



Camera di Commercio
Firenze



Osservatorio su imprese turistiche fiorentine e semplificazione amministrativa

A cura dell'Ufficio Statistica e Studi
della Camera di Commercio di Firenze

Ufficio Statistica e Studi - CCIAA Firenze

Il rapporto è stato realizzato da Marco Batazzi e Silvio Calandi, con la collaborazione del Comitato Tecnico Turismo e la UO Promozione

Si ringrazia le imprese che hanno partecipato all'indagine

*© Camera di Commercio di Firenze, novembre 2017
I contenuti possono essere riprodotti citando la fonte*

Indice

1.	Quadro generale e definizione dell'universo di riferimento	5
2.	Il campione di riferimento: definizione e inquadramento	5
3.	Le unità operative	7
4.	Ostacoli, sfide e altri aspetti inerenti la gestione aziendale.....	10
5.	Le valutazioni degli imprenditori.....	15
6.	Alcune riflessioni conclusive	16

1 *Quadro generale e definizione dell'universo di riferimento*

L'indagine ha preso avvio da un universo di riferimento costruito in modo "ragionato" e derivante dalla collaborazione tra ufficio promozione della CCIAA e associazioni di categoria. Sono state selezionate in questo modo 2mila e 738 imprese che non hanno più di 200 addetti, con attività operativa nel territorio della città metropolitana, le quali si distribuiscono prevalentemente tra affittacamere (professionali 21,4% e non professionali 17,5%) attività agrituristiche (21,5%), alberghi (18,4%) e case vacanza (14%).

	Valori assoluti	% su tot
Affittacamere	587	21%
Affittacamere non professionali	479	17%
Agriturismi	590	22%
Alberghi	504	18%
Aree di sosta	4	0%
Campeggi	16	1%
Casa per ferie	44	2%
Case Vacanze	384	14%
Ostelli	18	1%
Residence	40	1%
Residenze d'epoca	52	2%
Residenze Turistico Alberghiere	10	0%
Rifugi Alpini	8	0%
Stabilimenti balneari	1	0%
Villaggi Turistici	1	0%
Totale	2.738	100%

Il questionario è risultato articolato nelle seguenti quattro sezioni: dati generali; unità operative; ostacoli e sfide; valutazioni qualitative. La prima parte inquadra semplicemente la tipologia aziendale dalla natura giuridica alla fascia dimensionale; nella seconda sezione si entra nel vivo dell'analisi facendo riferimento all'attività caratterizzante le unità operative e se l'attività è stagionale oppure no; la terza sezione cerca di focalizzarsi sul ruolo delle criticità emergenti dalla complessità ambientale, insieme alle problematiche aziendali interne e al peso delle difficoltà generato dagli adempimenti amministrativi e burocratici per lo svolgimento dell'attività; la sezione finale serve a ricavare le valutazioni qualitative degli imprenditori intervistati riguardo alle modalità di classificazione delle strutture ricettive e su quanto le nuove forme di ricettività vadano ad influire sull'attività vera e propria.

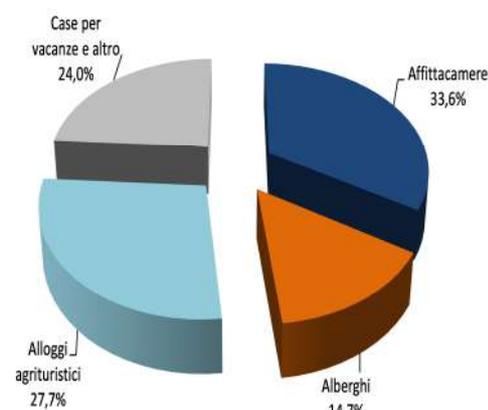
2 *Il campione di riferimento: definizione e inquadramento*

Una volta definito l'universo "ragionato" di partenza nel corso del mese di luglio 2017 è stato somministrato il questionario alle imprese selezionate, tramite modalità CAWI. I rispondenti sono stati complessivamente 375 pari al 13,7% delle imprese di riferimento: hanno risposto le imprese afferenti a 12 settori rispetto a quelli di partenza che operano prevalentemente come affittacamere (33,6%), alloggi agrituristiche (27,7%), alberghi (14,7%) e case/appartamenti per vacanze (13,3%). La restante quota residuale (10,7%) comprende case per vacanze, residenze turistico – alberghiere, un campeggio, quattro rifugi e tre ostelli. La copertura per settore delle imprese totali può essere ritenuta soddisfacente se consideriamo per i settori principali quote di incidenza superiori al 10% con una punta del 17,6% per gli alloggi agrituristiche; per i settori più frammentati come le case per ferie e i rifugi la copertura è alta (rispettivamente 20,5% e 37,5%) e

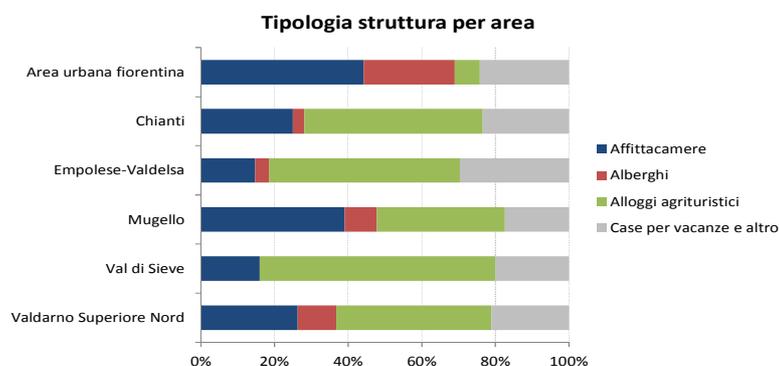
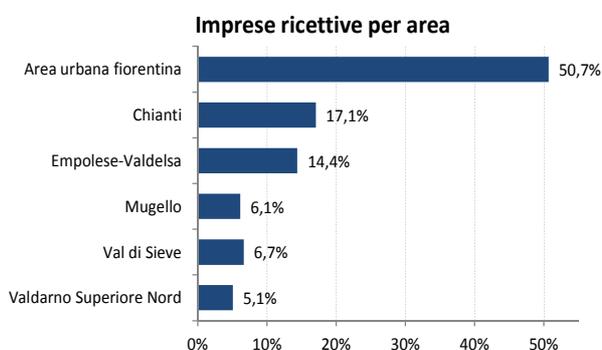
massima per le residenze turistico alberghiere. Tuttavia per ragioni espositive nel prosieguo di trattazione i 12 ambiti di operatività sono stati “ricompattati” nei seguenti: affittacamere, alberghi, alloggi agrituristici, case per vacanze e altro.

