



CAMERA DI COMMERCIO
TOSCANA NORD-OVEST



ILDESCO

SAPORI E SAPERI
IN MOSTRA

ILDESCO 2022: IMPATTO ECONOMICO E GIUDIZI SULLA MANIFESTAZIONE

Indice

- Metodologia.....pag. 2
- Stima dell'impatto economico.....pag. 6
- Profilo dei visitatori.....pag. 7
- Esperienza dei visitatori.....pag. 8
- Giudizio dei visitatori.....pag. 9
- Opinioni degli espositori.....pag. 10
- Opinioni degli operatori economici.....pag. 11



Stima dell'impatto diretto e indiretto della manifestazione

- Per questa edizione, la 17esima, si sono stimati gli effetti economici sul territorio de **Il Desco - Sapori e Saperi in mostra 2022** ed in particolare sulle attività commerciali e della somministrazione circostanti l'area interessata dalla manifestazione.
- Vengono misurate due grandezze:



Impatto economico diretto: effetti generati dagli investimenti realizzati dai promotori dell'evento e dalla spesa dei visitatori su alcuni settori chiave dell'economia locale.



Impatto economico indiretto: effetti prodotti dalle attività economiche che hanno beneficiato degli introiti delle spese degli organizzatori e dei visitatori. Questa stima di impatto misura la spesa aggiuntiva di beni e servizi sostenuta dalle imprese al fine di soddisfare la domanda incrementale generata dall'evento.

Stima dell'impatto diretto e indiretto della manifestazione

- Generalmente le stime di impatto comprendono, in verità, anche gli effetti indotti, ovvero quegli effetti derivanti dal plusvalore generato dall'impatto diretto e indiretto, ma dati gli strumenti econometrici a nostra disposizione, e trattandosi di un ambito territoriale così limitato come quello di una parte di centro storico e di un periodo molto ristretto (soli 4 giorni di manifestazione), è risultato impossibile ricomprendere nella misurazione di queste stime anche gli effetti indotti.
- La stima viene espressa in termini di spesa attivata e di moltiplicatore generato rispetto all'investimento iniziale effettuato dagli organizzatori.
- Non si misurano, invece, né i risvolti occupazionali, né l'utile economico che ne può derivare in futuro, in quanto si tratta di un'analisi temporalizzata che non guarda agli eventuali ritorni successivi, ma solo a quelli coincidenti con lo svolgimento dell'evento.
- E' bene ribadire che gli studi sulle manifestazioni culturali e di entertainment, in generale, si portano dietro il limite di non riuscire a cogliere completamente i ritorni economici e di immagine prodotti dall'evento, poiché, come spesso capita, vi sono iniziative che, seppur nell'immediato sono capaci di muovere soltanto pochi numeri rispetto alle attese e/o all'investimento iniziale, nel tempo possono generare però un ritorno di immagine e di marketing territoriale così importante da attivare addirittura conseguenze economiche positive ed aggiuntive per il territorio e/o rapporti di business per le imprese.

Realizzate 3 indagini sul campo

- Per la misurazione di tale stima si sono svolte 3 indagini campionarie:



