

Direzione Servizi Territoriali Integrati
Servizio Statistica e Toponomastica



Bollettino mensile di statistica

n.102
agosto
2019





Sistema Statistico Nazionale
Comune di Firenze
Ufficio Comunale di Statistica



Servizio statistica e toponomastica
Dirigente
Chiara Marunti



Responsabile Alta Professionalità Statistica
Gianni Dugheri

Hanno collaborato
Francesca Crescioli
Massimiliano Sifone
Luca Pini

<i>Presentazione</i>	5
<i>Demografia</i>	7
<i>Economia</i>	11
<i>Ambiente e Territorio</i>	15
<i>Dati territoriali</i>	21

La statistica per la città

Firenze Rock e Pitti Uomo - L'analisi attraverso le informazioni scaricabili dal web23

Il Bollettino di Statistica ha ripreso le pubblicazioni con una tiratura della versione cartacea ridotta a qualche decina di copie e 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 vengono pubblicati i risultati dell'analisi attraverso le informazioni scaricabili dal web di Firenze Rock e Pitti Uomo.

Nel focus demografico di questo mese sono presi in esame alcuni indicatori relativi alle città metropolitane.

Vengono inoltre riproposte ogni mese alcune serie di tabelle demografiche comprensive di alcuni dati demografici previsionali per il comune e per la città metropolitana e di dati territoriali.

Parte dei contenuti vengono diffusi dall'account Twitter @FiStatistica. Il bollettino è disponibile in formato elettronico in rete civica all'indirizzo <http://statistica.fi.it>.

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

Popolazione

I residenti a Firenze al 30 luglio 2019 sono 374.940 di cui 60.334 stranieri (il 16,1%).

Nel focus demografico di questo mese sono presi in esame alcuni indicatori relativi alle città metropolitane. La legge 56 del 2014 ha istituito le città metropolitane e modificato le competenze amministrative di regioni, province e comuni. Le città metropolitane, il cui territorio coincide con quello delle vecchie province, sono Torino, Genova, Milano, Venezia, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Reggio Calabria a cui si sono aggiunte dal 1° giugno 2016 anche Catania, Messina e Palermo. La Città Metropolitana di Cagliari è stata istituita con legge regionale n° 2 del 2016 ed è effettiva dal 1° gennaio 2017. Il territorio della città metropolitana non coincide con quello della ex Provincia di Cagliari e di questo si è tenuto conto nei confronti temporali. I dati utilizzati sono riferiti al 31 dicembre 2018.

Tabella 1 – Città metropolitane per numero di comuni, residenti al 31/12/2018 e 31/12/2010, variazione %, superficie in kmq e numero di residenti per kmq delle città metropolitane

Città metropolitane	residenti 31/12/2010	residenti 31/12/2018	var. % 2018/2010	n° comuni	superficie kmq	n° residenti per kmq
Torino	2.302.353	2.259.523	-1,9	312	6.829	331
Genova	882.718	841.180	-4,7	67	1.839	457
Milano	3.156.694	3.250.315	3,0	133	1.575	2.064
Venezia	863.133	853.338	-1,1	44	2.462	347
Bologna	991.924	1.014.619	2,3	55	3.702	274
Firenze	998.098	1.011.349	1,3	41	3.514	288
Roma	4.194.068	4.342.212	3,5	121	5.352	811
Napoli	3.080.873	3.084.890	0,1	92	1.171	2.634
Bari	1.258.706	1.251.994	-0,5	41	3.821	328
Reggio Calabria	566.977	548.009	-3,3	97	3.183	172
Palermo	1.249.577	1.252.588	0,2	82	4.992	251
Messina	653.737	626.876	-4,1	108	3.266	192
Catania	1.090.101	1.107.702	1,6	58	3.552	312
Cagliari	432.019	431.038	-0,2	17	1.249	345

Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati Istat

La città metropolitana con il maggiore numero di residenti è Roma con 4.342.212 seguita da Milano 3.250.315 e da Napoli con 3.084.390; hanno meno residenti Cagliari con 431.038, Reggio Calabria con 548.009 e Messina con 626.876. Firenze con 1.011.349 è la nona città metropolitana per numero di residenti.

Tra il 2010 e il 2018 Roma è la città metropolitana che ha ottenuto il maggiore aumento percentuale di residenti con +3,5%, seguita da Milano con +3,0% e Bologna con +2,3%. Il maggiore decremento tra il 2010 e il 2018 si è registrato a Genova con -4,7% seguita da Messina con -4,1% e Reggio Calabria con -3,3%. Firenze registra un incremento di +1,3% che la colloca al quinto posto tra i maggiori incrementi percentuali. Le città metropolitane sono caratterizzate da una certa eterogeneità strutturale (tabella 1). Quella con il maggiore numero di comuni è Torino con 312, seguita da Milano con 133 e Roma con 121. Cagliari con 17, Bari e Firenze con 41 sono quelle con il minore numero di comuni coinvolti.

Anche l'estensione territoriale è molto variabile: Torino è quella con la maggiore estensione con 6.829 kmq seguita da Roma con 5.352 e Palermo con 4.992, mentre le meno estese sono Napoli con 1.171 kmq, Cagliari con 1.249 kmq e Milano con 1.575 kmq. Firenze con 3.514 kmq occupa la settima posizione. Napoli è la città metropolitana con la densità abitativa più elevata con 2.634 residenti per kmq seguita da Milano con 2.064 e da Roma con 811. Le città metropolitane con la densità abitativa più bassa sono Reggio Calabria con 172, Messina con 192 e Palermo con 251. Firenze con 288 residenti per kmq è al decimo posto.

Tabella 2 – percentuale di stranieri sul totale dei residenti, indice di vecchiaia e numero di nati per 1.000 residenti per le città metropolitane al 31 dicembre 2018

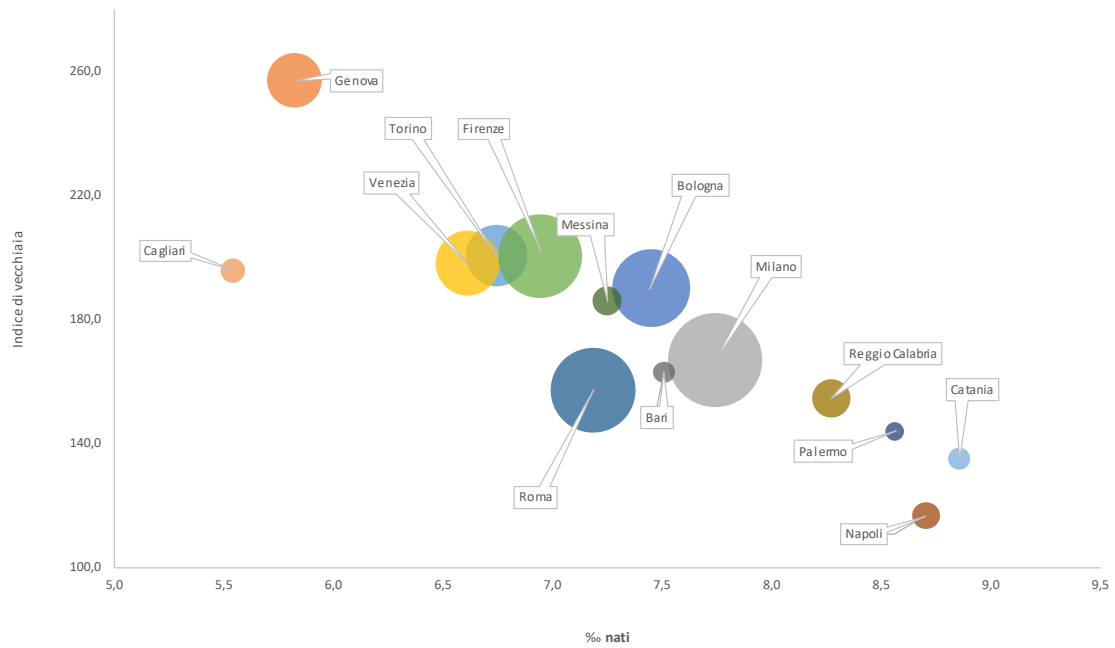
Città metropolitane	% stranieri	indice di vecchiaia	‰ nati 2018
Torino	9,6	200,7	6,7
Genova	8,6	257,2	5,8
Milano	14,9	166,9	7,7
Venezia	10,1	198,2	6,6
Bologna	12,2	190,1	7,4
Firenze	13,3	200,5	6,9
Roma	13,3	157,2	7,2
Napoli	4,4	116,7	8,7
Bari	3,4	163,0	7,5
Reggio Calabria	6,0	154,7	8,3
Palermo	3,0	143,9	8,6
Messina	4,5	186,0	7,2
Catania	3,4	135,1	8,9
Cagliari	3,9	195,7	5,5

Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati Istat

Milano è la città metropolitana con la più elevata presenza in percentuale di stranieri (tabella 2). Lo sono infatti il 14,9% dei residenti, seguita da Firenze e Roma con 13,3%. Le città metropolitane caratterizzate da una minore presenza di residenti stranieri sono Palermo con il 3,0%, Catania e Bari con il 3,4%.

L'indice di vecchiaia più elevato si registra a Genova con 257,2 seguita da Torino con 200,7 e da Firenze con 200,5. Napoli, con 116,7 è l'unica tra le città metropolitane ad avere un indice di vecchiaia vicino a 100. Le altre città con un indice relativamente basso sono Catania con 135,1 e Palermo con 143,9. La città metropolitana con il maggiore numero di nascite è Catania con 8,9 nascite ogni 1.000 residenti seguita Napoli con 8,7 e da Palermo con 8,6. Tra le città che invece registrano il minore numero di nascite ci sono Cagliari con 5,5, Genova con 5,8 e Venezia con 6,6. Nel grafico 1 viene riportata la dispersione tra l'indice di vecchiaia e il numero di nati per mille residenti mentre la larghezza delle bolle è proporzionale alla percentuale di stranieri sulla popolazione residente. Genova risulta una città con l'indice di vecchiaia particolarmente elevato e un numero di nascite basso, mentre Napoli e Catania hanno un numero di nascite relativamente alto e un indice di vecchiaia basso. Il grafico 1 evidenzia come tra le due grandezze esista una forte correlazione negativa pari a -0,87, mentre la percentuale di stranieri sembra essere molto meno correlata alle due variabili.

Grafico 1 – Città metropolitane. Indice di vecchiaia, numero di nati per mille residenti e percentuale di stranieri



Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati Istat

Prezzi al consumo

L'Ufficio Comunale di Statistica ha presentato i risultati del calcolo dell'inflazione a Firenze per il mese di luglio 2019 secondo gli indici per l'intera collettività nazionale.

La rilevazione locale si è svolta dal 1 al 21 del mese di luglio 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.

La variazione mensile è -0,1%, mentre a giugno era +0,8. La variazione annuale è 0,0%, mentre a giugno era +0,8%.

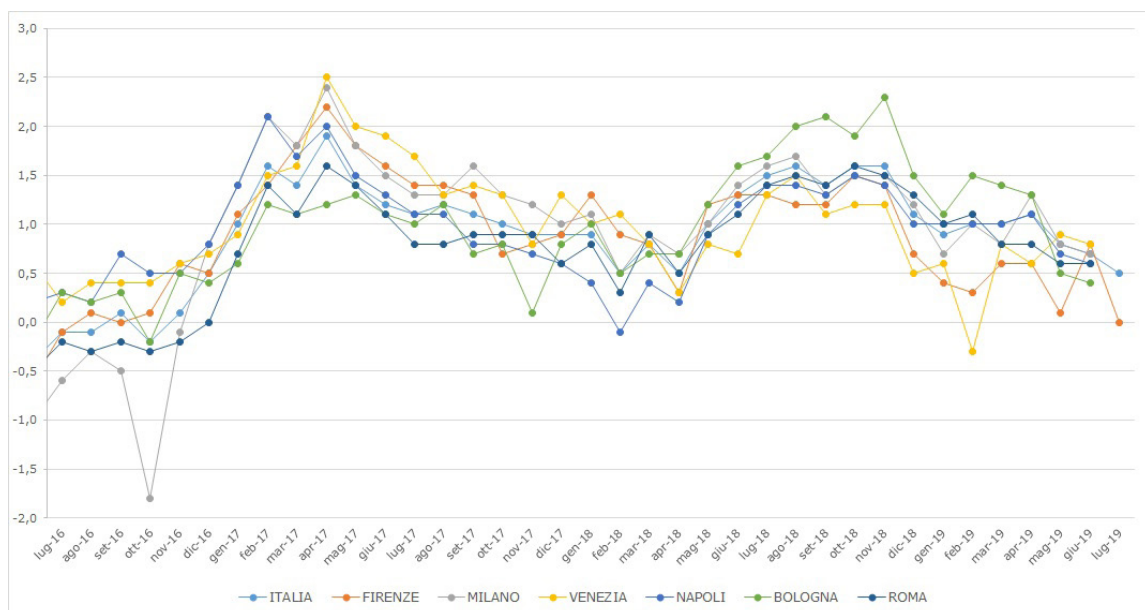
A contribuire a questo risultato sono state, rispetto al mese precedente, principalmente le variazioni registrate per le divisioni Servizi ricettivi e di ristorazione (-5,6%), Prodotti alimentari e bevande analcoliche (-0,7%) e Abitazione acqua energia e combustibili (-1,1%)

Nella divisione Servizi ricettivi e di ristorazione sono in diminuzione i servizi di alloggio (+19,0% rispetto al mese precedente, -5,1% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente).

