria vacanza a spostarsi per visitare luoghi diversi, questo viene confermato anche dalle attività svolte nel corso della mattinata. Infatti, il 24,3% dei turisti visita località fuori dall'Empolese Valdelsa (Firenze, S. Gimignano, Siena, Pisa). Una parte dei turisti ama tuttavia recarsi in piscina (16,5%) o rimane in appartamento (13,4%). Il 9,5% ha effettuato una passeggiata nei dintorni e il 6% ha visitato località del Circondario che sono risultate essere: Montaione, Montelupo Fiorentino, Vinci, Certaldo e la piccola località di San Vivaldo.

Tabella 10: Attività svolte nella mattinata

Attività mattina	Val. %
Visita loc. fuori dal Circondario	24,3%
Piscina	16,5%
Riposo in app./camera/lettura	13,4%
Passeggiato	9,5%
Visita località del Circondario	6,0%
Andato in bici/escursione	5,6%
Shopping	5,6%
Sport	2,6%
Museo	1,3%
Altro	15,2%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Il pranzo è stato consumato per 28 turisti su cento in appartamento, il 27% dei turisti non ha risposto alla domanda, il 16,9% ha pranzato in località fuori dalla Valdelsa, l'11,3% ha pranzato al ristorante/pizzeria, il 5,6% al sacco ed il 4,4% al bar.

**Tabella 11:** Dove è stato effettuato il pranzo

Il pranzo	Val. %
Appart/camera	28,5%
Località fuori dal Circondario	16,9%
Ristorante/pizzeria	11,3%
Al sacco	5,6%
Pasticceria/bar	4,4%
Non effettuato	3,9%
Località nel Circondario	2,1%
Non risposto	27,3%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Anche per le attività del pomeriggio il 21,2% dei turisti si è spostato per visitare località fuori dall'Empolese Valdelsa (Firenze, Lucca, S. Gimignano, Volterra, Siena), il 16,4% è andato in piscina, il 13% circa è rimasto in appartamento, il 9,5% ha visitato località del Circondario, in particolare: Montaione, Certaldo, Montelupo Fiorentino, Gambassi Terme e le piccole località di San Vivaldo e Castelfalfi.

Nel pomeriggio vengono effettuate meno attività sportive e passeggiate.

**Tabella 12:** Attività svolte nel pomeriggio

Attività pomeriggio	Val. %
Visita loc. fuori dal Circondario	21,2%
Piscina	16,4%
Riposo in app/riposo/lettura	13,0%
Visita loc. del Circondario	9,5%
Shopping	4,8%
Passeggiato	5,6%
Viaggiato	3,5%
Andato in bici/escursione	3,9%
Museo	1,7%
Sport	0,9%
Altro	19,5%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

La cena è stata consumata per la metà dei turisti nella struttura dove alloggiano. Il 23,7% al ristorante o pizzeria, ma anche osterie o enoteche. Solo una piccola parte dei turisti si è spostata per la cena in località del Circondario o fuori.

**Tabella 13:** Dove è stata effettuata la cena

La cena	Val. %
Struttura dove alloggia	50%
Ristorante/pizzeria	23,7%
Località nel Circondario	4,2%
Località fuori dal Circondario	3,5%
Campeggio	1,3%
Bar	0,9%
Altro	16,4%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Le attività svolte dopo cena non variano molto. In prevalenza si registrano comportamenti di riposo/relax, leggendo o rimando nella struttura di soggiorno.

Fra le attività di rilievo si segnala quel 7,4% che ha dichiarato la degustazioni di vini in enoteca.

**Tabella 13:** *Attività svolte dopo cena*

Attività dopo cena	Val. %
Riposo/lettura	23,8%
In appartamento /camera	10,4%
Enoteca	7,4%
Dormito	7,4%
Gioco di società	6,9%
Tv	4,8%
Passeggiato	4,3%
Andata bar/festa	3,0%
Conversazione	2,2%
Nuotato	1,7%
Uscito a mangiare il gelato	1,7%
Altro	3,0%
Non risposto	23,4%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

### 3.3 Il visitatore del Circondario: modalità di conoscenza della località, motivazioni della vacanza e gruppo di viaggio

In questo paragrafo presentiamo le domande che sono state effettuate alla totalità dei visitatori dell'Empolese Valdelsa, ovvero sia ai turisti precedentemente citati, sia agli escursionisti.

Il principale mezzo di conoscenza della località di soggiorno o di visita è internet, come già risultava dalle modalità di prenotazione dell'alloggio per i turisti. Tale percentuale risulta superiore a quella di indagini condotte su altre aree della Toscana. Al secondo posto il cosiddetto "passaparola", ovvero lo scambio di informazioni da parte di amici o parenti. Il fatto che molti turisti siano informati o comunque consigliati su una determinata destinazione è certamente sinonimo di un buon livello di soddisfazione percepito da coloro che per vari motivi ne sono già venuti a conoscenza. Circa 14 visitatori su cento si affidano all'informazione delle agenzie di viaggio e 8 su cento a riviste/giornali; solo 4 visitatori su cento conoscono le località perché ci sono già stati.

**Tabella 14:** *Modalità di conoscenza della località*

Conoscenza località	Val. %
Tramite internet	25,9%
Amici/parenti	25,6%
Agenzia di viaggio	14,2%
Riviste/giornali	8,5%
Guide turistiche	7,0%
Brochure/depliant	5,0%
Precedenti visite	3,8%
Promozione	0,5%
Televisione/radio	0,3%
Altro	9,2%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Nonostante le precedenti visite (riferite alla fonte di informazione) abbiano raggiunto solo il 3,8% di segnalazioni, alla domanda "è mai stato in visita in questa area" solo il 71,4% ha dichiarato "mai". Stranamente in questo caso i turisti "fedeli" risultano essere il 26% degli intervistati, evidentemente alla domanda precedente hanno risposto facendo riferimento alla prima fonte di informazione, in assoluto, che gli ha consentito di scegliere una

località del Circondario come meta di viaggio.

**Tabella 15:** *Precedenti visite alla località*

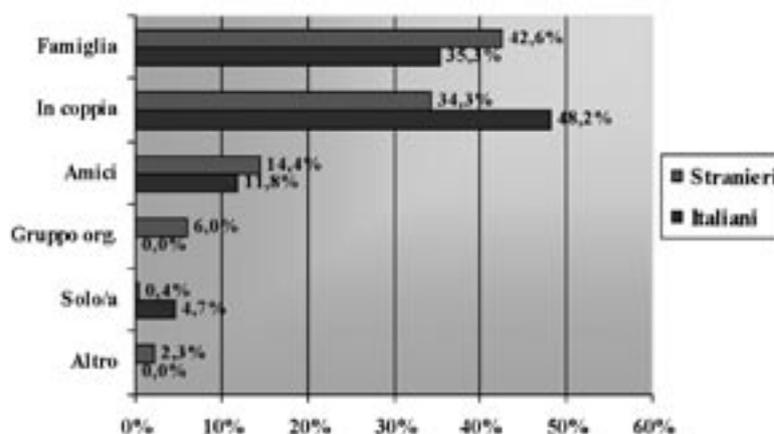
Altre visite	Val. %
mai	71,4%
1 volta	10,6%
2-3 volte	8,8%
molte altre volte	6,6%
Non risposto	2,6%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Quello del Circondario è prevalentemente un visitatore individuale (Tabella 16), vale a dire che difficilmente arriva sul territorio insieme a gruppi organizzati. Viaggia spesso con la famiglia o i parenti (40,9%) oppure in coppia (37,7%) o comunque con gruppi di amici (13%). Il turismo organizzato incide solamente per il 4,6% dei flussi complessivi. Per quanto concerne la numerosità del gruppo di viaggio è possibile stimare un numero di componenti medio di 4 unità per coloro che viaggiano con famiglia e parenti e di 4 unità per i gruppi di amici. Come si può vedere dalla figura 12, si hanno delle differenze nella composizione del gruppo di viaggio tra stranieri e italiani: i primi, infatti, preferiscono viaggiare con la famiglia, gli amici o in gruppo organizzato, gli italiani invece viaggiano in coppia oppure da soli.

