

di statistica

Bollettino mensile



n.182
aprile
2026



Sistema Statistico Nazionale
Comune di Firenze
Ufficio Comunale di Statistica



Servizio Pianificazione, Controllo e Statistica
Dirigente
Chiara Marunti

Responsabile E.Q. Statistica e Toponomastica
Gianni Dugheri

Hanno collaborato
Francesca Crescioli
Andrea Laurentini

Composizione grafica
Luca Pini

<i>Presentazione</i>	5
<i>Demografia</i>	7
<i>Statistiche demografiche al 31 marzo 2026</i>	10
<i>Prezzi al consumo - marzo 2026</i>	12
<i>Clima marzo 2026</i>	17
<i>Dati territoriali</i>	23
 <i>La statistica per la città</i>	
<i>La Firenzecard 2025; i turisti e la città di Firenze</i>	25

Il Bollettino di Statistica viene pubblicato con una diffusione pressochè esclusiva via web. Accanto ai consueti focus demografici che cambiano di mese in mese, per essere poi a volte riproposti a distanza di un anno, alle rassegne sull'andamento dei prezzi al consumo e su quello meteorologico, pubblichiamo ogni mese un report o una ricerca o una rassegna su indagini o banche dati di interesse.

Questo mese viene pubblicato il report su "Firenzecard 2025; I turisti e la città di Firenze". L'approfondimento demografico si concentra sulle tipologie familiari dei residenti a Firenze con riferimento al 31 dicembre 2025 .

Parte dei contenuti vengono diffusi dall'account X@FiStatistica.

Il bollettino è disponibile in formato elettronico in rete civica all'indirizzo <https://www.comune.fi.it/pagina/statistica/pubblicazioni>.

La pubblicazione viene effettuata in ottemperanza alle disposizioni della Legge 16 novembre 1939, n. 1823, art. 3.

Popolazione

I residenti a Firenze al 31 marzo 2026 sono 363.410 di cui 58.933 stranieri che rappresentano il 16,2% del totale dei residenti.

Con riferimento al 31 dicembre 2025 le famiglie residenti a Firenze sono 188.374. Analizzando le tipologie familiari, si evidenzia come le famiglie unipersonali siano la tipologia più diffusa in tutti e cinque i quartieri con percentuali fra il 44,7% e il 60,7% sul totale delle famiglie. In particolare il valore più elevato di famiglie unipersonali si rileva nel quartiere 1 (60,7%). Il quartiere 4 risulta quello con la percentuale relativamente più bassa di famiglie unipersonali (44,7%), evidenziando una struttura familiare che privilegia le coppie con figli, con il 20,1%, confermando una maggiore vocazione “famigliare” di questo quartiere rispetto agli altri. I quartieri 4 e 3 sono quelli con la maggiore presenza di famiglie monogenitoriali con 14,8% e 14,3%.

Tabella 1. Famiglie residenti a Firenze per tipologia e quartiere di residenza. Valori assoluti

tipologia	1	2	3	4	5	totale
unipersonali	21.113	22.947	9.528	14.632	27.387	95.607
monogenitoriali	3.920	6.319	2.893	4.834	7.107	25.073
coppie sole	3.275	6.048	2.779	4.877	6.802	23.781
coppie con figli	4.510	8.470	3.928	6.597	9.698	33.203
unioni civili	81	51	23	43	60	258
altro	1.887	2.336	1.047	1.773	3.409	10.452
totale	34.786	46.171	20.198	32.756	54.463	188.374

Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 dicembre 2025

Tabella 2. Famiglie residenti a Firenze per tipologia e quartiere di residenza. Percentuali di colonna

tipologia	1	2	3	4	5	totale
unipersonali	60,7	49,7	47,2	44,7	50,3	50,8
monogenitoriali	11,3	13,7	14,3	14,8	13,0	13,3
coppie sole	9,4	13,1	13,8	14,9	12,5	12,6
coppie con figli	13,0	18,3	19,4	20,1	17,8	17,6
unioni civili	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
altro	5,4	5,1	5,2	5,4	6,3	5,5
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 dicembre 2025

Analoghe considerazioni possono essere fatte per quanto riguarda la distribuzione delle “famiglie straniere” a Firenze, cioè le famiglie il cui intestatario di scheda di famiglia è straniero (tabelle 3 e 4). Il numero totale di famiglie con intestatario straniero è pari a 29.771, pari al 15,8% del totale. Le famiglie unipersonali sono maggiormente presenti nel quartiere 1 (71,8%); anche fra le famiglie straniere, il quartiere 4 continua ad evidenziare la sua vocazione “famigliare” con la maggior presenza di coppie con figli (12,1%) insieme al quartiere 5 (12,0%) contro la media del 10,0%.

Tabella 3. Famiglie residenti a Firenze con intestatario di scheda di famiglia straniero per tipologia e quartiere di residenza. Valori assoluti

tipologia	1	2	3	4	5	totale
unipersonali	5.523	3.957	1.570	2.497	5.410	18.957
monogenitoriali	707	745	296	566	1.324	3.638
coppie sole	192	142	65	116	220	735
coppie con figli	496	590	274	502	1.121	2.983
unioni civili	6	3		5	1	15
altro	771	633	293	458	1.288	3.443
totale	7.695	6.070	2.498	4.144	9.364	29.771

Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 dicembre 2025

Tabella 4. Famiglie residenti a Firenze con intestatario di scheda di famiglia straniero per tipologia e quartiere di residenza. Percentuali di colonna

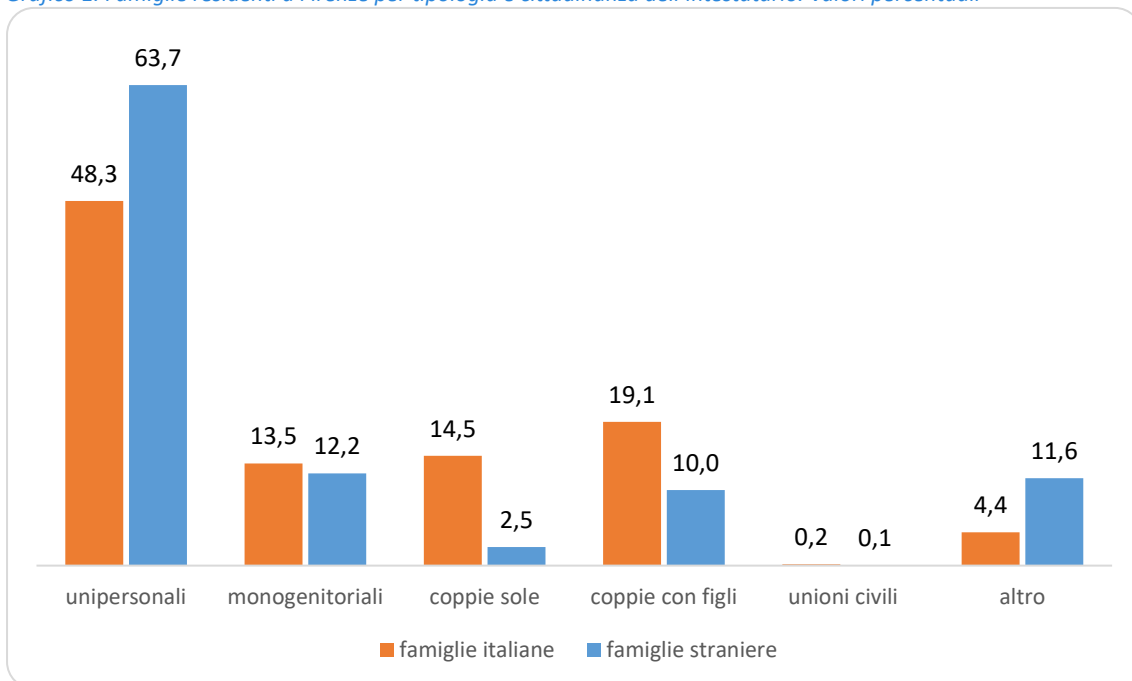
tipologia	1	2	3	4	5	totale
unipersonali	71,8	65,2	62,9	60,3	57,8	63,7
monogenitoriali	9,2	12,3	11,8	13,7	14,1	12,2
coppie sole	2,5	2,3	2,6	2,8	2,3	2,5
coppie con figli	6,4	9,7	11,0	12,1	12,0	10,0
unioni civili	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
altro	10,0	10,4	11,7	11,1	13,8	11,6
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 dicembre 2025

Rispetto al totale delle famiglie, quelle straniere sono composte in gran numero da una sola persona, oltre il 60% del totale, con percentuali ancora più elevate sia nel quartiere 1 sia nel quartiere 2. Altri dati da evidenziare sono:

- una maggiore presenza di famiglie straniere definite di altro tipo, che percentualmente hanno una presenza doppia rispetto al totale, 11,6% contro il 5,5%;
- tra gli stranieri è praticamente irrilevante la presenza di coppie sole che rappresentano il 2,5% del totale, mentre sono il 14,5% tra le famiglie italiane

Grafico 1. Famiglie residenti a Firenze per tipologia e cittadinanza dell'intestatario. Valori percentuali



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 dicembre 2025

Statistiche demografiche al 31 marzo 2026

Popolazione residente suddivisa per quartiere e sesso				
Quartiere	Maschi	Femmine	Totale	Di cui stranieri
1	29.792	32.173	61.965	13.994
2	41.123	47.916	89.039	11.458
3	18.350	21.295	39.645	4.656
4	31.528	34.875	66.403	8.711
5	50.924	55.434	106.358	20.114
Totale	171.717	191.693	363.410	58.933

Popolazione residente suddivisa per quartiere e classe di età						
Classe età	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Totale
0-14	5.676	8.852	3.762	6.773	10.851	35.914
15-64	40.147	54.020	24.013	40.595	67.244	226.019
65 E OLTRE	16.142	26.167	11.870	19.035	28.263	101.477
Totale	61.965	89.039	39.645	66.403	106.358	363.410

Numero di famiglie per quartiere e numero di componenti						
Componenti	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Totale
1	22.062	22.873	9.306	14.406	27.327	95.974
2	7.133	11.087	5.003	8.592	12.824	44.639
3	3.699	6.550	3.009	4.955	7.374	25.587
4	2.312	4.269	1.939	3.282	4.949	16.751
5	585	927	459	790	1.242	4.003
6	162	207	106	241	396	1.112
7 E OLTRE	72	91	47	135	223	568
Totale	36.025	46.004	19.869	32.401	54.335	188.634

Numero di conviventi per quartiere						
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Firenze
	846	700	272	361	1.134	3.313

Popolazione straniera residente			
	Maschi	Femmine	Totale
1-ITALIANA	144.565	159.917	304.482
2-UE	4.064	7.434	11.498
3-EXTRA-UE	23.093	24.343	47.436
<i>Principali cittadinanze</i>			
• Albania	2.324	2.036	4.360
• Peru'	3.029	3.760	6.789
• Repubblica Popolare Cinese	2.879	3.211	6.090
• Romania	2.547	4.146	6.693

Popolazione residente per luogo di nascita

Residenti	Totale
Nati dal Comune di Firenze	162.356
Nati nella Provincia Firenze (escluso Firenze)	38.532
<i>di cui Bagno a Ripoli</i>	19.441
<i>di cui Fiesole</i>	4.460
Nati in altre province della Toscana	23.055
Nati in altre regioni italiane	66.424
Nati estero	73.023

Movimenti anagrafici dal 1° gennaio - SALDO NATURALE

Morti	1.414
Nati	518
Saldo naturale	-896

Movimenti anagrafici dal 1° gennaio - SALDO MIGRATORIO

Cancellati	2.552
Iscritti	2.497
Saldo migratorio	-55

Indice di vecchiaia per quartiere*

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Firenze
284,4	295,6	315,5	281	260,5	282,6

* **L'indice di vecchiaia** è il rapporto fra l'ammontare della popolazione anziana (65 anni e oltre) a quella giovanile (da 0 a 14 anni), per 100. L'indice ci dice quanti anziani si contano per ogni 100 giovanissimi ovvero indica il grado di invecchiamento di una popolazione.

Indice di dipendenza per quartiere*

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Firenze
54,3	64,8	65,1	63,6	58,2	60,8

* **L'indice di dipendenza** è il rapporto tra l'ammontare della popolazione in età non attiva (0-14 anni e 65 anni e più) e popolazione in età attiva (15-64 anni), moltiplicato per 100. L'indice ci dice quanti individui ci sono in età non attiva ogni 100 in età attiva, fornendo indirettamente una misura della sostenibilità della struttura di una popolazione.

Le variazioni dell'indice dei prezzi al consumo di Firenze (marzo 2026)

La rilevazione locale si svolge normalmente dal 1 al 21 del mese di riferimento su oltre 900 punti vendita (anche fuori dal territorio comunale) appartenenti sia alla grande distribuzione sia alla distribuzione tradizionale, per complessivi 11.000 prezzi degli oltre 900 prodotti compresi nel paniere. Sono poi considerate anche quotazioni di prodotti rilevati nazionalmente e direttamente dall'Istituto Nazionale di Statistica. I pesi dei singoli prodotti sono stabiliti dall'Istat in base alla rilevazione mensile dei consumi delle famiglie e dai dati di contabilità nazionale.

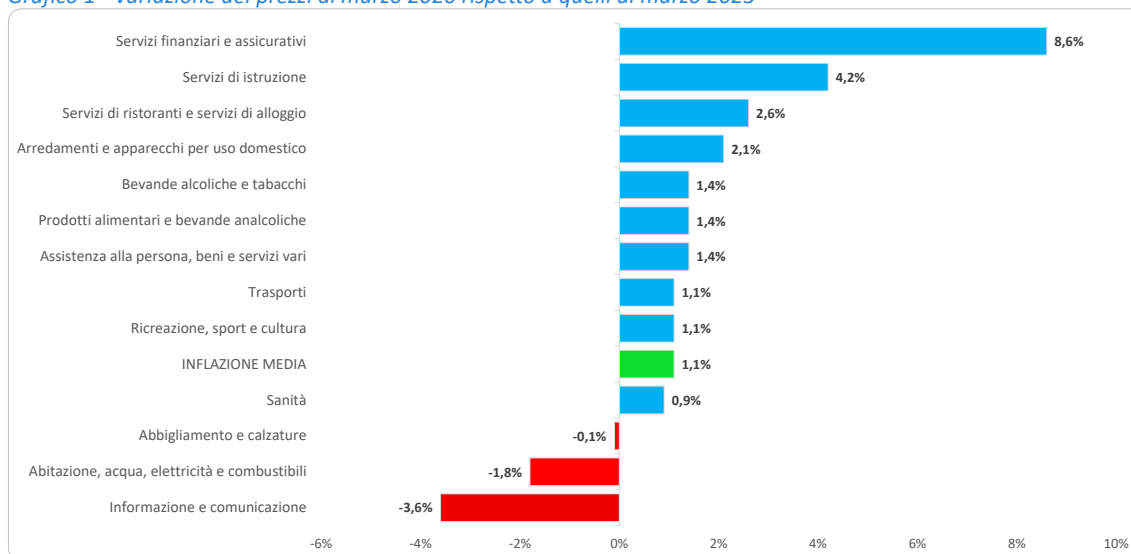
Gli indici dei prezzi al consumo per il mese di marzo 2026 hanno avuto i seguenti andamenti:

PREZZI AL CONSUMO: VARIAZIONI PERCENTUALI DEGLI INDICI N.I.C. (Intera Collettività Nazionale)

DIVISIONI	Pesi in %	Variazione congiunturale mensile	Variazione tendenziale annuale
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	16,2	-0,9	1,4
Bevande alcoliche, tabacco e droghe	2,7	-0,5	1,4
Abbigliamento e calzature	5,4	-0,3	-0,1
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	12,5	1,7	-1,8
Arredamenti e apparecchi per uso domestico	6,3	-0,2	2,1
Sanità	7,7	0,1	0,9
Trasporti	16,3	2,4	1,1
Informazione e comunicazione	2,9	-0,4	-3,6
Ricreazione, sport e cultura	5,7	-0,2	1,1
Servizi di istruzione	0,9	0,0	4,2
Servizi di ristoranti e servizi di alloggio	14,0	2,1	2,6
Servizi finanziari e assicurativi	2,6	0,1	8,6
Assistenza alla persona, beni e servizi vari	6,8	0,0	1,4
INDICE GENERALE	100,0	0,7	1,1

La variazione mensile è pari a +0,7%, mentre a febbraio era +0,1%. La variazione annuale è +1,1% mentre a febbraio era +0,8%.

Grafico 1 - Variazione dei prezzi di marzo 2026 rispetto a quelli di marzo 2025



Prodotti alimentari, bevande analcoliche

In aumento la frutta (+2,0% in un mese e +2,1% in un anno), su base annuale la carne (+4,8% in un anno ma -0,9% in un mese), i pesci (+2,6% rispetto a marzo 2025 ma -1,0% rispetto a febbraio), e il caffè (+8,9% la variazione annuale ma -1,4% la variazione mensile). In diminuzione gli oli e i grassi (-2,5% in un mese e -7,0% in un anno) e su base mensile gli ortaggi (-2,9% rispetto al mese scorso ma +2,1% rispetto a un anno fa).

Bevande alcoliche e tabacchi

In diminuzione i vini: -2,9% la variazione mensile e -4,8% la variazione annuale.

Abbigliamento e calzature

In diminuzione le scarpe: -1,2% la variazione mensile e -1,9% la variazione annuale.

Abitazione, acqua, elettricità, gas e altri combustibili

In aumento i canoni di affitto (+0,6% rispetto a febbraio e +4,5% rispetto a marzo 2025). In diminuzione su base annuale il gas (-12,6% in un anno ma +5,3% in un mese) e l'elettricità (-5,6% rispetto ad un anno fa ma +1,6% rispetto al mese scorso).

Arredamenti, apparecchi per uso domestico e manutenzione corrente dell'abitazione

In aumento i mobili per la casa (+0,5% in un mese e +2,1% in anno). In diminuzione i piccoli elettrodomestici (-1,2% rispetto a febbraio e -3,3% rispetto a marzo 2025) e i grandi elettrodomestici (-1,3% in un mese e -3,4% in un anno).

Sanità

Non si registrano variazioni di rilievo nel mese di riferimento.

Trasporti

In aumento i carburanti e i lubrificanti (+7,5% rispetto al mese scorso e +3,3% rispetto ad un anno fa) e il trasporto aereo passeggeri (+4,4% in un mese e +2,9% in un anno).

Informazione e comunicazione

In diminuzione gli apparecchi per la telefonia mobile (-2,3% la variazione mensile e -12,6% la variazione annuale), gli apparecchi informatici (-1,1% rispetto al mese scorso e -1,9% rispetto ad un anno fa) e gli apparecchi per i suoni e le immagini (-1,7% in un mese e -7,7% in un anno).

Ricreazione, sport e cultura

In aumento i servizi veterinari (+0,5% in un mese e +1,7% in un anno), i servizi ricreativi e sportivi (+2,7% in un mese e +2,2% in un anno) e i giornali e i periodici (+0,8% rispetto a febbraio e +2,7% rispetto a marzo 2025). In diminuzione gli articoli sportivi (-0,6% in un mese e -4,1% in un anno), le piante e i fiori (-1,9% rispetto al mese scorso e -1,4% rispetto ad un anno fa) e su base mensile i pacchetti vacanza (-4,3% rispetto a febbraio e +3,6% rispetto a marzo 2025).

Istruzione

Non si registrano variazioni di rilievo nel mese di riferimento.

Servizi di ristorante e servizi di alloggio

Non si registrano variazioni di rilievo nel mese di riferimento.

Servizi finanziari e assicurativi

Non si registrano variazioni di rilievo nel mese di riferimento.

Assistenza alla persona, protezione sociale e beni e servizi vari

In aumento i gioielli e gli orologi: +1,4% la variazione mensile e +8,9% la variazione annuale.

Il carrello della spesa

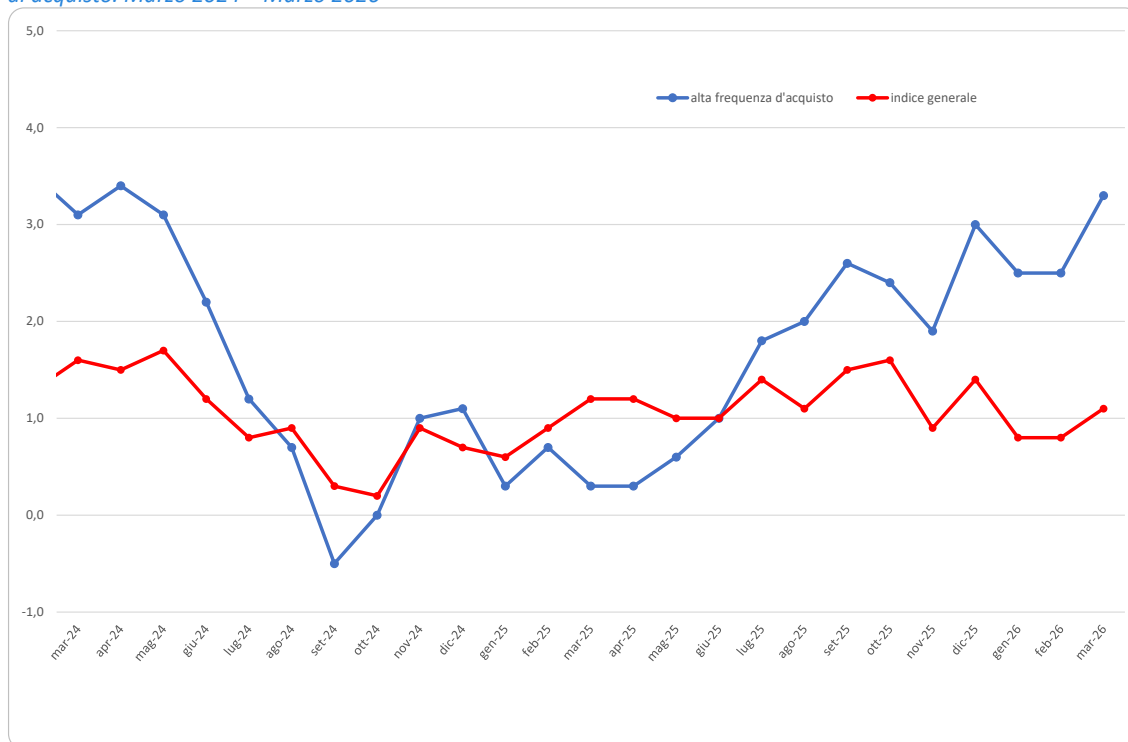
I prezzi dei prodotti acquistati con maggiore frequenza dai consumatori a marzo 2026 sono variati di +3,2% rispetto a un anno fa. I prodotti a media frequenza di acquisto sono aumentati di +1,1% rispetto a marzo 2025. Quelli a bassa frequenza fanno registrare una variazione di -0,7% su base annua.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO NIC, PER PRODOTTI A DIVERSA FREQUENZA DI ACQUISTO

Marzo e febbraio 2026, variazioni tendenziali percentuali

Tipologia di prodotto	marzo-26/marzo-25	febbraio-26/febbraio-25
Alta frequenza	3,3	2,5
Media frequenza	1,1	1,0
Bassa frequenza	-0,6	-0,3
Indice tendenziale generale	1,1	0,8

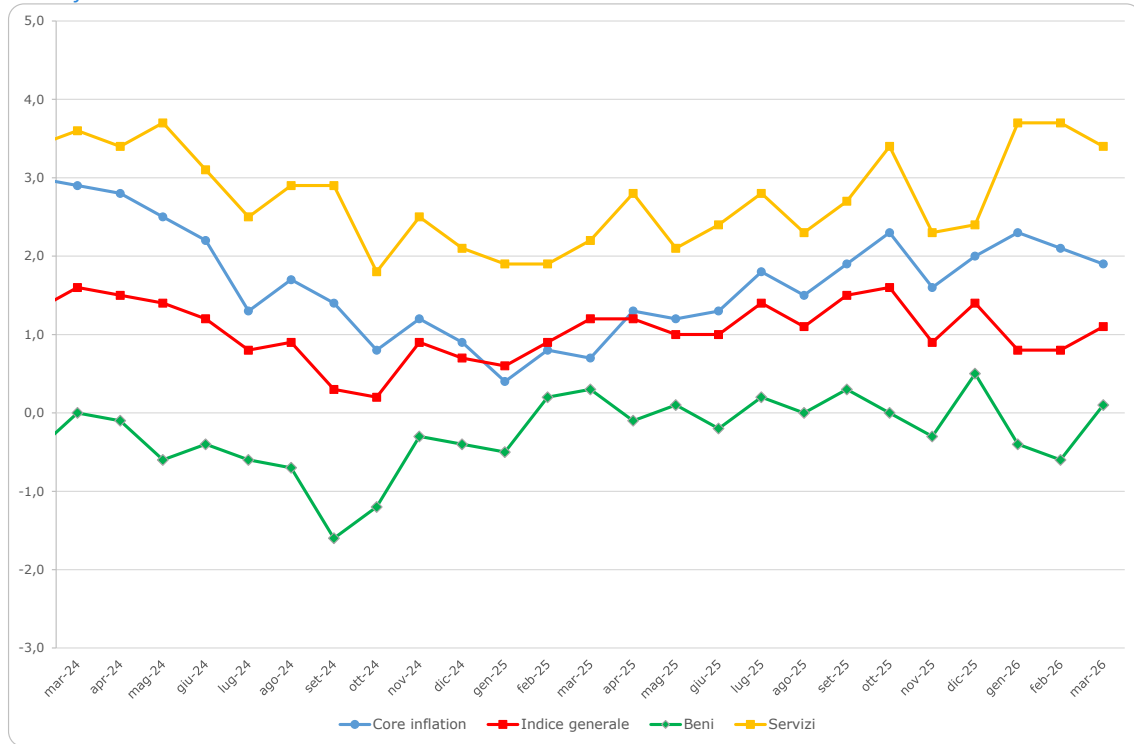
Grafico 2 -Variazioni tendenziali dell'indice dei prezzi al consumo (NIC) Complessivo e per prodotti ad alta frequenza di acquisto. Marzo 2024 – Marzo 2026



I beni, che pesano nel paniere per circa il 54%, hanno fatto registrare una variazione di +0,1% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. I servizi, che pesano per il restante 46%, hanno fatto registrare una variazione annuale pari a +3,4%.

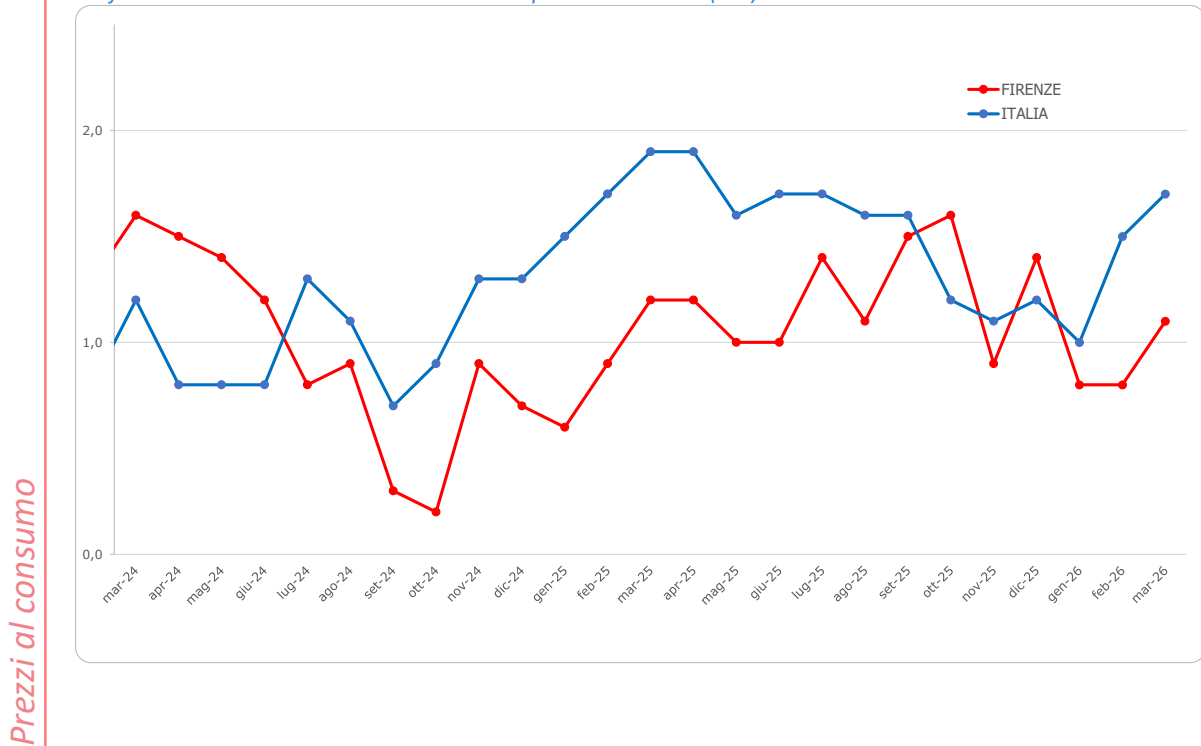
Scomponendo la macrocategoria dei beni, si trova che i beni alimentari registrano una variazione annuale pari a +1,5%. I beni energetici hanno una diminuzione di -0,9% rispetto a marzo 2025. I tabacchi fanno registrare una variazione di +3,5% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. La componente di fondo (core inflation) che misura l'aumento medio senza tener conto di alimentari freschi e beni energetici fa registrare una variazione pari a +1,9% su base annuale.

Grafico 3 - Variazioni tendenziali dell'indice dei prezzi al consumo (NIC) Complessivo e disaggregato per Beni, Servizi e Core Inflation. Marzo 2024 – Marzo 2026



Negli ultimi mesi i prezzi a Firenze sono cresciuti di meno rispetto sia alla media nazionale sia alle principali città italiane. Nel mese di ottobre e nel mese di dicembre invece è presente un aumento rispetto alla media nazionale.

Grafico 4 - Variazioni tendenziali dell'indice dei prezzi al consumo (NIC). Marzo 2024 – Marzo 2026



Clima marzo 2026

Sono stati utilizzati i dati del Servizio Idrologico Regionale provenienti dalla stazione ubicata presso la Stazione Università (Codice TOS01001096), quota 84 m s.l.m. In tabella 1 sono indicati i valori minimi e massimi della temperatura per ciascun giorno del mese.

Si osserva che la temperatura massima mensile, pari a 20,1°C, si è registrata il giorno 16 e quella minima, pari a 2,1°C, il giorno 28.

