

Giorgio Calcagnini Francesca Maria Cesaroni

IL ROSSINI OPERA FESTIVAL NELL'ECONOMIA PESARESE

Una valutazione per l'anno 2011

Giorgio Calcagnini Francesca Maria Cesaroni

**IL ROSSINI OPERA FESTIVAL
NELL'ECONOMIA PESARESE**

Una valutazione per l'anno 2011

Presentazione
Stefano Pivato

Dipartimento di Economia, Società, Politica
Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"

Indice

Presentazione	p. 7
1. Finalità dello studio	p. 9
2. La valutazione dell'impatto economico di un evento culturale	
Impostazione metodologica	p. 13
3. Analisi dei dati	p. 17
3.1 Presenze e spettatori	p. 17
3.2 L'analisi della spesa	p. 21
3.3 L'impatto del ROF sulle attività commerciali della città di Pesaro	p. 24
4. Conclusioni	p. 27
Bibliografia	p. 29
Allegato A. Questionario per "Amici" e "Pubblico" del ROF	p. 30
Allegato B. Questionario per i collaboratori del ROF	p. 33
Allegato C. Questionario per le attività commerciali	p. 35



Presentazione

L'economia della cultura è materia di studio, analisi e ricerca tutto sommato recente. Al 1991 risale la fondazione di "Economia della cultura", Rivista della associazione per l'economia della cultura, che ha dato origini a una ampia serie di studi di settore. Più di recente, nel 2006, la Commissione Europea ha pubblicato una vasta indagine (*L'economia della cultura in Europa*) che a tutt'oggi costituisce un punto di riferimento. Certo a qualche anno di distanza da quel rapporto i dati andrebbero aggiornati. Ma le cifre sono comunque stupefacenti se indicano che, nel 2003, il fatturato dell'industria "creativa" ammontava a più di 654 miliardi di euro: ben più del doppio dell'intera industria automobilistica (271 miliardi).

Ma da quella indagine emergevano anche alcuni casi esemplari. A cominciare da quello della Spagna che rappresenta, anche oggi in tempi di crisi, il paese che più di ogni altro in Europa ha dirottato i flussi turistici internazionali, messi in crisi dalla concorrenza delle spiagge europee, verso il turismo culturale. Il Museo Guggenheim di Bilbao è al proposito un emblema: il "caso" di una realtà che trasforma in pochi anni una città industriale appassita in un centro culturale famoso nel mondo. L'esempio di Bilbao è stato più recentemente replicato, con le opportune variazioni, anche in altre città spagnole. A cominciare da Valencia. L'Italia, è noto, rappresenta un caso unico al mondo giacché secondo l'ultimo aggiornamento effettuato nella riunione del Comitato per il Patrimonio dell'Umanità (istituito dall'UNESCO), il 30 giugno 2009, in una lista composta da un totale di 890 siti (di cui 689 beni culturali, 176 naturali e 25 misti) presenti in 148 nazioni del mondo, l'Italia è il paese a detenere il maggior numero di siti inclusi nella lista dei patrimoni dell'umanità (45), seguita dalla Spagna (41) e dalla Cina (39).

Il che vuol dire che, almeno potenzialmente, il nostro paese è in grado di riconvertire i flussi turistici verso la cosiddetta economia "creativa". Certo gli esempi non mancano. Ma sono rari rispetto al patrimonio culturale esistente. Il caso più emblematico è forse rappresentato da Torino, città progressivamente orfana della FIAT, che ha trasformato l'attrattiva della città proprio attraverso l'economia "creativa". Prima il Salone del Libro, poi la trasformazione e la creazione di musei come quello Egizio, il Museo del Cinema o la Reggia Venaria hanno creato una attenzione del tutto inedita nell'ex-capitale della industrializzazione italiana. Offrendo in definitiva un modello che dimostra con quali risultati la cultura può non solo creare nuove identità messe in crisi dalle trasformazioni

economiche ma anche attrarre flussi turistici.

In questa cornice si inserisce l'interessante ricerca di Giorgio Calcagnini e Francesca Cesaroni volta a misurare l'incidenza economica di una realtà particolare come è quella del Rossini Opera Festival. L'indagine mostra come la manifestazione ha contribuito non solo al rafforzamento della identità cittadina ma alla sua immagine sul piano internazionale. Valorizzando nel contempo l'offerta turistica di Pesaro che grazie all'iniziativa dedicata a Rossini si è arricchita e diversificata. L'indagine si sofferma con dovizia di particolari non solo sui flussi del pubblico ma anche su dati che riguardano l'indotto, l'occupazione e tutto ciò che ruota attorno alla "macchina" del Festival.

È vero, esempi "virtuosi" di economia creativa in Italia non mancano, spesso però slittano, per usare le parole di Salvatore Settis, verso forme di "spettacolarizzazione" che orientano "l'attenzione soltanto su operazioni di immagine". E sono forme dalle quali si è tenuto ben lontano fin dall'origine il Rossini Opera Festival. Una manifestazione che nulla ha a che spartire con le varie mostre d'arte prêt-à-porter riempite a forza da orde di scolaresche disinteressate. E che creano quelle mode in carta patinata in grado di suscitare appuntamenti in cui è obbligo esserci a tutti i costi.

Già, perché uno dei problemi dell'economia creativa è certo quello di suscitare flussi turistici, di rivitalizzare economie in crisi o di crearne delle nuove. Ma è anche quello – mi si passi l'ovvietà – "di far cultura". E da questo punto di vista l'indagine di Calcagnini e Cesaroni, condotta sotto il profilo rigorosamente economico, ci offre uno spunto singolare. È noto come la più elevata percentuale dei visitatori delle opere d'arte e dei musei del nostro paese è fornita da stranieri (58%), contro appena il 42% degli italiani. Francesi, inglesi, tedeschi, americani e giapponesi sembrano costituire, ben più del pubblico italiano, una sorta di certificazione di qualità del nostro patrimonio artistico. Come, per l'appunto, per il Rossini Opera Festival dove il pubblico straniero prevale su quello nostrano.

In definitiva un esemplare caso di studio di quella economia "creativa" oggi al centro della attenzione di economisti, amministratori e operatori nel tentativo di ridisegnare le mappe dei flussi turistici e culturali.

Stefano Pivato

Magnifico Rettore

dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"

1. Finalità dello studio

Qual è il ruolo degli eventi culturali come attrattori di flussi turistici? In che misura possono agire come motori per lo sviluppo economico di un territorio? Qual è l'impatto economico generato sul territorio dagli investimenti in eventi e iniziative culturali? In che modo eventi di questo tipo possono contribuire al rafforzamento dell'identità di una destinazione turistica?

Intorno a questi temi si è sviluppato da tempo un dibattito che coinvolge sia teorici e studiosi di discipline economiche, in particolare di economia del turismo e del territorio, sia esperti e operatori impegnati nel campo dello sviluppo economico locale, della valorizzazione e della gestione dei patrimoni culturali, della programmazione turistica del territorio (Pencarelli, 1999).

Il frutto di questo dibattito è l'idea, ormai consolidata e ampiamente confermata, sul piano sia dell'analisi scientifica che dell'esperienza operativa e dei riscontri statistici, che la cultura sia un'importante "leva di attrazione" turistica e che patrimonio culturale e turismo siano capaci di generare un significativo impatto economico, agendo quindi come importanti motori per lo sviluppo (Re, 2010).