**Tabella 16:** *Gruppo di viaggio*

Gruppo di viaggio	Val. %
Solo/a	1,4%
In coppia	37,7%
Famiglia-parenti	40,9%
Amici	12,9%
Gruppo organizzato	4,6%
Altro	2,5%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

**Figura 12:** *Gruppo di viaggio per stranieri e italiani*



A conferma della prevalenza di turismo individuale, i dati seguenti attestano come il mezzo di trasporto più utilizzato per arrivare alla destinazione sia l'auto propria (79,7% delle indicazioni). Pur considerando che questa modalità di trasporto risulta in assoluto quella preferita dai turisti, il valore che emerge per l'area del Circondario mette in evidenza alcune carenze di accessibilità e della rete di collegamento alla grandi direttrici di traffico intermodale. L'aereo raccoglie circa il 6,9% delle indicazioni, riconducibili prevalentemente a turisti

stranieri. Seguono poi il treno (5,1%), il bus (4,8%) e gli altri mezzi di trasporto come indicato nella Tabella 17. Il visitatore escursionista tende a spostarsi più frequentemente con il bus o in treno. Per quanto concerne i turisti va aggiunto che l'automobile risulta sempre il mezzo di trasporto più utilizzato per le escursioni sul territorio (75,9%).

**Tabella 17:** *Mezzo di trasporto*

Mezzo	Val. %
<b>Auto</b>	79,7%
<b>Aereo</b>	6,9%
<b>Treno</b>	5,1%
<b>Pullman</b>	4,8%
<b>Camper</b>	1,9%
<b>Moto</b>	1,1%
<b>Altro</b>	0,5%
<b>Totale</b>	100,00%

Al campione di indagine è stato poi chiesto di esprimere le principali motivazioni della propria vacanza, cioè quale è stata la spinta che ha determinato la scelta di un viaggio nell'Empolese Valdelsa. Escludendo la necessità di un periodo di riposo, presumibilmente motivazione di base del 35,3% degli intervistati, gli interessi per le risorse artistico-culturali raggiungono il 32,5% delle indicazioni. Come era emerso in precedenza per la scelta della località di soggiorno, riemerge l'attenzione/attrazione per le risorse naturalistico/ambientali (18,7%). Le altre motivazioni riportano percentuali tutte inferiori al 5%.

**Tabella 18:** *Motivazioni della vacanza*

Motivi vacanza	Val. %
<b>Riposo/relax</b>	35,3%
<b>Cultura/arte</b>	32,5%
<b>Naturalistico/ambientale</b>	18,7%
<b>Sport/vita sana</b>	4,7%
<b>Tradizione familiare</b>	2,9%
<b>Terme/benessere</b>	2,3%
<b>Affari/lavoro</b>	0,6%
<b>Altro</b>	3%
<b>Totale</b>	100%

Il visitatore del Circondario, nell'ambito della propria vacanza o della propria escursione non si limita a visitare una sola destinazione, ma più spesso è portato a spostarsi nel territorio circostante e a recarsi in diverse località. È infatti del 77,4% la quota di coloro che a precisa domanda hanno dichiarato di aver visitato, o di avere l'intenzione di visitare altre località della Valdelsa, o comunque dei dintorni di tale area. Dobbiamo tuttavia rendere noto che nell'analisi di tale domanda e della successiva ci siamo resi conto che i turisti non identificano propriamente i comuni facenti parte della Valdelsa: 38 turisti su cento hanno infatti indicato solo altre località toscane, 62 su cento hanno indicato almeno una località del Circondario Empolese Valdelsa. Tra le altre città toscane indicate, le prime cinque sono: San Gimignano, Siena, Firenze, Volterra e Pisa.

**Tabella 19:** *Visita ad altre località*

Visita altre località	Val. %
<b>Si</b>	77,4%
<b>No</b>	21,7%
<b>vuote</b>	0,9%
<b>Totale</b>	100%

Tra i visitatori che hanno risposto alla domanda, citando almeno un comune del Circondario, le località prevalenti di visita sono: Certaldo, Vinci e al terzo Gambassi Terme. In questo ultimo i turisti hanno indicato in molti casi la visita alle località di San Vivaldo e Castelfalfi, le restanti percentuali si possono valutare osservando la tabella 20.

**Tabella 20:** Località più visitate dell'Empolese Valdelsa

Località Valdelsa	Val. %
Certaldo	31,9%
Vinci	18,1%
Gambassi Terme	15,4%
Castelfiorentino	12,8%
Empoli	12,2%
Montaione	4,8%
Montelupo	2,7%
Montespertoli	1,6%
Cerreto Guidi	0,5%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

### 3.4 Grado di soddisfazione dei turisti

L'ultima sezione del questionario è dedicata alla rilevazione del grado di soddisfazione dei visitatori dell'Empolese Valdelsa. Le domande, rivolte sia agli escursionisti che ai turisti, hanno compreso i giudizi su 25 elementi di offerta del territorio, oltre che la valutazione complessiva della vacanza e la propensione da parte del visitatore a ritornare per trascorrere una vacanza nel Circondario. Infine le ultime due domande hanno lasciato all'intervistato la libertà di indicare i principali elementi di insoddisfazione e di soddisfazione della loro visita.

Per quanto riguarda il primo punto, relativo ai principali elementi di offerta della località, all'intervistato è stato richiesto di esprimere un giudizio tra "ottimo", "buono", "sufficiente", "insufficiente" e "molto carente". In particolare, i visitatori sono stati chiamati ad esprimersi sull'offerta ricettiva, ristorativa e commerciale, su aspetti inerenti il trasporto pubblico e la viabilità, su alcuni servizi più strettamente turistici e specifici della località e infine su alcune strutture pubbliche.

Per rappresentare in maniera sintetica il giudizio espresso dai visitatori è stato calcolato per ciascun elemento di offerta un indicatore statistico che varia da un minimo di -2 ad un massimo di +2. Laddove l'indicatore risulta maggiore di 0 il giudizio potrà considerarsi positivo, dove invece risulta minore di 0 si tratterà di una valutazione negativa.

I risultati dell'analisi ci portano ad avere dei giudizi nel complesso positivi, molto buona è infatti considerata l'offerta ristorativa (indicatore sintetico pari a 1) e soprattutto quella ricettiva (1,2, con il 30,3% di intervistati che la reputano "ottima" ed il 52% "buona"). Per l'offerta della rete commerciale il giudizio è positivo, anche se l'indicatore sintetico, pari a 0,6, non esprime una completa soddisfazione.

Oltre alla valutazione del servizio nel suo complesso, per i precedenti aspetti è stato richiesto un analogo giudizio anche sul rapporto qualità/prezzo. Fermo restando che l'elaborazione delle risposte comunque esprime un livello di soddisfazione accettabile, appare estremamente interessante rilevare che l'indicatore riferito al rapporto prezzo/qualità risulta più basso. Per le strutture ricettive si passa da un valore di 1,2 ad un valore di 1, più evidente la differenza tra i due indicatori per la ristorazione, da 1 a 0,7. Infine, per le attività commerciali si passa dallo 0,6 allo 0,5. Nonostante i giudizi rimangano positivi, è sintomatico il fatto che comunque il visitatore manifesti un diverso livello di soddisfazione per la valutazione del servizio in termini di rapporto prezzo/qualità.

**Tabella 21:** Valutazione strutture ricettive, ristoranti ed esercizi commerciali

Valutazione	Ottimo	Buono	Suff.	Insuff.	Molto carente	Totale	Non so	Indice
<b>Strutture ricettive nel complesso*</b>	30,3%	52%	12,1%	0%	0%	94,4%	5,6%	1,2
<b>Strutt. ricett. rapporto qualità/prezzo*</b>	24,2%	50,2%	13%	2,6%	0,9%	90,9%	9,1%	1
<b>Ristorazione nel complesso</b>	19,2%	51,1%	13,4%	1,4%	0,9%	86%	14%	1
<b>Ristorazione rapporto qualità/prezzo</b>	12,3%	45,1%	22,3%	3,1%	1,2%	84%	16%	0,7
<b>Esercizi commerciali</b>	4,3%	45,7%	27,7%	2%	1,2%	80,9%	19,1%	0,6
<b>Es. comm. rapporto qualità/prezzo</b>	2,6%	39,1%	28,9%	5,7%	1,1%	77,4%	22,6%	0,5
<b>Valutazione complessiva</b>								0,8

\* giudizi espressi dai turisti che hanno pernottato presso le strutture ricettive dei comuni del Circondario  
 Valutazione buona per il trasporto pubblico (0,7), appena positiva per i taxi (0,2) ed i parcheggi (0,3), ed appena sufficiente la valutazione della viabilità (0,1). Ovviamente nel caso del trasporto pubblico e dei

taxi sono molti coloro che non hanno saputo dare una valutazione, perché non hanno usufruito dei servizi stessi.