Imprese ricettive per principale ambito operativo e grado di copertura dell’universo di riferimento

	% su tot	% su dati di partenza
Affittacamere	33,6%	11,8%
Alberghi	14,7%	10,9%
Alloggi agrituristici	27,7%	17,6%
Campeggi	0,3%	6,3%
Casa per ferie	2,4%	20,5%
Case e appartamenti per vacanze	13,3%	13,0%
Ostelli per la gioventù	0,8%	16,7%
Residence	1,3%	12,5%
Residenze d’epoca	1,6%	11,5%
Residenze turistico-alberghiere	3,2%	100,0%
Rifugi alpini	0,3%	12,5%
Rifugi escursionistici	0,8%	37,5%
Totale	100,0%	13,7%



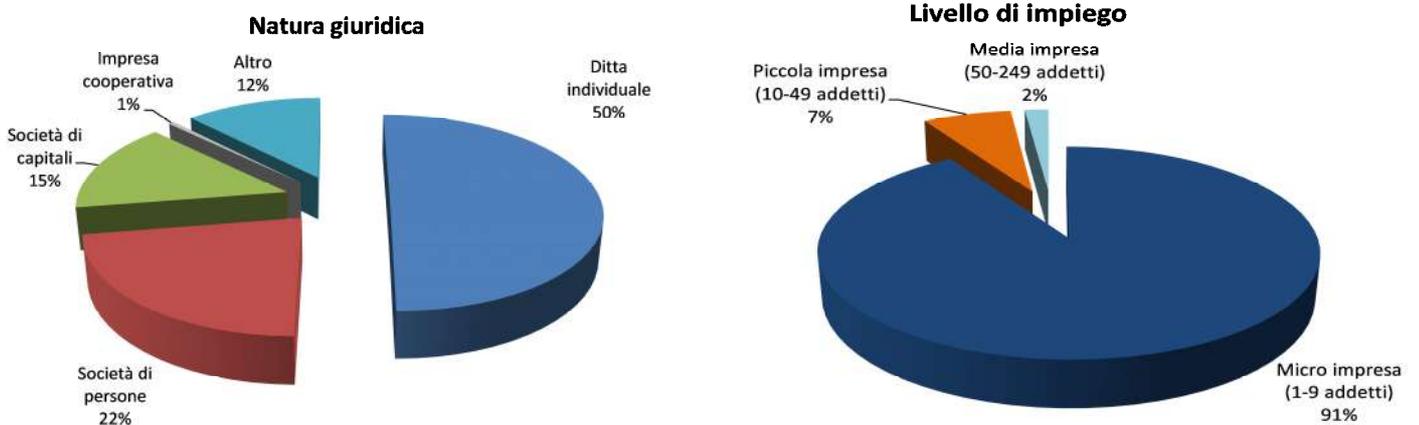
Importante è anche l’aspetto territoriale, ma il livello comunale è risultato eccessivamente frammentato se si esclude il comune di Firenze con una quota del 40,3% seguito da Greve in Chianti con un 7,4%. Si è quindi proceduto a riaggregare le imprese ricettive e i comuni nelle seguenti aree: Area urbana fiorentina (50,7%); Chianti (17,1%); Empolese-Valdelsa (14,4%); Mugello (6,1%); Val di Sieve (6,1%); Valdarno Superiore Nord (5,1%).



Osservando la composizione della tipologia struttura per area si nota l’ampia presenza di affittacamere e alberghi nell’Area Urbana fiorentina (rispettivamente 44,2% e 24,7%); la quota di affittacamere è comunque abbastanza elevata anche nel Mugello (39,1%), nel Valdarno Superiore (26,3%) e nel Chianti (25%). Quest’ultimo si caratterizza per la rilevante presenza di alloggi agrituristici (48,4%) i quali evidenziano livelli di incidenza ancora più elevati nella Val di Sieve (64%) e nell’Empolese – Valdelsa (51,9%) territorio che si caratterizza anche per una rilevante presenza delle case per vacanze (29,6%) insieme al Chianti (23,4%) e all’Area Urbana Fiorentina (24,2%).

La natura giuridica mostra una chiara prevalenza delle ditte individuali (50,1%) con riferimento soprattutto all’attività di affittacamere e agli agriturismo; le società di persone incidono per il 22,3% e riguardano in particolare gli affittacamere, anche se sono abbastanza presenti tra gli alberghi di minori dimensioni a conduzione familiare; le società di capitali (14,9%) incidono prevalentemente negli alberghi mentre la voce altro non è proprio residuale se consideriamo che

si connota per una quota del 12,2% e ricomprende sostanzialmente coloro che esercitano l'attività di affittacamere non professionale e in misura minore le persone fisiche.

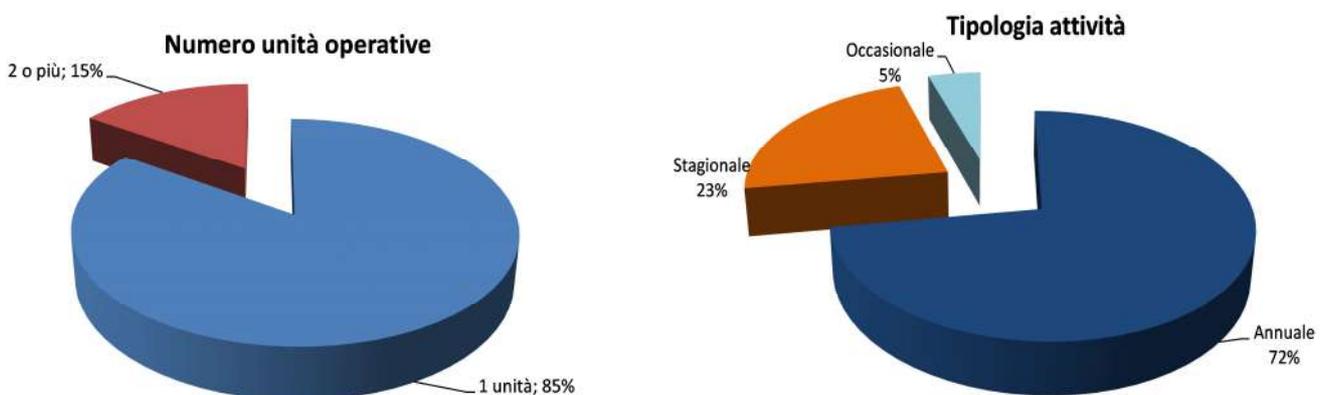


Il livello di impiego si caratterizza per un'ampia prevalenza della classe di addetti che identifica le attività riguardanti le microimprese (91,2%) e riconducibili al ruolo prevalente dell'imprenditore / titolare nell'orientare la gestione operativa e l'organizzazione aziendale rispetto ad una gestione più manageriale, tipica delle attività maggiormente strutturate e in quota minoritaria tra le imprese studiate.