Una chiara conferma dell'importanza della cultura come fattore di attrazione turistica deriva dai dati sui flussi legati al turismo culturale in Italia. Secondo "Turismonitor 2011", ricerca del Centro Studi del Touring Club Italiano relativa al mercato turistico mondiale, oltre 9,4 miliardi di euro, pari al 34,4% della spesa totale dei visitatori stranieri in Italia, sono associati al turismo culturale. A livello italiano, secondo le informazioni periodiche dell'Istat, durante questi anni di crisi economica il turismo culturale ha mostrato, insieme alle vacanze in montagna, una tenuta superiore a quella di altri comparti. Infatti la quota di soggiorni trascorsi in visita a città e località d'arte è aumentata dall'11,1% del 2009 al 13,3% del 2011 (Istat, 2010, 2012).

Nell'ambito degli studi che hanno approfondito il ruolo della cultura come elemento di rafforzamento dell'attrattività di un territorio e come generatore di flussi turistici, un'attenzione particolare è stata dedicata agli eventi di natura culturale e all'impatto che essi possono esercitare sullo sviluppo economico del territorio ospitante.

Il turismo incentrato sulla creazione di eventi (*event-based tourism*) costituisce, infatti, una riconosciuta e ormai diffusa strategia di valorizzazione territoriale (Bartolazzi et al., 2008). Quest'ultima può estrinsecarsi attraverso l'ideazione e l'organizzazione di eventi specifici, capaci di generare un flusso di presenze

attratte nel territorio da un particolare evento, oppure di eventi che, pur non agendo autonomamente come meta elettiva di turismo *ad hoc*, costituiscono importanti elementi di attrazione e intrattenimento e contribuiscono quindi ad arricchire l'esperienza di coloro che in un determinato territorio sono attratti da motivazioni diverse (Ferrari, 2002).

Sono, in effetti, numerosi, soprattutto in Italia, gli eventi culturali (festival, rassegne, retrospettive, concerti, premi letterari, prime/anteprime cinematografiche, meeting e convegnistica in genere, ecc.) ideati e organizzati con un dichiarato intento turistico, i quali hanno dato un contributo significativo al rafforzamento della notorietà di un luogo e di un territorio e all'incremento della sua attrattività turistica.

Rispetto a eventi di questo tipo, si distinguono invece quelli che affondano le loro radici nella tradizione e nella vocazione culturale di un determinato territorio, la cui valenza come leve di attrazione turistica è stata riconosciuta soltanto successivamente.

Tali eventi, pur non essendo il frutto di un'esplicita e originaria strategia di marketing territoriale e di sviluppo turistico, hanno molto spesso fornito un contributo determinante a contraddistinguere l'identità di un territorio e il loro reiterarsi nel tempo ha finito per configurarsi come chiaro elemento di distinzione rispetto ai territori concorrenti, con importanti effetti positivi in termini di presenze turistiche e di ricadute economiche.

In quest'ultima categoria deve essere sicuramente annoverato il Rossini Opera Festival (ROF), manifestazione lirica internazionale esclusivamente dedicata a Gioachino Rossini, che ogni anno si svolge a Pesaro durante le due settimane centrali del mese di Agosto. La manifestazione è nata a Pesaro nel 1980 con l'intento di estendere al campo teatrale l'attività scientifica svolta dalla Fondazione Rossini, dedicata allo studio della figura, della memoria e delle opere del compositore pesarese.

Fin dalla sua istituzione, il ROF ha contribuito in modo determinante al rafforzamento della notorietà della città di Pesaro, a livello soprattutto internazionale, assumendo un ruolo di primo piano tra i già presenti elementi di attrazione turistica (la posizione affacciata sul Mare Adriatico, l'oasi naturale del parco San Bartolo, il patrimonio artistico-culturale, l'entroterra collinare ricco di centri di interesse storico, architettonico e artistico, oltre alle numerose tipicità enogastronomiche).

Anche grazie all'impulso esercitato dal Festival, infatti, si è generato un consistente flusso di presenze, che va ben oltre il novero dei già numerosi affezionati rossiniani che ogni anno giungono a Pesaro per assistere al Festival.

La città di Pesaro può quindi beneficiare di un importante elemento di differenziazione rispetto ad altri territori limitrofi e similari e ha acquisito una notorietà che va ben oltre il suo essere città balneare, soprattutto grazie all'opera dei media e al passaparola dei suoi appassionati spettatori (Ferrari e Adamo, 2005). Intorno al Festival, infatti, si è creato un flusso di informazione che ha consentito di:

- ampliare in senso spaziale l'area della notorietà di Pesaro, grazie alla capacità dei media di diffondere ad ampio raggio informazioni relative alla città e alla provincia;
- approfondire il livello di conoscenza degli elementi di attrattività presenti nel territorio pesarese, consentendo anche a soggetti situati in aree molto lontane di venire a conoscenza delle specificità naturali, paesaggistiche, storico-culturali, architettoniche, enogastronomiche, ecc.

Proprio dalla consapevolezza della capacità attrattiva del Festival nasce il presente studio, il cui obiettivo è la valutazione della rilevanza economica del Rossini Opera Festival, della sua capacità di attirare flussi turistici e del suo impatto sul sistema economico pesarese.



2. La valutazione dell'impatto economico di un evento culturale. Impostazione metodologica

Il riconoscimento degli eventi culturali come leve di attrazione turistica e della loro importanza come elementi di marketing territoriale ha stimolato l'elaborazione di modelli da utilizzare per la valutazione dell'impatto economico che tali eventi sono in grado di generare nel territorio ospitante (Herrero et al., 2006; Tohmo, 2005; Brown, 2002; Breen et al., 2001; Crompton et al., 2001; Mules, Faulkner, 1996).

Tale valutazione, secondo gli schemi della contabilità nazionale, può teoricamente essere effettuata attraverso tre diversi approcci: quello della produzione, quello dei redditi e quello della spesa. In breve, secondo il primo approccio si tratterebbe di calcolare l'aumento di produzione/valore aggiunto (di beni e servizi) associato all'evento culturale del ROF. In modo equivalente, gli altri due approcci si concentrano sulla misurazione delle variazioni dei redditi e dei consumi. Idealmente, e sotto certe condizioni, i tre approcci di misurazione dovrebbero fornire lo stesso risultato.

Nella valutazione dell'impatto economico del Rossini Opera Festival a livello provinciale, si è scelto di impiegare l'approccio della spesa, ossia di stimare l'importo delle spese per beni e servizi effettuate nel territorio di Pesaro, durante il periodo di svolgimento del Festival, da parte di tutti coloro che hanno trascorso un periodo di soggiorno in questa zona per motivi legati al ROF. Nell'ambito della presente analisi, tali persone si configurano pertanto come "consumatori" e, tramite invio di questionario, si è cercato di stimare l'entità delle spese da loro sostenute durante il periodo del ROF.

