



CAMERA DI COMMERCIO
TOSCANA NORD-OVEST



ISTITUTO
STUDI E RICERCHE
CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

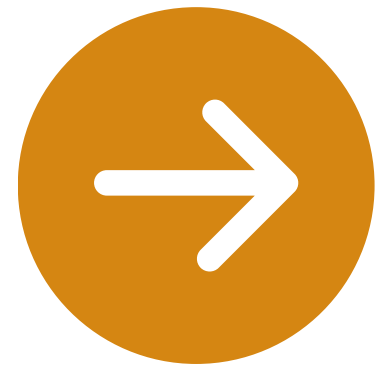
Impatto economico Gradimento Visione



18a edizione



Dicembre
2023



INTRODUZIONE



4 linee di indagine

- Per questa 18esima edizione de **Il Desco 2023 - Saperi e Saperi in mostra**, lo studio ha individuato **4 le linee di indagine** relative all'impatto economico e al gradimento della manifestazione:



1. **Stima dell'impatto economico** della manifestazione
2. **Profilo dei visitatori**
3. **Gradimento dei visitatori**
4. **Visione e gradimento degli espositori/produttori, degli operatori del commercio, della somministrazione, del turismo e della cultura**





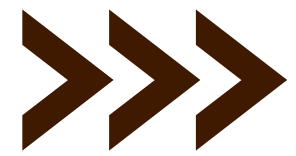
STIMA DELL'IMPATTO ECONOMICO



Misurate 2 grandezze per la stima di impatto

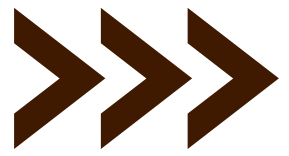
- Il Desco 2023, tenutosi al Real Collegio di Lucca il 2-3 e 8-10 dicembre, ha interessato visitatori ed espositori ed ha prodotto effetti economici in città. Tali effetti sono stimati in questo studio.

- Sono state stimate due grandezze:



Impatto economico diretto. Si tratta degli effetti generati dagli investimenti realizzati dalla Camera di Commercio, dagli espositori e dalla spesa dei visitatori su alcuni settori dell'economia locale.

- La stima viene espressa in termini di spesa attivata e di moltiplicatore generato rispetto all'investimento sostenuto (per l'organizzazione e la comunicazione) dalla Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest.



Impatto economico aggiuntivo. Si tratta degli effetti prodotti sulle attività economiche dagli "agenti diretti". Questa stima di impatto misura il fatturato aggiuntivo realizzato dalle attività economiche durante l'evento.

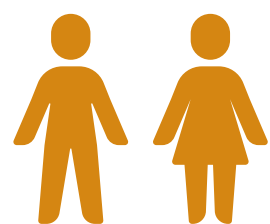
- I dati sono stati raccolti grazie a circa 700 questionari somministrati a **5 tipologie di soggetti**: visitatori, espositori, attività del dettaglio fisso, pubblici esercizi, imprese del turismo e della cultura.



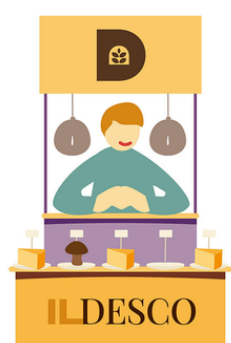


Quasi 700 interviste effettuate alle 5 tipologie di soggetti indagati

- Le indagini sui visitatori e sulle attività commerciali e di somministrazione si sono svolte con l'ausilio di una **ventina di studenti dell'ISI Pertini di Lucca**, coinvolti, per l'occasione, in un progetto PCTO; quella sugli espositori e sulle attività turistiche e culturali sono avvenute attraverso auto-compilazione da parte delle imprese.



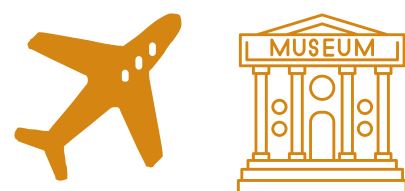
Indagine sui visitatori
550 interviste



Indagine sugli espositori
42 interviste

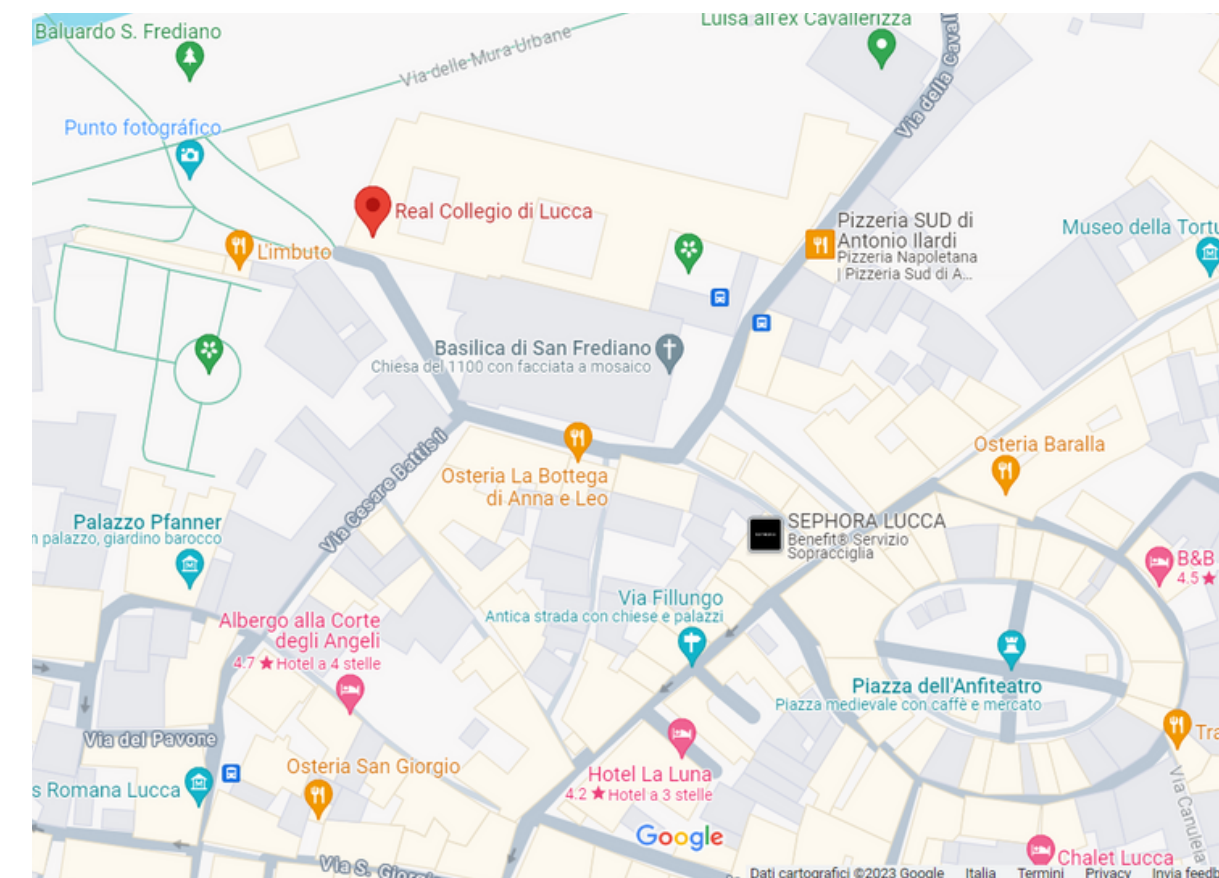


Indagine sulle attività commerciali e di somministrazione
59 interviste



Indagine sulle attività turistiche e culturali
36 interviste

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





Impatto economico di circa 1,8 milioni €, 10 volte investimento camerale

- Il Desco ha prodotto quest'anno un **impatto di 1,760 milioni di euro**, a fronte di una spesa della Camera di Commercio di 167 mila, generando quindi un **moltiplicatore pari a 10,5 volte** l'investimento camerale.
- Utilizzando la stessa metodologia, per l'edizione 2022 l'impatto diretto era stimato in 944 mila euro, a fronte di un investimento della Camera di 85 mila.

Stime impatto economico de Il Desco 2023

Valori (in 000 €)

IMPATTO DIRETTO

1.760,5

Investimento Camera di Commercio TNO

167,2

Investimento Produttori (compresa spesa di partecipazione al Desco)

110,8

Spesa visitatori

1.482,5

MOLTIPLICATORE DELL'INVESTIMENTO CAMERALE

10,5



Quasi 160 mila euro di impatto aggiuntivo sulle attività economiche

- Nell'attivazione economica diretta, la componente più importante è rappresentata dalla **spesa dei visitatori**: nelle 5 giornate della manifestazione, i visitatori sono stati **28.600**, presenze rilevate dal sensore posto all'entrata del Real Collegio. La **spesa** sostenuta dai visitatori è stata in media di **51,8 € pro-capite per ogni giorno** della manifestazione, per un **totale di 1.482 mila €**.
- A questa spesa, deve essere aggiunto l'**investimento per l'organizzazione**, che comprende l'allestimento degli stand, le utenze, l'ospitalità degli invitati, i costi del personale e del materiale promozionale, etc. La cifra investita dalla Camera di Commercio è stata di **167,2 mila €**.
- Il terzo contributo di attivazione diretta è fornito dalla **spesa degli espositori** per partecipare al Desco. La somma è data dalle spese per l'acquisto di beni e personale, stimata in 77mila €, e da quella per l'utilizzo degli stand, quasi 34 mila €, per un totale di quasi **111 mila €**.
- L'attivazione diretta ha prodotto, inoltre, un **ricavo aggiuntivo** per le attività economiche del commercio e della somministrazione stimato in quasi **160 mila €**, di cui 68 mila per le attività commerciali e 91 mila per la somministrazione.