**Tabella 22:** Valutazione trasporto pubblico e viabilità

Valutazione	Ottimo	Buono	Suff.	Insuff.	Molto carente	Totale	Non so	Indice
Trasporto pubblico	4,9%	11,4%	6,3%	0,9%	1,1%	24,6%	75,4%	0,7
Servizio taxi	0,9%	5,1%	3,4%	1,2%	1,4%	36,6%	88%	0,2
Parcheggi	3,4%	30,9%	30%	6,9%	3,7%	74,9%	25,1%	0,3
Viabilità e segnaletica	2,3%	33,7%	34%	11,7%	6%	87,7%	12,3%	0,1
<b>Valutazione complessiva</b>								<b>0,3</b>

Per quanto riguarda gli altri servizi più strettamente turistici, la soddisfazione risulta apprezzabile, anche se man mano che la valutazione riguarda elementi di offerta più specifici, aumenta anche la percentuale di intervistati che non ha fornito alcuna risposta. Buono il giudizio sulle guide turistiche (0,7) e sugli uffici di informazione turistica (0,6), poco più che sufficiente la conoscenza delle lingue straniere degli operatori (0,3) e l'informazione e la pubblicizzazione degli eventi (0,3). Appena sufficiente quello inerente i tempi di attesa ai musei/mostre (0,1)

**Tabella 23:** Valutazione servizi turistici

Valutazione	Ottimo	Buono	Suff.	Insuff.	Molto carente	Totale	Non so	Indice
Uffici informazione e accoglienza turisti	6,9%	35,4%	20,9%	3,4%	1,7%	68,3%	31,7%	0,6
Conoscenza lingue straniere degli operatori	5,7%	24%	26,9%	9,4%	3,4%	69,4%	30,6%	0,3
Informazioni pubblicizzazione di eventi	2,6%	19,7%	23,1%	6,6%	1,4%	53,4%	46,6%	0,3
Tempi di attesa, code ai musei, mostre	2%	19,7%	24,3%	7,4%	5,2%	58,6%	41,4%	0,1
Guide turistiche	2,3%	17,7%	10,3%	0,8%	0,3%	31,4%	68,6%	0,7
<b>Valutazione complessiva</b>								<b>0,4</b>

Molto buoni i giudizi su alcuni aspetti delle località e sui servizi del territorio: sicurezza della località (0,9), inquinamento acustico ed atmosferico e cura dell'ambiente naturale (0,9), cura e pulizia della località (1,0). Buona l'organizzazione di eventi culturali, spettacoli ed intrattenimenti (0,6), anche se questi non sono stati valutati dalla maggioranza degli intervistati, probabilmente perché non molti visitatori vi partecipano o hanno avuto occasione di parteciparvi. Un importante valore aggiunto all'offerta del territorio viene garantito anche dalla cordialità degli abitanti (1,1).

**Tabella 24:** Valutazione località e cordialità abitanti

Valutazione	Ottimo	Buono	Suff.	Insuff.	Molto carente	Totale	Non so	Indice
Sicurezza della località	9,1%	50,9%	14%	0,3%	0,3%	74,6%	25,4%	0,9
Inquinamento acustico e atmosferico	16,9%	41,7%	14,3%	4%	1,4%	78,3%	21,7%	0,9
Cura e pulizia della località	19,1%	52%	16,3%	2,3%	0,9%	90,6%	9,4%	1
Cura dell'ambiente naturale	14,9%	48,3%	17,7%	3,1%	0,6%	84,6%	15,4%	0,9
Eventi culturali, spettacoli, intrattenimenti	3,7%	20,8%	12,6%	2,6%	0,9%	40,6%	59,4%	0,6
Cordialità abitanti	22,3%	44,9%	13,1%	2,6%	1,1%	84%	16%	1,1
<b>Valutazione complessiva</b>								<b>0,9</b>

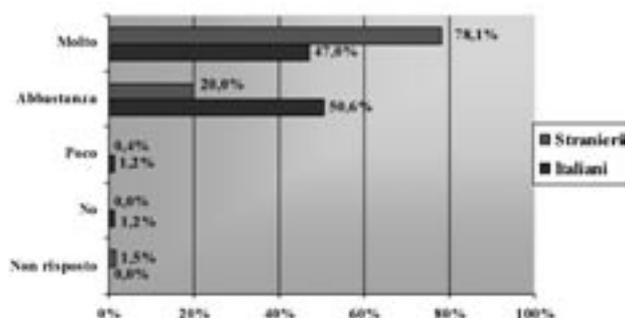
Altri servizi del territorio sono stati giudicati non pienamente sufficienti. Se è buono il giudizio espresso per i servizi approntati per i disabili (0,6) e per i bambini (0,5), appena sufficiente è quello per gli impianti sportivi (0,3) e negativo è il giudizio sulla presenza di toilette pubbliche; da notare che risulta essere l'unico giudizio negativo tra tutti quelli dati.

**Tabella 25: Valutazione strutture pubbliche**

Valutazione	Ottimo	Buono	Suff.	Insuff.	Molto carente	Totale	Non so	Indice
Servizi per disabili	3,4%	12,8%	8,6%	2,6%	0,9%	28,3%	71,7%	0,6
Strutture per bambini	3,1%	16%	14%	4,3%	0,3%	37,7%	62,3%	0,5
Impianti sportivi	1,7%	9,1%	9,1%	2,9%	0,9%	23,7%	76,3%	0,3
Toilette pubbliche	0,9%	16%	25,7%	15,1%	4%	61,7%	38,3%	-0,1
Valutazione complessiva								0,2

Agli intervistati è stato domandato se il luogo visitato è risultato interessante, e se saranno disposti a trascorrere nuovamente una vacanza nella località. Come si può vedere dalla Figura 13, il visitatore straniero mostra di apprezzare maggiormente la vacanza o la visita nell’Empolese Valdelsa: il 78,1% si dichiara infatti “molto” soddisfatto, il 47% “abbastanza”; solamente lo 0,4% è rimasto insoddisfatto. Gli italiani a cui è piaciuto “molto” il posto visitato rappresentano il 47% del campione, “abbastanza” il 50,6%, mentre salgono a 2 i visitatori su cento scontenti. Anche le percentuali totali dimostrano che la maggioranza dei visitatori sono rimasti molto soddisfatti della propria vacanza o visita del luogo (tabella 26).

**Figura 13: Quanto è piaciuto il luogo della vacanza o visita a stranieri e italiani**



**Tabella 26: Soddisfazione complessiva del visitatore**

Risposte	Val. %
Molto	70,6%
Abbastanza	27,4%
Poco	0,6%
No	0,3%
Non risponde	1,1%
Totale	100%

Anche i dati riportati nella tabella seguente devono essere letti in un’ottica positiva; infatti la maggioranza degli intervistati (53,1%) sarebbe disposto a ritornare di nuovo nella località per una vacanza, il 38,3% è incerto e solamente 7 visitatori su cento lo escludono a priori.

**Tabella 27: Intenzione di ritorno**

Risposte	Val. %
Si	53,1%
Forse	38,3%
No	7,5%
Non risponde	1,1%
Totale	100%

Con le ultime due domande del questionario si è cercato di ricostruire da una parte i principali elementi di insoddisfazione registrati presso il campione, dall’altra di evidenziare gli aspetti che al contrario hanno raccolto il più alto gradimento. In particolare, sono state rivolte due domande a risposta aperta, in modo da lasciare all’intervistato un maggior grado di libertà. Questo ha inevitabilmente portato ad una ricca e articolata varietà di risposte, che è stata successivamente aggregata secondo quanto riportato nelle due tabelle successive.

Per quanto concerne gli elementi di insoddisfazione va detto che il 38,6% dei turisti intervistati ha fornito almeno un'indicazione. Le principali voci di malcontento riguardano i prezzi (16,3% delle indicazioni), spesso segnalati in maniera generica, qualche volta specificando di quale servizio: prezzi dei parcheggi, dei ristoranti, dei negozi, degli esercizi ricettivi. Il secondo elemento di insoddisfazione conferma quanto emerso in precedenza, relativamente alla carenza della segnaletica stradale e della viabilità, rispettivamente segnalati dal 13,9% e 11% degli intervistati. Anche l'insoddisfazione per la mancanza di bagni pubblici, conferma quanto già visto in precedenza.

**Tabella 28:** *Elementi di insoddisfazione della vacanza o della visita*

Elementi di insoddisfazione	Val. %
Prezzi alti	16,3%
Segnaletica stradale	13,9%
Viabilità/traffico	11,0%
Carenza di bagni pubblici	7,2%
Orario dei negozi	5,7%
Parcheggi scarsi e cari	5,3%
Costi elevati per le visite nei luoghi d'arte	4,8%
Accoglienza degli abitanti pessima	3,3%
Carenza conoscenza lingue straniere operatori	2,9%
Inquinamento	2,9%
Carenza di servizi e impianti	2,4%
Zanzare	2,4%
Mezzi pubblici scarsi	1,9%
Poche iniziative ricreative	1,9%
Cattiva manutenzione dei monumenti/edifici/parchi	0,9%
Altro	17,2%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Alla richiesta di indicare l'elemento della zona visitata che è piaciuto di più, la quota di intervistati che ha fornito almeno un'indicazione è dell'81%, superiore a quella che invece aveva indicato almeno un elemento di insoddisfazione.