Per la divisione Prodotti alimentari e bevande analcoliche la variazione mensile è causata dalla diminuzione dei pesci e prodotti ittici (-2,2% rispetto al mese precedente, -0,6% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente), dei vegetali (-1,9% rispetto a giugno 2019, +3,9% rispetto a luglio 2018) e della frutta (-3,4% rispetto al mese precedente, +3,2% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente). In aumento pane e cereali (+2,2% su base mensile) e latte, formaggi e uova (+0,6% su base mensile)

Nella divisione abitazione acqua energia e combustibili si segnala la diminuzione il gas (-6,0% su base mensile, -8,2% su base annuale).

Grafico 1 - Variazione annuale indice dei prezzi.



I prodotti per frequenza di acquisto¹

Il carrello della spesa:

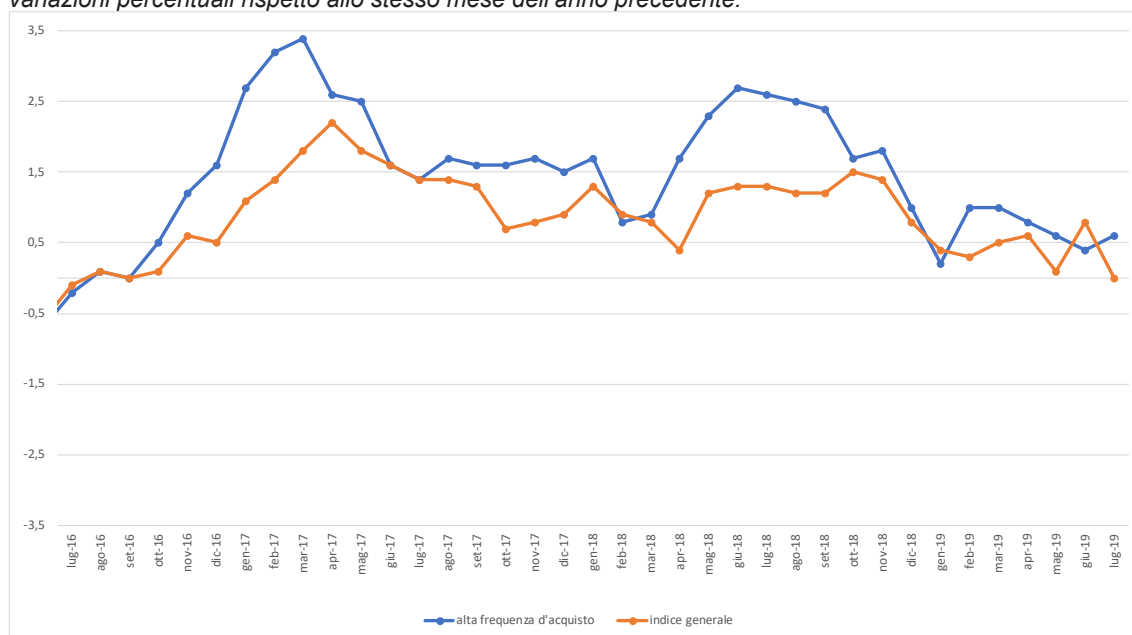
I prezzi dei prodotti acquistati con maggiore frequenza dai consumatori sono variati di -0,3% rispetto al mese precedente e sono variati di +0,6% rispetto a un anno fa.

I prodotti a media frequenza di acquisto sono variati di -2,1% rispetto a giugno 2019 -0,6% rispetto a luglio 2018. I prezzi di quelli a bassa frequenza sono variati di +0,1% rispetto al mese precedente e di +0,1% su base annuale.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO NIC, PER PRODOTTI A DIVERSA FREQUENZA DI ACQUISTO
Maggio 2019, variazioni percentuali (base 2010=100)

Tipologia di prodotto	Luglio-19/Luglio-18	Luglio-19/Giugno-19
Alta frequenza	+0,6	-0,3
Media frequenza	-0,6	-2,1
Bassa frequenza	+0,1	+0,1
Indice generale	0,0	-1,0

Grafico 2 - Indici dei prezzi al consumo NIC, per prodotti ad alta frequenza di acquisto e complessivo - variazioni percentuali rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.



1 I prodotti facenti parte del paniere Istat per il calcolo dell'indice NIC possono essere suddivisi, rispetto alla loro frequenza d'acquisto, in tre macro categorie:

- Prodotti ad alta frequenza di acquisto: includono, oltre ai generi alimentari, le bevande alcoliche e analcoliche, i tabacchi, le spese per l'affitto, i beni non durevoli per la casa, i servizi per la pulizia e manutenzione della casa, i carburanti, i trasporti urbani, i giornali e i periodici, i servizi di ristorazione, le spese di assistenza.
- Prodotti a media frequenza di acquisto: comprendono, tra gli altri, le spese di abbigliamento, le tariffe elettriche e quelle relative all'acqua potabile e lo smaltimento dei rifiuti, i medicinali, i servizi medici e quelli dentistici, i trasporti stradali, ferroviari marittimi e aerei, i servizi postali e telefonici, i servizi ricreativi e culturali, i pacchetti vacanze, i libri, gli alberghi e gli altri servizi di alloggio.
- Prodotti a bassa frequenza di acquisto: comprendono gli elettrodomestici, i servizi ospedalieri, l'acquisto dei mezzi di trasporto, i servizi di trasloco, gli apparecchi audiovisivi, fotografici e informatici, gli articoli sportivi.

I beni, che pesano nel paniere per circa il 52%, hanno fatto registrare una variazione di -0,3% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. I servizi, che pesano per il restante 48%, hanno fatto registrare una variazione annuale pari a +0,3%.

Scomponendo la macrocategoria dei beni, si trova che i beni alimentari registrano una variazione annuale pari a +0,3%. I beni energetici sono in diminuzione di -1,8% rispetto a luglio 2018. I tabacchi fanno registrare una variazione +2,9% 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 annuale nulla.

Grafico 3 - Variazioni Congiunturali – Luglio 2019.

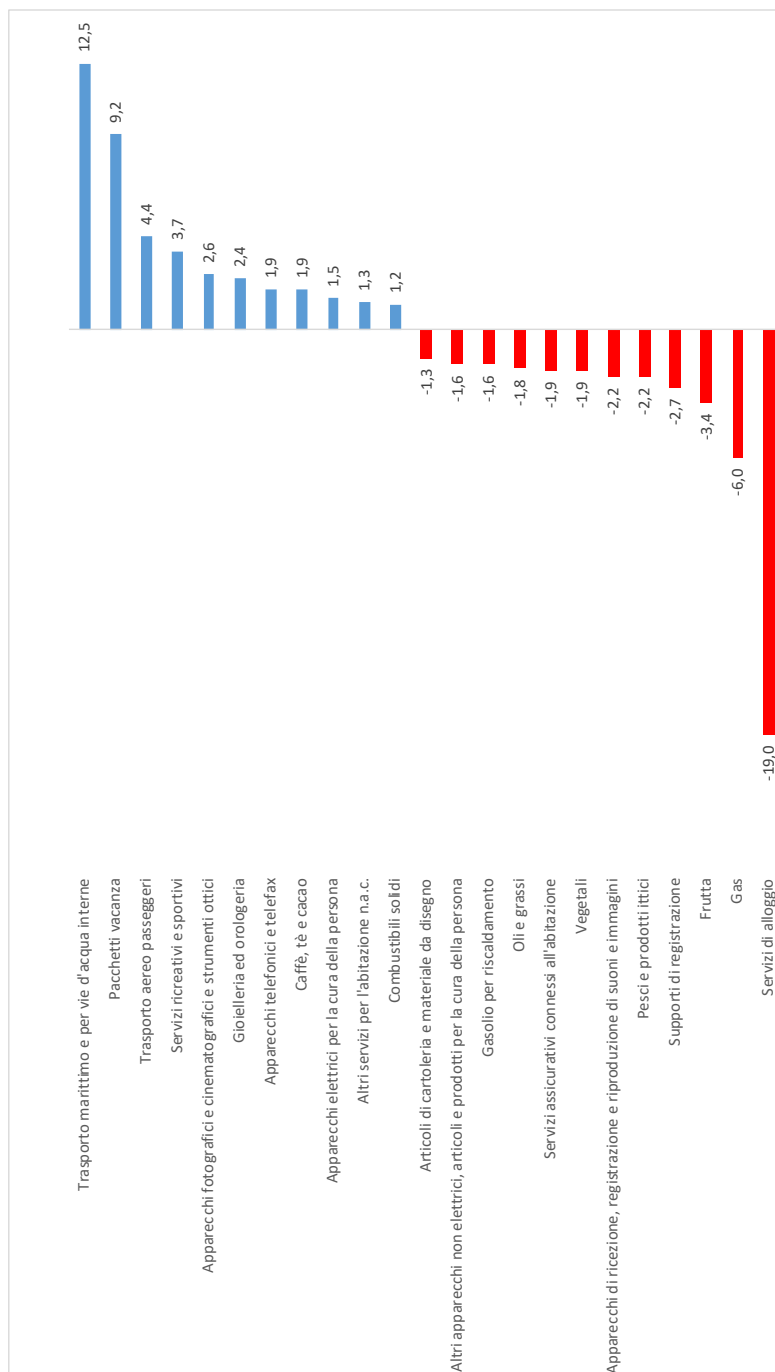
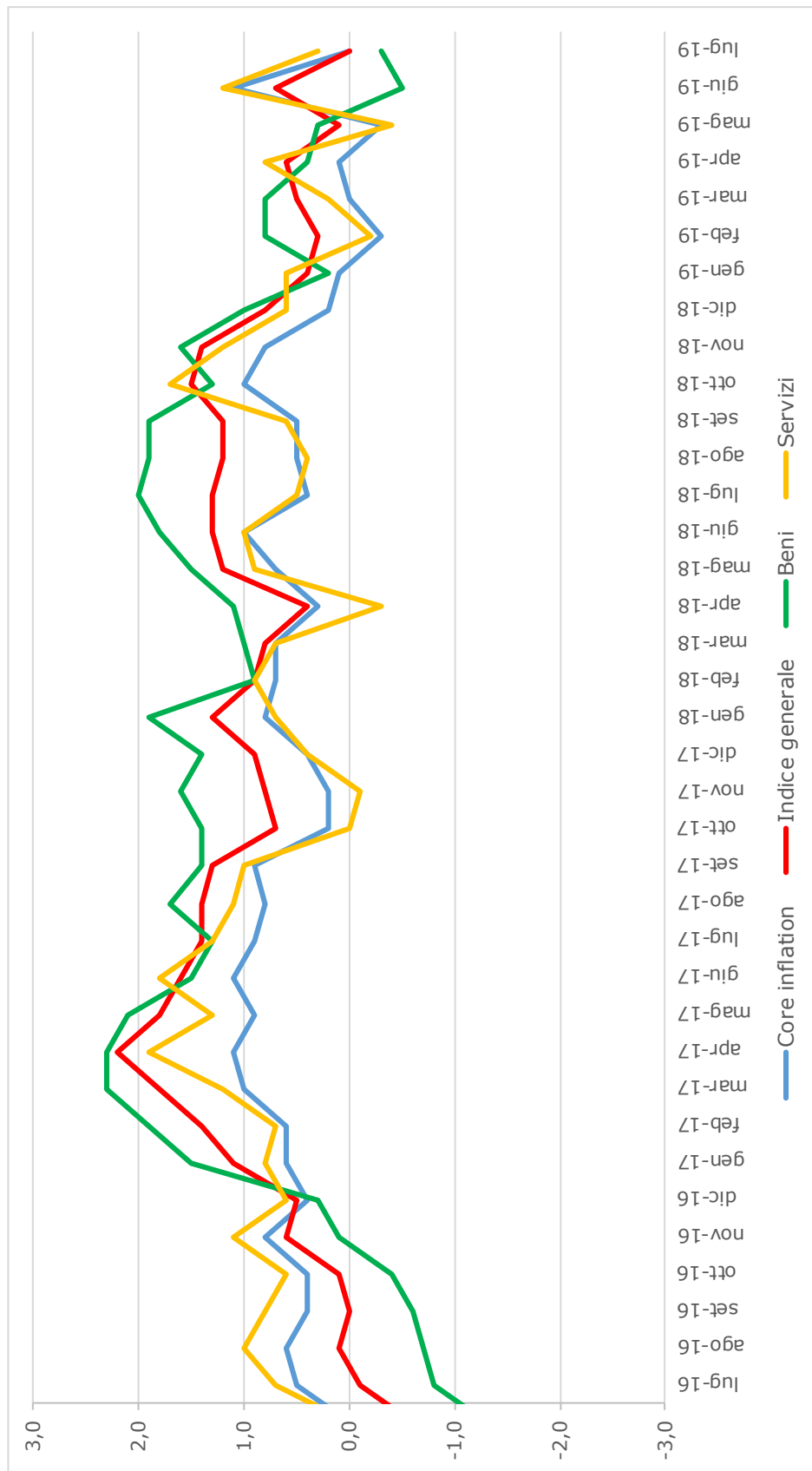


Grafico 4 - Core inflation, indice generale, beni, servizi Variazioni Tenzionali – Luglio 2019.