IMPATTO AGGIUNTIVO SU ATTIVITA' ECONOMICHE **158,8**

Ricavi aggiuntivi generati da Il Desco su attività economiche

<i>Attività commerciali</i>	67,6
<i>Attività di somministrazione</i>	91,2

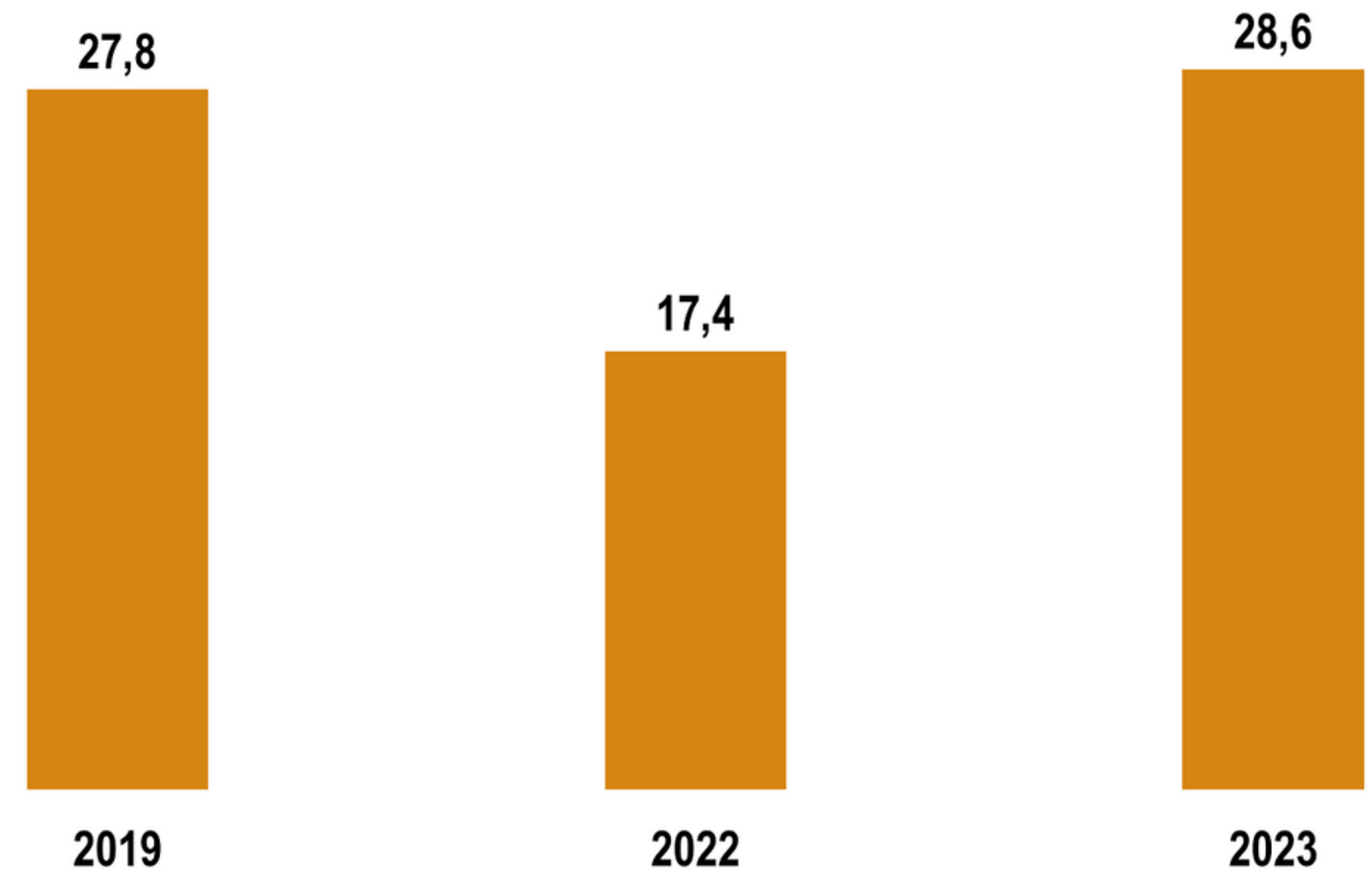




Edizione 2023 con record anche per i visitatori

- Il **Desco 2023** può essere archiviato come un'**edizione record** per numero di visitatori, avendo superato persino quella del 2019 che aveva solo sfiorato le 28 mila presenze.
- L'edizione 2019 aveva addirittura una giornata in più (il venerdì del primo week end) e un numero di espositori maggiore (58) rispetto a quella di quest'anno (53), dislocati sui due piani del Real Collegio.
- Anche il confronto tra l'ultima edizione e quella del 2022 è poco significativo, ma va anche precisato che lo scorso anno le giornate di attività erano state 4 (un venerdì in meno), gli espositori erano meno e collocati solo al piano terra, e quell'edizione ha rappresentato sostanzialmente l'anno zero, dopo il fermo per Covid.

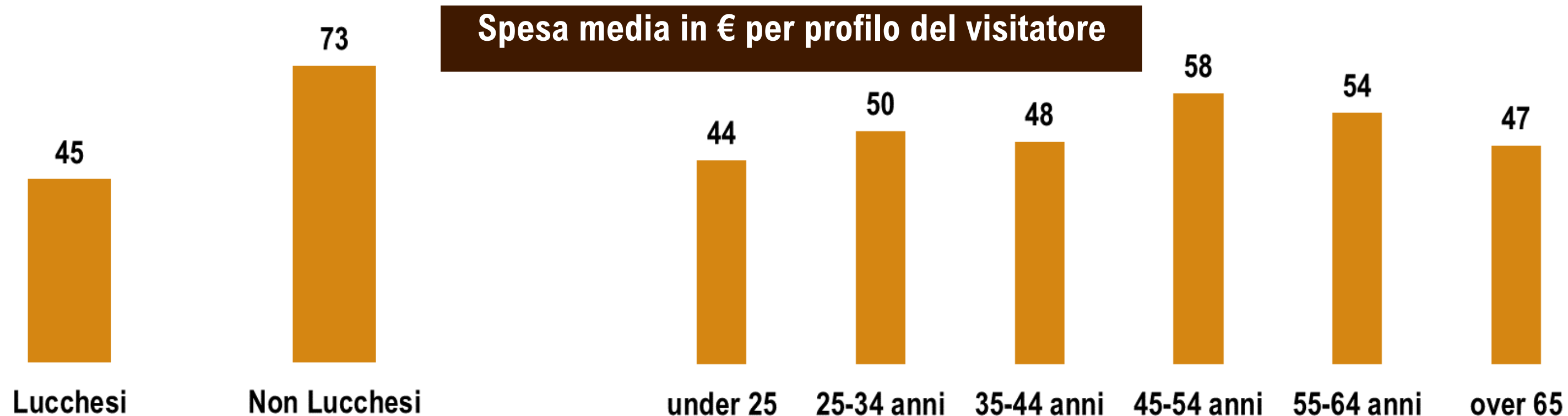
Gli ingressi al Desco prima e dopo il Covid
(valori in migliaia di unità)





Spesa dei visitatori: 52€ al giorno, non locali 73€, lucchesi 45€

- Per questa edizione i visitatori hanno speso in media ogni giorno circa **52 euro**, a fronte dei 48 euro dello scorso anno. Questo valore è diverso a seconda della tipologia di visitatore.
- Una prima distinzione rilevante è legata alla provenienza, in quanto, *manifestum est*, l'origine del visitatore condiziona la spesa: i residenti della città di Lucca hanno speso 38 euro, quelli delle altre aree della provincia 46 euro, i “non locali” 73 euro. Il visitatore dalle altre province toscane ha speso circa 70 euro, quello proveniente da altre regioni quasi 90 euro, lo straniero oltre 120 euro.
- La seconda distinzione, anche se meno marcata, è legata all'età: col suo crescere tende ad aumentare anche la capacità di spesa, almeno fino alle fasce centrali, dove raggiunge il picco di quasi 60 euro (nella coorte 45-54 anni), per ridiscendere progressivamente nelle coorti più anziane, a sottolineare potere d'acquisto e bisogni diversificati.

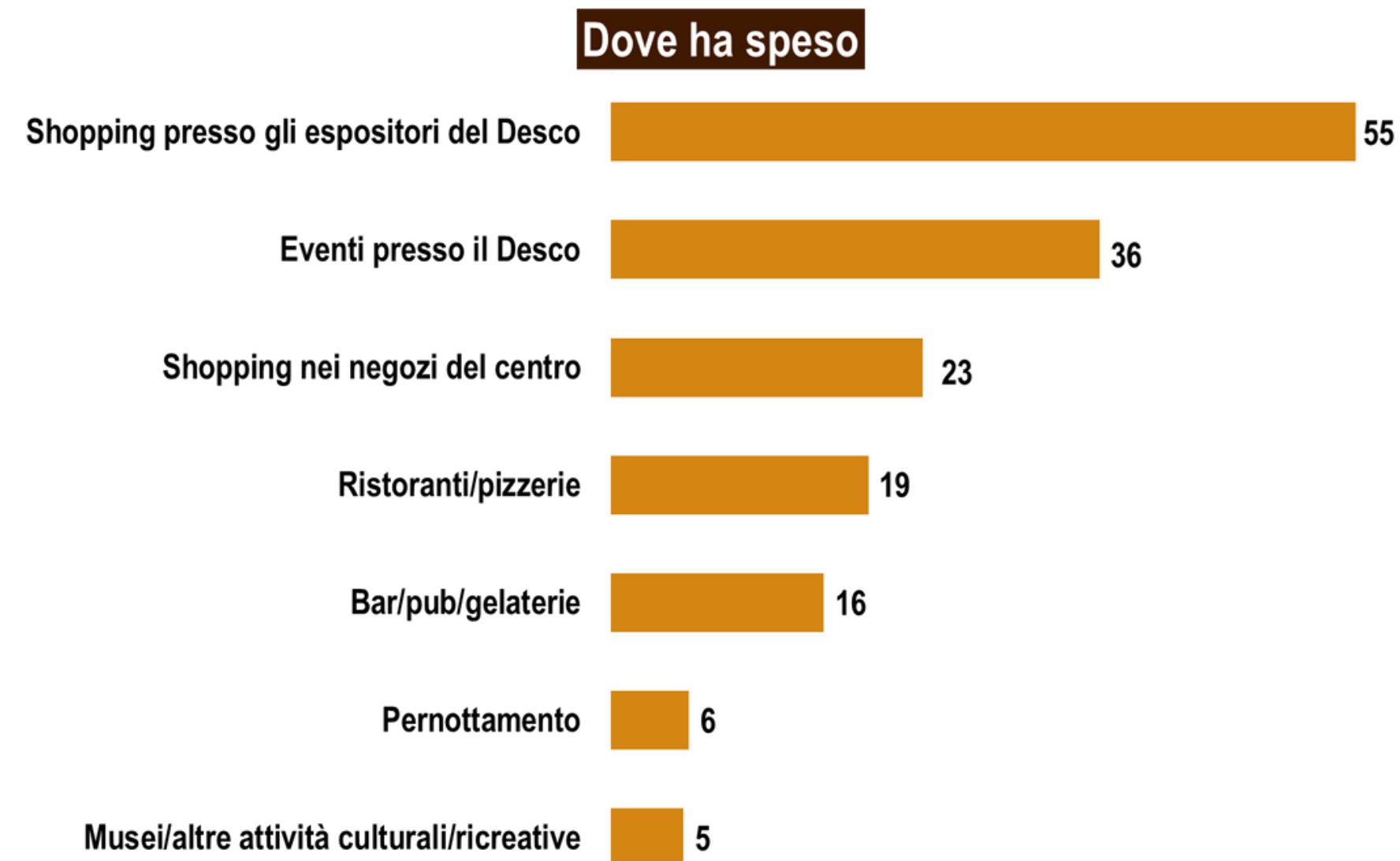




Il 55% ha speso al Desco, il 23% in negozi e il 19% in ristoranti locali

- Rispetto alla qualifica della spesa sostenuta, l'indagine evidenzia i seguenti elementi:

1. il 55% dei rispondenti ha effettuato acquisti presso gli stand del Desco e quasi il 40% ha partecipato ad eventi realizzati al Real Collegio (masterclass, laboratori, showcooking, talk, etc);
2. il 23% ha fatto shopping presso i negozi del centro;
3. il 19% ha pranzato o cenato nei ristoranti e pizzerie della zona e il 16% presso i bar;
4. il 6% ha dichiarato di aver pernottato in zona;
5. il 5% ha colto l'occasione per visitare musei o iniziative culturali e ricreative della città.