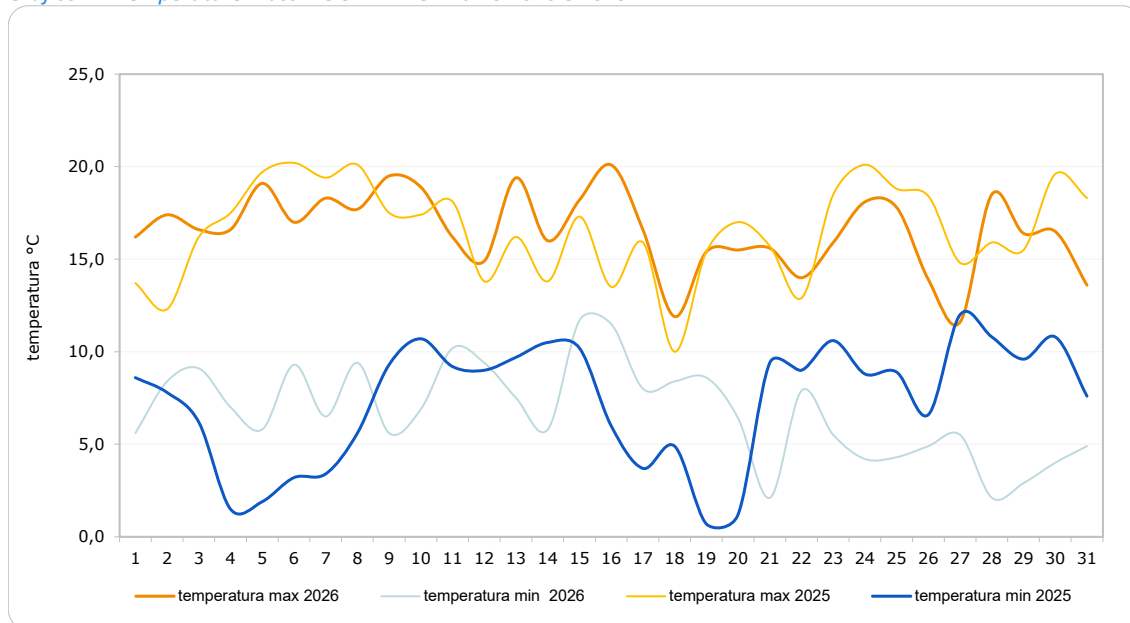
Tabella 1 – Escursione termica e temperature giornaliere minime e massime. Marzo 2025 e 2024

Giorno	Marzo 2026		Marzo 2025	
	Temperatura max.	Temperatura min.	Temperatura max.	Temperatura min.
1	16,2	5,6	13,7	8,6
2	17,4	8,4	12,3	7,8
3	16,6	9,1	16,2	6,2
4	16,6	7,0	17,5	1,5
5	19,1	5,8	19,7	1,9
6	17,0	9,3	20,2	3,2
7	18,3	6,5	19,4	3,4
8	17,7	9,4	20,1	5,6
9	19,5	5,6	17,5	9,3
10	18,9	6,9	17,4	10,7
11	16,2	10,2	18,1	9,2
12	14,9	9,4	13,8	9,0
13	19,4	7,5	16,2	9,7
14	16,0	5,8	13,8	10,5
15	18,2	11,7	17,3	10,2
16	20,1	11,5	13,5	6,0
17	16,6	8,0	15,9	3,7
18	11,9	8,4	10,0	4,9
19	15,4	8,6	15,4	0,7
20	15,5	6,4	17,0	1,2
21	15,6	2,1	15,7	9,4
22	14,0	7,9	12,9	9,0
23	15,9	5,5	18,5	10,6
24	18,1	4,2	20,1	8,8
25	17,8	4,3	18,8	8,9
26	13,9	4,9	18,4	6,6
27	11,6	5,5	14,8	12,0
28	18,5	2,1	15,9	10,8
29	16,4	2,9	15,5	9,6
30	16,5	4,0	19,6	10,8
31	13,6	4,9	18,3	7,6

Fonte: Servizio Idrologico Regionale

Il grafico 1 riporta l'andamento delle temperature massime e minime per il mese di marzo 2026 a confronto con marzo 2025.

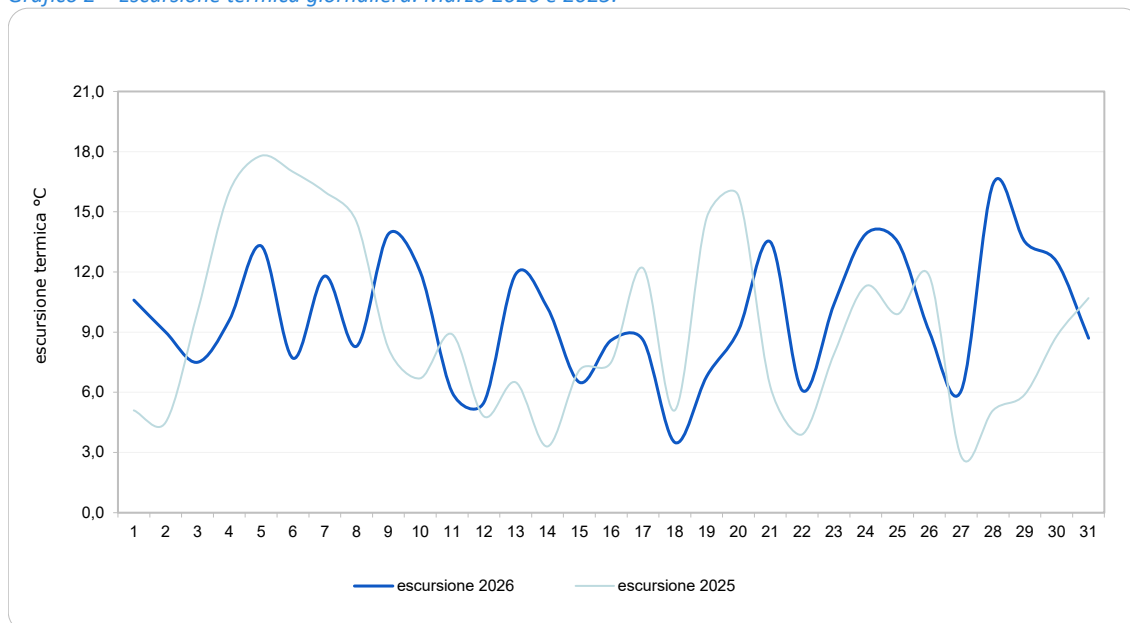
Grafico 1 – Temperature massime e minime. Marzo 2026 e 2025



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

La massima escursione termica si è registrata il giorno 28 con 16,4 °C; nel 2025 è stata di 17,8°C registrata il giorno 5.

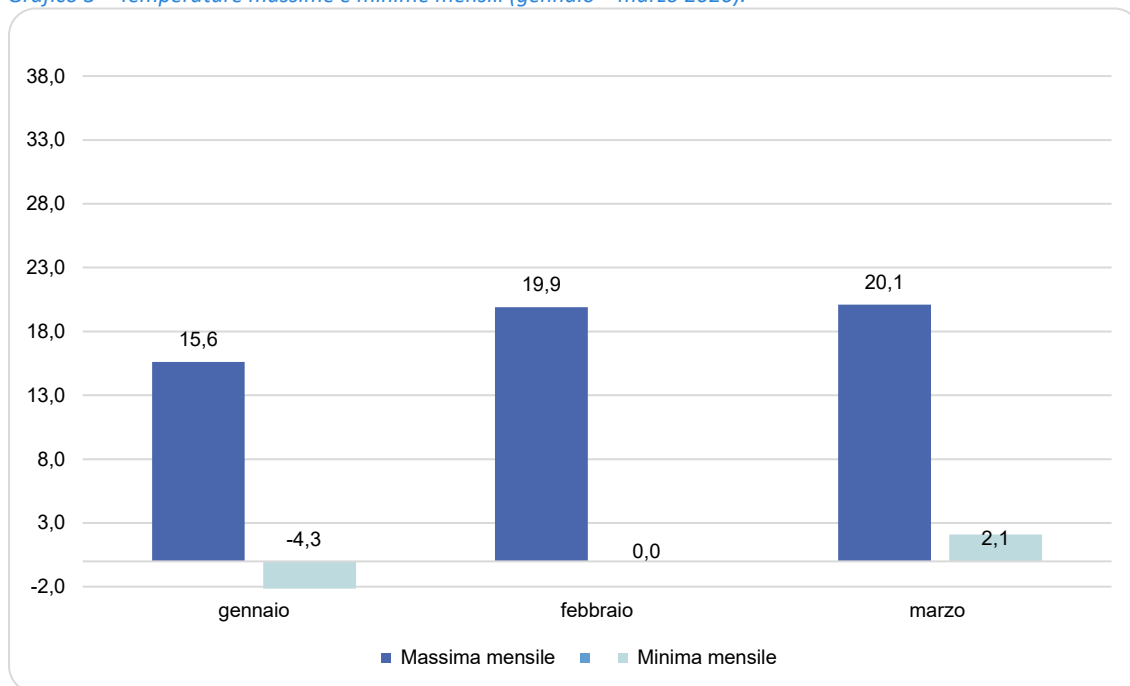
Grafico 2 – Escursione termica giornaliera. Marzo 2026 e 2025.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Nel grafico 3 vengono riportate le temperature mensili massime e minime da gennaio 2026.

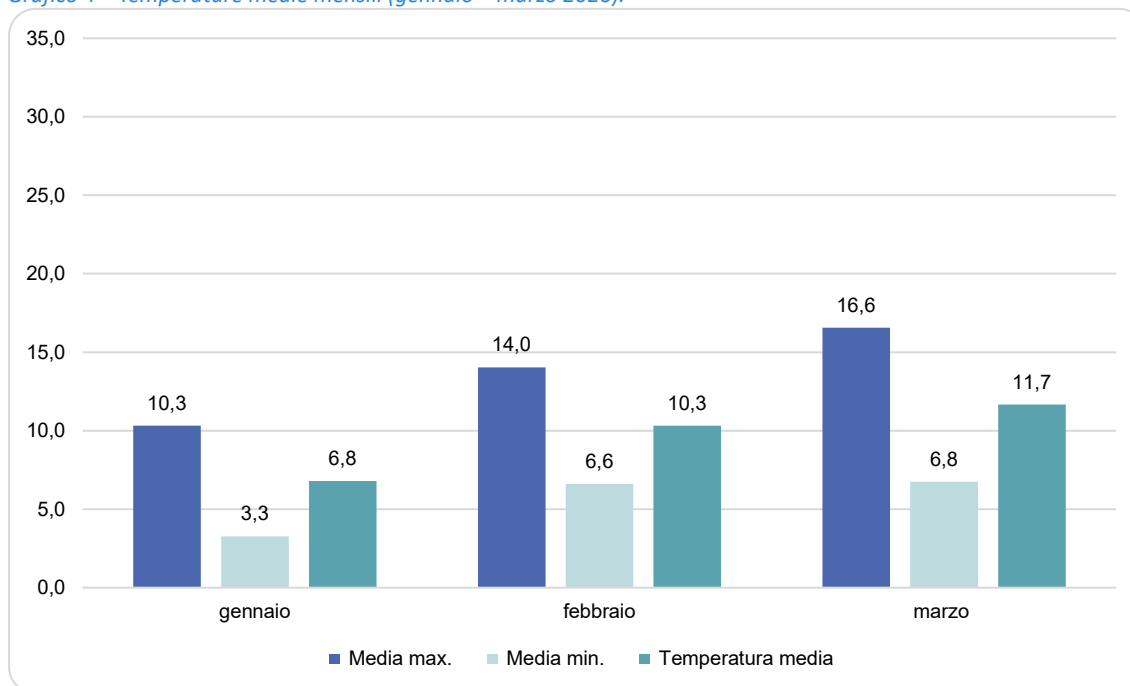
Grafico 3 – Temperature massime e minime mensili (gennaio – marzo 2026).



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Nel grafico 4 vengono riportate le temperature medie da gennaio 2026.

Grafico 4 – Temperature medie mensili (gennaio – marzo 2026).



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrolog

Nel mese di marzo sono caduti complessivamente 42,6 mm di pioggia in 5 giorni piovosi (giorni con precipitazione superiore o uguale a 1 mm). Nel 2025, nel mese di marzo, erano caduti complessivamente 141 mm di pioggia in 9 giorni piovosi.

La tabella 2 riporta la distribuzione delle piogge per i mesi di marzo 2026 e 2025 e i relativi giorni piovosi.

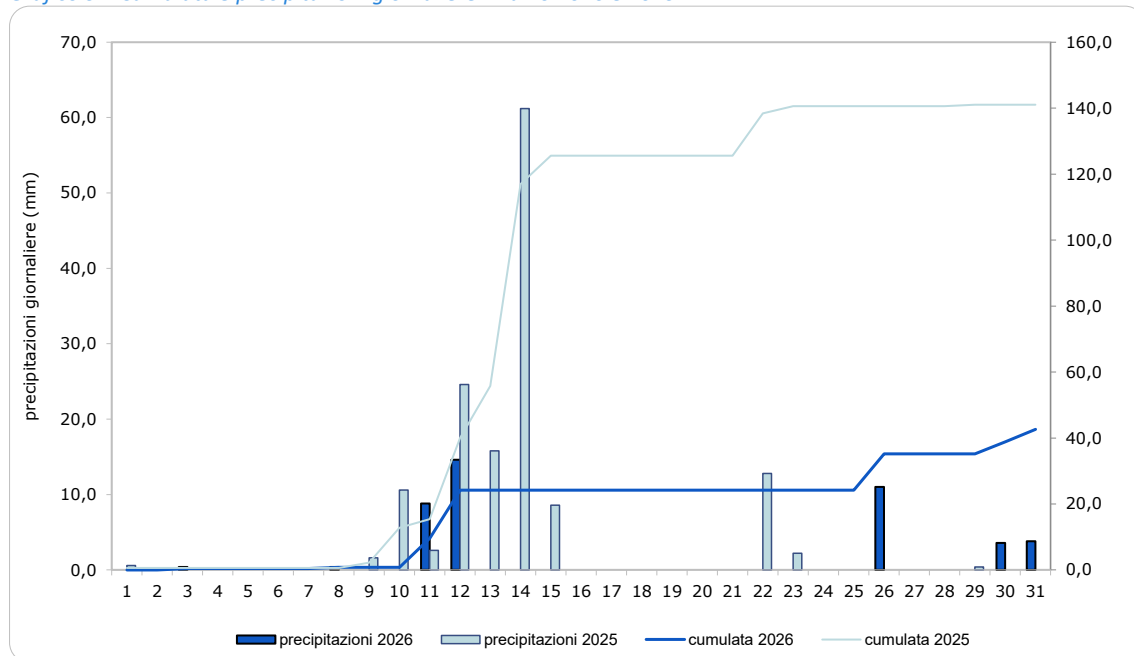
Tabella 2 – Precipitazioni e giorni piovosi. Marzo 2025 e 2024.

Giorno	mm pioggia	
	2026	2025
1	0,0	0,6
2	0,0	0,0
3	0,4	0,0
4	0,0	0,0
5	0,0	0,0
6	0,0	0,0
7	0,0	0,0
8	0,4	0,0
9	0,0	1,6
10	0,0	10,6
11	8,8	2,6
12	14,6	24,6
13	0,0	15,8
14	0,0	61,2
15	0,0	8,6
16	0,0	0,0
17	0,0	0,0
18	0,0	0,0
19	0,0	0,0
20	0,0	0,0
21	0,0	0,0
22	0,0	12,8
23	0,0	2,2
24	0,0	0,0
25	0,0	0,0
26	11,0	0,0
27	0,0	0,0
28	0,0	0,0
29	0,0	0,4
30	3,6	0,0
31	3,8	0,0
totali	42,6	141,0
giorni piovosi	5	9

Fonte: Servizio Idrologico Regionale

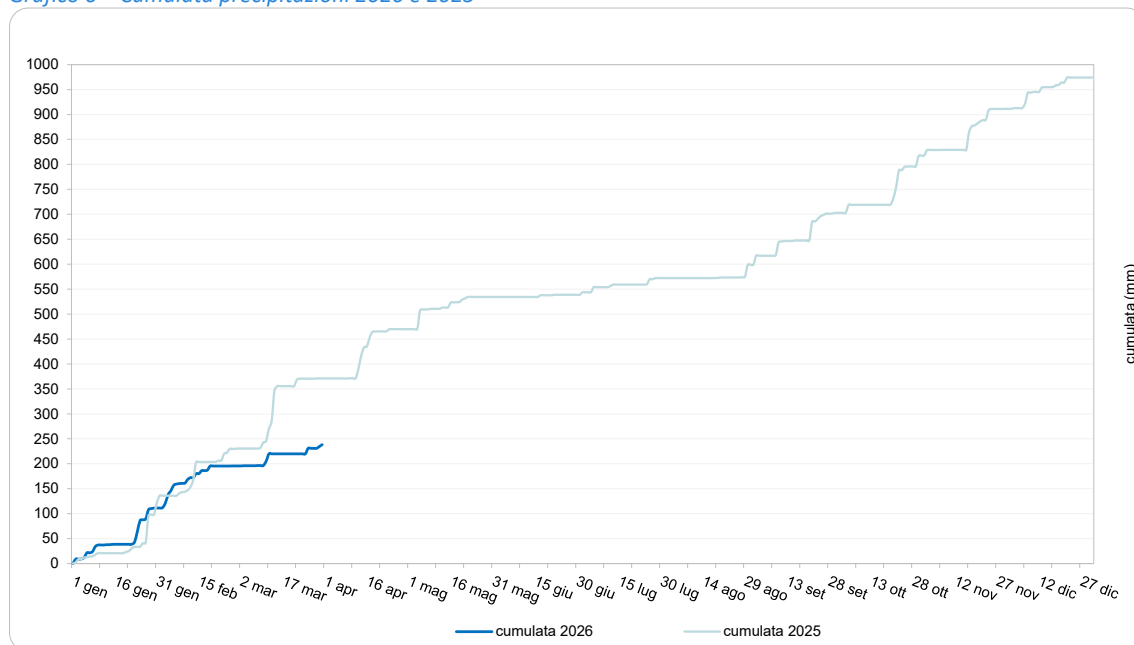
I grafici 5 e 6 rappresentano le cumulate e le precipitazioni giornaliere del mese di marzo e la cumulata annuale delle precipitazioni (2026 e al 2025).

Grafico 5 – Cumulate e precipitazioni giornaliere. Marzo 2026 e 2025.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

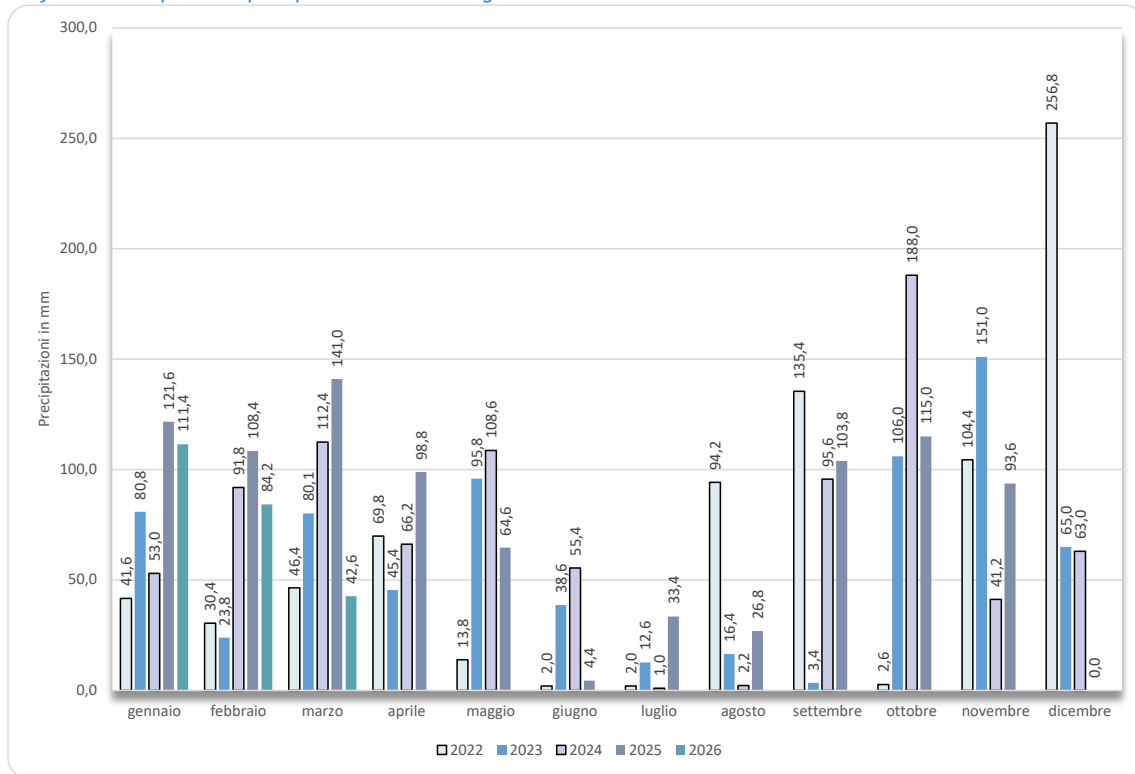
Grafico 6 – Cumulate precipitazioni 2026 e 2025



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Nel grafico 7 vengono comparate le precipitazioni mensili relative agli ultimi 5 anni.

Grafico 7 – Comparativo precipitazioni mensili negli ultimi 5 anni



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Dati territoriali

Territorio		
Quota massima		341 metri
Quota minima		20 metri
Quota media		83 metri
Superficie		102 kmq
Lunghezza strade		1019 Km
la più lunga	Via Bolognese	7.671 metri
la più corta	Volta dei Mazzucconi	13 metri
<i>(Il calcolo della lunghezza delle aree strade è in rapporto al disegno delle stesse, pertanto il conteggio tiene conto di tutte le carreggiate e degli eventuali svincoli)</i>		
Sezioni di censimento 2021		2.185
Aree di censimento 2021		74

Verde	ha	%
Q1 – Centro Storico	183,28	21,04
Q2 – Campo di Marte	169,17	19,42
Q3 – Gavinana Galluzzo	110,52	12,69
Q4 – Isolotto Legnaia	216,60	24,87
Q5 – Rifredi	191,47	21,98
Totali aree verdi	871,04	100
Aree verdi scolastiche	65,78	
Verde attrezzato	429,95	
Area giochi	7,65	
Area cani	12,65	
Aree sportive in aree pubbliche	154,70	

Strade e numeri civici		
Toponimi		2.435
<i>di cui:</i>		
Via		1.837
Piazza		217
Viale		96
Numeri civici		109.065
<i>di cui:</i>		
Neri		86.021
Rossi		23.044
<i>(I numeri rossi sono stati istituiti a partire dal 1938 e fino gli anni '70 per tutti gli accessi diversi da quelli abitativi)</i>		
La strada con più numeri:	Via Pisana	1.576
<i>di cui:</i>		
		1.246 neri
		330 rossi

Fiumi*(da opendata Autorità di Bacino)*

Lunghezza principali corsi d'acqua nel tratto fiorentino 61,46 km

di cui:

Fiume Arno	14,65 km	Torrente Terzolle	5,96 km
Torrente Mugnone	9,43 km	Fiume Greve	5,87 km
Canale Macinante	7,90 km	Torrente Ema	4,87 km

Edifici con superficie superiore a 20 metri quadrati*(da Anagrafe Comunale Immobili)*

47.709

La statistica per la città

Firenzecard 2025

I turisti e la città di Firenze

A cura di
Paola Balzamo
Alessia Rossi
Alida Magherini
Caterina Ducci



<i>Introduzione</i>	29
<i>Sintesi dei risultati</i>	32
<i>I risultati</i>	34
<i>Caratteristiche dei cittadini che hanno partecipato all'indagine</i>	34
<i>La Firezecard e Firezecard restart</i>	40
<i>I canali informativi</i>	46
<i>Firezacard app</i>	54
<i>I turisti e la città di Firenze</i>	59
<i>Indagine Firezecard 2025 confronto quadrimestri</i>	66
<i>Appendice</i>	72
<i>Questionario in italiano</i>	72
<i>Questionario in inglese</i>	78
<i>Questionario in francese</i>	83
<i>Questionario in spagnolo</i>	88
<i>Risultati - frequenze delle risposte</i>	93

Introduzione

La **FirenzeCard**¹ rappresenta il pass museale ufficiale della città e nasce con l'obiettivo di semplificare l'accesso ai principali luoghi della cultura fiorentina. Fin dal suo debutto nel 2011, la card è stata concepita come uno strumento capace di rendere le visite ai musei più agevoli, rapide e convenienti. Nel tempo il progetto ha mantenuto le sue caratteristiche originarie in termini di durata, validità e modalità di utilizzo, ampliando però progressivamente l'offerta museale e integrando servizi tecnologici avanzati per rispondere alle esigenze di un pubblico sempre più eterogeneo.

Un elemento significativo è la scelta di **confermare anche per il 2025 il prezzo pre-pandemia**, nonostante l'aumento delle tariffe di ingresso in diversi musei aderenti. FirenzeCard continua dunque a costare **85 euro**, rimanendo valida per **72 ore dal primo utilizzo** e consentendo un unico ingresso in ciascuna struttura del circuito. La card permette di accedere sia alle collezioni permanenti sia alle mostre temporanee, spesso usufruendo di ingressi prioritari. In alcuni casi, ove previsto, è possibile prenotare gratuitamente la fascia oraria prescelta, garantendo così un'esperienza di visita più fluida. Un ulteriore elemento di inclusività è l'**accesso gratuito per i minori di 18 anni appartenenti allo stesso nucleo familiare del titolare**.

Accanto alla card principale, per tutto il 2025 viene nuovamente offerta gratuitamente la **FirenzeCard Restart**, una soluzione completamente digitale pensata per estendere la fruizione dei musei non ancora visitati. Questa formula consente ai possessori di una FirenzeCard scaduta di riattivare ulteriori **48 ore di ingressi**, mantenendo così una certa flessibilità nell'organizzazione dell'esperienza culturale.

Il Comune di Firenze dedica inoltre una particolare attenzione alla comunicazione con l'utenza. Negli anni è cresciuto in modo consistente il numero di contatti gestiti tramite il servizio email, segno di un rapporto diretto e costante con i visitatori. Parallelamente si è investito molto nella presenza online: i canali social della FirenzeCard sono stati progressivamente potenziati, con un occhio di riguardo alle fasce più giovani del pubblico. Un passo significativo in questa direzione è stata l'apertura, nel 2025, del **profilo TikTok ufficiale**, pensato per intercettare nuovi segmenti di visitatori e comunicare il patrimonio culturale della città con linguaggi più immediati e contemporanei.

Per monitorare il livello di gradimento della FirenzeCard e dei servizi collegati, il Comune di Firenze e Firenze Smart **SILFIsipa**, soggetto gestore del progetto, realizzano ogni anno un'indagine online rivolta agli utenti che acquistano la card tramite il sito ufficiale. La rilevazione viene effettuata con cadenza quadrimestrale, in modo da raccogliere feedback a ridosso dell'esperienza di visita e orientare in modo continuativo le azioni di miglioramento.

¹ <https://www.firenzecard.it>

I dati raccolti vengono poi analizzati e presentati in una pubblicazione annuale, che include anche un focus comparativo sui risultati più significativi emersi nei tre quadrimestri di osservazione.

I turisti coinvolti nella rilevazione condotta nel 2025-2026, giunta alla nona edizione², sono coloro che hanno acquistato la card da gennaio a dicembre del 2025 e l'hanno scaricata/ritirata.

I visitatori, attraverso la ricezione di un link per posta elettronica, hanno avuto la possibilità di accedere e compilare online il questionario esprimendo il loro grado di soddisfazione.

La rilevazione conserva nel tempo alcune domande ritenute significative e che consentono di valutarne l'evoluzione temporale, oltre a specifici approfondimenti scelti in ciascuna edizione. Il questionario somministrato agli utenti del 2025 è il medesimo di quello somministrato agli utenti negli ultimi tre anni.

La recente indagine ha coinvolto 11.032 persone³, 1.302 italiani e 9.730 stranieri, che hanno potuto fornire il loro contributo scegliendo di compilare il questionario in lingua italiana, in lingua inglese, in lingua francese e in lingua spagnola⁴. Sono stati coinvolti i soli cittadini che hanno prestato consenso all'invio di newsletter, sondaggi e informative di comunicazione e promozione al momento dell'acquisto della card dal portale online.

I dati presentati nella seguente pubblicazione sono il risultato dei 2.109 questionari pervenuti (tasso di risposta pari al 19,1%), 499 compilati da cittadini italiani (tasso di risposta pari al 38,3%) e 1.610 compilati da cittadini stranieri (tasso di risposta pari al 16,5%). 730 cittadini hanno espressamente dichiarato di non voler aderire all'indagine mentre risultano 97 i questionari compilati solo parzialmente.

Le tabelle 1 e 2 mostrano il resoconto e il confronto rispetto alle precedenti rilevazioni.

² È possibile consultare i risultati delle precedenti rilevazioni rispettivamente ai seguenti indirizzi: https://www.comune.fi.it/system/files/2019-02/bollettino_marzo_2016.pdf

https://www.comune.fi.it/system/files/2019-02/bollettino_aprile_2017_ver2.pdf

https://www.comune.fi.it/system/files/2018-12/bollettino_luglio_2018.pdf

https://www.comune.fi.it/system/files/2019-10/Bollettino_maggio_2019.pdf

https://www.comune.fi.it/system/files/2020-06/Bollettino_giugno20.pdf

https://www.comune.fi.it/system/files/2023-07/Bollettino_luglio23_0.pdf

https://www.comune.fi.it/system/files/2024-05/Bollettino_maggio2024.pdf

https://www.comune.fi.it/system/files/2025-03/Bollettino_marzo2025_2.pdf

³ Al netto degli indirizzi e-mail duplicati e che hanno dato il consenso all'invio di newsletter, comunicazioni su novità e promozioni

⁴ I questionari nelle varie lingue sono consultabili in appendice

Tabella 1. Resoconto e confronto dell'andamento delle rilevazioni. Anni dal 2015 al 2025⁵

	Valori assoluti								
	2015	2017	2018	2019	2020	2022	2023	2024	2025
E-mail inviate	11.105	13.708	14.386	28.918	24.867	1.720	12.033	13.509	11.032
Questionari compilati	1.391	1.783	1.962	4.230	3.544	335	2.347	2.489	2.109
Rifiuti	204	321	360	823	1298	65	754	966	730
Questionari parziali	29	92	101	222	235	20	122	144	97
	Incidenza								
	2015	2017	2018	2019	2020	2022	2023	2024	2025
Questionari compilati	2,5	13,0	13,6	14,6	14,3	19,5	19,5	18,4	19,1
Rifiuti	1,8	2,3	2,5	2,8	5,2	3,8	6,3	7,2	6,6
Questionari parziali	0,3	0,7	0,7	0,8	0,9	1,2	1,0	1,1	0,9

Tabella 2. Resoconto dell'andamento delle rilevazioni distinto per tipologia di questionario. Anno 2025

	Valori Assoluti				Distribuzione		
	Questionari inviati	Questionari completati	Rifiuti	Parziali	% Questionari completati	% Rifiuti	% Parziali
Italiani	1.302	499	60	18	38,3	4,6	1,4
Stranieri	9.730	1.610	670	79	16,5	6,9	0,8
Questionari in lingua francese	1.285	363	91	22	28,2	7,1	1,7
Questionari in lingua inglese	7.481	1.047	510	46	14,0	6,8	0,6
Questionari in lingua spagnola	964	200	69	11	20,7	7,2	1,1
TOTALE	11.032	2.109	730	97	19,1	6,6	0,9

5 L'indagine del 2015 è stata condotta da novembre a dicembre del 2015. L'indagine del 2017 è stata condotta da gennaio a febbraio 2017. L'indagine del 2018 è stata condotta da marzo ad aprile del 2018. L'indagine del 2019 è stata condotta da marzo ad aprile del 2019. L'indagine del 2020 è stata condotta da marzo a maggio 2020. L'indagine del 2022 è stata condotta da aprile a maggio 2023 e, al contrario delle precedenti rilevazioni, non ha riguardato un intero anno ma solo l'ultimo quadrimestre (settembre-dicembre 2022).