Climatologia

Sono stati utilizzati i dati del Servizio Idrologico Regionale provenienti dalla stazione ubicata presso la Stazione del Genio Civile in Via San Gallo, quota 50 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 42,6°C, si è registrata il giorno 25 luglio e quella minima, pari a 15,8°C, il giorno 17.

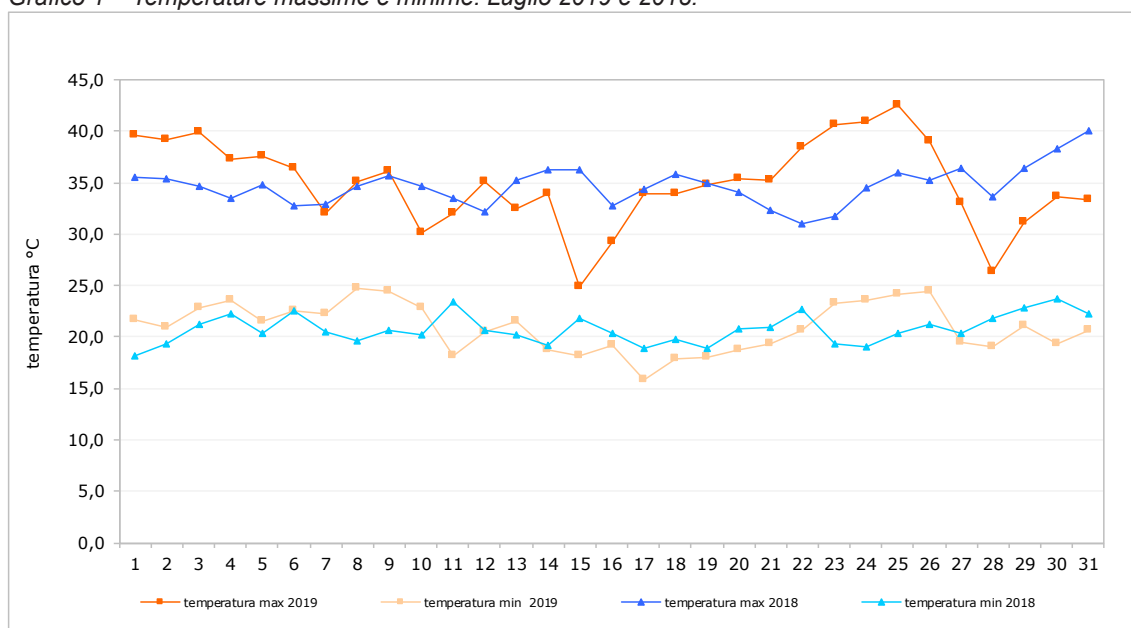
Tabella 1 – Temperature giornaliere minime e massime. Luglio 2019 e 2018

Giorno	Luglio 2019		Luglio 2018	
	Temperatura max.	Temperatura min.	Temperatura max.	Temperatura min.
1	39,6	21,7	35,5	18,2
2	39,2	21,0	35,4	19,3
3	39,9	22,8	34,6	21,2
4	37,3	23,5	33,5	22,2
5	37,6	21,6	34,8	20,4
6	36,4	22,6	32,8	22,5
7	32,0	22,2	32,9	20,5
8	35,1	24,8	34,6	19,6
9	36,1	24,5	35,7	20,7
10	30,1	22,8	34,6	20,2
11	32,0	18,2	33,5	23,4
12	35,1	20,5	32,2	20,7
13	32,5	21,6	35,2	20,2
14	33,9	18,8	36,2	19,2
15	24,9	18,2	36,2	21,8
16	29,3	19,2	32,8	20,3
17	34,0	15,8	34,3	18,9
18	33,9	17,9	35,8	19,8
19	34,8	18,1	35,0	18,9
20	35,4	18,7	34,1	20,8
21	35,2	19,4	32,3	20,9
22	38,4	20,7	31,0	22,7
23	40,7	23,3	31,7	19,3
24	40,9	23,5	34,5	19,0
25	42,6	24,2	35,9	20,3
26	39,0	24,4	35,3	21,2
27	33,0	19,5	36,4	20,3
28	26,3	19,1	33,7	21,8
29	31,1	21,1	36,4	22,8
30	33,6	19,3	38,3	23,7
31	33,3	20,6	40,1	22,3

Fonte: Servizio Idrologico Regionale

Il grafico 1 riporta l'andamento delle temperature massime e minime per il mese di luglio 2019 a confronto con luglio 2018.

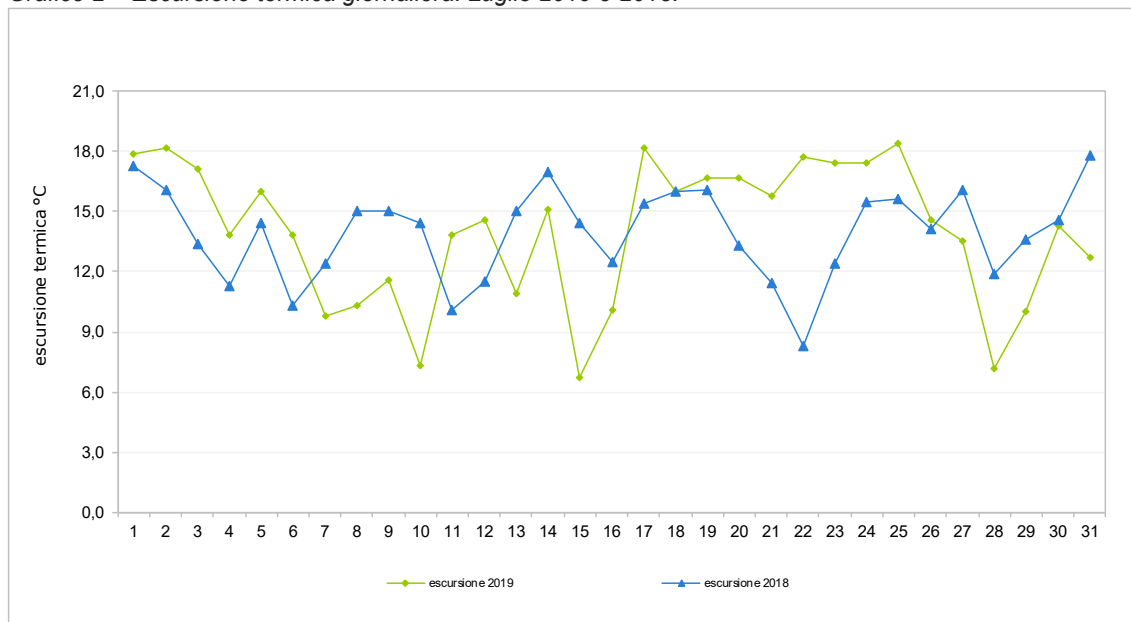
Grafico 1 – Temperature massime e minime. Luglio 2019 e 2018.



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

La massima escursione termica si è registrata il giorno 25 con 18,4°C; nel 2018 è stata di 17,8°C registrata il giorno 31.

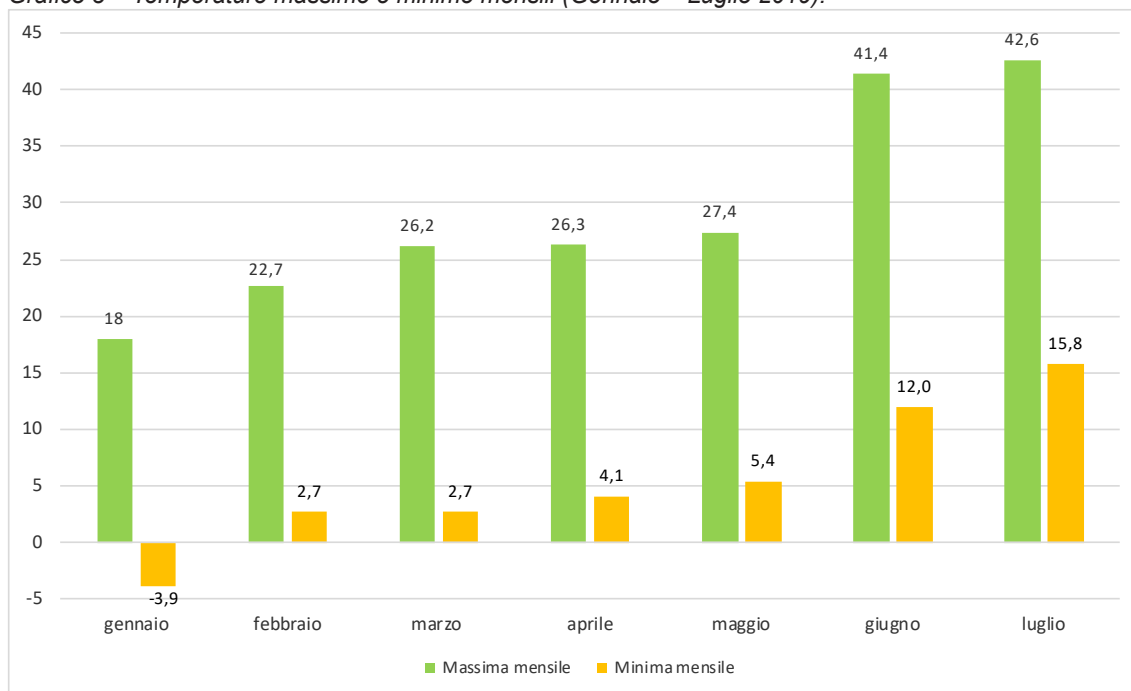
Grafico 2 – Escursione termica giornaliera. Luglio 2019 e 2018.



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

Nel grafico 3 vengono riportate le temperature mensili massime e minime da gennaio 2019.