PROFILO DEI VISITATORI



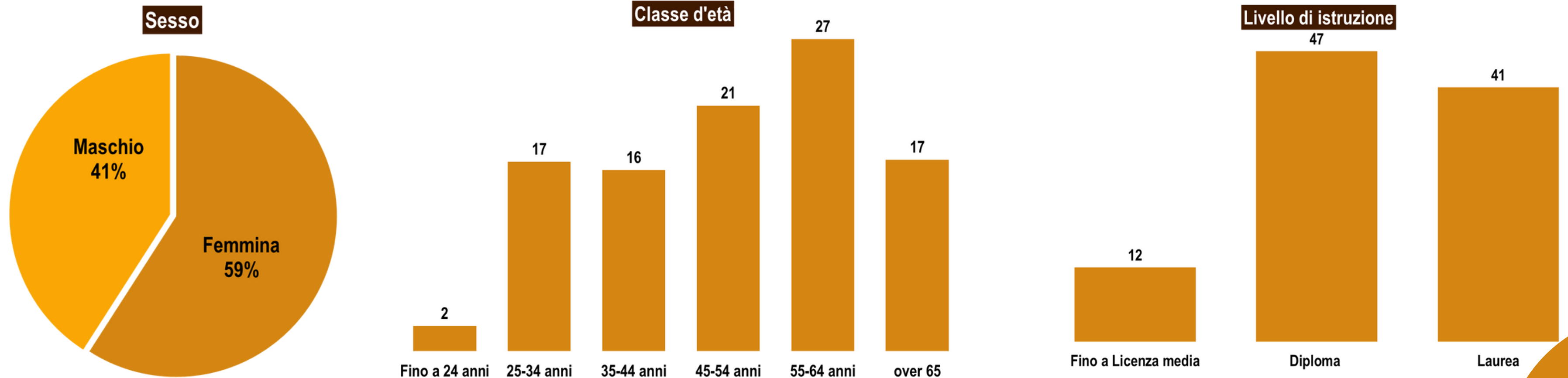
Età media attorno ai 50 anni, solo 1/3 under 45. Alta presenza femminile

- Lo studio non si è limitato a quantificare la stima economica della manifestazione, ma ha cercato di offrire **spunti di natura qualitativa** su aspetti importanti di chi l'ha frequentata.

1. **Pubblico** prevalentemente **femminile** (59%).

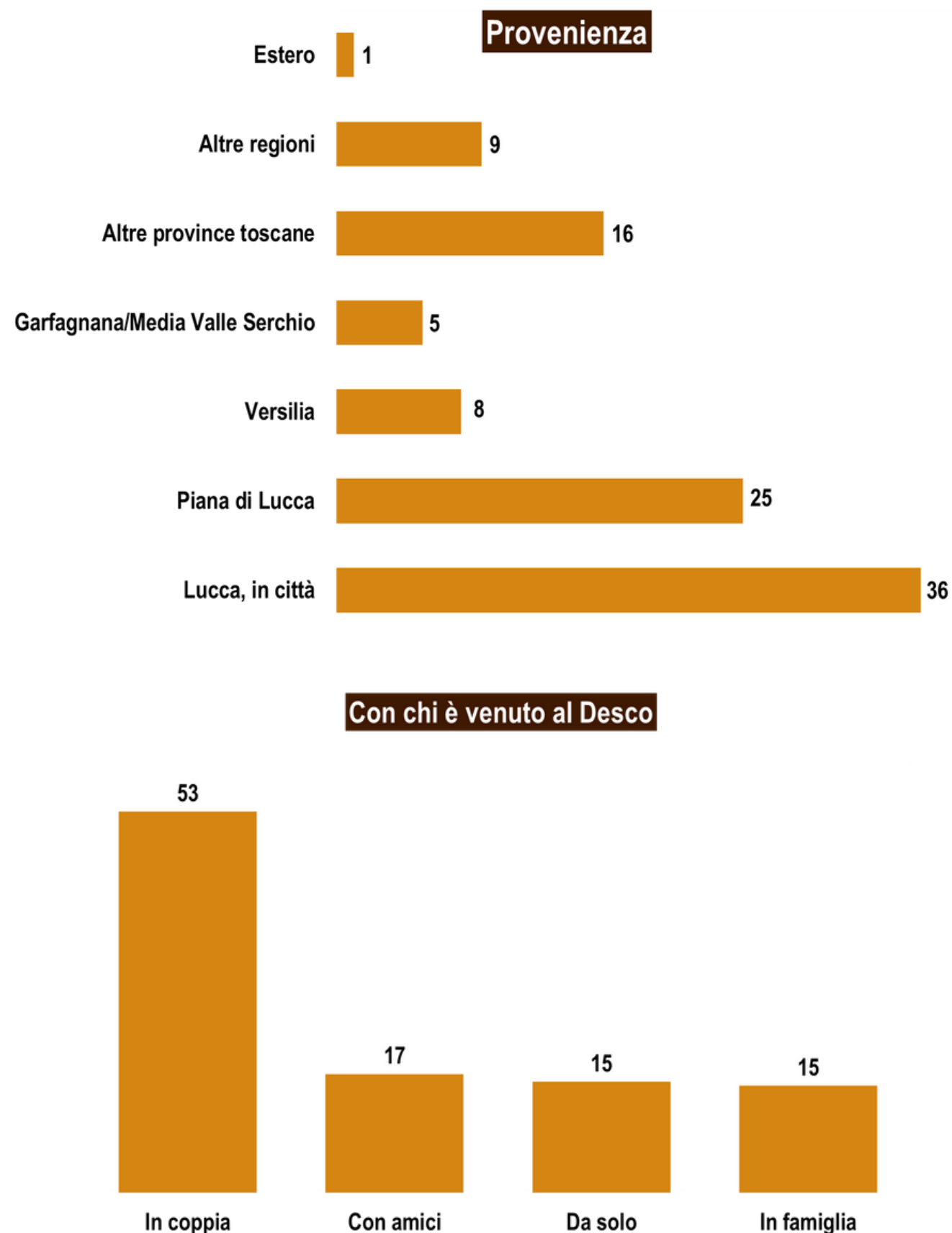
2. La mostra mercato riesce ad essere abbastanza trasversale ed attrattiva per tutte le età, con una quota più elevata di **popolazione adulta**, per una media di circa 50 anni: “solo” il 35% dei visitatori ha infatti meno di 45 anni, indicazione interessante per capire la penetrazione in una fascia di clientela solitamente ostica a manifestazioni identitarie e promozionali, più attrattive per adulti e anziani. Gli over 45 rappresentano l'altro 65% del campione.

3. **Elevato livello culturale**, con un 41% di visitatori in possesso di laurea e un 47% con diploma superiore.





Il 74% viene dalla provincia di Lucca. 2/3 viene in coppia o con famiglia



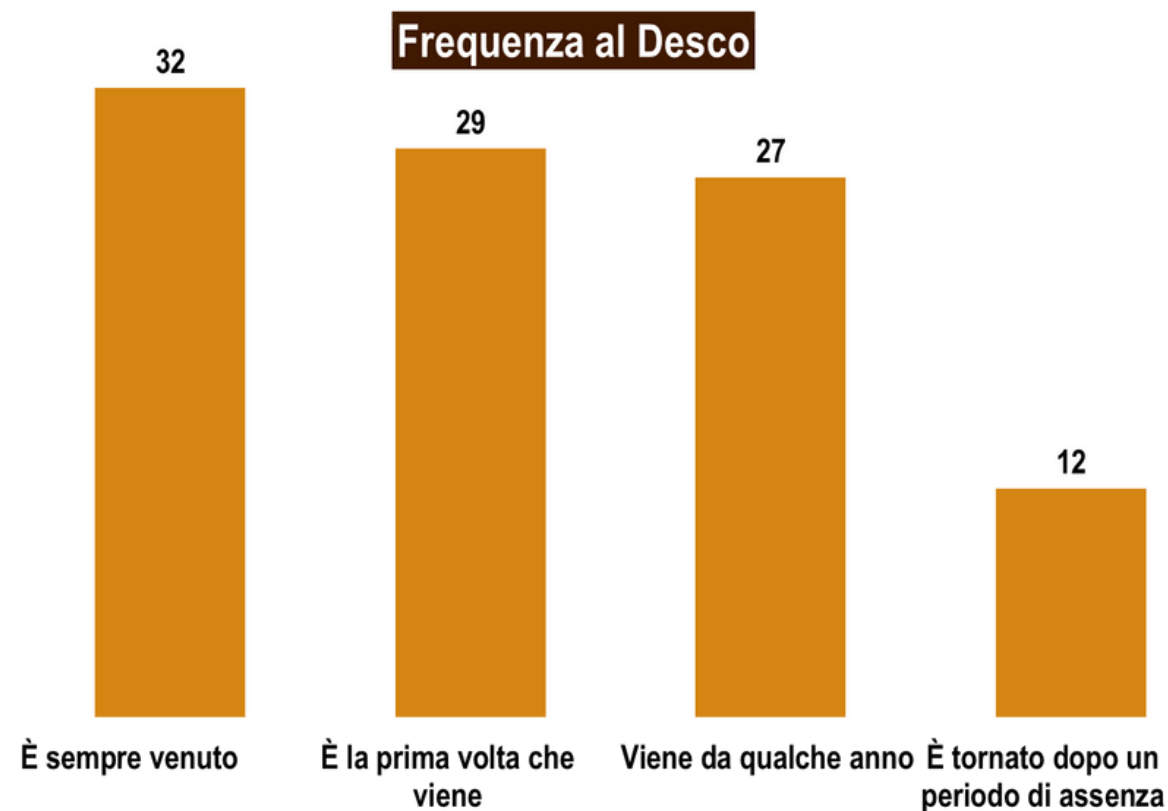
- Il **bacino di origine** del visitatore tipo si colloca all'interno di **Lucca e provincia**, da dove proviene nel 74% degli intervistati. Il 36% arriva dalla città delle mura. Ciò identifica una domanda di Desco prettamente locale, slegata dalla fruizione a fini turistici.
- I visitatori provenienti dalle altre province toscane rappresentano il 16% (l'87% dei quali viene dall'area Pisa-Livorno-Pistoia-Firenze) e colgono la domanda di un turista di giornata che comunque genera buone ricadute economiche. Il 9% proviene da altre regioni, mentre, dalla nostra rilevazione, è scarsa la presenza degli stranieri.
- Nel secondo week-end (anche per il ponte festivo) i non locali sono arrivati a rappresentare il 33% dei visitatori, contro il 17% del primo fine settimana.
- In termini di "modalità di visita", il gruppo principale risulta indiscutibilmente la "coppia", con il 53%. Se a questo si unisce il raggruppamento "famiglia", si arriva a definire oltre i 2/3 della presenza complessiva alla manifestazione. Il 17% dei visitatori appartiene a "gruppi di amici", target solitamente accumulato ad escursioni programmate del fine settimana, mentre il visitatore che arriva a Lucca "da solo" rappresenta il 15%.



