

Business Case

GreenTrails

Riferimento	2023_C03_BC
Versione	2.0
Data	19/12/2023
Destinatario	Azienda GreenSpireAI
Presentato da	Gerardo Festa, Davide La Gamba
Approvato da	

Revision History

Data	Versione	Descrizione	Autori
05/10/2023	0.1	Prime quattro sezioni	Gerardo Festa, Davide La Gamba
14/10/2023	0.2	Aggiunta sezioni rimanenti	Gerardo Festa, Davide La Gamba
17/10/2023	0.3	Modifica paragrafi 7 e 10, modifica e aggiunta fonti	Gerardo Festa, Davide La Gamba
20/10/2023	0.4	Modifica paragrafi 7 e 10, modifica stile paragrafi	Davide La Gamba
29/10/2023	0.5	Modifica paragrafi 7, 8 e 10, Aggiunta paragrafo 11, modifica e aggiunta fonti	Gerardo Festa, Davide La Gamba
02/11/2023	0.6	Modifica paragrafi 7, 8 e 10, Aggiunta paragrafo 11, modifica e aggiunta fonti	Gerardo Festa, Davide La Gamba
03/11/2023	0.7	Revisione dell'intero documento, modifica paragrafi 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11, modifica e aggiunta fonti	Gerardo Festa, Davide La Gamba
16/12/2023	1.0	Modifica paragrafo 7.1.a e revisione intero documento	Gerardo Festa, Davide La Gamba
17/12/2023	1.1	Correzione typo	Gerardo Festa, Davide La Gamba
19/12/2023	2.0	Modifica paragrafo 7 e 11	Gerardo Festa, Davide La Gamba

Sommario

1.	Introduzione/Background	4
2.	Obiettivo di Business	4
3.	Current situation and problem / Opportunity statement.....	4
4.	Critical assumptions and constraints	5
5.	Analysis of options and recommendation	5
6.	Preliminary project requirements	6
7.	Budget estimate and financial analysis	6
7.1.	Costi.....	6
a.	Costi di sviluppo	6
b.	Costi di manutenzione.....	8
c.	Costi di hosting	9
d.	Costi pubblicitari.....	9
e.	Costi di training	9
f.	Costi di customer service	10
7.2.	Benefici	10
a.	Bacino di utenza potenziale	10
b.	Introiti per utente.....	11
7.3.	Controbenefici	12
a.	Riduzione dello staff	12
8.	Schedule Estimate	12
9.	Potential Risks	12
10.	Exhibits	13
11.	Valutazione dell'investimento.....	13
12.	Fonti.....	14

Business Case (BC) del Progetto

GreenTrails

1. Introduzione/Background

L'azienda GreenSpireAI intende divenire leader nel settore della ecosostenibilità fornendo servizi che pongono questo tema al centro di attività quotidiane. L'azienda intende incrementare il volume del proprio business e la propria presenza nel settore, mettendo a disposizione maggiori e migliori servizi ai suoi clienti.

2. Obiettivo di Business

L'azienda GreenSpireAI, tramite il progetto GreenTrails, intende sviluppare un'applicazione web per favorire un turismo ecosostenibile del territorio dei comuni italiani, promuovendo le aziende che investono maggiormente in questo ambito e permettendo ai visitatori di pianificare automaticamente un itinerario di viaggio che abbia un minore impatto sull'ambiente, in modo da aumentare il proprio volume di business e la propria importanza nel settore.

3. Current situation and problem / Opportunity statement

Analizzando la situazione attuale delle applicazioni incentrate sul turismo sostenibile [Fonte 1], è stata notata la presenza di applicazioni che si occupano esclusivamente di favorire la prenotazione di alloggi con una particolare attenzione all'ambiente oppure che si concentrano sulla sponsorizzazione di strutture ecosostenibili o ancora sul fornire informazioni e consigli per viaggi sostenibili.

È stata quindi notata una grande mancanza di un'applicazione in grado di unire molti di questi aspetti e, soprattutto, di pianificare un itinerario di viaggio che abbia un ridotto impatto ambientale, andando anche ad informare sul livello di ecosostenibilità delle attività e alloggi.

L'opportunità presente è quindi quella di inserirsi in questo mercato fornendo un servizio innovativo, automatizzato e basato sulle esigenze dei turisti.