3 Le unità operative

La maggior parte delle imprese ricettive intervistate opera tramite una sola unità operativa (84,6%) a conferma della semplicità organizzativa che le caratterizza, con un profilo dell'attività prevalentemente annuale (72,5%) piuttosto che stagionale (22,5%) e in misura minoritaria occasionale (4,9%). In termini geografici il grado di stagionalità nello svolgimento dell'attività aumenta mano a mano che ci allontaniamo dall'area capoluogo (area urbana fiorentina: 6,3%) con percentuali più elevate per il Chianti (43,8%) e l'Empolese Valdelsa (41,5%). Così come il carattere stagionale riguarda prevalentemente le attività agrituristiche (41,2%).

Se ci concentriamo sul 15% di imprese che opera con due o più unità, notiamo che la maggior parte di queste non supera le tre unità operative ad eccezione di una percentuale veramente minima che opera con 6 o al massimo 8 unità operative (0,8% del totale). In termini relativi troviamo la quota più elevata di queste imprese nel Chianti (20,3%) e nell'Area Urbana Fiorentina (18,2%) e svolgono prevalentemente l'attività di case per vacanze (21,1%).



Unità operative per Area e settore

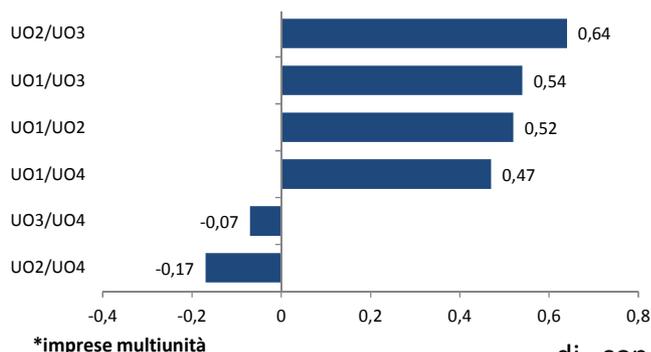
Unità operative	1	2 o più	Totale
Area urbana fiorentina	81,8%	18,2%	100,0%
Chianti	79,7%	20,3%	100,0%
Empolese-Valdelsa	88,9%	11,1%	100,0%
Mugello	91,3%	8,7%	100,0%
Val di Sieve	96,0%	4,0%	100,0%
Valdarno Superiore Nord	94,7%	5,3%	100,0%
Totale	84,6%	15,4%	100,0%
Affittacamere	83,3%	16,7%	100,0%
Alberghi	87,3%	12,7%	100,0%
Alloggi agrituristici	90,4%	9,6%	100,0%
Case per vacanze e altro	78,9%	21,1%	100,0%
Totale	84,6%	15,4%	100,0%

Carattere attività per Area e settore

Etichette di riga	Annuale	Occasionale	Stagionale	Totale
Area urbana fiorentina	86,2%	7,4%	6,3%	100,0%
Chianti	54,7%	1,6%	43,8%	100,0%
Empolese-Valdelsa	58,5%	0,0%	41,5%	100,0%
Mugello	63,6%	4,5%	31,8%	100,0%
Val di Sieve	60,0%	4,0%	36,0%	100,0%
Valdarno Superiore Nord	61,1%	5,6%	33,3%	100,0%
Totale	72,5%	4,9%	22,6%	100,0%
Affittacamere	67,7%	13,7%	18,5%	100,0%
Alberghi	96,3%	0,0%	3,7%	100,0%
Alloggi agrituristici	57,8%	1,0%	41,2%	100,0%
Case per vacanze e altro	80,9%	0,0%	19,1%	100,0%
Totale	72,5%	4,9%	22,6%	100,0%

Un aspetto interessante delle attività imprenditoriali che operano con più unità operative è rappresentato dall'orientamento alla differenziazione settoriale, ovvero valutare se quel 15% che impiega più unità operative svolge attività differenti dalla principale. In primo luogo la matrice di

Correlazione fra i settori delle diverse unità operative (UO)*



di correlazione è un buon punto di partenza per capire questo aspetto; quella sintetizzata dal grafico riportato a fianco, è stata costruita considerando i settori raggruppati nelle quattro categorie già presentate, con riferimento al massimo a 4 unità operative in quanto quelle che operano con 6 e 8 unità operative sono praticamente rarefatte (0,5%) e non vi è significatività nel presentarle in aggregato. Si nota in generale un buon grado di concordanza soprattutto tra il settore dell'unità principale (UO1) e quello delle unità 2 e 3 che risulta anche più elevato se si confronta il settore dell'Unità 2 con quello della 3. Il coefficiente non raggiunge valori molto elevati (compreso fra 0,52 e 0,64) a testimonianza che una sorta di differenziazione tra le attività viene portata avanti dalle imprese. Il maggior grado di differenziazione riguarda chi svolge attività di affittacamere o gli alberghi; nel primo caso il 31,6% si occupa anche di case per vacanze riguardo alla seconda unità operativa; le case per vacanze risultano prevalenti come settore aggiuntivo anche per gli affittacamere che hanno tre unità operative ma con un orientamento a differenziare ulteriormente visto che il 14,3% ha anche un agriturismo. Circa un terzo degli alberghi multiunità dispone di case per vacanze come attività aggiuntiva. Solitamente se l'attività è annuale nell'unità principale anche nelle altre unità viene confermata questa modalità; da rilevare che per il 16,7% delle imprese con frequenza stagionale dell'attività nell'unità principale, nell'unità aggiuntiva l'attività ha carattere annuale.

Settore dell'unità operativa principale rispetto alle altre

Unità Operativa 2					
UO1	Affittacamere	Alberghi	Alloggi agrituristici	Case per vacanze e altro	Totale
Affittacamere	63,2%	0,0%	5,3%	31,6%	100,0%
Alberghi	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	100,0%
Alloggi agrituristici	12,5%	0,0%	87,5%	0,0%	100,0%
Case per vacanze e altro	10,5%	0,0%	5,3%	84,2%	100,0%
Totale	28,8%	7,7%	17,3%	46,2%	100,0%
Unità operativa 3					
UO1	Affittacamere	Alberghi	Alloggi agrituristici	Case per vacanze e altro	Totale
Affittacamere	57,1%	-	14,3%	28,6%	100,0%
Alberghi	100,0%	-	0,0%	0,0%	100,0%
Alloggi agrituristici	0,0%	-	100,0%	0,0%	100,0%
Case per vacanze e altro	12,5%	-	0,0%	87,5%	100,0%
Totale	28,6%	-	28,6%	42,9%	100,0%
Unità operativa 4					
UO1	Affittacamere	Alberghi	Alloggi agrituristici	Case per vacanze e altro	Totale
Affittacamere	33,3%	-	-	66,7%	100,0%
Alberghi	-	-	-	-	-
Alloggi agrituristici	-	-	-	-	-
Case per vacanze e altro	-	-	-	100,0%	100,0%
Totale	14,3%	-	-	85,7%	100,0%