Indagine sui visitatori
362 interviste effettuate

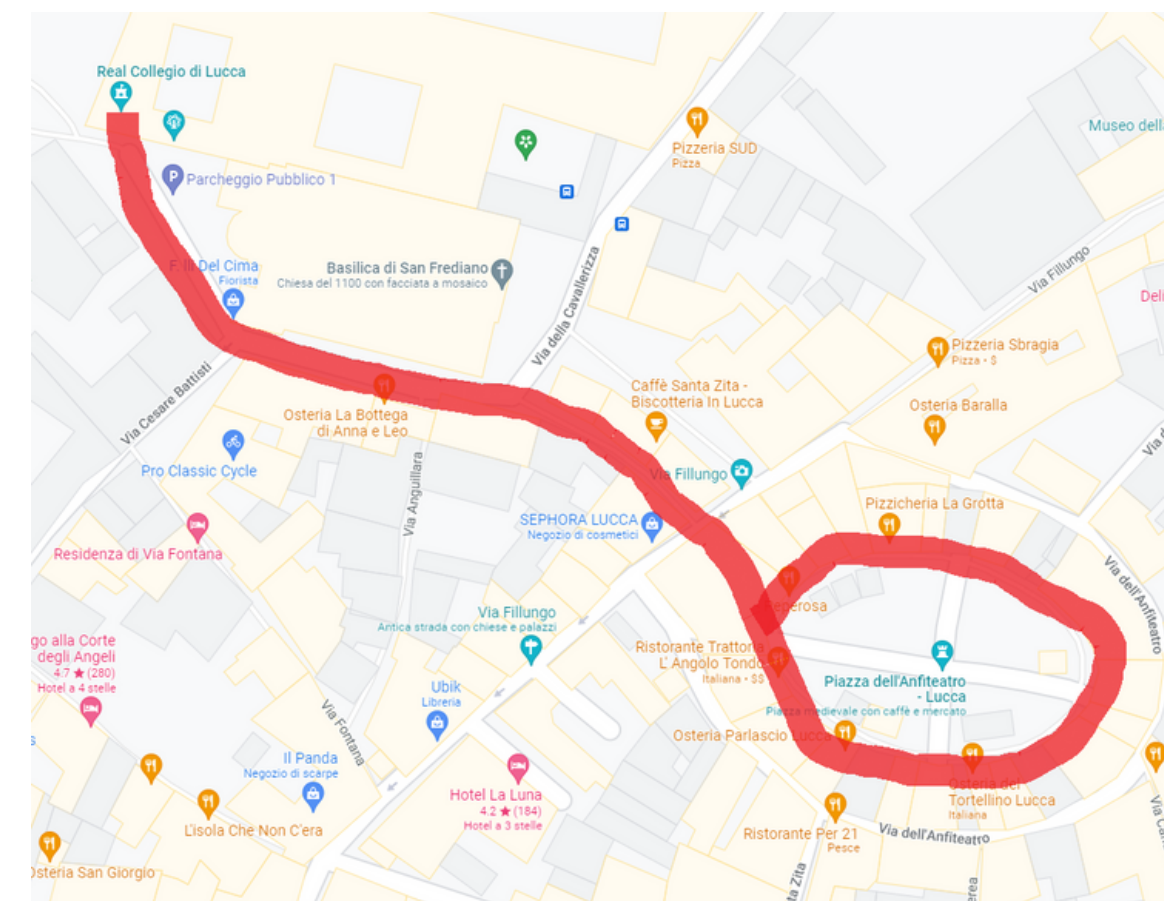


Indagine sugli espositori
40 interviste effettuate



Indagine sulle attività commerciali e di somministrazione
30 interviste effettuate

Area di riferimento: zona San Frediano -
via Fillungo- piazza dell'Anfiteatro



Come sono state effettuate le stime?



Impatto diretto, stimato analizzando 3 variabili:

1. **Investimento della Camera di commercio** > dato conosciuto
2. **Investimento degli espositori** > dato ricavato dall'indagine ad hoc, con specifica domanda diretta
3. **Spesa dei visitatori** > dato ricavato dall'indagine ad hoc, dalla quale si è potuta stimare la spesa media del visitatore (attraverso domanda diretta) e dai sensori presso la location, dalla quale si è potuto ricavare il numero dei soggetti che si sono recati all'evento.



Impatto indiretto stimato analizzando la seguente variabile:

1. **Spesa aggiuntiva di beni e servizi da parte delle attività commerciali e di somministrazione dell'areale circostante** > dato ricavato dalla combinazione della variazione del fatturato realizzata nel periodo della manifestazione (ottenuta con specifica domanda con indagine ad hoc) - che è stata assunta come proxy della crescita della spesa di beni e servizi - e il costo medio di acquisto delle materie prime e dei servizi sostenuto da ciascuna impresa (ricavato dai bilanci delle società del comune di Lucca) per ogni settore indagato (ristorazione, bar/pub, negozi di abbigliamento, altre attività commerciali). Da questa combinazione è derivata la spesa media aggiuntiva sostenuta da ciascuna impresa per ogni settore indagato che è stata poi tradotta nella spesa media di ciascun settore, riportata al totale sulla base dei pesi degli stessi (numero di imprese per settore) nell'areale di riferimento.

