

IL TURISMO A FIRENZE, UN ROSPO DA BACIARE. INDAGINE ATTRAVERSO LA PERCEZIONE DEL RESIDENTE

Roberto Gambassi, Giovanni Iozzi

1. Metodologia

Sono i 370.271 abitanti di Firenze i soggetti da cui prende le mosse l'indagine campionaria. L'obiettivo è quello di estendere i dati emersi da un campione di cittadini – fare inferenza – proprio alla intera cittadinanza con un errore minimo consentito dall'adozione di una strategia corretta campionaria. Il campionamento scelto è quello stratificato, in base alla distribuzione delle popolazione per età, sesso e quartiere di residenza; il criterio di assegnazione quello "proporzionale". La numerosità campionaria emersa dal software di campionamento è pari a 419. Un campione così costruito assicura elevata significatività statistica dei risultati con probabilità di errore molto bassa: alle stime si associano errori dell'ordine massimo del 2-3%.

Tab.1 Il campione di riferimento

| Intervistati Età (in classi)/ Sesso | Quartiere di residenza | | | | | Totale |
|---|------------------------|----------------|-------------------|------------------|---------|--------|
| | Centro storico | Campo di Marte | Gavinana Galluzzo | Isolotto Legnaia | Rifredi | |
| fino a 19 anni | 5 | 7 | 4 | 5 | 9 | 30 |
| 20-34 anni | 8 | 8 | 4 | 7 | 11 | 38 |
| 35-49 anni | 10 | 11 | 5 | 8 | 13 | 47 |
| 50-64 anni | 7 | 9 | 4 | 7 | 12 | 39 |
| 65-79 anni | 5 | 8 | 4 | 6 | 8 | 31 |
| 80 anni e oltre | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 11 |
| Totale Maschi | 37 | 46 | 22 | 35 | 56 | 196 |
| fino a 19 anni | 5 | 7 | 3 | 4 | 8 | 27 |
| 20-34 anni | 8 | 8 | 3 | 7 | 10 | 36 |
| 35-49 anni | 10 | 11 | 6 | 9 | 14 | 50 |
| 50-64 anni | 9 | 10 | 5 | 8 | 13 | 45 |
| 65-79 anni | 10 | 8 | 6 | 8 | 12 | 44 |
| 80 anni e oltre | 4 | 6 | 2 | 3 | 6 | 21 |
| Totale Femmine | 46 | 50 | 25 | 39 | 63 | 223 |

Tab.2 Le caratteristiche del turismo a Firenze nel 2003

| | | |
|--|-----------|--------------------------------------|
| Abitanti | 370.271 | |
| Musei | 72 | |
| Strutture ricettive | 799 | |
| Alberghi | | n. 374 x 28.700 p. letto (76,7 p.l.) |
| Agriturismi | | n. 15 |
| Campeggi | | n. 3 |
| residences (cav, residenze ecc...) | | n. 51 |
| altra ricettività (b & b, affittacamere ecc..) | | n. 356 |
| Molti appartamenti in affitto ad uso turistico o simile non rilevati | | Almeno 1000 |
| Ristoranti | 330 | |
| Negozi (tipici e/o dimore storiche) del Centro | 920 | |
| Visite nei musei | 8,0 | ml (milioni) |
| Pernottamenti di turisti | 6,1 | circa il 2% del totale nazionale |
| Arrivi | 2,4 | ml |
| Permanenza media | 2,6 | giorni |
| Presenze nella provincia | 9,0 | ml |
| Giornalieri (turisti e visitatori per altre motivazioni) | 32,1 | ml (almeno) |
| Università o istituti stranieri | 31 | |
| americane | | 25 |
| tedesca | | 2 |
| francese | | 1 |
| olandese | | 1 |
| inglesi | | 1 |
| europee | | 1 |
| Scuole di moda fra cui Polimoda (Scuola di fama internazionale) | 11 | |
| Valore aggiunto diretto del turismo | 12,4% | del Reddito |
| Fatturato turistico del comparto allargato sul Pil | circa 20% | |
| Fatturato in valori assoluti | 2,2 | ML di Euro |
| Unità di lavoro attivate | 43.200 | quasi il 25% della popolaz. attiva |
| Arrivi giornalieri nel Comune | 170.000 | |
| Mese con max di presenze | | settembre |
| Mese con min presenze | | novembre o febbraio |
| Provincia di Firenze, al decimo posto per l'export in Italia | 25% circa | della produzione |
| Il reddito pro capite è superiore a quello nazionale e regionale | | |
| Negozi storici | 280 | |
| Sale congressuali presso istituzioni, università ed alberghi | 315 | |
| Mercati tradizionali e etnici | 5 | |

2. La città che cambia

I grandi cambiamenti che stanno ammodernando la struttura e le funzioni della città conservando le sue tradizioni sono:

1. La ristrutturazione del Centro espositivo, delle manifestazioni e congressuale della Fortezza da Basso, attaccata alla Stazione centrale di Firenze, anche con l'apertura di una nuova grande sala sotterranea;
2. Il miglioramento e l'ampliamento dell'aeroporto, che, in Europa, è uno dei più vicini al

centro storico della città;

3. La realizzazione della stazione ferroviaria dell'Alta velocità, con relativo sottopasso, per le lunghe provenienze;
4. La ristrutturazione ed ammodernamento di Piazza Santa Maria Novella;
5. La realizzazione, in base ad un accordo fra Comune e Ministero dei beni culturali, dei Nuovi Uffici, che ridefinisce i percorsi e amplia considerevolmente la superficie espositiva dell'intero complesso architettonico progettato da Giorgio Vasari (1511-1574),
6. Il recupero e la valorizzazione, anche ad uso residenziale, dell'ex carcere delle Murate;
7. La realizzazione del nuovo stadio di atletica;
8. La realizzazione, in collaborazione con gli comuni, di un grande progetto che riguarda la valorizzazione delle sponde dell'Arno, con il recupero della navigabilità per realizzare alcuni percorsi anche sulle sponde (trekking a piedi, piste ciclabili);
9. Il recupero di Forte Belvedere, un vecchio fortino su una collina raggiungibile in pochi minuti a piedi dal centro storico di Firenze, da cui si gode un panorama splendido della città;
10. La realizzazione di un progetto per valorizzare l'Oltrarno ed in particolare le sue botteghe artigiane. L'Oltrarno, cioè la parte che sta al di là del fiume, ove si trova anche Palazzo Pitti. E' questa la parte della città più autentica, ove sono state conservate le maggiori tradizioni cittadine. E' previsto il recupero dei complessi delle Leopoldine, del Conventino e di San Gaggio;
11. La ristrutturazione delle zone periferiche di San Bartolo a Cintoia e quella delle Piagge;
12. Il trasferimento di alcune funzioni (Alcune Università, Uffici giudiziari, ...) dal Centro storico alla periferia della città, nell'Area ex Fiat, vicina all'accesso autostradale di Firenze Nord;
13. L'ammodernamento e ridefinizione del ruolo di tre piazze storiche (Ex Longinotti, Vittorio Veneto, Alberti)
14. La realizzazione della tramvia, come metropolitana a cielo aperto in alternativa alla costruzione di una vera e propria metropolitana;
15. L'apertura di un nuovo centro espositivo destinato all'Arte contemporanea nell'Area dell'ex Meccanotessile;
16. La realizzazione di nuovi esercizi alberghieri di qualità (quattro e cinque stelle), che deve essere necessariamente contenuta (è stato fatto un piano di settore che lega l'apertura al rispetto di certi parametri). Una ventina di gruppi alberghieri sarebbero interessati ad attivare o rilevare nuove strutture in città.

A questi progetti di grande respiro che ridefiniranno le funzioni ed innoveranno l'immagine attuale della città si associano i diciotto progetti previsti nel Piano strategico (collaborazione fra pubblico e privato a livello di Area Metropolitana).