Bellezza dei paesaggi, campagna, colline, natura, sono senza ombra di dubbio i principali punti di forza del territorio, e comunque quelli che colpiscono maggiormente i visitatori. Molte delle voci riportate nella tabella seguente possono essere ricondotte a questi fattori. Accanto a queste si rileva poi un apprezzamento particolare per l'enogastronomia e la cucina locale, per il clima, ma anche per la tranquillità dei luoghi, per le città d'arte, la storia e la cultura, e per la cordialità con la quale gli abitanti accolgono il visitatore.

**Tabella 29:** *Elementi di soddisfazione del visitatore*

Cosa è piaciuto di più	Val. %
Paesaggio	38,9%
Cibo/vino	14,5%
Clima	9,4%
Tranquillità	8,7%
Città/arte	8,6%
Storia/cultura	6,4%
Cordialità/abitanti	6,2%
Bar/ristoranti/negozi	2,2%
Struttura del pernottamento	1,1%
Borghi antichi	1,4%
Stile di vita italiano	0,6%
Altro	2,0%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>



## CAPITOLO 4

### INTERVISTE AD UN CAMPIONE DI ESERCIZI COMMERCIALI DEL CIRCONDARIO

Per poter dare una valutazione esauriente degli esercizi commerciali di un territorio, e confrontare le opinioni degli operatori con quelle date dai turisti nel precedente capitolo, sono state effettuate delle interviste dirette ad alcuni operatori di esercizi commerciali del Circondario. Dai dati ufficiali, infatti si può venire a conoscenza della tipologia e della dimensione media degli esercizi, ma questi sono parametri che forniscono solamente un'immagine parziale delle attività: non abbiamo a disposizione ad esempio le informazioni inerenti l'organizzazione aziendale, la gestione dell'attività, il personale impiegato, il tipo di clientela prevalente, ovvero informazioni che aiuterebbero a descrivere un settore che coinvolge direttamente e indirettamente altri soggetti o imprese.

In questo capitolo sono presentati i risultati dell'indagine rivolta ad un campione di esercizi commerciali. In particolare, le informazioni raccolte attraverso il questionario hanno riguardato:

- Il settore di attività, il possesso dell'immobile, l'ubicazione e il periodo di apertura;
- Il numero di addetti, la conoscenza delle lingue, l'utilizzo di servizi esterni, l'attività di comunicazione e pubblicità;
- La clientela, gli acquisti effettuati prevalentemente da turisti o residenti, italiani o stranieri e motivazioni di acquisto.
- L'opinioni degli operatori sulla soddisfazione dei turisti e sul miglioramento di servizi alla località.

#### 4.1 Il campione d'indagine

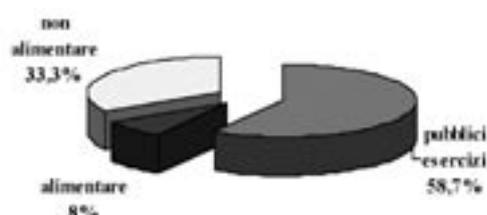
La presente indagine è stata realizzata attraverso la somministrazione di un questionario strutturato (vedi appendice) ad un campione di 63 esercizi commerciali (bar, ristoranti, enoteche, negozi di abbigliamento, articoli regalo e artigianato) dell'Empolese Valdelsa. Tali interviste sono state effettuate nei mesi di ottobre e novembre 2004; per quanto concerne il disegno di campionamento è stata considerata la ripartizione del numero di esercizi commerciali negli 11 comuni facenti parte dell'area. La ripartizione delle interviste è quella che risulta dalla tabella successiva.

**Tabella 1:** Ripartizione delle interviste agli esercizi commerciali

Comune	Numero interviste
Capraia e Limite	2
Castelfiorentino	8
Cerreto Guidi	3
Certaldo	10
Empoli	5
Fucecchio	2
Gambassi Terme	3
Montaione	5
Montelupo	7
Montespertoli	10
Vinci	8
<b>Totale</b>	<b>63</b>

I pubblici esercizi, bar, ristoranti ed enoteche rappresentano la maggioranza del campione, in secondo luogo abbiamo il settore non alimentare, che nello specifico è rappresentato da negozi di abbigliamento, ma soprattutto da negozi di artigianato e ceramiche, ed infine il settore alimentare, costituito da molti negozi che vendono prodotti tipici.

**Figura 1:** Settore di attività del campione di esercizi commerciali



Altra caratteristica fondamentale degli esercizi commerciali riguarda la proprietà o meno dell'immobile nel quale viene esercitata l'attività. Dalla Tabella 2 possiamo vedere che il 68,9% degli immobili utilizzati è in locazione, il 29,5% è di proprietà. Interessante notare che la prevalenza di immobili in locazione si registra per i pubblici esercizi e per il settore non alimentare, mentre per il settore alimentare prevalgono gli immobili di proprietà.

**Tabella 2:** Possesso dell'immobile per settore di attività

L'immobile	Pubb. esercizi	Alimentare	Non alimentare	Totale
Proprietà	25,7%	60%	28,6%	29,5%
Locazione	74,3%	40%	66,7%	68,9%
Altro	0%	0%	4,7%	1,6%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

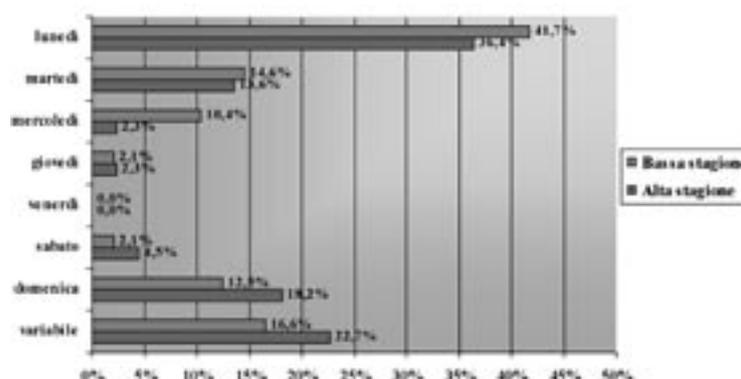
Un dato importante da valutare è l'ubicazione degli esercizi commerciali. Gli esercizi commerciali indagati sono collocati nel centro urbano per il 67,7%, in zona semi periferica per il 19,4%, in una zona periferica isolata per il 12,9%.

**Tabella 2:** Ubicazione dell'esercizio commerciale

Ubicazione esercizio	Val. %
Centrale	67,7%
Periferico, comodo per il centro	19,4%
Periferico, isolato	12,9%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

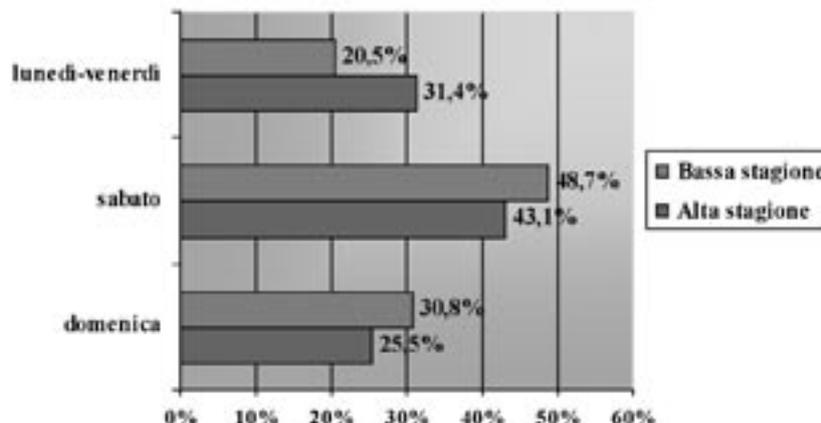
Per le chiusure settimanali, dalla Figura 2 possiamo notare le differenze tra i giorni di chiusura nell'alta e nella bassa stagione. Importante notare che il venerdì nessun esercizio commerciale chiude, né in alta né in bassa stagione. Per i rimanenti giorni della settimana, il giorno 'preferito' per la chiusura è il lunedì in alta (41,7%) e bassa stagione (36,4%), in secondo luogo gli intervistati hanno risposto che il giorno di chiusura è variabile e scelto a loro discrezione.