Spesi oltre 900 mila euro, pari a 11 volte l'investimento camerale

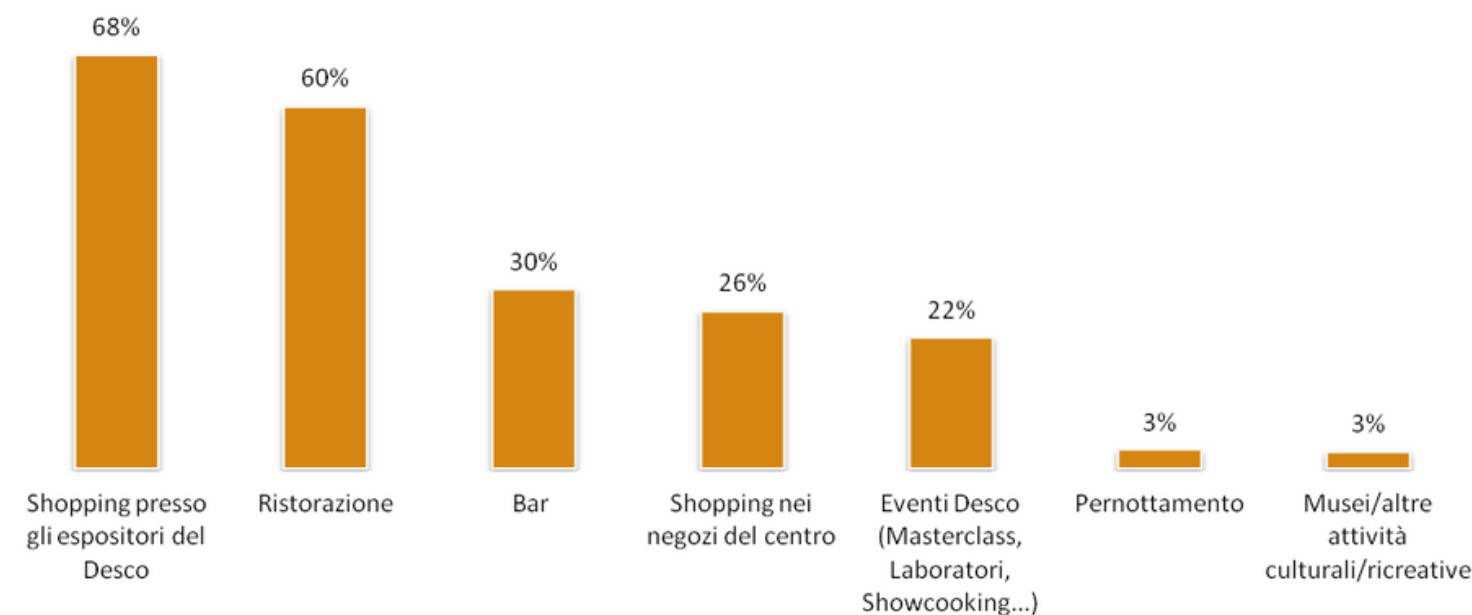
- Secondo i nostri calcoli, Il Desco ha prodotto quest'anno un impatto complessivo pari a 951 mila euro, generando un moltiplicatore di 8,7 volte l'investimento complessivo (inglobante anche quello degli espositori). La parte decisamente più consistente è arrivata dai visitatori che, nelle 4 giornate della manifestazione, hanno superato le 17.400 unità (come rilevato dal sensore presente all'ingresso del Real Collegio), per un importo medio di spesa di 48 euro pro-capite al giorno (stimato dall'indagine sul campo).

➤➤➤ **Impatto diretto: € 944 mila**

➤➤➤ **Impatto indiretto: € 7 mila**

- Quasi 7 visitatori su 10 hanno acquistato presso gli stand di Desco, 6 su 10 hanno consumato nei ristoranti della zona, 3 su 10 hanno usufruito dei bar e fatto shopping nel centro storico, oltre 2 su 10 hanno partecipato agli eventi della manifestazione (masterclass, laboratori, showcooking, etc).