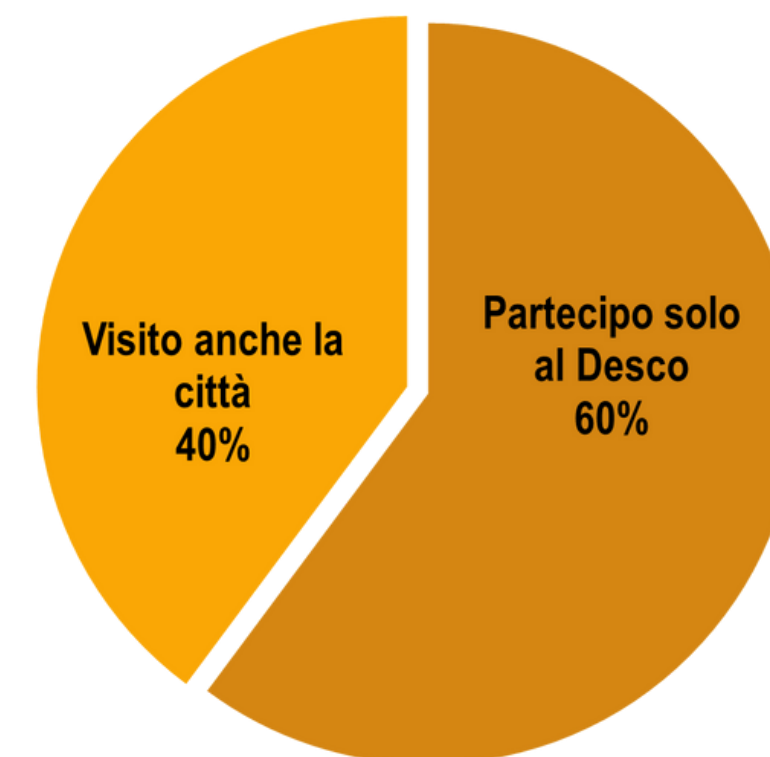


1 su 3 viene al Desco da sempre (1 su 2 è di Lucca). Il 30% è la prima volta

- Il Desco ha una **nicchia di pubblico molto fidelizzata**, visto che il 71% è già venuto nelle edizioni precedenti. Da segnalare, in particolare, come quasi la metà di questi siano utenti affezionati alla manifestazione, in quanto dicono di non essersi mai persi un'edizione tra le 18 realizzate. E' particolarmente fidelizzato il pubblico di Lucca e provincia: l'84% era già venuto in precedenza e addirittura chi abita in città dimostra di essere un abituale frequentatore della manifestazione, non avendo, in quasi il 50% dei casi, mai mancato ad una edizione. Viceversa, 2 non lucchesi su 3 sono alla loro prima partecipazione.
- Per i visitatori lucchesi l'esperienza al Desco si è tradotta prevalentemente nella sola partecipazione alla manifestazione. Per il 65% dei residenti fuori provincia, invece, la partecipazione all'evento è stata l'occasione anche per visitare le bellezze della città.



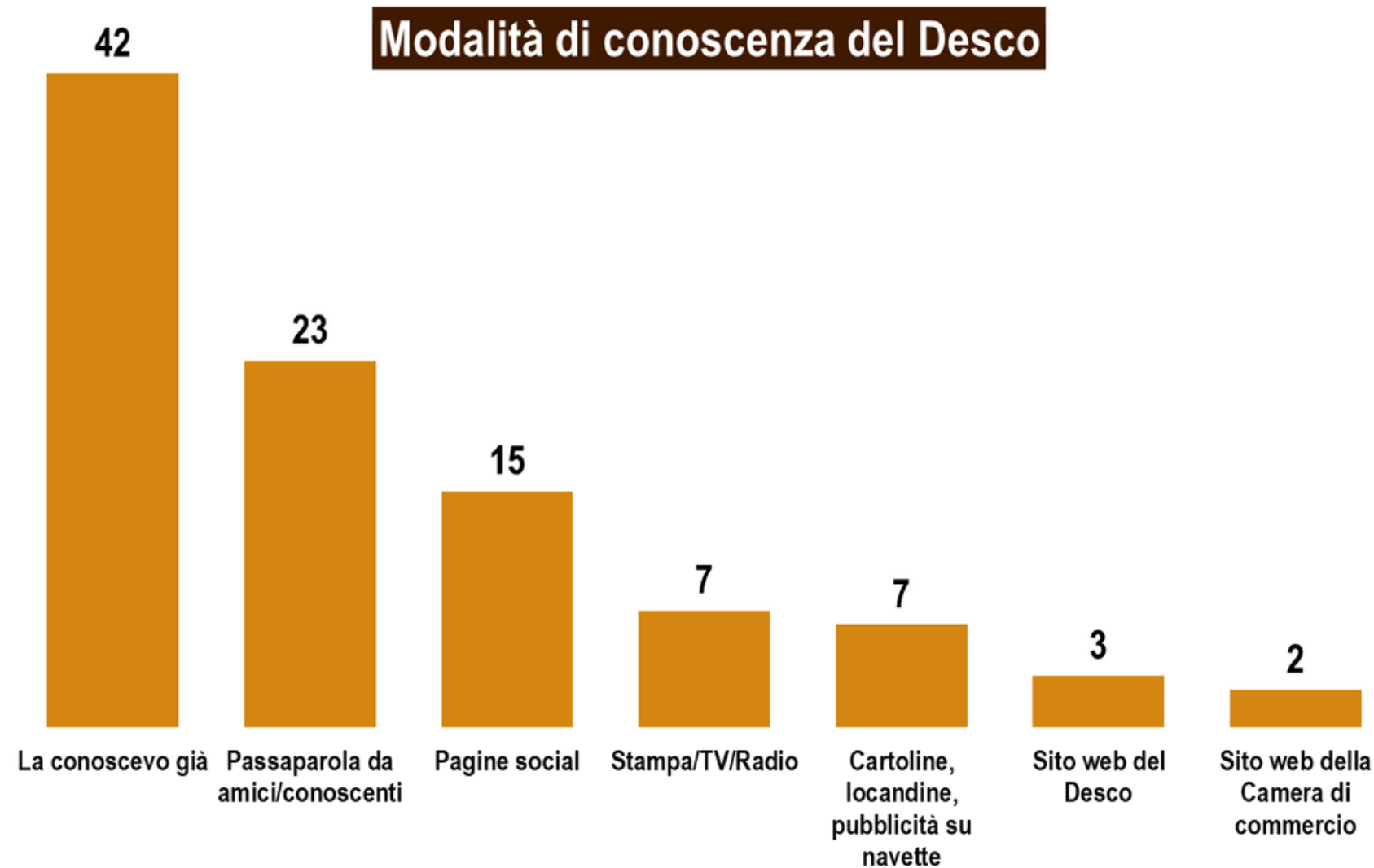
La sua esperienza di quest'anno è stata:





Il 42% conosce già l'evento, il 23% tramite passaparola, il 15% da social

- L'elevata fidelizzazione del pubblico ha influenzato, in qualche modo, anche le modalità di **conoscenza della manifestazione**, in quanto oltre il 40% dei visitatori sa che il Desco, ormai da anni, si svolge nel primo e nel secondo week-end di dicembre.
- La conoscenza della manifestazione avviene attraverso altri due strumenti: quello più tradizionale del passaparola che riguarda il 23% dei visitatori, e quello più moderno dei "social", che riguarda il 15%.



- Da segnalare che per gli under 45 gli strumenti più rilevanti di conoscenza sono stati il passaparola e i social, visto che nel complesso hanno raggiunto il 46% dei visitatori di quella fascia d'età, mentre la pregressa conoscenza ha riguardato il 34%.
- Per le fasce più adulte e anziane, invece, è accaduto il contrario, con all'estremo una popolazione over 65 che nel 55% dei casi non ha avuto bisogno di particolari canali di informazione, in quanto già conosceva la manifestazione, seguendola e visitandola da anni.





I 3 cluster individuati

Cluster 1: GLI ESPLORATORI INTERCONNESSI

39%

E' il gruppo più vivace e avventuroso, che ha partecipato soprattutto al secondo weekend. Questi visitatori non si sono accontentati di frequentare il Desco, ma hanno deciso di esplorare la città, approfittando anche del ponte festivo. Sono i veri esploratori, provenienti dalla Versilia, dalla Garfagnana e da fuori provincia, indistintamente maschi e femmine, che hanno portato con sé una miscela di giovinezza e maturità. Vengono da qualche anno, anche se non sempre, sono arrivati in coppia o con la famiglia ed hanno una forte presenza social. Sono quelli che hanno avuto la maggiore capacità di spesa (65€), hanno apprezzato la manifestazione, ma hanno mantenuto uno spirito critico, non essendo stati completamente conquistati dal Desco. Sono i più incerti se tornare. Questi partecipanti, tra i più istruiti, hanno conosciuto l'iniziativa attraverso il passaparola e Internet, dimostrando come le reti e la tecnologia possano connettere persone provenienti da luoghi lontani.

Cluster 2: I FEDELISSIMI DEL PRIMO WEEKEND

38%

E' un gruppo affezionato che preferisce percepire l'atmosfera magica del primo weekend dell'evento. Sono il cuore e l'anima storica della manifestazione, affezionati partecipanti che ritornano ogni anno con entusiasmo. Sono di Lucca e della Piana, radicati nella comunità e hanno principalmente tra i 25 e i 45 anni, con una forte presenza social, ma un livello di istruzione più basso rispetto agli altri gruppi. Hanno un attaccamento speciale al Desco, conoscono già l'evento senza bisogno di essere particolarmente informati. Questi partecipanti si immergono completamente nell'esperienza offerta dalla manifestazione, hanno una capacità di spesa di poco inferiore alla media (40€) e vengono per vivere in pieno la manifestazione e acquistare prodotti dagli espositori. La loro fedeltà è palpabile: sono sicuri di tornare anche alle prossime edizioni, poiché hanno sviluppato un legame speciale con il Desco nel corso degli anni. La loro elevata soddisfazione testimonia quanto sia importante per loro questa manifestazione, al punto da sentirsi quasi parte integrante dell'iniziativa.





I 3 cluster individuati



Cluster 3: GLI AFFEZIONATI

23%

E' un altro gruppo che viene sempre al Desco, provenendo principalmente dalla città di Lucca e dalle immediate vicinanze, e ha visitato la manifestazione soprattutto nel secondo weekend. Si tratta di persone più mature, prevalentemente donne e con un livello di istruzione medio-alto, che compiono la visita da sole o in coppia. Conoscono bene la manifestazione e non sono particolarmente "social". Spendono poco (32€) e solo per acquistare prodotti dagli espositori. Apprezzano la manifestazione ma senza particolari slanci: ritengono che sia rimasta identica al passato, torneranno nei prossimi anni, ma alcuni rimpiangono le edizioni precedenti. Gradirebbero che la manifestazione durasse di più o fosse ripetuta più volte l'anno.