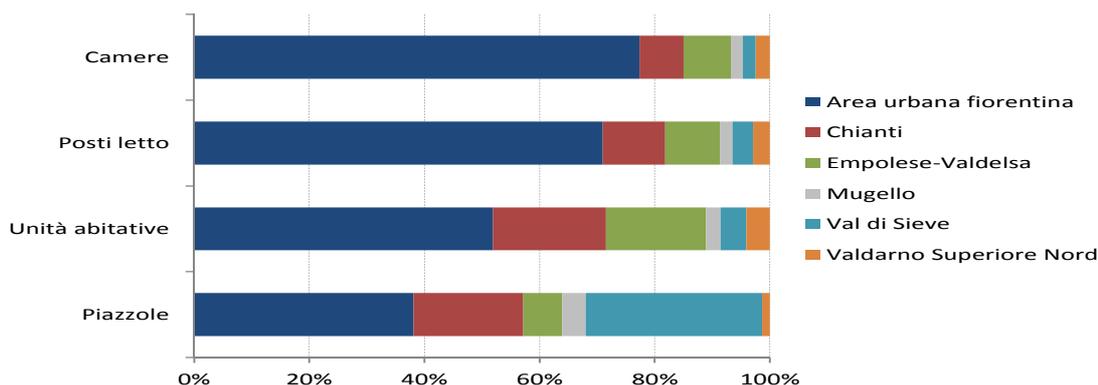
E' stata indagata anche la capacità ricettiva delle strutture in termini di offerta di camere, posti letto, unità abitative e piazzole. Complessivamente la capacità ricettiva delle imprese intervistate può essere così fotografata, considerando tutte le unità operative: 5.147 camere (il 76% delle quali disponibili nell'unità principale); 11.840 posti letto (86,7% nell'unità principale); 1.457 unità abitative (91,2% nell'unità principale); 137 piazzole. Gli alberghi concentrano il 45,8% delle camere insieme agli affittacamere (24,1%) mentre le case vacanze si indentificano con il 20,4% e minoritaria è risultata la quota degli agriturismo (9,7%); anche i posti letto si distribuiscono principalmente tra alberghi (44,6%), case vacanze (28,8%), alloggi agrituristici (13%), affittacamere (13,6%). Si rileva inoltre una media di 15,5 camere per unità e 32,6 posti letto per unità con valori maggiormente elevati per le imprese turistiche operanti con più unità operative, confermando le maggiori dimensioni medie caratterizzanti le imprese multiunità. Riguardo alle unità abitative ne sono state individuate nel complesso 1.457 con poco più di tre quinti concentrate nelle case per vacanze, così come le piazzole (in numero di 137) risultano caratterizzanti il 63,5% delle case vacanze (settore che comprende anche altre attività). Nel complesso circa il 70% delle imprese turistiche ha dichiarato di impiegare unità abitative (per gli alberghi la percentuale scende al 16,4%) così come una quota ancora minore e pari al 36,5% ha dichiarato di avere anche piazzole.

Camere, posti letto, unità abitative e piazzole per settore

	Camere				Posti Letto			
	uo 1	2 uo o più	Totale	UO principale	uo 1	2 uo o più	Totale	UO principale
Affittacamere	363	880	1.243	464	845	768	1.613	1.142
Alberghi	1.614	743	2.357	2.098	3.307	1.969	5.276	4.605
Alloggi agrituristici	446	53	499	476	1.405	139	1.544	1.491
Case per vacanze e altro	805	243	1.048	866	2.802	605	3.407	3.029
Totale	3.228	1.919	5.147	3.904	8.359	3.481	11.840	10.267
	uo 1	2 uo o più	Totale	UO principale	uo 1	2 uo o più	Totale	UO principale
Affittacamere	11,2%	45,9%	24,1%	11,9%	10,1%	22,1%	13,6%	11,1%
Alberghi	50,0%	38,7%	45,8%	53,7%	39,6%	56,6%	44,6%	44,9%
Alloggi agrituristici	13,8%	2,8%	9,7%	12,2%	16,8%	4,0%	13,0%	14,5%
Case per vacanze e altro	24,9%	12,7%	20,4%	22,2%	33,5%	17,4%	28,8%	29,5%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Unità abitative				Piazzole			
	uo 1	2 uo o più	Totale	UO principale	uo 1	2 uo o più	Totale	UO principale
Affittacamere	112	71	183	134	26	1	27	27
Alberghi	40	20	60	50	3	0	3	3
Alloggi agrituristici	313	25	338	326	18	2	20	18
Case per vacanze e altro	776	100	876	819	53	34	87	68
Totale	1.241	216	1.457	1.329	100	37	137	116
	uo 1	2 uo o più	Totale	UO principale	uo 1	2 uo o più	Totale	UO principale
Affittacamere	9,0%	32,9%	12,6%	10,1%	26,0%	2,7%	19,7%	23,3%
Alberghi	3,2%	9,3%	4,1%	3,8%	3,0%	0,0%	2,2%	2,6%
Alloggi agrituristici	25,2%	11,6%	23,2%	24,5%	18,0%	5,4%	14,6%	15,5%
Case per vacanze e altro	62,5%	46,3%	60,1%	61,6%	53,0%	91,9%	63,5%	58,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

L'analisi della capacità ricettiva per area evidenzia una concentrazione di camere e di posti letto nell'Area Urbana Fiorentina (rispettivamente 77,4% e 71%), seguita da Chianti (7,6% e 10,8%) ed Empolese – Valdelsa (8,2% e 9,5%). Le piazzole sono maggiormente presenti nella Val di Sieve (30,6%) e nel Chianti (19%) correlandosi alla maggior presenza di alloggi agrituristici e di case vacanze; così come relativamente elevata è la presenza di unità abitative nel Chianti (19,6%) e nell'Empolese – Valdelsa (17,4%).

Capacità ricettiva per area



4 Ostacoli, sfide e altri aspetti inerenti la gestione aziendale

Il corpo centrale del questionario ha mirato ad indagare il ruolo dei principali fattori chiave che potrebbero limitare il pieno dispiegamento dell'efficienza aziendale, rischiando di trasformare elementi rilevanti per il successo in criticità e difficoltà tali da rallentare e deteriorare lo "stare sul mercato" per le imprese ricettive.