Per la realizzazione del Piano strategico è stata realizzata fra le istituzioni locali (Comuni, Camera di commercio, Provincia, Regione, Associazioni carie di categoria) l'Associazione Firenze 2010, che si pone, appunto, di focalizzare alcuni interventi in funzione di tale scadenza.

Prospetto 1 | 18 Progetti del piano strategico

| | |
|-----|---|
| 1. | Rete dei musei - museo della città |
| 2. | Città di Galileo |
| 3. | Turismo consapevole (obiettivo 3, Asse A) |
| 4. | Città del Restauro |
| 5. | E-government |
| 6. | Made in Florence - Nuove reti - Firenze Internazionale |
| 7. | Sistema Moda |
| 8. | Mobilità Metropolitana |
| 9. | Rifornimenti intelligenti |
| 10. | Una casa per tutti |
| 11. | L'Arno e la rete dei parchi metropolitani |
| 12. | Progettare insieme |
| 13. | Villaggio multietnico |
| 14. | Polo scientifico e tecnologico di Sesto Fiorentino |
| 15. | Nuovo centro Civico di Scandicci |
| 16. | Pontassieve, riqualificazione dell'area ferroviaria |
| 17. | Firenze Metropoli - Urban center - Polo multifunzionale di Novoli |
| 18. | Sanità metropolitana - Società della salute |

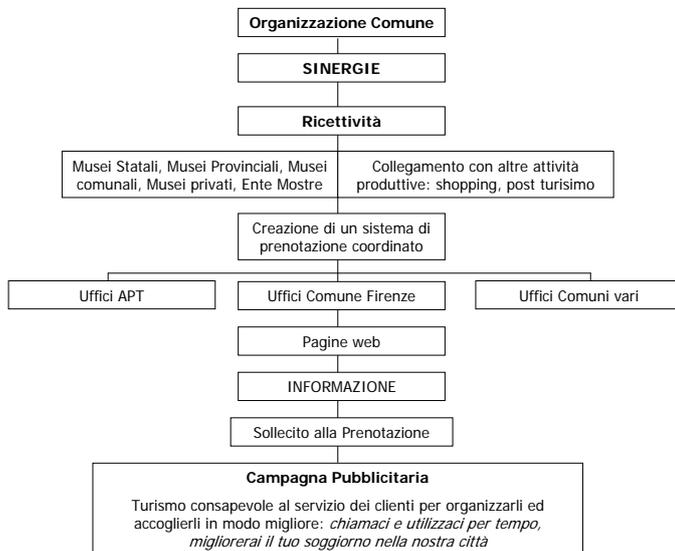
Nell'ambito della scheda sul Turismo consapevole sono state considerate 32 iniziative [in fase di avvio (8) , in corso (12), realizzate (12)]. Fra quelle realizzate si ricordano il Piano di settore, una serie di depliant mirata ad agevolare un più consapevole soggiorno al turista in città, individuando alcuni target quali i disabili, i frequentatori di congressi, Firenze fra arte e fede, in collaborazione con la Curia, itinerari dell'Oltarno, ec....Altri depliant sono destinati a favorire la fruizione dei servizi per il turista in città, dai servizi igienici alla ristorazione ecc....

L'attivazione del FORUM delle città d'arte (network fra Firenze, Roma, Venezia, Napoli, Torino, Milano, Genova, Palermo) è in fase di partenza anche perché in collaborazione con l'ANCI.

Fra le iniziative di grande rilievo in via di realizzazione si ritengono:

- la attivazione di un Centro di coordinamento degli uffici informazione esistenti e quelli che saranno aperti in futuro, per orientare i diversi tipi di turisti che intendono visitare Firenze ed in particolare per rendere più autentico e valorizzare il cosiddetto turismo di massa. In tal senso è stato recentemente aperto l'Infopoint presso i locali di Pitti Center (ex Capitol);
- la attivazione di un Ufficio centrale per la programmazione, la promozione e la commercializzazione degli eventi composto dai tecnici degli enti interessati (Firenze Expo, Firenze Mostre, Palazzo Medici Riccardi, Musei Comunali, musei statali, altri spazi espositivi nei comuni dell'Area....)

Prospetto 2 Turismo consapevole



Prospetto 3 La percezione del turismo



3. La dimensione economica e demografica del Comune

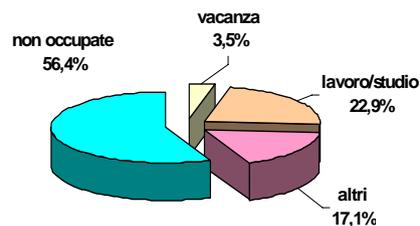
Nel 2001, sono stati censiti 356.118 abitanti; in realtà l'aggiornamento dell'Anagrafe indica in 371.294 i cittadini registrati nel 2002, scesi a 370.271 alla fine del 2003. Il peso di Firenze nell'Area Urbana Fiorentina e sulla provincia intera risulta pari al 61,7% e 37,7% rispettivamente.

Su dati ANCITEL relativi al 1999, si concentrano 7.121 milioni di Euro di reddito disponibile netto totale annuo con quote di incidenza sui territori citati che salgono al 66,9% e 45,2%.

In termini di abitante, con 19.996 Euro di reddito disponibile netto annuo, Firenze è il 2° comune della Toscana dopo Abetone che con oltre 20.730 Euro raggiunge il primo posto regionale e 30° in ambito nazionale. Firenze si piazza al 46° posto sugli 8.100 comuni italiani. Tra i grandi comuni capoluogo di provincia solo Bologna (18°) e Milano (22°) sono davanti nelle classifica. Si stima una attivazione di valore aggiunto per 12,55 miliardi di Euro annui, pari a 35.250 Euro per abitante, un dato del 9% superiore alla media dell'Area Urbana Fiorentina.

Si localizzano 5.725 contribuenti con oltre 150 milioni di lire di contribuzione al Fisco per un ammontare di imponibile totale di 710 milioni di Euro, valori pari al 59,2% del totale provinciale, quota del 60% superiore quella della popolazione residente. Si esprimono depositi e impieghi bancari per 6,6 e 21,6 miliardi di Euro, quote pari al 57% e al 72,5% dell'intera provincia, tali da evidenziare una vocazione di Firenze quasi doppia rispetto all'intero territorio.

Graf.1



Si realizza una ricchezza immobiliare pari a 21 miliardi di Euro con una quota di incidenza sulla provincia che raggiunge il 51%, 1valore del 35% superiore al peso demografico.

Sono 158.135 le abitazioni utilizzate per residenza, a cui si aggiungono ulteriori 34.500 abitazioni destinate ad altri usi. Tra queste risalta la quota di circa un quarto a carico delle motivazioni di lavoro e studio ma soprattutto la bassa quota destinata al turismo (3,5%). E' "molto" plausibile che anche tra le "Non utilizzate" (una quota superiore alla metà delle esistenti) si celi un uso turistico dell'abitazione.