Sintesi dei risultati

- L'indagine online ha coinvolto 11.032 cittadini (1.302 italiani e 9.730 stranieri) che tra gennaio e dicembre 2025 hanno acquistato online la Firenzecard.
- I questionari compilati sono stati 2.109, con un tasso di risposta pari al 19,1%. 499 questionari compilati da cittadini italiani (tasso di risposta pari al 38,3%) e 1.610 compilati da cittadini stranieri (tasso di risposta pari al 16,5%).
- I rispondenti sono per il 23,7% italiani e per il 76,3% stranieri. Il numero di uomini rappresenta il 43,9%, quello delle donne il 56,1%. La fascia di età centrale "31-60 anni" è quella che rappresenta la quota maggiore (57,3%). Titolo di studio elevato (78,0%) e con un'occupazione (62,4%) sono le altre caratteristiche che delineano il profilo di chi ha aderito all'indagine.
- Il 38,3% dichiara di esser venuto a conoscenza della FirenzeCard "attraverso la ricerca sul web/motori di ricerca"; il 30,3%, "perché consigliata da recensioni/ forum letti su internet". Circa un 1 rispondente su 4 dichiara di esser venuto a conoscenza della FirenzeCard "attraverso il sito www.firenzecard.it", il 24,0%; il 14,4% seleziona la voce "perché consigliata da amici/parenti" e il 13,3% "perché consigliata da guide turistiche cartacee/tour operator".
- Il 69,5% dichiara di aver acquistato la card "perché è comoda e permette di non dover acquistare i singoli biglietti dei musei e delle mostre", il 69,2% "perché "permette di visitare i principali musei di Firenze" e il 62,5% perché la reputa economicamente vantaggiosa. L'11,9% la sceglie perché l'acquisto consente di far entrare gratuitamente i figli e il 2,5% dichiara per altri motivi rispetto a quelli presenti in lista.
- La quasi totalità dei partecipanti ha ritenuto utile l'acquisto della Firenze card (95,0% giudizi positivi, nel dettaglio il 70,3% ha dichiarato di essere molto soddisfatto dell'acquisto, il 24,8% abbastanza). Si conferma elevata anche la quota, vicina al 90%, di chi consiglierebbe ad altri l'acquisto della carta.
- Il 38,8% dichiara di aver usufruito della FirenzeCard Restart (tra questi circa il 96,2% asserisce di averne fatto uso appena scaduta la FirenzeCard in modo da visitare i musei fiorentini per i 5-6 giorni continuativi) e il 10,9% afferma che lo farà in futuro. Il 45,0% dichiara di non aver fatto uso della card Restart, mentre il 5,1% non ne ha fruito poiché non conosceva ancora l'esistenza.
- L'analisi sui canali informativi utilizzati per decidere cosa visitare mostra che la voce maggiormente menzionata è stata il sito www.firenzecard.it selezionato dal 66,1% dei rispondenti, oltre 1 intervistato su 2 (62,1%) afferma di aver consultato la FirenzeCard App. Poco utilizzati i canali social della card quali ad esempio Facebook e Instagram (1,7%), che non superano la soglia del 5% neanche nel caso dei giovani 18-30 anni (3,8%), e il canale della newsletter, 2,0%. Oltre 1 rispondente su 4 (25,0%) afferma di aver utilizzato altre reti informative.

- Le domande di approfondimento sul sito della FirenzeCard fanno emergere che il 54,8% considera le informazioni chiare ma è stato necessario consultare altre fonti per soddisfare le proprie esigenze. Il giudizio sulla facilità di navigazione è valutato positivamente dall'85,9%, il 39,4% ha dichiarato di essere molto soddisfatto e il 46,5% abbastanza soddisfatto. Il 60,7% dei rispondenti esprime la necessità di voler trovare informazioni o servizi ulteriori sul sito.
- Oltre 8 rispondenti su 10 dichiarano di aver utilizzato la FirenzeCard app (86,9%) e i servizi utilizzati sono stati La "FirenzeCard digitale" e "gli orari di apertura dei musei" selezionate rispettivamente dal 84,1% e dal 60,3% dei rispondenti. Gli altri servizi dell'app fruiti sono stati "la descrizione dei musei" con il 46,3%, la "FirenzeCard Restart" con il 39,7%, "la mappa dei musei" con il 34,9% e le "informazioni sulle mostre in corso" con il 21,0%. Il 57,3% dei rispondenti esprime di voler trovare informazioni o servizi ulteriori sull'app.
- Quasi la totalità dei turisti dichiara di aver organizzato il viaggio da solo, consultando internet (45,9%) o consultando le guide turistiche, consiglio di amici o parenti (47,9%).
- Dall'analisi generale dei dati è risultato che i rispondenti si trattengono a Firenze per 4/5 giorni (46,4%), prevalentemente in compagnia del partner/coniuge (65,1%).
- Prima volta nella città di Firenze per il 53,2% dei partecipanti al questionario. In vista del futuro il 74,5% ha affermato che tornerà a visitare la città.

I risultati

Caratteristiche dei cittadini che hanno partecipato all'indagine

Considerando i 2.109 questionari pervenuti per la rilevazione del 2025 risulta che il 76,3% dei partecipanti sono stranieri e il 23,7% sono italiani. La tabella 3 mostra le ripartizioni, sia dei rispondenti sia dei turisti invitati a partecipare all'indagine, e il confronto con le precedenti rilevazioni, si evince una diversa distribuzione per il 2022.

Tabella 3. Distribuzione dei rispondenti al questionario tra italiani e stranieri. Anni dal 2015 al 2025

	2015	2017	2018	2019	2020	2022	2023	2024	2025
Italiani	21,8	24,5	23,5	19,2	24,0	34,3	21,6	22,3	23,7
Stranieri	78,2	75,5	76,5	80,8	76,0	65,7	78,4	77,7	76,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Distribuzione dei turisti invitati a partecipare al questionario tra italiani e stranieri. Anni dal 2015 al 2025

	2015	2017	2018	2019	2020	2022	2023	2024	2025
Italiani	9,0	10,9	12,2	10,5	13,2	23,5	12,7	12,0	11,8
Stranieri	91,0	89,1	87,8	89,5	86,8	76,5	87,3	88,0	88,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Analizzando la composizione dei turisti invitati a partecipare all'indagine, a partire dall'edizione del 2023 si osserva un ritorno ai valori registrati prima della pandemia, quando il numero di utenti stranieri era nettamente superiore a quello degli italiani. Considerando 10 acquirenti online della FirenzeCard, i dati fino al 2019 mostravano che il rapporto era circa 1 italiano e 9 stranieri; negli anni successivi al Covid la quota parte degli italiani era nettamente aumentata per poi tornare a diminuire a partire dagli ultimi anni mostrando il ritorno del flusso turistico straniero in città.

In generale il profilo che emerge del visitatore che ha partecipato alla rilevazione è in linea con quanto descritto negli anni passati: cittadino di età media intorno ai 53 anni, titolo di studio elevato e, a livello professionale, occupato.

L'analisi per genere, tabella 4, mostra che, se a partire dal 2017 al 2019 la quota maschile di rispondenti era superiore a quella femminile, nelle ultime rilevazioni non è così, le donne rappresentano il 56,1% dei rispondenti nel 2025 a fronte del 43,9% di uomini.

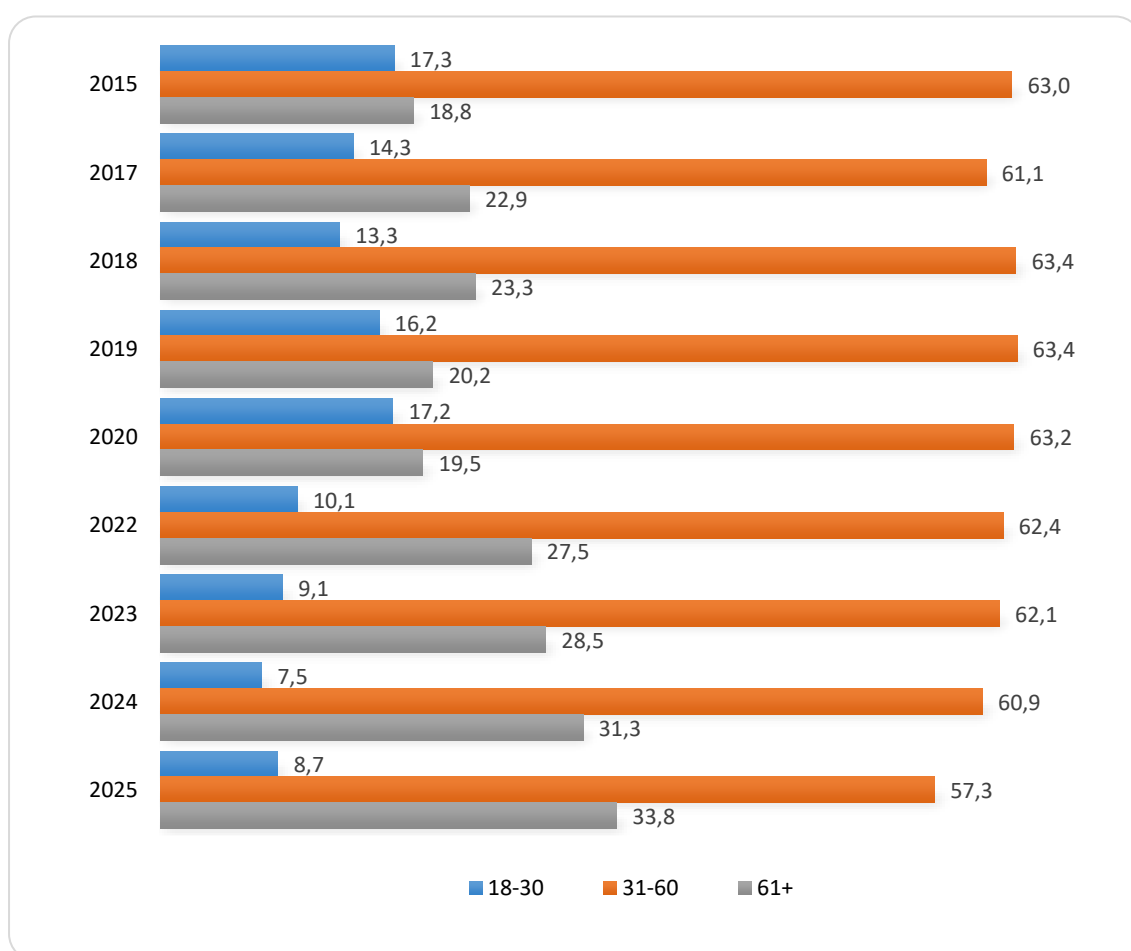
Tabella 4. Distribuzione dei rispondenti al questionario per genere. Anni dal 2015 al 2025

	2015	2017	2018	2019	2020	2022	2023	2024	2025
Maschio	49,5	53,3	55,5	50,2	47,7	45,1	44,5	45,0	43,9
Femmina	50,5	46,7	44,5	49,8	52,3	54,9	55,5	55,0	56,1
Totale	100	100	100	100	100	100	100	100	100

È essenzialmente la classe centrale dei “31-60 anni” ad aver aderito all’indagine, con il 57,3%, l’8,7% appartiene alla classe “18-30 anni” mentre il 33,8% alla classe “oltre 60 anni”. Se nel corso degli anni avevamo osservato una diminuzione della quota degli appartenenti alla fascia matura mentre aumentava la fascia giovane dei rispondenti (anni 2018-2020) a partire dagli anni successivi si assiste, invece, ad una quota elevata di popolazione over 60 fino a rappresentare 1 rispondente su 3 nel 2025 (cfr. Grafico 1).

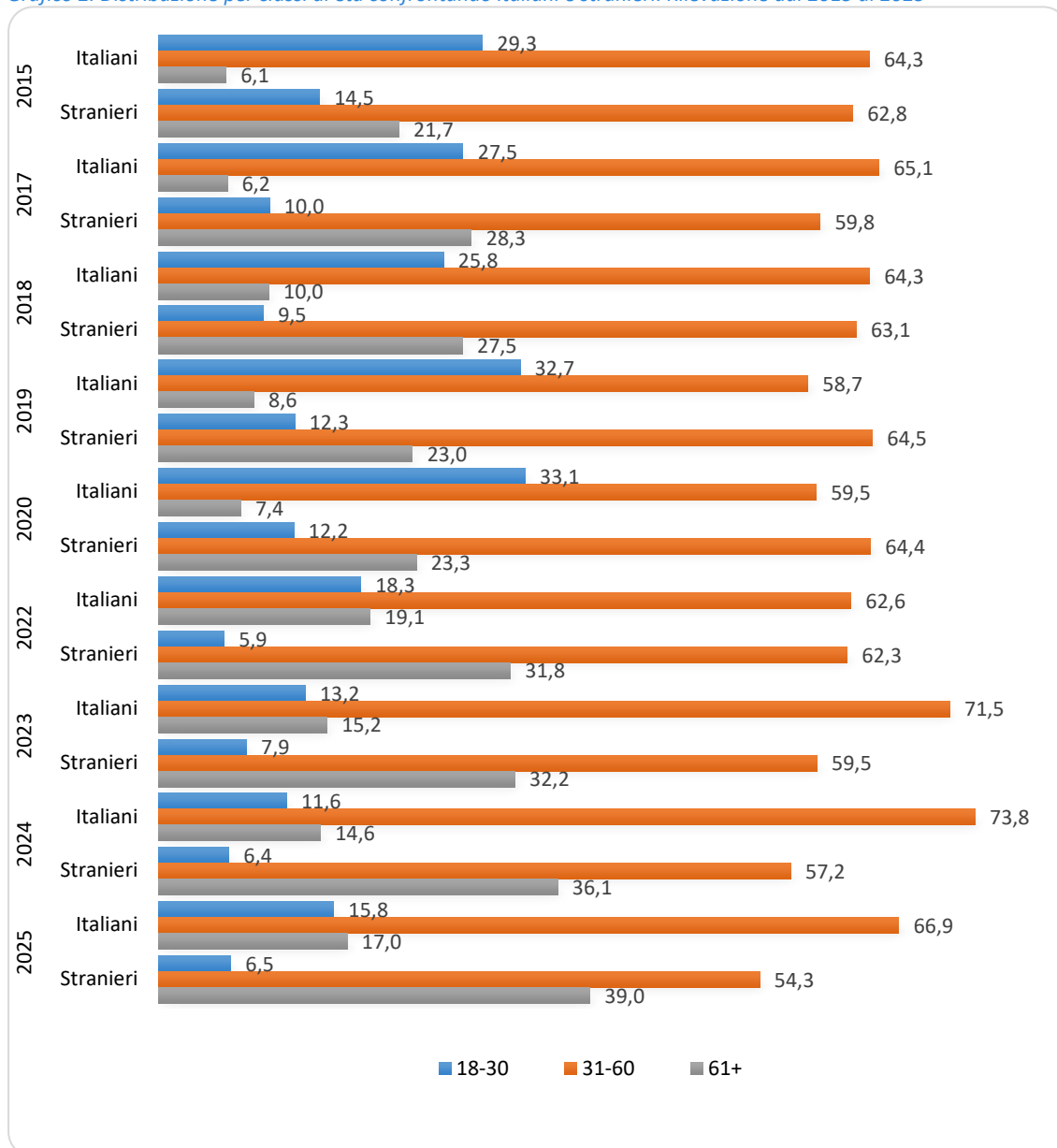
Aumenta l’età media dei partecipanti che supera la soglia dei 53 anni, era inferiore a 47 anni nel 2020, più giovani le donne, inferiori a 52 anni, rispetto agli uomini che superano i 55 anni (erano rispettivamente superiori a 51 e 54 anni nella precedente rilevazione).

Grafico 1. Distribuzione per classi di età. Rilevazione dal 2015 al 2025



Il grafico 2 distingue i risultati tra italiani e stranieri, per classi di età e li confronta con quanto emerso nelle precedenti indagini. Anche nel 2025 la classe centrale “31-60 anni” è la più numerosa sia tra gli italiani (66,9%,) sia tra gli stranieri (54,3%) ma in diminuzione rispetto agli anni passati. Analizzando le altre fasce di età, la fotografia è ben diversa. Gli italiani mostrano la percentuale di giovani vicina a quella della classe più matura (rispettivamente il 15,8% e il 17,0%), tra gli stranieri la forbice diventa più evidente, la classe over 60 risulta più numerosa, pari al 39,0% rispetto al 6,5% dei giovani.

Grafico 2. Distribuzione per classi di età confrontando italiani e stranieri. Rilevazione dal 2015 al 2025



I partecipanti confermano un titolo di studio elevato. Il 78,0% dichiara di possedere una “Laurea o titolo superiore”, il 16,5% un “Diploma”, mentre presentano valori molto più bassi i titoli di studio inferiori, i risultati sono in linea con quanto osservato nelle rilevazioni precedenti (cfr. Grafico 3). Osservando la condizione occupazionale, la categoria che emerge è quella degli “Occupati” con il 62,4%, al secondo posto sono presenti i “Pensionati” con il 23,9%. Tutte le altre classificazioni presentano valori ben inferiori. La distinzione tra italiani e stranieri conferma, in entrambi i casi, l’elevata percentuale di “Occupati” (75,4% tra gli italiani e 58,3% tra gli stranieri), seguita dai “Pensionati”, tra gli stranieri la quota raggiunge il 28,3% rispetto al 9,8% registrato tra gli italiani. (cfr. Grafico 4 e Tabella 5).

Grafico 3. Distribuzione del titolo di studio. Rilevazione dal 2015 al 2025

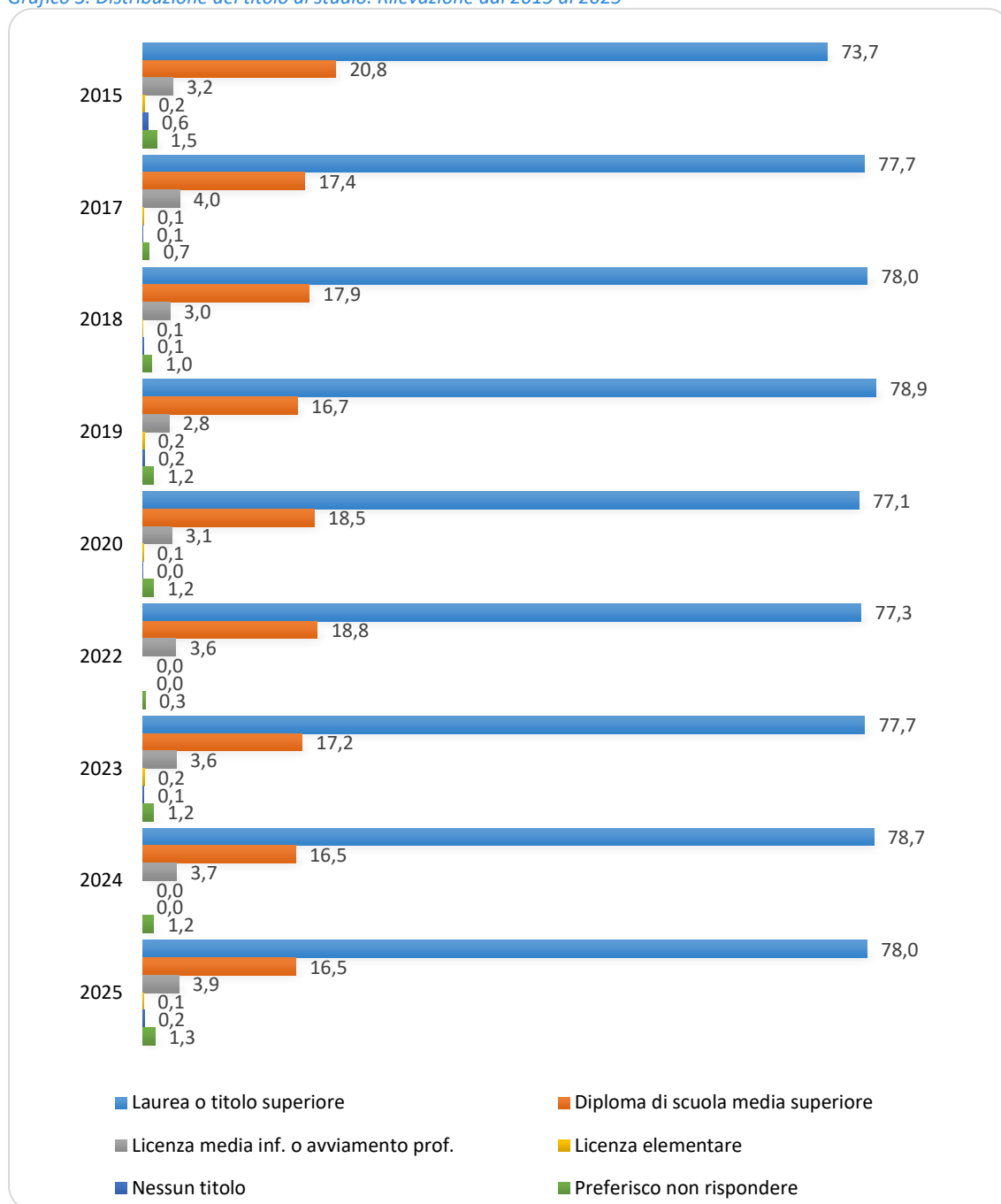


Grafico 4. Distribuzione della condizione occupazionale. Rilevazione dal 2015 al 2025

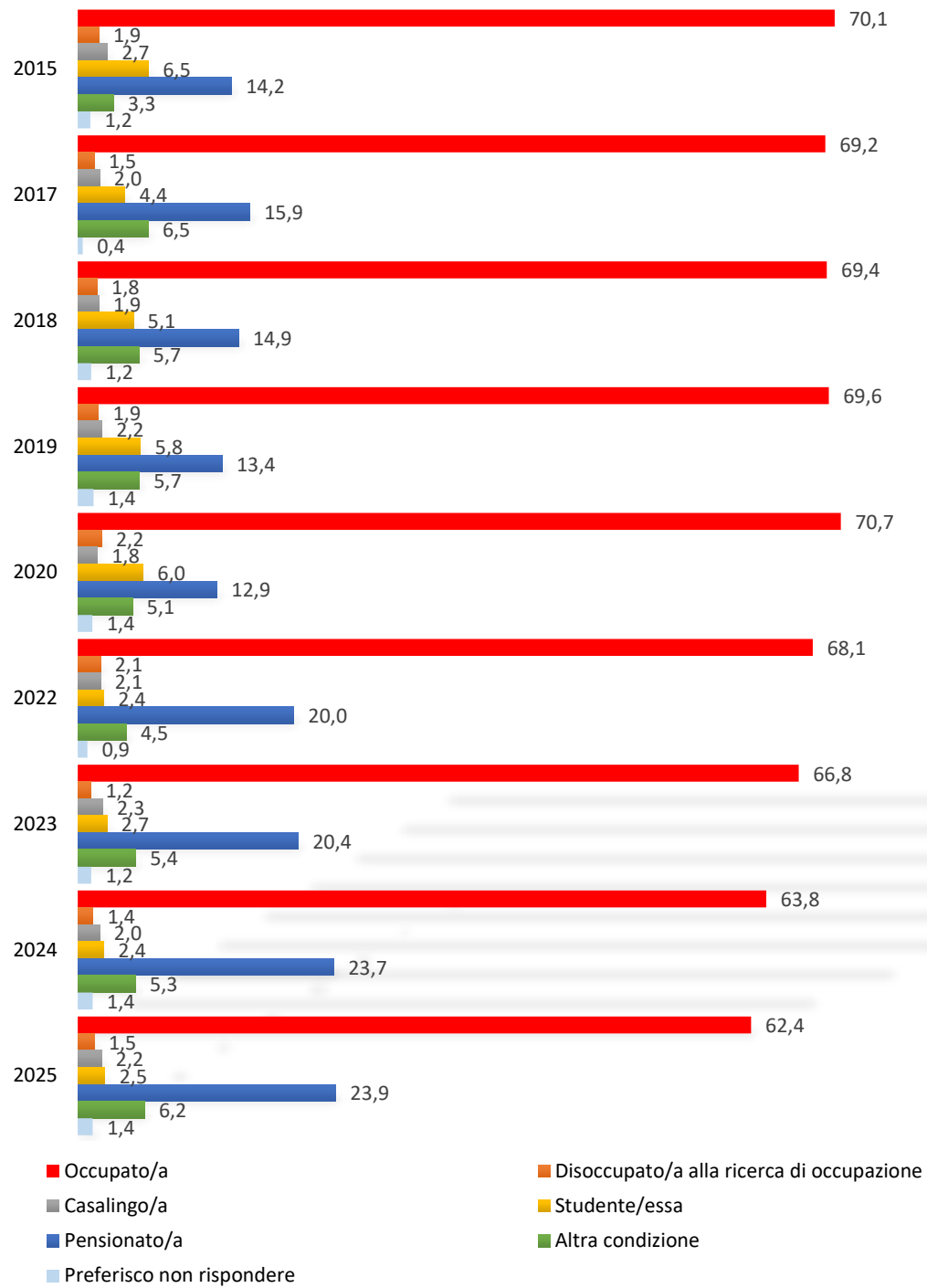


Tabella 5. Distribuzione della condizione occupazionale. Confronto tra italiani e stranieri. Rilevazione dal 2015 al 2025

	2015		2017		2018		2019		2020		2022		2023		2024		2025	
	Ita	Stra	Ita	Stra	Ita	Stra	Ita	Stra	Ita	Stra	Ita	Stra	Ita	Stra	Ita	Stra	Ita	Stra
Occupato/a	66,2	71,0	77,8	66,4	76,2	67,3	72,1	68,9	72,7	70,0	73,9	65,0	78,9	61,9	75,5	60,4	75,4	58,3
Disoccupato/a alla ricerca di occupazione	4,6	1,3	3,0	1,0	2,8	1,5	3,3	1,6	3,6	1,7	3,5	1,4	0,5	0,3	3,1	0,9	2,8	1,1
Casalingo/a	4,2	2,4	1,4	2,2	2,4	1,8	3,1	2,0	2,2	1,7	1,7	2,3	3,8	1,7	3,1	1,7	2,8	2,0
Studente/essa	13,7	4,9	10,3	2,4	11,5	3,2	14,5	3,7	12,7	3,9	4,3	1,4	1,1	2,5	4,3	1,9	4,0	2,0
Pensionato/a	4,9	16,4	4,8	19,5	4,5	18,1	3,1	15,8	4,9	15,4	12,2	24,1	11,9	25,4	9,6	27,8	9,8	28,3
Altra condizione	4,6	3,0	2,1	7,9	1,5	6,9	2,2	6,5	2,5	5,9	1,7	5,9	2,2	6,9	3,1	6,0	3,6	7,0
Preferisco non rispondere	1,9	1,0	0,7	0,4	1,1	1,3	1,7	1,4	1,3	1,4	2,6	0,0	1,6	1,2	1,4	1,3	1,6	1,3
Totale	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

La FirenzeCard e la FirenzeCard restart

La FirenzeCard è il pass museale ufficiale della città di Firenze, è utilizzabile in formato fisico oppure digitale.

Il 38,3% dei rispondenti dichiara di esser venuto a conoscenza della FirenzeCard “attraverso la ricerca sul web/motori di ricerca”, le quote più elevate si osservano in corrispondenza degli italiani il 54,7% (33,2% la quota registrata tra gli stranieri) e dei giovani 50,5% (41,8% nella classe 31-60 anni e pari al 29,3% nella classe over 60). La seconda voce maggiormente menzionata, pari al 30,3%, è “perché è consigliata da recensioni/ forum letti su internet”, in questo caso emergono gli stranieri e si conferma la classe giovane, i valori sono rispettivamente pari al 33,5% e al 37,0%. Circa 1 rispondente su 4 dichiara di esser venuto a conoscenza della FirenzeCard “attraverso il sito www.firenzecard.it”, 24,0%, il 14,4% “perché consigliata da amici/parenti” e il 13,3% seleziona la voce “perché consigliata da guide turistiche cartacee/tour operator”. Il 7,6% dichiara la voce “altro” specificando di conoscere già La Firenzecard poiché utilizzata in differenti viaggi, altri hanno indicato le guide internet consultate (es. Rick Steves, DK, Moon Guide), emerge anche l'utilizzo esplicito di strumenti AI come ChatGPT, etc....(Cfr. Tabella 6).

I valori ottenuti nel 2025 confermano quanto registrato negli ultimi anni (cfr. Tabella 7).

Tabella 6. Distribuzione di come è venuto a conoscenza della Firenzecard. Confronto tra italiani e stranieri e classi di età. Anno 2025 (risposte multiple)

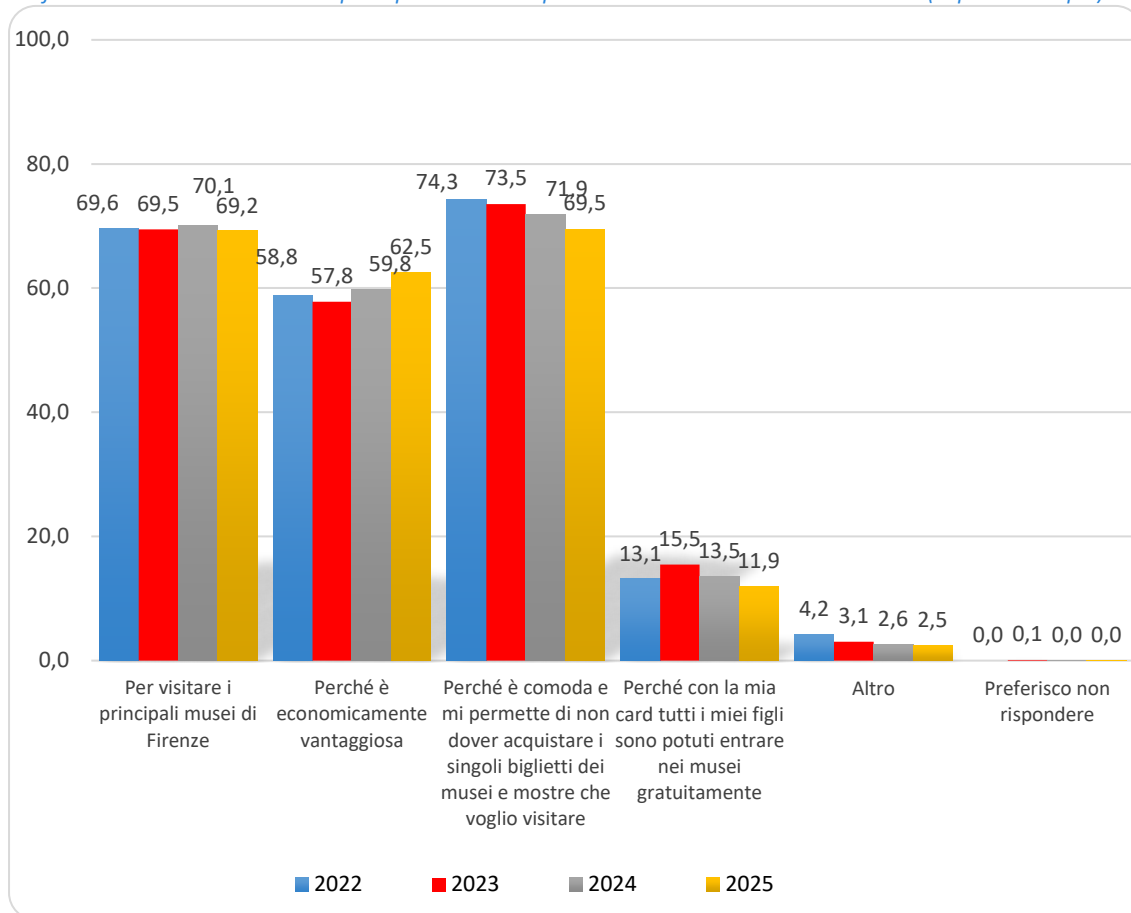
	Italiani	Stranieri	18-30	31-60	oltre 60	Totali
Perché consigliata da amici/parenti	12,6	14,9	17,9	12,7	16,3	14,4
Perché consigliata da guide turistiche cartacee/tour operator	4,6	16,0	13,0	11,0	17,1	13,3
Perché consigliata da recensioni/forum letti su Internet	20,2	33,5	37,0	32,4	25,2	30,3
Attraverso il sito www.firenzecard.it	19,0	25,5	17,4	23,4	26,8	24,0
Attraverso ricerca sul web/motori di ricerca	54,7	33,2	50,5	41,8	29,3	38,3
Altro	3,2	8,9	8,2	6,1	9,8	7,6

Tabella 7. Distribuzione di come è venuto a conoscenza della Firenzecard. Confronto anni 2022- 2025 (risposte multiple)

	2022	2023	2024	2025
Perché consigliata da amici/parenti	14,3	14,2	14,1	14,4
Perché consigliata da guide turistiche cartacee/tour operator	11,9	15,1	13,4	13,3
Perché consigliata da recensioni/forum letti su Internet	34,6	30,5	34,2	30,3
Attraverso il sito www.firenzecard.it	26,9	23,1	24,4	24,0
Attraverso ricerca sul web/motori di ricerca	37,9	37,4	35,8	38,3
Altro	6,3	6,5	6,0	7,6

Nel grafico 5 si osservano i motivi per i quali è stata acquistata la FirenzeCard. Il 69,5% dichiara “perché è comoda e permette di non dover acquistare i singoli biglietti dei musei e delle mostre”, il 69,2% “perché permette di visitare i principali musei di Firenze” e il 62,5% perché la reputa economicamente vantaggiosa. L'11,9% la sceglie perché l'acquisto consente di far entrare gratuitamente i figli e il 2,5% dichiara per altri motivi rispetto a quelli presenti in lista. Anche in questo caso, i risultati descritti confermano quanto era emerso nelle rilevazioni condotte negli anni precedenti.