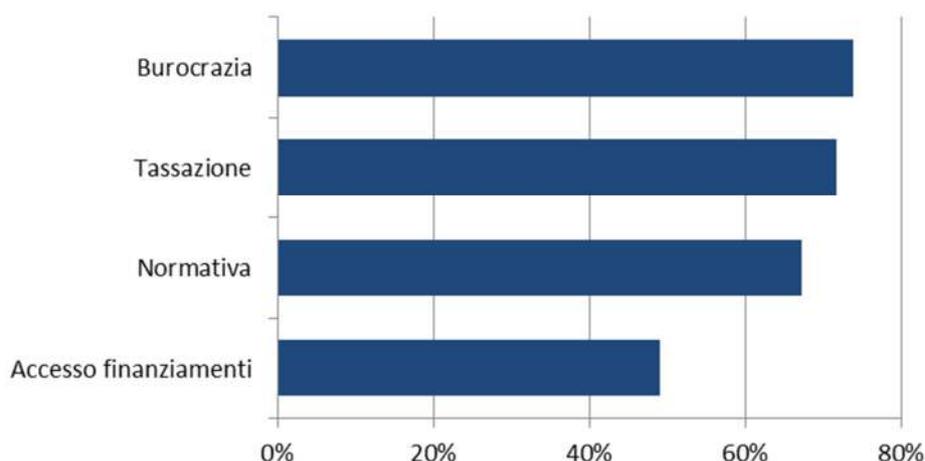
4.1 Ostacoli

La sezione 3 è stata articolata su tre ambiti; il primo si è concentrato sugli ostacoli ‘esterni’ all’impresa chiedendo alle imprese di valutare – attraverso una scala con categorie ordinate da 1 (non costituisce un ostacolo) a 5 (ostacolo maggiore) – alcuni elementi ritenuti significativamente impattanti sull’attività imprenditoriale

- Andamento economico generale;
- Concorrenza;
- Tassazione;
- Red tape (Burocrazia);
- Normativa;
- Ottenimento di finanziamenti;
- Capacità di usare strumenti digitali.

A fini analitici, le scelte con categorie 4 e 5 sono state raggruppate e classificate come ‘ostacolo maggiore’. Burocrazia, tassazione e normativa sono indicate, rispettivamente col 73,7%, il 71,7% e il 67,2%, come gli ostacoli maggiori che si frappongono al pieno compimento dell’attività imprenditoriale; sotto al 50% le altre opzioni previste dalla domanda; in particolare, la tassazione è ritenuta un fattore penalizzante soprattutto da affittacamere e alberghi, assieme alla concorrenza che in entrambi i settori viene problematizzata in maniera più ampia rispetto al campione. Per le imprese agrituristiche sono soprattutto gli adempimenti amministrativi e le normative settoriali a costituire un elemento di forte criticità (rispettivamente 86,6 e 80,2%).

Maggiori ostacoli (valutazioni 4 e 5)



Alcune delle dimensioni sono state ripartite tra ‘sfera privata’ e ‘sfera pubblica’;

SFERA PRIVATA	SFERA PUBBLICA
Andamento economico generale	Burocrazia
Competizione	Normativa
Ottenimento di finanziamenti	Tassazione

Per capire se, al di là delle quote totalizzate singolarmente da ciascuna dimensione ‘consenso’, sia possibile rintracciare un filo comune, si è provato a individuare il legame tra ciascuna coppia di distribuzioni.

Delle 7 dimensioni, quella relativa alla digitalizzazione appare quella più slegata dalle altre, salvo il collegamento con l'ottenimento di finanziamenti, che probabilmente vengono richiesti anche per aggiornare le proprie dotazioni hardware e software e/o per colmare un eventuale *gap* digitale. Molto più forti i legami tra normativa e burocrazia, segno che esse sono percepite come due aspetti di uno stesso fenomeno; ancora, quest'ultima viene collegata in misura significativa alla tassazione. Legami interessanti associano l'accesso e l'ottenimento di finanziamenti a normativa vigente e vincoli procedurali¹. Dalla distribuzione delle risposte emerge come le imprese manifestino svariate riserve sul ruolo giocato dall'azione pubblica, per come essa viene declinata attraverso le dimensioni citate nel questionario: adempimenti amministrativi, tassazione e normativa.

4.2 *Le sfide*

La seconda parte della sezione mira a individuare le sfide che l'azienda deve affrontare al proprio interno per mantenere o sviluppare il proprio livello di competitività. In particolare, è stato chiesto a ciascun imprenditore di indicare i 3 aspetti più importanti tra:

- Risorse finanziarie limitate;
- Capire quali professionalità servono;
- Mancanza di tempo;
- Mancanza di conoscenza del settore;
- Personale e competenze limitati;
- La comunicazione (non sapere dove andare per ottenere informazioni e consigli);
- Difficoltà nell'affrontare il nuovo ambiente competitivo.

Diversamente dalla domanda precedente, all'intervistato è stato chiesto di ordinare, per grado d'importanza decrescente, i tre problemi per lui più rilevanti.

Largamente presente tra gli imprenditori la questione delle risorse finanziarie, indicata come il primo problema dal 38,9% (ma che si impenna al 52,6% tra gli agriturismi), come secondo dal 18,7 e terzo dal 20,6.

Al secondo posto (14,8%) viene segnalata la difficoltà nell'affrontare (quindi ad adattarsi) il nuovo ambiente competitivo, voce questa ricorrente anche come secondo e terzo problema. Anche la comunicazione appare come un elemento critico: è segnalato come primo problema dal 14,4% degli intervistati; quest'ultimo aspetto è avvertito soprattutto tra i gestori di case per vacanze (23,6%). Interessante osservare come la mancanza di tempo, pur non essendo tra i tre problemi più importanti, sia in realtà indicato come secondo e terzo problema rispettivamente dal 25,1 e 21,8% delle risposte.

¹ Appare, poi, rilevante l'associazione tra dimensioni aggregate del privato (economia di mercato, competizione e finanziamenti) e dimensione legate alla sfera pubblica (normativa, procedimenti amministrativi, ruolo della fiscalità).

Graduatoria delle risposte sulla base dei punteggi (1° problema: 3; 2° problema: 2; 3° problema: 1)