3.1 Il posizionamento di Firenze nel turismo italiano

Nel 2001 a Firenze si sono registrate quasi 7 milioni di presenze tali da collocare il comune al 4° posto tra gli 8.100 comuni italiani dopo Roma, Venezia e Rimini; le 5,4 milioni di presenze nelle strutture alberghiere consegnano a Firenze un collocamento in 5° posizione superata da Milano. Le ulteriori 1,5 milioni di presenze extralberghiere integrano l'offerta ricettiva costituita in 7.500 posti letti (42° posto in Italia);

Negli alberghi sono invece disponibili ben 25.700 posti letto, 6° comune a massima ricettività in Italia; si evidenzia una utilizzazione media per posto letto di 212 giorni annui, dati inferiore solo al valore di Roma (255) e Venezia (244);

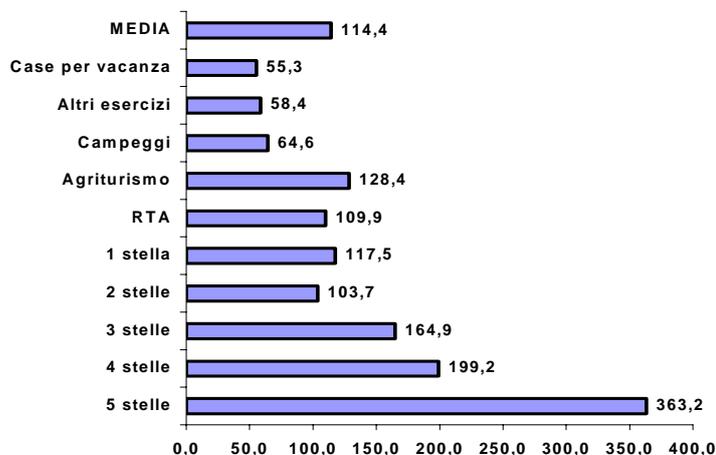
La crisi 2002 e 2003 sembra però aver colpito in misura maggiore Firenze rispetto alle altre città. Viene scavalcata da Milano nella classifica nazionale complessiva;

L'Istat stima quasi 167mila presenze nelle 1.864 abitazioni non utilizzate per vacanza; il dato Istat si ferma alla sola analisi delle abitazioni per turismo (3,5% del parco totale della abitazioni non utilizzate); la reale maggiore disponibilità, relativa alle case non utilizzate "senza motivo", e la naturale definizione di "turista" anche di una quota evidente delle motivazioni "affari e studio" induce ad una stima complessiva comunque ad uso turistico: 8,8 milioni di presenze totali.

4. La rilevanza economica e sociale del turismo

4.1 La spesa turistica

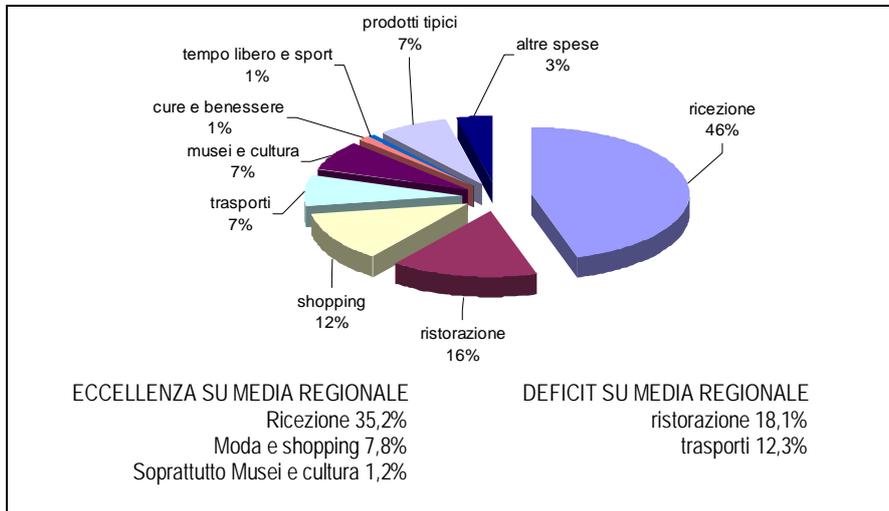
Graf.2 Spesa media Giornaliera per tipologia ricettiva



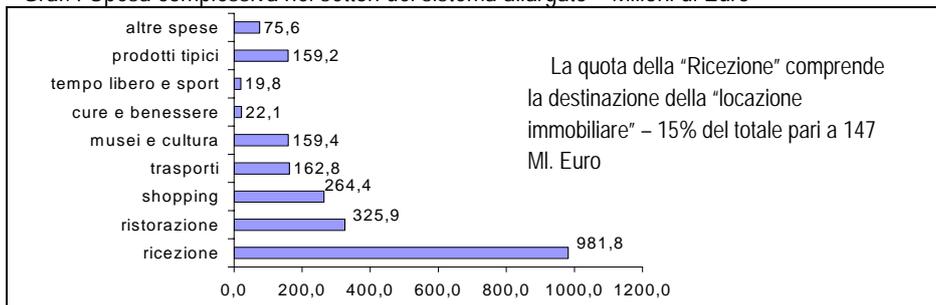
La spesa giornaliera più rilevante è quella per lo shopping e per gli affari (intorno a 185 Euro); quella più bassa per lo studio (35 Euro). Considerando le nazionalità, gli australiani

spendono di più (250 Euro) di tedeschi (155 Euro) e statunitensi (145 Euro). Relativamente ridotta appare la spesa media dei giapponesi (95 Euro), in gran parte di turismo organizzato in gruppo.

Graf.3 Distribuzione della Spesa per settore di attività economica



Graf.4 Spesa complessiva nei settori del sistema allargato – Milioni di Euro



La Spesa complessiva riversata sul sistema allargato della città di Firenze è stimata in 2,17 Miliardi di Euro. Ma realmente chi determina questa spesa? Le 49,4 milioni di presenze turistiche annue si dividono in:

- 6.110.000 presenze ufficiali nelle strutture;
- 2.383.000 presenze sommerse (28% delle pres. stanziali stimate);
- 8.762.000 presenze nella abitazioni per vacanza;
- 32.130.000 presenze del flusso escursionista giornaliero.

Per una corretta stima del turismo bisogna moltiplicare le presenze ufficiali nelle strutture

- 1,4 per stimare anche il Sommerso (camper, forme ricezione alternativa, ecc.)
- 2,8 per stimare le presenze stanziali comprese le case per vacanza
- 8,1 per stimare il flusso turistico complessivo, compresi escursionisti

E quanto spendono in un anno le diverse motivazioni di turismo?

- 797 Ml. Euro le presenze ufficiali nelle strutture;
- 311 Ml. Euro le presenze sommerse;
- 485 Ml. Euro le presenze nella abitazioni per vacanza;
- 578 Ml. Euro le presenze del flusso escursionista giornaliero;
- Per un totale di 2.171 ML. Euro,

che significano ...

- Tra 1.520 e 1.585 ML. Euro di ricchezza attivata a Firenze (valore aggiunto)
- Un contributo di circa 4.400 Euro alla ricchezza di ogni cittadino
- Circa 43.200 unità di lavoro attivate, in un rapporto con la popolazione attiva che sfiora il 25% (non tutte attivate in loco)

4.2 Un paradosso: Firenze senza il turismo

Prospetto 4 Ipotesi anno 2003 con settori Istat

| | Attuale | Attuale senza turismo | Ipotesi pregressa con altri settori |
|---|---------------|--|-------------------------------------|
| Valore aggiunto totale (ML. €) | 12.552 | 10.985 | 10.838 |
| Valore aggiunto per abitante € | 35.250 | 30.850 | 30.433 |
| Differenza rispetto all'attuale | | -4.400 | -4.800 |
| Occupazione indotta in totale | 43.200 | 36.140 | 35.650 |
| Differenza rispetto all'attuale | | -7.070 | -7.560 |
| Dal 2° all'8° posto in Toscana (inserendosi tra Impruneta e Chianciano) e dal 46° al 218° in Italia (preceduta da Genova e seguita da Carpi) | | Dal 2° all'11° posto in Toscana (inserendosi tra Pisa e Santa Croce sull'Arno) e dal 46° al 265° in Italia (preceduta da Lodi e seguita da Treviso) | |

4.3 L'economia turistica allargata

Nella relazione introduttiva della Conferenza Regionale sul Turismo del nov. 2001, si stima che la ricchezza attivata dal turismo sfiori nell'Area Urbana Fiorentina l'8% del totale. L'economia allargata crea effetti diretti e indiretti della spesa turistica nei campi che abbiamo già visto. Tale dato, nella visione allargata della fruizione, sembra per Firenze una sottostima delle ricadute economiche e occupazionali.