Seguendo questa impostazione, le spese associate all'evento sono state distinte in tre categorie:

- 1) spese direttamente sostenute dal ROF ai fini dell'allestimento e della realizzazione delle manifestazioni operative previste nell'ambito del programma annuale. A questa categoria appartengono le spese che ogni anno il ROF sostiene per l'acquisto, presso fornitori locali, di materie prime, materiale di consumo, beni strumentali, servizi, ecc.;
- 2) spese sostenute da tutti coloro che ogni anno sono attratti a diverso titolo nella zona di Pesaro dalla presenza del Festival. A questo gruppo appartengono, in particolare:
 - a. *gli spettatori* delle manifestazioni operative: dalle analisi svolte dallo stesso ROF risulta che lo "spettatore-tipo" è un cittadi-

no europeo quarantenne, benestante, di cultura medio-alta, che si muove autonomamente, si ferma più giorni a Pesaro e assiste a più spettacoli;

b. *i collaboratori del ROF*, ossia gli artisti, i Maestri e tutti coloro che sono direttamente coinvolti nell'allestimento degli spettacoli (coristi, orchestrali, costumisti, scenografi, elettricisti, tecnici del suono, ecc.);

c. *gli accompagnatori*, intendendo per tali tutti coloro che, pur non essendo direttamente interessati al Festival, ogni anno soggiornano nel territorio pesarese per un periodo più o meno lungo, in quanto viaggiano in accompagnamento degli spettatori o dei collaboratori del ROF (prevalentemente familiari e amici);

3) spese indirette generate dal ROF, riferite agli effetti a cascata associati alle due precedenti categorie di spesa. Queste ultime, infatti, contribuiscono all'incremento dei livelli di reddito di altri soggetti (es. esercenti e fornitori di beni e servizi del territorio), i quali, a loro volta, redistribuiscono almeno in parte questo extra-reddito sullo stesso territorio attraverso le loro spese. Si tratta, tuttavia, di un effetto indotto difficile da identificare e da quantificare, in quanto diffuso nel tempo e nello spazio e pertanto stimabile soltanto sulla base di approssimazioni relative alle caratteristiche strutturali del sistema economico locale (propensione al consumo e all'investimento, propensione all'interscambio con altri territori, funzionamento del sistema finanziario, infrastrutture e istituzioni locali, ecc). Proprio per questa difficoltà di valutazione, e allo scopo di evitare di produrre stime di incerta attendibilità, questa categoria di spese non è stata considerata nell'ambito della presente analisi.

La valutazione delle ricadute economiche generate dal ROF sul territorio di Pesaro si è pertanto basata sulla stima delle spese sostenute direttamente dal ROF (categoria 1) e dal flusso di turisti attratti dalla manifestazione (categoria 2). In particolare, la stima delle spese direttamente sostenute dal ROF è stata effettuata attingendo i dati dal Bilancio sociale 2011. In tale bilancio le spese sostenute dal ROF nel corso dell'anno sono classificate secondo un criterio territoriale, definito in funzione della localizzazione del fornitore dei beni e servizi acquistati ai fini della preparazione e dell'allestimento del Festival. Dati gli scopi della nostra analisi, sono state considerate soltanto le spese sostenute presso fornitori di beni e servizi operanti nel territorio comunale e nella provincia di Pesaro-Urbino.

La stima delle spese sostenute da spettatori, collaboratori e accompagnatori, invece, è stata effettuata procedendo secondo un percorso a tre stadi:

1. *stima delle presenze complessive* (spettatori, collaboratori e accompagnatori) nel territorio pesarese durante il periodo del ROF;

2. *stima della spesa pro-capite* sostenuta nel territorio pesarese durante il periodo di soggiorno;

3. *stima della spesa complessiva*.

Ai fini della raccolta di tali dati, nel periodo Febbraio-Aprile 2012 è stato somministrato un questionario a un campione rappresentativo delle due categorie considerate: spettatori e collaboratori. In quest'ultimo gruppo non sono tuttavia stati inclusi gli artisti: la stima della spesa effettuata nel territorio durante il periodo di preparazione e svolgimento del Festival è stata infatti effettuata sulla base di dati forniti direttamente dalla Fondazione ROF.

Ad ognuno dei destinatari del questionario è stato chiesto di fornire una serie di informazioni relative al periodo trascorso nella zona di Pesaro in occasione dell'edizione 2011 del Rossini Opera Festival. In particolare, le domande contenute nel questionario sono state finalizzate a conoscere (Allegato A e B):

■ il numero di persone (familiari, amici e altro) con cui è stato condiviso il viaggio e il soggiorno nella zona di Pesaro;

■ la durata del periodo di soggiorno nella zona di Pesaro;

■ il tipo di alloggio adottato durante questo periodo, chiedendo di specificare se si è trattato di alberghi (distinti nelle varie categorie), B&B, agriturismi, abitazioni private (di proprietà o in affitto), ecc.;

■ le spese sostenute durante questo periodo di soggiorno per vitto, alloggio, shopping, visita di musei localizzati nella zona di Pesaro o altre attività turistico-culturali, stabilimenti balneari, trasporti locali.

Il questionario è stato inviato a un campione composto da 857 persone, di cui 690 rappresentati dal pubblico (spettatori) e 167 collaboratori. L'invio è stato effettuato via mail, utilizzando i nominativi, e i relativi recapiti, contenuti nei database a disposizione della Fondazione Rossini Opera Festival. Il tasso di risposta, calcolato come rapporto tra i questionari compilati e quelli distribuiti, è stato complessivamente pari al 38%. Tale valore, comparativamente ai risultati ottenuti in altre indagini di questo tipo, costituisce un risultato più che soddisfacente dal punto di vista statistico (Tabella 1) e ciò consente di considerare attendibili i risultati ottenuti attraverso l'indagine.

Tabella 1 – Numero di questionari inviati e tassi di risposta: collaboratori e pubblico

Gruppo	Questionari consegnati	Questionari compilati	Tasso di risposta %
Collaboratori	167	84	50,3
Pubblico	690	239	34,6
TOTALE	857	323	37,7

Partendo dalle informazioni ottenute tramite i questionari, siamo successivamente risaliti, anche sulla base di alcune semplici statistiche fornite dalla Fondazione Rossini Opera Festival (quali il numero medio pro-capite di biglietti venduti), alla popolazione di riferimento, alla sua composizione, alle diverse categorie di spesa e, quindi, alla stima della spesa complessiva.

L'analisi delle spese direttamente o indirettamente riconducibili all'attività del ROF è stata affiancata da un'indagine parallela, effettuata presso gli esercenti di attività commerciali collocate nella città di Pesaro. La finalità di questa seconda parte dell'indagine è stata quella di valutare l'impatto economico del ROF adottando una prospettiva diversa, in quanto basata sull'incremento di fatturato registrato nel periodo del Festival e imputabile alla manifestazione, in quanto generato dagli acquisti effettuati dalle persone (spettatori, collaboratori e accompagnatori) presenti a Pesaro per motivi associati al ROF.

L'analisi è stata effettuata attraverso la selezione di una serie di esercizi commerciali (bar, ristoranti, alberghi, negozi di abbigliamento e calzature, vendita di prodotti eno-gastronomici, artigianato locale, servizi alla persona, ecc.), localizzati in varie aree della città di Pesaro, scelti in modo da tener conto dei diversi gradi di concentrazione e di specializzazione commerciale dell'area urbana. Agli esercenti selezionati è stato sottoposto un questionario, contenente domande relative alle variazioni di fatturato registrate nei mesi di Giugno, Luglio e Agosto 2011 e riconducibili al ROF (Allegato C).

Complessivamente sono stati distribuiti 66 questionari, 54 dei quali sono stati riconsegnati debitamente compilati. Il tasso di risposta, pertanto, è stato in questo caso particolarmente elevato, soprattutto grazie al fatto che la somministrazione è stata effettuata tramite consegna diretta agli esercenti selezionati (Tabella 2).