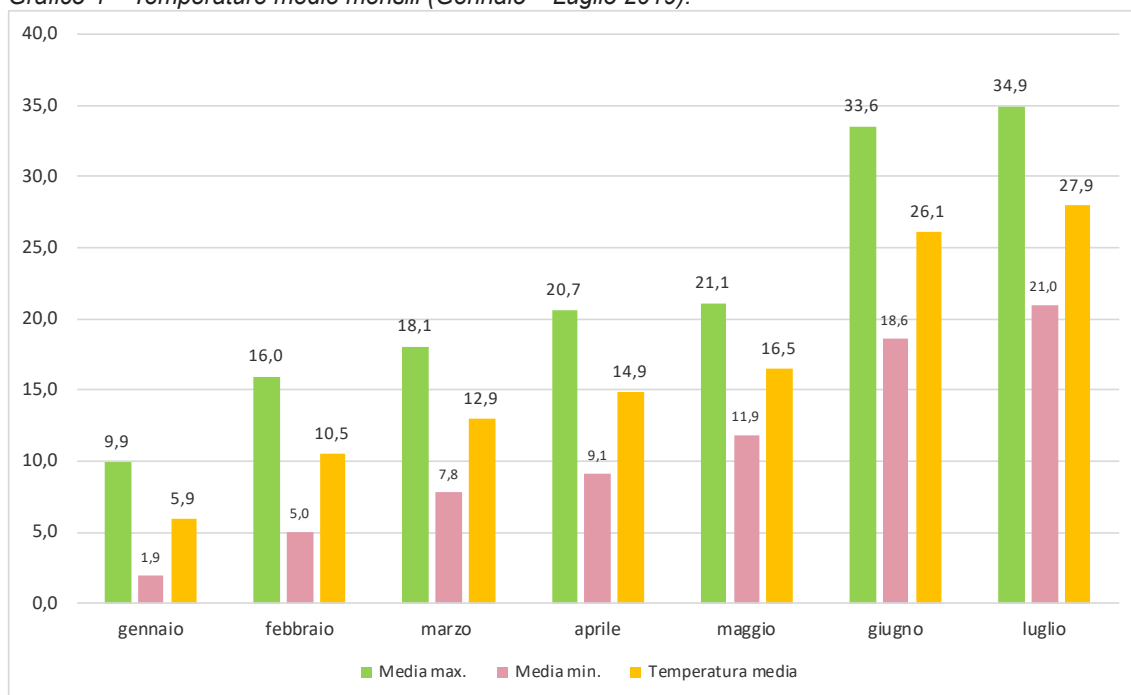
Grafico 3 – Temperature massime e minime mensili (Gennaio – Luglio 2019).



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

Nel grafico 4 vengono riportate le temperature medie da gennaio 2019.

Grafico 4 – Temperature medie mensili (Gennaio – Luglio 2019).

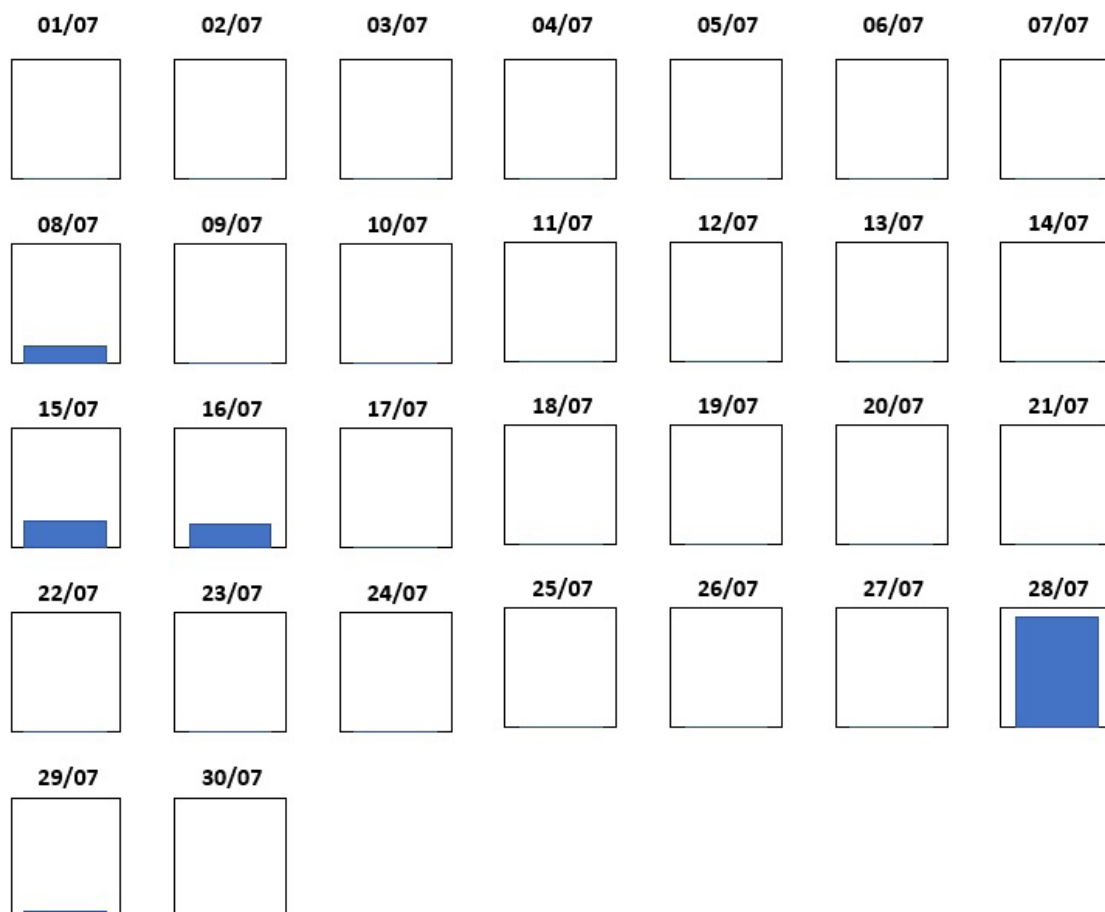


Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Nel mese di luglio sono caduti complessivamente 46,4 mm di pioggia in 5 giorni piovosi (giorni con precipitazione superiore o uguale a 1 mm). Nel 2018 erano caduti 20,0 mm di pioggia in 3 giorni piovosi.

Nel grafico 5 viene riportata la distribuzione giornaliera delle precipitazioni.

Grafico 5 – Distribuzione giornaliera delle precipitazioni (in mm). Luglio 2019.



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

La tabella 3 riporta la distribuzione delle piogge per i mesi di luglio 2019 e 2018 e i relativi giorni piovosi.

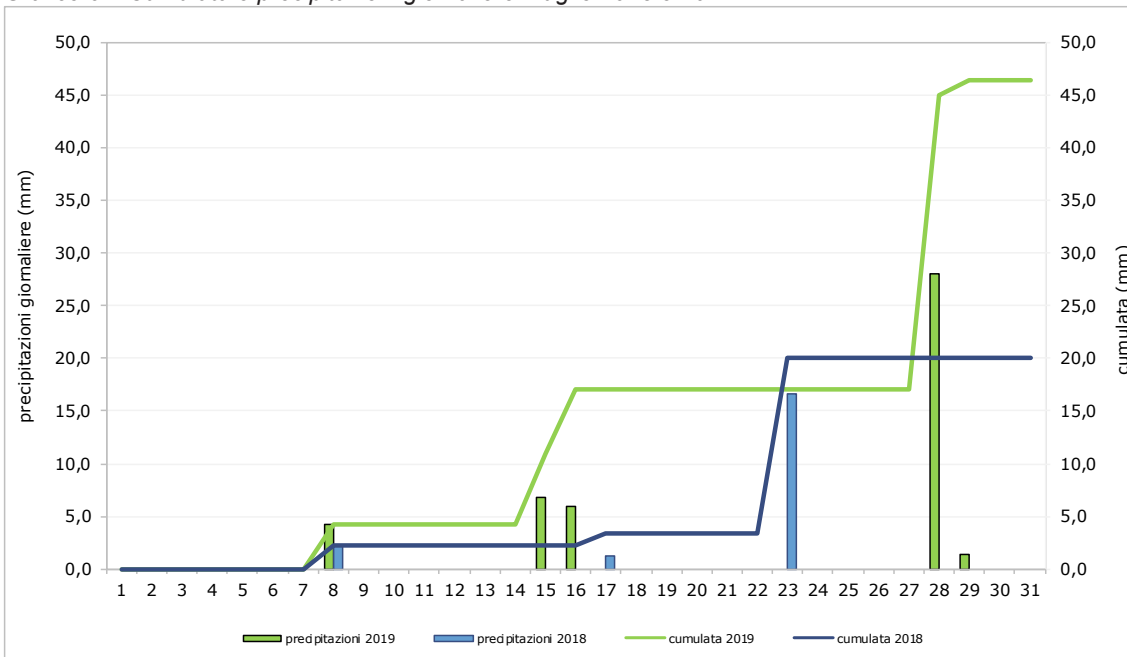
Tabella 3 – Precipitazioni e giorni piovosi. Luglio 2019 e 2018.

Giorno	mm pioggia	
	2019	2018
1	0,0	0,0
2	0,0	0,0
3	0,0	0,0
4	0,0	0,0
5	0,0	0,0
6	0,0	0,0
7	0,0	0,0
8	4,2	2,2
9	0,0	0,0
10	0,0	0,0
11	0,0	0,0
12	0,0	0,0
13	0,0	0,0
14	0,0	0,0
15	6,8	0,0
16	6,0	0,0
17	0,0	1,2
18	0,0	0,0
19	0,0	0,0
20	0,0	0,0
21	0,0	0,0
22	0,0	0,0
23	0,0	16,6
24	0,0	0,0
25	0,0	0,0
26	0,0	0,0
27	0,0	0,0
28	28,0	0,0
29	1,4	0,0
30	0,0	0,0
31	0,0	0,0
totali	46,4	20,0
giorni piovosi	5	3

Fonte: Servizio Idrologico Regionale

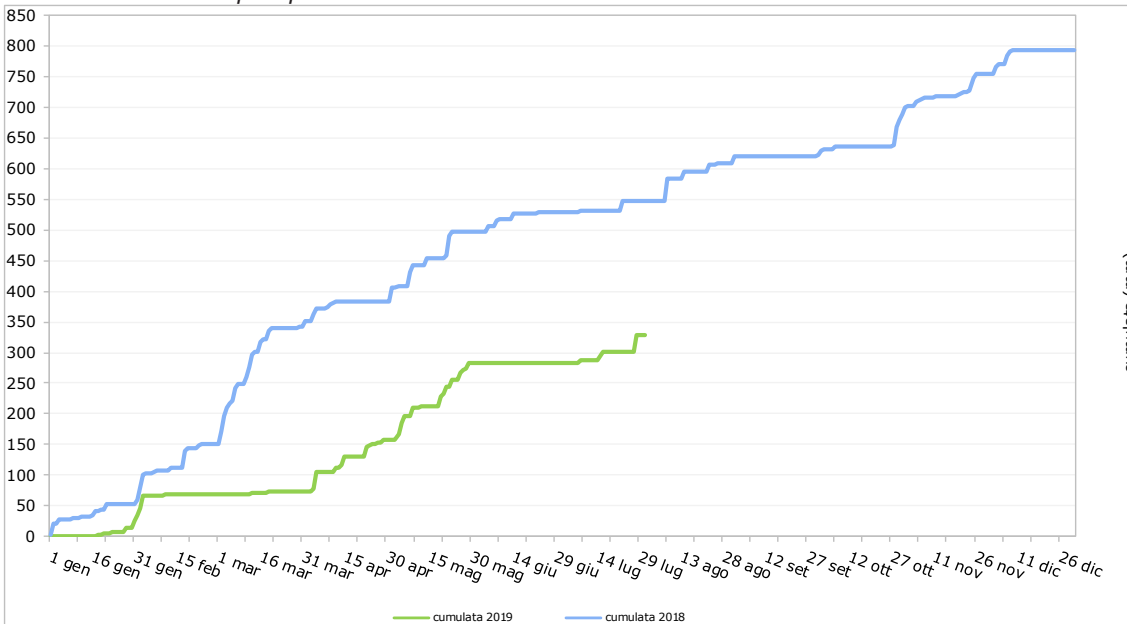
I grafici 6 e 7 rappresentano le cumulate e le precipitazioni giornaliere del mese di luglio (2019 e 2018) e la cumulata annuale delle precipitazioni relativa al 2019 e al 2018.

Grafico 6 – Cumulata e precipitazioni giornaliere. Luglio 2018 e 2017.