**Figura 2:** Giorni di chiusura degli esercizi commerciali in alta e bassa stagione



In merito ai giorni settimanali con il maggior afflusso di clientela, in Figura 3 possiamo notare come sia in bassa sia in alta stagione il sabato è considerato il giorno con maggiore affluenza. In alta stagione, la maggior affluenza si registra invece dal lunedì al venerdì; per la bassa stagione, ma solo per coloro che sono aperti, è la domenica.

**Figura 3:** Giorni di maggiore affluenza di clienti in alta e bassa stagione



#### 4.2 L'attività commerciale

Il presente paragrafo analizza l'organizzazione dell'attività commerciale, ed in particolare l'aspetto occupazionale. Lo scopo è quello di mettere in relazione le singole attività con il settore turistico e valutare quanto incidono i movimenti turistici anche sulle necessità occupazionali. Come prima informazione è stato richiesto agli esercizi commerciali di indicare il numero di addetti occupati presso la struttura, nei periodi di alta e di bassa stagione. Ciò consente di valutare se l'aumento di domanda causata dai turisti porta benefici anche in termini di occupazione, sia pure di carattere stagionale.

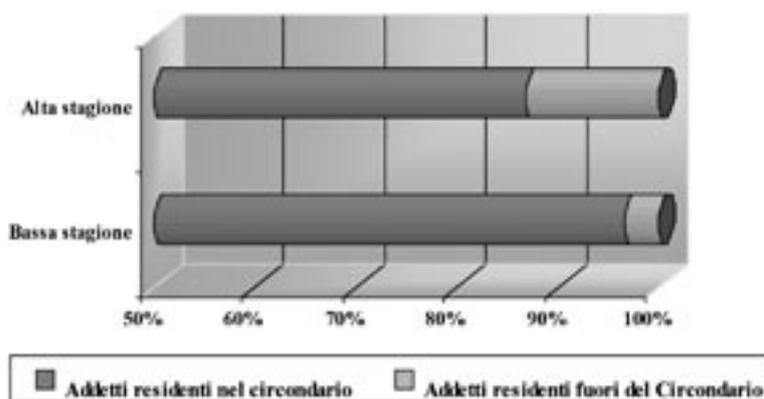
Dall'analisi effettuata, e da quanto si può vedere in Figura 4, emerge che l'80,9% degli esercizi commerciali lascia invariato il numero di addetti nell'alta e bassa stagione, il 14,3% ha un aumento di addetti in alta stagione (tale aumento è nella maggioranza dei casi di 1 o 2 unità, ma alcuni esercizi hanno anche aumenti di 3 unità). Il 4,8% degli esercizi ha apertura stagionale, dunque richiede degli addetti solo in alta stagione. Tali risultati portano a pensare che, anche se in scarsa misura, il flusso turistico influenzi in qualche modo il comportamento degli operatori degli esercizi commerciali, i quali in alta stagione assumono del personale in più per far fronte all'aumento di domanda.

**Figura 4:** Variazione di addetti tra alta e bassa stagione



Per poter valutare l'effettiva ricaduta occupazionale sul territorio generata dal turismo è stata indagata anche la residenza degli addetti. Coloro che risiedono nel Circondario sono il 96,6% tra gli addetti della bassa stagione, mentre per l'alta stagione gli addetti residenti nel circondario sono l'86,9% (Figura 5). Questo evidenzia che gli addetti negli esercizi sono per la grande maggioranza residenti, anche se per l'alta stagione si ricorre a personale non residente.

**Figura 5:** Addetti residenti nel circondario



Alla richiesta di indicare per quali mansioni l’ esercente ha più difficoltà nel reperire personale, solamente il 27% degli intervistati ha fornito almeno un’ indicazione. Difficile capire se la bassa percentuale di risposte sia dovuta alla facilità di reperire personale, oppure alla scarsa propensione nel ricercarlo. Le mansioni per le quali è più difficile reperire personale sono state in maggioranza segnalate dai pubblici esercizi, e sono: aiuto cucina, cuochi esperti e personale di sala. Gli altri settori richiedono mansioni varie, soprattutto per il settore non alimentare è difficile reperire commesse.

Oltre alle mansioni è stato chiesto per quali competenze e professionalità potessero essere utili dei corsi di formazione. Più richiesti i corsi di lingue straniere, per tutti i settori di attività. Per il settore dei pubblici esercizi, al secondo posto sono stati segnalati corsi di cucina e barman, per il settore non alimentare corsi per strategie di vendita e corsi di computer.

La richiesta di corsi di formazione per le lingue straniere è comprensibile dal momento in cui alla domanda sulla conoscenza da parte del personale dell’ esercizio, di lingue straniere, l’ 80% degli esercenti ha risposto di conoscerne almeno una, ma molti solo a livello scolastico e solo il 18% ne conosce più di una. Dalla Tabella 3 possiamo vedere che l’inglese è la lingua maggiormente conosciuta (77,8%), segue il francese conosciuto dal solo 25,4% degli intervistati e il tedesco (20,6%).

**Tabella 3:** Lingue straniere conosciute dal personale degli esercizi commerciali

Lingue straniere	Val. %
<b>Inglese</b>	<b>77,8%</b>
<b>Francese</b>	<b>25,4%</b>
<b>Tedesco</b>	<b>20,6%</b>
<b>Spagnolo</b>	<b>4,8%</b>
<b>Altro</b>	<b>3,2%</b>

L’attività di un’impresa non si esaurisce all’interno della struttura stessa, ma richiede la partecipazione di fornitori esterni per la realizzazione di determinati servizi. Agli esercenti è stato domandato se si avvalgono di ditte esterne per alcuni servizi: il 74,2% se ne avvale regolarmente, il 19,3% non utilizza servizi esterni ed il 6,5% li utilizza saltuariamente. Nell’analizzare i risultati di tale domanda ci siamo resi conto che coloro che si avvalgono regolarmente di determinati servizi, hanno indicato i servizi di amministrazione e considerato che di solito la gestione amministrativa è delegata all’esterno, probabilmente la domanda non è stata ben compresa, in quanto il riferimento era a una componente dei processi produttivi.

Diventa sempre più importante per gli esercizi commerciali realizzare attività di comunicazione e pubblicità per far conoscere il proprio negozio ed attirare la clientela. Anche per gli intervistati della nostra indagine, nel 19,1% dei casi realizzano in modo abituale tali attività, ben il 50,8% le realizza saltuariamente, solo il 30,1% non le realizza. I modi nei quali la comunicazione e la pubblicità vengono realizzati da chi li usa regolarmente o saltuariamente sono vari: principalmente è stato utilizzato internet (19%), i cartelloni pubblicitari (17,7%), ma anche volantinaggio e radio (16,5%) (Tabella 4).

Tabella 4: Attività di comunicazione e pubblicità realizzate

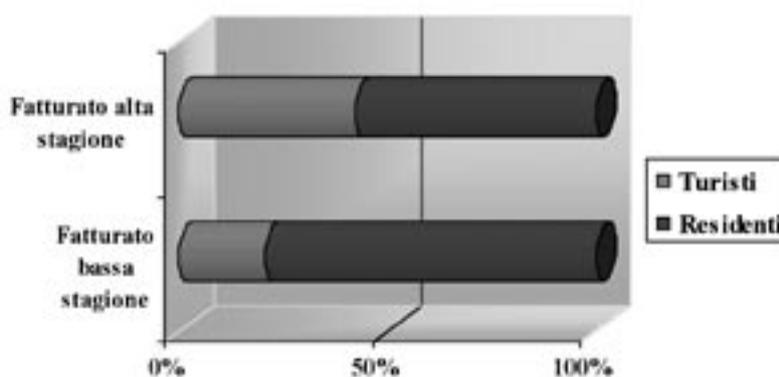
Attività di comunicazione	Val. %
Via internet	19,0%
Cartelloni pubblicitari	17,7%
Volantinaggio	16,5%
Via radio	16,5%
Sponsor eventi	12,6%
Messaggi promozionali tv	2,5%
Altro	15,2%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

### 4.3 La clientela degli esercizi commerciali

Una utile indicazione per valutare quanto il flusso di turisti influisca sull'andamento economico dell'area è data dalle risposte degli esercenti, ai quali è stato chiesto quanta parte del loro fatturato è imputabile ad acquisti effettuati da turisti o residenti, in alta ed in bassa stagione. In alta stagione il giro d'affari imputabile ad acquisti effettuati da turisti è in media del 42,1%, che scende al 20,7% per il fatturato della bassa stagione (Figura 6), per quanto riguarda il fatturato totale dell'anno la percentuale di questo imputabile ad acquisti di turisti è del 40,5%. Differenze più evidenti si hanno per i settori di attività, in particolare gli operatori del settore non alimentare affermano che una percentuale superiore al 50% del fatturato in alta stagione sia imputabile a vendite a turisti e ritengono dimezzata in bassa stagione tale percentuale.