In un rapporto improprio (perché non tutta la forza lavoro è attivata nel comune di Firenze),

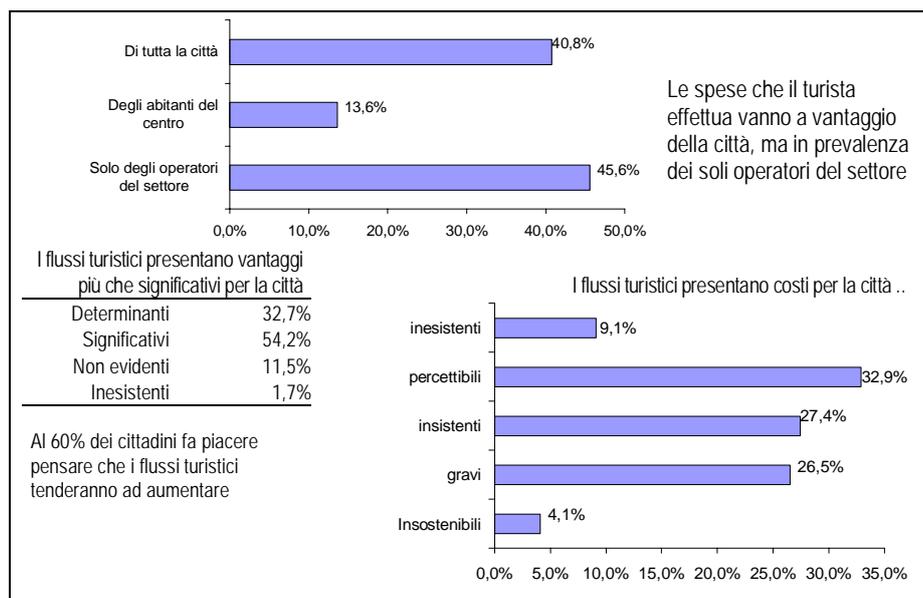
l'occupazione indotta dal turismo è il 12% della popolazione residente, dato che, se depurato dalle condizioni non attive (pensionati, casalinghe, studenti, ecc.), supera il 25%; 4% del reddito, già elevato, dei cittadini proviene dal Turismo.

Prospetto 5. La spesa turistica

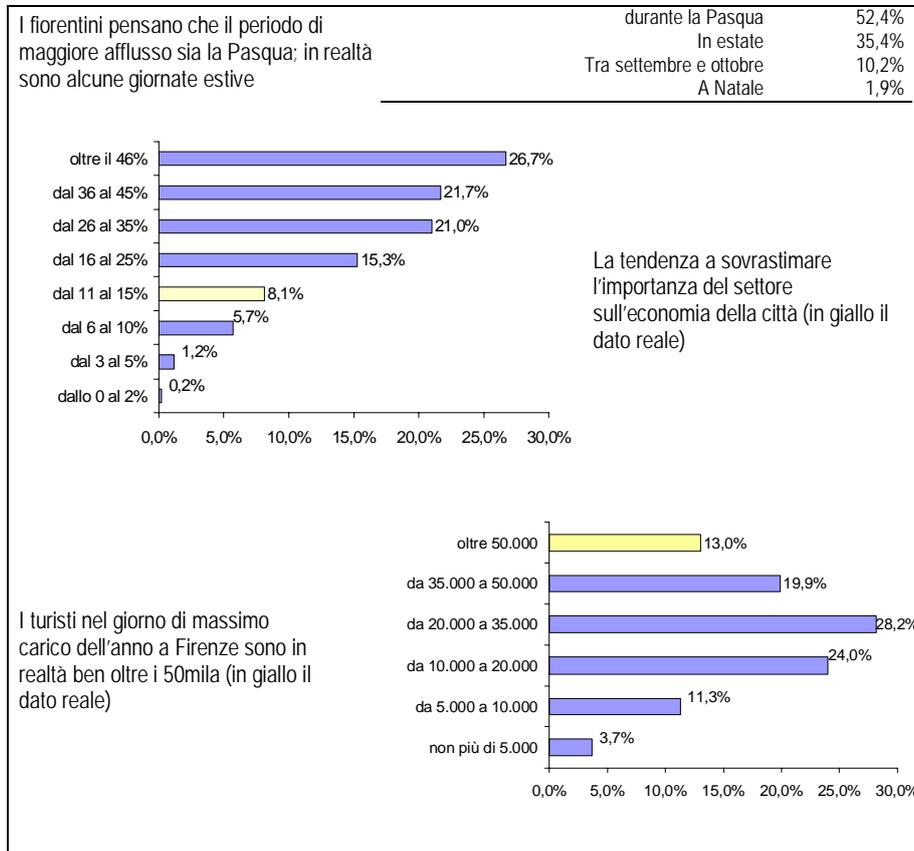
| | Ipot. A Escluso flusso escursionista | Ipot. B Incluso flusso escursionista |
|---|--|--|
| Spesa del Turismo ufficiale in ML. € | 797 | 797 |
| Spesa del sommerso in ML. € | 311 | 311 |
| Spesa per uso di abitazioni per vacanza in ML.€ | 485 | 485 |
| Spesa del turista escursionista in ML. € | | 578 |
| Spesa totale in ML € | 1.593 | 2171 |
| Valore aggiunto attivato in ML.€ (media ipot. Min.-Ipot.Max) | 1.138 | 1552 |
| Incidenza sul valore aggiunto totale | 9,1% | 12,40% |
| Valore aggiunto per abitante in € indotto dal turismo | 3.200 | 4.400 |
| Occupazione indotta dal turismo | 31.700 | 43.200 |
| Incidenza occupazione indotta dal turismo su popolazione attiva | 17,8% | 24,4% |

4.4 La lettura del turismo attraverso gli occhi del cittadino

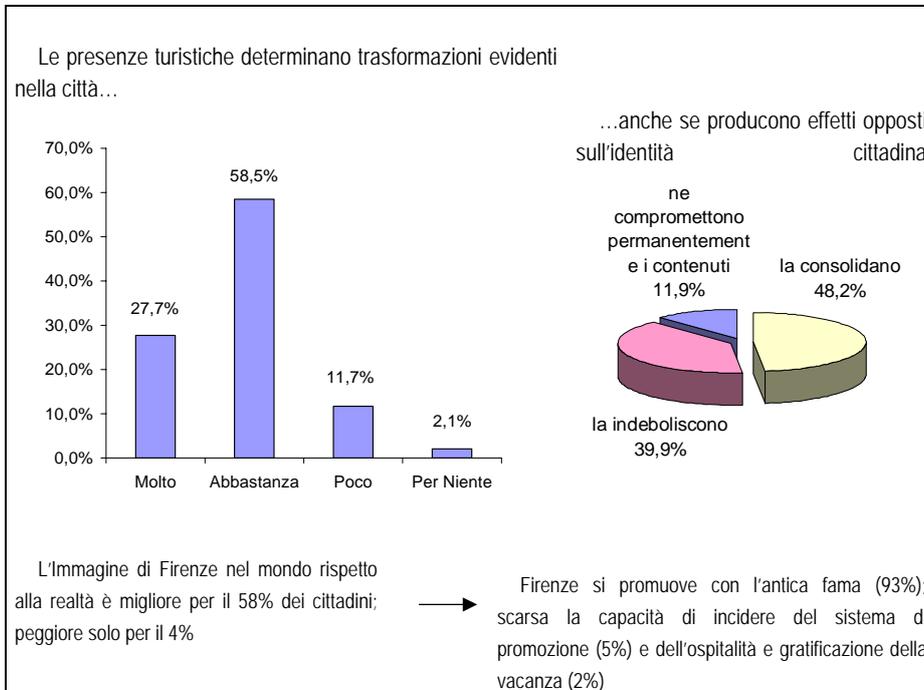
Prospetto 6 Costi e vantaggi.....



Prospetto 7 La percezione.....