4. Critical assumptions and constraints

I proprietari delle attività devono essere disposti a permettere l'integrazione dei loro sistemi di prenotazione con quello offerto dalla piattaforma. I proprietari dovranno inserire le informazioni di ecosostenibilità sulle proprie attività all'interno dell'applicazione sulla base delle loro certificazioni.

I proprietari delle attività devono essere disposti ad accettare una *fee* sulle prenotazioni alle loro attività effettuate tramite l'applicazione, considerando il possibile beneficio pubblicitario guadagnabile tramite la presenza sul portale.

Nella Sezione 7.2.a. di questo documento sono riportate delle motivazioni per cui le strutture ricettive sarebbero incentivate alla partecipazione alla nostra applicazione.

Il visitatore che utilizza l'applicazione deve essere disposto a centralizzare tutte le prenotazioni per un viaggio all'interno di un'applicazione, che richiede anche una connessione costante a Internet, inserendo le proprie preferenze personali e informazioni sulla durata del viaggio in caso voglia pianificare un itinerario ecosostenibile.

Si assume che l'azienda GreenSpireAI possa rientrare dell'investimento iniziale per lo sviluppo dell'applicazione web in 1 anno.

5. Analysis of options and recommendation

Esistono tre opzioni per tentare di raggiungere un aumento del fatturato. Difatti, l'azienda potrebbe:

- **Non investire sul turismo ecosostenibile.**

In questo caso, l'azienda può continuare a lavorare sulla promozione dell'ecosostenibilità in altri settori, rinunciando all'espansione in questo senso e perdendo la possibilità di raggiungere un nuovo importante bacino di utenza.

- **Investire in pubblicità per le attività che favoriscono l'ecosostenibilità.**

L'azienda potrebbe investire nella pubblicizzazione di queste attività, chiedendo una *fee* a queste ultime e sfruttando la propria rete di utenti attenti alle tematiche ambientali. Tuttavia, gli utenti già fidelizzati potrebbero semplicemente non essere interessati al turismo e il meccanismo di comunicazione potrebbe non essere efficace. Inoltre, gli utenti potrebbero trovare scomodo il dover prendere appuntamenti con ciascuna delle attività in separata sede.

- **Progettare e sviluppare una piattaforma web specializzata a sostegno dell'ecosostenibilità.**

Con questa piattaforma, si potrebbero riunire tutte le attività/alloggi in un unico portale, rendendo l'esperienza immediata per gli utenti.

A seguito di una consultazione con gli stakeholder, la terza opzione viene ritenuta la migliore.

6. Preliminary project requirements

Di seguito vengono riportate le funzionalità principali che caratterizzeranno la piattaforma web:

Registrazione e login del visitatore

1. Ricerca di un'attività da parte del visitatore
2. Prenotazione di un'attività da parte del visitatore
3. Visualizzazione delle prenotazioni effettuate da parte del visitatore
4. Pianificazione intelligente automatizzata di un percorso di attività ecosostenibili per il visitatore
5. Registrazione e login del proprietario di un'attività
6. Registrazione e modifica di un'attività da parte del proprietario dell'attività
7. Immissione e modifica delle informazioni di ecosostenibilità da parte del proprietario dell'attività
8. Modifica dei valori di ecosostenibilità di un'attività da parte di un amministratore
9. Visualizzazione e gestione delle prenotazioni ricevute da parte del proprietario di un'attività
10. Creazione di account amministratore e login

7. Budget estimate and financial analysis

7.1. Costi

a. Costi di sviluppo

Secondo la [Fonte 2], la stima di tempo per la realizzazione di una semplice app che coinvolga un meccanismo di prenotazione, come quello dei viaggi aerei, dovrebbe richiedere dai 3 ai 6 mesi uomo, con un team che potrebbe essere composto da:

- 1 Project Manager
- 2 frontend developers

Progetto GreenTrails - Azienda GreenSpireAI
Dipartimento di Informatica - Università degli Studi di Salerno
Progetto GPS/IS A.A. 2023-2024

- 2 backend developers
- 1 quality assurance analyst
- 1 data scientist

Per un totale di 7 risorse umane. Si stima che i Team Members possano dedicare solo l'80% del loro orario lavorativo a tale progetto, poiché ancora parzialmente coinvolti nei progetti precedenti dell'azienda, mentre il Project Manager possa dedicare il 100% del suo tempo lavorativo.