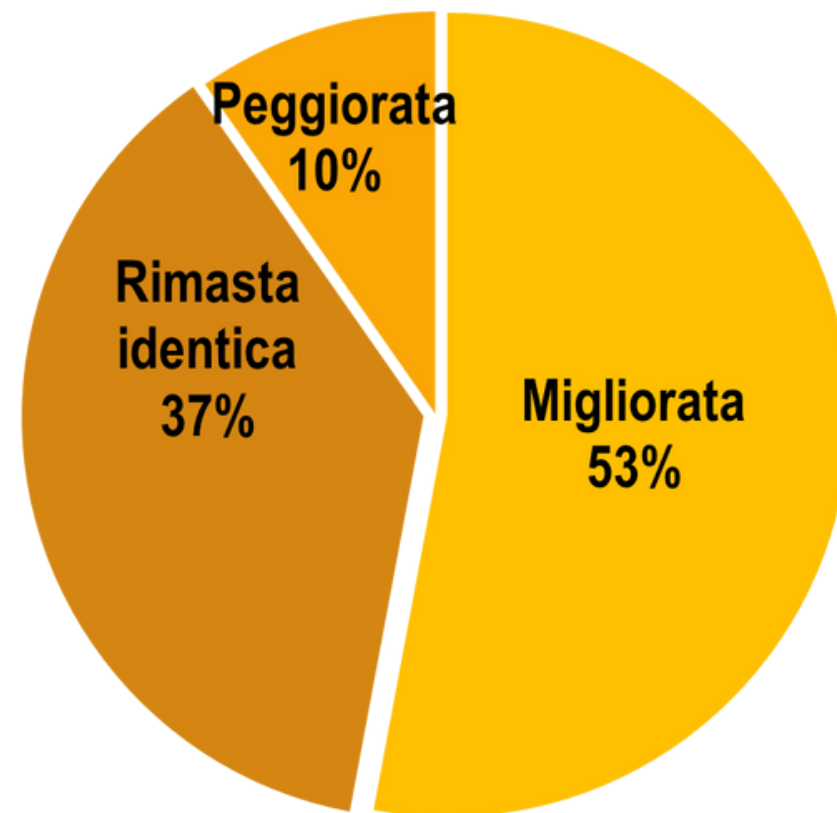
GRADIMENTO DEI VISITATORI



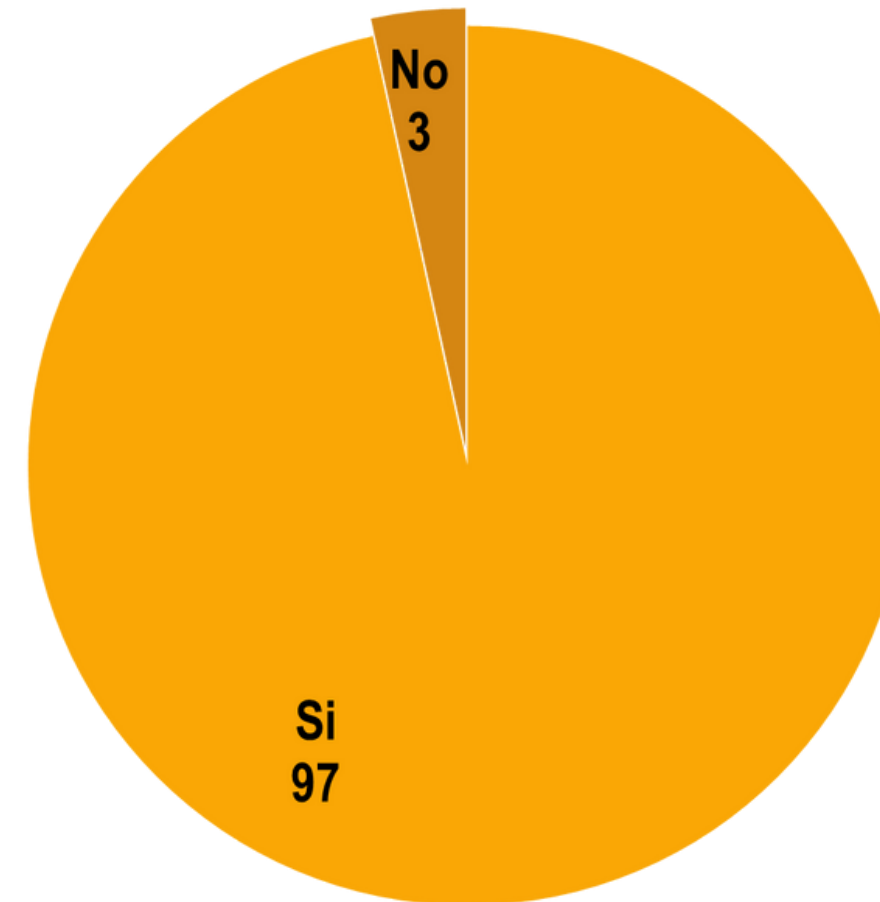
Il 53% considera migliorato il Desco. Quasi tutti torneranno nel 2024

- Per la **maggioranza** dei visitatori (53%), la **manifestazione** è **migliorata** rispetto agli anni precedenti. E' un primo ed inequivocabile segnale di apprezzamento per il lavoro fatto, un'indicazione che, unitamente al 37% che la dichiara "rimasta identica", limita al solo 10% la percentuale di visitatori che la considera peggiorata.
- La manifestazione funziona, è apprezzata, al punto tale che unanimemente i visitatori vogliono tornare al Desco anche il prossimo anno (97%).

Rispetto agli anni precedenti, la manifestazione è...



Tornerà al Desco il prossimo anno





Gradimento per la manifestazione a 8,3. Volto altissimo per location

- In termini di “**Soddisfazione**”, espressa attraverso il giudizio “scolastico” del visitatore per la manifestazione, non può che venire confermata l’eccellenza appena indicata dalle valutazioni qualitative. Il **gradimento è molto elevato**, con un voto medio che arriva all’8,3 (lo scorso anno era stato di 8,7). Non vi è distinzione nella valutazione tra lucchesi e non lucchesi, mentre una significativa differenza vi è tra (i tanti) che considerano la manifestazione migliorata (voto vicino al 9) e tra (i pochi) che la considerano peggiorata (voto inferiore al 7).

Valutazione della manifestazione da parte dei visitatori (voto medio)



- Il voto più elevato viene attribuito alla location (9,2) che è indistintamente apprezzata da tutti. La scelta dell’ambientazione è assolutamente azzeccata ed è riconosciuta come tale anche da parte di coloro che vorrebbero estendere la manifestazione in tutta la città.
- Voto alto anche per i servizi di accoglienza e cura del visitatore (8,3) offerti dall’organizzazione.
- Giudicata altrettanto buona la qualità degli espositori (8,2), mentre una più velata critica riguarda la comunicazione della manifestazione, anche se siamo pur sempre al 7,5. Si tratta, in quest’ultimo caso, di una criticità sollevata anche dagli operatori, che sottolinea, in particolare, la mancanza di un’informazione adeguata del Desco all’interno della città.





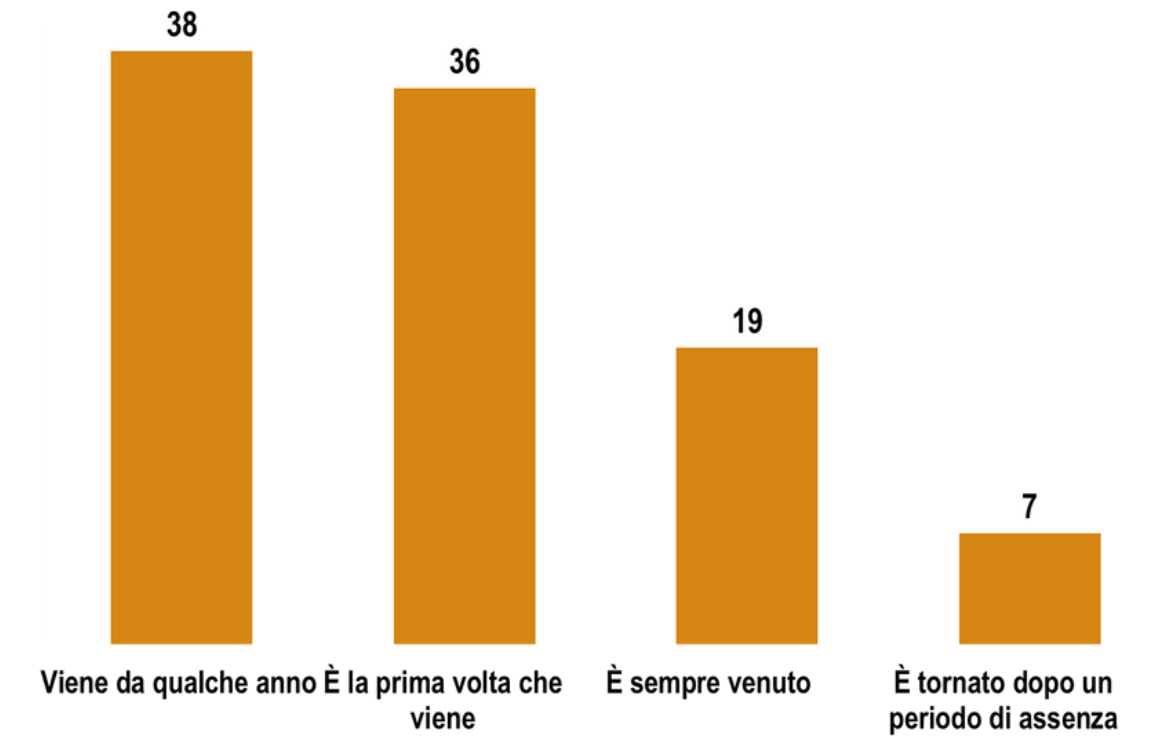
VISIONE E GRADIMENTO DEGLI ESPOSITORI



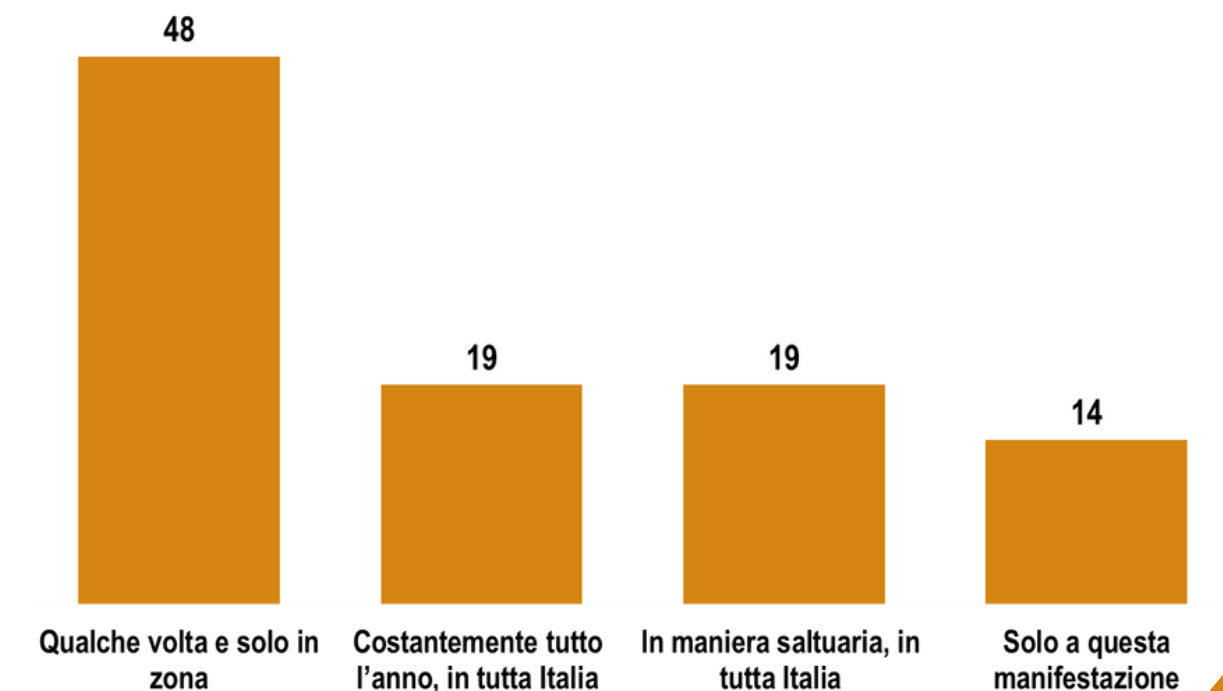
36% sono nuovi espositori; 86% partecipa anche ad altre iniziative simili

- L'edizione di quest'anno ha visto la partecipazione di 53 espositori, che, a differenza dell'anno passato, sono stati posti sui due piani del Real Collegio.
- Circa il **20%** si possono considerare **espositori "storici"**, avendo partecipato a tutte le 18 edizioni, ai quali vanno aggiunti un altro 38% che prende parte al Desco da ormai qualche anno.
- Ma la novità 2023 è rappresentata da un **alto tasso di new entry (36%)**: si tratta per la gran parte, di operatori delle province di Pisa e Massa-Carrara, in quanto territori di competenza della nuova Camera di Commercio (oltre a Lucca).
- In generale, sono espositori prevalentemente abituati a partecipare ad eventi di questo genere: il 38% partecipa, più o meno costantemente, a manifestazioni che si svolgono in tutta Italia, il 48% a quelle in zona. Solo il 14% si limita ad esporre al Desco.