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

Grafico 7 – Cumulata precipitazioni 2019 e 2018



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

TERRITORIO

Dati territoriali

Territorio		
Quota massima		341 metri
Quota minima		20 metri
Quota media		83 metri
Superficie		102 kmq
Lunghezza strade		974 km
la più lunga	Via Bolognese	6.536 metri
la più corta	Volta dei Mazzucconi	13 metri
<small>(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)</small>		
Sezioni di censimento 2011		2.185
Aree di censimento 2011		21

Verde	ha	%
Q1 – Centro Storico	128,38	22,14
Q2 – Campo di Marte	72,88	12,57
Q3 – Gavinana Galluzzo	82,18	14,17
Q4 – Isolotto Legnaia	155,06	26,75
Q5 – Rifredi	141,23	24,37
Totali aree verdi	579,73	100,00
Giardino	178,46	
Parco	180,32	
Area giochi	7,58	
Area cani	12,27	
Aree sportive in aree pubbliche	164,79	

Strade e numeri civici		
Toponimi		2.376
di cui:		
Via		1.814
Piazza		199
Viale		95
Numeri civici		108.375
di cui:		
Neri		85.153
Rossi		23.222
<small>(I numeri rossi sono stati istituiti a partire dal 1938 e fino agli anni '70 per tutti gli accessi diversi da quelli abitativi)</small>		
La strada con più numeri:	Via Pisana	1.580
di cui:		1.246 neri
		334 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)	
di cui:	
Residenziale	29.715
Commerciale	1.229
Servizi	1.043

(Tipologie di edifici utilizzate da Istat a fini censuari)

La statistica per la città

Firenze Rock e Pitti Uomo

L'analisi attraverso le informazioni scaricabili dal web

A cura di
Paola Balzamo



<i>Introduzione</i>	27
<i>Analisi</i>	28
<i>Google trends</i>	28
<i>Answer the public</i>	37
<i>Ubersuggest</i>	40

Introduzione

Esistono interessanti strumenti gratuiti che consentono di estrarre utili informazioni dal web.

L'obiettivo di questa pubblicazione è approfondire la conoscenza di questi strumenti utilizzandoli per analizzare due importanti eventi che si svolgono a Firenze durante l'anno.

I tre siti consultati sono Google Trends, Answer The Public e Ubersuggest e i dati estratti riguardano FIRENZE ROCK e PITTI UOMO.

Si tratta di dispositivi che estrapolano informazioni da Goolge che detiene una quota di mercato in Italia superiore al 90%, i tre siti sono consultabili alla pagina: <https://trends.google.it/trends/> (Google Trends), <https://answerthepublic.com/> (Answer The Public) e <https://neilpatel.com/it/ubersuggest/> (Ubersuggest).

Analisi

Google Trends

Google Trends è uno strumento, basato su Google, che permette di conoscere la frequenza di ricerca sul web di una determinata parola o frase. La ricerca e la visualizzazione possono essere impostate per nazione e per lingua. I risultati (cioè i trends, ovvero le “tendenze” correnti) sono mostrati tramite l'utilizzo di un grafico che sintetizza, nel tempo, l'andamento della sua popolarità (ricerca o visualizzazione).

Le analisi che possono essere effettuate sono:

- Interesse nel tempo
- Interesse per regione
- Argomenti correlati
- Query associate

Le parole inserite nel termine di ricerca sono state rispettivamente “FIRENZE ROCK” e “PITTI UOMO” utilizzando come parametro territoriale “Italia” e come periodo di riferimento gli “ultimi 12 mesi”¹.

I risultati, riportati nei grafici 1 e 2, rappresentano l'andamento dell'interesse di ricerca rispetto al punto più alto, posto pari a 100, che indica la maggiore frequenza di ricerca del termine, 50 indica la metà delle ricerche. Un punteggio pari a 0, invece, indica che non sono stati rilevati dati sufficienti per il termine.

Nel caso dell'evento Firenze Rock l'apice si raggiunge in corrispondenza del periodo dell'evento, giugno 2019, si osservano, inoltre, dei valori più significativi in corrispondenza dei mesi di settembre e ottobre 2018, arco temporale in cui sono stati annunciati gli artisti che avrebbero partecipato all'edizione di giugno 2019, le date delle esibizioni ed è stata avviata la vendita dei biglietti.

L'andamento riferito al Pitti Uomo evidenzia due picchi che coincidono con il periodo in cui si è svolto l'evento, gennaio e giugno 2019.

1

Dal 25/07/2018 al 24/07/2019.

Grafico 1. Interesse nel tempo riferito al termine "Firenze Rock"

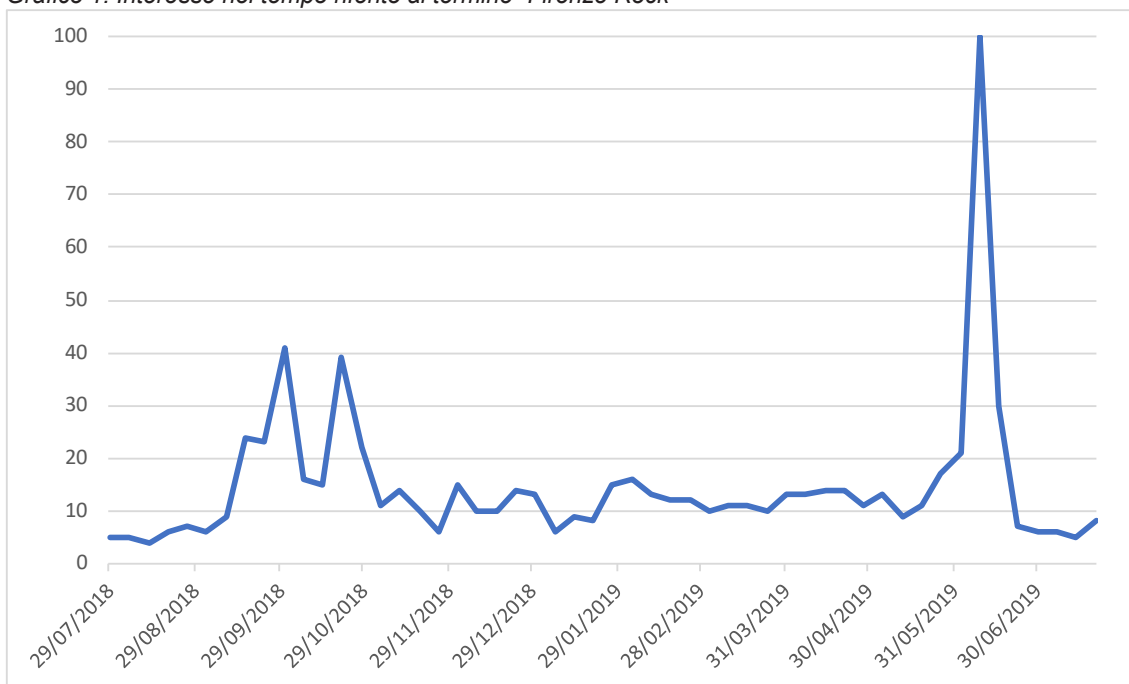
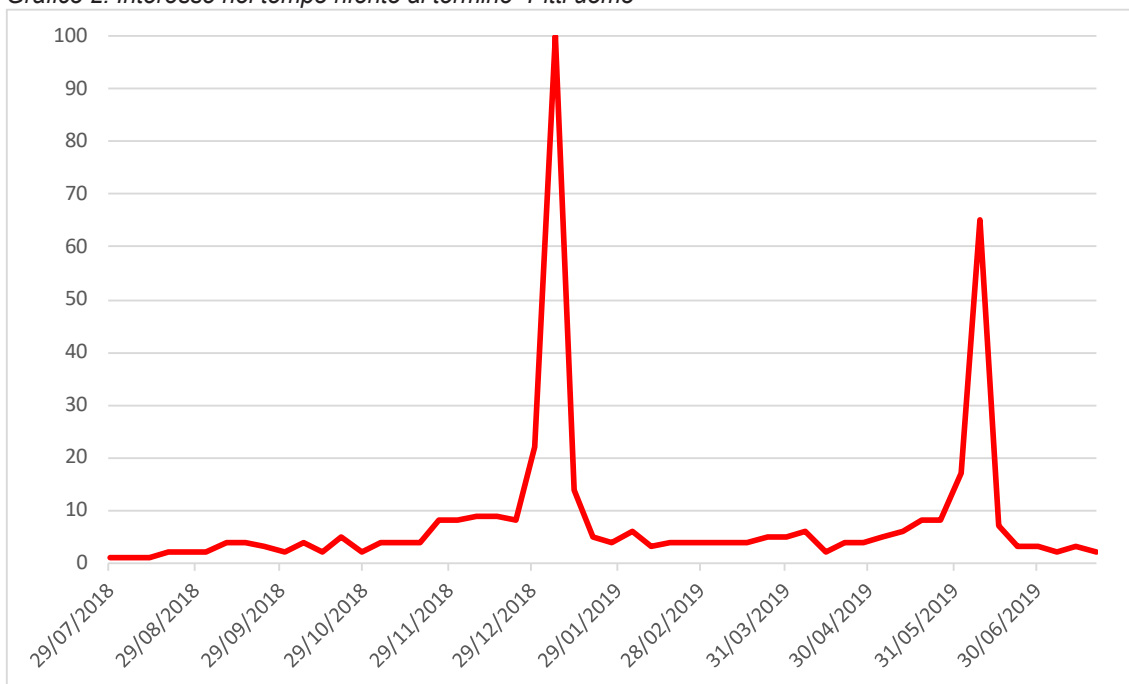


Grafico 2. Interesse nel tempo riferito al termine "Pitti uomo"

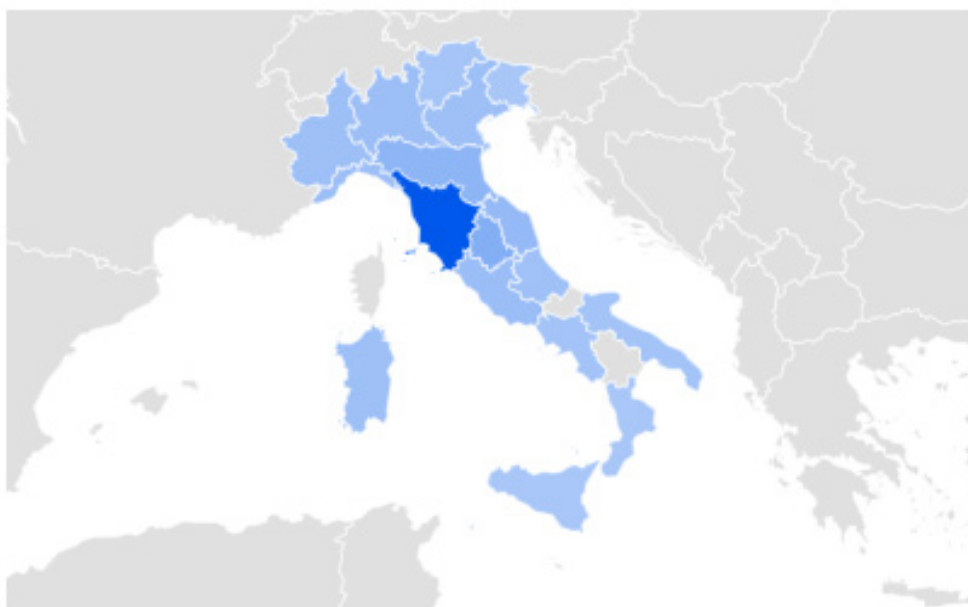


L'analisi successiva evidenzia "l'interesse per regione" vale a dire permette di scoprire in quale località il termine di interesse ha registrato il maggiore numero di ricerche durante il periodo di tempo specificato. Anche in questo caso i valori sono calcolati su una scala da 0 a 100, dove 100 indica la località con la maggiore frequenza di ricerca in proporzione al totale delle ricerche in tale località e il valore 50 indica una località con la metà delle ricerche. Il valore 0, invece, indica una località per cui non sono stati rilevati dati sufficienti².

I risultati sono supportati sia da una mappa, che mostra le aree in cui tale termine è più frequente evidenziandolo con tonalità più scure (cfr. mappe 1 e 2), sia da un grafico (cfr. grafici 3 e 4).