Si stima che una versione del progetto iniziale con personale interamente dedicato a questo progetto si possa realizzare in 5 mesi di lavoro, tuttavia, considerando la situazione aziendale e di impiego dei dipendenti, questo possa essere realizzato in 6 mesi. Considerando 160 ore/mese per persona, si stima un totale di $(160 \times 6 \text{ mesi} \times 6 \text{ TM} \times 0.8) + (160 \times 6 \text{ mesi} \times 1 \text{ PM} \times 1.0) = 5.568 \text{ ore/uomo}$.

Per la stima degli stipendi è stata considerata la [Fonte 3].

In particolare, è stata stilata la seguente lista di stipendi orari stimati:

- Project Manager: 24€/ora
- Frontend developer: 16€/ora
- Backend developer: 18€/ora
- Quality assurance analyst: 16€/ora
- Data Scientist: 19€/ora

Da queste stime, ricaviamo il prezzo per lo sviluppo iniziale stimato:

$(2 \times 16€ + 2 \times 18€ + 16€ + 19€) \times (160 \text{ ore/mese} \times 6 \text{ mesi} \times 0.8) + (1 \times 24€) \times (160 \text{ ore/mese} \times 6 \text{ mesi} \times 1) = 102.144€$ per il primo anno di sviluppo.

Per quanto riguarda la componente di intelligenza artificiale dell'applicazione, si prevede che questa non necessiti di acquisizione di dati esterni, ma sia incentrata sull'ottimizzazione e pianificazione dei percorsi con i dati già presenti all'interno dell'applicazione circa preferenze degli utenti e informazioni delle attività.

Di questi costi e ore/uomo preventivate, si ritiene di poter sviluppare un primo prototipo dell'applicazione dopo 50 ore/uomo impiegate da ogni Team Member, ovvero dopo circa 300 ore/uomo complessive.

b. Costi di manutenzione

Secondo la [Fonte 4], l'effort di manutenzione di una applicazione compone il 50/75% dell'effort totale. Di questi, considereremo solo il costo della manutenzione correttiva, adattiva e preventiva, in quanto sono i costi più facilmente preventivabili nel nostro caso. Dalla [Fonte 4] la manutenzione correttiva occupa dal 17% al 21% dell'effort di manutenzione, quella preventiva occupa circa il 4% e infine la manutenzione adattiva occupa il 25% dell'effort circa.

Attualmente, si stima che questa applicazione possa avere una durata di operatività di 6 anni. Ipotizzando (dalla [Fonte 4]) che i costi di manutenzione siano circa il 50%, ed essendo i costi di sviluppo iniziale di 102.144€, si stima un costo di manutenzione su 6 anni di altri 102.144€ (1419€ al mese circa). Di questi, consideriamo solo il 19% derivante dalla manutenzione correttiva, 4% da quella preventiva e 25% da quella adattiva, arrivando al 48% di 102.144€, ovvero 49.029€ (681€ al mese circa).

Si suppone che il contenuto di ogni release sarà costante, e poiché la conoscenza sul software nei primi anni di sviluppo sarà ancora elevata, si stima che quindi anche l'effort sarà costante. Per cui, volendo concentrare questa analisi finanziaria iniziale solo sui primi 3 anni di messa in operazione del software (per mancanza di informazioni circa gli anni successivi), stimiamo un costo di:

- 4.086€ (6 mesi) per l'Anno 0,
- 8.172€ l'anno per i successivi 3 anni.

Con questi costi si stima di effettuare per tutti gli anni una manutenzione di tipo correttiva e di tipo evolutiva, basandosi sui feedback degli utenti. Per la manutenzione correttiva non si stimano introiti, mentre la manutenzione adeguativa porterà all'aumento del bacino di utenza, descritto nei successivi punti del documento. Per quanto riguarda le operazioni che si prevede saranno effettuate nella manutenzione adeguativa, queste saranno operazioni che permetteranno a più aziende di integrare in maniera semplice i loro sistemi di prenotazione con quelli della piattaforma GreenTrails.

c. Costi di hosting

I costi di hosting da dover fronteggiare sono proporzionali a quello che sarà il bacino di utenza dell'applicazione nel corso del suo operato.

Per i costi di hosting di seguito riportati ci si è basati sulla stima dei costi di AWS [Fonte 5].