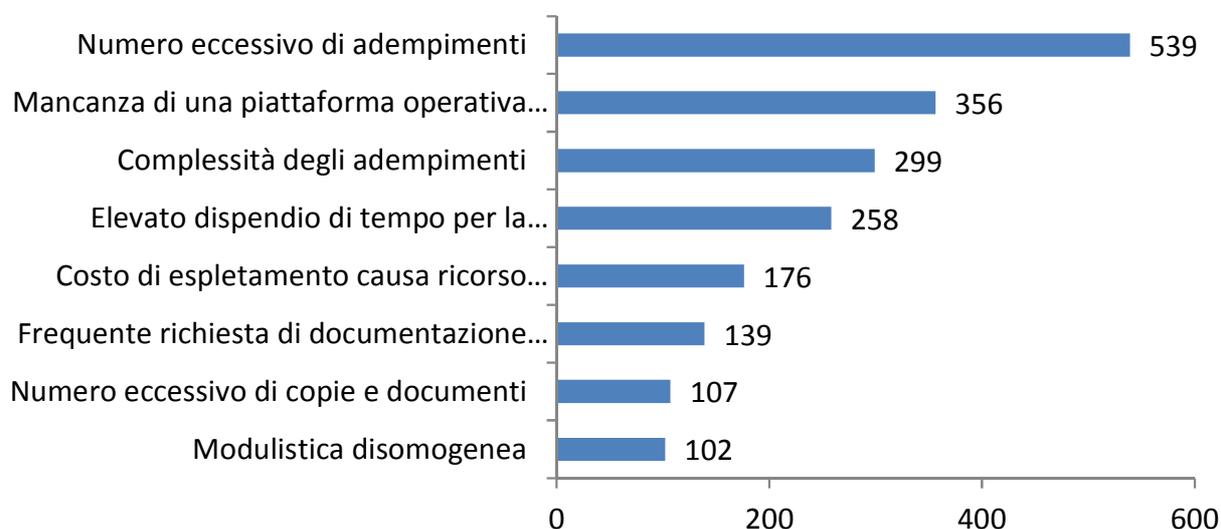


Per sintetizzare le risposte, abbiamo provato a graduarle sulla base delle indicazioni date in sede di ordinamento dei problemi: 3 punti in caso di primo problema, 2 punti in caso di secondo e 1 in caso di terzo. Quelli che sono risultati essere i più importanti sono le risorse finanziarie, la mancanza di tempo e il mercato di riferimento. Non sembrano costituire un problema diffuso la conoscenza del settore e l'individuazione delle competenze necessarie a svolgere l'attività; di rilievo anche la difficoltà a orientarsi per ottenere le informazioni giuste e la limitazione di personale e competenze.

4.3 Gli adempimenti

La terza batteria di domande riguarda un insieme di aspetti (ritenuti di natura negativa) legati agli adempimenti cui l'azienda deve dar seguito per poter condurre la propria attività economico-imprenditoriale. In particolare, si è partiti proprio dal numero di adempimenti e dalla loro complessità e, quindi, ai costi da sostenere per la ricerca delle informazioni operative e all'eventuale ricorso a consulenti esterni per lo svolgimento delle pratiche (probabilmente anche a causa di una disomogeneità della modulistica) sino a giungere alla richiesta di documentazione già in possesso della pubblica amministrazione competente, al numero eccessivo di copie e documenti da produrre. Si tratta di un insieme di dimensioni che caratterizzano un disagio che potrebbe trovare una prima risposta in una piattaforma unica di natura telematica per la presentazione delle istanze, condivisa tra i diversi soggetti pubblici coinvolti, finalizzata alla riduzione dell'impatto burocratico, allo sviluppo del dialogo tra le pubbliche amministrazioni e, ultimo ma non meno importante, alla riduzione dei tempi necessari al completamento dei procedimenti amministrativi previsti dalla normativa. Pure in questo caso è stato chiesto di indicare i tre problemi più urgenti. Al vertice (33,1% delle risposte, con punte del 40% tra gli alberghi e del 45% tra gli agriturismi) il numero eccessivo di adempimenti, seguito dalla mancanza di una piattaforma operativa unica (23,2%, ma più avvertito tra gli affittacamere: 31,2%) e dalla complessità degli adempimenti stessi (11,1%); tutte queste voci, assieme al tempo necessario per la raccolta delle informazioni, sono quelle che poi ricorrono anche come secondo e terzo problema. Complessivamente, riproponendo lo schema della domanda precedente, ovvero attribuendo punteggio 3 al problema più importante, 2 al secondo e 1 al primo, si può dare una graduatoria sintetica delle opinioni espresse dalle imprese rispetto al livello di problematicità richiamata dai diversi aspetti.

Graduatoria delle risposte sulla base dei punteggi (1° problema: 3; 2° problema: 2; 3° problema: 1)



Sulle prime tre voci convergono il 60,4% delle risposte (era al 54,5% nella domanda relativa alle sfide). Viene quindi segnalata la stringente necessità di un intervento che proceda a una semplificazione amministrativa articolata su due direttrici: riduzione degli adempimenti e canali di accesso semplificati.

Da rilevare che il numero eccessivo degli adempimenti pesa maggiormente per le attività agrituristiche (45,4%) mentre per gli affittacamere è maggiormente avvertito il problema della mancanza di una piattaforma condivisa (31,2%), la complessità degli adempimenti pesa come prima criticità principalmente per le case vacanze (14,9%) e l'elevato dispendio di tempo per la raccolta di informazioni ha pesato maggiormente per gli alberghi (9,6%).

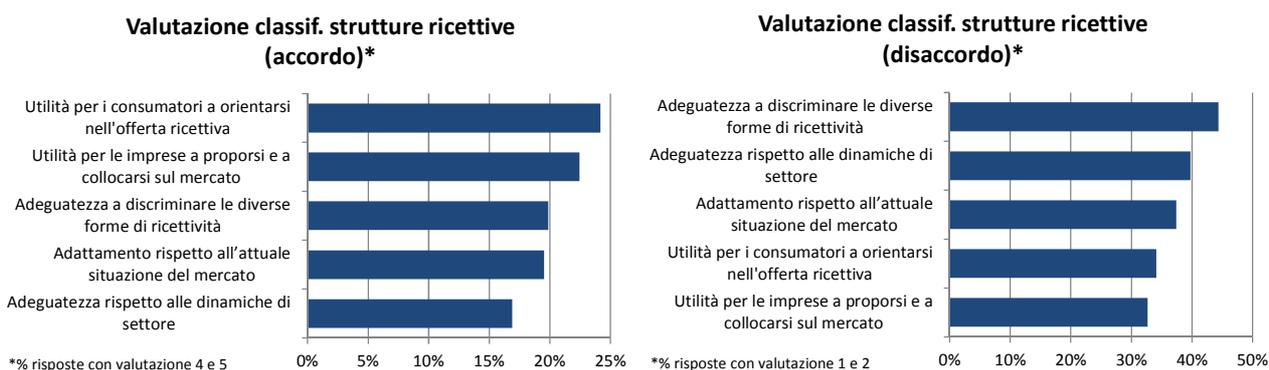
Aspetti negativi adempimenti più importanti per settore

	Affittacamere	Alberghi	Alloggi agrituristici	Case per vacanze e altro	Totale
Numero eccessivo di adempimenti	22,0%	40,4%	45,4%	28,4%	33,1%
Mancanza di una piattaforma operativa unica condivisa tra Enti per l'invio delle comunicazioni e lo svolgimento dei procedimenti amministrativi	31,2%	7,7%	20,6%	25,7%	23,2%
Complessità degli adempimenti	10,1%	11,5%	9,3%	14,9%	11,1%
Elevato dispendio di tempo per la raccolta delle informazioni	9,2%	9,6%	7,2%	9,5%	8,7%
Frequente richiesta di documentazione già in possesso della Pubblica Amministrazione	9,2%	7,7%	7,2%	8,1%	8,1%
Costo di espletamento causa ricorso consulenti esterni	8,3%	11,5%	6,2%	6,8%	7,8%
Numero eccessivo di copie e documenti	3,7%	9,6%	4,1%	4,1%	4,8%
Modulistica disomogenea	6,4%	1,9%	0,0%	2,7%	3,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5 Le valutazioni degli imprenditori

L'ultima sezione del questionario ha cercato di far emergere la reale prospettiva che hanno gli imprenditori intervistati del mercato in cui si trovano ad operare, nei termini di una serie di valutazioni qualitative sia in forma di domanda chiusa, che con riferimento ad una sezione aperta in cui potevano esprimere il loro punto di vista.