Dove ha speso il visitatore

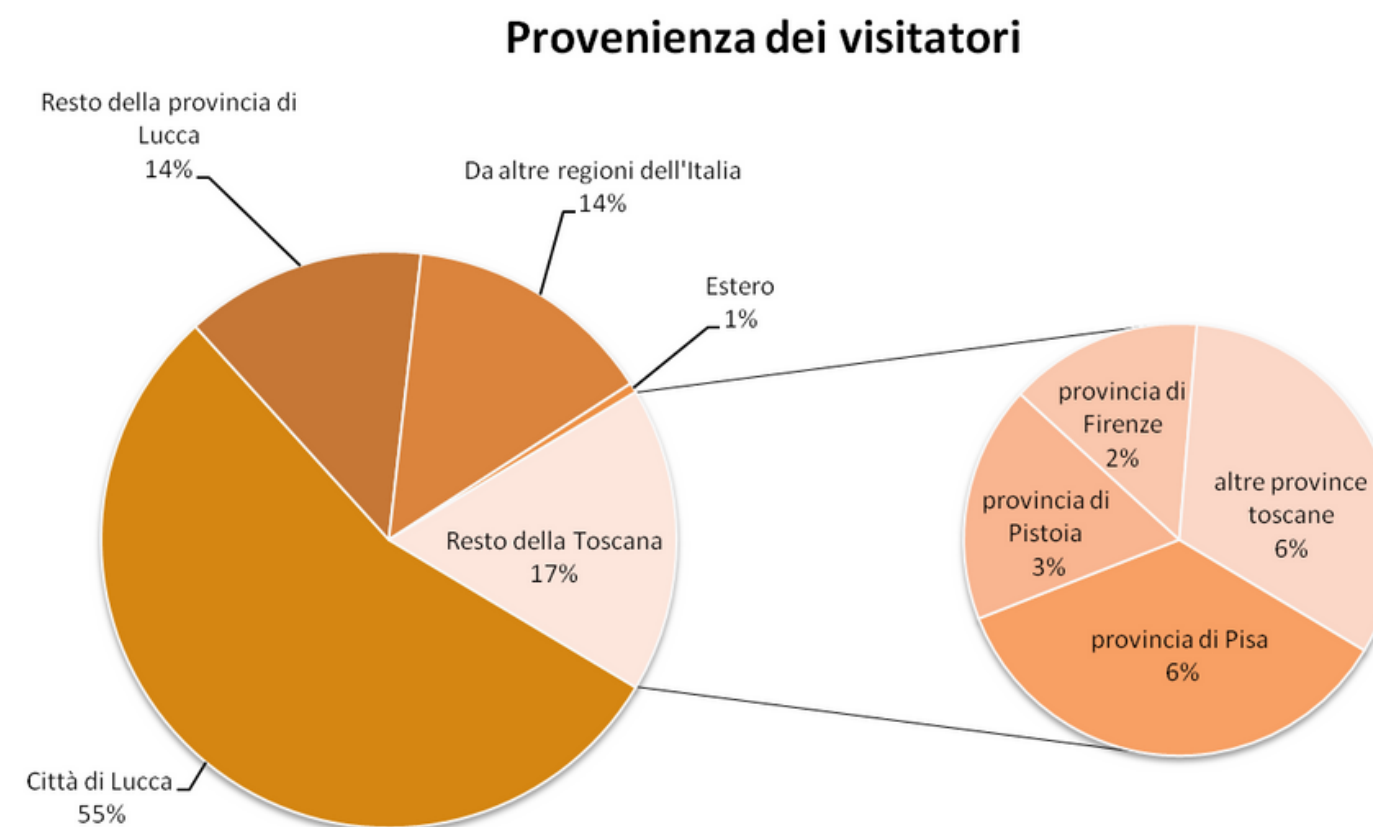
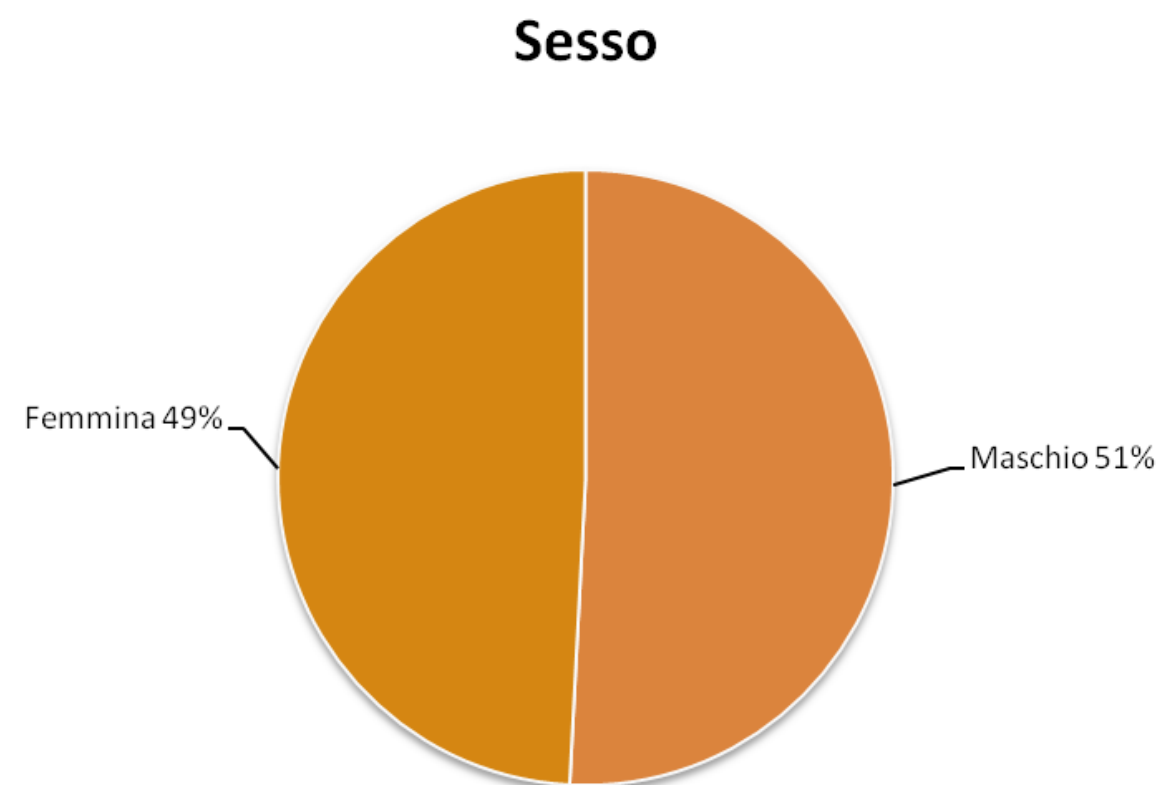