- Anno 0: 710€
- Anno 1: 1.170€
- Anno 2: 2.130€
- Anno 3: 3.500€

d. Costi pubblicitari

L'azienda GreenSpireAI possiede già una clientela fidelizzata e nel target anche dell'applicazione GreenTrails, ovvero persone attente all'ecosostenibilità. Per questo motivo, i costi pubblicitari, almeno per il primo anno, sono ridotti; non è infatti difficile raggiungere questi utenti e potenzialmente convertirli all'utilizzo della nuova piattaforma.

Si stima di dover investire 10.000€ durante il primo anno per la pubblicizzazione del servizio verso i proprietari delle attività e per i nuovi utenti che non conoscono l'azienda.

In seguito, si stima di investire, nei successivi tre anni, rispettivamente 12.000€, 13.000€ e 15.000€, in quanto si suppone di poter concentrare gli investimenti in pubblicità una volta messa in operazione l'applicazione, in modo da raggiungere il restante target di utenza.

e. Costi di training

Per il training sull'utilizzo dell'applicazione, si stima di realizzare alcuni video tutorial da accompagnare al completamento dello sviluppo dell'applicazione. Per la realizzazione di questi video, si stima di impiegare 20 ore/uomo, impiegando un Video Maker con esperienza presente all'interno dell'azienda, con uno stipendio di circa 12€/ora [Fonte 3], ammontando quindi a 240€.

Si prevede la necessità di aggiornare questi video di anno in anno a seguito delle nuove release del sistema.

Per cui, il costo di 240€ sarà da considerare come annuale.

f. Costi di customer service

Per i costi di customer service si prevede di assegnare una figura Customer Care Specialist, stanziando 8 ore/uomo settimanali per la gestione delle richieste di supporto tramite e-mail ed eventualmente chiamate prefissate per i primi 6 mesi di operazione, incrementando le ore a 9 per l'anno successivo, e poi a 12 e 14 per i successivi due anni, a causa dell'incremento del bacino di utenza previsto.

Lo stipendio stimato per questa figura professionale (dalla [Fonte 3]) è di 12€/ora.

Da questo deriviamo i costi per gli anni di sviluppo e manutenzione:

- Anno 0 (primi 6 mesi di operazione dell'applicazione): $(8 \text{ ore} * 4 \text{ settimane} * 6 \text{ mesi} * 12\text{€}) = 2.304\text{€}$
- Anno 1: $(9 \text{ ore} * 4 \text{ settimane} * 12 \text{ mesi} * 12\text{€}) = 5.184\text{€}$
- Anno 2: $(12 \text{ ore} * 4 \text{ settimane} * 12 \text{ mesi} * 12\text{€}) = 6.912\text{€}$
- Anno 3: $(14 \text{ ore} * 4 \text{ settimane} * 12 \text{ mesi} * 12\text{€}) = 8.064\text{€}$

7.2. Benefici

a. Bacino di utenza potenziale

L'analisi finanziaria è stata effettuata sulla base di alcune ricerche sul territorio nazionale e internazionale. Secondo un sondaggio promosso da Junker, app con oltre 2 milioni di utilizzatori specializzata nel facilitare il riciclo dei rifiuti, il 63% degli utilizzatori considera la sostenibilità dell'alloggio un elemento importante nella scelta della residenza turistica. Seppure il sondaggio abbia come campione un target già attento all'ecologia, i numeri restano molto alti. Inoltre, riporta come solo il 10% degli annunci abbia indicazioni sull'ecosostenibilità dell'alloggio. Ciò permette di capire come questo non sia ancora un fattore pubblicitario primario, e suggerisce che l'opportunità di mercato è importante. [Fonte 6]

Considerando che almeno 2 milioni di italiani sono interessati all'ecosostenibilità (utenti dell'applicazione Junker), e che di questi il 63% è interessato al turismo sostenibile, parliamo di una platea di 1.260.000 potenziali clienti.

Inoltre, a livello globale, è previsto un incremento della market size del turismo green del 13.4% entro il 2027, per un totale di 331 miliardi di dollari, come riportato da The Business Research Company. [Fonte 7]

Progetto GreenTrails - Azienda GreenSpireAI Dipartimento di Informatica - Università degli Studi di Salerno Progetto GPS/IS A.A. 2023-2024

La possibilità di rilanciare la propria piccola attività anche grazie all'ecosostenibilità è l'unione di due mondi, quello del turismo green e quello del turismo dei piccoli centri abitati. Secondo un'indagine Coldiretti, infatti, il 72% degli italiani ha deciso di visitare i piccoli borghi della penisola. [Fonte 8]

In Italia, secondo i dati di Italian Hotel Monitor [Fonte 9], gli alberghi hanno un'occupazione media del 64%, dunque la possibilità di promuovere il proprio alloggio su una nuova piattaforma è un'ottima opportunità per i proprietari di queste attività.