Grafico 5. Distribuzione dei motivi per i quali è stata acquistata la Firenzecard. Anni 2022-2025 (risposta multipla)



Le due domande successive rappresentano aspetti che vengono rilevati a partire dalla prima rilevazione condotta nel 2015 e ciò consente di fare un confronto degli ultimi 10 anni. Il primo quesito mostra il grado di soddisfazione dei turisti che hanno acquistato la FirenzeCard rispetto all'utilizzo fatto. Dal grafico 7 si evince che, anche nel 2025, rimangono elevati i giudizi positivi (molto e abbastanza soddisfatti) che si attestano al 95,0%, il valore più elevato si era registrato nel 2018 con il 97,7% mentre il valore più basso nel 2022 con il 92,8%.

Coloro che dichiarano di essere molto soddisfatti nel 2025 rappresentano il 70,3% del totale (Cfr. grafico 6). Osservando i valori negli anni la percentuale più elevata si rileva nel 2017 con un valore pari all'81,3%, il dato diminuisce fino al 2022 (63,0%) e si osserva un andamento altalenante negli ultimi anni.

Grafico 6. Distribuzione dei giudizi sull'acquisto della Firezcard rispetto all'utilizzo fatto. Rilevazione dal 2015 al 2025

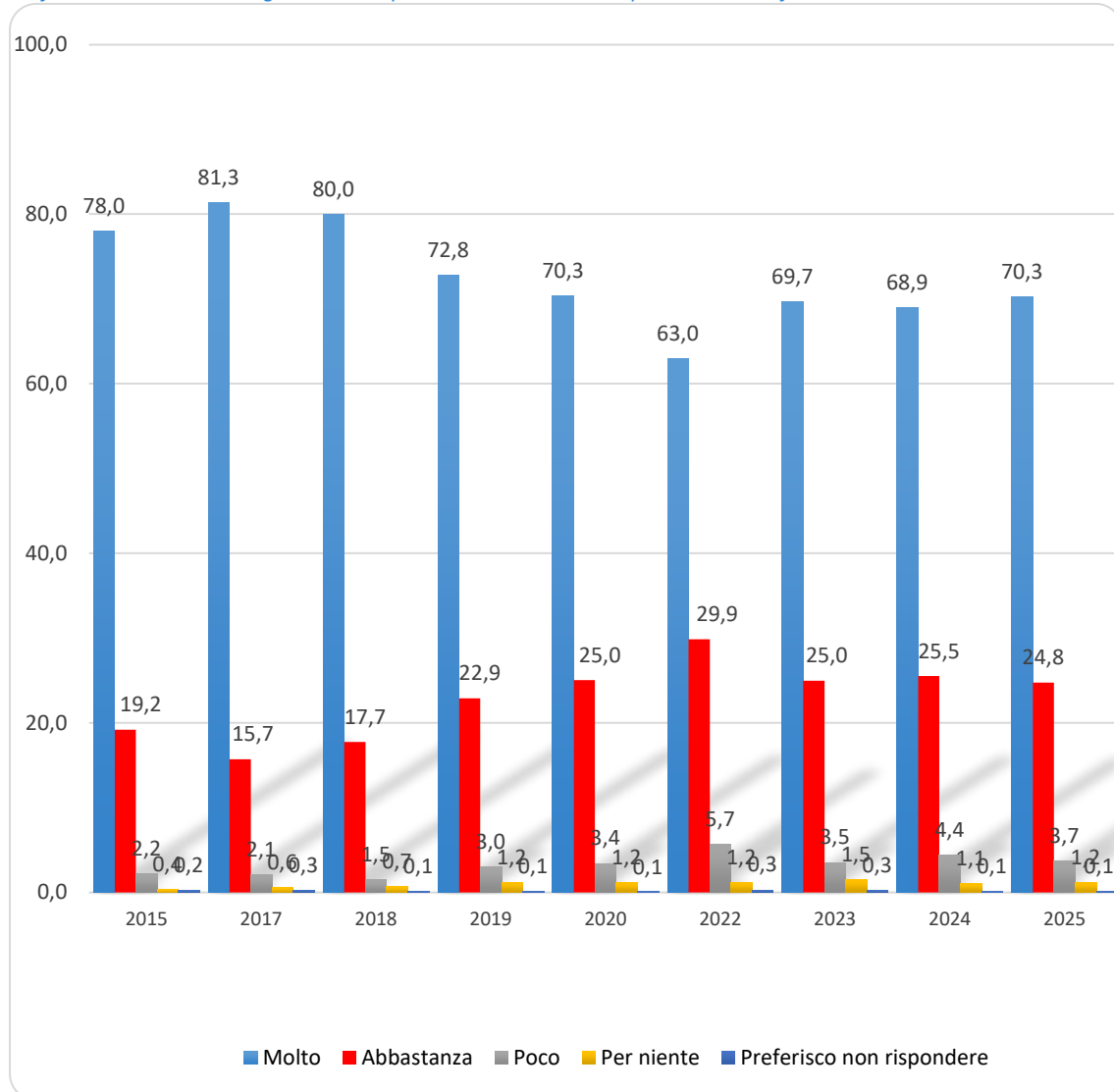
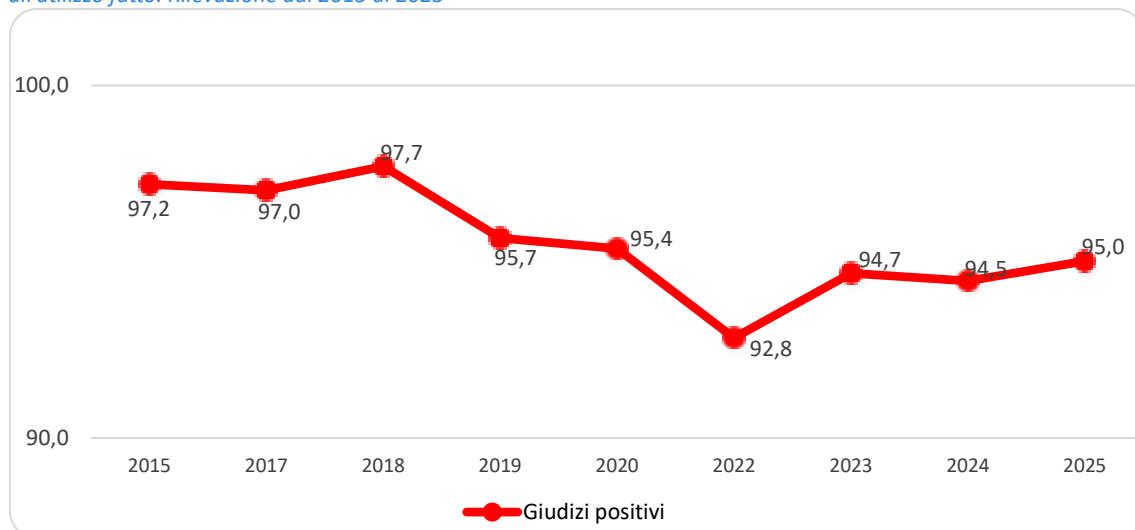


Grafico 7. Distribuzione dei giudizi positivi (molto e abbastanza soddisfatti) sull'acquisto della FirenzeCard rispetto all'utilizzo fatto. Rilevazione dal 2015 al 2025



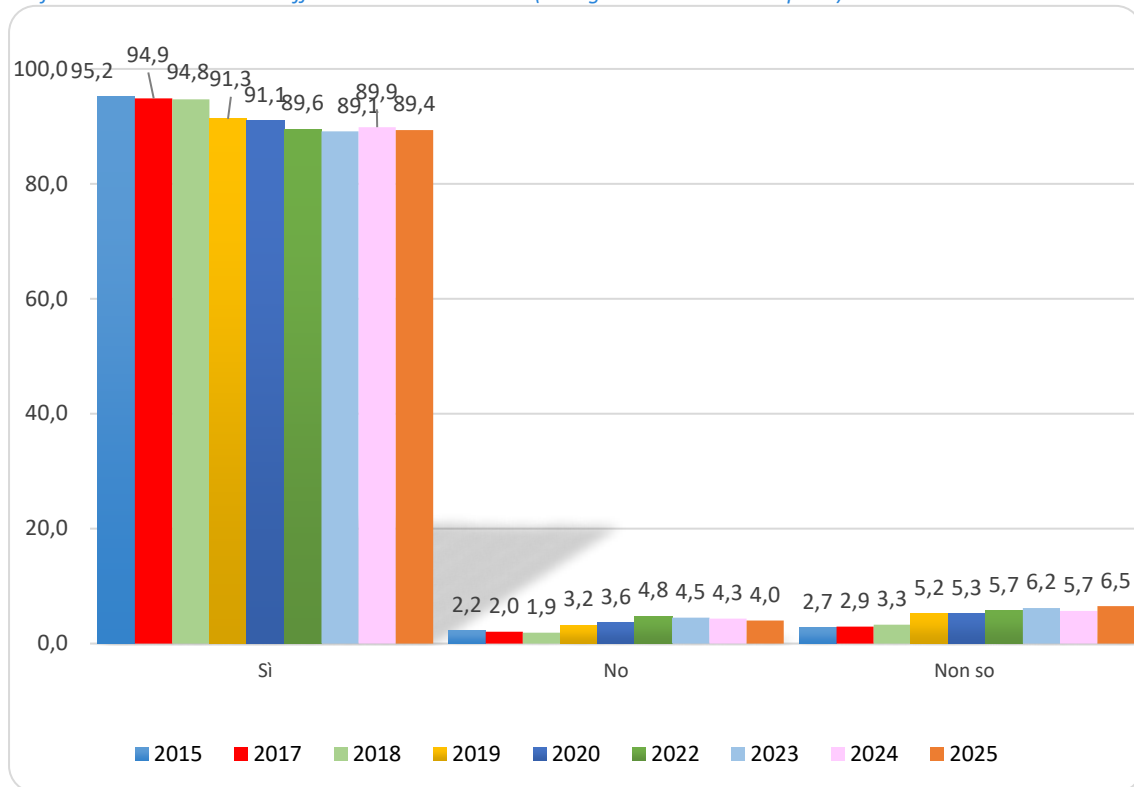
La tabella 8 ci permette di approfondire l'analisi distinta tra italiani e stranieri e tra le diverse fasce di età. La quota di giudizi positivi (molto e abbastanza soddisfatti) è superiore al 94% in tutte le classi. Focalizzandosi però su coloro che presentano i minori consensi riguardo al livello massimo di soddisfazione emergono gli italiani, con una quota di molto soddisfatti pari al 65,5%, rispetto al 71,7% registrato tra gli stranieri. L'analisi dei dati distinti per classi di età mostra un range che varia dal 69,7%, osservato nella classe 31-60 anni, al 71,5% osservato nella classe over 60, il valore tra i giovani è pari al 70,1%.

Tabella 8. Distribuzione dei giudizi sull'acquisto della Firenzecard rispetto all'utilizzo fatto. Confronto tra italiani e stranieri e classi di età. Anno 2025

	Italiani	Stranieri	18-30	31-60	oltre 60	Totali
Molto	65,5	71,7	70,1	69,7	71,5	70,3
Abbastanza	30,7	22,9	25,5	25,5	23,3	24,8
Poco	3,4	3,8	2,7	3,6	3,8	3,7
Per niente	0,4	1,4	1,6	1,1	1,3	1,2
Preferisco non rispondere	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Totale	100	100	100	100	100	100

Elevate si confermano le percentuali di coloro che consiglierebbero ad altri l'acquisto della carta, osservando valori altissimi intorno al 90%, pur perdendo oltre 5 punti percentuali rispetto alle prime rilevazioni, si passa, infatti, dal 95,2% del 2015 all'89,4% della più recente indagine (cfr. Grafico 8).

Grafico 8. Distribuzione della diffusione della Firenzecard (consiglierebbe ad altri l'acquisto). Rilevazione dal 2015 al 2025



Alla domanda se consiglierebbe ad altri l'acquisto della FirenzeCard, la risposta affermativa supera il 90% tra gli italiani (92,0%) mentre si attesta all'88,6% tra gli stranieri. L'analisi distinta per classi di età mostra la classe giovane e la classe intermedia le più propense a consigliare la carta mostrando rispettivamente il 90,8% e il 90,0% di consensi, la classe più matura registra, invece, una quota leggermente inferiore, pari all'88,4 % (cfr. Tabella 9).

Tabella 9. Distribuzione della diffusione della FirenzeCard (consiglierebbe ad altri l'acquisto). Confronto tra italiani e stranieri e classi di età. Anno 2025

	Italiani	Stranieri	18-30	31-60	oltre 60	Totali
Molto	65,5	71,7	70,1	69,7	71,5	70,3
Abbastanza	30,7	22,9	25,5	25,5	23,3	24,8
Poco	3,4	3,8	2,7	3,6	3,8	3,7
Per niente	0,4	1,4	1,6	1,1	1,3	1,2
Preferisco non rispondere	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Totale	100	100	100	100	100	100
Giudizi positivi (molto e abbastanza)	96,2	94,7	95,7	95,2	94,8	95,0
Giudizi negativi (poco e per niente)	3,8	5,2	4,3	4,7	5,0	4,9

I servizi della FirenzeCard comprendono anche le agevolazioni previste dalla generazione della FirenzeCard Restart, attualmente in promozione gratuita. Il pass, solo in formato digitale, permette di usufruire, nell'arco di un anno, di altre 48 ore di visite nei musei che non sono stati visitati con il solo acquisto della FirenzeCard.

Il 38,8% dichiara di aver usufruito del pass, cresce di 12 punti percentuali rispetto al 2023 quando la quota era risultata pari al 26,8% (21,8% nel 2022 e solo il 5,6% nel 2020), e, tra questi, circa il 96,2% asserisce di averne fatto uso appena scaduta la FirenzeCard, in modo da visitare i musei fiorentini nei giorni continuativi. Il 10,9% afferma di non aver ancora usufruito della card aggiuntiva ma che lo farà in futuro (cfr. Grafico 9). Osservando il grafico 10, le quote più elevate di utilizzatori si riscontrano tra gli over 60 e gli stranieri rispettivamente il 44,3% e il 43,0%, la quota di italiani è del 25,3%, quella della classe 31-60 anni è del 36,1% e quella dei giovani è del 34,8%.

Se in passato era oltre 1 rispondente su 2 a dichiarare di non aver fatto uso della card (pari al 71,5% nel 2020), nella recente rilevazione la quota si attesta al 45,0%, intorno al 42% - 47% nell'analisi distinta per classi di età e tra gli stranieri, raggiunge, invece, il 53,3% in corrispondenza degli italiani. Complessivamente è intorno al 5% chi sostiene di non averne fruito poiché non conosceva l'esistenza, percentuale che, nel caso degli italiani e dei giovani, si attesta rispettivamente al 6,6% e 7,6%.

Grafico 9. Distribuzione di chi ha usufruito della Firenzecard Restart. Confronto anni 2020-2025

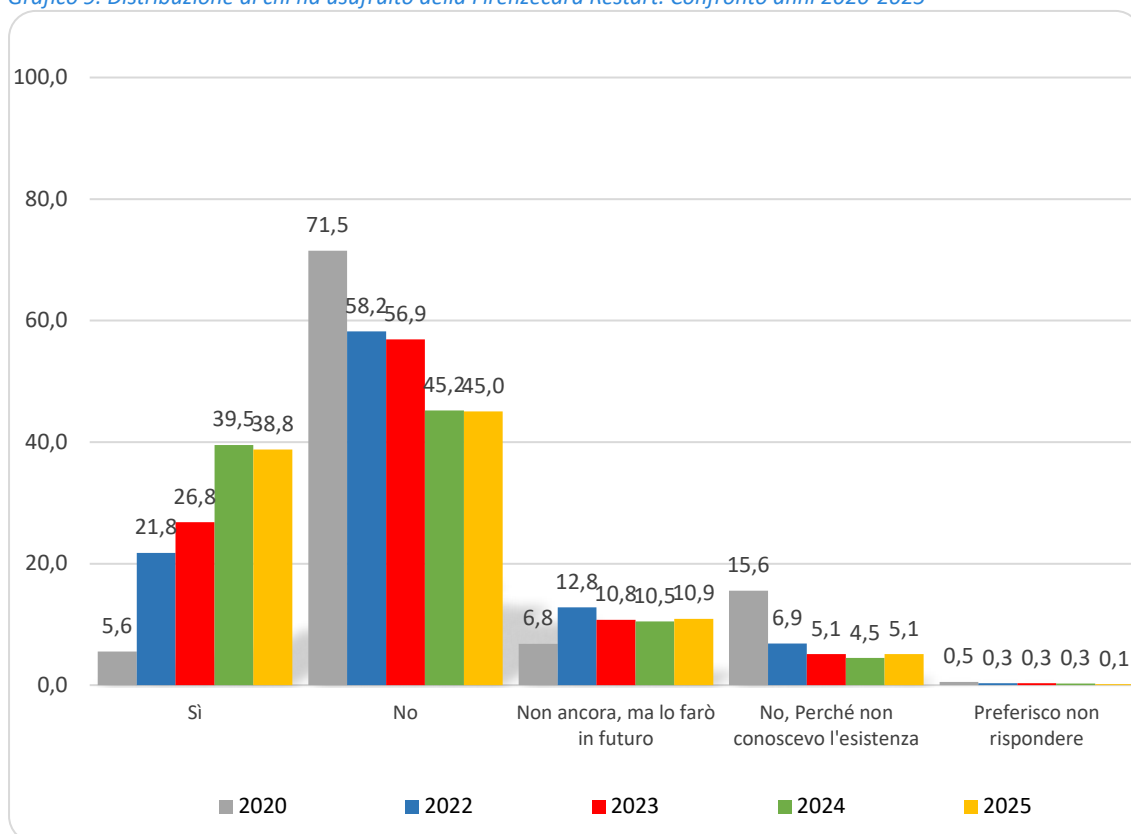
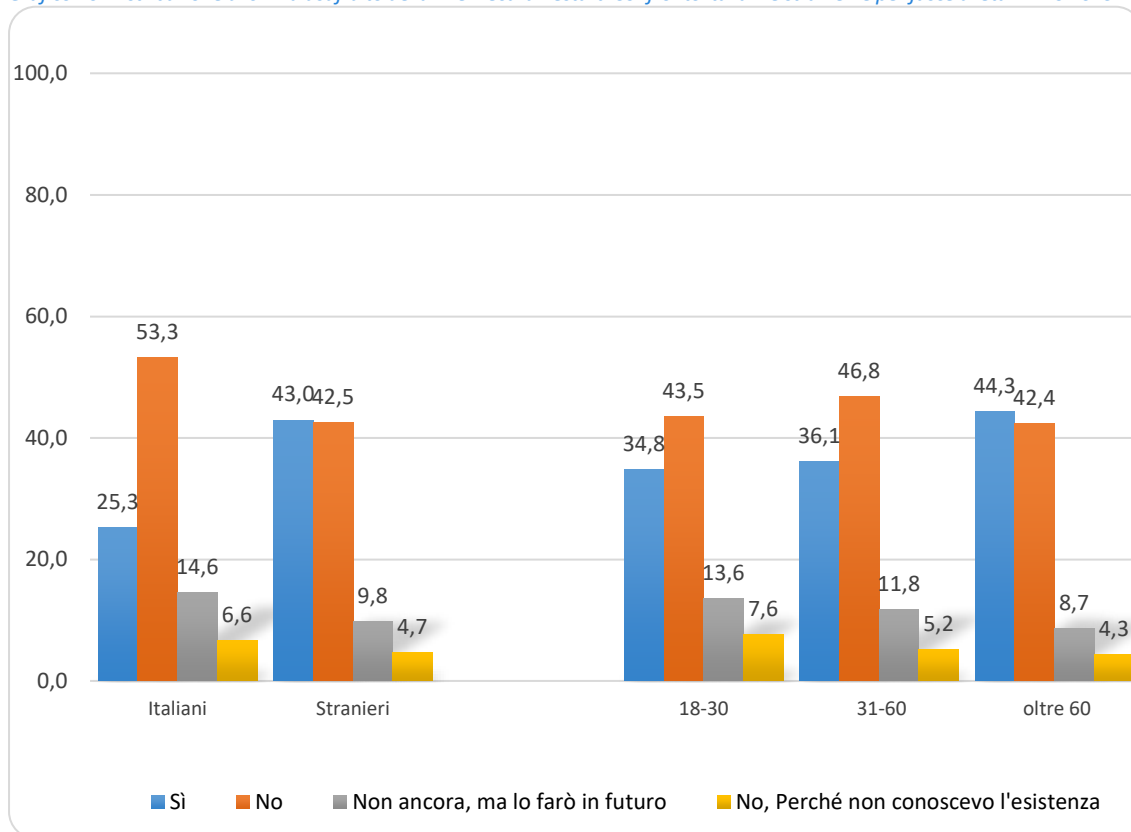


Grafico 10. Distribuzione di chi ha usufruito della Firenzecard Restart. Confronto italiani e stranieri e per fasce di età. Anno 2025

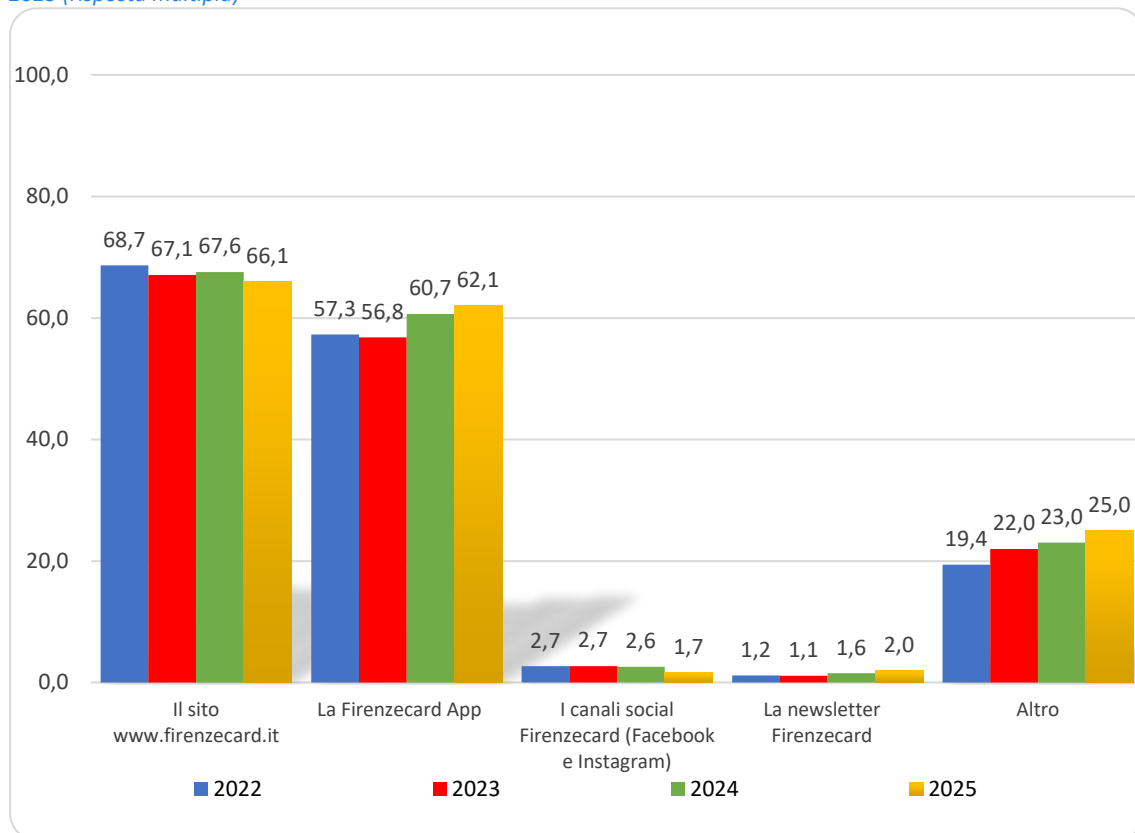


I canali informativi

A partire dalla rilevazione del 2022 una nuova sezione del questionario ha approfondito la tematica sui canali informativi utilizzati per decidere cosa visitare con la card. La voce maggiormente menzionata è stata il sito www.firenzecard.it selezionato dal 66,1% dei rispondenti (in leggera diminuzione rispetto alle precedenti rilevazioni, nel 2022 la quota era pari al 68,7%) tra gli italiani e nella classe 31-60 si osservano le quote più elevate pari rispettivamente al 67,9% e al 68,5%. Anche per le altre categorie, il sito è la voce maggiormente menzionata ad eccezione della classe dei più giovani dove il canale informativo più utilizzato, con il 70,1% dei rispondenti è l'App della Firenzecard. Questo canale è selezionato da oltre il 60% degli intervistati, il 62,1%, voce in crescita rispetto al passato (era il 60,7% nel 2024, il 56,8% nel 2023 e il 57,3% nel 2022). Come registrato nelle precedenti edizioni, si confermano poco utilizzati i canali social della card quali ad esempio Facebook e Instagram, 1,7%, (che non superano la soglia del 5% neanche tra i giovani, 3,8%) e il canale della newsletter, 2,0%.

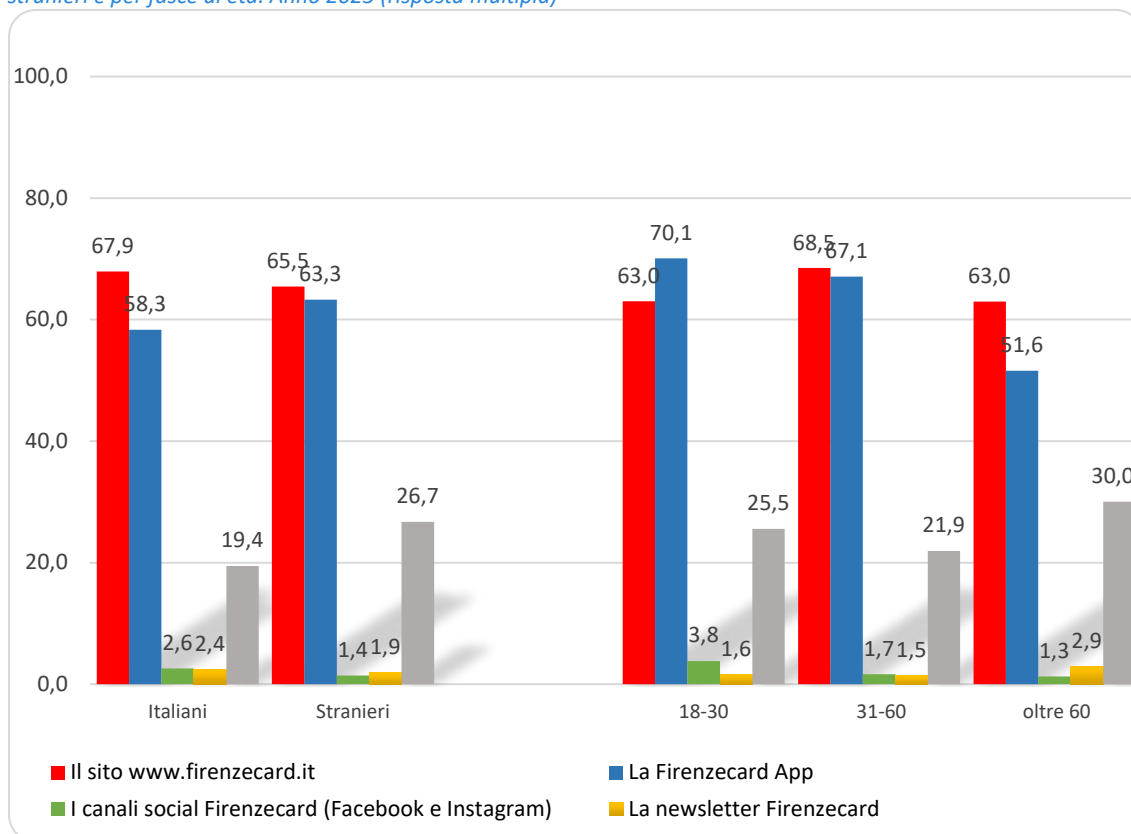
Un rispondente su quattro (25,0%) afferma di aver utilizzato altre reti informative⁶, sopra questa soglia gli stranieri (26,7%), i giovani (25,5%) e la classe di età più matura (30,0%) (cfr. Grafici 11 e 12).

Grafico 11. Distribuzione dei canali informativi utilizzati per decidere cosa visitare con la card. Confronto anni 2022-2025 (risposta multipla)



⁶ Si tratta di una risposta che non consentiva all'intervistato di specificare quali altre reti informative.

Grafico 12. Distribuzione dei canali informativi utilizzati per decidere cosa visitare con la card. Confronto italiani e stranieri e per fasce di età. Anno 2025 (risposta multipla)



Una domanda di approfondimento sul sito della FirenzeCard ha chiesto al turista le proprie considerazioni in merito alle informazioni contenute. Il 54,8% le ha ritenute chiare ma ha comunque ricercato maggiori notizie presso altre fonti per rispondere alle proprie esigenze (54,2% nel 2024, 53,8% nel 2023 e 55,2% nel 2022), tra le persone over 60 questa risposta è stata fornita dal 56,4% e tra gli stranieri dal 57,3%, sono sopra il 50% anche per tutte le altre categorie ad eccezione degli italiani (46,7%). Le informazioni sono state ritenute aggiornate, chiare ed esaustive rispetto alle proprie esigenze per il 30,5% dei partecipanti all'indagine (33,0% nel 2024, 32,0% nel 2023 e 31,9% nel 2022), soddisfatti soprattutto la classe intermedia 31-60 anni 32,7% e gli italiani 41,5%. I meno soddisfatti, ritenendo le informazioni non chiare e non esaustive, si attestano all'11,1% (10,3% nel 2024, 11,0% nel 2023 e 9,3% nel 2022), emerge il 13,0% di insoddisfatti tra i rispondenti giovani (cfr. Tabelle 10 e 11).