In qualità di espositore, al Desco...



In qualità di espositore, partecipa a manifestazioni come il Desco?

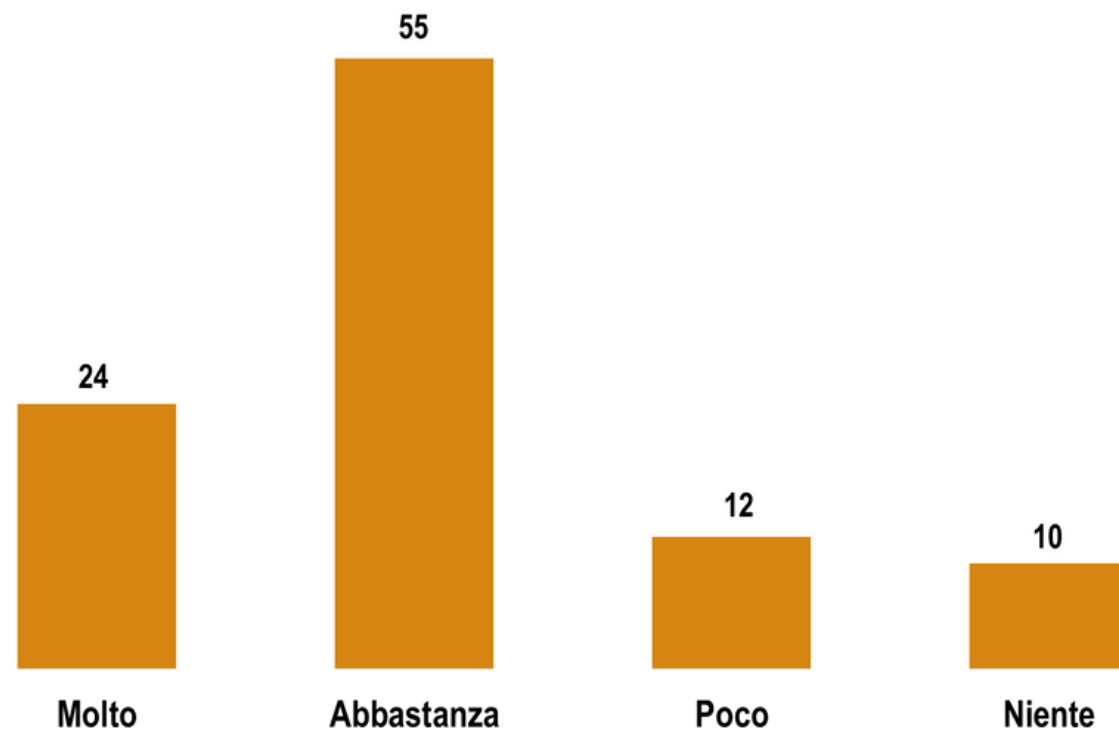




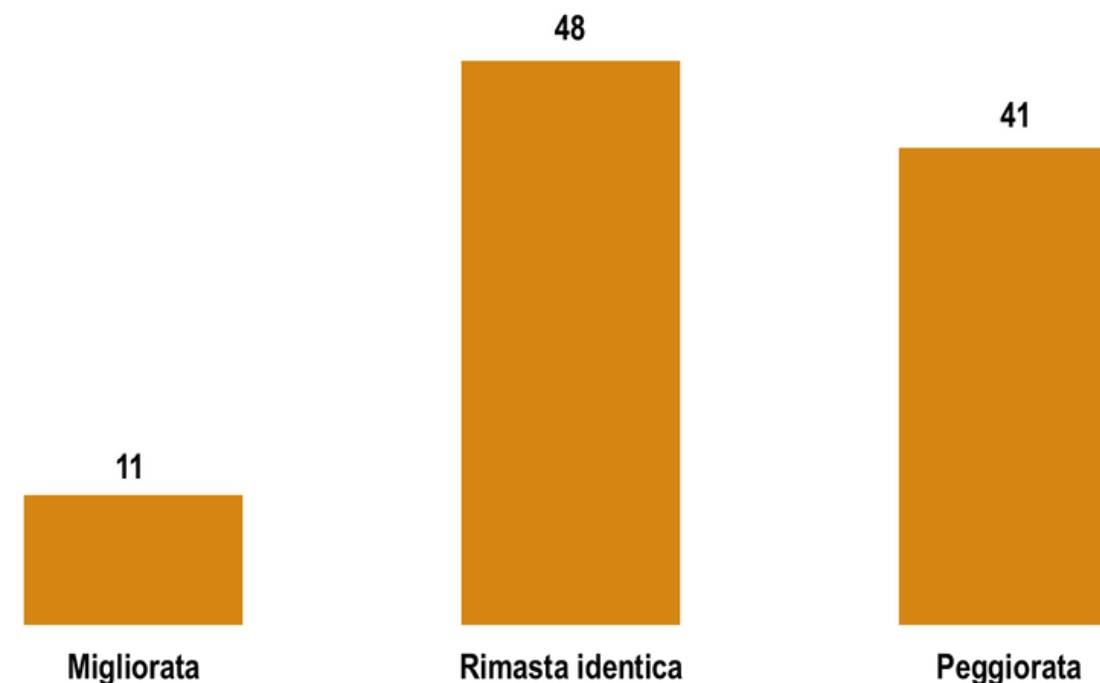
Espositori soddisfatti per i 5 gg di lavoro, meno per l'organizzazione

- Se in generale sul lavoro e gli incassi risultano essere mediamente soddisfatti, dato l'elevato afflusso di pubblico (la nostra indagine stima un ritorno pari ad oltre 2 volte l'investimento effettuato), al punto che il 55% si dichiara abbastanza appagato e il 24% molto soddisfatto dei 5 giorni di lavoro al Desco, sulla valutazione di questa edizione lo sono molto meno, in quanto il 41% degli operatori la considera peggiorata rispetto a quella degli anni passati, a fronte di un "solo" 11% che invece ha un'opinione contraria.
- Riguardo ai giudizi sulla manifestazione, gli **espositori di quest'anno hanno sollevato maggiori insoddisfazioni** rispetto all'anno passato, per tutta una serie di criticità che si sono palesate durante le 5 giornate.

E' soddisfatto dei 5 giorni di lavoro durante il Desco?



Rispetto agli anni precedenti, la manifestazione è...





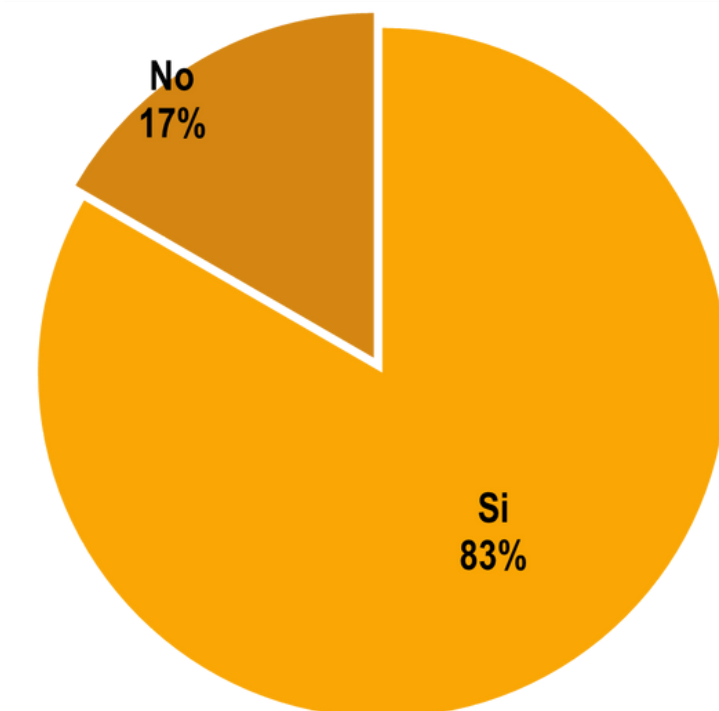
Valutazione inferiore a quella dello scorso anno (voto 6,7). L'83% tornerà

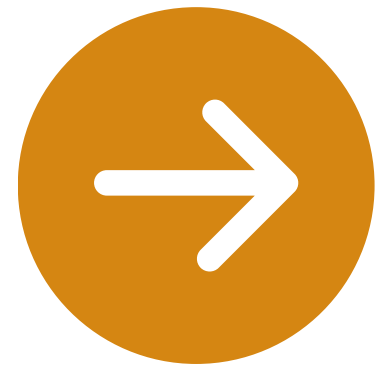
- Il giudizio meno soddisfacente dell'edizione di quest'anno viene confermato dalla **valutazione media** che, su questa edizione, rimane confinata in un **6,7**, mentre lo scorso anno sfiorava l'8,5.
- Se sulla qualità della location si registra unanimemente un consenso elevato (8,6), le critiche mosse dagli espositori riguardano in particolare la comunicazione (a cui viene dato un voto appena sufficiente). Tuttavia, anche sui servizi di accoglienza e cura e sulla qualità della manifestazione si annotano maggiori riserve rispetto all'edizione 2022, con valutazioni non superiori al 7,5.
- Nonostante qualche criticità per l'organizzazione, va rilevato tuttavia come l'83% degli espositori si sia dichiarato **disponibile a tornare ad esporre al Desco il prossimo anno**, a dimostrazione di un evento che, per i numeri che genera, viene considerato da molti come un punto di riferimento importante, almeno nell'ambito delle manifestazioni di settore svolte in zona, al quale non si può mancare.

