



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Analisi dei movimenti turistici in Italia nel 2019

Facoltà di Ingegneria dell'Informazione, Informatica e Statistica
Corso di Laurea in Statistica, Economia, Finanza e Assicurazioni

Candidato

Marco D'Ercole

Matricola 1874366

Relatore

Prof. Anna Conte

Correlatore

Prof. Christian Mongeau Ospina

Anno Accademico 2020/2021

Tesi discussa il 7 Dicembre 2021
di fronte a una commissione esaminatrice composta da:
Prof. Anna Conte (presidente)
Prof. Christian Mongeau Ospina

Analisi dei movimenti turistici in Italia nel 2019

Tesi di Laurea. Sapienza – Università di Roma

© 2021 Marco D'Ercole. Tutti i diritti riservati

Questa tesi è stata composta con L^AT_EX e la classe Sapthesis.

Email dell'autore: marcodercole1999@gmail.com

Indice

Introduzione	1
1 Il fenomeno del turismo	2
1.1 L'evoluzione del turismo negli ultimi decenni	2
1.2 Una lente d'ingrandimento sul turismo in Italia	4
1.3 l'Italia nel confronto internazionale	7
1.4 Spesa e permanenza dei turisti in Italia	9
2 Descrizione dell'indagine: "viaggi e vacanze"	14
2.1 Il questionario	14
3 Analisi statistica	17
3.1 Analisi Descrittiva	17
3.2 Modello di Regressione Lineare e Test Chi Quadrato	26
4 Conclusioni e prospettive future	31
Bibliografia	34
Ringraziamenti	36

Introduzione

Il turismo è un fenomeno sociale ed economico centrale del nostro tempo. I viaggi contribuiscono in maniera molto forte al Prodotto interno lordo mondiale (10,3%) e la spesa dei turisti corrisponde al 6,8% dell'export globale (come riporta lo studio "Economic Impact Report" del World Travel and Tourism Council del 2019). A livello sociale il turismo sta costruendo una nuova visione del mondo: globalizzata, multiculturale e interdipendente. Per questi motivi ho scelto di portare avanti questo studio.

Nel **Capitolo 1**, presenterò un'introduzione al tema attraverso un quadro generale sul turismo in Italia. L'aumento degli spostamenti, il confronto dei numeri tra i Paesi, le nazionalità che più viaggiano verso la penisola italiana, le città italiane più visitate, gli incassi, le quote di mercato, il numero medio di notti, le tipologie di località più visitate.

Nel **Capitolo 2**, presenterò l'indagine svolta dall'Istat "Viaggi e vacanze" portata avanti attraverso un questionario che l'Istituto Nazionale di Statistica ha posto ad alcuni viaggiatori, le informazioni che ho scelto di studiare e gli obiettivi della mia ricerca.

Il **Capitolo 3** sarà dedicato alla mia analisi statistica attraverso valutazioni descrittive, modelli lineari di regressione e Test Chi Quadrato studiando in particolare la componente spesa dei viaggiatori e la durata del viaggio per numero di notti.

Nel **Capitolo 4** infine saranno presentate le conclusioni derivanti dallo studio.

Capitolo 1

Il fenomeno del turismo

1.1 L'evoluzione del turismo negli ultimi decenni

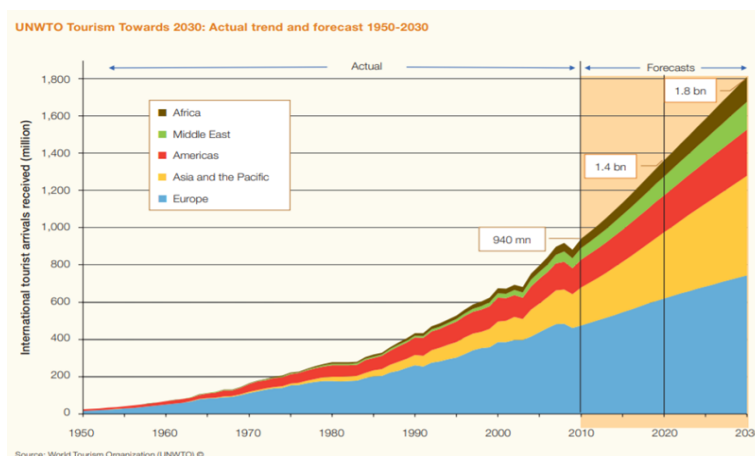
Socrate diceva “Sono un cittadino, non di Atene o della Grecia, ma del mondo”. Negli ultimi decenni questa famosa citazione si è concretizzata sempre di più; infatti, il pianeta si è fatto sempre più piccolo. Ogni cosa è interconnessa, le decisioni di un popolo condizionano quelle di un altro e gli spostamenti tra i territori sono aumentati vertiginosamente.