Tabella 10. Distribuzione delle considerazioni sul sito www.firenzecard.it. Confronto tra italiani e stranieri e classi di età. Anno 2025

	Italiani	Stranieri	18-30	31-60	oltre 60	Totali
Informazioni aggiornate, chiare ed esaustive rispetto alle mie esigenze	41,5	27,1	29,9	32,7	27,1	30,5
Informazioni chiare, ma ho ricercato ulteriori informazioni presso altre fonti per rispondere alle mie esigenze	46,7	57,3	53,3	54,1	56,4	54,8
Informazioni non chiare ed esaustive	9,0	11,8	13,0	10,2	12,3	11,1
Altro	1,2	1,4	1,6	1,2	1,5	1,3
Preferisco non rispondere	1,6	2,4	2,2	1,9	2,7	2,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabella 11. Distribuzione delle considerazioni sul sito www.firenzecard.it. Confronto anni 2022- 2025

	2022	2023	2024	2025
Informazioni aggiornate, chiare ed esaustive rispetto alle mie esigenze	31,9	32,0	33,0	30,5
Informazioni chiare, ma ho ricercato ulteriori informazioni presso altre fonti per rispondere alle mie esigenze	55,2	53,8	54,2	54,8
Informazioni non chiare ed esaustive	9,3	11,0	10,3	11,1
Altro	1,5	1,7	0,6	1,3
Preferisco non rispondere	2,1	1,6	1,9	2,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Un altro aspetto indagato è stato il grado di soddisfazione degli intervistati in merito alla facilità di navigazione. Distinguendo i giudizi positivi (molto o abbastanza soddisfatti) da quelli negativi (poco o per nulla soddisfatti) i risultati descritti nei grafici 13 e 14 mostrano valori elevati di cittadini soddisfatti, più di 8 cittadini su 10, 85,9% (era 88,2% nel 2024, 89,2% nel 2023 e 89,0% nel 2022), con quote particolarmente elevate nel caso degli italiani 92,6% mentre, tra gli stranieri, la percentuale scende all'83,8%. L'analisi distinta per classi di età mostra la classe giovane come la classe più soddisfatta 87,5% seguita dalla classe intermedia, 86,6% e dalla più matura 84,4%.

Grafico 13. Distribuzione del grado di soddisfazione rispetto alla facilità di navigazione. Confronto anni 2022- 2025

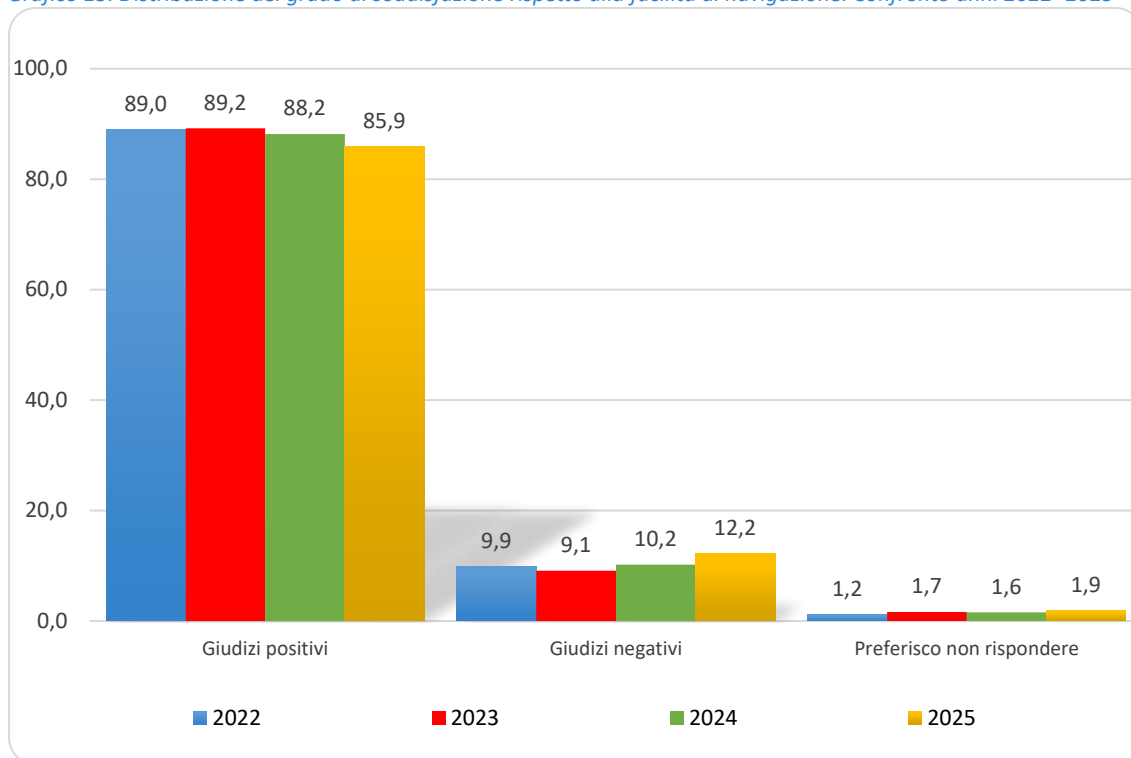
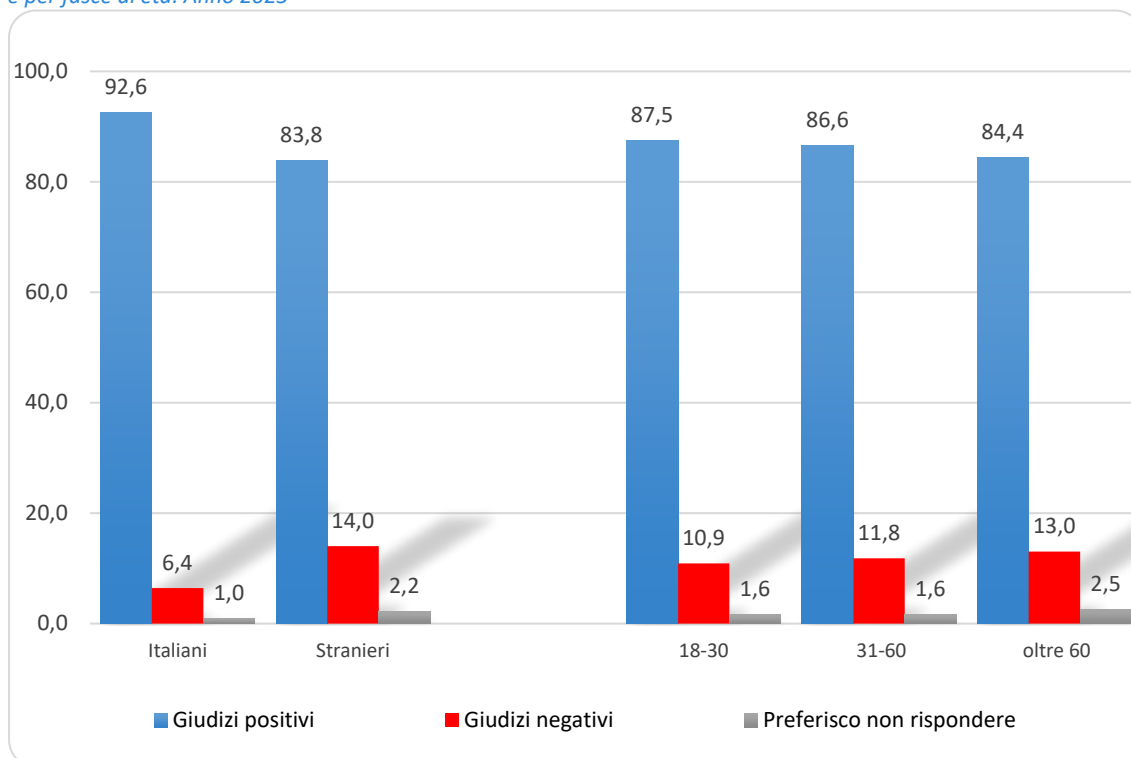


Grafico 14. Distribuzione del grado di soddisfazione rispetto alla facilità di navigazione. Confronto italiani e stranieri e per fasce di età. Anno 2025



Se si analizza nel dettaglio il livello di gradimento come riportato in tabella 12, i molto soddisfatti si attestano al 39,4% mentre gli abbastanza soddisfatti al 46,5%. Pari al 9,2% e al 3,1% la quota dei poco e dei per niente soddisfatti, i rispettivi valori rilevati nell'indagine del 2024 erano stati 43,2%, 45,0%, 8,0% e 2,2%, nel 2023 erano stati 42,0%, 44,7%, 8,1% e 4,1% e nel 2022 erano stati 41,2%, 47,8%, 7,2% e 2,7% (cfr. Tabella 13).

L'analisi distinta tra italiani e stranieri e per classi di età mostra che, considerando i molto soddisfatti, non si evincono particolari differenze tra le diverse classi, la quota più elevata è presente nella classe più matura, 39,7%, la quota più bassa tra i giovani, 37,5%. Osservando le percentuali degli abbastanza soddisfatti il valore più elevato si osserva tra gli italiani, 53,3%, il valore più basso tra gli stranieri, 44,3%. Questi ultimi risultano anche i meno soddisfatti della facilità di navigazione analizzando le voci dei poco o per nulla soddisfatti che registrano percentuali pari rispettivamente al 10,4% e 3,7.

Tabella 12. Distribuzione del grado di soddisfazione rispetto alla facilità di navigazione. Confronto tra italiani e stranieri e classi di età. Anno 2025

	Italiani	Stranieri	18-30	31-60	oltre 60	Totali
Molto	39,3	39,4	37,5	39,6	39,7	39,4
Abbastanza	53,3	44,3	50,0	47,0	44,7	46,5
Poco	5,2	10,4	7,6	9,8	8,4	9,2
Per niente	1,2	3,7	3,3	2,1	4,6	3,1
Preferisco non rispondere	1,0	2,2	1,6	1,6	2,5	1,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabella 13. Distribuzione del grado di soddisfazione rispetto alla facilità di navigazione. Confronto anni 2022- 2025

	2022	2023	2024	2025
Molto	41,2	42,0	43,2	39,4
Abbastanza	47,8	44,7	45,0	46,5
Poco	7,2	8,1	8,0	9,2
Per niente	2,7	4,1	2,2	3,1
Preferisco non rispondere	1,2	1,1	1,6	1,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Alla domanda di voler trovare informazioni o servizi ulteriori sul sito il 60,7% ha risposto affermativamente (58,5% nel 2024, 56,2% nel 2023 e 63,3% nel 2022). Richiesta che si attesta al 66,3% tra gli italiani (quota più elevata) mentre gli stranieri registrano un valore pari al 56,6%. Percentuale elevata anche in corrispondenza della classe intermedia, 31-60 anni, 64,0%. (cfr. Grafici 15 e 16).

Grafico 15. Distribuzione sul voler trovare informazioni o servizi ulteriori sul sito. Confronto italiani e stranieri e per fasce di età. Anno 2025

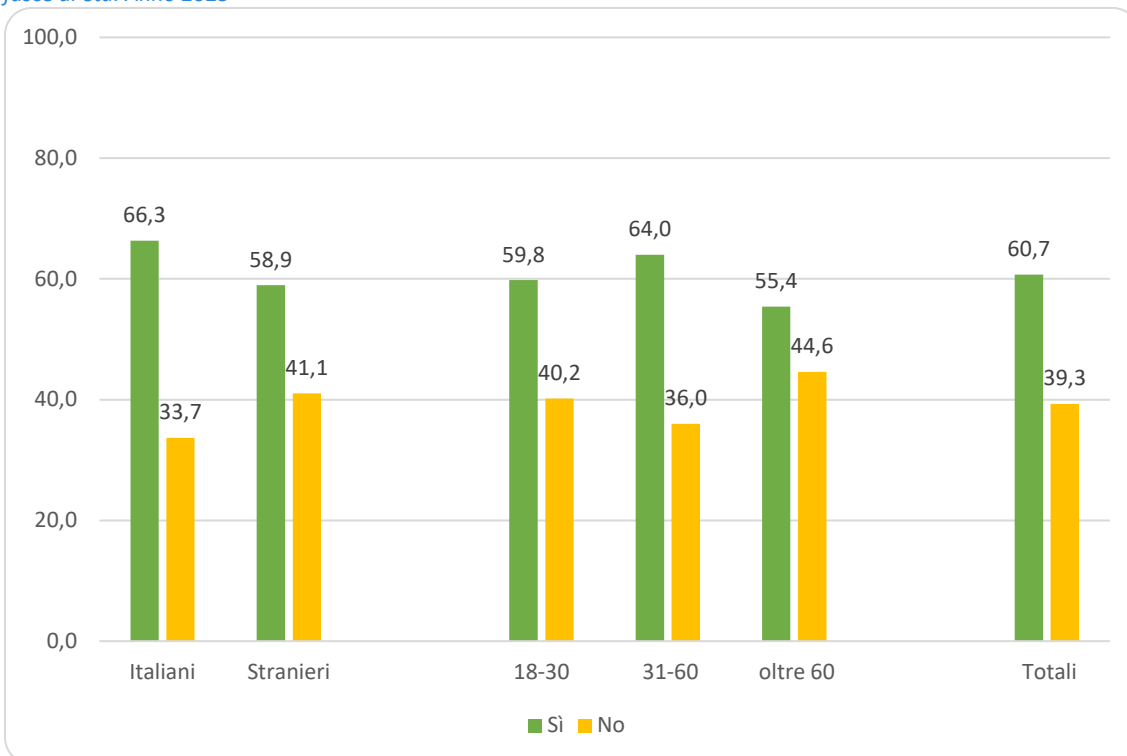
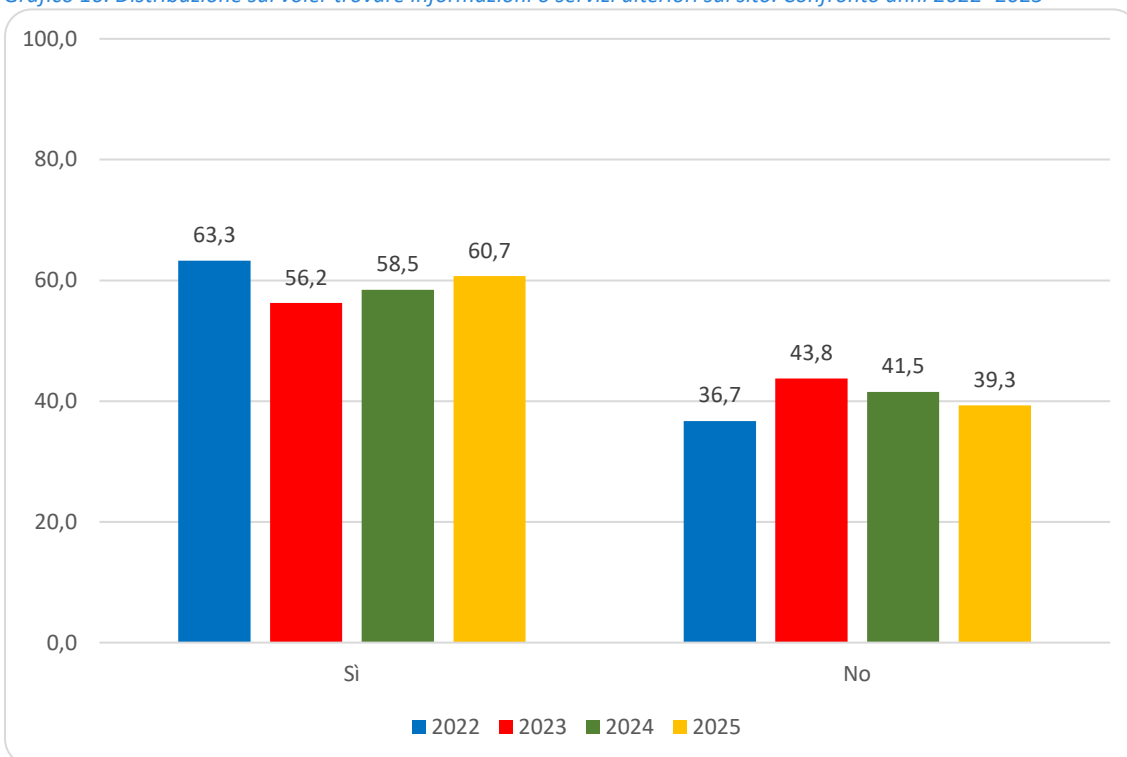


Grafico 16. Distribuzione sul voler trovare informazioni o servizi ulteriori sul sito. Confronto anni 2022- 2025



Indagando su quali informazioni o servizi integrativi vorrebbero trovare sul sito, la voce maggiormente selezionata si conferma, con il 77,9%, “sistema di prenotazione della visita” (72,7% nel 2024, 72,0% nel 2023 e 73,6% nel 2022), il 53,4% seleziona “le informazioni su altri servizi (visite guidate, audioguide, eventi speciali)” (il 52,3% nel 2024, 52,4% nel 2023 e 59,4% nel 2022), il 48,1% ha selezionato “schede di approfondimento sui musei, sulle opere principali” (50,9% nel 2024, 47,4% nel 2023 e 55,7% nel 2022), il 23,8% “immagini, video e materiale multimediale sui musei”(il 28,0% nel 2024, 23,9% nel 2023 e 34,9% nel 2022) e infine, il 12,0% ha selezionato la voce “altro” (l’11,8% nel 2024, 15,5% nel 2023 e 9,9% nel 2022) (cfr. Tabelle 14 e 15). Entrando nel dettaglio delle maggiori informazioni che il cittadino suggerisce di inserire nel sito e che vengono anche proposte nella successiva domanda relativa alle integrazioni da apportare all’App emergono le seguenti considerazioni: informazioni più chiare, complete e aggiornate, soprattutto riguardo alle modalità di prenotazione dei musei principali (come Uffizi e Accademia) e alla possibilità di riservare online gli ingressi con fascia oraria direttamente dal sito, evitando telefonate spesso difficili o costose.

È richiesta maggiore chiarezza su cosa è incluso e cosa non è incluso nella card, con un elenco ben distinto dei musei esclusi, delle attrazioni gratuite e dei siti che richiedono comunque prenotazione o ritiro del biglietto cartaceo.

Molti utenti chiedono spiegazioni più semplici e dettagliate sulla funzione Restart (estensione delle 48 ore), con istruzioni passo-passo su attivazione, validità e utilizzo nei musei.

Viene inoltre richiesto di indicare con precisione: orari aggiornati, ultimo ingresso consentito, giorni di chiusura (incluse prime domeniche del mese), eventuali lavori in corso o sale non visitabili.

Sarebbe utile integrare informazioni pratiche su dove ritirare i biglietti, quale ingresso utilizzare e una mappa chiara dei musei inclusi.

Altri servizi desiderati includono: informazioni sui trasporti pubblici per raggiungere le sedi, un sistema di pianificazione delle visite con calendario integrato, audioguide nell’app, elenco scaricabile dei musei, informazioni su accessibilità e agevolazioni, oltre a notifiche tempestive in caso di variazioni o disservizi.

In sintesi, i cittadini chiedono un sito più intuitivo, aggiornato e completo, che permetta di gestire l’intera esperienza (informazione, prenotazione e pianificazione) in modo semplice e digitale.

Tabella 14. Distribuzione di quali informazioni o servizi ulteriori vorrebbero trovare sul sito. Confronto tra italiani e stranieri e classi di età. Anno 2025 (risposta multipla)

	Italiani	Stranieri	18-30	31-60	oltre 60	Totali
Sistema di prenotazione della visita	79,2	77,4	89,1	79,6	71,6	77,9
Informazioni su altri servizi museali (visite guidate, audioguide, eventi speciali)	48,9	54,9	56,4	55,9	47,6	53,4
Schede di approfondimento sui musei, sulle opere principali	43,8	49,6	51,8	46,9	49,6	48,1
Immagini, video e materiale multimediale sui musei	17,2	26,1	27,3	23,8	22,8	23,8
Altro	5,7	14,1	10,9	12,3	11,6	12,0

Tabella 15. Distribuzione di quali informazioni o servizi ulteriori vorrebbero trovare sul sito. Confronto anni 2022-2025 (risposta multipla)

	2022	2023	2024	2025
Sistema di prenotazione della visita	73,6	72,0	72,7	77,9
Informazioni su altri servizi museali (visite guidate, audioguide, eventi speciali)	59,4	52,4	52,3	53,4
Schede di approfondimento sui musei, sulle opere principali	55,7	47,4	50,9	48,1
Immagini, video e materiale multimediale sui musei	34,9	23,9	28,0	23,8
Altro	9,9	15,5	11,8	12,0

FirenzeCard app

La FirenzeCard app, completamente rinnovata nel 2024, è più di una semplice guida: con l'applicazione il turista ha a disposizione tutte le cards in formato digitale direttamente sul proprio smartphone, può consultare le descrizioni dei musei e delle mostre in essi presenti, può consultare gli orari di apertura dei musei, aggiornati in tempo reale.

Oltre 8 rispondenti su 10 dichiarano di aver utilizzato l'app 86,9% (86,4% nel 2024, 80,4% nel 2023 e 81,2% nel 2022), più diffusa tra gli stranieri, 87,5%, tra i giovani, 90,2% e nella classe 31-60 anni, 90,1%. Gli italiani che asseriscono di averne fatto uso sono comunque numerosi e si attestano all'85,0%, nella classe over 60 la percentuale è pari all'80,8%. Pari al 2% la percentuale degli intervistati che affermano di non conoscere l'esistenza dell'app (cfr. Grafici 17 e 18).

Grafico 17. Distribuzione sull'utilizzo della FirenzeCard App. Confronto italiani e stranieri e per fasce di età. Anno 2025

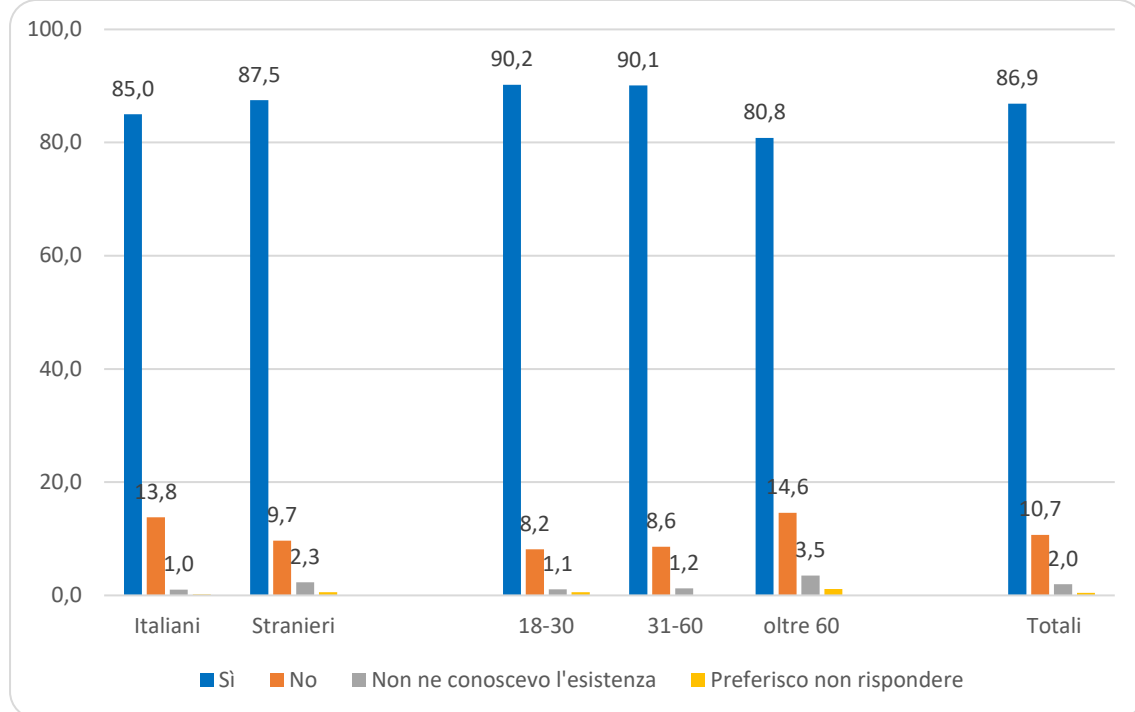
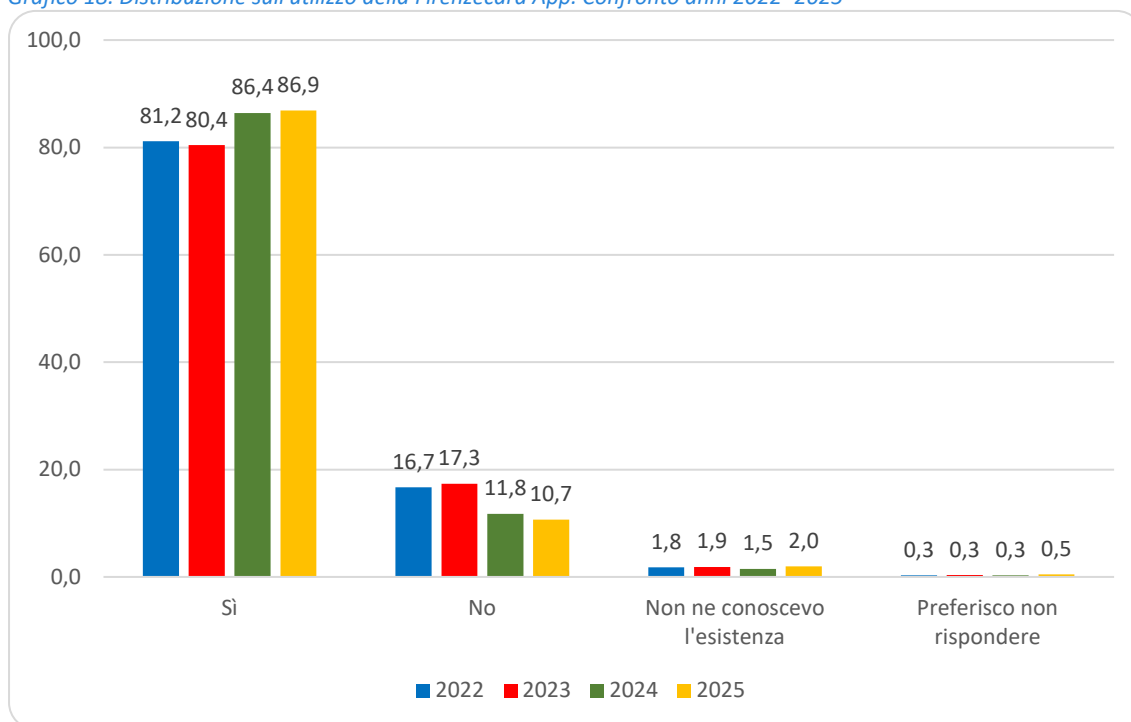


Grafico 18. Distribuzione sull'utilizzo della Firenzecard App. Confronto anni 2022- 2025



A coloro che hanno dichiarato di aver utilizzato l'app è stato chiesto di quale servizio si sono avvalsi. Le tabelle 16 e 17 riportano i risultati ottenuti e il confronto. La “FirenzeCard digitale” e “gli orari di apertura dei musei” sono state le due voci maggiormente selezionate rispettivamente dall’84,1% (in aumento rispetto al dato delle precedenti rilevazioni, 83,6% nel 2024, 82,8% nel 2023 e 75,0% nel 2022) e dal 60,3% dei rispondenti (in diminuzione rispetto al dato delle precedenti rilevazioni, 61,2% nel 2024, 63,0% nel 2023 e 68,8% nel 2022). La FirenzeCard digitale è stata utilizzata molto dai giovani, 89,8% e dagli stranieri, 84,9%, meno dagli italiani 81,1% e dagli over 60, 75,0%. L’analisi sugli orari di apertura dei musei mostra valori più elevati tra gli over 60, 61,5%, e tra gli stranieri 61,4%. Gli altri servizi dell’app utilizzati sono stati “la descrizione dei musei” con il 46,3%, la “Firenzecard Restart” con il 39,7% (che conferma l’incremento registrato nel 2024, 40,1%, rispetto alle precedenti, 26,5% nel 2023 e 23,9% nel 2022), “la mappa dei musei” con il 34,9% e le “informazioni sulle mostre in corso” con il 21,0%.

Tabella 16. Distribuzione di quale servizio della Firenzecard App è stato utilizzato. Confronto tra italiani e stranieri e classi di età. Anno 2025 (risposta multipla)

	Italiani	Stranieri	18-30	31-60	oltre 60	Totali
la Firenzecard digitale	81,1	84,9	89,8	88,0	75,0	84,1
la Firenzecard Restart	26,9	43,6	34,9	36,6	47,0	39,7
gli orari di apertura dei musei	56,6	61,4	57,8	60,1	61,5	60,3
la mappa dei musei	40,6	33,2	42,8	35,5	31,4	34,9
la descrizione dei musei	37,5	48,9	42,8	45,6	48,6	46,3
le informazioni sulle mostre in corso	17,2	22,1	24,7	18,0	25,5	21,0
Altro	0,7	0,9	0,0	1,0	0,9	0,9
Preferisco non rispondere	0,0	0,5	0,0	0,4	0,5	0,4

Tabella 17. Distribuzione di quale servizio della FirenzeCard App è stato utilizzato. Confronto anni 2022- 2025 (risposta multipla)

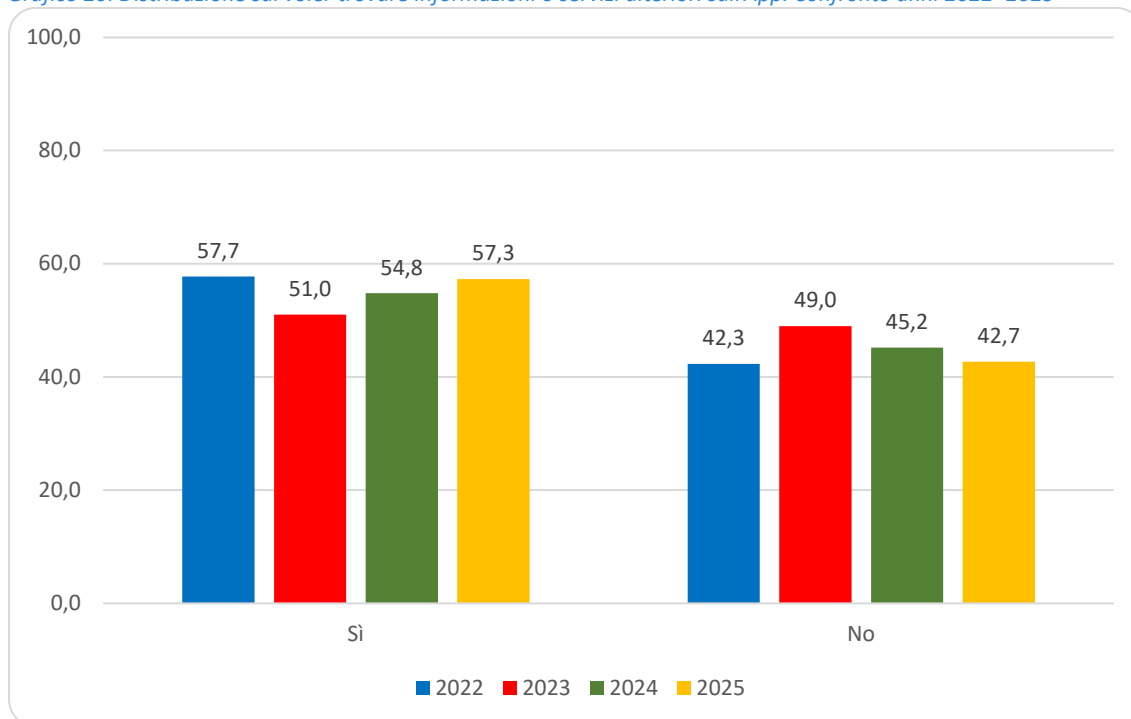
	2022	2023	2024	2025
la FirenzeCard digitale	75,0	82,8	83,6	84,1
la FirenzeCard Restart	23,9	26,5	40,1	39,7
gli orari di apertura dei musei	68,8	63,0	61,2	60,3
la mappa dei musei	36,0	32,7	37,4	34,9
la descrizione dei musei	47,1	45,5	47,0	46,3
le informazioni sulle mostre in corso	21,3	17,6	19,5	21,0
Altro	1,5	1,5	0,7	0,9
Preferisco non rispondere	0,4	0,5	0,3	0,4

Anche in merito alla FirenzeCard app è stato chiesto all'utilizzatore se ritenesse utile incrementare l'app con ulteriori informazioni o servizi. Più di un cittadino su due, 57,3% (54,8% nel 2024, 51,0% nel 2023 e 57,7% nel 2022) dichiara di sì rispetto al 42,7% (45,2% nel 2024, 49,0% nel 2023 e 42,3% nel 2022) che invece dice no. Anche dall'analisi distinta tra italiani e stranieri e per classi di età si evince, in generale, una propensione verso la necessità di un incremento di notizie, soprattutto nella classe intermedia (30-60 anni) dove la richiesta è espressa dal 61,3%, mentre nella classe over 60 la percentuale è di poco superiore al 50% (50,3%) (cfr. Grafici 19 e 20).