Valutazione della manifestazione da parte degli espositori (voto medio)



Tornerà il prossimo anno ad esporre al Desco





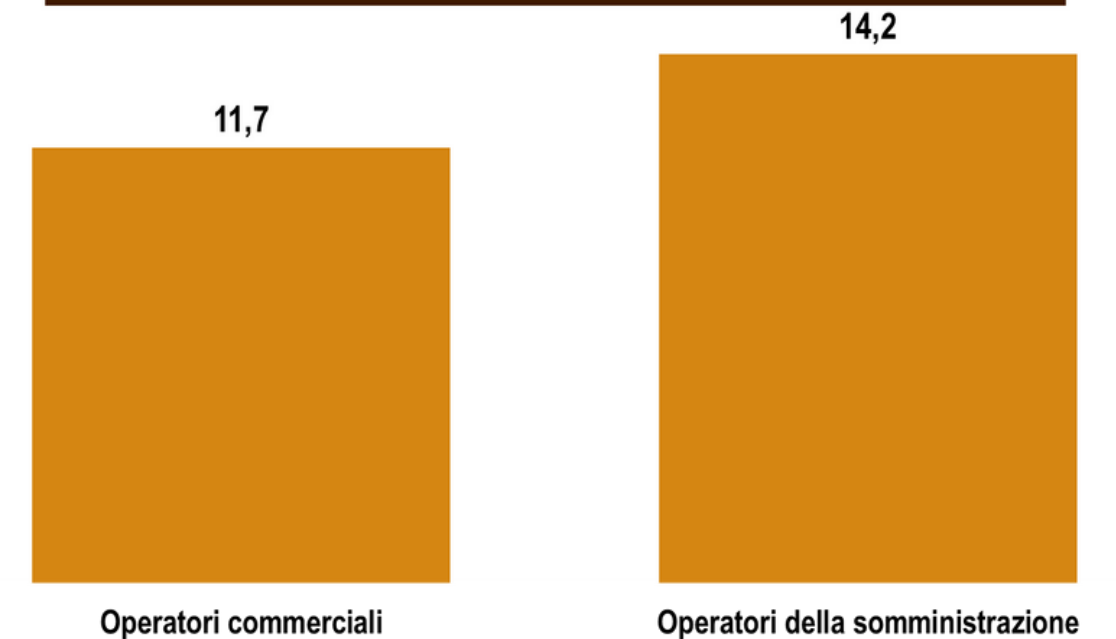
VISIONE E GRADIMENTO DEGLI OPERATORI ECONOMICI



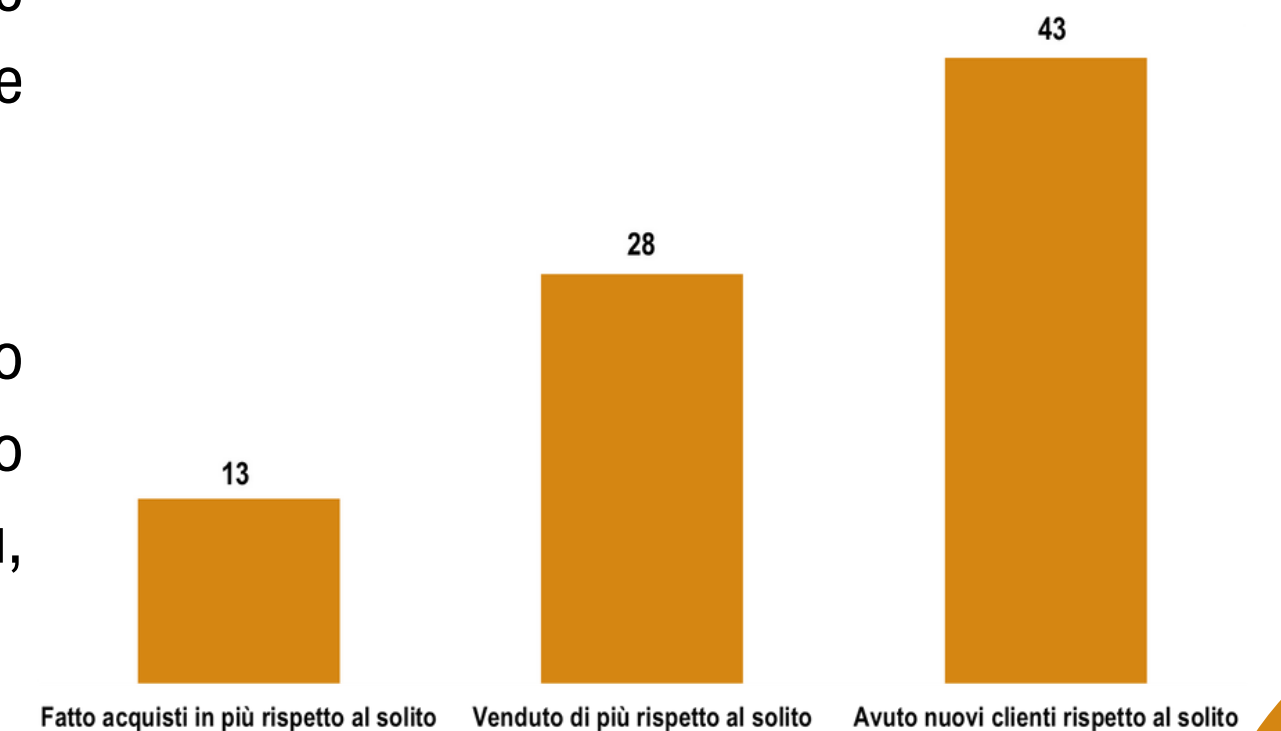
Cresce il fatturato di commercio e somministrazione durante il Desco

- Le indagini ci consentono anche di affermare che durante le 5 giornate della manifestazione, i commercianti e ristoratori della zona hanno avuto **benefici positivi sui loro fatturati** (alimentati anche dal periodo natalizio) che sono stati stimati in una crescita complessiva del giro d'affari del +12% per i commercianti e del +14% per la ristorazione, rispetto ad un normale fine settimana di stagione.
- Andamento che non si è stati in grado di stimare puntualmente per le attività turistiche e culturali, data una significatività campionaria più bassa. La rilevazione condotta su questo settore offre comunque spunti di carattere qualitativo che sembrano indicare un periodo pre-natalizio non propriamente soddisfacente, in termini di flussi di presenze, soprattutto per le attività turistiche dislocate fuori dalle mura, che sembrano accusare maggiormente il calo delle presenze italiane.
- Gli operatori commerciali e della somministrazione hanno evidenziato diffusamente anche altri aspetti positivi: nel periodo del Desco, il 43% ha potuto notare clienti nuovi rispetto all'ordinario e il 28% delle attività ha venduto di più, al punto tale che il 13% ha dovuto farvi fronte con nuovi acquisti.

Per gli operatori commerciali -> Stima dell'andamento del fatturato nei 55 gg del Desco, rispetto ad un normale fine settimana



Per gli operatori commerciali -> Nei 5 giorni del Desco, ha:

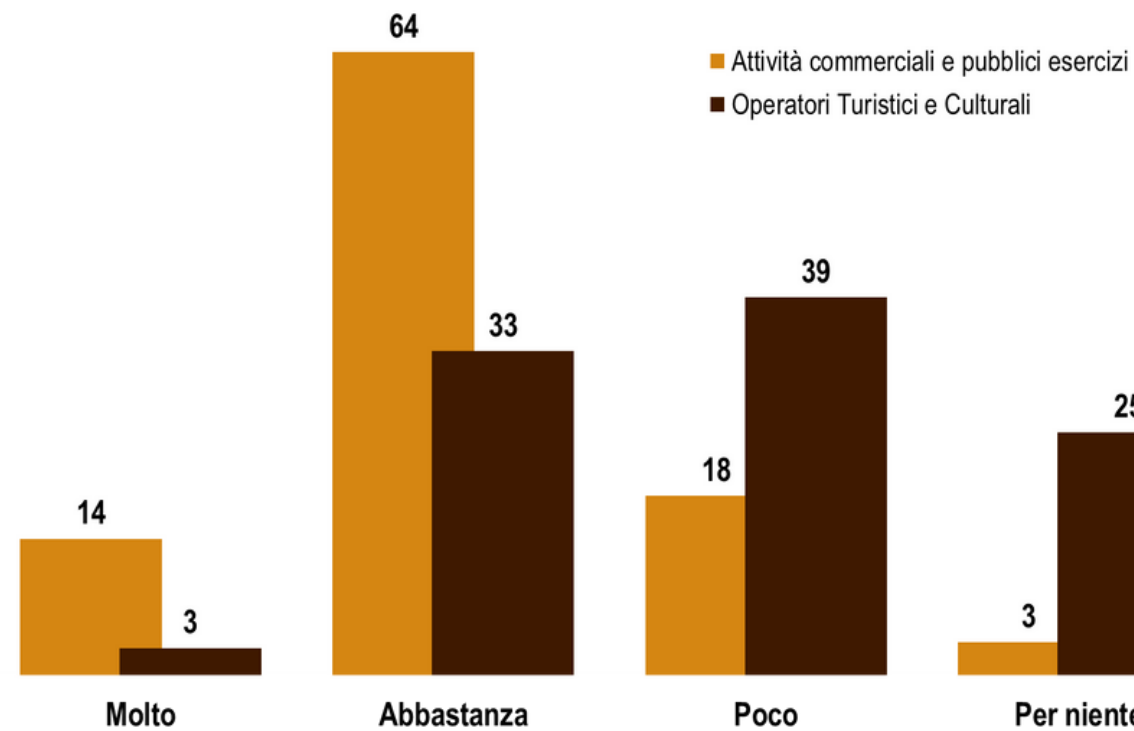




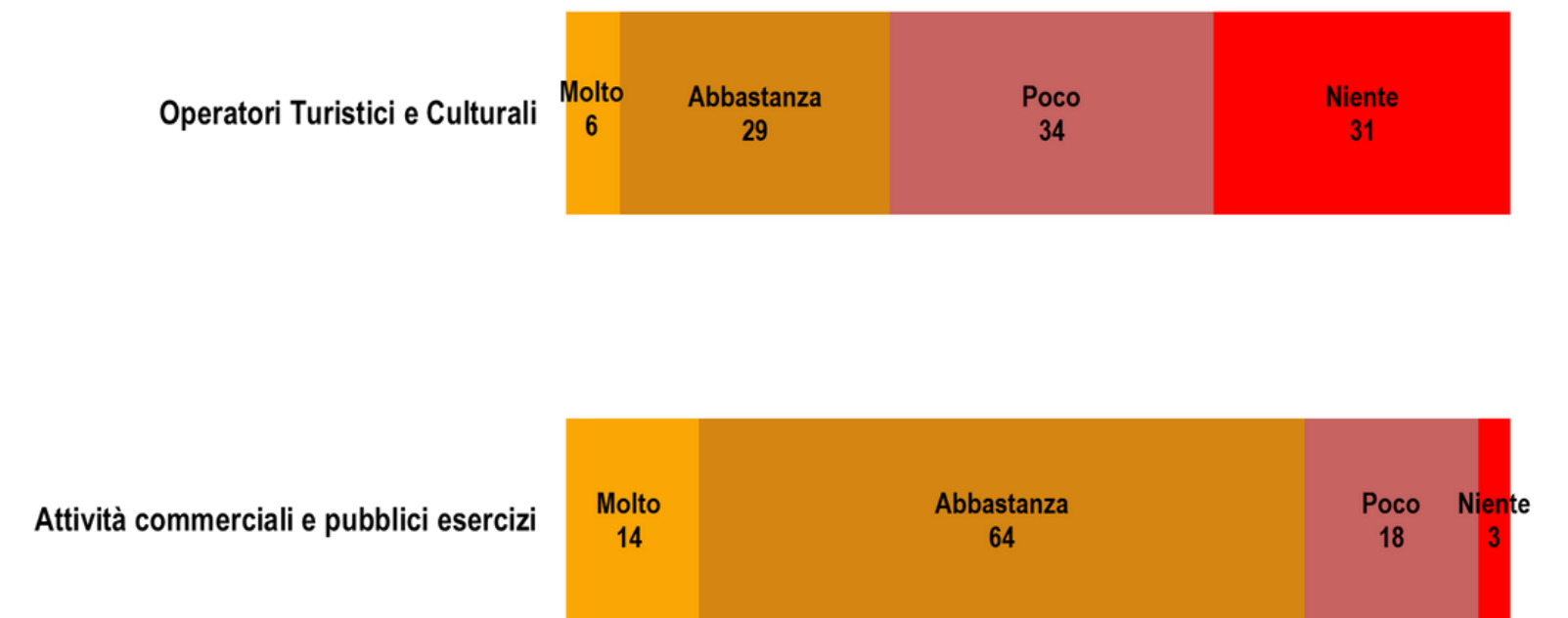
Op. commerciali soddisfatti nei 5gg del Desco, op. turistici no