Inoltre, la [Fonte 11] indica anche il bacino potenziale di strutture ricettive (hotel e esercizi extra-alberghieri), ovvero 220.457 esercizi ricettivi. In questo Business Case saranno considerati solo questo tipo di attività poiché rappresentano la maggiore fonte di introiti per l'applicazione.

Attraverso gli investimenti pubblicitari e considerando il bacino di utenza attuale dell'azienda, che è attualmente di 160.000 utenti, si stima di raggiungere 20.000 utenti iscritti all'applicazione e 200 esercizi ricettivi al termine dell'Anno 0, prevedendo un incremento a 60.000 utenti e 400 esercizi ricettivi l'anno seguente e a 90.000 utenti e 600 esercizi ricettivi all'Anno 2.

Si ritiene quindi che il numero di potenziali clienti della piattaforma, nel giro di 3 anni dal primo rilascio, possa raggiungere i 120.000 utenti e 800 esercizi ricettivi, grazie soprattutto alla manutenzione evolutiva che sarà performata sull'applicazione.

Questo incremento nel bacino di utenza dell'applicazione trova riscontro in quelli che sono gli obiettivi di business di tale progetto, ovvero l'affermazione dell'azienda all'interno del settore Green e l'ampliamento del volume di business.

b. Introiti per utente

Per quanto riguarda le spese all'interno dell'applicazione, secondo la [Fonte 10] si stima che, per il mercato travel, in media il 12% degli utenti raggiunti effettuino degli acquisti, prenotando quindi attività/alloggi. Ci si aspetta quindi che il conversion rate degli utenti registrati sia più alto. Tuttavia, consideriamo il 12% supponendo che questa percentuale di utenti registrati rappresenti quella che effettua un viaggio ogni anno, e non un singolo acquisto. Si stima che gli utenti paganti effettuino in media un viaggio all'anno di 3 notti (stimato tramite la [Fonte 11]), composto da una prenotazione ad un alloggio, stimata essere di 112€/notte (per 2 persone), e 3 attività, dal costo totale medio di 30€ * 2 persone. Per la stima del prezzo a notte per alloggio, sono stati combinati dati provenienti dalle due Fonti [Fonte 12] e [Fonte 13], considerando i dati più recenti per alberghi a 3 stelle (camera doppia) nei periodi estivi e invernali.

Si ipotizza quindi che un singolo utente pagante effettui le prenotazioni per due persone.

Il modello di guadagno previsto della nostra applicazione sarà composto da commissioni sulle prenotazioni all'interno dell'applicazione stessa. In particolare, si stima di apporre una commissione del 6% ad ogni transazione.

Per l'Anno 0 dell'applicazione, dato che questa sarà in operazione solo per 6 mesi, si stima un average spending di 198€ $((112€ * 3) + (60€)) * 0.5$ per utente pagante, mentre per i successivi anni sarà stimato essere di 396€ $((112€ * 3) + (60€)) * 1$.

Da questi dati, si stima un guadagno di 23.7€ (6% di commissione sul totale di 396€) per utente pagante all'anno.

7.3. Controbenefici

a. Riduzione dello staff

Come già preventivato, i Team Members che lavoreranno sul progetto potranno impiegare solo l'80% del loro tempo lavorativo a causa della concomitanza del lavoro su altri progetti dell'azienda GreenSpireAI, mentre per i Project Manager questo sarà solo del 50%.

Questo porterà inevitabilmente a una diminuzione nell'attenzione e nella produttività sugli altri progetti già attivi, portando a una riduzione della qualità nei software che potrebbe scaturire una diminuzione dell'utenza su quelle determinate applicazioni.