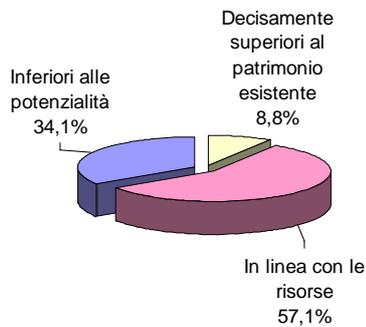


Prospetto 8 L'immagine e l'identità – Il vissuto e l'apparenza

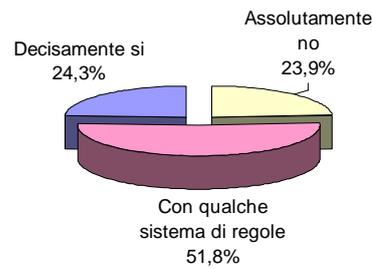


Prospetto 9 La città e la qualità della vita: il turismo è vincolo o risorsa?

Le ricadute del turismo sui cittadini sono inferiori alle potenzialità che il patrimonio nel complesso esprime



Lo spazio per un ulteriore sviluppo turistico senza compromettere l'identità e la rete di relazioni tra cittadini esiste solo legato ad un sistema di regole

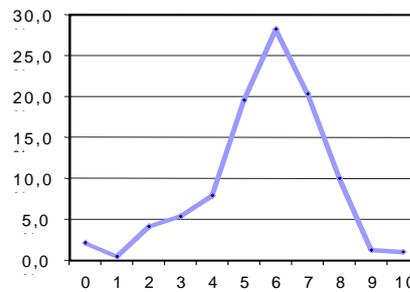


La città può essere trasformata in funzione dello sviluppo turistico, ma attenti alla qualità della vita

| | |
|---|-------|
| Con attenzione all'aumento dell'apporto economico | 14,3% |
| Con attenzione alla qualità della vita | 76,1% |
| Non può essere trasformata | 9,5% |

Il turismo influisce fortemente sulla qualità della vita di Firenze

| | |
|----------------|-------|
| Determinante | 26,7% |
| Significativa | 62,3% |
| Poco evidente | 9,3% |
| Impercettibile | 1,7% |

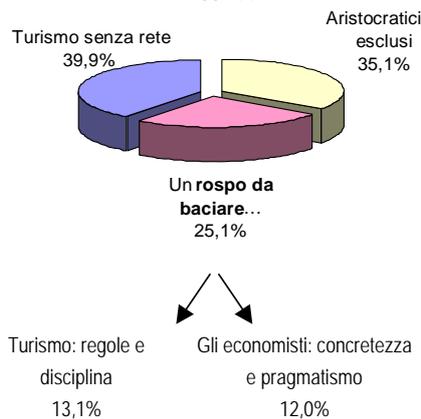


Il voto medio alla qualità della vita a Firenze è 6—

Prospetto 10 Il fiorentino e la globalità di lettura dell'impatto del turismo

| | |
|---|---|
| <p>Profilo dei cittadini fiorentini dalle informazioni di contenuto utilizzando il sistema di classificazione delle Reti Neurali Artificiali (RNA).</p> | <p>Un sistema innovativo di analisi delle informazioni dei questionari che sfrutta i legami, anche non lineari, tra le variabili per tracciare un profilo complesso che sintetizzi le molteplici caratteristiche espresse dal singolo individuo. Una lettura integrata, preferita all'analisi dei singoli aspetti proposti che danno una visione arida e monodirezionata, incline a differenti interpretazioni.</p> |
|---|---|

Classificazione in tre raggruppamenti



"ARISTOCRATICO ED ESCLUSO" (35.1%)

Raggruppa la fascia più anziana del campione (da >50 anni in poi), impiegati, insegnanti e pensionati, ben scolarizzati (laurea e superiori), non frequentano lo stadio, bensì teatro e cinema. Con una buona situazione economica (la migliore), si spostano in città in auto e bici.

Il profilo

Il turista si contrappone alla città, minandone col tempo l'identità ed esercitando una influenza (negativa) sulle trasformazioni della città. Gli effetti positivi che produce investono perlopiù gli operatori di settore e solo in misura ben più ridotta l'intera comunità. In compenso i costi sono spalmati indistintamente su tutti, e sono davvero eccessivi. Si paga in termini ambientali ed in qualità della vita. Non ci sono dubbi, il turismo non può crescere, ma soprattutto guai a cercare di modellare la città in funzione di una ulteriore crescita dei flussi turistici. Piuttosto quello che occorre è contenerli, a partire da subito. Nonostante si rivelino al sondaggio come decisamente contrari, in realtà, gli appartenenti a questo particolare segmento, sono legati ad una visione del sistema di relazioni tra turismo e città che considerano semplicemente sbilanciato ed inadeguato. Dietro al loro diniego si nasconde un atteggiamento elitario e affatto ingenuo (anche se rivelano alcuni elementi pregiudiziali

evidenziati da una chiara sottostima delle ricadute che il turismo produce sull'economia cittadina) ma non del tutto negativista. Infatti quello che pensano è che la città potrebbe avvantaggiarsi dal fatto di cambiare target, modulare gli arrivi selezionando "la clientela", adeguandola alla qualità dell'offerta (infatti quelli attuali sono non solo troppi, ma neppure "all'altezza" della città che li ospita). Non a caso è il gruppo (l'unico) che ripone una certa fiducia nella capacità del sistema di promozione sia pubblico che privato di riuscire a condizionare i flussi turistici. La volontà di selezionare il target si associa alla strategia che suggeriscono di introdurre dei sistemi di controllo dei flussi (numero chiuso, biglietto di ingresso in città...), che secondo loro andrebbe applicato alle frotte di turisti che attualmente visitano la città. Distaccati, percepiscono Firenze ben diversa da come la vorrebbero. Sono quelli che esprimono il punteggio più basso riferito alla qualità della vita (5), pensano che goda di una immagine significativamente migliore di come in realtà non sia. Se la città non è poi questo gran che, il fiorentino è adeguato alla modestia dei suoi standard. Poco o per niente cortese appare ai loro occhi esattamente in linea con il profilo della città, non esercita nessuna attrazione nei confronti del turista che, per parte sua, si sente poco (o per niente) accolto. Composto da persone di buona cultura si presenta come il cluster degli esclusi dalla ricchezza prodotta dal turismo (prevalenza di dipendenti pubblici, pensionati, impiegati).

"UN ROSPO DA BACIARE" (25.1%)

Di età indefinita rappresenta il più popolare profilo del fiorentino "medio", legato al bar sotto casa e residente perlopiù nel Cento storico, di scolarizzazione medio-bassa (sc. Medie), frequenta lo stadio ed il bar, molti pensionati, di condizione economica modesta (scarsa o pessima) si sposta con scooter o a piedi.

Il profilo

E' una percezione indistinta e poco ragionata, sostanzialmente il turista viene percepito come un elemento in relazione simbiotica con la città e dunque in qualche modo necessario alla sua stessa esistenza, quasi ne facesse inevitabilmente parte... c'è un costo da pagare e si fa sentire, ma in fondo le ricadute investono un po' tutti. Di quest'ultimo aspetto, su quante siano le ricadute economiche, hanno una percezione esattamente coincidente con la realtà. Distanti dall'idea di impegnarsi per cambiare il profilo del turista, considerano quello attuale adeguato alla città. In fondo per loro il turismo è un fenomeno popolare. Questo turismo, necessario, quasi fisiologico, e sottostimato nei flussi, merita di crescere e la città deve saper sostenere questa scelta, ma occorre restare vigili, in quanto i flussi turistici la spingono verso un lento ma costante degrado. Occorre dunque prestare attenzione ed attuare interventi a difesa soprattutto dell'identità della città, che proprio su questo aspetto è minacciata, oltre naturalmente ad elaborare strategie ed azioni volte alla tutela della qualità della vita che è un problema sentito non soltanto da questo gruppo quanto piuttosto dalla stragrande maggioranza dei fiorentini (89%).

Il gruppo 2 rappresenta il segmento mediano: realismo e buon senso. E' un cluster sfumato e proprio per questo permette di disaggregarlo in due sottogruppi che, sebbene meno numerosi perché partizione di questo, ci offrono l'opportunità di osservare con un livello di

maggior dettaglio un atteggiamento accorto e misurato, interessato a garantire un futuro alla città ed alla sua risorsa più significativa ma a condizioni di garanzia.