Tabella 2 – Numero di questionari inviati e tassi di risposta: attività commerciali

Gruppo	Questionari consegnati	Questionari compilati	Tasso di risposta %
Attività commerciali	66	54	81,8

3. Analisi dei dati

3.1 Presenze e spettatori

La valutazione dell'impatto economico del ROF è stata effettuata a partire dalla stima del numero di persone presenti nel territorio della provincia di Pesaro-Urbino durante il periodo di svolgimento dell'edizione 2011 del Festival. I risultati di tale analisi (Tabella 3) sono esposti tenendo conto distintamente delle due principali categorie considerate: "Pubblico" e "Collaboratori" del ROF.

Il termine "Pubblico" viene qui utilizzato con riferimento a diverse categorie di spettatori:

- "Amici e Sostenitori del ROF": a questa categoria appartengono gli iscritti ad una associazione, denominata "Amici del ROF", fondata nel 1997, allo scopo di consentire agli appassionati rossiniani di sostenere la manifestazione godendo di privilegi esclusivi. Si tratta di un segmento di pubblico altamente fidelizzato, contraddistinto da una forte passione per Rossini, che promuove il Festival e contribuisce a conservarne e ad accrescerne la vitalità. Tale gruppo, costituito per il 61% di stranieri (Fonte: ROF), rinnova anno dopo anno la propria presenza al Festival. Le prenotazioni per questa categoria di soggetti si aprono a Marzo. Gli Amici e Sostenitori del ROF si assicurano i migliori posti e usufruiscono di benefit quali la prelazione sull'acquisto dei biglietti, programmi di sala gratuiti, la ROF card;
- il "Pubblico del ROF" comprende gli spettatori fortemente legati alla manifestazione, che assicurano una presenza molto assidua alle manifestazioni annuali. Per questa categoria di spettatori, per il 44% stranieri (Fonte: ROF), le prenotazioni si aprono ad Aprile;
- gli spettatori che prenotano tramite agenzie, associazioni e tour operator. Per questo gruppo le prenotazioni si aprono a Gennaio. Gli spettatori che partecipano al Festival utilizzando questo canale per prenotare il biglietto e per organizzare il viaggio e il soggiorno a Pesaro sono per il 63% stranieri;
- altri spettatori: ci si riferisce a tutti coloro che acquistano biglietti individualmente e direttamente al botteghino. A questa categoria appartengono prevalentemente residenti nel territorio provinciale e nelle province limitrofe, ma sono presenti anche turisti, già presenti

in provincia per motivi indipendenti dal Festival, e altri spettatori indipendenti, non classificabili nelle categorie precedenti.

La categoria “Collaboratori” comprende, invece, i Maestri, gli artisti e i tecnici che contribuiscono alla realizzazione della manifestazione.

I dati stimati in Tabella 3 sono stati calcolati mediante i seguenti passaggi intermedi:

- calcolo del numero medio pro-capite di biglietti acquistati, tenendo conto del fatto che alcuni biglietti sono stati acquistati anche da coloro che appartengono alla categoria “Collaboratori”. Con riferimento alla categoria “Pubblico”, in questa prima fase la stima è stata effettuata considerando i biglietti acquistati da ciascun componente delle categorie “Amici del ROF”, “Pubblico del ROF” e da tutti coloro che prenotano tramite agenzie;
- calcolo del numero di “altri spettatori”: in questo caso, non avendo alcuna informazione campionaria, il numero di spettatori è stato ottenuto in modo tale che la media ponderata (utilizzando come pesi la numerosità di ogni categoria di spettatori) del numero medio pro-capite di biglietti venduti fosse sostanzialmente uguale al dato fornito dalla Fondazione Rossini Opera Festival, cioè 2,5 biglietti;¹
- calcolo del numero di accompagnatori degli spettatori e dei collaboratori sulla base delle informazioni campionarie. Nel caso degli “altri spettatori” si è ipotizzato che il rapporto spettatori-accompagnatori fosse pari a 1, dal momento che si tratta prevalentemente di spettatori “locali”;
- calcolo della distribuzione percentuale degli spettatori divisi per categoria e successiva applicazione di questa distribuzione al numero totale di spettatori. Quest’ultimo è stato ottenuto dal rapporto tra numero complessivo di biglietti venduti e numero medio pro-capite di biglietti acquistati (2,5);
- calcolo, infine, del numero complessivo di presenze. Tale numero è stato ottenuto, in primo luogo, dividendo il numero stimato di spettatori in ciascuna categoria per il rapporto spettatori-accompagnatori e, successivamente, sommando i singoli risultati.



¹ Il numero di “altri spettatori” stimato seguendo questa procedura è stato poi sostanzialmente confermato dalle informazioni a disposizione della Fondazione Rossini Opera Festival.

Tabella 3 – Presenze e spettatori

Gruppo	Totali spettatori stimati	Categorie di spettatori %	Totale presenze	Rapporto spettatori/presenze	Nr. biglietti acquistati totale	Nr. biglietti acquistati pro-capite
Collaboratori	208	3,79	697	29,8	463	2,2
Pubblico	5.282	96,21	7.824	67,5	13.122	2,5
TOTALE	5.490	100,00	8.521	64,4	13.585	2,5

Nella Tabella 3 sono illustrati i risultati di questa analisi:

- la colonna “Totale spettatori stimati” indica il numero di persone, appartenenti alla categoria “Collaboratori” e “Pubblico”, che hanno acquistato biglietti per assistere ad almeno una delle manifestazioni operistiche nel corso del Festival;
- la colonna “Totale presenze” indica invece il numero di persone complessivamente presenti a Pesaro nel periodo del Festival, indipendentemente dalla loro partecipazione alle manifestazioni. In questo caso, pertanto, sono compresi nel calcolo sia gli spettatori effettivi, che i collaboratori, che i loro accompagnatori, ossia coloro che hanno trascorso un periodo nella provincia di Pesaro pur non essendo interessati alle manifestazioni del ROF.

Complessivamente, il numero totale di spettatori stimati è pari a 5.490. Di questi, 208 sono “Collaboratori” (3,79% del totale), mentre i restanti 5.282 spettatori rappresentano il “Pubblico” del ROF (96,21% del totale).

Ai fini della valutazione dell’impatto economico del Festival, il dato che più interessa è quello relativo al numero di persone che complessivamente hanno soggiornato a Pesaro o nel territorio provinciale durante il periodo di svolgimento del Festival. È questo infatti il dato che esprime la capacità del ROF di attirare flussi turistici nella provincia.

Dalla stima effettuata risulta che il totale delle presenze attratte dal ROF ammonta a 8.521 persone: 697 sono riconducibili alla categoria “Collaboratori” (8,17% sul totale), mentre 7.824 riguardano il “Pubblico” ROF (91,82% sul totale).

Rapportando il numero di spettatori al totale delle presenze (Tabella 3, Colonna 4), risulta che la partecipazione alle manifestazioni del Festival riguarda il 30% delle presenze associate ai “Collaboratori”. Come facilmente prevedibile, invece, decisamente maggiore è la quota riferita al “Pubblico”: il 67,5% del totale delle presenze riconducibili a quest’ultimo gruppo assiste infatti ad almeno uno degli spettacoli offerti dal programma del Festival.

Considerando congiuntamente le due categorie di spettatori (Pubblico e Colla-

boratori), risulta che il numero di accompagnatori rappresenta complessivamente il 35,6% delle presenze complessive. Trova pertanto conferma la capacità del ROF di agire come importante leva di attrazione di flussi turistici, la cui entità risulta significativamente più elevata del numero di persone il cui soggiorno a Pesaro è specificamente motivato dalla partecipazione al Festival.