Quanto emerso fa percepire realmente l'importanza dei flussi turistici per l'economia del Circondario.

Figura 6: Addetti residenti nel circondario



Altre informazioni sulla clientela si possono avere dalla successiva domanda posta agli operatori per conoscere la percentuale media di clienti italiani o stranieri. Dalle nostre analisi è emerso che, secondo gli esercenti, in media 64 clienti su cento sono stranieri. Questo risultato si collega al precedente, visto che dai dati ufficiali sappiamo che nell'area l'affluenza di turisti stranieri è molto alta, perciò se il fatturato è dovuto in larga parte ai turisti, è anche logico che questi siano in maggioranza stranieri.

I motivi che portano i clienti a scegliere gli esercizi commerciali riguardano, secondo gli operatori contattati nell'indagine sia le caratteristiche legate ai prodotti venduti o ai servizi offerti, che aspetti comportamentali del personale occupato, in particolare la cordialità, al terzo posto per importanza l'ubicazione del negozio e a seguire l'ampia scelta dei prodotti del negozio (Tabella 5).

**Tabella 5:** Motivazioni per le quali, secondo gli esercenti, i clienti si rivolgono al loro negozio

Motivazioni clientela	Val. %
Qualità del prodotto/servizio	27,2%
Cordialità	20,4%
Ubicazione	17,9%
Ampia scelta	14,8%
Fiducia verso il titolare/personale	7,4%
Convenienza	4,3%
Conoscenza lingue straniere	3,7%
Chi li sa consigliare	0,6%
Altro (originalità di prodotto)	3,7%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

#### 4.4 La soddisfazione dei turisti per la località e i principali interventi richiesti dagli esercenti per migliorarla

Con l'ultima sezione del questionario è stato chiesto agli esercenti di elencare i principali motivi di insoddisfazione e soddisfazione, che secondo il loro parere, i turisti riscontrano nella loro visita della località.

Gli elementi considerati di maggiore insoddisfazione sono la mancanza di eventi che attraggano i turisti nella località, non solo eventi enogastronomici ma anche di rilevanza culturale. Al secondo posto i prezzi troppo alti degli esercizi ricettivi e dei parcheggi. Molte indicazioni hanno portato ad evidenziare insoddisfazione per la collocazione dei punti informazione o per gli orari inadeguati di tali uffici. Per le restanti voci si veda la successiva Tabella 6.

**Tabella 6:** Motivi di insoddisfazione dei turisti, secondo il parere degli esercenti

Motivi insoddisfazione	Val. %
Mancanza di eventi	23,1%
Prezzi alti	15,4%
Parcheggi	10,3%
Punto informazioni inadeguato	10,3%
Mezzi di trasporto carenti	6,4%
Orari negozi	6,4%
Viabilità/segnaletica	6,4%
Mancanza strutture alberghiere/negozi	5,1%
Poca manutenzione urbanistica	5,1%
Poca manutenzione dei musei	3,8%
Altro	7,7%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Nella Tabella 7 possiamo vedere quali sono gli elementi di soddisfazione dei turisti che giungono nella località. Tra i principali, senza dubbio il paesaggio (37,5%) ed il patrimonio artistico culturale (13,6%); importante anche l'enogastronomia (11,4%).

**Tabella 7:** Motivi di soddisfazione dei turisti, secondo il parere degli esercenti

Motivi soddisfazione	Val. %
Paesaggio	37,5%
Patrimonio artistico culturale	13,6%
Enogastronomia	11,4%

<b>Cordialità abitanti</b>	9,1%
<b>Tranquillità</b>	9,1%
<b>Posizione centrale</b>	6,9%
<b>Buone strutture ricettive/commerciali</b>	5,6%
<b>Altro</b>	6,8%
<b>Totale</b>	100%

Gli interventi richiesti agli enti locali e alla Regione per la propria categoria evidenziano come gli esercenti vorrebbero una valorizzazione delle diverse categorie. Chiedono anche meno vincoli burocratici che permettano un'azione più libera per lo svolgimento delle loro attività. Richiesto anche un maggior sostegno finanziario all'artigianato locale e l'allestimento di mostre e fiere che permettano una più ampia visibilità di fronte al turista stesso.

**Tabella 8:** *Interventi richiesti agli enti locali e alla Regione*

<b>Interventi per la categoria</b>	<b>Val. %</b>
<b>Maggiore promozione</b>	30,4%
<b>Meno vincoli burocratici</b>	21,7%
<b>Maggior sostegno all'artigianato locale</b>	17,4%
<b>Allestimento mostre/fiere</b>	13,1%
<b>Finanziamenti per pagamento tasse</b>	8,7%
<b>Altro</b>	8,7%
<b>Totale</b>	100%

Per la località gli interventi richiesti rispecchiano la volontà degli esercenti di migliorare l'immagine del Circondario, tentando di limitare gli elementi di insoddisfazione dei turisti prima elencati. Una maggiore promozione della località porterebbe infatti una più alta affluenza di turisti e maggiori eventi culturali farebbero dell'area stessa una zona più attraente. Insieme alla promozione importante anche il miglioramento stesso dei servizi dell'area, non solo a favore dei turisti, ma anche per i residenti. Molto richiesta, infatti, la diminuzione dei parcheggi a pagamento ed una migliore manutenzione dei centri storici e dei servizi pubblici, quali trasporti e bagni pubblici.

**Tabella 9:** *Interventi richiesti agli enti locali e alla Regione per la località*

<b>Interventi per la località</b>	<b>Val. %</b>
<b>Maggiore promozione</b>	22,2%
<b>Maggiori eventi culturali</b>	16,7%
<b>Meno parcheggi a pagamento</b>	13%
<b>Migliore manutenzione dei centri storici</b>	9,3%
<b>Migliorare servizi pubblici</b>	9,2%
<b>Orario continuato dei negozi</b>	7,4%
<b>Migliorare la viabilità</b>	7,4%
<b>Manutenzione edifici/parchi</b>	5,5%
<b>Migliorare orari musei</b>	3,7%
<b>Altro</b>	5,6%
<b>Totale</b>	100%



## CAPITOLO 5

### LA SPESA DEI TURISTI NEL CIRCONDARIO EMPOLESE VALDELSA

Valutare l'importanza del fenomeno turistico all'interno del Circondario Empolese Valdelsa non è un compito di facile soluzione. Le indicazioni fino ad ora raccolte con la nostra indagine campionaria hanno permesso di dare una descrizione dei comportamenti dei turisti quando si trovano in visita nell'area. Seppur interessanti, le informazioni di natura qualitativa del turista, non permettono di valutare la reale importanza che le attività turistiche hanno per l'area. Tali attività non rappresentano un settore economico in senso proprio, ma piuttosto un coacervo di tutte quelle attività che direttamente o indirettamente soddisfano la domanda di beni e servizi espressi dai turisti, dunque l'unico modo per poterne valutare l'importanza sul tessuto economico locale è quello di realizzare stime attendibili della spesa turistica che si rivolge al territorio e verificare in che misura essa si trasformi in valore aggiunto a scala locale. Per cercare di comprendere in quale misura il turismo influisca sull'economia del Circondario è stata effettuata un'analisi dei comportamenti di spesa dei turisti del nostro campione; attraverso il campione, si è poi cercato di stimare la spesa dei turisti, riportando all'universo i risultati ottenuti dall'indagine.

I dati raccolti riguardano tutto l'insieme di spese effettuate dai turisti nel corso del loro soggiorno, da quelle più tipicamente turistiche per l'alloggio, i ristoranti, i musei e le guide turistiche, alle spese per i trasporti ed i parcheggi, fino a quelle spese più vicine ai consumi dei soggetti residenti, quali spese per generi alimentari o giornali e libri.

Rispetto ai precedenti capitoli, nei quali l'analisi si è concentrata su una dettagliata lettura dei dati campionari, nei prossimi paragrafi limiteremo l'analisi ad una prospettiva più rigorosamente quantitativa, occupandoci solo della spesa e delle variabili ad essa collegate, opportunamente riportate all'universo.

I dati e le analisi che proponiamo in questa sede possono essere lette come vere e proprie stime della spesa turistica; le informazioni ottenute tramite le interviste, dopo opportune verifiche di congruità, sono state infatti opportunamente pesate, sulla base del disegno di stratificazione campionaria seguito, per correttamente rappresentare i comportamenti dell'universo dei turisti del circondario.