"TURISMO: REGOLE E DISCIPLINA" (13.1%)

Di scolarizzazione modesta e soddisfacente condizione economica, in prevalenza operai e commercianti di età media, frequentano bar e circoli, ma anche cinema e stadio. Vivono in buona parte nel centro storico (e Campo di Marte), in città prediligono gli spostamenti a piedi.

Il profilo

La prima di queste due sottoclassi esprime una situazione di conflitto, intrisa di atteggiamenti e giudizi caratteristiche sia dei "bianchi" che dei "neri", dei favorevoli che dei contrari, ma si sforza di ragionarci su offrendoci nuovi elementi di valutazione. E' un cittadino disincantato, che attribuisce le ricadute agli operatori del settore piuttosto che all'intera città, la quale invece è chiamata, stavolta sì per intero, a sostenere i costi ed i disagi che le presenze turistiche comportano. Pur sovrastimando (lievemente) le ricadute economiche, le valuta con un certo realismo e stima i vantaggi che produce appena significativi e poco evidenti (valori centrali della scala). Ma Firenze è legata ai suoi turisti da un legame indissolubile, una passione dalla quale non può liberarsi (né peraltro pensa debba farlo), in quanto essi rappresentano ormai una parte della sua stessa identità. E' dunque necessario pensare che i flussi debbano aumentare per il bene stesso della città e per far questo potremmo orientarci in direzione della creazione di un parco di servizi integrati per adeguare l'offerta alle esigenze del singolo turista. Che i flussi debbano aumentare, oltre che un auspicio, è una valutazione realistica e una convinzione radicata, qualcosa che dovrebbe esser fatta ma solo in presenza di regole a garanzia della qualità della vita dei cittadini residenti ed in grado di arginare il lento degrado verso il quale la città volge, anche a causa della presenza dei suoi visitatori. Già oggi non appare più come la vorrebbero anche se in fondo la qualità della vita è quasi accettabile (5,6). Anche l'immagine che dà di sé nel mondo è abbastanza vicina a come poi effettivamente si rivela nella vita reale. In fondo i turisti a Firenze tanto prendono quanto portano (le ricadute sono in linea con le risorse impegnate) e meglio sarebbe cercare di richiamare flussi più compatibili ed adeguati alle caratteristiche della città. Il fiorentino appare ai loro occhi come persona poco accogliente nei confronti del turista, che del resto immaginano si senta, per parte sua, poco accolto. Pur tuttavia considerano questo modo di essere soltanto un tratto di genuina spontaneità, che appare ai loro occhi come adeguato all'offerta della città. In ogni caso il turista rimane poco attratto da questa essenziale "fiorentinità".

"GLI ECONOMISTI: CONCRETEZZA E PRAGMATISMO" (12%)

Gruppo formato da classi di età estreme, i più giovani ed i più anziani. Dunque in prevalenza studenti e pensionati. Di scarsa condizione economica, anch'essi residenti nel Centro Storico, prediligono spostarsi in città con i mezzi pubblici (ma anche scooter e a piedi). Frequentano stadio, bar e circoli.

Il profilo

Il turismo è una realtà con cui bisogna misurarsi, i costi che impone sono inferiori alle ricadute che dissemina su tutta la città e che appaiono ai suoi occhi significative (determinanti). La relazione città-turista è fortemente marcata dall'aspetto economico che peraltro tende a sopravvalutare. Attaccato al patrimonio che la città possiede, questo particolare segmento si trova in una situazione di evidente conflitto. Infatti, convinto che le presenze indeboliscano l'identità della città e che le ricadute che produce siano inferiori alle potenzialità di cui dispone, pur preferendo che i flussi tendessero a diminuire, alla fine si dichiara disposto ad accogliere trasformazioni della città in funzione di un accresciuto apporto economico. Ci sono ancora condizioni per guardare alla crescita, ma per far questo occorre garantirsi di regole in grado di contenere il degrado verso il quale la città lentamente scivola ed impegnarsi a sostenere la qualità della vita dei fiorentini, fortemente condizionata dalle presenze dei turisti. Non serve cercare di individuare un altro target, in fondo il visitatore attuale è quello adeguato alle caratteristiche della città ed il fiorentino, nonostante non brilli per cortesia e non eserciti alcuna particolare attrazione nei confronti del turista, riesce a creare un clima di adeguata accoglienza. Firenze non è come la vorrebbero ma l'immagine che dà di sé all'esterno corrisponde abbastanza alla realtà ed in fondo la qualità della vita è ancora accettabile.

"TURISMO SENZA RETE (39.9 %)

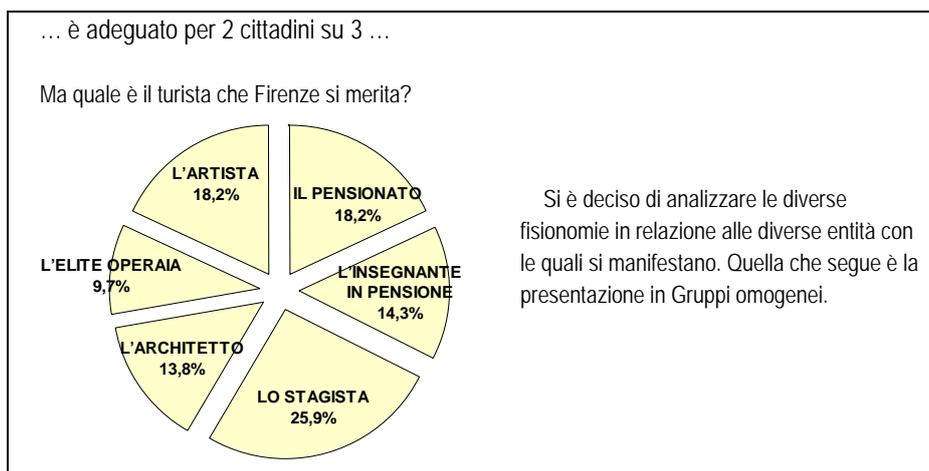
Tendenzialmente giovani, da Isolotto a Legnaia fino al Centro Storico, di scolarizzazione prevalentemente modesta (molto modesta), presentano una condizione economica soddisfacente. Molti i commercianti, non frequentano lo stadio, si spostano utilizzando servizi pubblici.

Il profilo

Firenze non cambia, il turismo fa parte del suo DNA, anzi sembra si sia modellata in funzione del visitatore da sempre, in quanto sono proprio (o comunque, anche) le presenze turistiche a rafforzarne l'identità. Nessuna minaccia può conseguire dall'aumento dei flussi turistici, che anzi vanno sostenuti e perseguiti tenacemente, perché a questi sono affidate, nella loro valutazione, oltre il 36 % delle risorse economiche della città. E non si tratta di ricadute che investono solo gli operatori del settore bensì l'intera popolazione (la valutazione è di gran lunga superiore alla realtà dei fatti). A loro giudizio si può fare molto di più per far crescere le ricadute sull'economia locale, ci sono senz'altro le condizioni, in quanto il potenziale di cui la città dispone travalica sensibilmente le movimentazioni attuali. Nonostante la modesta scolarizzazione hanno idee abbastanza precise su come sostenere lo sviluppo del turismo, consapevoli che la vera risorsa sta nel patrimonio culturale suggeriscono di continuare ad investire in arte e cultura come formula di sviluppo e, pur non essendo molti, in questo gruppo si ritrovano tutti quelli che sostengono la necessità di attivare una più intensa collaborazione con i tour operator mondiali. Sì (forse) ci sono dei costi da sostenere ma sono appena percettibili se non del tutto inesistenti, certo non paragonabili ai vantaggi (determinanti) che conseguono direttamente o indirettamente dal turismo, anche dal tipo di

turismo attuale. Il turista non cambia la città, ne è parte integrante, la sua presenza incide sulla qualità della vita migliorandola, così come migliora la città stessa. Del resto, nonostante Firenze sia esattamente come la vorrebbero solo per il 35% del gruppo, la qualità della vita tende decisamente al buono, ed i fiorentini, cordiali ed accoglienti, contribuiscono al consolidamento dell'immagine della città presso il turista.

