



## Comunicato Stampa

### **Nonostante il meteo avverso il “Terre di Pisa Food & Wine Festival 2023” si conferma un “attrattore” per la città**

*Il 76% dei visitatori è venuto a Pisa solo per la manifestazione. 400mila euro l'impatto economico dell'evento manifestazione: ogni euro investito dalla Camera ne ha generati 3. Appuntamento alla 12ma edizione il 18-20 ottobre 2024.*

**Pisa, 31 ottobre 2023.** Il “Terre di Pisa Food & Wine Festival” 2023, svoltosi in Piazza Vittorio Emanuele II a Pisa nel weekend del 20-22 ottobre scorso, nonostante le avverse condizioni meteo, mette in luce il ruolo di attrattore turistico della città: il 76% dei visitatori dichiara infatti di essere venuto a Pisa solo per parteciparvi. A dirlo è uno studio condotto dall'Istituto di Studi e Ricerche (ISR) realizzato in collaborazione con la Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest. L'indagine ha previsto quattro rilevazioni distinte (visitatori, produttori/espositori, attività economiche collocate nei dintorni di Piazza Vittorio Emanuele II e attività turistiche, culturali e museali della città), in parte realizzate grazie al contributo di docenti e studenti dell'IPSAR Matteotti di Pisa.

*“I dati - afferma Valter Tamburini, Presidente della Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest - ci dicono come il Festival, nonostante le avverse condizioni meteo, sia stato in grado di centrare l'obiettivo non solo di valorizzare le eccellenze delle “Terre di Pisa” ma anche di saper attrarre visitatori. L'aver condotto questo studio non serve solo per misurare la soddisfazione e l'impatto della manifestazione, ma mostra anche l'impegno dell'Ente camerale nel valutare in profondità l'efficacia delle azioni intraprese, nell'ottica di un miglioramento continuo. Pensando all'edizione del 2024, l'indagine conferma la bontà del percorso intrapreso da tempo: lavorare per una sempre maggiore integrazione del Festival con la città ponendo particolare cura ai servizi offerti. A questo proposito, come Camera, facciamo appello a tutte le categorie affinché si attivino per aumentare la massa critica in termini di iniziative e risorse per far sì che la manifestazione porti maggiori vantaggi al territorio.”*

#### **400mila euro l'impatto economico del Festival**

Nonostante le avverse condizioni atmosferiche, che hanno fatto sostanzialmente perdere le giornate di venerdì e sabato, l'apporto complessivo della manifestazione in termini di spesa dei visitatori è stato di 184mila euro (circa 40 euro in media per visitatore). Più della metà di questa cifra (circa 105mila euro) è stata appannaggio degli espositori mentre il sistema economico cittadino (strutture ricettive, pubblici esercizi, ristoranti, attività commerciali e culturali) ha raccolto, nelle tre giornate, altri 80mila euro. A questi si devono aggiungere 72mila euro, comprensivi delle spese di partecipazione alla manifestazione, come investimento dei produttori/espositori ed i circa 135mila della Camera di Commercio. In totale si arriva quindi a circa 400mila (392mila euro): un risultato più che lusinghiero che indica come ogni euro investito dalla Camera ne abbia generati 3.

Particolarmente innovativa la tecnica, incentrata sul rilevamento dei device che hanno stazionato per un congruo periodo di tempo nel perimetro della piazza, che ha permesso di stimare in circa 4.600 unità il numero dei visitatori nei 3 giorni di Festival (3mila solo la

domenica). La procedura è stata supportata da un sistema di controllo basato su indicatori indiretti di presenza come la raccolta dei rifiuti ed i bicchieri utilizzati.

Il Festival, ovviamente, si è dimostrato un strumento economicamente efficace per i produttori/espositori con un importante effetto di promozione dei prodotti dell'enogastronomia delle "Terre di Pisa" contribuendo, inoltre, a risollevarne il bilancio delle attività economiche e dei pubblici esercizi della città in una fine settimana che le condizioni meteo avrebbero reso piuttosto negativo.

### ***Da 184 a 260mila euro l'impatto stimato se il meteo fosse stato clemente***

Le stesse ricostruzioni macroeconomiche stimano anche l'impatto del Festival qualora le condizioni meteo fossero state favorevoli anche venerdì e sabato. Se così fosse stato, una stima improntata alla cautela dice che il Festival avrebbe portato 6.500 persone per un impatto di ben 260mila euro (invece che di 184mila).

### ***Necessario continuare a tessere legami con il territorio***

È invece limitata ad un visitatore su 4 la motivazione prevalente della visita della città. Ma una lettura più attenta dei dati, che prende in considerazione anche le condizioni meteo, mette in luce che in realtà questa distinzione è meno ferrea di quello che sembra. Tecniche specifiche hanno infatti individuato profili di visitatore in cui la coesistenza tra le due anime, "visita al Festival" e "visita della città", mostra altissime potenzialità di sviluppo. Le opportunità di visita della città accompagnata dalla fruizione del Festival, già messe in campo, dovrebbero essere arricchite. A rilevare l'effetto benefico della manifestazione sui poli culturali della città, con i quali sono state attivate specifiche convenzioni (musei e altre attrazioni), vengono i dati che dicono che queste, pur in presenza di condizioni meteo sfavorevoli, grazie alla manifestazione hanno aumentato gli incassi del 15%.

### ***Il festival piace***

Un dato emerge con forza dall'indagine, nonostante le avverse condizioni meteo: il Festival piace ed è apprezzato da tutte le tipologie di soggetti intervistati. Il 98% dei produttori/espositori dichiara di voler tornare ad esporre, anche il 94% dei visitatori probabilmente ritornerà e il 70% degli esercenti al commercio è soddisfatto dei 3 giorni di lavoro. Inoltre, per tutti gli attori, attività economiche, espositori, operatori turistici e culturali e i visitatori, la manifestazione è migliorata rispetto agli anni passati.

Colpisce la flessibilità e la disponibilità anche di quel segmento di visitatori, in prevalenza turisti provenienti da fuori della provincia di Pisa e stranieri, inizialmente sorpresi dall'attraversare il Festival e non a conoscenza della sua esistenza, che invece trae ampia soddisfazione dalla sosta, che diventa occasione di consumo, di acquisto e di condivisione. La manifestazione, inoltre, non è vista quale fonte di disagio alla popolazione, semmai, le indicazioni di azioni di miglioramento insistono per ripeterla più volte l'anno.

I profili più dinamici e brillanti dei visitatori, vale a dire quelli più attivi e meno "di passaggio", marcano l'attenzione sul fatto che sia fondamentale una maggiore azione di comunicazione puntando su canali social (i Millenials) e passaparola (i Boomers).

**Camera di commercio della Toscana Nord-Ovest**  
Francesca Sargenti: 0583 976.686 - 329 3606494  
comunicazione@tno.camcom.it  
www.tno.camcom.it

**Istituto di Studi e Ricerche**  
Daniele Mocchi 0585 764468  
**Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest**  
Alberto Susini 050 512294  
Massimo Pazzarelli 0583 976658  
studi@tno.camcom.it