Dall’analisi svolta emergono anche alcune informazioni riguardo al grado di partecipazione al ROF da parte degli spettatori, misurato sulla base del numero di biglietti pro-capite acquistati. Nel corso dell’edizione 2011, ogni spettatore ha acquistato in media 2,5 biglietti per partecipare alle manifestazioni operistiche. Lievemente inferiore è il numero medio di biglietti pro-capite acquistati dagli spettatori appartenenti alla categoria “Collaboratori”, dal momento che la presenza di questi ultimi a Pesaro non è originata dal desiderio di assistere al Festival.

3.2 L’analisi della spesa

Come affermato, la valutazione della spesa aggregata è stata effettuata considerando distintamente :

- la spesa sostenuta dal Pubblico, dai Collaboratori e dai relativi accompagnatori;
- la spesa sostenuta dagli artisti direttamente coinvolti nelle manifestazioni operistiche, durante il loro soggiorno a Pesaro, nel periodo antecedente e durante lo svolgimento del Festival;
- gli acquisti effettuati dalla Fondazione ROF per l’allestimento del Festival.

I dati relativi a queste due ultime categorie di spesa sono stati forniti direttamente dal ROF. La valutazione della prima categoria di spesa, invece, si è basata, oltre che sulla stima delle presenze attratte dal ROF, sulle informazioni raccolte tramite questionari, i quali hanno consentito di determinare:

- la durata media del soggiorno a Pesaro o nel territorio provinciale;
- l’entità della spesa giornaliera pro-capite, articolata per distinte categorie.

I risultati di tale analisi sono sinteticamente esposti in Tabella 4, in cui sono mantenuti distinti i dati riferiti al Pubblico e ai Collaboratori. Una precisazione necessaria riguarda il numero di presenze considerate ai fini della valutazione della spesa. Si osserva, infatti, che nella Tabella 4 il numero complessivo di presenze riferibili alla categoria Pubblico è inferiore rispetto a quello già esposto

in Tabella 3. La ragione di tale differenza è l'esclusione, in questa fase dell'analisi, dei residenti locali, la cui presenza è stata stimata pari all'11% circa della categoria "altri spettatori". Tale scelta, in linea con il comportamento adottato in altri studi di questo tipo, è motivata dal fatto che i residenti non sostengono spese ulteriori rispetto a quelle che si registrerebbero in assenza dell'evento e, per tale motivo, devono essere esclusi dalla valutazione dell'impatto economico di quest'ultimo (Bracalente et al., 2011).

Riguardo al soggiorno nella città, o nella provincia, di Pesaro, si osserva una durata media significativamente diversa per Pubblico e Collaboratori, coerentemente con il diverso tipo di coinvolgimento dei due gruppi di persone con il ROF. I Collaboratori, infatti, trascorrono a Pesaro un periodo di circa 2 mesi, in quanto impegnati nell'allestimento tecnico delle manifestazioni operistiche e nello svolgimento delle prove. Il periodo di soggiorno del Pubblico è invece circoscritto al periodo del Festival ed ha una durata media di 7 giorni.

Le due principali categorie di spesa sono rappresentate dalle spese per bar e ristoranti, e dalle spese di alloggio (alberghi, appartamenti, ecc.). Nell'insieme queste due categorie di spesa sono valutabili in circa 8,2 milioni di euro e, nel complesso, pesano per più del 75% della spesa aggregata complessiva.

Al secondo posto per dimensione assoluta si collocano le spese per lo shopping (circa 1 milione di euro), seguite dalle spese per visite ai musei e altri luoghi e siti di attrazione culturale, dalle spese per trasporti e, infine, dalle spese per gli stabilimenti balneari (Tabella 4).

Tabella 4 – Spese del Pubblico e dei Collaboratori, spese dirette del ROF e spese degli artisti

Gruppo	Collaboratori	Pubblico	Totale
Totale presenze	697	7.634	8.331
Soggiorno: nr. giorni	52,35	7	
Spesa giornaliera pro-capite: bar e ristoranti	23,32	60,8	
Totale spesa: bar e ristoranti	850.899	3.249.030	4.099.929
Spese stabilimenti balneari	25.864	119.268	145.132
Shopping	69.405	927.424	996.829
Musei	38.991	321.134	360.125
Trasporti locali	42.761	144.083	186.843
Spese alloggio	2.248.862	1.839.852	4.088.714
Acquisti diretti locali della Fondazione ROF			586.758
Spese locali degli artisti			376.495
Totale spese			10.840.825

La valutazione della spesa aggregata riconducibile al ROF ha preso anche in considerazione le spese direttamente effettuate dalla Fondazione per acquisti di beni e servizi e quelle effettuate dagli artisti. Complessivamente, queste ultime due categorie di spesa sono di poco inferiori al milione di euro, e corrispondono al 9% circa della spesa complessiva (Tabella 4).

Nel complesso, quindi, la spesa aggregata riconducibile alla manifestazione culturale del ROF nel 2011 è valutabile in circa 11 milioni di euro. Considerando che il bilancio della Fondazione Rossini Opera Festival, sempre nel 2011, è stato di poco superiore ai 5 milioni di euro, dall'analisi effettuata risulta che il ROF è in grado di attivare risorse all'interno del processo produttivo locale pari a circa 2 volte le risorse disponibili. Occorre peraltro considerare che questa stima del "moltiplicatore" non tiene conto di tutte quelle attività che nascono e si sviluppano grazie al Rossini Opera Festival e che rappresentano un'importante opportunità di sviluppo, non solo dal punto di vista economico, per il territorio provinciale.

Il calcolo appena descritto è stato effettuato rapportando la spesa aggregata riconducibile al ROF al totale del bilancio complessivo della Fondazione, il quale include risorse e contributi, pubblici e privati, di provenienza sia locale che nazionale. Lo stesso calcolo può tuttavia essere circoscritto a livello locale, allo scopo di valutare l'impatto moltiplicativo realizzato nel territorio provinciale dal ROF, grazie alla sua capacità di generare e distribuire risorse di valore superiore a quelle attinte dallo stesso territorio. A tale scopo occorre pertanto confrontare le entrate di provenienza locale con la spesa attivata sullo stesso territorio dalla manifestazione rossiniana. Calcolando che le risorse investite nel ROF da enti e imprese provinciali ammontavano nel 2011 a circa un milione e 500 mila euro, il loro effetto di attivazione di spesa rivolta ad attività localizzate nel territorio è quantificabile da un moltiplicatore il cui valore è pari a circa 7. In altre parole, ciò significa che ogni euro investito nel ROF attiva una spesa di 7 euro, prevalentemente concentrata sulla città di Pesaro. Risulta pertanto confermata la capacità del ROF di agire non soltanto come importante fattore di attrazione di flussi turistici, ma anche come promotore di ricchezza e di sviluppo economico.

3.3 L'impatto del ROF sulle attività commerciali della città di Pesaro

L'analisi fin qui svolta è stata effettuata dal punto di vista della domanda, in quanto rivolta ai "consumatori", ossia a coloro che si recano a Pesaro durante il periodo del Festival e effettuano operazioni di spesa durante il loro soggiorno. Per completare l'analisi dell'impatto economico del ROF, e allo scopo di ottenere anche una valutazione dal punto di vista dell'"offerta" di beni e servizi, è stata effettuata una parallela analisi rivolta agli esercenti attività commerciali localizzate nella città di Pesaro. L'obiettivo di questa seconda parte dell'analisi, pertanto, è stato quello di valutare l'incremento di fatturato registrato nel periodo di svolgimento del ROF e imputabile alle presenze attratte a Pesaro dal Festival.