- Riguardo al **ruolo** che viene attribuito al Desco sull'**economia della città** vi sono divergenze particolarmente significative tra gli operatori commerciali e quelli turistici: il 78% dei commercianti e ristoratori della zona, infatti, lo considera positivo; viceversa, il 64% degli operatori turistici e culturali non attribuiscono alla manifestazione una funzione particolare sulle dinamiche economiche di Lucca (nonché sulle loro attività).
- Anche i livelli di soddisfazione rispetto al lavoro svolto durante il Desco ripropongono considerazioni analoghe: il 65% degli operatori turistici e culturali non si ritiene soddisfatto dell'attività nei due primi week-end di dicembre, mentre è soddisfatto il 78% delle attività commerciali e dei pubblici esercizi.

Lei ritiene che il Desco incida sull'economia della città?



E' soddisfatto dei 5 giorni di lavoro durante il Desco?

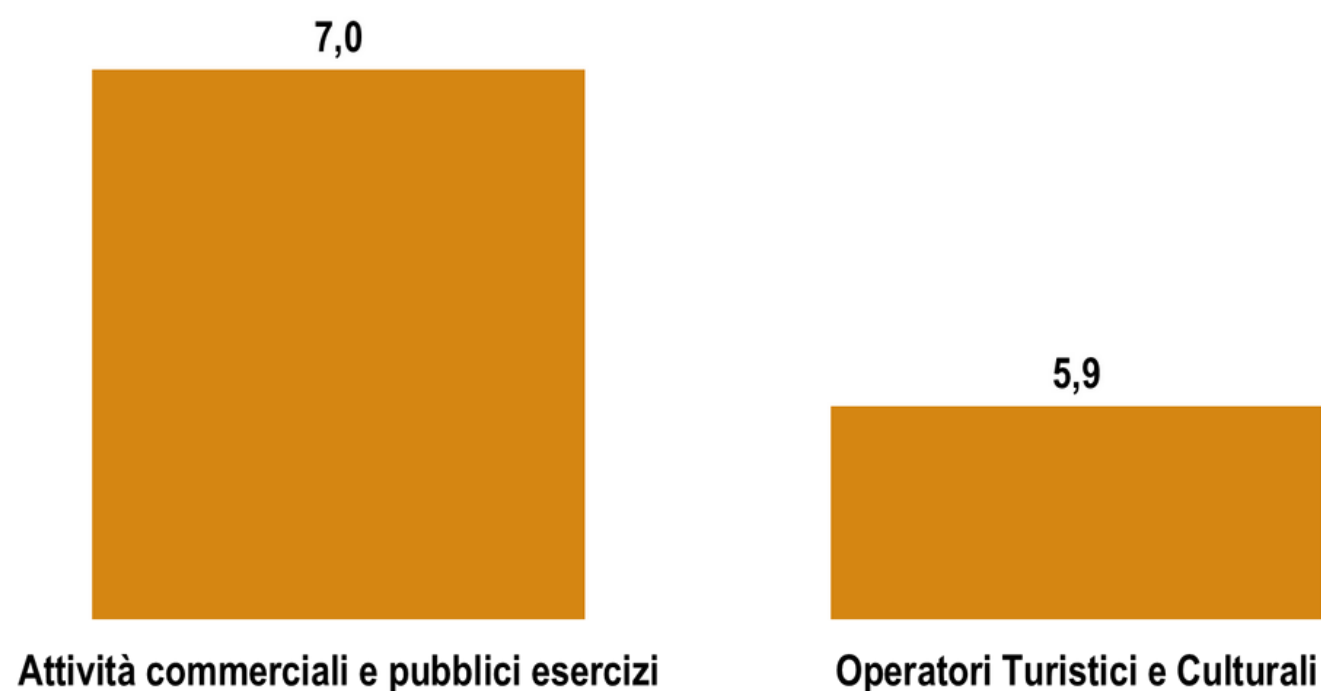




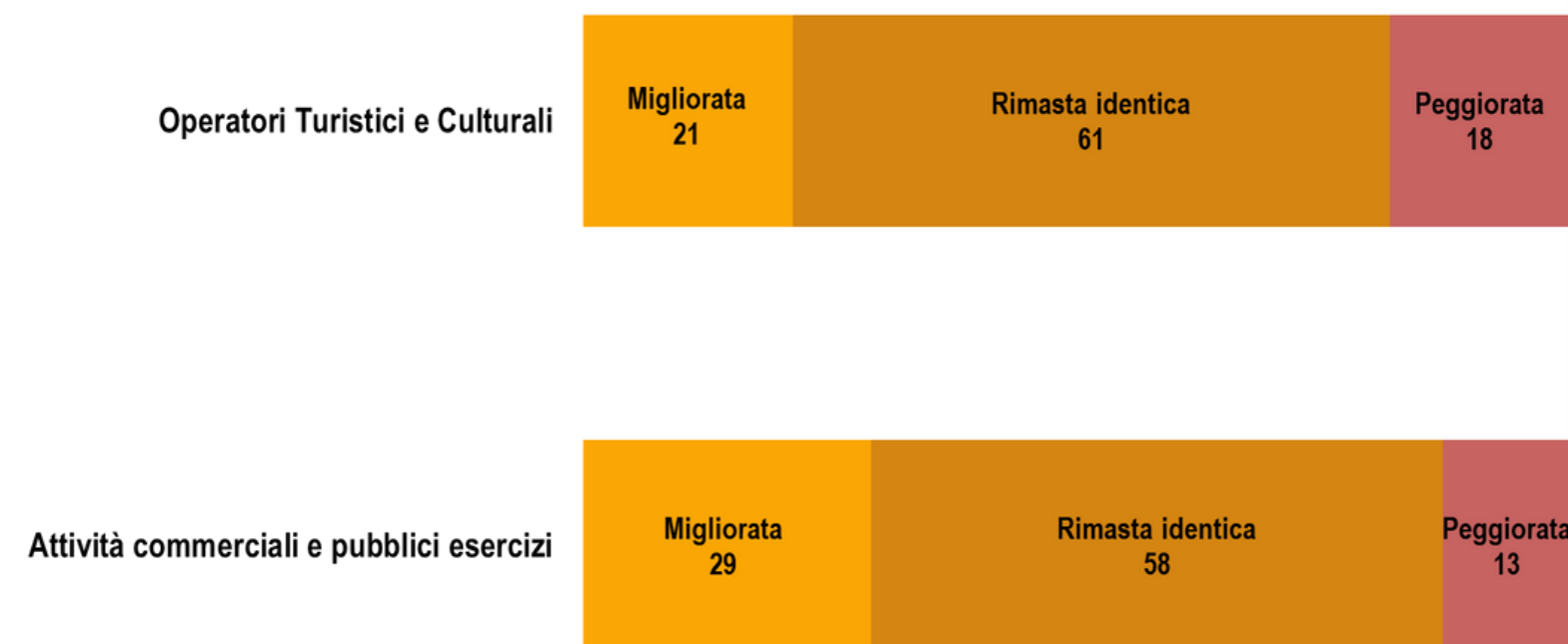
Gli op. commerciali danno 7 al Desco 2023, quelli turistico-culturali 6-

- Questa diversa visione tra operatori continua a permanere anche sui giudizi relativi all'edizione del Desco di quest'anno.
- Tra i **commercianti e ristoratori** prevale infatti una **valutazione più positiva**, espressa sia in termini di voto medio (7,0), sia riguardo al miglioramento della manifestazione rispetto agli anni passati - che risulta un'opinione più diffusa, se raffrontata anche con coloro che hanno una visione opposta. Tuttavia, come visto per i produttori, anche per le attività commerciali e dei pubblici esercizi il voto dato all'edizione 2023 risulta essere inferiore a quello espresso l'anno passato (a cui avevano attribuito un 7,7).

Valutazione della manifestazione da parte degli operatori
(voto medio)



Rispetto agli anni precedenti, la manifestazione è...





Tutti i commercianti ritengono che vada ripetuto, si da 75% di op. turistici

- Per quanto riguarda il **giudizio degli operatori turistici e culturali**, l'opinione espressa sul Desco si può sintetizzare in un 6-, che dice molto sull'impatto che la manifestazione ha svolto nei loro confronti. Alcuni di loro segnalano, per esempio, come eventi quali Murabilia o Verde Mura (senza considerare le più importanti Lucca Comics e Summer Festival) generino un impatto maggiore sulle loro attività.
- Anche sulla qualità dell'edizione 2023, questi operatori registrano pochi miglioramenti rispetto agli anni passati: se un 21% la considera migliorata, il 18% la percepisce invece come peggiorata. L'opinione più diffusa tra questi è che non sia cambiata (61%), poiché probabilmente non è cambiata la loro percezione nell'impatto che ha nei confronti delle loro attività.

Il Desco deve essere ripetuto nei prossimi anni



- Sul ripetere la manifestazione nei prossimi anni, tra gli operatori commerciali e dei pubblici esercizi si registra una unanimità di consensi nel proseguire, situazione che invece non trova altrettanto convincimento tra gli operatori turistici e culturali, visto che vi è un 25% che sarebbe disposta a chiuderla.



CAMERA DI COMMERCIO
TOSCANA NORD-OVEST



ISTITUTO
STUDI E RICERCHE
CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

Il presente studio è stato svolto dall'Istituto di Studi e Ricerche e dall'Ufficio Studi, Statistiche e Infrastrutture della Camera di Commercio Toscana Nord-Ovest.

Si ringraziano sentitamente i docenti e gli studenti dell'ISI Pertini di Lucca per la rilevazione sui visitatori, sulle attività commerciali e sui pubblici esercizi presenti in città.

Istituto di Studi e Ricerche

Azienda speciale della Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest



0585-764470



azienda.speciale.isr@tno.camcom.it



www.isr-ms.it | https://tno.camcom.it



Il presente documento può essere distribuito, modificato, copiato, a condizione che venga menzionato l'autore dell'opera e il link al sito web da cui è stato tratto.



ILDESCO

**SAPORI E SAPERI
IN MOSTRA**