Stime impatto economico Il Desco 2022	Valori (in 000 €)
IMPATTO DIRETTO	944,3
Investimento Camera TNO	85,0
Investimento Produttori	24,0
Spesa visitatori del Desco	835,3
IMPATTO INDIRETTO	7,0
Attività commerciali	2,1
Somministrazione	4,9
IMPATTO DIRETTO+INDIRETTO	951,3
MOLTIPLICATORE DELL'INVESTIMENTO COMPLESSIVO	8,7
MOLTIPLICATORE DELL'INVESTIMENTO CAMERALE	11,2

Coinvolte tutte le età e i sessi. Quasi il 70% proviene da Lucca e provincia

- Lo studio non si limita soltanto a quantificare la stima economica della manifestazione, ma cerca di offrire spunti di natura qualitativa su aspetti importanti di chi l'ha frequentata, a partire dalla loro profilazione.

1. Il pubblico si divide quasi equamente tra uomini e donne.
2. La mostra mercato riesce ad essere trasversale ed attrattiva per tutte le età: il 46% dei visitatori ha meno di 45 anni, l'altro 54% ha più di quell'età. L'età media è di 46 anni.
3. La provenienza maggiore arriva dalla città di Lucca con il 55% della popolazione, che diventa circa 70% se si raccoglie il resto della provincia. Un altro 17% proviene dal resto della Toscana ed in particolar modo dalla provincia di Pisa, il 14% da altre regioni italiane, soprattutto del centro-nord.



Il 37% dei visitatori ha frequentato Il Desco per la prima volta

- Per eventi di questo genere è difficile stabilire se sia preferibile aver a che fare con un pubblico fortemente fidelizzato o, piuttosto, poter contare su nuovi partecipanti. E' ovvio che il risultato migliore sarebbe quello di veder crescere i "nuovi", nell'ambito di un aumento complessivo delle presenze.
- Il Desco ha una nicchia di pubblico abbastanza fidelizzata, visto che in generale il 63% è già venuto nelle edizioni precedenti. E' molto fidelizzato in modo particolare il pubblico non lucchese (il 73% era già venuto in precedenza), mentre solo 1 residente di Lucca e provincia su 4 aveva già visitato le edizioni precedenti.
- In linea generale, per i visitatori l'esperienza al Desco si è tradotta prevalentemente nella partecipazione alla manifestazione, ma perché i lucchesi hanno scelto sostanzialmente quell'opzione. Per coloro che invece conoscevano meno la città, ovvero per l'82% dei non lucchesi, è stata l'occasione anche per visitare le sue bellezze.