Tabella 5 – Incrementi di fatturato riconducibili al ROF - Mese di Agosto

Tipo attività	Incremento di fatturato %
Ristorazione	17,6
Strutture alberghiere	41,7
Bar-Gelaterie	33,6
Abbigliamento	15,0
Negozi	17,7
Prodotti naturali e artigianali	15,0
Calzature	20,0
Enotechе	30,0
Librerie	15,0
Profumerie	10,0
Vendita di maioliche artistiche	30,0
Ottici	6,0
Edicole	10,0
Gioiellerie-Orologerie	5,0
Parrucchieri per signora	15,0
Fiorai	10,0
TOTALE	21,0

Le informazioni riportate in Tabella 5 si riferiscono al mese di Agosto 2011. Dall'analisi svolta risulta che, in media, l'incremento di fatturato imputabile al ROF si colloca al 21%, anche se è presente una accentuata variabilità settoriale. Si va, infatti, dal quasi 42% delle strutture alberghiere al 5% delle gioiellerie-orologerie. Nel complesso, tuttavia, le differenze settoriali riflettono abbastanza bene le aspettative riguardo alle attività più direttamente interes-

sate dalla presenza della manifestazione rossiniana in città. Accanto alle attività alberghiere, gli incrementi di fatturato più elevati sono riscontrabili per i bar-gelaterie (+33,6%), la vendita di maioliche artistiche (conferma di presenze appartenenti a classi di reddito superiori alla media) e le enoteche (+30%), i negozi di calzature (+20%). Inferiori alle aspettative sono, invece, i risultati relativi alla ristorazione (+17,6%) e all'abbigliamento (+15%).

Variazioni significative di fatturato sono, infine, riscontrabili nel caso dei parrucchieri per signora, delle librerie e della vendita di prodotti naturali e artigianali (+15%) (cfr. Tabella 5).

Come già ricordato, questo questionario ha raccolto informazioni anche relativamente ai mesi di Giugno e Luglio, durante i quali il Rossini Opera Festival agisce positivamente sulle attività produttive attraverso la presenza a Pesaro delle maestranze e degli artisti impegnati per le prove. Come ci si poteva attendere, data la minor capacità da parte degli intervistati di cogliere il legame tra andamento del fatturato e ROF in periodi diversi da quelli in cui si svolge la manifestazione, il numero sia delle risposte che dei settori coinvolti è risultato inferiore a quello di Agosto e, di conseguenza, i risultati devono essere considerati con maggior cautela. Per questo motivo si è preferito non riportare i dati disaggregati, ma solo quelli medi complessivi che sono sembrati coerenti con le aspettative. Infatti, per le attività commerciali localizzate a Pesaro, l'aumento di fatturato riconducibile al ROF nel mese di Giugno 2011 è stato del 12%, mentre nel mese di Luglio è stato del 15%.



4. Conclusioni

Abbiamo iniziato questo lavoro ponendoci delle domande circa il ruolo degli eventi culturali come attrattori di flussi turistici e come motori per lo sviluppo economico di un territorio. I risultati di questa analisi sembrano fornire risposte positive per quanto riguarda il Rossini Opera Festival. A fronte di risorse investite dal territorio che nel 2011 sono risultate pari a circa un milione e 500 mila euro, il ROF è stato infatti in grado di attivare un volume di affari nell'ordine di quasi 11 milioni di euro, corrispondente a un moltiplicatore pari a 7. La capacità del ROF di agire come importante generatore di risorse risulta peraltro confermata anche se la valutazione viene effettuata rapportando le risorse generate con quelle complessivamente impiegate. Tenendo conto che il bilancio complessivo della Fondazione Rossini Opera Festival è pari a circa 5 milioni di euro, ne consegue, infatti, che la manifestazione rossiniana si configura come un importante "moltiplicatore" di ricchezza, di valore superiore a 2.

Nell'esprimere un giudizio su tale effetto moltiplicativo non è possibile effettuare una comparazione diretta con l'impatto associato ad altri eventi culturali (Colombo, 2009). Benché siano stati effettuati altri studi di questo tipo, soprattutto in tempi più recenti, è infatti difficile stabilire un confronto, sia per i non sempre coincidenti approcci metodologici adottati, sia per le differenze riscontrabili tra gli eventi sottoposti a valutazione (eventi unici o eventi ripetuti a scadenze regolari; eventi singoli o meta-eventi; eventi a ingresso libero o eventi a pagamento; ecc.). Pur con queste limitazioni, è senza dubbio possibile affermare che il ROF si colloca tra gli eventi ad elevato impatto economico, soprattutto se si considerano alcuni elementi distintivi di tale evento:

- il luogo di svolgimento: il ROF si svolge infatti a Pesaro presso il Teatro Rossini e presso altre strutture con capienza limitata, con ovvie conseguenze in termini di numerosità di presenze attirabili dal Festival;
- il prezzo di acquisto dei biglietti, il quale contribuisce a generare un flusso di spettatori non comparabile a quelli di altri eventi ad ingresso gratuito.

Si aggiunga, inoltre, che la valutazione qui presentata risulta sicuramente sottostimata rispetto all'effettivo impatto complessivo del ROF sul territorio provinciale, dal momento che non ne considera gli effetti di medio e lungo periodo. Livelli di attività più elevati, una domanda di servizi innovativi e non facilmente reperibili, il rafforzamento dell'identità di una destinazione turistica sono solo alcuni dei fattori che possono stimolare la creazione di nuove imprese, di

maggiori opportunità di occupazione, di un rafforzamento del capitale sociale di un territorio.

In conclusione, l'analisi svolta consente di confermare la capacità del Rossini Opera Festival di fornire un significativo contributo allo sviluppo turistico della città di Pesaro e dell'intera provincia e alla creazione di ricchezza per il territorio, data l'entità delle ricadute sul sistema economico locale generate dalla spesa direttamente o indirettamente associata alla sua realizzazione. E anche in questo periodo di crisi, il ROF rappresenta un'opportunità per l'economia pesarese per attenuare le difficoltà che, invece, altri comparti stanno sperimentando.