Considerando i punteggi attribuiti riguardo alla vigente classificazione delle strutture ricettive² troviamo un certo grado di accordo relativamente all'utilità dei consumatori ad orientarsi nell'offerta ricettiva e all'utilità per le imprese a proporsi e a collocarsi sul mercato: avendo chiesto di assegnare un punteggio da 1 (massimo disaccordo) a 5 (massimo accordo) le risposte con i punteggi 4 e 5 sommati riferite a questi due item hanno raggiunto percentuali rispettivamente del 24,2% e del 22,4%. Maggiormente elevate sono state, tuttavia, le quote di disaccordo (somma delle risposte con punteggio 1 e 2 per ogni item) con riferimento all'adeguatezza a discriminare tra le diverse strutture ricettive (44,4%) e all'adeguatezza nei confronti delle dinamiche di settore (39,7%). In pratica se da un lato la classificazione attuale delle strutture (che abbiamo usato in forma estesa per il questionario, poi ricompattata per esigenze espositive) sembrerebbe conformarsi alle esigenze dei turisti e collocare meglio sul mercato le imprese, in realtà nelle valutazioni degli imprenditori risulterebbe poco adeguata a differenziare tra le diverse forme dell'offerta ricettiva, con linee di demarcazione poco nitide per alcune tipologie, e poco coerente con l'evoluzione settoriale in atto.



La valutazione negativa sugli aspetti prima richiamati (differenziazione fra tipologie e aderenza all'evoluzione del mercato) si va a ricollegare direttamente alle criticità segnalate nella sezione aperta, relativa a questa domanda che ha interessato il 22% degli intervistati i quali hanno espresso liberamente la loro opinione, segnalando una classificazione caratterizzata da disomogeneità interne, che in realtà andrebbero a creare una certa confusione nel turista. La classificazione dell'offerta, secondo l'opinione di alcuni imprenditori, dovrebbe tener conto anche dei differenziali di prezzo per alcune tipologie ricettive aiutando anche il consumatore nella scelta fra quelle giuste: le richieste comunque riguardano l'orientamento ad una maggior semplificazione, chiarezza e soprattutto lotta all'abusivismo³ e alle pratiche di mercato e

² Il riferimento è alla legge regionale del 20 dicembre 2016 n. 86 (Testo Unico del Sistema Turistico Regionale) recante disposizioni in tema di classificazione delle strutture ricettive al titolo II (in particolare il capo I sezione I, il capo II sezione II, III e IV).

³ Per abusivismo non si intendono solo gli affittacamere non registrati e non autorizzati, ma anche i finti B&B ovvero, nella definizione degli intervistati, si tratta di veri e propri alberghi che offrono pernottamento e prima colazione "camuffati" da B&B, che possono essere ricondotti a società strutturate.

concorrenziali poco chiare e ai limiti della correttezza, le quali rischiano di portare ad un deterioramento della qualità del servizio. Quest'ultima tematica è stata ampiamente "eviscerata" nella risposta aperta all'ultima domanda riguardante l'incidenza delle nuove forme di ricettività sull'attività aziendale. In particolare per poco meno dei due terzi degli intervistati le nuove forme di ricettività hanno avuto una certa influenza sull'attività aziendale (risposte abbastanza+molto) e questo vale soprattutto per gli alberghi (86,4%) per chi svolge l'attività di affittacamere (quota del 66,4% delle risposte abbastanza+molto) mentre l'incidenza è al di sotto della media per le case vacanze (51,5%) e gli agriturismo (58%).

Incidenza nuove forme di ricettività per settore

	Area urbana fiorentina	Chianti	Empolese-Valdelsa	Mugello	Val di Sieve	Valdarno Superiore Nord	Totale
Abbastanza	40,7%	37,3%	31,3%	42,1%	27,3%	35,3%	37,4%
Molto	34,5%	15,7%	14,6%	15,8%	27,3%	29,4%	26,2%
Per niente	4,8%	13,7%	14,6%	31,6%	13,6%	17,7%	10,9%
Scarsamente	20,0%	33,3%	39,6%	10,5%	31,8%	17,7%	25,5%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A quest'ultima domanda qualitativa la risposta aperta ha riguardato circa il 23% delle imprese del campione: gli operatori nell'espone il loro punto di vista, usando sfaccettature e idiomi differenti, hanno tuttavia concordato sul fatto che le nuove modalità ricettive alterano le regole del gioco concorrenziale, generando un eccesso di offerta che si riverbera sulla corretta trasparenza dei processi, in modo tale da indurre confusione nel turista/consumatore. Tutto ciò influisce sul livellamento dei prezzi verso il basso a discapito della qualità delle strutture e dei servizi offerti in generale e influendo in termini negativi sull'operatività delle strutture autorizzate. Di conseguenza ciò ha portato chi opera secondo le regole e rispettando norme e burocrazia a ricorrere alle *On Line Travel Agency* (OTA) e ai loro applicativi on line specializzati in prenotazioni elettroniche per riuscire a riempire le strutture, deteriorando il margine di profitto in quanto le commissioni di intermediazione tendono ad essere sempre più elevate. Le OTA di fatto hanno sorpassato i tour operator adottando un modo operativo analogo, ma applicato a Internet senza contribuire ad abbassare i costi fissi per le imprese turistiche. Rappresentano un filtro rispetto alla presa diretta sul mercato, che ha come contropartita positiva quella di aiutare le strutture ad aumentare il flusso di clientela e a colmare i posti letto disponibili, divenendo intermediari estremamente rilevanti per avere visibilità, ma con margini di intermediazione crescenti e difficilmente comprimibili. A fianco di questo tema, emerge – talvolta esplicitamente, talora tra le righe – la questione della legalità, intesa sia come adesione alle stesse regole del gioco (quindi sovrapponibile alla dimensione della efficace ed efficiente regolazione del mercato), sia come vera e propria azione di contrasto all'abusivismo e al sommerso.

6 *Alcune riflessioni conclusive*

La presente indagine ha rappresentato un lavoro esplorativo, per riuscire a capire i margini di manovra di cui disporre nel cercare di sviluppare un meccanismo concreto di supporto agli operatori del settore turistico di dimensioni medio-piccole. Le risposte fornite hanno mostrato la presenza di un comparto attivo e che in mezzo a criticità anche complesse riesce a navigare. Non sono imprese orientate alla multiattività e tendono a segnalare come fattori frenanti burocrazia, tassazione e normativa: l'operatore pubblico viene quindi visto non proprio in termini positivi, soprattutto se consideriamo che questi tre elementi hanno, nelle valutazioni degli intervistati, un

impatto negativo maggiore dell'andamento economico generale che nell'ultimo quinquennio è risultato piuttosto deteriorato anche per la città metropolitana. Indirettamente ciò può voler dire che il comparto è meno interessato di altri dalla crisi, anche se gli operatori segnalano, nella sezione aperta del questionario, come proprio l'ultima recessione, abbia portato a pratiche concorrenziali e a modalità organizzative, legate in particolare all'utilizzo del web e a vari applicativi, ai limiti della legalità e della correttezza professionale.