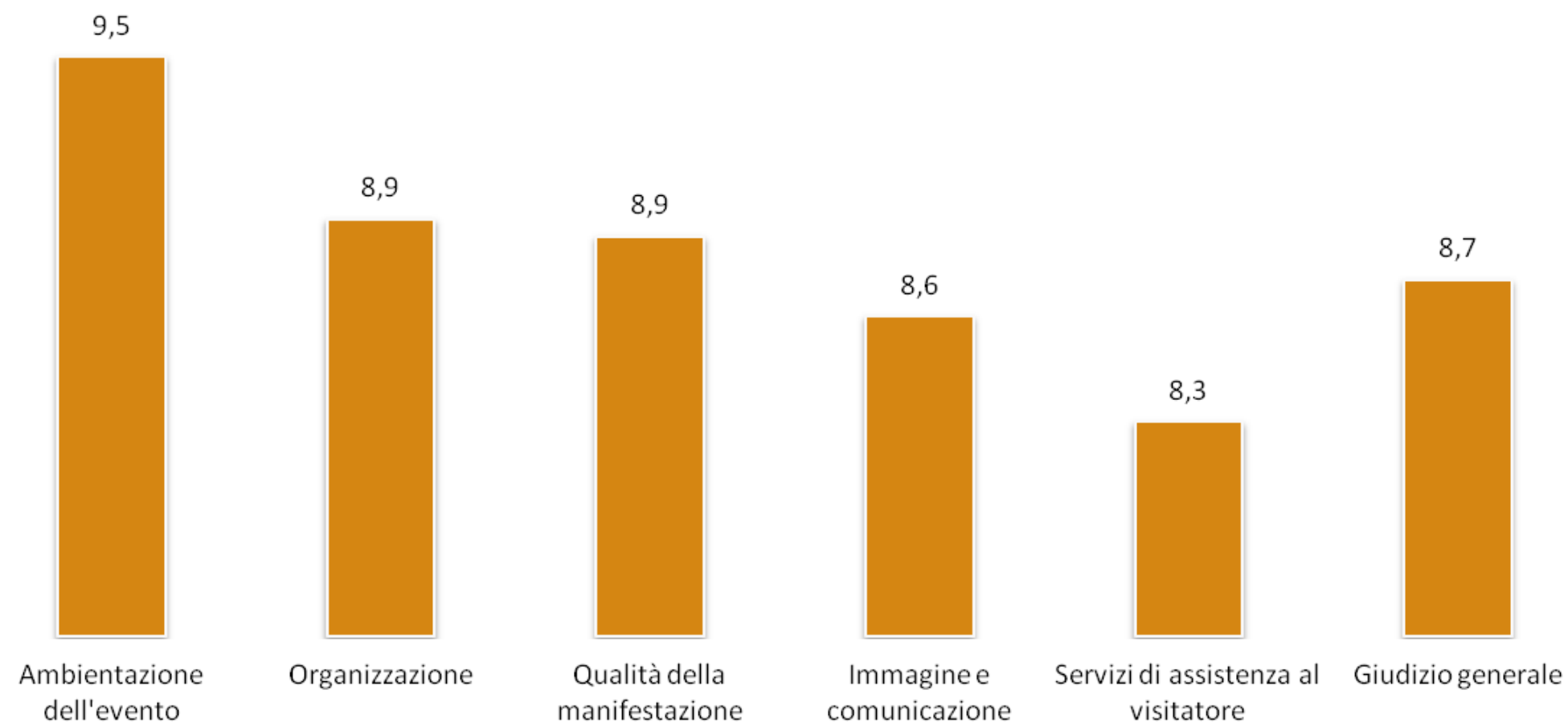
E' la prima volta che viene al Desco?	Totale
Si	37%
No	63%
Totale	100%

La sua esperienza al Desco è stata...	Totale
Solo partecipazione alla manifestazione	60%
Occasione anche per visitare la città/provincia e le sue bellezze	40%
Totale	100%

Gradimento per la manifestazione pari a 8,7. I non lucchesi danno 9

- Gradimento molto lusinghiero verso Il Desco da parte dei visitatori, con un voto medio che arriva all'8,7. I residenti della provincia di Lucca ne danno un giudizio complessivo pari all'8,5, i non lucchesi addirittura pari al 9.
- Il voto più elevato viene attribuito alla location (9,5) e poi all'organizzazione e alla qualità della manifestazione (8,9).
- Giudicata buona anche l'immagine e la comunicazione della manifestazione e i servizi di assistenza al visitatore.