Prospetto 11 Il profilo del turista



IL PENSIONATO 18,2%

Anziano o adulto, di medie disponibilità economica, viaggia prevalentemente in gruppo appoggiandosi ad agenzie. Di cultura buona o modesta, si ferma poche notti mantenendo un atteggiamento distaccato, rispettoso e che non intralcia

L'INSEGNANTE IN PENSIONE 14,3%

Anziano o adulto, tra la cultura e la condizione economica si attribuisce più importanza alla prima (cultura elevata e media disponibilità economica). Viaggia in famiglia o con amici. Si ferma poche notti e domanda aiuto per organizzare il viaggio o trovare un alloggio.

LO STAGISTA 25,9%

E' la tipologia più numerosa, la caratteristica prevalente è quella che viaggia solo con amici. Giovane, di buona cultura, di medie disponibilità economiche, si organizza da solo e si ferma almeno una settimana nella quale si integra o comunque non provoca intralci. E' uno dei profili che meglio si attaglia alle pretese del gruppo di quanti non partecipano ai benefici che il turismo produce ("Aristocratici ed Esclusi"), naturalmente piace anche agli appartenenti al gruppo più concreto e pragmatico ("Economisti...").

L'ARCHITETTO 13,8%

Adulto (o giovane), la caratteristica prevalente è la cultura elevata, di disponibilità economiche medie, viaggia preferibilmente in famiglia e sosta una settimana mantenendo un

rapporto di rispetto con la vita cittadina.

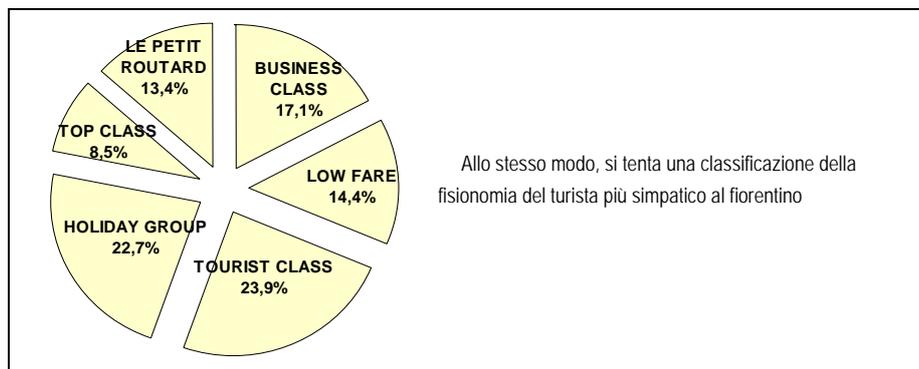
L'ELITE OPERAIA 9,7%

E' la tipologia di turista meno istruito, ma comunque di disponibilità economica media (bassa). Viaggia con la famiglia, si organizza da solo e si ferma in città almeno una settimana, semmai domandando aiuto per viaggio o alloggio, mantiene un rapporto rispettoso con la città

L'ARTISTA 18,2%

Di media disponibilità economica, viaggia in famiglia, si ferma una settimana. E' un cluster in tutto simile al precedente con una sola differenza: gli appartenenti a quest'ultima classe presentano un profilo di buona cultura

Prospetto 12 Ma quale è il turista che Firenze che più è simpatico?



BUSINESS CLASS 17,1%

Ad un turista adulto, benestante e di buona cultura, che viaggia con famiglia e si ferma una settimana. Si organizza in proprio ed esprime un rapporto rispettoso (o distaccato) nei confronti della città

LOW FARE 14,4%

Di media (o anche scarsa) disponibilità economica ma di buona cultura, viaggia da solo o con amici, si ferma poche notti (o anche meno) ed organizza il soggiorno da sé. Giovane che sappia integrarsi con la città (o comunque mantenere un rapporto rispettoso).

TOURIST CLASS 23,9%

Adulto, utilizza le agenzie di viaggio, si ferma poche notti (o anche meno), colto, viaggia con la famiglia. Di disponibilità economiche medio-alte stabilisce un rapporto rispettoso con la città. (E' la classe più numerosa)

HOLIDAY GROUP 22,7%

E' il viaggiatore in gruppo anziano o adulto. Di minore o media disponibilità economica, si ferma una settimana, domanda aiuto o si rivolge ad agenzie, di istruzione spesso modesta, stabilisce un rapporto distaccato con la città

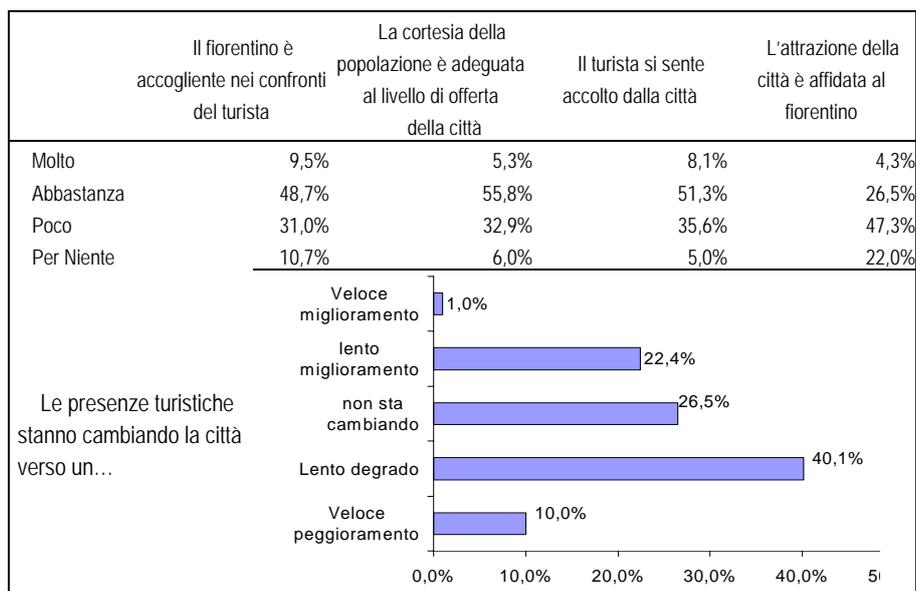
TOP CLASS 8,5%

Rappresenta l'élite del turista. Di elevato livello culturale ed economico (ma anche medio), viaggia da solo o con amici. Giovane o adulto, si ferma in città per una settimana domandando aiuto per organizzarsi il soggiorno o per trovare alloggio. Atteggiamento distaccato o rispetto nei confronti della città.

LE PETIT ROUTARD 13,4%

È il turista giovane che viaggia in gruppo (amici). Con modeste possibilità economiche, spesso anche poco istruito si ferma una settimana cercando di integrarsi con il clima della città.