BIBLIOGRAFIA

- Bartolazzi F.V., Forlani F., Fortezza F. (2008), "Caratteri e potenzialità degli eventi come "esperienze mediterranee": il caso "Palio de lo daino", *Mercati e Competitività*, Fascicolo 4.
- Bracalente B., Chirieleison C., Cossignani M., Ferrucci L., Gigliotti M., Ranalli M.G. (2011), "The economic impact of cultural events: the Umbria Jazz music festival", *Tourism Economics*, 17 (6), 1235-1255.
- Breen H., Bull A., Walo M. (2001), "A comparison of survey methods to estimate visitor expenditure at a local event", *Tourism Management*, Vol. 22, No. 5, pp. 473-479.
- Brown M.D., Var T., Lee S. (2002), "Messina Hof Wine and Jazz Festival: an economic impact analysis", *Tourism Economics*, Vol. 8, No. 3, pp. 273-279.
- Colombo C. (2009), "Expansive waves of arts festivals. Approaches in impact studies", *Economia della Cultura*, Vol. 3, pp. 351-357.
- Crompton J.L., Lee S., Shuster T.J. (2001), "A guide for undertaking economic impact studies: The Springfest example", *Journal of Travel Research*, Vol. 40, August.
- Ferrari S. (2002), *Event marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*, Cedam, Padova.
- Ferrari S., Adamo G.E. (2005), "Autenticità e risorse locali come attrattive turistiche: il caso della Calabria", Dipartimento di Scienze Aziendali, Università della Calabria.
- Herrero L.C., Sanz J.A., Devesa M., Bedate A., Del Barrio M.J. (2006), "The economic impact of cultural events. A case study of Salamanca 2002, European capital of culture", *European Urban and Regional Studies* 13(1): 41-57.
- Istat (2010), *Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2009*, Istat, Roma.
- Istat (2012), *Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2011*, Istat, Roma.
- Mules T., Faulkner B. (1996), "An economic perspective on special events", *Tourism Economics*, Vol. 2, n. 2, 107-117.
- Pencarelli T. (1999), "Politiche di marketing turistico. Il caso delle Marche", *Economia e Diritto del Terziario*, Fascicolo 3.
- Re P. (2010), "Un modello micro e macro per la valutazione della creazione di valore dei musei e del settore cultura", *Sinergie*, n. 82.
- Tohmo T. (2005), "Jazz festival visitors and their expenditures: linking spending patterns to musical interest", *Journal of Travel Research*, Vol. 40, pp. 281-286.

ALLEGATO A

Questionario per "Amici" e "Pubblico" del ROF

Questionario per "Amici" e "Pubblico" del ROF



1. **Per partecipare al ROF è venuto a Pesaro (Did you attend ROF?)**

- Da solo (Alone) In compagnia di altre persone (With other people)

2. **Se è venuto in compagnia di altre persone, da quante persone era composto il suo gruppo, incluso lei stesso? (How many people were in your group including yourself?)**

N. (#) _____

3. **Può indicarci l'età dei singoli componenti del gruppo? (Can you tell us the age of each member of your group?)**

	Fino a (under) 14 anni	Da (from) 15 a (to) 25	Da (from) 26 a (to) 50	Da (from) 51 a (to) 65	Più di (over) 65 anni
1 persona (person)					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

4. **Può indicarci la sua professione? (Can you tell us your profession?)**

- Studente (Student) Libero professionista (Private practice) Pensionato (Retired)
- Commerciante (Shop keeper) Dipendente (Employee) Altro (Other)
- Imprenditore (Private enterprise) Dirigente (Manager)

5. **La sua provenienza? (Can you tell us where are you from?)**

Città (Town) _____ Paese (Country) _____

6. **Per quanto tempo si è trattenuto a Pesaro o nelle vicinanze? (How many days did you spend in Pesaro or nearby?)**

Numero di giorni (Number of days) _____

7. **Durante il periodo del ROF in quale città ha pernottato lei o il gruppo di persone indicato alla domanda 3? (During ROF in which town did you and your group have lodgings?)**

- Sempre a Pesaro (Always in Pesaro) Prevalentemente a Pesaro (Mainly in Pesaro) Sempre in altra/e città (Always in other town/s)

8. **Se ha o avete pernottato in una o in più città diverse da Pesaro, può indicare quali? (Can you tell us in which town/s you stayed overnight other than Pesaro?)**

Città (Town/s) _____

9. **In quale struttura avete alloggiato durante questo periodo? (Where did you stay overnight?)**

- Albergo (Hotel)
- B&B (Bed & Breakfast)
- Agriturismo (Agritourism)
- Campeggio (Camping)
- Casa in affitto (Rented house)
- Casa di sua proprietà (Property house)
- Casa privata di amici/conoscenza (Friend's house)

10. **Se avete alloggiato in albergo, può indicarci la categoria? (Can you tell us the category of your hotel?)**

- 1 stella (Star)
- 2 stelle (Star)
- 3 stelle (Star)
- 4 stelle (Star)
- 5 stelle (Star)

11. **Se avete pernottato in albergo o in agriturismo, può dirci il tipo di trattamento? (If you stayed in a hotel or agriturismo can you tell us the type of arrangement you had?)**

- Solo colazione (B&B)
- Mezza pensione (Half board)
- Pensione completa (Full board)

12. **Quanti biglietti avete acquistato complessivamente per partecipare alle rappresentazioni del ROF? (How many ROF tickets did you purchase in total?)**

Numero di biglietti (Number of tickets) _____

13. **Quanti biglietti avete complessivamente acquistato per partecipare alle rappresentazioni di seguito elencate? (How many ROF tickets did you purchase, for the performances listed below?)**

Adelaide di Borgogna _____

Mosè in Egitto _____

La scala di seta _____

Accademia Rossiniana _____

Il viaggio a Reims _____

Recital Marianna Pizzolato _____

Recital Dmitry Korchak _____

Recital Nicola Alaimo e Mario Cassi _____

Recital Marina Rebeka _____

Il barbiere di Siviglia _____

14. **Qual è stata la spesa totale per l'acquisto di biglietti per partecipare al ROF nel 2011? (What's the total amount spent in 2011 to buy ROF tickets?)**

- Non più di (under) 100 €
- Da (from) 101 € a (to) 200 €
- 201 - 300 €
- 301 - 500 €
- 501 - 750 €
- 751 - 1.000 €
- 1.001 - 1.500 €
- 1.501 - 2.000 €
- 2.001 - 3.000 €
- Più di (over) 3.000 €

15. **Quale spesa media giornaliera avete sostenuto a persona per ristoranti e bar durante il periodo di soggiorno a Pesaro e dintorni? (What's the daily amount spent by each member of the group for coffee shops and restaurants while in Pesaro and nearby?)**

- Non più di (under) 50 €
- Da (from) 51 € a (to) 100 €
- 101 - 150 €
- 151 - 200 €
- 201 - 250 €
- 251 - 300 €
- Più di (over) 300 €

16. **Quale la spesa sostenuta dall'intero gruppo per l'utilizzo di stabilimenti balneari? (What's the total amount spent by the whole group for beach services?)**

- Non più di (under) 100 €
- Da (from) 101 € a (to) 200 €
- 201 - 300 €
- 301 - 500 €
- 501 - 750 €
- 751 - 1.000 €
- Più di (over) 1.000 €

17. **La spesa dell'intero gruppo per lo shopping? (What's the total amount spent by the whole group for shopping?)**

- Non più di (under) 100 €
- Da (from) 101 € a (to) 200 €
- 201 - 300 €
- 301 - 500 €
- 501 - 750 €
- 751 - 1.000 €
- 1.001 - 1.500 €
- 1.501 - 2.000 €
- 2.001 - 3.000 €
- 3.001 - 5.000 €
- 5.001 - 10.000 €
- Più di (over) 10.000 €

18. **Quale l'importo dell'intero gruppo per le altre spese (musei, mostre, cinema, ingresso in locali, ecc.)? (What's the total amount spent by the whole group for museums, exhibitions, cinemas, entertainment, etc.?)**

- Non più di (under) 100 €
- Da (from) 101 € a (to) 200 €
- 201 - 300 €
- 301 - 500 €
- 501 - 750 €
- 751 - 1.000 €
- 1.001 - 1.500 €
- 1.501 - 2.000 €
- 2.001 - 3.000 €
- 3.001 - 5.000 €
- Più di (over) 5.000 €