Voto medio dei visitatori sui vari aspetti della manifestazione



Criticità

Nonostante i giudizi molto lusinghieri, dall'indagine sono emerse anche delle criticità, seppur in misura limitata.

Queste le più importanti:

1. Mancanza di una rampa all'ingresso per passeggini e carrozzine
2. Mancanza di uno spazio riservato per cambiare i neonati
3. Mancanza di utilizzo del piano superiore del Real Collegio
4. Poca pubblicità al di fuori di Lucca.

Molto buono il gradimento dei produttori. Quasi tutti vogliono tornare per l'edizione 2023

- Il giudizio dei produttori che hanno partecipato alla manifestazione può dirsi in linea con quello dei visitatori, sfiorando il voto dell'8,5. Si tenga presente che il 70% di questi aveva già partecipato nelle edizioni precedenti.
- Nello specifico, il 15% di essi giudica questa edizione del Desco superiore alle attese ed il 78% aderente a quanto si aspettava.
- Ancora più positivo il loro giudizio nei confronti dell'organizzazione della Camera di commercio: il 70% di essi ha valutato adeguata l'assistenza fornita e il 28% particolarmente adeguata, al punto che sostanzialmente tutti (98%) sono disposti a partecipare all'edizione successiva, mantenendo lo stesso format.
- Mediamente gli espositori hanno guadagnato (dai 4 giorni della manifestazione) circa 2 volte l'investimento effettuato.
- Riguardo alle problematiche maggiormente riscontrate, essi segnalano in particolare:
 1. Parcheggio a pagamento
 2. Mancanza di wi-fi all'interno del Real Collegio
 3. Spazio ridotto per le esposizioni
 4. Mancanza di un punto acqua e caffè
 5. Un loro maggior coinvolgimento nell'organizzazione dell'evento

Voto
all'edizione
8,4

15% valuta
Il Desco
superiore alle
aspettative

Disposti a
partecipare di
nuovo
98%

98% valuta
organizzazione
adeguata o più
che adeguata

Giudizio più che discreto degli operatori commerciali, ma impatto limitato

- Il 93% delle attività commerciali e di somministrazione presenti nell'areale compreso tra la zona di San Frediano e la piazza dell'Anfiteatro (passando per via Fillungo), era a conoscenza della manifestazione.
- Più che soddisfacente anche il giudizio di questi operatori, seppure non ai livelli di quello dei visitatori e degli espositori coinvolti: il voto medio è di 7,7, ma con aree, come piazza dell'Anfiteatro, dove non si raggiunge la sufficienza, poiché probabilmente non hanno risentito particolarmente dell'afflusso di nuova clientela portata dalla manifestazione. Tutto sommato, però, il 43% degli operatori dell'area indagata valuta tale iniziativa come molto importante e il 47% importante per l'economia della città.
- Questa valutazione non eccelsa la si misura sull'impatto che la manifestazione ha avuto sui fatturati delle imprese dell'areale che, mediamente, nei 4 giorni dell'evento, sono aumentati del solo +1,2%, con qualche piccola distinzione tra attività di somministrazione, che hanno registrato una piccola crescita del giro d'affari (+2,5%), e resto delle attività commerciali, le quali non hanno registrato ricadute significative.
- Solo 1 operatore su 3, inoltre, ha potuto notare clienti nuovi rispetto all'ordinario.

Conoscenza
del Desco
93%

Voto
all'edizione
7,7

Notati nuovi
clienti
33%

Molto
importante
per economia
cittadina
43%

Le richieste e i suggerimenti degli operatori economici del centro

«Da ripetere più volte l'anno»

«Va pubblicizzato di più»

«Farlo durante la settimana»

«Più posti a sedere, anche al coperto»