Prospetto 13 E il fiorentino che ruolo ha



Una sintesi: "Firenze non è come la vorrei" per l'82% dei cittadini

Prospetto 14 La strategia vincente per lo sviluppo del turismo nella realtà fiorentina

| | |
|--|-------|
| E' opportuno continuare ad investire in arte e cultura | 56,8% |
| E' opportuno creare un parco di servizi integrati per il turista | 19,0% |
| Occorre istituire un sistema di orientamento e controllo dei flussi | 16,8% |
| E' opportuno allargare la possibilità di fruizione | 10,1% |
| Occorre attivare una più intensa collaborazione con i tour operator mondiali | 4,4% |
| La creazione di una rete di promotori locali può essere una scelta vincente | 4,0% |

Prospetto 15 Ma quali sono i maggiori condizionamenti che il fiorentino percepisce a causa del turismo (stanziale)?

| | | |
|--|---|-----|
| Anche per fornire questa risposta si è cercato di qualificare un certo tipo di atteggiamenti connessi a particolari forme di condizionamenti che sono prodotte dalla presenza di turisti in città. In base a questi atteggiamenti ed alla loro intensità si sono individuati tre cluster che rappresentano i cittadini di Firenze. | Aumento costo compravendita/locazione abitazioni/negozi | 2,5 |
| | Aumento rifiuti | 2,6 |
| | Aumento costi dei generi di acquisto | 2,6 |
| | Affollamento servizi pubblici - trasporti | 3,0 |
| | Aumento traffico | 3,1 |
| | Impatto ambientale | 3,4 |
| | Alterazioni del tessuto sociale | 3,9 |

Scala da 1 (val. massimo) a 5 (minimo) = 1 Insostenibile, 2 grave, 3 insistente, 4 percettibile, 5 inesistente

Gli effetti prodotti sugli elementi del primo gruppo dalla batteria di variabili considerate rivelano un'alta sensibilità nei loro confronti che riguarda il 45% del campione. Particolarmente provati appaiono dal problema dell'aumento dei costi degli affitti degli immobili, dall'aumento dei prezzi dei generi di acquisto, dai problemi connessi con l'aumento dei rifiuti in città (raccolta, smaltimento, disagi, costi...), nonché da quelli connessi al traffico ed agli spostamenti in città. E' il raggruppamento più sensibile ma soprattutto anche il più vasto, e quest'ultimo aspetto ci dà, di riflesso, un'idea oltre che dell'intensità delle questioni anche della loro ampiezza e dell'importanza che rivestono nel vissuto quotidiano dei cittadini. Appartengono a questo gruppo, tutti quelli che erano confluiti nel cosiddetto gruppo degli "Aristocratici e degli Esclusi", il cui profilo ci aiuta a conoscerli anche assumendo questa diversa prospettiva.

Il secondo gruppo, oltre che più contenuto nelle dimensioni (25%), si rivela un po' più tollerante e paziente. Denuncia disagi relativi ai rifiuti ed al traffico, in un quadro complessivamente accettabile. Pazienti, consapevoli di vivere in una città con una forte vocazione nei confronti del turismo, dimostrano di saper convivere con le difficoltà che quest'ultimo si porta appresso.

3. Il terzo gruppo è composto da circa un terzo della popolazione (30%). E' la porzione più resistente, o piuttosto, indifferente. I suoi appartenenti non hanno la minima percezione che ci sia un impatto ambientale conseguente ai flussi turistici, né che esista un problema di traffico o di ricadute negative sul sistema sociale. Questa larga fetta di popolazione supera senza sforzo le prove imposte dal turista, al quale invece guarda con simpatia, non meraviglia, infatti, che appartengano al raggruppamento che abbiamo in precedenza chiamato "Turismo senza Rete".

Prospetto 16 E quali quelli causati dalla presenza degli escursionisti?

| | | |
|--|---|-----|
| | Aumento rifiuti | 2,7 |
| Si chiamano escursionisti i visitatori che non pernottano e che sono, nella percezione degli abitanti della città, causa di una diversa distribuzione dei problemi finora esaminati. | Aumento costi dei generi di acquisto | 2,8 |
| | Aumento traffico | 2,9 |
| | Affollamento servizi pubblici - trasporti | 3,1 |
| | Impatto ambientale | 3,3 |
| | Scarso contributo economico | 3,6 |
| | Alterazioni del tessuto sociale | 4,0 |

Scala da 1 (val. massimo) a 5 (minimo) = 1 Insostenibile, 2 grave, 3 insistente, 4 percettibile, 5 inesistente

Gli effetti prodotti rispetto al turista escursionista sono percepiti in modo diverso dal fiorentino che per il 29% denuncia problemi su traffico, aumento dei costi dei generi di acquisto, oltre che della produzione di rifiuti. Questa porzione di popolazione denuncia, in modo significativamente più lieve, disagi anche in materia di impatto ambientale oltre che di affollamento nei trasporti pubblici. Nessun problema invece nella sfera sociale e si mostrano ottimisti anche nella valutazione dell'impatto economico che producono.

Per il 38% della popolazione invece gli escursionisti comportano solo problemi di lieve intensità, spalmati un po' sull'intero quadro di opportunità offerte. La totale assenza di disagi riferiti alla sfera sociale, lascia piuttosto trasparire un atteggiamento di simpatia nei loro confronti, proprio sul piano relazionale. Anche in questo caso non meraviglierà scoprire che quanti manifestano questo atteggiamento appartengono al cluster cosiddetto del "Turismo senza Rete".

Infine un terzo degli abitanti di Firenze (33%) ci consegna un disagio conseguente al grave impatto ambientale ed ai disagi provocati sulla rete del servizio di trasporto pubblico. Sono quelli più attenti alla qualità della vita appartenenti al gruppo "Turismo: Regole e Disciplina", ma anche a quello di quanti rimangono estranei ai benefici che il turismo produce ("Aristocratici ed Esclusi").

5. Le molte "diverse" Firenze

"Intorno al fiume Arno vi sono tante Firenze che fra loro si sovrappongono, si integrano e, anche, si oppongono. Ognuno può scegliere "la sua città": la Firenze dei giovani, delle gite scolastiche della vita universitaria, degli weekend, delle lunghe notti, la Firenze con i suoi negozi e le sue botteghe, la Firenze antica e quella moderna, degli angoli più nascosti e degli affollati percorsi; la Firenze frenetica degli affari e quella lenta della storia e dell'arte, delle periferie e del centro storico; la Firenze con i suoi tipici "alberghi città" e con migliaia di alloggi segreti; delle grandi folle e quella dei pensieri sofferti e goduti in solitudine, la Firenze dei ricordi grandiosi e dei nostri giorni un po' vili, la Firenze delle lunghe permanenze e quella dei visitatori pendolari, dei congressi internazionali e delle congreghe, la Firenze dei poeti e quella dei taciuti vizi notturni e delle mille chiacchiere al sole, dei musei e dei borghi; la

nascosta Firenze tecnologica e quella dell'immagine e delle apparenze; la Firenze dei fast food e quella delle trattorie; la Firenze un po' città ed un po' paese, la Firenze del turista fugace, quella del residente e, anche, quella del quasi residente o del quasi turista, come gli studenti delle università americane.

"Firenze è l'insieme di tutto questo, ma anche qualcosa di diverso e di non ben definibile: una profonda sensazione immateriale e spirituale di vivere ove si è dipanata la vicenda dell'uomo nuovo, dell'uomo moderno, a contatto diretto con la coscienza della propria storia. È questa condizione che lega fra loro tutte le diversità determinando un paradigma ed una immagine di grande forza che non ha alcun riscontro al mondo: Firenze come cuore della civiltà, semplicemente Firenze.

L'immagine di Firenze è inamovibile perché si fonda su grandi fatti sostanziali della storia e del suo presente.

A fronte di questa realtà inconfutabile si determinano varie situazioni, dipendenti proprio dalla grande potenzialità attrattiva della città, come fatto culturale e di costume e, quindi, come fenomeno economico di tipo monopolistico, con una offerta turistica che si è costruita nel corso dei secoli e che oggi comprende quel grande museo all'aperto che è il centro storico"

The item shows the results of a statistical survey about the perception of the tourist phenomenon in Florence. Almost 500 inhabitants, (in variable proportion of age, gender and quarter of residence), were interviewed in order to outline the most reliable collective image of the tourism effects in the tuscanian city.

For the florentine aristocracy, the tourist is in contrast with the city, he is a permanent threaten for its identity and he is certainly exercising (negative) influence on the transformations of the city. The opinion of the common citizen, mostly living in the historical centre, is that tourism is needed and he believes that the probable alteration of residents lives is the unavoidable price to pay. Most likely this conviction is a consequence for overvaluing the importance of the sector in the local economy. The tourism is seen by the young inhabitants of marginal residential quarters as part of Florence's DNA, it even strengthens the towns identity, therefore, no negative effects should be charged to the phenomenon.

¹ Emilio Becheri, Sole 24 Ore, 29 maggio 1993