Grafico 19. Distribuzione sul voler trovare informazioni o servizi ulteriori sull'App. Confronto italiani e stranieri e per fasce di età. Anno 2025



Grafico 20. Distribuzione sul voler trovare informazioni o servizi ulteriori sull'App. Confronto anni 2022- 2025



Nello specifico le informazioni e i servizi ulteriori richiesti si riconfermano “il sistema di prenotazione della visita”, selezionato dall’80,3% dei rispondenti (78,1% nel 2024, 76,9% nel 2023 e 78,3% nel 2022) soprattutto tra i giovani (89,1%), seguito, poi, dalle “audioguide dei musei” dichiarato dal 58,6% (57,9% nel 2024, 56,0% nel 2023 e 63,1% nel 2022) in questo caso è la classe 31-60 anni a presentare la percentuale più elevata di consensi 62,7%. La voce “schede di approfondimento dei musei e delle loro opere” è segnalata dal 51,6% dei rispondenti (55,9% nel 2024, 53,0% nel 2023 e 59,2% nel 2022) soprattutto dai giovani 55,4% e, infine, la voce “altro” è selezionata dal 7,0% (stessa quota anche nel 2024, 9,6% nel 2023 e 5,7% nel 2022) (cfr. Tabelle 18 e 19).

Tabella 18. Distribuzione di quali informazioni o servizi ulteriori vorrebbero trovare sull'App. Confronto tra italiani e stranieri e classi di età. Anno 2025 (risposta multipla)

	Italiani	Stranieri	18-30	31-60	oltre 60	Totali
Sistema di prenotazione della visita	79,6	80,5	89,1	82,2	73,1	80,3
Audioguide dei musei	55,5	59,5	50,0	62,7	51,7	58,6
Schede di approfondimento dei musei e delle loro opere	49,0	52,4	55,4	51,9	49,7	51,6
Altro	5,7	7,5	7,6	7,5	5,9	7,0
Preferisco non rispondere	0,4	0,6	0,0	0,4	1,0	0,6

7 Il dettaglio della voce altro è stato descritto nel paragrafo precedente “I canali informativi” quando sono stati analizzate le ulteriori informazioni o servizi che i cittadini vorrebbero trovare sul sito.

Tabella 19. Distribuzione di quali informazioni o servizi ulteriori vorrebbero trovare sull'App. Confronto anni 2022-2025 (risposta multipla)

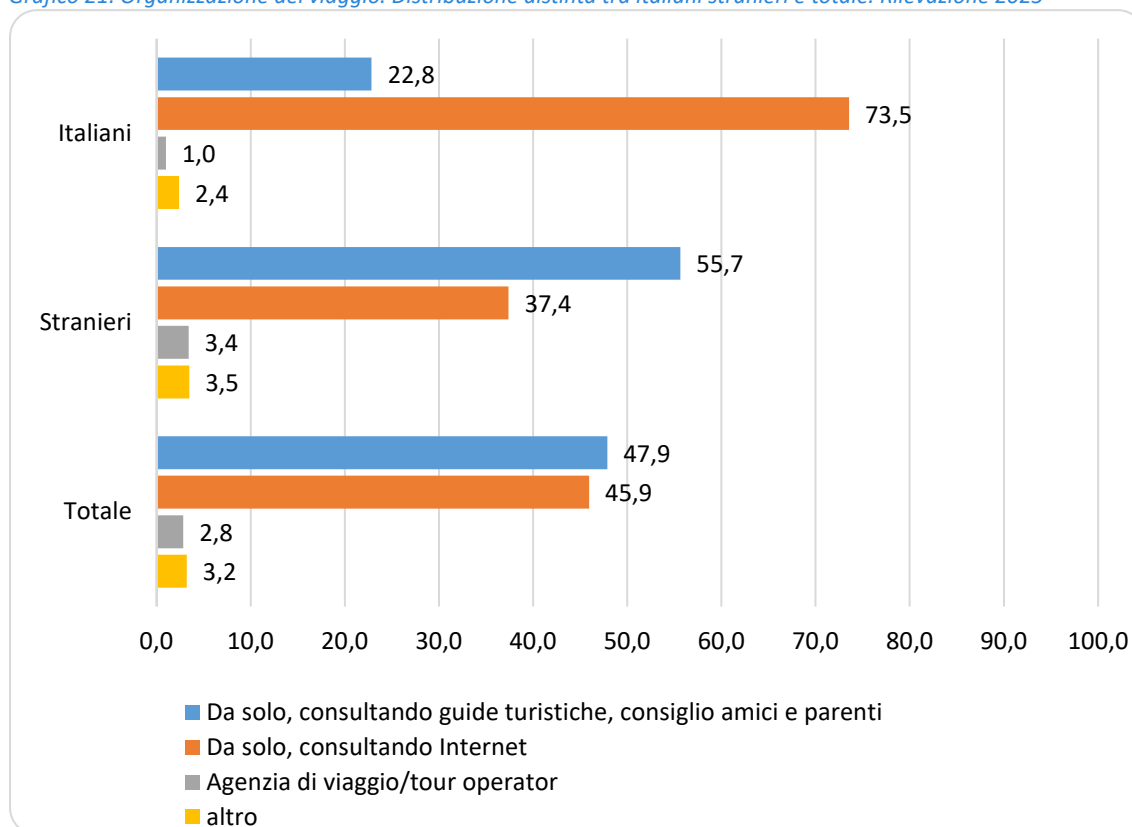
	2022	2023	2024	2025
Sistema di prenotazione della visita	78,3	76,9	78,1	80,3
Audioguide dei musei	63,1	56,0	57,9	58,6
Schede di approfondimento dei musei e delle loro opere	59,2	53,0	55,9	51,6
Altro	5,7	9,6	7,0	7,0
Preferisco non rispondere	0,6	0,9	0,7	0,6

I turisti e la città di Firenze

Attraverso l'analisi degli acquirenti della FirenzeCard quasi la totalità dei turisti dichiara di aver organizzato il viaggio da soli, consultando internet (45,9%) o consultando le guide turistiche, consigli di amici o parenti (47,9%), pari al 2,8% la quota di coloro che asseriscono di essersi rivolti ad un'agenzia di viaggio/ tour operator⁸. La distinzione tra turisti italiani e stranieri evidenzia l'elevata percentuale, pari al 73,5%, di turisti italiani che hanno utilizzato internet, tra gli stranieri la quota è del 37,4% (cfr. Grafico 21).

Osservando i valori registrati dal 2019 (cfr. Tabella 20) non si evincono particolari differenze negli anni, l'organizzazione del viaggio da soli conferma elevate percentuali rispetto al rivolgersi a strutture specifiche competenti.

Grafico 21. Organizzazione del viaggio. Distribuzione distinta tra italiani stranieri e totale. Rilevazione 2025



8 È importante ricordare che i rispondenti di questa indagine sono gli acquirenti online della Firezecard quindi si presuppone che abbiano una certa dimestichezza con internet anche in riferimento all'accesso ad altri servizi, come l'organizzazione di un viaggio ed essendo inoltre acquirenti diretti attraverso il sito, sono una tipologia di viaggiatore che organizza in autonomia la propria vacanza, senza far riferimento ad operatori del settore

Tabella 20. Organizzazione del viaggio. Confronto anni 2019-2025

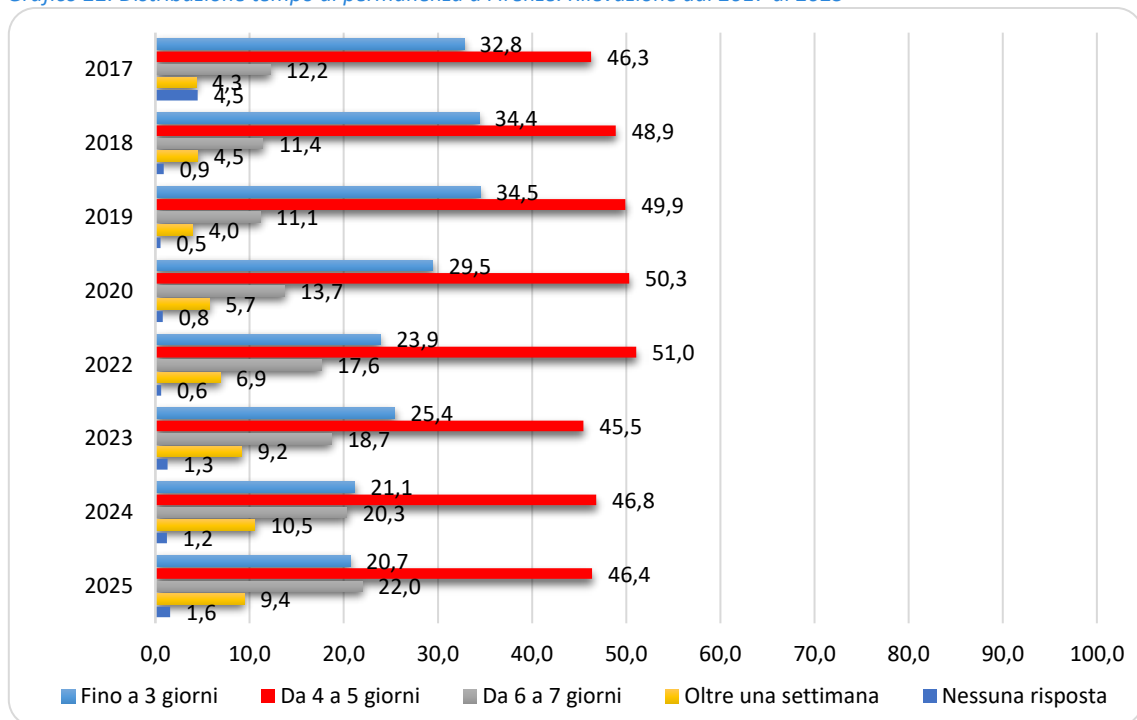
	2019	2020	2022	2023	2024	2025
Da solo, consultando guide turistiche, consiglio amici e parenti	43,9	44,2	42,4	46,9	45,9	47,9
Da solo, consultando Internet	50,2	50,1	53,7	47,1	48,4	45,9
Agenzia di viaggio/tour operator	3,9	2,6	2,1	2,9	3,5	2,8
altro	1,8	3,0	1,8	3,1	2,2	3,2
Preferisco non rispondere	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Come è emerso nelle precedenti rilevazioni, anche nel 2025, la figura del turista che si delinea risulta trattenerci a Firenze per alcuni giorni e viene in compagnia del partner/coniuge.

L'analisi dettagliata dei singoli aspetti mostra che il tempo di permanenza maggiormente menzionato si conferma "4 o 5 giorni"⁹ (dichiarato dal 46,4%), resta meno di "3 giorni" il 20,7%, mentre si assiste ad un aumento di coloro che permangono più a lungo, sostano a Firenze da "6 a 7 giorni" il 22,0% dei rispondenti e il 9,4% dichiara "oltre una settimana" (cfr. Grafico 22). Distinguendo i risultati della permanenza a Firenze in meno di 3 giorni e più di 3 giorni e differenziando i risultati tra italiani e stranieri, anche nel 2025, si conferma che il soggiorno è più lungo per gli stranieri, l'82,9% ha sostenuto di stare più di 3 giorni, quota che tra gli italiani è pari al 61,1%.

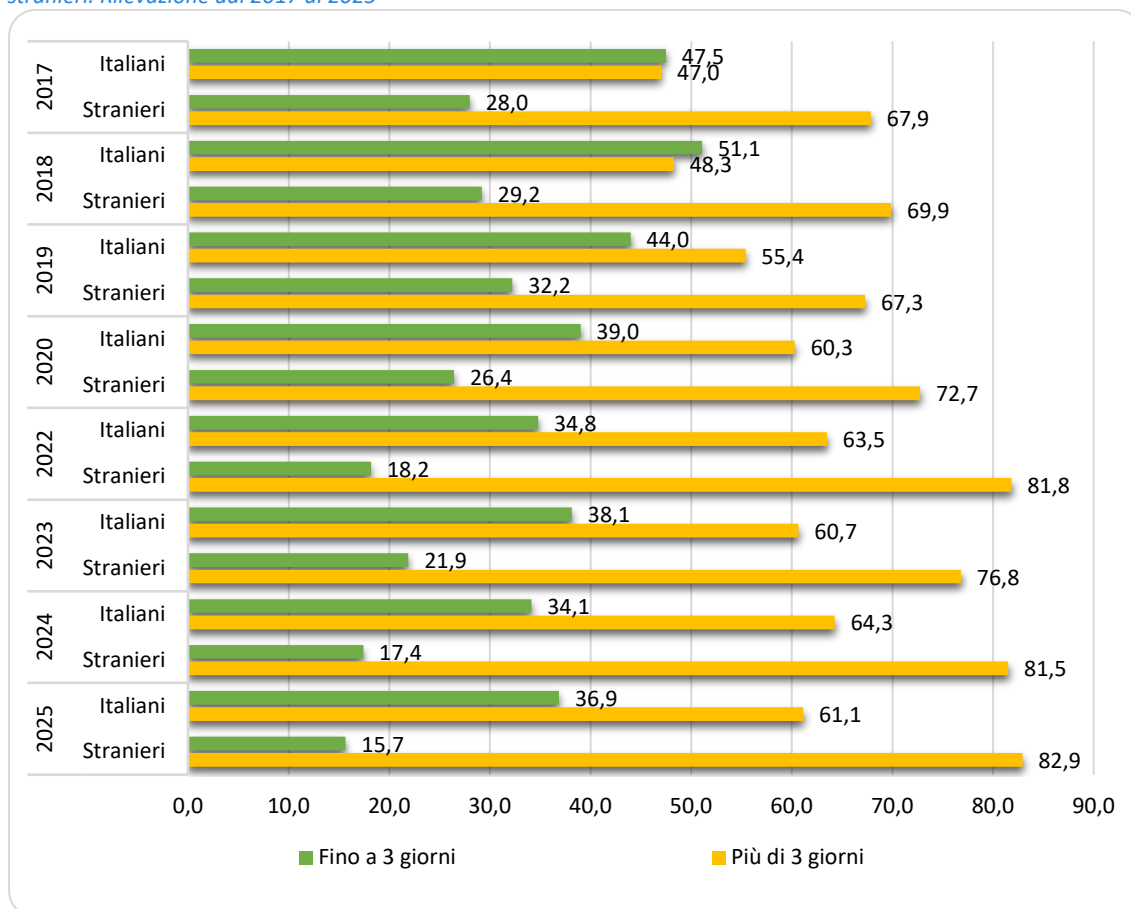
In confronto agli anni passati si osserva che sta cambiando il comportamento degli italiani, se nel 2017 e 2018 la quota che effettuava un soggiorno breve era in linea con quella che effettuava un soggiorno più lungo, ora si assiste ad una permanenza più lunga, aspetto da sempre riscontrato negli stranieri e che, negli ultimi anni, aumenta in modo particolare (cfr. Grafico 23).

Grafico 22. Distribuzione tempo di permanenza a Firenze. Rilevazione dal 2017 al 2025



9 In questa analisi occorre tener presente che la frequenza di giorni di permanenza a Firenze risultante è determinata dalla durata di validità della card. Il "campione" viene quindi preselezionato da questa caratteristica. Altre fonti indicano come la permanenza media dei turisti a Firenze sia inferiore.

Grafico 23. Tempo di permanenza a Firenze, distinto in meno di 3 giorni e più di 3 giorni. Distribuzione tra italiani e stranieri. Rilevazione dal 2017 al 2025



Pari al 53,2% la quota di turisti che dichiara di essere giunto a Firenze per la prima volta. Il confronto con le precedenti rilevazioni e distinguendo i risultati tra turisti italiani e stranieri mostra che, se per oltre 6 italiani su 10 si tratta di un ritorno a Firenze, 61,7%, per il 58,0% degli stranieri si tratta, invece, della prima visita nel capoluogo toscano (cfr. Grafico 24).

La tabella 21 descrive con chi è stato intrapreso il viaggio confrontando i risultati con quanto rilevato in precedenza.

Il viaggio in compagnia del “partner/coniuge” si riconferma il più menzionato, dal 65,1% dei rispondenti, seguito dalla voce con i “figli”, 20,8%, con “amici/colleghi”, 15,4%, con “altri membri della famiglia”, 14,4%. L’ 8,8% ha affermato infine di essere giunto da “solo”.

L’analisi distinta per classi di età, tabella 22, mostra come nella fascia “31-60 anni” emerge la tipologia di un viaggio di tipo familiare, con “partner/coniuge” (67,7%) e “figli” (31,3%). Anche nelle classi di “oltre 60 anni” e “18-30 anni” spicca, soprattutto per la classe più matura, l’elevata percentuale legata al viaggio con il “partner/coniuge” citato rispettivamente dal 64,9% e dal 48,4% dei rispondenti. Tra i giovani si evidenziano le risposte “Amici/colleghi” selezionato dal 17,4% e “altri componenti della famiglia” selezionato dal 20,1%. Oltre 1 over 60 su 5 selezione il viaggio con amici e colleghi (21,6%).

Grafico 24. Primo viaggio a Firenze. Distribuzione tra italiani e stranieri. Rilevazioni dal 2017 al 2025

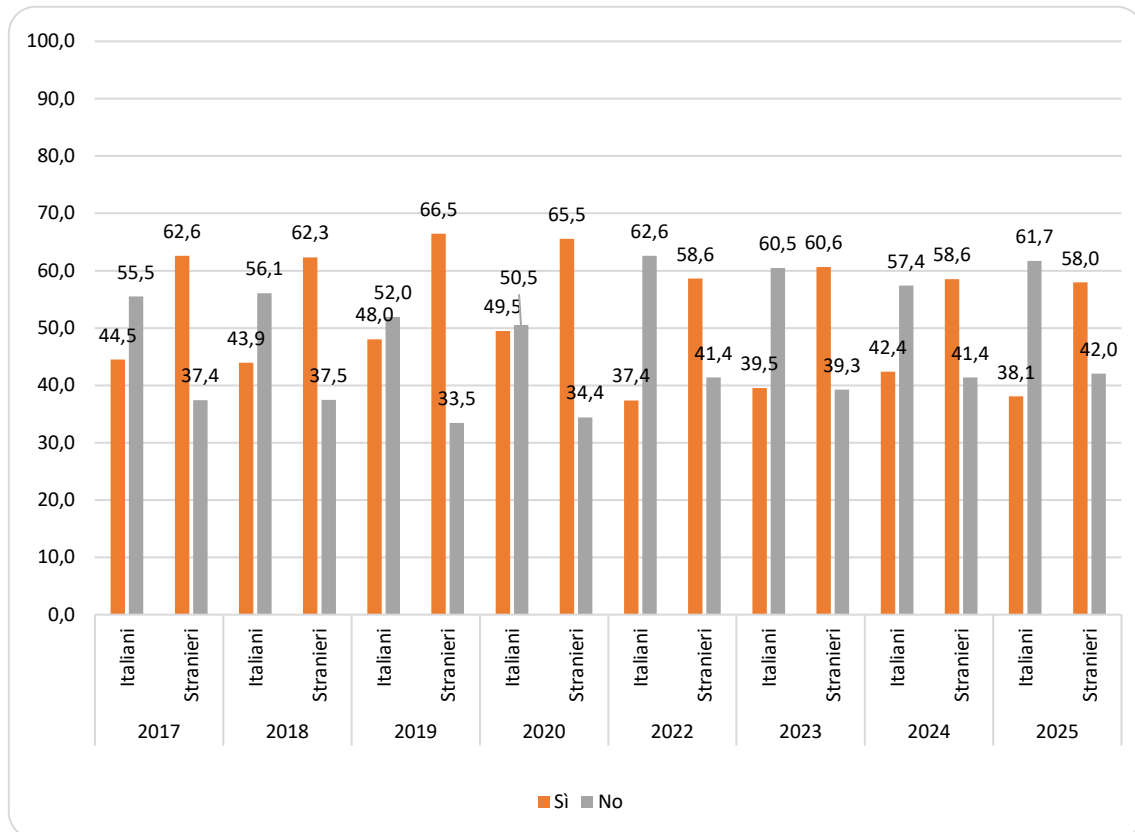


Tabella 21. Distribuzione condivisione del viaggio. Rilevazione dal 2017 al 2025 (risposta multipla)

	2017	2018	2019	2020	2022	2023	2024	2025
Partner/coniuge	68,3	67,4	68,5	69,0	67,2	67,3	66,6	65,1
Amici/colleghi	13,9	14,1	14,9	15,0	12,8	15,9	14,4	15,4
Figli	22,1	21,6	20,8	20,3	22,1	26,2	25,1	20,8
Solo	8,5	9,3	7,4	7,9	8,7	7,3	6,3	8,8
Altri membri della famiglia	10,7	12,4	13,5	13,2	13,1	13,8	13,1	14,4
Preferisco non rispondere	0,1	0,6	0,3	0,1	0,0	0,1	0,2	0,3

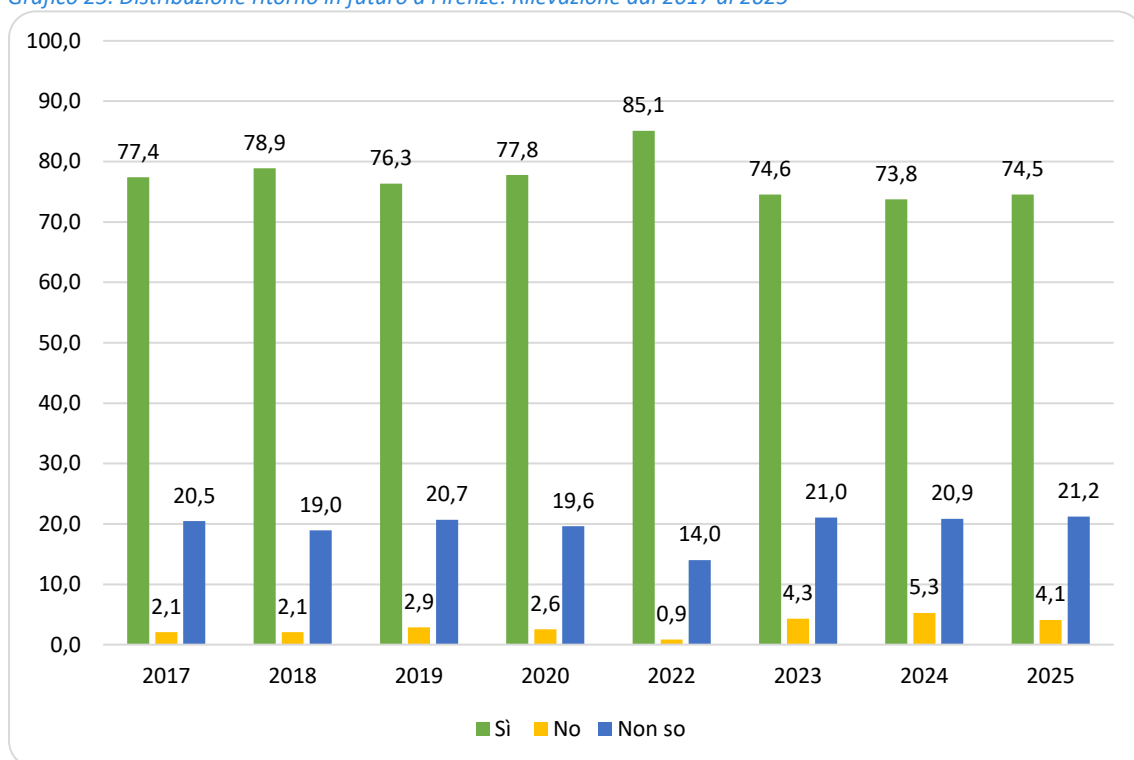
Tabella 22. Condivisione del viaggio. Distribuzione distinta per classi di età. Rilevazione dal 2017 al 2025 (risposta multipla)

	2017			2018			2019			2020		
	18-30	31-60	> 60	18-30	31-60	> 60	18-30	31-60	> 60	18-30	31-60	> 60
Partner/coniuge	62,4	69,4	69,4	57,5	67,2	73,8	57,7	70,9	69,9	62,8	70,0	71,2
Amici/colleghi	15,7	11,2	19,6	22,2	10,9	17,9	17,3	12,2	21,4	14,9	13,2	20,9
Figli	0,4	31,4	11,5	0,8	29,6	11,8	0,6	28,6	12,9	0,8	28,3	11,6
Solo	9,4	8,2	9,1	10,3	9,9	7,0	9,0	7,3	6,6	7,5	8,3	7,1
Altri membri della famiglia	13,7	10,1	9,6	15,3	12,0	11,8	21,7	12,0	11,5	18,8	12,4	10,9
Preferisco non rispondere	0,0	0,1	0,0	0,4	0,6	0,7	0,3	0,1	0,4	0,2	0,1	0,0

	2022			2023			2024			2025		
	18-30	31-60	> 60	18-30	31-60	> 60	18-30	31-60	> 60	18-30	31-60	> 60
Partner/coniuge	73,5	68,4	62,0	49,8	67,9	71,8	47,6	67,1	70,5	48,4	67,7	64,9
Amici/colleghi	8,8	12,0	16,3	21,6	14,3	17,5	19,3	13,5	15,0	17,4	11,3	21,6
Figli	2,9	31,6	7,6	1,4	37,7	9,3	1,1	36,1	9,5	2,2	31,3	8,0
Solo	8,8	8,6	8,7	9,4	6,7	7,8	5,9	5,8	7,1	16,3	7,9	8,4
Altri membri della famiglia	8,8	13,9	13,0	25,8	12,8	11,9	25,1	12,7	11,0	20,1	13,5	14,4
Preferisco non rispondere	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,5	0,2	0,3	0,5	0,4	0,1

Uno sguardo al futuro mostra che, nel 2025, risultano elevate e in linea con gli ultimi anni, le percentuali di chi pensa di tornare a Firenze (74,5%) nel 2022 si era registrata la quota più elevata con l'85,1%, sono circa il 4,0% coloro che invece hanno escluso questa possibilità, pari al 21,2% chi ha dichiarato di non saperlo (cfr. Grafico 25).

Grafico 25. Distribuzione ritorno in futuro a Firenze. Rilevazione dal 2017 al 2025



L'indagine annuale rivolta agli acquirenti della FirenzeCard rappresenta uno strumento prezioso per osservare da vicino l'andamento del turismo cittadino e i comportamenti culturali dei visitatori. I dati raccolti nel 2025 mostrano con chiarezza come le abitudini di programmazione delle visite si siano ormai discostate dai modelli prepandemici, delineando nuove modalità di fruizione della città. Allo stesso tempo, emerge un segnale incoraggiante: stanno gradualmente tornando a Firenze visitatori provenienti da Paesi che, a causa del Covid, avevano interrotto o ridotto significativamente i propri viaggi.

L'indagine non si limita a fotografare tendenze e flussi, ma permette anche di raccogliere valutazioni e suggerimenti dagli utenti, utili per orientare in modo puntuale le scelte del Comune di Firenze e di Firenze Smart – SILFIspa nella pianificazione degli sviluppi futuri della card.

La percezione della FirenzeCard: comodità, ampiezza e convenienza

Dall'analisi emerge un'identità della FirenzeCard ormai stabilizzata agli occhi dei visitatori. La card viene infatti percepita come:

- **Comoda**, grazie all'acquisto rapido e alla possibilità di reperire in un'unica piattaforma—sito o app—tutte le informazioni utili, dagli orari alle descrizioni dei musei. La gestione digitale su smartphone consente al turista un'autonomia completa nella costruzione del proprio percorso di visita.
- **Ampia**, poiché offre l'accesso a un circuito museale esteso e diversificato.
- **Vantaggiosa**, elemento diventato nel 2025 ancora più rilevante rispetto all'anno precedente. Il costo della card risulta infatti inferiore alla somma dei biglietti acquistati singolarmente, e il vantaggio economico costituisce una motivazione d'acquisto primaria.
- **Utile**, tanto che una larga maggioranza degli intervistati ne consiglia l'acquisto.

Un approccio sempre più digitale: sito, app e pianificazione autonoma

Il web rappresenta il canale privilegiato per informarsi sulla FirenzeCard. Sito ufficiale, motori di ricerca e forum tematici sono gli strumenti più utilizzati per acquisire informazioni, ai quali si affianca un uso crescente della **FirenzeCard App**.

L'app, arricchita nel 2025 di contenuti e resa più intuitiva, non è solo un supporto di consultazione: viene utilizzata anche per gestire la versione digitale della card e per accedere alla **FirenzeCard Restart**, il prolungamento gratuito di 48 ore destinato a chi non ha completato le visite entro le 72 ore iniziali. È significativo che il peso della app come canale informativo e operativo sia aumentato rispetto all'anno precedente, segno di una crescente propensione del pubblico all'autogestione dell'esperienza culturale.

I suggerimenti più frequenti raccolti dall'indagine vanno nella direzione di una ulteriore integrazione digitale: gli utenti chiedono l'inserimento nell'app dei sistemi di prenotazione per i musei che richiedono l'ingresso programmato e maggiori informazioni sui servizi interni, come visite guidate o audioguide. Diminuisce invece l'interesse verso contenuti descrittivi dei musei, segno che app e sito vengono percepiti sempre più come strumenti operativi di pianificazione e non come guide culturali in senso stretto.

Il Comune di Firenze, guardando al 2026, auspica l'adesione dei musei al sistema di prenotazione unico, così da offrire al visitatore uno strumento centralizzato e davvero completo per organizzare la propria permanenza.