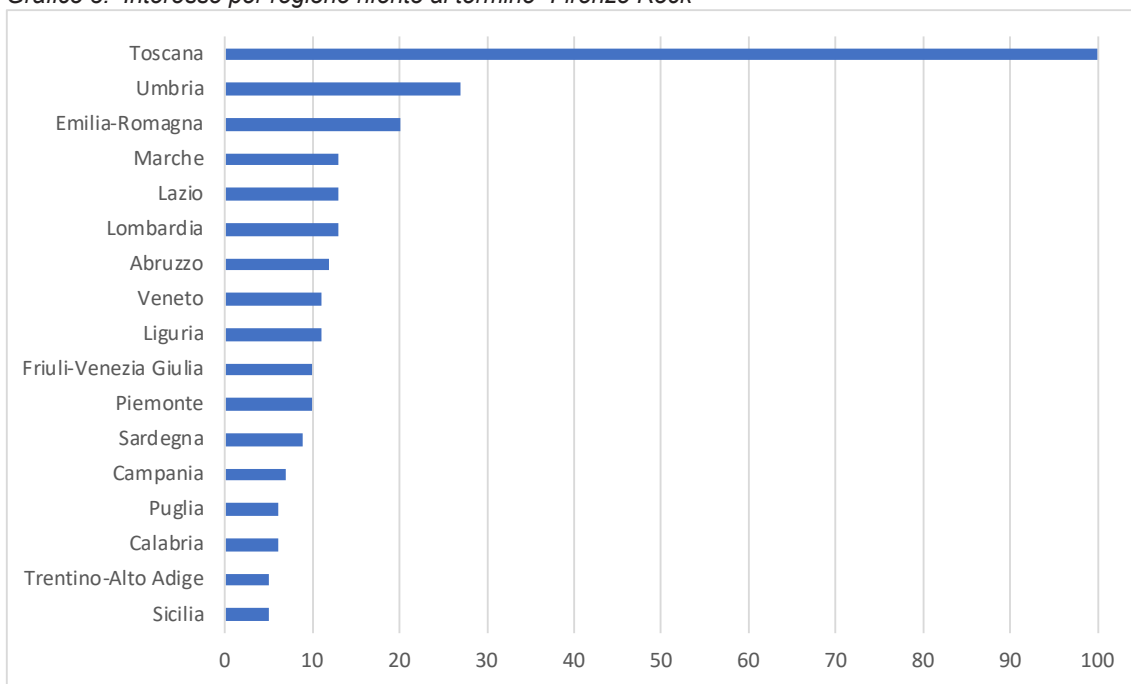
Confermata in entrambe le ricerche la Toscana come la regione con la maggiore frequenza, seguono Umbria, Emilia Romagna, Marche e Lazio nel caso della ricerca Firenze Rock, mentre seguono Umbria, Marche, Veneto e Lombardia nel caso della ricerca di Pitti Uomo.

Mappa 1. Interesse per regione riferito al termine "Firenze Rock"



² Nota: un valore più elevato indica una percentuale più elevata rispetto alle query totali, non un conteggio assoluto più elevato. Pertanto un paese di piccole dimensioni in cui la query "Firenze rock" rappresenta l'80% del totale avrà un punteggio due volte superiore a quello di un paese di grandi dimensioni in cui la query "Firenze rock" rappresenta solo il 40% del totale.

Grafico 3. Interesse per regione riferito al termine "Firenze Rock"



Mappa 2. Interesse per regione riferito al termine "Pitti Uomo"

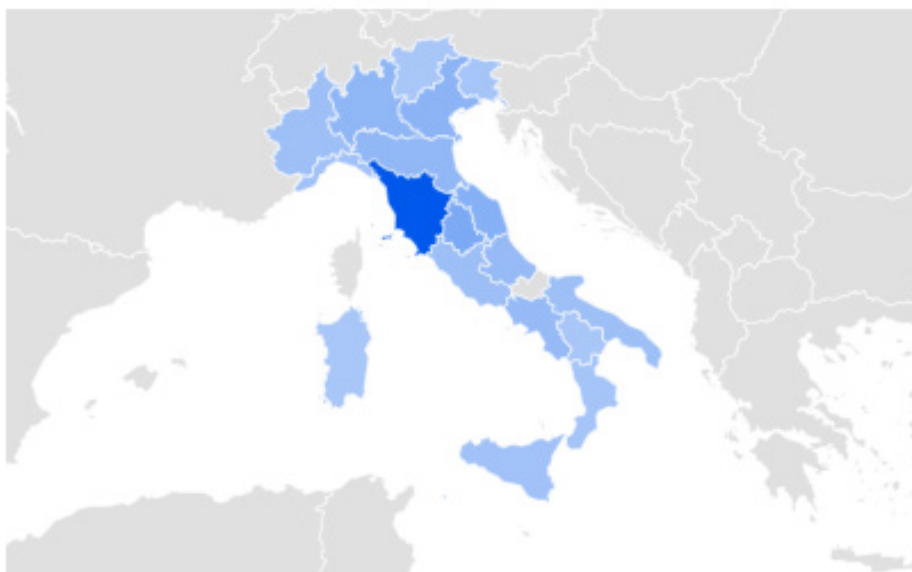
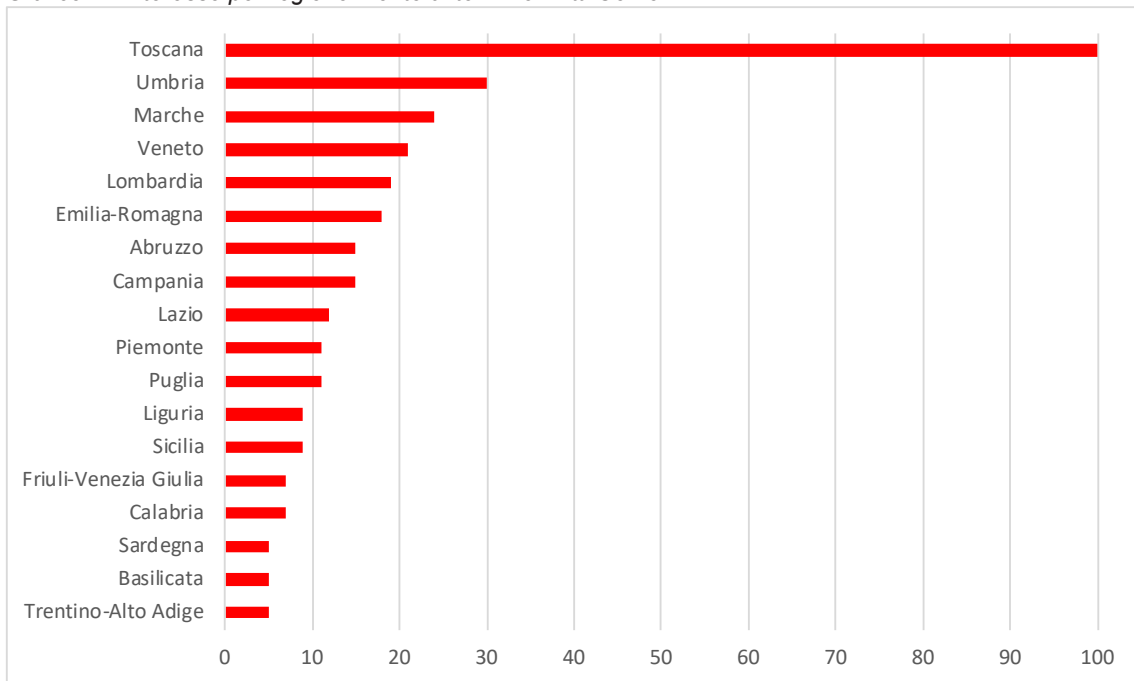


Grafico 4. Interesse per regione riferito al termine "Pitti Uomo"



Google Trends permette di effettuare un'analisi in base agli argomenti correlati cioè permette di evidenziare gli argomenti più ricercati in relazione al termine di interesse (gli utenti che hanno cercato il termine "Firenze Rock" o "Pitti Uomo" hanno cercato anche questi argomenti). I risultati possono essere visualizzati in base alle seguenti metriche: "i più cercati" (sono gli argomenti più cercati, il punteggio è in scala relativa: 100 indica l'argomento più cercato e 50 indica un argomento con la metà delle ricerche rispetto al termine più cercato e così via) e "in aumento" (argomenti correlati la cui frequenza di ricerca ha registrato l'aumento maggiore dall'ultimo periodo di tempo³).

I grafici 5 e 6 mostrano la classifica delle prime 10 posizioni delle ricerche correlate più cercate rispettivamente con il termine Firenze Rock e Pitti Uomo. Si osserva una lista con riferimenti musicali nel primo caso (Rock, Festival, Concerto, Ed Sheeran, oltre all'Hard Rock cafe) e legati alla moda nel secondo (Pitti Immagine Uomo, Pitti Immagine, Moda, Vogue, Street Style, oltre ricerche specifiche sul mese di gennaio e giugno) in entrambi emergono anche ricerche comuni come quella relativa alla città di Firenze e all'anno 2019.

Dalle tabelle 1 e 2, che riportano gli argomenti correlati in aumento, si evincono gli incrementi delle parole ricercate, Ed-Sheeran e The Cure ai primi posti nel caso di Firenze rock e Vogue e 2019 nel caso di Pitti Uomo.

3 I risultati contrassegnati con il termine "Impennata" hanno registrato un aumento molto elevato, probabilmente perché si tratta di argomenti nuovi che avevano poche (o nessuna) ricerche precedenti.

Grafico 5. Argomenti correlati-i più cercati (le prime 10 posizioni) riferiti al termine "Firenze Rock"

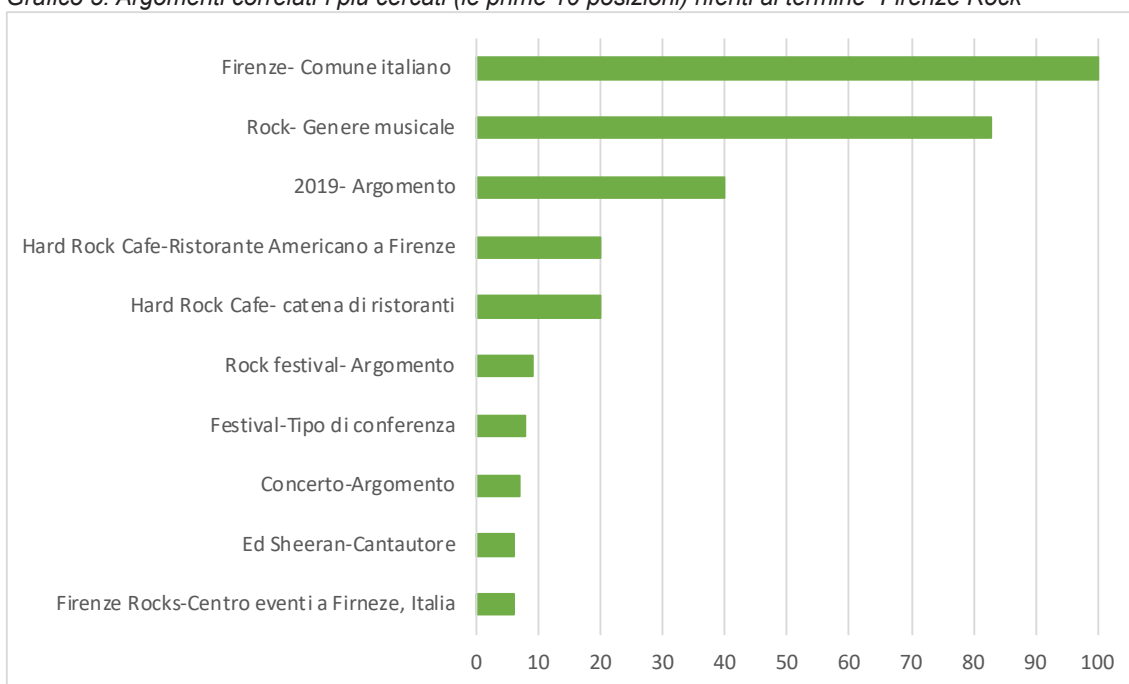


Tabella 1. Argomenti correlati-in aumento (le prime 5 posizioni) riferiti al termine "Firenze Rock"

Argomento	Incremento
Ed Sheeran- Cantautore	Impennata
The Cure-Gruppo musicale	Impennata
The Cure-Argomento	Impennata
Università degli Studi di Firenze	Impennata
14 giugno-Data	Impennata

Grafico 6. Argomenti correlati-i più cercati (le prime 10 posizioni) riferiti al termine "Pitti Uomo"