Per tale ragione, si stima una perdita di circa il 5% dell'utenza accumulata sugli altri progetti nel corso dei 4 anni di sviluppo e manutenzione dell'applicazione, ovvero 8.000 utenti. Questa diminuzione è bilanciata dall'acquisizione di un bacino di utenza di circa 120.000 utenti (che però comprendono anche gli utenti che già utilizzano applicazioni dell'azienda), ma tuttavia porterà quindi a una perdita annua di 2.000 utenti, con una perdita di introiti stimata di 8.000€ annui, in quanto si stima che il conversion rate di tali utenti sia del 20%, e che in media ognuno possa portare circa 20€ di introiti all'anno.

8. Schedule Estimate

Si prevede di rilasciare un prototipo dell'applicazione entro il 07/02/2024.

9. Potential Risks

A seguito dell'analisi delle aree di incertezza, emergono i seguenti rischi:

Aziende che scelgono di non pubblicizzare la propria attività sulla piattaforma, in quanto non credono nell'opportunità di ampliare la propria clientela attraverso il fattore pubblicitario dell'ecosostenibilità

Progetto GreenTrails - Azienda GreenSpireAI
Dipartimento di Informatica - Università degli Studi di Salerno
Progetto GPS/IS A.A. 2023-2024

Potenziali clienti che non hanno intenzione di cambiare o aggiungere una nuova piattaforma di prenotazione e continuano a preferire piattaforme che non pongono l'ecosostenibilità al centro dell'esperienza, nonostante sia per loro una tematica importante, a causa di abitudine o mancanza di fiducia. In questo caso, si potrebbe porre particolare importanza alla cura della UI per rendere l'utilizzo confortevole per l'utente.

10. Exhibits

Financial Analysis for GreenTrails					
Created by: Gerardo Festa, Davide La Gamba			Date: 03/11/2023		
Discount rate	8,00%				
Assume the project is completed in Year 0	Year				
	0	1	2	3	Total
Costs	127.484	34.766	38.454	42.976	
Discount factor	1,00	0,93	0,86	0,79	
Discounted costs	127.484	32.332	33.070	33.951	226.838
Benefits	28.512	171.072	256.608	342.144	
Discount factor	1,00	0,93	0,86	0,79	
Discounted benefits	28512	159.097	220.683	270.294	678.586
Discounted benefits - costs	(98.972)	126.765	187.612	236.343	451.748 ← NPV
Cumulative benefits - costs	(98.972)	27.793	215.405	451.748	
ROI →	199%				
	Payback in Year 1				

Per l'Exhibit completo, si fa riferimento al documento C03_BC_EXHIBIT.

11. Valutazione dell'investimento

Come è possibile notare dall'Exhibit, a fronte di un investimento su 4 anni totale di 226.838€ (considerando i discounted costs), si prevede un beneficio di 678.586€, con un ROI del 199%, un NPV di 451.748 € e un ritorno dell'investimento nel primo anno di messa in operazione dell'applicazione. Questi risultati vanno a trovare riscontro negli obiettivi di business del progetto, in quanto l'azienda GreenSpireAI è a scopo di lucro. L'azienda GreenSpireAI è **in grado di sostenere i costi del progetto**, in quanto presenta un fatturato per l'ultimo anno di 1.800.000 €, grazie ai prodotti all'attivo.

12. Fonti

Fonte 1: [Best Apps for Sustainable Travel](#)

Fonte 2: [Flight Booking App Development Cost: Everything You Need to Know](#)

Fonte 3: [Glassdoor](#)

Fonte 4: Hussain, Shahid, et al. "A step towards software corrective maintenance using RCM model." *arXiv preprint arXiv:0909.0732* (2009).

Fonte 5: [AWS pricing](#)

Fonte 6: [Tutti pazzi per la sostenibilità...anche in vacanza? - La differenziata in un blipLa differenziata in un blip \(junker.app\)](#)

Fonte 7: [Ecotourism Market Share, Opportunities, Growth, Analysis, Report To 2032 \(thebusinessresearchcompany.com\) \[Description\]](#)

Fonte 8: [Prezzi: 3 italiani su 4 si rifugiano nei piccoli borghi - Coldiretti](#)

Fonte 9: Trademark Italia - Italian Hotel Monitor - Dati consuntivo 2022

Fonte 10: [Conversion Rate - Code Fuel](#)

Fonte 11: [Dati ISTAT Turismo](#)

Fonte 12: [Barometro dell'Italia, come destinazione turistica, per il periodo invernale del 2022 rispetto al 2019 - Mabrian](#)

Fonte 13: [Barometro della destinazione Italia per il periodo estivo 2022 vs 2019 - Mabrian](#)