ALLEGATO B

Questionario per i Collaboratori del ROF



Questionario per i Collaboratori del ROF

1. **Per partecipare al ROF è venuto a Pesaro**

Da solo In compagnia di altre persone

2. **Se è venuto in compagnia di altre persone, da quante persone era composto il suo gruppo, incluso lei stesso?**

N. _____

3. **Può indicarci l'età dei singoli componenti del gruppo?**

	Fino a 14 anni	Da 15 a 25	Da 26 a 50	Da 51 a 65	Più di 65 anni
Primo componente					
Secondo componente					
Terzo componente					
Quarto componente					
Quinto componente					
Sesto componente					

4. **Può indicarci il suo ruolo nell'ambito del ROF?**

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Direttore d'orchestra | <input type="checkbox"/> Direttore di scena |
| <input type="checkbox"/> Regista | <input type="checkbox"/> Macchinista |
| <input type="checkbox"/> Scenografo | <input type="checkbox"/> Elettricista |
| <input type="checkbox"/> Costumista | <input type="checkbox"/> Scenografo realizzatore |
| <input type="checkbox"/> Lighting designer | <input type="checkbox"/> Attrezzista |
| <input type="checkbox"/> Assistente team creativo | <input type="checkbox"/> Allievo tecnico |
| <input type="checkbox"/> Cantante | <input type="checkbox"/> Parrucchiere |
| <input type="checkbox"/> Professore d'orchestra | <input type="checkbox"/> Truccatore |
| <input type="checkbox"/> Corista | <input type="checkbox"/> Sarto |
| <input type="checkbox"/> Maestro collaboratore | <input type="checkbox"/> Fonico |
| <input type="checkbox"/> Pianista | <input type="checkbox"/> Altro (settore tecnico) |
| <input type="checkbox"/> Ufficio Produzione | |
| <input type="checkbox"/> Altro (settore artistico) | |

19. **Avete visitato altre città durante il ROF 2011?**
(During your stay in Pesaro in 2011 did you visit other cities?)

Sì (Yes) No (No)

20. **Se sì, può indicare quali? (Can you tell us which other city did you visit?)**

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

21. **Complessivamente, qual è stata la spesa sostenuta per i trasporti locali durante il periodo di permanenza a Pesaro?**
(What's the total amount spent for local transportation while in Pesaro?)

- Non più di (under) 100 €
 Da (from) 101 € a (to) 200 €
 201 - 300 €
 301 - 500 €
 501 - 750 €
 751 - 1.000 €
 Più di (over) 1.000 €

22. **Qual è stato il mezzo prevalentemente utilizzato per il trasporto locale?**
(Which means of transportation did you mainly use?)

- Taxi (Taxi)
 Autobus (Bus)
 Auto a noleggio (Rented car)
 Altro (Other)

5. **Può indicarci la sua provenienza?**

Città _____ Paese _____

6. **Per quanto tempo si è trattenuto a Pesaro o nelle vicinanze?**

Numero di giorni _____

7. **Durante il periodo del ROF in quale città ha pernottato lei o il gruppo di persone indicato alla domanda 3?**

Sempre a Pesaro Prevalentemente a Pesaro Sempre in altra/e città

8. **Se avete pernottato in una città diversa da Pesaro, può indicare quale?**

Città _____

9. **In quale struttura avete alloggiato durante questo periodo?**

- Albergo
 B&B
 Agriturismo
 Campeggio
 Casa in affitto
 Casa di sua proprietà
 Casa privata di amici/conoscenti

10. **Se avete alloggiato in albergo, può indicarci la categoria?**

- 1 stella
 2 stelle
 3 stelle
 4 stelle
 5 stelle

11. **Se avete pernottato in albergo o in agriturismo, può dirci il tipo di trattamento?**

- Solo colazione
 Mezza pensione
 Pensione completa

12. **Il gruppo di persone indicato alla domanda n. 3, quanti biglietti ha acquistato complessivamente per partecipare alle rappresentazioni del ROF?**

Numero di biglietti _____

Allegato C Questionario per le attività commerciali



Questionario per bar, ristoranti, alberghi, negozi di abbigliamento, librerie e altre attività commerciali

La sua attività è:

1. Saprebbe indicarci quali sono i mesi con i maggiori livelli di fatturato?

2. Saprebbe indicarci approssimativamente di quanto (in percentuale) in questi mesi il fatturato della sua attività è superiore agli altri mesi?

Indicare la variazione percentuale

3. Saprebbe indicarci approssimativamente l'aumento percentuale del fatturato riconducibile al ROF?

Indicare la variazione percentuale

Maggio _____%

Giugno _____%

Luglio _____%

Agosto _____%

13. Considerando complessivamente il gruppo di persone indicato alla domanda n. 3, qual è stata la spesa sostenuta per l'acquisto di biglietti per partecipare al ROF?

- Non più di 100 €
- Da 101 € a 200 €
- 201 - 300 €
- 301 - 500 €
- 501 - 750 €
- 751 - 1.000 €
- 1.001 - 1.500 €
- 1.501 - 2.000 €
- 2.001 - 3.000 €
- Più di 3.000 €

14. Quale spesa media giornaliera i componenti del gruppo hanno sostenuto a persona per ristoranti e bar durante il periodo di soggiorno a Pesaro e dintorni?

- Non più di 50 €
- Da 51 € a 100 €
- 101 - 150 €
- 151 - 200 €
- 201 - 250 €
- 251 - 300 €
- Più di 300 €

15. Considerando complessivamente il gruppo, quale è stata la spesa sostenuta per l'utilizzo di stabilimenti balneari?

- Non più di 100 €
- Da 101 € a 200 €
- 201 - 300 €
- 301 - 500 €
- 501 - 750 €
- 751 - 1.000 €
- Più di 1.000 €

16. Considerando complessivamente il gruppo, quale è stata la spesa per lo shopping?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Non più di 100 € | <input type="checkbox"/> 1.501 - 2.000 € |
| <input type="checkbox"/> Da 101 € a 200 € | <input type="checkbox"/> 2.001 - 3.000 € |
| <input type="checkbox"/> 201 - 300 € | <input type="checkbox"/> 3.001 - 5.000 € |
| <input type="checkbox"/> 301 - 500 € | <input type="checkbox"/> 5.001 - 10.000 € |
| <input type="checkbox"/> 501 - 750 € | <input type="checkbox"/> Più di 10.000 € |
| <input type="checkbox"/> 751 - 1.000 € | |
| <input type="checkbox"/> 1.001 - 1.500 € | |

17. Quale l'importo dell'intero gruppo per le altre spese (musci, mostre, cinema, ingresso in locali, ecc.)?

- Non più di 100 €
- Da 101 € a 200 €
- 201 - 300 €
- 301 - 500 €
- 501 - 750 €
- 751 - 1.000 €
- 1.001 - 1.500 €
- 1.501 - 2.000 €
- 2.001 - 3.000 €
- 3.001 - 5.000 €
- Più di 5.000 €

18. Durante questo periodo il gruppo ha visitato altre città?

- Sì
- No

19. Se sì, può indicare quali?

20. Considerando complessivamente il gruppo, qual è stata la spesa sostenuta per i trasporti locali durante il periodo di permanenza a Pesaro?

- Non più di 100 €
- Da 101 € a 200 €
- 201 - 300 €
- 301 - 500 €
- 501 - 750 €
- 751 - 1.000 €
- Più di 1.000 €

21. Qual è stato il mezzo prevalentemente utilizzato per il trasporto locale?

- Treno
- Taxi
- Autobus
- Auto a noleggio
- Altro