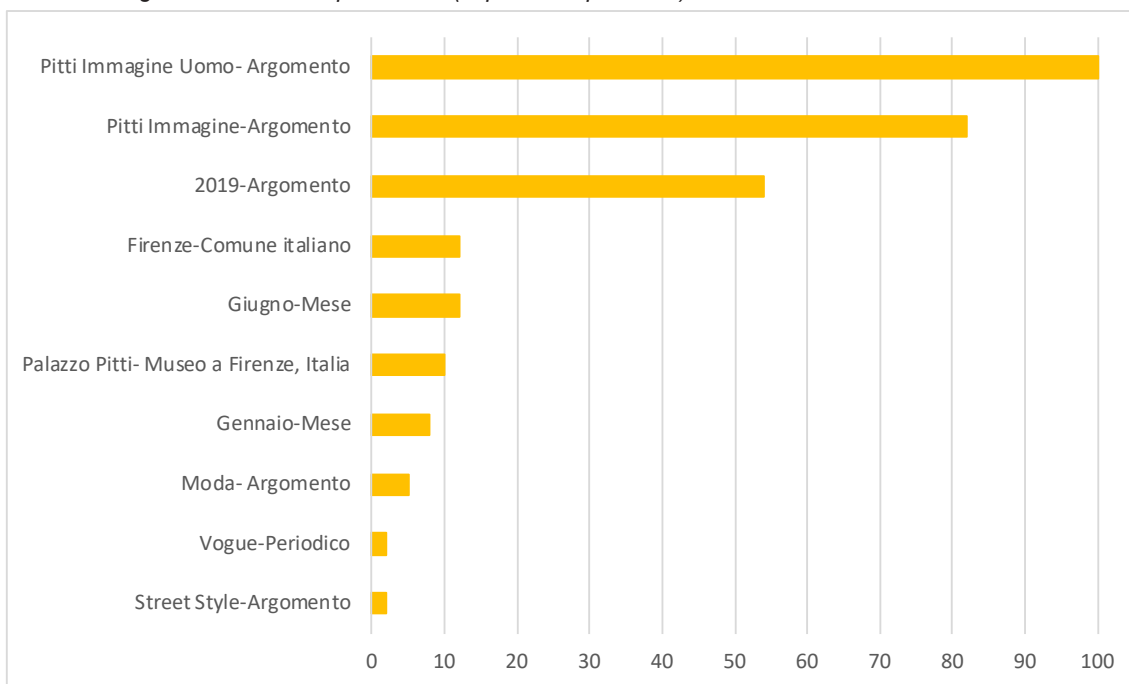


Tabella 2. Argomenti correlati-in aumento (le prime 5 posizioni) riferiti al termine "Pitti Uomo"

Argomento	Incremento
Vogue-Periodico	Impennata
2019-Argomento	1850%
Moda-Argomento	90%
Settimana della moda di Milano	70%
Gennaio-Mese	50%

Oltre agli argomenti è possibile visualizzare anche le query associate. Si tratta di un'analisi che evidenzia le query ricercate in relazione al termine di interesse (gli utenti che hanno cercato i termini Firenze Rock e Pitti Uomo hanno cercato anche queste query). Anche in questo caso i risultati sono organizzati in base a due metriche: le "più cercate"⁴ e "in aumento"⁵. I risultati relativi alle query sono riportati nei grafici 7 e 8 e nelle tabelle 3 e 4.

Grafico 7. Query associate-le più cercate (le prime 10 posizioni) riferite al termine "Firenze Rock"

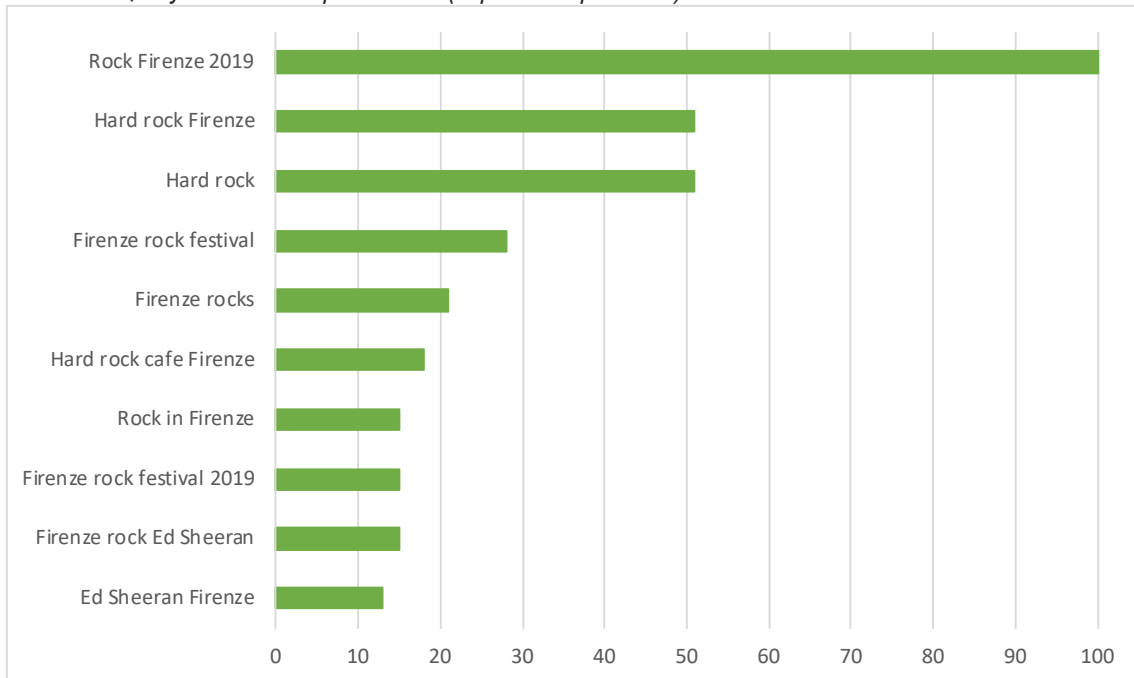


Tabella 3. Query associate--in aumento (le prime 5 posizioni) riferite al termine "Firenze Rock"

Argomento	Incremento
Firenze rock festival 2019	Impennata
Firenze rock Ed Sheeran	Impennata
Ed Sheeran Firenze	Impennata
Tool	Impennata
Firenze rock Tool	Impennata

4 Più cercate - Le query di ricerca più usate. Il punteggio è in scala relativa: 100 indica la query più cercata, 50 indica una query con la metà delle ricerche rispetto alla query più cercata e così via.

5 In aumento - Query la cui frequenza di ricerca ha registrato l'aumento maggiore dall'ultimo periodo di tempo. I risultati contrassegnati con il termine "Impennata" hanno registrato un aumento molto elevato, probabilmente perché si tratta di query nuove che avevano poche (o nessuna) ricerche precedenti.

Grafico 8. Query associate-le più cercate (le prime 10 posizioni) riferite al termine "Pitti Uomo"

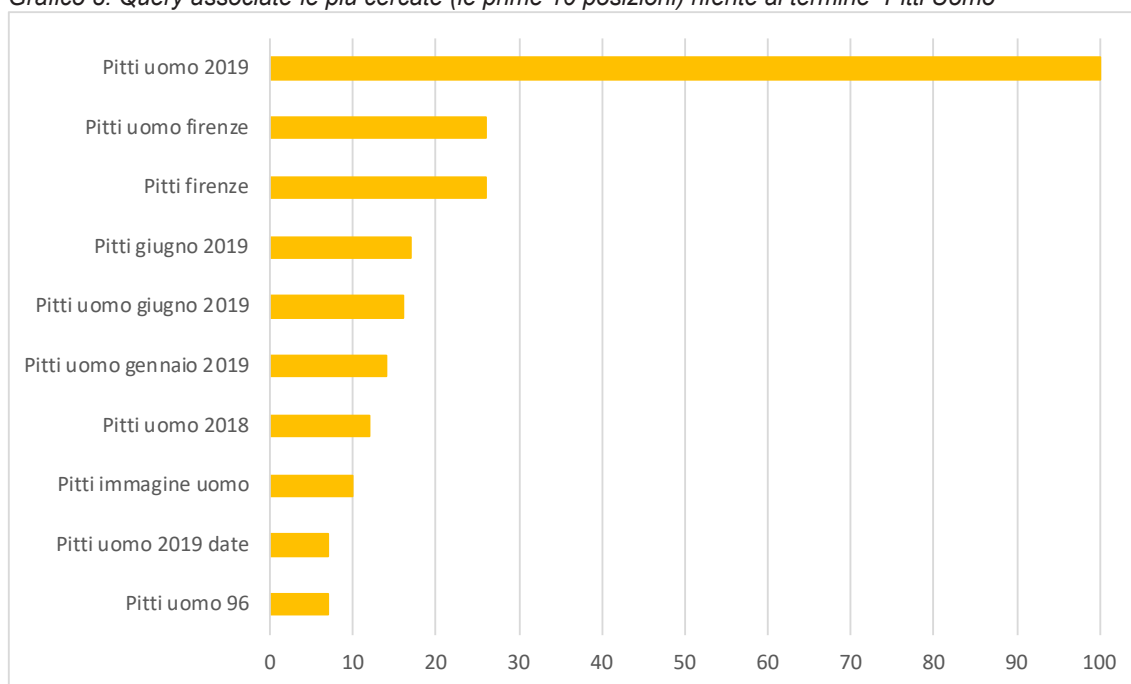


Tabella 4. Query associate--in aumento (le prime 5 posizioni) riferite al termine "Pitti Uomo"

Argomento	Incremento
Pitti giugno 2019	Impennata
Pitti uomo giugno 2019	Impennata
Pitti uomo 96	Impennata
Pitti uomo 2019 biglietti	Impennata
Pitti uomo 2019	3250%

Le analisi finora condotte avevano come filtro territoriale l'Italia e consideravano come arco temporale gli ultimi 12 mesi. Modificando i parametri selezionando tutto il mondo e circoscrivendo l'analisi ai primi sei mesi del 2019 (gennaio-giugno) è interessante osservare la ripercussione che, per esempio l'evento del Pitti Uomo, ha sugli altri stati e soprattutto vedere quali sono quelli maggiormente coinvolti.

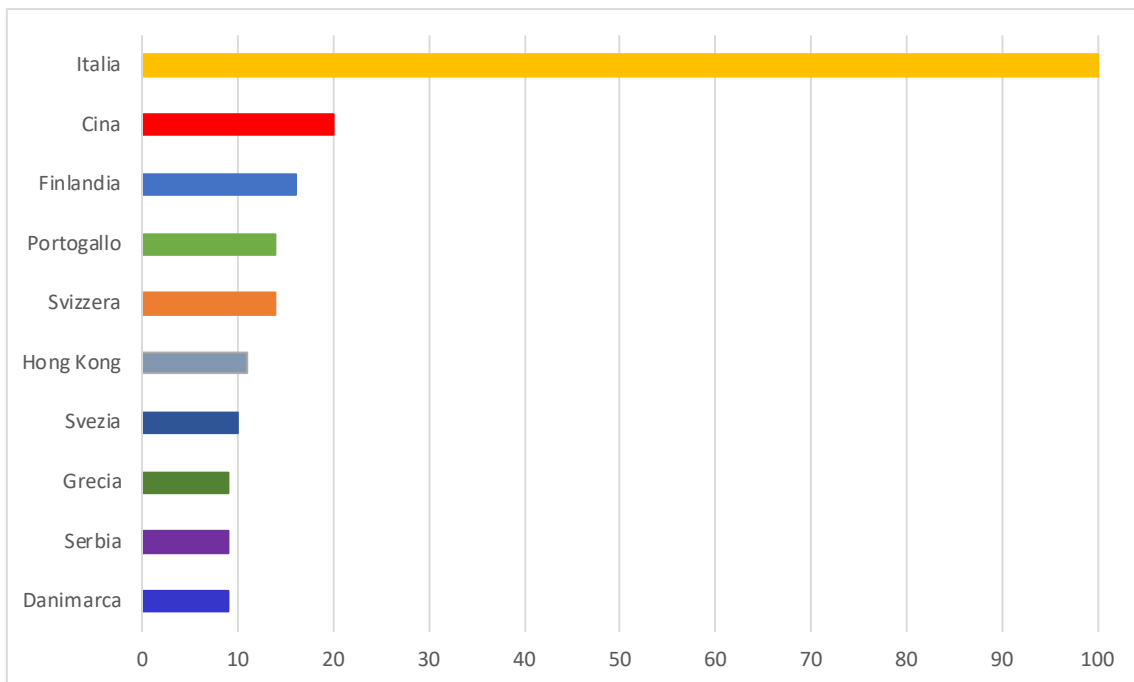
La mappa 3 permette di vedere a colpo d'occhio gli stati in cui le ricerche del termine sono state più frequenti mentre il grafico 9 ne stila l'elenco.

Escludendo l'Italia che è quella che, ottenendo la quota 100, indica la località con la maggiore frequenza di ricerca, seguono la Cina, la Finlandia, il Portogallo e la Svizzera.

Mapa 3. Interesse per stato riferito al termine "Pitti Uomo", periodo gennaio-giugno 2019



Grafico 9. Interesse per stato riferito al termine "Pitti Uomo", periodo gennaio-giugno 2019



Answer the public

Un altro canale utile per estrarre le informazioni relative alle ricerche su Google è Answer The Public, si tratta di uno strumento SEO⁶ che consente di elencare, attraverso grafici circolari, tutte le informazioni relative ai suggest di Google.