Il punto di partenza per l'analisi della spesa è quello delle presenze ufficiali, cioè dei dati raccolti nelle strutture ricettive. Dopo aver effettuato una media degli anni dal 2000 al 2004 delle presenze per i comuni del Circondario, è stato calcolato il tasso di campionamento sulla base di tali presenze medie e del numero di questionari effettuati per ogni comune, ogni risposta data dal campione intervistato è stata poi moltiplicata per tale tasso (per i dati specifici si guardi l'appendice statistica). In tale modo si cerca di dare al dato campionario una certa rappresentatività per il totale delle presenze turistiche che in media sono state rilevate nel Circondario.

#### 5.1 La spesa pro-capite dei turisti

Il contributo in termini di spesa dei turisti, per le diverse tipologie di alloggio<sup>2</sup>, risulta sensibilmente diverso come possiamo vedere dalla Tabella 1. Vi sono differenze ragguardevoli per gli alberghi tra l'estate e l'autunno, (ricordiamo che la tipologia di alberghi scelta è risultata essere 3 e 4 stelle) e per la spesa in esercizi extralberghieri. Per questi la leggera differenza può essere dovuta anche alla presenza di alcuni campeggi nell'area, che in autunno hanno una minore domanda. Differenze si hanno per la stima di spesa pro-capite ottenuta per il settore alberghiero ed extralberghiero: la spesa dei turisti per gli alberghi risulta superiore a quella per strutture extralberghiere, la spesa per appartamenti e case è ancora più bassa delle precedenti.

Tabella 1: Spesa per le diverse tipologie di alloggio

	Alberghiero	Extralberghiero	Appartamenti/case
Spesa estate	60,5	45,7	37,8
Spesa autunno	53,7	42,1	33,4

<sup>2</sup> La domanda è stata posta solamente ai turisti che alloggiano nel Circondario ed i relativi tassi di campionamento sono stati ricalcolati sulla base del numero di turisti per comune

Un elemento di particolare interesse relativo alla spesa turistica riguarda la sua articolazione per tipologia di beni e servizi acquistati. Per questo motivo abbiamo posto particolare attenzione alle varie tipologie di spesa sostenute dal turista, e dunque abbiamo rilevato ed analizzato in modo più preciso i comportamenti di spesa ed effettuato una distinzione per le spese effettuate in estate ed in autunno. Tali spese sono state suddivise in varie voci (Tabella 2):

- ristorazione, la quale comprende spese per ristoranti, pizzerie, trattorie e bar;
- generi alimentari;
- trasporti, che comprende i trasporti pubblici ed i parcheggi;
- servizi turistici, composti da musei e guide turistiche;
- intrattenimento, comprende intrattenimento e sport;
- commercio, composto da abbigliamento, giornali e libri;
- artigianato.

**Tabella 2:** Spesa per le diverse tipologie di beni e servizi acquistati

	Ristorazione	Generi alimentari	Trasporti	Servizi turistici	Intrattenimento	Commercio	Artigianato
<b>Spesa estate</b>	<b>20,6</b>	<b>9,8</b>	<b>7,6</b>	<b>8,2</b>	<b>4,3</b>	<b>11,4</b>	<b>10,1</b>
<b>Spesa autunno</b>	<b>25,9</b>	<b>9,1</b>	<b>9,2</b>	<b>12</b>	<b>2,7</b>	<b>12,5</b>	<b>7,8</b>

La spesa dei turisti per la ristorazione aumenta in autunno, così come aumenta la spesa per i trasporti e per i servizi turistici, ciò è probabilmente dovuto alla stagione che porta i turisti a cercare luoghi riparati dove mangiare, usufruire dei mezzi di trasporto piuttosto che andare a piedi, ed effettuare più visite dei musei. Aumenta anche la spesa per i beni della rete commerciale e diminuisce la spesa per i generi alimentari, per l'intrattenimento e per l'artigianato.

La successiva analisi ci permette di valutare quale sia la diversa spesa totale dei turisti che alloggiano in strutture alberghiere, extralberghiere, oppure in appartamenti/case in estate o in autunno (Tabella 3). È probabile che le singole spese per alcune tipologie di beni o servizi acquisiti dai turisti varino con la tipologia di alloggio e con il trattamento scelto (per esempio nel caso in cui il turista abbia scelto la mezza pensione, oppure abbia un luogo nel quale cucinare, le spese per ristorazione potrebbero essere minori). Nel nostro caso la numerosità campionaria di cui disponiamo non ci ha permesso di approfondire ulteriormente la variazione delle tipologie di spesa sotto elencate per poter dimostrare una qualche relazione di interesse, dunque abbiamo considerato solo la variazione di spesa dell'alloggio. I valori di spesa per i singoli beni, che sono già stati sopra menzionati, rappresentano una spesa media dei turisti del campione, riportata all'universo. Dall'analisi possiamo notare che la spesa totale per coloro che risiedono in esercizi extralberghieri è inferiore rispetto alla spesa di coloro che risiedono in alberghi, sia in estate che in autunno.

**Tabella 3:** Spesa totale per le diverse tipologie di beni e alloggio

		Alloggio	Ristorazione	Generi alimentari	Trasporti	Servizi turistici	Intrattenimento	Commercio	Artigianato	Totale
<b>Spesa estate</b>	<b>Alberghiero</b>	<b>60,5</b>	<b>20,6</b>	<b>9,8</b>	<b>7,6</b>	<b>8,2</b>	<b>4,3</b>	<b>11,4</b>	<b>10,1</b>	<b>132,5</b>
	<b>Extralberghiero</b>	<b>45,7</b>								<b>117,7</b>
<b>Spesa autunno</b>	<b>Alberghiero</b>	<b>53,7</b>	<b>25,9</b>	<b>9,1</b>	<b>9,2</b>	<b>12</b>	<b>2,7</b>	<b>12,5</b>	<b>7,8</b>	<b>132,9</b>
	<b>Extralberghiero</b>	<b>42,1</b>								<b>121,3</b>

<b>Spesa pro-capite media</b>	<b>Alberghiero</b>	<b>57,1</b>	<b>22,7</b>	<b>9,5</b>	<b>8,2</b>	<b>9,3</b>	<b>3,6</b>	<b>11,9</b>	<b>9,2</b>	<b>131,5</b>
	<b>Extralberghiero</b>	<b>43,9</b>	<b>22,7</b>	<b>9,5</b>	<b>8,2</b>	<b>9,3</b>	<b>3,6</b>	<b>11,9</b>	<b>9,2</b>	<b>118,3</b>

Nella seguente tabella 4 abbiamo calcolato, per i turisti che alloggiano in appartamenti/case, la spesa totale in estate ed in autunno e la spesa media pro-capite, così da poterla confrontare con la spesa media pro capite della tabella 3.

**Tabella 4:** Spesa totale per le diverse tipologie di beni e per appartamenti/case

	Appartamenti/ case	Ristorazione	Generi alimentari	Trasporti	Servizi turistici	Intrattenimento	Commercio	Artigianato	Totale
<b>Spesa estate</b>	<b>37,8</b>	<b>20,6</b>	<b>9,8</b>	<b>7,6</b>	<b>8,2</b>	<b>4,3</b>	<b>11,4</b>	<b>10,1</b>	<b>109,8</b>
<b>Spesa autunno</b>	<b>33,4</b>	<b>25,9</b>	<b>9,1</b>	<b>9,2</b>	<b>12</b>	<b>2,7</b>	<b>12,5</b>	<b>7,8</b>	<b>112,6</b>
<b>Spesa pro-capite media</b>	<b>35,6</b>	<b>23,3</b>	<b>9,5</b>	<b>8,4</b>	<b>10,1</b>	<b>3,5</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>111,2</b>

La spesa media pro-capite per i turisti che alloggiano nelle diverse tipologie di strutture mostra una spesa media inferiore per coloro che alloggiano in appartamenti/case, rispetto a chi alloggia nelle strutture extralberghiere o alberghiere.

## 5.2 La spesa complessiva dei turisti

Possiamo avere una valutazione complessiva della spesa dei turisti nell'area moltiplicando la spesa media pro-capite dei turisti per le presenze rilevate nel 2003 nelle varie strutture ricettive ufficiali e per la stima effettuata delle presenze nelle seconde case (Tabella 5).