Il profilo del turista FirenzeCard: stabile, colto, tecnologico

L'indagine 2025 conferma un profilo del turista FirenzeCard che, pur rappresentando una nicchia, offre spunti particolarmente interessanti:

- **Stabile:** la permanenza media supera di gran lunga quella del turista cittadino, che in generale si ferma 2,4–2,5 notti. La maggior parte degli acquirenti resta oltre 4 giorni.
- **Non “mordi e fuggi”:** visita mediamente 6 musei, distribuendo le esperienze su più giorni e privilegiando una fruizione culturale lenta e consapevole.
- **Tecnologico:** cresce l'uso di strumenti digitali per programmare e gestire le visite.
- **Colto:** quasi l'80% degli intervistati possiede una laurea.
- **Adulto e occupato,** con una quota rilevante di stranieri pensionati.
- **Con elevata capacità di spesa,** seppur attenta e ponderata.

Rispetto al 2024, si conferma una lieve flessione della permanenza dei turisti italiani, evidenziata anche dalle analisi sul turismo a Firenze nel 2025, mentre si consolida il ritorno degli stranieri, spesso più inclini a soggiorni prolungati.

Il ruolo della FirenzeCard Restart e la conferma di un turismo più stanziale

La proroga fino al 2025 della promozione gratuita della FirenzeCard Restart si è rivelata strategica per intercettare chi desidera un'esperienza museale distribuita nel tempo. L'utilizzo dello strumento è cresciuto sensibilmente, complice anche la campagna informativa dell'anno: oltre il 45% degli intervistati dichiara di aver usufruito della Restart, con un tasso di attivazione immediata del 96,2% al termine delle 72 ore.

Questo dato, insieme all'aumento degli ingressi medi per card, conferma un trend verso una fruizione più estesa e meditata, tipica soprattutto del turista straniero.

Una nicchia che osserva e anticipa i cambiamenti del turismo cittadino

Pur rappresentando una quota numericamente contenuta nel totale dei visitatori, il pubblico FirenzeCard ricopre un ruolo prezioso nell'interpretazione delle dinamiche turistiche contemporanee. Il loro comportamento—più digitale, più informato, più strutturato—funge da anticipatore di tendenze che si diffondono progressivamente anche nel resto dell'utenza.

La crescita del digitale, l'autonomia di programmazione, l'interesse per servizi aggiuntivi e la tendenza a soggiorni più lunghi delineano un modello di visita che sta rapidamente diventando una costante del turismo culturale.

Indagine FirenzeCard 2025 confronto quadrimestri

Come descritto nell'introduzione i dati fino a qui analizzati sono il risultato complessivo ottenuto dalle rilevazioni condotte nei 3 quadrimestri (1° quadrimestre gennaio-aprile, 2° quadrimestre maggio-agosto, 3° quadrimestre settembre-dicembre).

Nel seguente paragrafo vengono riportati i risultati più significativi emersi dall'osservazione distinta delle tre indagini.

Dalla tabella 23 si evince che il tasso di partecipazione più elevato è stato registrato nel 1° periodo, con un valore complessivo pari al 21,8%, negli altri quadrimestri il tasso di partecipazione è risultato pari al 17,8%, nel 2° quadrimestre, e al 16,6%, nel 3° quadrimestre. Ciò che ha inciso particolarmente nel 1° periodo è stata la partecipazione degli stranieri, pari al 19,7% che, come riportato nel primo paragrafo, rappresentano la fetta più consistente di coloro che sono invitati a partecipare all'indagine. Sotto al 35% l'incidenza degli italiani che hanno deciso di esprimere il loro gradimento. Nei periodi successivi la quota ha superato il 40% di adesione mentre la percentuale degli stranieri si è attestata intorno al 14%.

Tabella 23. Ripartizione partecipazione all'indagine distinta nei 3 quadrimestri 2025

Resoconto questionari	Questionari compilati			Rifiuti			Questionari parziali		
	1° q.stre	2° q.stre	3° q.stre	1° q.stre	2° q.stre	3° q.stre	1° q.stre	2° q.stre	3° q.stre
Italiani	34,1	44,6	41,3	4,5	4,4	5,1	1,3	1,7	1,2
Stranieri	19,7	14,6	14,1	6,2	6,8	7,9	0,8	0,8	0,8
Questionari in lingua francese	31,4	24,2	26,6	3,9	9,3	9,9	1,7	0,7	2,4
Questionari in lingua inglese	17,1	12,4	11,4	6,6	6,3	7,5	0,7	0,7	0,5
Questionari in lingua spagnola	22,7	19,3	19,5	6,5	7,0	8,1	1,0	1,5	1,0
TOTALE	21,8	17,8	16,6	5,9	6,5	7,6	0,9	0,9	0,8

Tra le caratteristiche di chi ha risposto al questionario si osserva una predominanza di donne nel corso dell'anno, intorno al 57% nel 1° e 3° periodo, pari al 53,7% nei mesi centrali (cfr. Grafico 26).

L'analisi per quadrimestre ci permette di evidenziare delle differenze relative al target di turismo intercettato: l'analisi per fasce di età mostra come nei mesi più caldi aumentano le quote dei giovani e della classe intermedia rispetto agli altri periodi, i mesi più freschi, invece, sono preferiti dalla classe più matura. La fascia di età 31-60 si conferma la più numerosa con quote superiori o vicine al 50% per tutti e 3 i periodi, si osserva, però un picco, pari al 65,3% nei mesi estivi, mentre la classe di età over 61 presenta una quota consistente, superiore al 30%, sia prima (33,3%) sia dopo (42,2%) l'estate (cfr. grafico 27).

La scelta del periodo per visitare la città, oltre agli aspetti climatici, è anche condizionata dagli impegni di studio e lavoro, come dimostrato dal grafico 28 nei mesi di gennaio-aprile e settembre-dicembre i pensionati rappresentano oltre 1 visitatore su 5, pari rispettivamente al 22,8% nel 1° periodo, pari al 32,9% nel 3° periodo.

Grafico 26. Distribuzione genere distinta nei 3 quadrimestri 2025

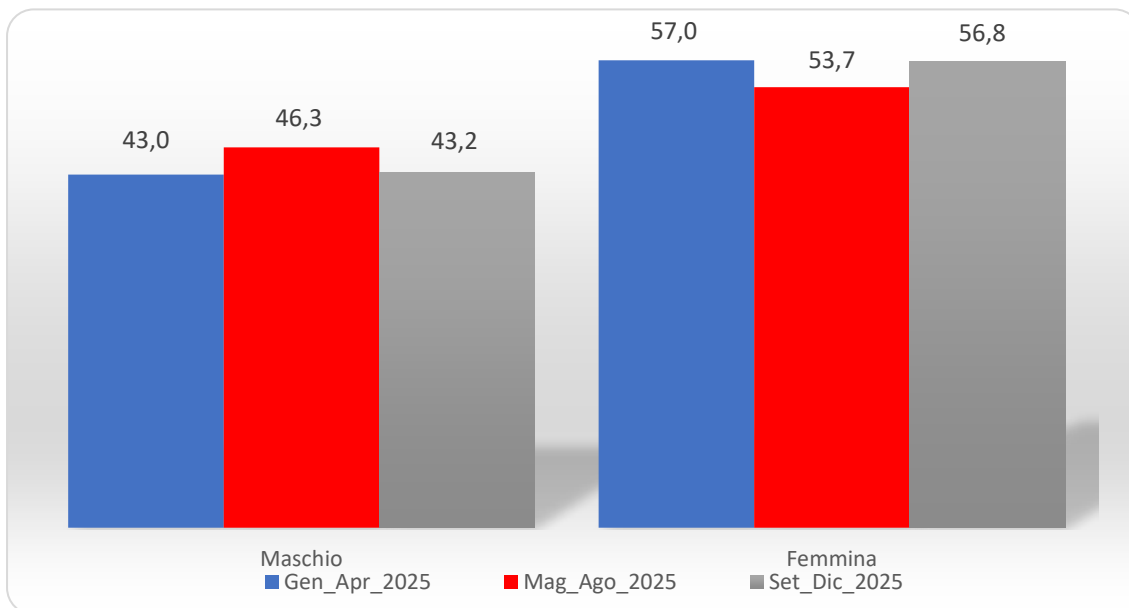


Grafico 27. Distribuzione classe di età distinta nei 3 quadrimestri 2025

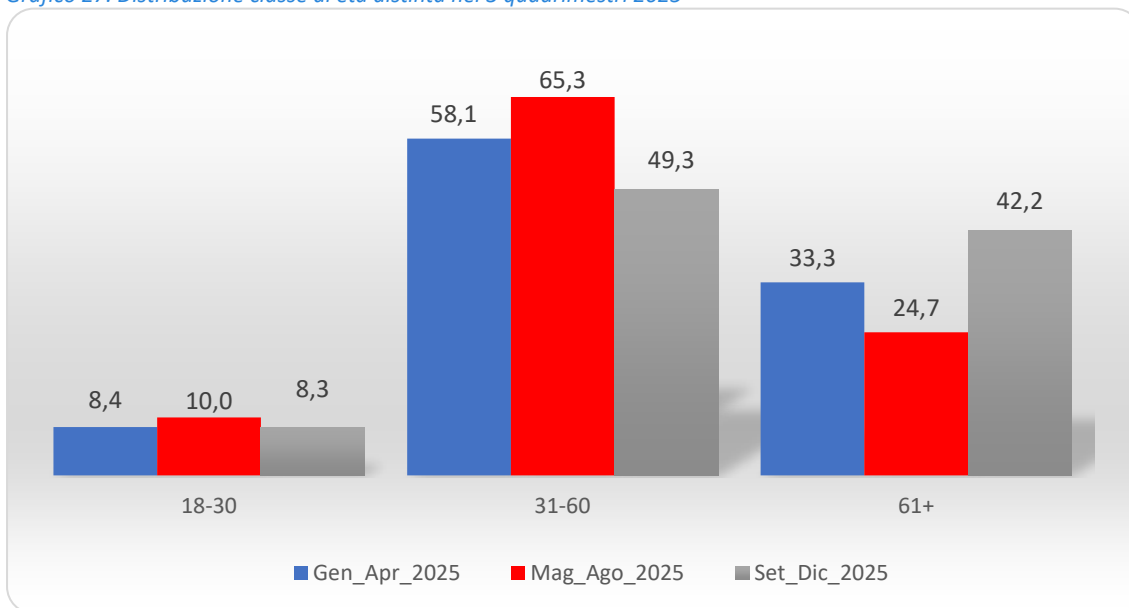
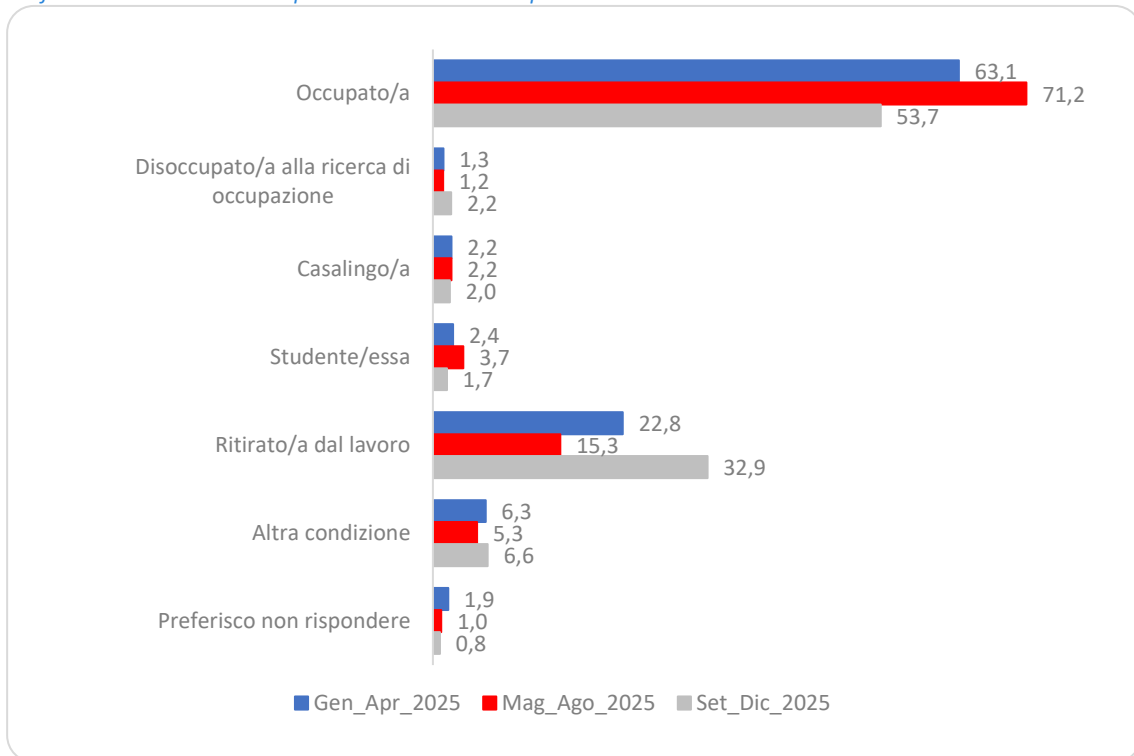
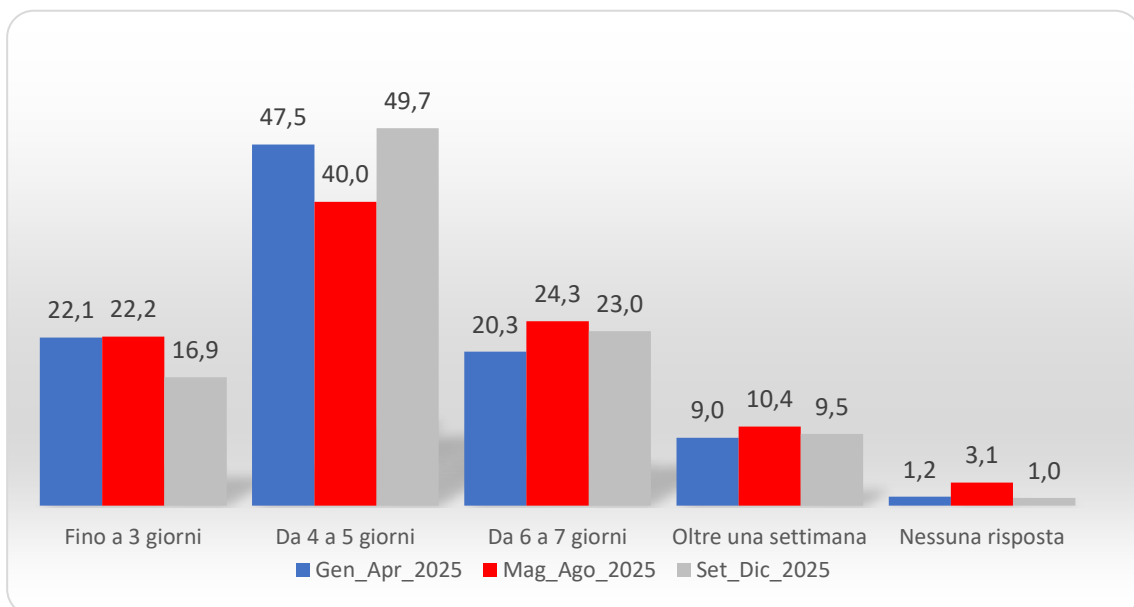


Grafico 28. Distribuzione occupazionale distinta nei 3 quadrimestri 2025



L'analisi sul tempo di permanenza in città mostra che quasi 1 turista su 2, di inizio e fine anno, resta a Firenze per 4-5 giorni, 47,5% è la percentuale riscontrata di chi è venuto tra gennaio-aprile, 49,7% quella di chi è venuto tra settembre -dicembre. La quota scende al 40% tra i visitatori del periodo caldo, maggio-agosto che, invece, mostrano percentuali più elevate, rispetto agli altri periodi sia, per viaggi brevi, inferiori a 3 giorni, 22,2%, sia per viaggi più lunghi, 24,3% è il valore da 6 a 7 giorni, 10,4% è il valore di chi dichiara di stare oltre una settimana (cfr. Grafico 29).

Grafico 29. Distribuzione del periodo di permanenza distinto nei 3 quadrimestri 2025



Un aspetto sicuramente da segnalare è che i visitatori di settembre - dicembre risultano i più soddisfatti in merito all'acquisto della card rispetto all'utilizzo fatto, pari al 71,6% coloro che hanno dichiarato di essere molto soddisfatti (cfr. Grafico 30), ma sono anche i più esigenti mostrando le quote, superiori al 60% di chi dichiara di voler trovare informazioni e servizi ulteriori sia sul sito della Firenzecard (64,0%, cfr. Grafico 31), sia sull'App (60,5%, cfr. Grafico 32).

Grafico 30. Distribuzione dei giudizi sull'acquisto della Firenzecard rispetto all'utilizzo fatto distinta nei 3 quadrimestri 2025

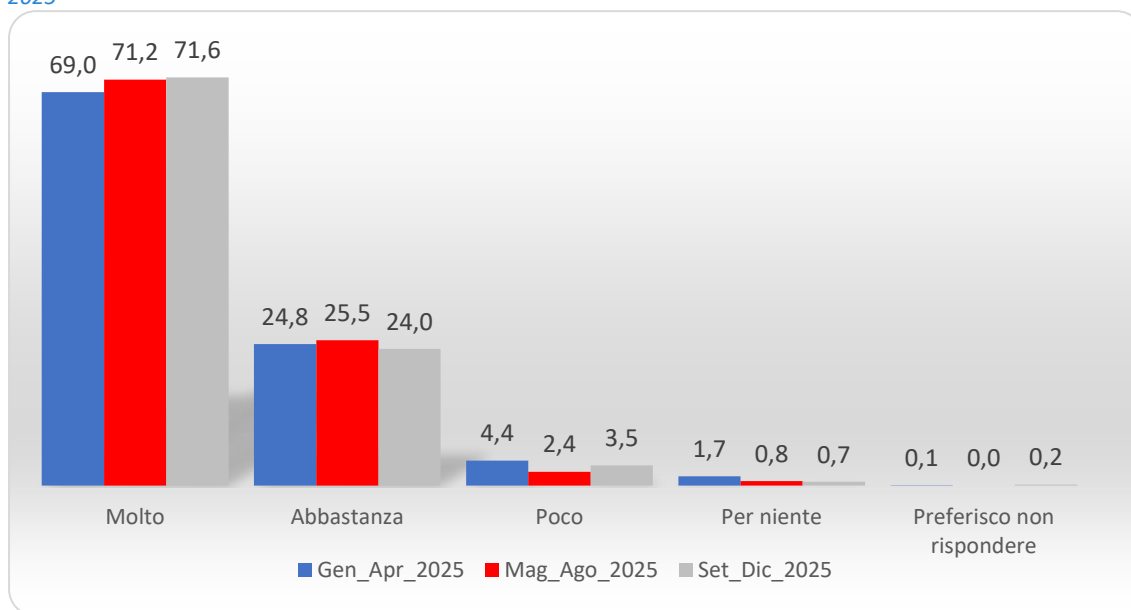


Grafico 31. Distribuzione sul voler trovare informazioni o servizi ulteriori sul sito della Firenzecard. Analisi distinta nei 3 quadrimestri 2025

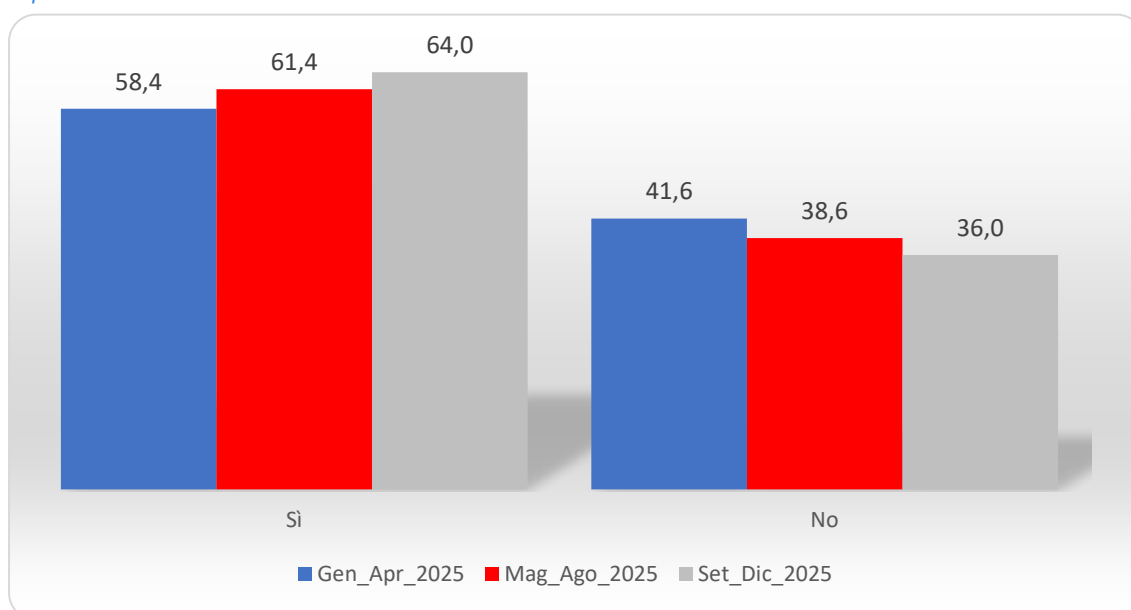
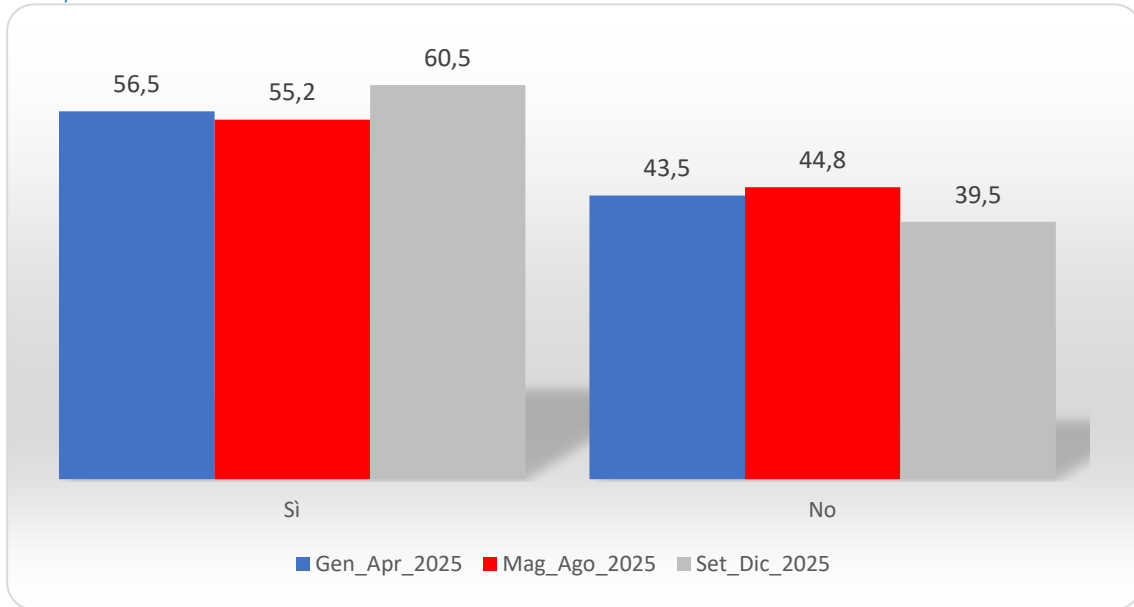


Grafico 32. Distribuzione sul voler trovare informazioni o servizi ulteriori sull'APP della Firenzecard. Analisi distinta nei 3 quadrimestri 2025



I turisti del 3° periodo registrano, inoltre, la quota più elevata di coloro che hanno usufruito della FirenzeCard Restart, 43,2%, e sono coloro che dichiarano di essere venuti più volte a Firenze, quasi 1 rispondente su 2, 49,5%, ma non presentano la quota maggiore di chi pensa di tornare in futuro a visitare la città, il 74,5% 3° quadrimestre, 78,2% la quota dichiarata da chi ha risposto nel 2° quadrimestre. Di contro i “più critici” sono i visitatori di gennaio-aprile con percentuali meno elevate tra i molto soddisfatti sull’acquisto della FirenzeCard, pari al 69,0%, e tra coloro che dichiarano di avere usufruito anche della FirenzeCard Restart, il 35,4%. Il 54,6% asserisce di essere venuto per la prima volta a Firenze e si confermano anche i più indecisi sul ritorno in città, più di 1 cittadino su 5 non sa se tornerà (22,8%) (Cfr. Grafici 33,34,35).

Grafico 33. Distribuzione di chi ha usufruito della Firenzecard Restart distinta nei 3 quadrimestri 2025

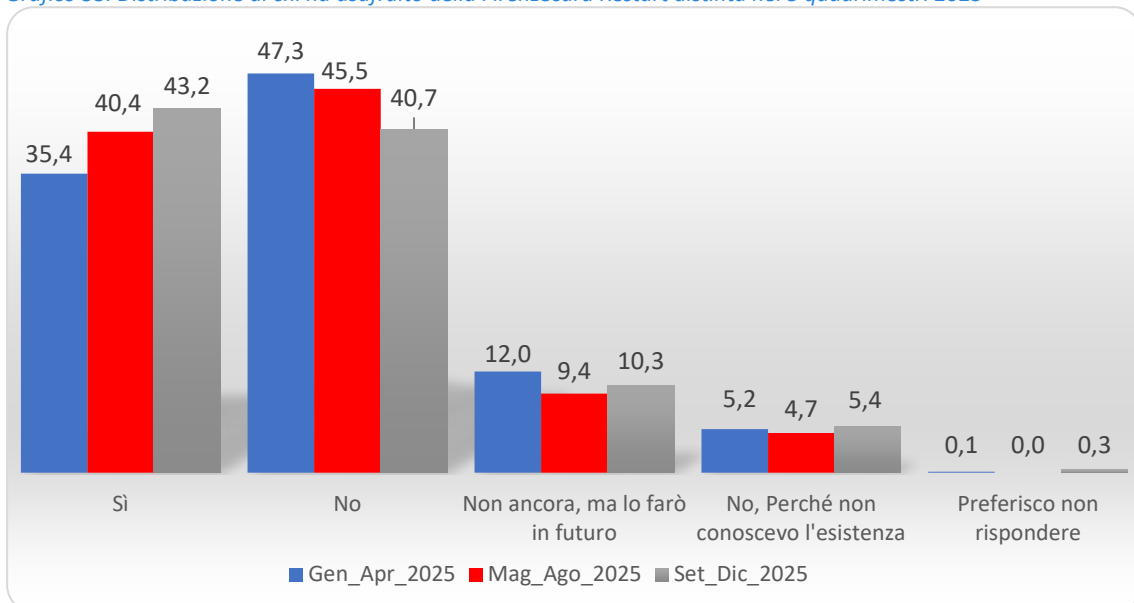


Grafico 34. Primo viaggio a Firenze distinto nei 3 quadrimestri 2025

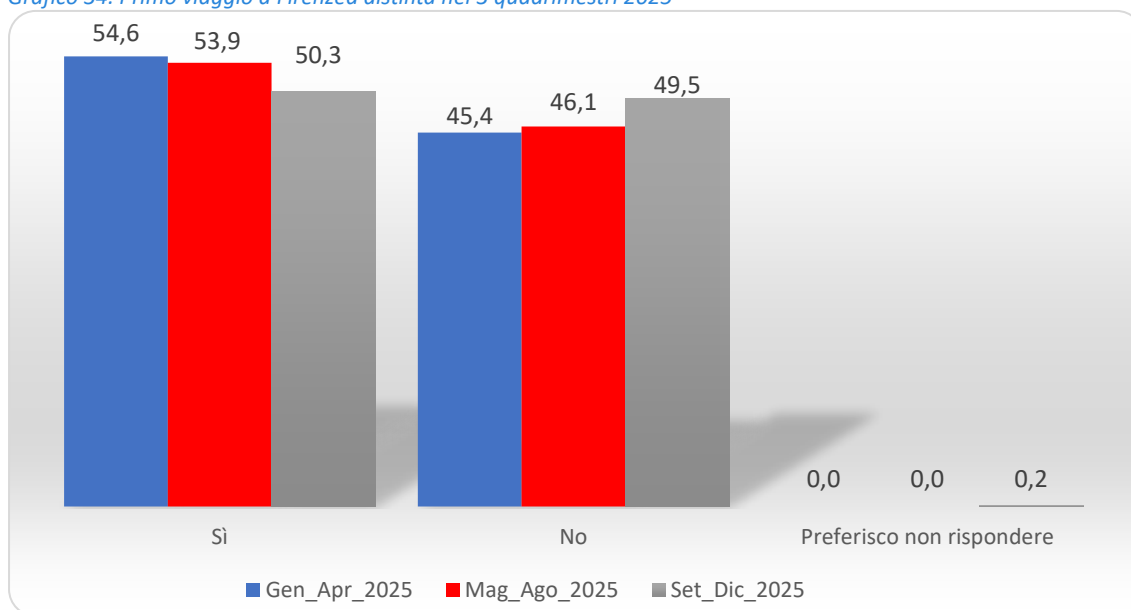
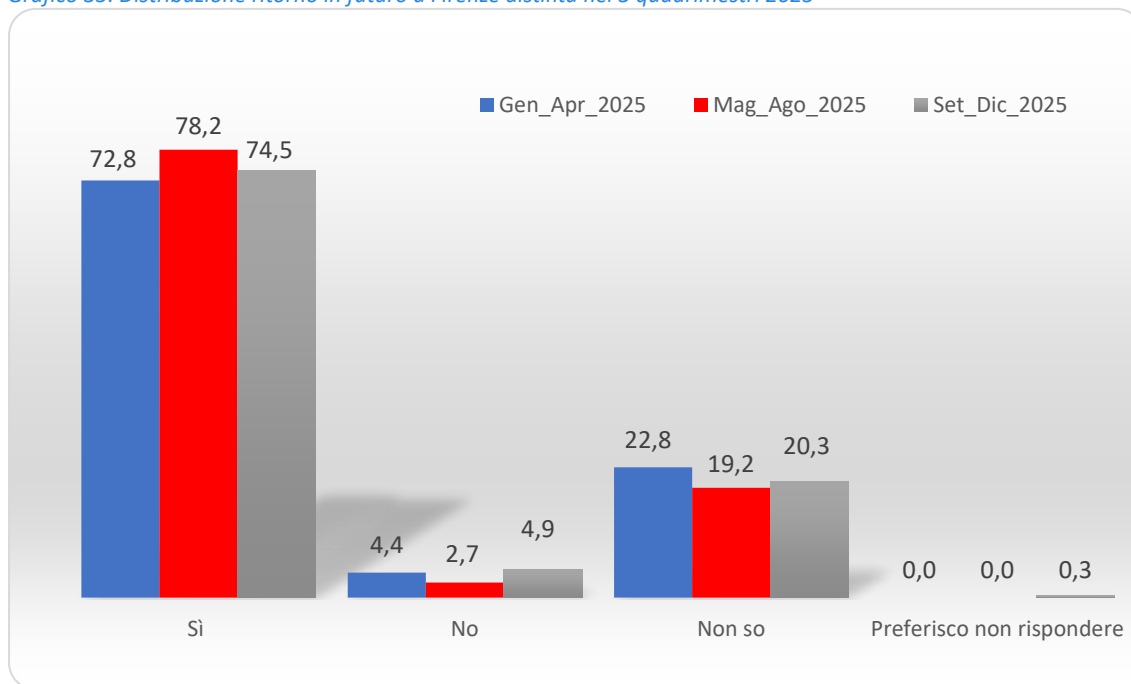


Grafico 35. Distribuzione ritorno in futuro a Firenze distinta nei 3 quadrimestri 2025



Appendice

Questionario in italiano

INFORMAZIONI SUL VIAGGIO

1. Come ha organizzato il suo viaggio?

1. Da solo, consultando guide turistiche, su consiglio di amici e parenti
2. Da solo, consultando Internet
3. Agenzia di viaggio/tour operator
4. altro (*specificare*) _____
99. Preferisco non rispondere

2. Quanto è durata la sua permanenza a Firenze?

Numero di giorni _____

3. Era la prima volta che veniva a Firenze?

1. Sì
2. No
99. Preferisco non rispondere

4. Con chi è venuto a Firenze? (*risposta multipla*)

1. Partner/coniuge
2. Amici/colleghi
3. Figli
4. Solo
5. Altri membri della famiglia
99. Preferisco non rispondere

5. Pensa di tornare a Firenze in futuro?

1. Sì
2. No
98. Non so
99. Preferisco non rispondere

FIRENZECARD

6. Come è venuto a conoscenza della Firenzecard? (risposta multipla)

1. Perché consigliata da amici/parenti
2. Perché consigliata da guide turistiche cartacee/tour operator
3. Perché consigliata da recensioni/forum letti su Internet
4. Attraverso il sito www.firenzecard.it
5. Attraverso ricerca sul web/motori di ricerca
6. altro (specificare)
99. Preferisco non rispondere

7. Quali sono i motivi per i quali ha comprato la Firenzecard? (risposta multipla)

1. Per visitare i principali musei di Firenze
2. Perché è economicamente vantaggiosa
3. Perché è comoda e mi permette di non dover acquistare i singoli biglietti dei musei e mostre che voglio visitare
4. Perché con la mia card tutti i miei figli sono potuti entrare nei musei gratuitamente
5. altro (specificare) _____
99. Preferisco non rispondere

8. Rispetto all'utilizzo che ne ha fatto, quanto ritiene sia stato utile l'acquisto della Firenzecard?

1. Molto
2. Abbastanza
3. Poco
4. Per niente
99. Preferisco non rispondere

9. Consiglierebbe ad altri l'acquisto della Firenzecard?

1. Sì
2. No
3. Non so
99. Preferisco non rispondere

FIRENZECARD RESTART

10. Ha usufruito anche della Firenzecard Restart (la carta che nell'arco di un anno permette di avere altre 48 ore di visite nei musei che non ha visto durante la sua prima visita)?