L'aumento di ruolo delle tecnologie digitali nell'orientare la competitività del settore deriva da una domanda turistica che è divenuta sempre più esigente riguardo ad un minor livello dei prezzi, a parità di servizi offerti dalle strutture; chiaramente le famiglie hanno risentito degli effetti della crisi, che ha intaccato strutturalmente la loro capacità di spesa, determinando una riconversione e un riorientamento della domanda del prodotto/servizio turistico verso le modalità *low cost*.

È altresì vero che l'ente pubblico riveste un'importanza basilare nella promozione delle attività turistiche, tale da generare un valido supporto all'attività degli operatori privati se opera in termini adeguati ed efficienti; l'operatore pubblico non dovrebbe solo rivolgersi direttamente agli imprenditori del settore, ma investire anche nella cura, mantenimento e sviluppo del patrimonio naturale e culturale, per garantire una corretta sostenibilità del prodotto turistico, come segnalato anche da alcune risposte aperte fornite in calce al questionario. Inoltre, ancor prima di dar fondo a risorse finanziarie, la prima forma di investimento del settore pubblico dovrebbe essere immateriale, ovvero incentivare le relazioni tra operatori turistici, tra domanda e offerta turistica, nonché tra turisti e residenti, dando forma in termini reali al cosiddetto turismo relazionale. Un esempio possono essere le sagre enogastronomiche di paese, i musei aperti la domenica, le rievocazioni storiche o eventi festivi di richiamo (come i "fochi" per San Giovanni a Firenze) che richiamano sia residenti che turisti o escursionisti e laddove il turista si sente "Parte" di un posto.

Ad ogni buon conto l'intervento dell'operatore pubblico dovrebbe probabilmente interessare la sfera della definizione delle modalità organizzative, anche se in questo senso a nostro parere il recente Testo Unico del Sistema Turistico Regionale (legge regionale n. 86 del 2016) sembra normare in modo piuttosto completo la tematica richiamata. Ecco che quindi il turismo relazionale potrebbe rappresentare un punto di svolta se si ha la partecipazione di tutti gli attori locali comprendendo anche l'ente pubblico e la maggior parte degli operatori per definire una proposta progettuale comune; si dovrebbe così a creare un sistema di relazioni tra operatori del settore, sotto il coordinamento di una cabina di regia condivisa e ancorata al ruolo *super partes* dell'operatore pubblico, per offrire ai visitatori una vasta gamma di servizi e di attività di qualità, ampliandone la gamma ma generando sia economie di scala, tramite l'aumento della "produzione" di servizi, sia economie di scopo ovvero cercando di produrre congiuntamente i diversi servizi, condividendo i fattori. Questo sarebbe un punto degno di attenzione, soprattutto se consideriamo che gli intervistati nel classificare gli aspetti negativi degli adempimenti hanno segnalato tra i più rilevanti proprio la mancanza di una piattaforma operativa unica condivisa tra Enti per l'invio delle comunicazioni e lo svolgimento dei procedimenti amministrativi.

Tuttavia oltre all'attenzione al turismo relazionale e al garantire la sostenibilità (ambientale e culturale) dei processi turistici nel realizzare una proposta progettuale si dovrebbe tener conto di una terza componente, ovvero la gestione delle tecnologie digitali applicate al turismo (o turismo digitale). Queste ultime hanno determinato una riduzione dei costi totali del settore⁴, nonostante rimanga sempre importante il ruolo della componente fisica, che difficilmente perderà di rilevanza. La questione è che nella maggior parte dei casi i vantaggi vengono quasi esclusivamente ricondotti al lato domanda (ovvero alle necessità e all'esperienza dei consumatori); la quasi

⁴ Per esempio si può pensare alla riduzione delle asimmetrie informative e dei relativi costi, a un minor costo della transazione nel comprare i pacchetti vacanza *on line* (così come i pernottamenti nelle strutture o i trasporti) o nel gestire le relazioni.

totalità degli operatori intervistati (e non solo loro) tendono a ridurre l'effetto del turismo digitale al solo commercio elettronico. L'ente pubblico (e in particolare la PA locale) dovrebbe attivarsi per ritagliarsi il proprio ruolo all'interno di un segmento in rapida crescita, supportando l'approccio delle aziende turistiche nate prima dello sviluppo del web nella gestione del cambiamento. Per esempio l'ente locale potrebbe attivarsi promuovendo attività di formazione sul corretto utilizzo di strumenti di *Customer Relationship Management* (CRM) o organizzare modalità condivise e partecipative nella gestione e nell'impiego dei dati raccolti dalle strutture, fornendo un valido aiuto anche rispetto alle esigenze del singolo hotel di minori dimensioni, agriturismo e dei piccoli operatori che non sono in grado di gestire autonomamente un sistema di CRM. In secondo luogo sarebbe interessante sviluppare e promuovere siti tematici territoriali in modo tale da fornire un buon sostegno non solo alle strutture ricettive ma anche a tutta l'offerta turistica locale. Per esempio un'attività partecipata e condivisa di promozione della destinazione potrebbe essere rappresentata dalla realizzazione di un sito comune. L'attività di CRM, insieme alla promozione su un sito collegato al territorio locale potrebbero andare ad impattare sulla riduzione delle commissioni annuali che le strutture devono corrispondere alle OTA.

Quindi turismo relazionale, turismo sostenibile e turismo digitale sono tre aree di intervento prioritarie per dar spazio ad attività di programmazione che assumerebbero maggior rilevanza se portate avanti in parallelo e con strette connessioni fra le stesse, superando rigide demarcazioni ed interpretando il turismo stesso come fattore sia "sociale" che "economico". Da questo punto di vista troviamo spunti, obiettivi e linee guida molto interessanti nel Piano Strategico per il Turismo elaborato dal Comitato Permanente di Promozione del Turismo (periodo 2017-2022), recentemente pubblicato con il coordinamento del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo - MiBACT, il quale costituisce un valido strumento per riportare il turismo nel cuore delle politiche di sviluppo nazionali.

**Ufficio Statistica e Studi
della Camera di Commercio di Firenze**

Piazza dei Giudici, 3 - 50122 Firenze
Tel. 055 2392219 / 218

E-mail: statistica@fi.camcom.it
Sito Internet: www.fi.camcom.gov.it



**CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
FIRENZE**