È un mezzo che permette di organizzare i suggerimenti che Google dà nel momento in cui digitiamo una query sul motore di ricerca. I risultati sono organizzati in:

- Domande
- Preposizioni
- Comparazioni
- Ordine alfabetico
- Relazioni

Le informazioni vengono rappresentate tramite grafici che inseriscono al centro la parola che è digitata sul motore di ricerca.

Ai fini di questa analisi ci soffermeremo ad analizzare i risultati relativi a Firenze Rock e Pitti Uomo che riguardano le domande più frequenti digitate in merito a questi eventi.

Nel caso di Firenze Rock, osservando il grafico 10, si evince che i quesiti più numerosi riguardano il “come” (come si svolge, come raggiungere e come funziona), il “dove” (dove parcheggiare, dove dormire, dove si svolge, dove alloggiare, dove si trova) il “chi” (chi organizza) e il “cosa” (cosa portare).

I risultati riferiti al Pitti Uomo sono mostrati nel grafico 11. Le domande più frequenti riguardano il “come” (come lavorare, come arrivare, come vestirsi, come partecipare, come funziona, come visitare, come raggiungere), il “perché” (perché si chiama Pitti Uomo), il “cosa” (cos’è, cosa vedere) il “dove” (dove lo fanno, dove parcheggiare), il “quando” (quando inizia, quando è) e il “chi” (chi può entrare).

⁶ La tecnica S.E.O. ha un significato ben preciso per chi ci lavora: è l'acronimo di **Search Engine Optimization**, ottimizzazione per i motori di ricerca. Con questo termine si intende tutto ciò che viene fatto per migliorare il posizionamento di una **risorsa web** sui motori di ricerca.

Grafico 10. Le domande più frequenti riferite al termine "Firenze Rock"

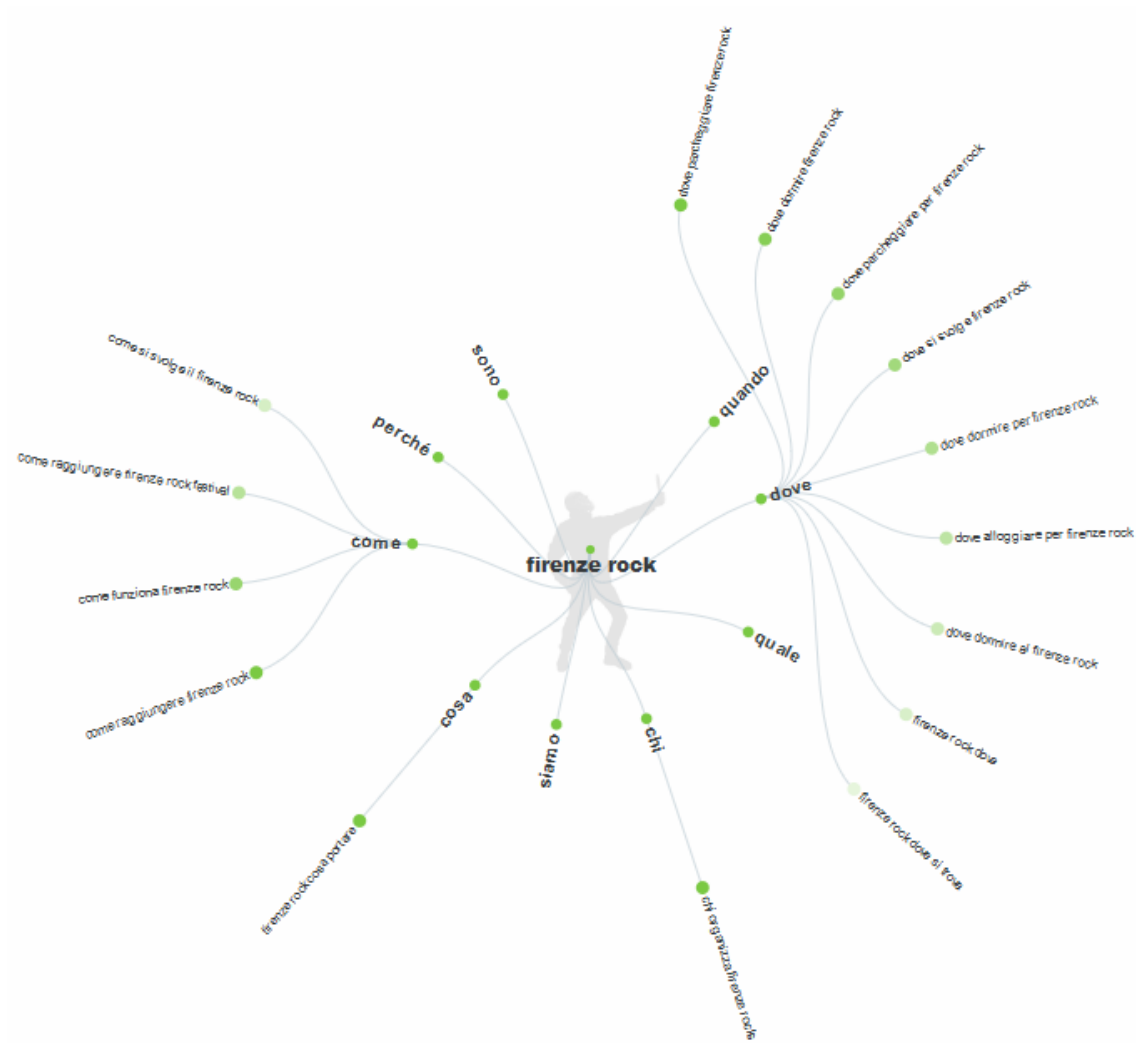


Grafico 11. Le domande più frequenti riferite al termine "Pitti Uomo"



Tutte le altre analisi per “preposizioni”, “relazioni” e “comparazioni” sono strutturate nello stesso modo fin qui descritto, al centro compare la parola ricercata e intorno si sviluppano tutti i risultati a seconda dell’analisi scelta.

Lo strumento Answer the Public produce anche l’elenco di tutti i risultati più frequenti organizzati in ordine alfabetico. Nel caso specifico delle Firenze Rock le voci sono state 356, nel caso di Pitti Uomo 317.

Ubersuggest

Altre informazioni che possiamo ottenere per la nostra ricerca su Firenze Rock e Pitti Uomo le possiamo estrapolare utilizzando un altro strumento gratuito chiamato Ubersuggest che permette di capire che cosa gli utenti cercano nel web e che termini usano per trovare informazioni, servizi e prodotti. Sono diversi i dati che possiamo ottenere ma, in riferimento alla nostra analisi, ci soffermeremo solo su alcune informazioni aggiuntive non presenti nei due strumenti descritti in precedenza. Partendo dalle informazioni generiche che il tool offre sulle keywords ricercate si ottengono valori che riguardano il volume di ricerca⁷, il SEO difficulty⁸, il Paid difficulty⁹ e Costo per click¹⁰. I valori ottenuti in riferimento alla Firenze Rock e Pitti Uomo sono riportati nella seguente tabella 5.

Tabella 5. Informazioni tratte da Ubersuggest utilizzando come Keyword "Firenze Rock" e "Pitti Uomo"

	Firenze Rock	Pitti Uomo
Volume di ricerca	33.100	9.900
Seo Difficulty	33	21
Paid Difficulty	18	1
Costo per click	0,22 €	0,11 €

Soffermandoci sul volume di ricerca risulta che Firenze Rock presenta un numero di ricerche nell'arco di un mese pari a 33.100 con un picco nel mese di settembre vicino ai 50.000, mentre Pitti Uomo si attesta ad un volume medio mensile pari a 9.900 e con un picco nel mese di gennaio intorno ai 40.000. Un aspetto interessante che emerge utilizzando questo strumento è la SERP analysis, che consente di stilare l'elenco dei primi 100 URL che si sono posizionati su Google. Nella tabella 6 e 7 sono riportate rispettivamente le prime 10 posizioni relative a Firenze Rock e Pitti Uomo.

Tabella 6. Primi 10 Url posizionati su Google in riferimento a "Firenze Rock"

Posizione	Url
1	http://firenzerocks.it/
2	http://www.teamworld.it/concerti-festival/firenze-rocks-2019-biglietti-date-artisti/
3	http://www.rockol.it/news-704978/cure-concerto-firenze-rocks-recensione-scaletta
4	http://www.virginradio.it/sezioni/1924/firenze-rocks-2019
5	http://www.virginradio.it/news/rock-news/262146/firenze-rock-2019-tutte-le-info-utili-e-gli-orari-del-festival-cosa-si-puo-portare-e-come-arrivare.html
6	http://it-it.facebook.com/firenzerocks/
7	http://www.rainews.it/dl/rainews/media/The-Cure-a-Firenze-Rocks-cronaca-di-un-concerto-perfetto-e1b9e35e-025a-44e1-9750-b438386a6d66.html
8	http://www.ticketmaster.it/it/advertise/firenze-rocks-2019/3571
9	http://www.ticketone.it/firenze-rocks-biglietti.html?action=tickets&affiliate=ITT&doc=artistPages/tickets&fun=artist&kuid=533371
10	http://www.onstageweb.com/notizie/the-cure-firenze-rocks-2019-scaletta-foto-16-giugno/

7 Volume di ricerca: numero di ricerche per una determinata keyword nell'arco di un mese ovvero quante volte gli utenti hanno effettuato la ricerca per quella determinata parola chiave.

8 SEO Difficulty: concorrenza stimata nella ricerca organica, più il numero è elevato più la keyword sarà competitiva.

9 Paid Difficulty: concorrenza stimata nella ricerca a pagamento, più il numero è elevato più la keyword sarà competitiva.

10 CPC – Costo Per Clic: costo per click medio se vuoi che google mostri il tuo sito come annuncio tra i risultati delle ricerche. Se qualcuno paga un CPC elevato vuol dire che la keyword è più competitiva.

Tabella 7. Primi 10 Url posizionati su Google in riferimento a "Pitti Uomo"

Posizione	Url
1	http://www.pittimmagine.com/corporate/fairs/uomo.html
2	http://www.pittimmagine.com/
3	http://www.pittimmagine.com/corporate/fairs.html
4	http://www.pittimmagine.com/en/corporate/fairs.html
5	http://it.wikipedia.org/wiki/Pitti_Immagine
6	http://www.adnkronos.com/magazine/moda/2019/06/10/torna-pitti-uomo_gShmbn2R1yevJzs2gK78LL.html
7	http://www.amica.it/2019/06/11/pitti-uomo-96-firenze-calendario-eventi/
8	http://www.vanityfair.it/fashion/news-fashion/2019/06/13/pitti-uomo-96-2019-calendario-eventi-primavera-2020
9	http://www.vanityfair.it/fashion/news-fashion/2019/06/12/pitti-uomo-96-ospiti-calendario-eventi-giugno-salvatore-ferragamo
10	http://it-it.facebook.com/PittiImmagineUomo/





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 against a desired state or goal.

2. Once a problem is identified, the next step is to define the problem more precisely. This involves determining the scope of the problem and the specific areas that are affected.

3. The third step is to analyze the causes of the problem. This is done by identifying the underlying factors that are contributing to the problem and determining their relative importance.

4. The fourth step is to develop a plan of action. This involves identifying the specific steps that need to be taken to address the problem and determining the resources that will be required.

5. The fifth step is to implement the plan. This involves putting the plan into action and monitoring progress to ensure that the problem is being addressed effectively.

6. The final step is to evaluate the results. This involves comparing the current performance against the desired state and determining whether the problem has been resolved.

7. If the problem has not been resolved, the process may need to be repeated. This involves identifying the reasons why the problem was not resolved and developing a new plan of action.

8. The process of identifying and solving a problem is an ongoing one. It requires continuous monitoring and evaluation to ensure that the problem is being addressed effectively and that the desired state is being achieved.

9. The process of identifying and solving a problem is a complex one. It requires a combination of analytical skills, creativity, and communication skills to be successful.

10. The process of identifying and solving a problem is a key part of many business and organizational processes. It is essential for ensuring that organizations are able to respond effectively to challenges and opportunities.

11. The process of identifying and solving a problem is a critical skill for anyone who wants to be successful in business or in any other field.

12. The process of identifying and solving a problem is a process that can be learned and improved upon. It is a process that is essential for success in any field.

13. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

14. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

15. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

16. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

17. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

18. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

19. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

20. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

21. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

22. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.

23. The process of identifying and solving a problem is a process that is essential for success in any field. It is a process that can be learned and improved upon.