1. Sì
2. No
3. Non ancora, ma lo farò in futuro
4. No, perché non conoscevo l'esistenza
99. Preferisco non rispondere

11. Quando ha utilizzato la sua Firenzecard Restart?

1. appena è scaduta la mia Firenzecard, così da visitare i musei fiorentini per 5-6 giorni continuativi
2. al mio ritorno a Firenze in un viaggio successivo
99. Preferisco non rispondere

12. Dopo quanti mesi dalla prima visita è tornato a Firenze ed ha utilizzato la Firenzecard?

Indicare il n° di mesi: _____

CANALI INFORMATIVI

13. Quali canali informativi ufficiali ha utilizzato per decidere cosa visitare con la sua card?
(risposta multipla)

1. Il sito www.firenzecard.it
2. La Firenzecard App
3. I canali social Firenzecard (Facebook e Instagram)
4. La newsletter Firenzecard
5. Altro
99. Preferisco non rispondere

14. Rispetto alle Sue esigenze, ritiene che il sito www.firenzecard.it fornisca:

1. Informazioni aggiornate, chiare ed esaustive rispetto alle mie esigenze
2. Informazioni chiare, ma ho ricercato ulteriori informazioni presso altre fonti per rispondere alle mie esigenze
3. Informazioni non chiare ed esaustive
4. Altro
99. Preferisco non rispondere

15. Qual è il suo grado di soddisfazione in merito alla facilità di navigazione?

1. Molto
2. Abbastanza
3. Poco
4. Per niente
99. Preferisco non rispondere

16. Sul sito Firenzecard vorrebbe trovare informazioni o servizi ulteriori?

1. Sì
2. No

17. Quali? *(risposta multipla)*

1. sistema di prenotazione della visita;
2. informazioni su altri servizi museali (visite guidate, audioguide, eventi speciali);
3. schede di approfondimento sui musei, sulle opere principali;
4. immagini, video e materiale multimediale sui musei;
5. altro (specificare) _____
99. Preferisco non rispondere

FIRENZECARD APP

18. Ha utilizzato la Firenzecard App?

1. Sì
2. No
3. Non ne conoscevo l'esistenza
99. Preferisco non rispondere

19. Quale servizio della Firenzecard App ha utilizzato? *(risposta multipla)*

1. la Firenzecard digitale
2. la Firenzecard Restart
3. gli orari di apertura dei musei
4. la mappa dei musei
5. la descrizione dei musei
6. le informazioni sulle mostre in corso
7. altro (specificare) _____
99. Preferisco non rispondere

20. Sulla Firenzecard app vorrebbe trovare informazioni o servizi ulteriori?

1. Sì
2. No

21. Quali? *(risposta multipla)*

1. sistema di prenotazione della visita;
2. audioguide dei musei;
3. schede di approfondimento dei musei e delle loro opere;
4. altro (specificare) _____
99. Preferisco non rispondere

INFORMAZIONI ANAGRAFICHE

Genere

1. M
2. F

Anno di nascita:

99. Preferisco non rispondere

Titolo di studio

- 1 Laurea
- 2 Diploma di scuola media superiore
- 3 Licenza media inferiore o di avviamento professionale
- 4 Licenza elementare
- 5 Nessun titolo
- 99 Preferisco non rispondere

Condizione occupazionale

- 1 Occupato
- 2 Disoccupato alla ricerca di nuova occupazione
- 3 Casalinga/o
- 4 Studente
- 5 Ritirato/a dal lavoro
- 6 Altra condizione
- 99 Preferisco non rispondere

Questionario in inglese**TRAVEL INFORMATION****1. How did you organize your trip?**

1. Solo (travel guidebooks, tips from friends and relatives)
2. Internet
3. Travel agency / Tour operator
4. Other (what) _____
99. I prefer not to answer

2. How many days did you spend in Florence?

Number of days _____

3. Was this your first visit to Florence?

1. Yes
2. No
99. I prefer not to answer

4. Who was accompanying you in Florence? (check one or more than one if you need)

1. Partner/spouse
2. Friends/co-workers
3. Children
4. No one
5. Other family members
99. I prefer not to answer

5. Are you thinking of returning to Florence in the future?

1. Yes
2. No
98. I don't know
99. I prefer not to answer

FIRENZECARD

6. How did you find out about Firenzecard? (check one or more than one if you need)

1. Because it was recommended by friends/relatives
2. Because it is recommended by paper tourist guides/tour operators
3. Because it is recommended by reviews/forums read on the Internet
4. Through the website www.firenzecard.it
5. Through web search/search engines
6. Other (what) _____
99. I prefer not to answer

7. Why did you buy Firenzecard? (check one or more than one if you need)

- To visit the main museums of Florence
- Because it is economically convenient
- Because it is convenient and allows me not to have to buy individual tickets for museums and exhibitions
- Because with my card my children were able to enjoy free admission to museums
- Other:
- I prefer not to answer

8. Regarding how much you used it, how useful do you think the purchase of Firenzecard is?

1. Very useful
2. Somewhat useful
3. Not very useful
4. Not at all useful
99. I prefer not to answer

9. Would you recommend the purchase of Firenzecard to others?

1. Yes
2. No
98. I don't know
99. I prefer not to answer

FIRENZECARD RESTART

10. Have you also used the Firenzecard Restart (*the card that allows you to add 48 hours to your Firenzecard after it expires, within a year, to visit the museums that you missed out during your first visit*)?

1. Yes
2. No
3. Not yet, but I will in the future
4. No, because I didn't know it existed
99. I prefer not to answer

11. When did you use your Firenzecard Restart?

1. As soon as my Firenzecard has expired in order to visit the Florentine museums for 5-6 continuous days
2. On my return to Florence on a next trip
99. I prefer not to answer

12. How many months after the first visit did you return to Florence and use the Firenzecard Restart?

Please indicate the number of months: _____

INFORMATION CHANNELS

13. What official information channels did you use to decide what to visit with your card? (*check one or more than one if you need*)

1. The website www.firenzecard.it
2. The Firenzecard App
3. Firenzecard social channels (Facebook and Instagram)
4. The Firenzecard Newsletter
5. Other
99. I prefer not to answer

14. With respect to your needs, you believe that the website www.firenzecard.it provides:

1. Up-to-date, clear and exhaustive information with respect to my needs
2. Clear information, but I have sought additional information from other sources to meet my needs
3. Unclear and not exhaustive information
4. Other
99. I prefer not to answer

15. How satisfied are you with the ease of navigation?

1. Very satisfied
2. Moderately satisfied
3. Slightly satisfied
4. Not at all satisfied
99. I prefer not to answer

16. Would you like to find further information or services on the Firenzecard website?

1. Yes
2. No

17. Which? *(check one or more than one if you need)*

1. visit booking system;
2. information about other museum services (guided tours, audioguides, special events);
3. fact sheets on the museums, on the main works;
4. images, videos and multimedia material on museums;
5. Other (what) _____
99. I prefer not to answer

FIRENZECARD APP

18. Have you used the Firenzecard App?

1. Yes
2. No
3. I didn't know it existed
99. I prefer not to answer

19. Which Firenzecard App service did you use? *(check one or more than one if you need)*

1. Firenzecard in digital format
2. Firenzecard Restart
3. Museums opening times
4. Map of the museums
5. Description of the museums
6. Information about current exhibitions
7. Other (what) _____
99. I prefer not to answer

20. Would you like to find further information or services on the Firenzecard app?

1. Yes
2. No

21. Which? *(check one or more than one if you need)*

1. visit booking system;
2. information about other museum services (guided tours, audioguides, special events);
3. fact sheets on the museums, on the main works;
4. images, videos and multimedia material on museums;
5. Other (what) _____
99. I prefer not to answer

Demographic Characteristics**Gender**

1. Male
2. Female

Year of birth:

99. I prefer not to answer

What was the last school you have completed?

- 1 University
- 2 High school
- 3 Middle school
- 4 Elementary school
- 5 No qualification
- 99 I prefer not to answer

What is your employment status?

- 1 Employed
- 2 Unemployed looking for a new job
- 3 Housewife/househusband
- 4 Student
- 5 Retired
- 6 Other status
- 99 I prefer not to answer

Questionario in francese

INFORMATIONS DE VOYAGE

1. Comment avez-vous organisé votre voyage?

1. Vous-même (guides de voyage, conseils de vos amis et famille)
2. Internet
3. Agences de voyage / Tour opérateur
4. Autres (*précisez*) _____
99. Je préfère ne pas répondre

2. Combien de temps a duré votre séjour à Florence ?

Nombre des jours _____

3. Est-ce la première fois que vous venez à Florence?

1. Oui
2. Non
99. Je préfère ne pas répondre

4. Avec qui êtes- vous venu à Florence... ? (*question à choix multiples*)

1. En couple
2. Avec des amis/collègues
3. Avec vos enfants
4. Seul
5. Autres membres de la famille
99. Je préfère ne pas répondre

5. Pensez-vous retourner un jour à Florence?

1. Oui
2. Non
98. Je ne sais pas
99. Je préfère ne pas répondre

FIRENZECARD

6. Comment avez-vous découvert Firenzecard? (question à choix multiples)

1. Parce qu'il a été recommandé par des amis/parents
2. Parce qu'il est recommandé par les guides de voyages papier/ tour operator
3. Parce qu'il est recommandé par des avis/forums lus sur Internet
4. Via le site Web www.firenzecard.it
5. Via la recherche sur le Web/les moteurs de recherche
6. Autres (précisez) _____
99. Je préfère ne pas répondre

7. Pour quelles raisons avez-vous acheté Firenzecard? (question à choix multiples)

1. Pour visiter les principaux musées de Florence
2. Parce que c'est économiquement avantageux
3. Parce que c'est pratique et me permet de ne pas avoir à acheter de billets individuels pour _____ les musées et expositions que je souhaite visiter
4. Parce qu'avec ma carte tous mes enfants ont pu entrer gratuitement dans les musées
5. Autres (précisez) _____
99. Je préfère ne pas répondre

8. Par rapport à l'utilisation que vous avez fait de Firenzecard, retenez-vous utile l'achat de la Firenzecard?

1. Beaucoup
2. Assez
3. Peu
4. Pas de tout
99. Je préfère ne pas répondre

9. Conseilleriez-vous l'achat de Firenzecard à d' autres?

1. Oui
2. Non
98. Je ne sais pas
99. Je préfère ne pas répondre

FIRENZECARD RESTART

10. Avez-vous aussi utilisé la Firenzecard Restart (la carte qui vous permet d'ajouter 48 heures supplémentaires dans l'année pour visiter les musées que vous n'avez pas encore visité) ?

1. Oui
2. Non
3. Pas encore, mais je le ferai à l'avenir
4. Non, car je ne savais pas qu'il existait
99. Je préfère ne pas répondre

11. Quand avez-vous utilisé votre Firenzecard Restart ?

1. dès que ma Firenzecard a expiré, afin que je puisse visiter les musées florentins pendant 5-6 jours consécutifs
2. à mon retour à Florence lors d'un voyage ultérieur
99. Je préfère ne pas répondre

12. Combien de mois après la première visite êtes-vous retourné à Florence et avez-vous utilisé la Firenzecard Restart?

Indiquez le nombre de mois: _____

CANAUX D'INFORMATION

13. Quels canaux d'information officiels avez-vous utilisés pour décider quoi visiter avec votre carte ? (question à choix multiples)

1. Le site www.firenzecard.it
2. L'application Firenzecard
3. Les canaux sociaux de Firenzecard (Facebook et Instagram)
4. La newsletter Firenzecard
5. Autres (précisez): _____
99. Je préfère ne pas répondre

14. En ce qui concerne vos besoins, pensez-vous que le site www.firenzecard.it fournit:

1. Des informations à jour, claires et exhaustives par rapport à mes besoins
2. Des informations claires, mais j'ai recherché des informations supplémentaires auprès d'autres sources pour répondre à mes besoins
3. Informations peu claires et non exhaustives
4. Autres (précisez): _____
99. Je préfère ne pas répondre

15. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait de la facilité de navigation?

1. Beaucoup
2. Assez
3. Peu
4. Pas de tout
99. Je préfère ne pas répondre

16. Souhaitez-vous trouver plus d'informations ou de services sur le site Firenzecard?

1. Oui
2. Non

17. Quelles informations ou services? (*question à choix multiples*)

1. système de reservation de la visite;
2. informations sur les autres services du musée (visites guidées, audioguides, événements spéciaux);
3. des fiches détaillées sur les musées, sur les principales œuvres;
4. images, vidéos et matériel multimédia sur les musées;
5. Autres (*précisez*): _____
99. Je préfère ne pas répondre

APPLICATION FIRENZECARD**18. Avez-vous utilisé l'application Firenzecard ?**

1. Oui
2. Non
3. Je ne connaissais pas l'existence de l'application
99. Je préfère ne pas répondre

19. Quel service de l'application Firenzecard avez-vous utilisé? (*question à choix multiples*)

1. la Firenzecard en version numérique
2. la Firenzecard Restart
3. les heures d'ouverture des musées
4. le plan des musées
5. la description des musées
6. les informations sur les expositions en cours
7. Autres (*précisez*): _____
99. Je préfère ne pas répondre

20. Souhaitez-vous trouver plus d'informations ou de services sur l'application Firenze-card?

1. Oui
2. Non

21. Quelles informations ou services?(question à choix multiples)

1. système de reservation de la visite;
2. audioguides des musées;
3. des fiches détaillées sur les musées, sur les principales œuvres;
4. Autres (*précisez*):_____
99. Je préfère ne pas répondre

Quelques informations sur vous

Quel est votre sexe?

1. M
2. F

Année de naissance:

99. Je préfère ne pas répondre

Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété?

1. Universitaire
2. Collégial/formation technique
3. Secondaire/formation professionnelle
4. Primaire
5. Aucun
99. Je préfère ne pas répondre

Quelle est votre catégorie socio-professionnelle?

1. Employé
2. Sans emploi en recherche d'emploi
3. Au foyer
4. Étudiant
5. Retraité
6. Autre
99. Je préfère ne pas répondre

Questionario in spagnolo**INFORMACIÓN DE VIAJE****1. Cómo ha organizado su viaje?**

- Solo, consultando guías turísticas, consejos de amigos y parientes
- Solo, consultando Internet
- Agencia de viajes/tour operador
- Otro (especificar) _____
- Prefiero no responder

2. Cuánto tiempo ha durado su estancia en Florencia?

Número de días _____

3. Fue su primera vez en Florencia?

1. Sí
2. No
99. Prefiero no responder

4. Con quién ha venido a Florencia? (respuesta múltiple)

1. Pareja/cónyuge
2. Amigos/colegas
3. Hijos
4. Solo
5. Otros miembros de la familia
99. Prefiero no responder

5. ¿Estás pensando en volver a Florencia en el futuro?

1. Sí
2. No
98. No sé
99. Prefiero no responder

FIRENZECARD

6. ¿Cuáles son los motivos por los que ha tomado en consideración Firenzecard?

1. Porque aconsejada por amigos/parientes
2. Porque aconsejada por guía turística/operador turístico
3. Porque aconsejada por reseñas/fórum leídos en Internet
4. A través del sitio web www.firenzecard.it
5. A través de motores de búsqueda/ búsquedas en internet
6. Otro (especificar) _____
99. Prefiero no responder

7. ¿Cuáles son las razones por las que ha comprado Firenzecard? (respuesta múltiple)

1. Para visitar los principales museos de Florencia
2. Porque es económicamente ventajoso
3. Porque es cómodo y me permite no tener que comprar entradas individuales para los museos y exposiciones que quiero visitar
4. Porque con mi tarjeta mis hijos han podido entrar gratuitamente en los museos
5. Otro (especificar) _____
99. Prefiero no responder

8. Con relación al utilizzo que le ha dado, cuánto considera útil la adquisición de Firenzecard?

1. Mucho
2. Bastante
3. Poco
4. Nada
99. Prefiero no responder

9. Recomendaría usted la adquisición de Firenzecard a otros?

1. Sí
2. No
3. No sé
99. Prefiero no responder

FIRENZECARD RESTART

10. Ha utilizzato también la Firenzecard Restart (la tarjeta que en el plazo de un año permite tener otras 48 horas de visitas en los museos que no ha visto durante su primera visita)?

1. Sí
2. No
3. Todavía no, pero lo haré en el futuro
4. No, porque no conocía su existencia
99. Prefiero no responder

11. ¿Cuándo usaste tu Firenzecard Restart?

1. tan pronto como mi Firenzecard haya expirado, para visitar los museos florentinos durante 5-6 días continuos
2. a mi regreso a Florencia en un viaje posterior
99. Prefiero no responder

12. ¿Cuántos meses después de la primera visita volvió a Florencia y utilizó la Firenzecard Restart?

Indique el número de meses: _____

CANALES DE INFORMACIÓN

13. ¿Qué canales oficiales de información utilizó para decidir qué visitar con su tarjeta? (respuesta múltiple)

1. El sitio web www.firenzecard.it
2. La aplicación Firenzecard
3. Canales sociales de Firenzecard (Facebook y Instagram)
4. El boletín de Firenzecard
5. Otro (especificar) _____
99. Prefiero no responder

14. ¿En relación a sus necesidades, usted cree que el sitio web www.firenzecard.it proporciona:

1. Información actualizada, clara y exhaustiva respecto a mis necesidades
2. Información clara, pero he buscado información adicional de otras fuentes para satisfacer mis necesidades
3. Información poco clara y exhaustiva
4. Otro
99. Prefiero no responder

15. Qué tan satisfecho está con la facilidad de navegación?

1. Mucho
2. Bastante
3. Poco
4. Para nada
99. Prefiero no responder

16. ¿Le gustaría encontrar más información o servicios en el sitio web de Firenzecard?

1. Sí
2. No

17. ¿Cual? *(respuesta múltiple)*

1. sistema de reserva de visitas;
2. información sobre otros servicios de los museos (visitas guiadas, audioguías, eventos especiales);
3. fichas de detalles sobre los museos y sobre las principales obras;
4. imágenes, videos y material multimedia sobre los museos;
5. Otro (especificar) _____
99. Prefiero no responder

APLICACIÓN FIRENZECARD

18. ¿Ha utilizado la aplicación Firenzecard?

1. Sí
2. No
3. No conocía su existencia
99. Prefiero no responder

19. ¿Qué servicio de la aplicación Firenzecard usó? *(respuesta múltiple)*

1. La Firenzecard en formato digital
2. Firenzecard Restart
3. El horario de apertura de los museos
4. El mapa de los museos
5. La descripción de los museos
6. Información sobre exposiciones actuales
7. Otro (especificar) _____
99. Prefiero no responder

20. ¿Le gustaría encontrar más información o servicios en la aplicación Firenzecard?

1. Sí
2. No

21. ¿Cual? (respuesta múltiple)

1. sistema de reserva de visitas;
2. información sobre otros servicios de los museos (visitas guiadas, audioguías, eventos especiales);
3. fichas de detalles sobre los museos y sobre las principales obras;
4. imágenes, videos y material multimedia sobre los museos;
5. Otro (especificar) _____
99. Prefiero no responder

INFORMACIONES ANAGRÁFICAS**Género**

1. M
2. F

Año de nacimiento:

99. Prefiero no responder

Título de estudio

1. Graduado/a
2. Bachillerato
3. Escuela secundaria o formación profesional de grado medio
4. Educación primaria
5. Ningún título
99. Prefiero no responder

Condición profesional

1. Empleado
2. En el paro, en busca de nueva ocupación
3. Ama/o de casa
4. Estudiante
5. Jubilado/a del trabajo
6. Otra condición
99. Prefiero no responder

Risultati – Frequenze delle risposte

INFORMAZIONI SUL VIAGGIO

1) Come ha organizzato il suo viaggio?

	VA Totale	% Totali
Da solo, consultando guide turistiche, su consiglio di amici e parenti	1.010	47,9
Da solo, consultando Internet	969	45,9
Agenzia di viaggio/tour operator	60	2,8
altro	68	3,2
Preferisco non rispondere	2	0,1
Totale	2.109	100,0

2) Quanto è durata la sua permanenza a Firenze?

	VA Totale	% Totali
Fino a 3 giorni	436	20,7
Da 4 a 5 giorni	978	46,4
Da 6 a 7 giorni	463	22,0
Oltre una settimana	199	9,4
Nessuna risposta	33	1,6
Totale	2.109	100,0

3) Era la prima volta che veniva a Firenze?

	VA Totale	% Totali
Sì	1.123	53,2
No	985	46,7
Preferisco non rispondere	1	0,0
Totale	2.109	100,0

4) Con chi è venuto a Firenze? (risposta multipla)

	VA Totale	% Totali
Partner/coniuge	1.372	65,1
Amici/colleghi	325	15,4
Figli	439	20,8
Solo	185	8,8
Altri membri della famiglia	303	14,4
Preferisco non rispondere	7	0,3
Totale	2.109	

5) Pensa di tornare in futuro a Firenze?

	VA Totale	% Totali
Sì	1.572	74,5
No	87	4,1
Non so	448	21,2
Preferisco non rispondere	2	0,1
Totale	2.109	100,0

FIRENZECARD
6) Come è venuto a conoscenza della Firenzecard? (risposta multipla)

	VA Totale	% Totali
Perché consigliata da amici/parenti	303	14,4
Perché consigliata da guide turistiche cartacee/tour operator	280	13,3
Perché consigliata da recensioni/forum letti su Internet	640	30,3
Attraverso il sito www.firenzecard.it	506	24,0
Attraverso ricerca sul web/motori di ricerca	808	38,3
Altro	160	7,6
Preferisco non rispondere	3	0,1
Totale rispondenti	2.109	

7) Quali sono i motivi per i quali ha comprato la Firenzecard? (risposta multipla)

	VA Totale	% Totali
Per visitare i principali musei di Firenze	1.459	69,2
Perché è economicamente vantaggiosa	1.318	62,5
Perché è comoda e mi permette di non dover acquistare i singoli biglietti dei musei e mostre che voglio visitare	1.466	69,5
Perché con la mia card tutti i miei figli sono potuti entrare nei musei gratuitamente	251	11,9
Altro	52	2,5
Preferisco non rispondere	1	0,0
Totale rispondenti	2.109	

8) Rispetto all'utilizzo che ne ha fatto, quanto ritiene sia stato utile l'acquisto della Firenzecard?

	VA Totale	% Totali
Molto	1.482	70,3
Abbastanza	522	24,8
Poco	78	3,7
Per niente	25	1,2
Preferisco non rispondere	2	0,1
Totale	2.109	100,0

9) Consiglierebbe ad altri l'acquisto della Firenzecard?

	VA Totale	% Totali
Sì	1.885	89,4
No	84	4,0
Non so	137	6,5
Preferisco non rispondere	3	0,1
Totale rispondenti	2.109	100,0

FIRENZE RESTART
10) Ha usufruito anche della Firenzecard Restart (la carta che nell'arco di un anno permette di avere altre 48 ore di visite nei musei che non ha visto durante la sua prima visita)?

	VA Totale	% Totali
Sì	818	38,8
No	950	45,0
Non ancora, ma lo farò in futuro	230	10,9
No, Perché non conoscevo l'esistenza	108	5,1
Preferisco non rispondere	3	0,1
Totale	2.109	100

11) Quando ha utilizzato la sua Firenzecard Restart? (solo per chi ha risposto sì alla domanda precedente)

	VA Totale	% Totali
Appena è scaduta la mia Firenzecard, così da visitare i musei fiorentini per 5-6 giorni continuativi	787	96,2
Al mio ritorno a Firenze in un viaggio successivo	24	2,9
Preferisco non rispondere	7	0,9
Totale	818	100

12) Dopo quanti mesi dalla prima visita è tornato a Firenze ed ha utilizzato la Firenzecard? (solo per chi ha risposto "al mio ritorno a Firenze in un viaggio successivo" alla domanda precedente)

	VA Totale	% Totali
Entro un mese dalla prima visita	4	16,7
Il mese successivo	3	12,5
Dopo due mesi	2	8,3
Dopo più di due mesi	15	62,5
Preferisco non rispondere	0	0,0
Totale	24	100

CANALI INFORMATIVI

13) Quali canali informativi ufficiali ha utilizzato per decidere cosa visitare con la sua card? (risposta multipla)

	VA Totale	% Totali
Il sito www.firenzecard.it	1.393	66,1
La Firenzecard App	1.310	62,1
I canali social Firenzecard (Facebook e Instagram)	36	1,7
La newsletter Firenzecard	42	2,0
Altro	527	25,0
Preferisco non rispondere	7	0,3
Totale	2.109	

14) Rispetto alle Sue esigenze, ritiene che il sito www.firenzecard.it fornisca:

	VA Totale	% Totali
Informazioni aggiornate, chiare ed esaustive rispetto alle mie esigenze	643	30,5
Informazioni chiare, ma ho ricercato ulteriori informazioni presso altre fonti per rispondere alle mie esigenze	1.156	54,8
Informazioni non chiare ed esaustive	235	11,1
Altro	28	1,3
Preferisco non rispondere	47	2,2
Totale	2.109	100,0

15) Qual è il suo grado di soddisfazione in merito alla facilità di navigazione?

	VA Totale	% Totali
Molto	831	39,4
Abbastanza	980	46,5
Poco	193	9,2
Per niente	65	3,1
Preferisco non rispondere	40	1,9
Totale rispondenti	2.109	100

16) Sul sito Firenzecard vorrebbe trovare informazioni o servizi ulteriori?

	VA Totale	% Totali
Sì	1.280	60,7
No	829	39,3
Totale rispondenti	2.109	100

17) Quali? *(risposta multipla, se rispondono sì alla domanda precedente)*

	VA Totale	% Totali
Sistema di prenotazione della visita	997	77,9
Informazioni su altri servizi museali (visite guidate, audioguide, eventi speciali)	683	53,4
Schede di approfondimento sui musei, sulle opere principali	616	48,1
Immagini, video e materiale multimediale sui musei	305	23,8
Altro	153	12,0
Preferisco non rispondere	8	0,6
Totale rispondenti	1.280	

FIRENZE APP
18) Ha utilizzato la Firenzecard App?

	VA Totale	% Totali
Sì	1.832	86,9
No	225	10,7
Non ne conoscevo l'esistenza	42	2,0
Preferisco non rispondere	10	0,5
Totale rispondenti	2.109	100

19) Quale servizio della Firenzecard App ha utilizzato? *(risposta multipla, se rispondono sì alla domanda precedente)*

	VA Totale	% Totali
la Firenzecard digitale	1.540	84,1
la Firenzecard Restart	728	39,7
gli orari di apertura dei musei	1.105	60,3
la mappa dei musei	639	34,9
la descrizione dei musei	848	46,3
le informazioni sulle mostre in corso	384	21,0
Altro	16	0,9
Preferisco non rispondere	7	0,4
Totale rispondenti	1.832	

20) Sulla Firenzecard app vorrebbe trovare informazioni o servizi ulteriori?

	VA Totale	% Totali
Sì	1.050	57,3
No	782	42,7
Totale rispondenti	1.832	100

21) Quali? (risposta multipla, se rispondono sì alla domanda precedente)

	VA Totale	% Totali
Sistema di prenotazione della visita	843	80,3
Audioguide dei musei	615	58,6
Schede di approfondimento dei musei e delle loro opere	542	51,6
Altro*	74	7,0
Preferisco non rispondere	6	0,6
Totale rispondenti	1.050	

Informazioni anagrafiche**Sesso**

	VA Totale	% Totali
Maschio	925	43,9
Femmina	1.184	56,1
Totale	2.109	100,0

Età

	VA Totale	% Totali
18-30	184	8,7
31-60	1.209	57,3
61+	713	33,8
Preferisco non rispondere	3	0,1
Totale	2.109	100,0

Titolo di studio

	VA Totale	% Totali
Laurea o titolo superiore	1.644	78,0
Diploma di scuola media superiore	348	16,5
Licenza media inferiore o avviamento professionale	82	3,9
Licenza elementare	3	0,1
Nessun titolo	4	0,2
Preferisco non rispondere	28	1,3
Totale	2.109	100,0

Condizione occupazionale

	VA Totale	% Totali
Occupato/a	1.315	62,4
Disoccupato/a alla ricerca di occupazione	32	1,5
Casalingo/a	46	2,2
Studente/essa	53	2,5
Ritirato/a dal lavoro	504	23,9
Altra condizione	130	6,2
Preferisco non rispondere	29	1,4
Totale	2.109	100,0

1. The first step in the process of identifying a problem is to recognize that a problem exists. This is often done by comparing current performance to a desired state or goal.

2. Once a problem is recognized, the next step is to define the problem. This involves identifying the specific aspects of the problem that need to be addressed.

3. The third step is to analyze the problem. This involves identifying the causes of the problem and the factors that contribute to its persistence.

4. The fourth step is to develop a solution. This involves identifying the most effective and efficient ways to address the problem.

5. The fifth step is to implement the solution. This involves putting the solution into practice and monitoring its effectiveness.

6. The sixth step is to evaluate the solution. This involves assessing the results of the solution and determining whether it has effectively addressed the problem.

7. The seventh step is to adjust the solution. This involves making any necessary changes to the solution to improve its effectiveness.

8. The eighth step is to document the solution. This involves recording the steps taken to identify and solve the problem for future reference.

9. The ninth step is to communicate the solution. This involves sharing the solution with others who may be affected by the problem.

10. The tenth step is to review the solution. This involves periodically reviewing the solution to ensure it remains effective and relevant.