**Tabella 5:** Spesa complessiva nelle varie strutture e totale

	Alberghiero	Extra alberghiero	Tot. presenze ufficiali	Seconde case*	Totale complessivo
<b>Presenze</b>	<b>117.930</b>	<b>492.032</b>	<b>609.962</b>	<b>935.495</b>	<b>1.545.457</b>
<b>Spesa complessiva</b>	<b>15.507.795</b>	<b>58.207.386</b>	<b>73.715.181</b>	<b>104.027.044</b>	<b>177.742.225</b>

\* elaborazione per l'anno 2003 su stime effettuate nell'ambito dello studio realizzato dal Cst: "Indotto economico del settore turistico in provincia di Firenze"-anno 2001

Il turismo come possiamo vedere riveste un ruolo molto importante per l'economia del Circondario, infatti, seppure basata su stime, la spesa complessiva che abbiamo ottenuto, risulta di notevole entità.



APPENDICE

OSSERVATORIO TURISTICO CIRCONDARIO EMPOLESE-VALDELSA

Luogo Intervista \_\_\_\_\_ Data intervista \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_ Rilevatore \_\_\_\_\_

I – PROFILO DELL'INTERVISTATO

1. Provenienza:  Italia - Provincia \_\_\_\_\_  Estero - Paese \_\_\_\_\_

2. Sesso: F  M  4. Titolo di studio:
1. Nessun titolo  4. Diploma scuola media superiore   
3. Et : \_\_\_\_\_ 2. Licenza elementare  5. Laurea/diploma universitario   
3. Licenza media inferiore  6. Specializzazione post – laurea

5. Professione (attività principale): \_\_\_\_\_

II – LA VACANZA

6. Luogo di pernottamento \_\_\_\_\_ (Se pernotta in una località fuori dall'area, rispondere solo alle domande contrassegnate da ►►)

7. Nel luogo da Lei prescelto per il pernottamento trascorrer :

1. Tutta la vacanza  2. Solo una parte della vacanza

8. Quanto durer  nel complesso la sua vacanza? a.  1-3 gg b.  3-7 gg c.  8-14 gg d.  oltre 14 gg

►► 9. Come   venuto a conoscenza della localit ?: (Quella del pernottamento o quella della visita)

1. Agenzia di viaggio  6. Amici/parenti   
2. Riviste/giornali  7. Televisione/Radio   
3. Guide turistiche  8. Tramite internet   
4. Brochure / depliant  9. Precedenti visite   
5. Promozione (Enit, Regione, Apt, ecc...)  10. Altro (spec. \_\_\_\_\_)

►► 10. Quante volte   gi  stato in questa localit  (o in Provincia di Siena) negli ultimi 5 anni?

- a.  mai b.  1 volta c.  2 – 3 volte d.  molte altre volte

►► 11. Con chi   in vacanza?

1. Solo/a  4. Amici (n.....)   
2. In coppia  5. Gruppo organizzato (n.....)   
3. Famiglia – Parenti (n.....)  6. Altro (spec. \_\_\_\_\_)

12. Quando ha deciso di venire a trascorrere la vacanza in questa localit ? \_\_\_\_\_

13. In quale mese ha prenotato la sua vacanza in questa localit ? \_\_\_\_\_

14. Come ha prenotato l'alloggio?

1. Direttamente per telefono/fax  4. Tramite agenzia di viaggio   
2. Direttamente "sul posto"  5. Tramite Internet   
3. Tramite associazione, parrocchia, circolo,...  6. Altro (spec. \_\_\_\_\_)





Sport (corsi, noleggio impianti, ecc)	zero	fino a 10	10-20	20-30	30-40	40-50	oltre 50
Altro (spec. _____)		€ _____					

**24. Le posso fare alcune domande su come ha trascorso la Sua giornata di ieri?**

1. Dove ha consumato la colazione ? \_\_\_\_\_ (non domandare in caso di pensione completa)
2. Cosa ha fatto nella mattinata ? \_\_\_\_\_
3. Dove ha consumato il pranzo ? \_\_\_\_\_ (non domandare in caso di pensione completa)
4. Cosa ha fatto nel pomeriggio ? \_\_\_\_\_
5. Dove ha consumato la cena ? \_\_\_\_\_ (non domandare in caso di pensione completa)
6. Cosa ha fatto nel dopo cena ? \_\_\_\_\_

**►► 25. Grado di soddisfazione dell'offerta turistica**

SERVIZIO	1 Ottimo	2 Buono	3 Suff.	4 Insuff.	5 Molto carente	6 Non so
Strutture ricettive nel complesso	<input type="checkbox"/>					
rapporto qualità/prezzo	<input type="checkbox"/>					
Ristorazione nel complesso	<input type="checkbox"/>					
rapporto qualità/prezzo	<input type="checkbox"/>					
Esercizi commerciali nel complesso	<input type="checkbox"/>					
rapporto qualità/prezzo	<input type="checkbox"/>					
Trasporto pubblico	<input type="checkbox"/>					
Taxi	<input type="checkbox"/>					
Parcheggi	<input type="checkbox"/>					
Viabilità e Segnaletica	<input type="checkbox"/>					
Uffici informazione e accoglienza turisti	<input type="checkbox"/>					
Conoscenza lingue straniere degli operatori	<input type="checkbox"/>					
Informazione pubblicizzazione di eventi, ecc.	<input type="checkbox"/>					
Tempi di attesa, code ai musei, mostre, ecc.	<input type="checkbox"/>					
Guide turistiche	<input type="checkbox"/>					
Sicurezza della località	<input type="checkbox"/>					
Inquinamento acustico/atmosferico	<input type="checkbox"/>					
Cura e pulizia della località	<input type="checkbox"/>					
Cura dell'ambiente naturale	<input type="checkbox"/>					
Strutture adeguate a persone con handicap	<input type="checkbox"/>					
Strutture per bambini	<input type="checkbox"/>					
Eventi culturali/spettacoli/intrattenimenti	<input type="checkbox"/>					
Impianti sportivi	<input type="checkbox"/>					
Toilettes pubbliche	<input type="checkbox"/>					
Cordialità abitanti	<input type="checkbox"/>					





Residenti	_____%	_____%	_____%
Totale	100%	100%	100%

**8. Quanti sono gli ADDETTI occupati presso il suo esercizio commerciale :**

N° di addetti in alta stagione \_\_\_\_\_ di cui residenti nel Circondario \_\_\_\_\_  
 N° di addetti in bassa stagione \_\_\_\_\_ di cui residenti nel Circondario \_\_\_\_\_

**9. Quali lingue straniere conosce il personale del Vostro esercizio?**

- 1. Inglese       2. Francese       3. Tedesco
- 4. Spagnolo       5. Altro (spec. \_\_\_\_\_)

**10. Per quali MANSIONI ha maggiori difficoltà nel reperire il personale?**

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_

**11. Per quali competenze/professionalità sarebbe auspicabile attivare CORSI DI FORMAZIONE?**

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_

**12. Vi avvalete di ditte esterne per alcuni servizi? (amministrazione, pulizie, trasporti, ecc.)**

- 1. Sì, regolarmente       Se Sì, specificare per quali servizi? \_\_\_\_\_
- 2. Sì, saltuariamente       3. No

**13. Il Vostro esercizio commerciale realizza attività di comunicazione e pubblicità?**

- 1. Sì, in modo abituale       2. Sì, saltuariamente       3. No

**14. Che tipo di attività di comunicazione e pubblicità realizza?**

- 1. Cartelloni pubblicitari       2. Volantinaggio       3. Via radio
- 4. Messaggi promozionali TV       5. Via internet       6. Sponsor di eventi
- 7. Altro (specif. \_\_\_\_\_)

**C - LA CLIENTELA**

**15. Indicare la percentuale di clienti:**

Italiani	_____%
Stranieri	_____%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>



**16. A Suo avviso, i clienti si rivolgono al Suo esercizio commerciale perché trovano:  
( indicare massimo 3 risposte):**

- |  |                          |                                |                          |
|--|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 1. Cordialità                          | <input type="checkbox"/> | 6. Ampia scelta                | <input type="checkbox"/> |
| 2. Fiducia verso il titolare/personale | <input type="checkbox"/> | 7. Conoscenza lingue straniere | <input type="checkbox"/> |
| 3. Chi li sa consigliare               | <input type="checkbox"/> | 8. Ubicazione                  | <input type="checkbox"/> |
| 4. Qualità del prodotto/servizio       | <input type="checkbox"/> | 9. Altro (spec. _____)         | <input type="checkbox"/> |
| 5. Convenienza                         | <input type="checkbox"/> |                                |                          |

**17. A suo avviso quali sono i principali elementi di INSODDISFAZIONE e di SODDISFAZIONE dei turisti che fanno vacanza nella località?**

INSODDISFAZIONE

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

SODDISFAZIONE

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

**D - UN SUO PARERE**

**18. Che tipo di INTERVENTO/SOSTEGNO chiederebbe agli Enti locali e alla Regione per:**

la Vostra CATEGORIA

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

la Vostra LOCALITA'

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_