I numeri dei movimenti turistici nel mondo sono cresciuti in modo esponenziale. Secondo gli studi dell'Organizzazione Internazionale del Turismo (UNWTO), i turisti internazionali nel 1950 sono stati 25 milioni, mentre nel 2015 se ne sono contati 1186 milioni (vedi Figura 1.1).

Secondo i dati dell'UNWTO al 2018 l'Europa conta il 51% degli arrivi internazionali. Al secondo posto vi sono Asia e Oceania col 25% che tuttavia superano il vecchio continente per crescita percentuale. Infatti l'Oriente nel 2018 guadagna un 7% di crescita del turismo in termine di arrivi rispetto al 5% guadagnato dall'Europa. (l'aumento sostanzioso del turismo previsto in Asia e Oceania nei prossimi anni è visibile in figura 1.1).

Anche l'Italia ha visto un grande incremento negli arrivi e nelle presenze. Il documento dell'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale del 2018 permette di visualizzare bene la crescita del turismo tra il 1991 e il 2016. In particolare è aumentato molto il turismo veloce (di breve durata), visto il grande

aumento degli arrivi rispetto alle presenze, soprattutto dall'anno 2001 (vedi Figura 1.2).



Nota: arrivi di turisti internazionali (in milioni) dal 1950 al 2010 e proiezione degli arrivi dal 2010 al 2030 (da riconsiderare data la pandemia Covid-19).

Figura 1.1. CRESCITA DEL TURISMO NEI VARI CONTINENTI DAL 1950 IN POI

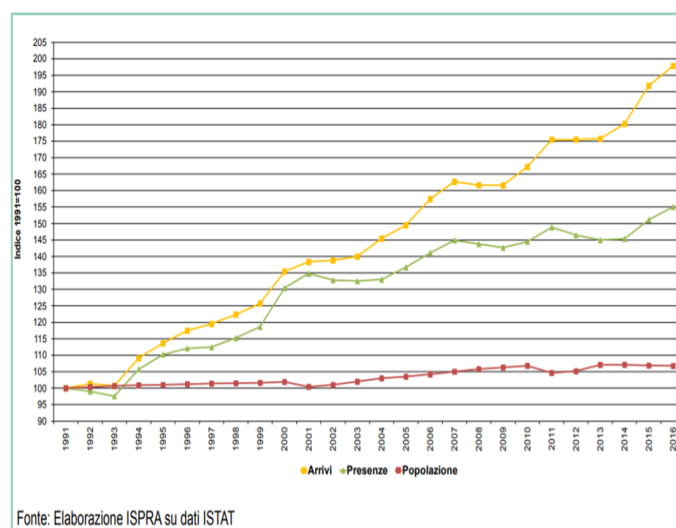
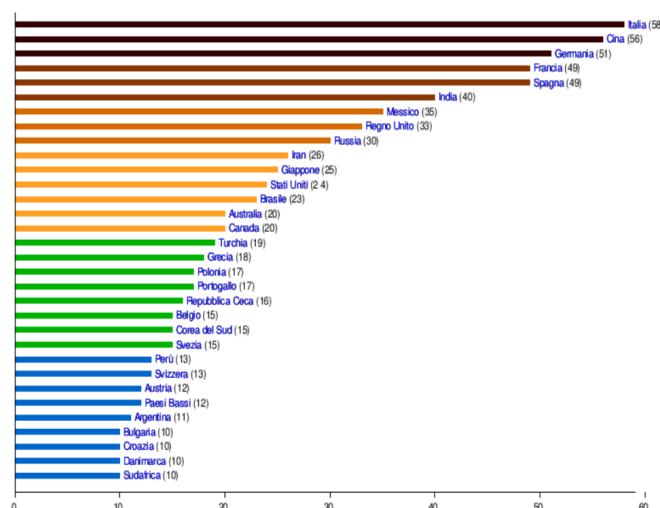


Figura 1.2. ARRIVI E PRESENZE IN ITALIA DAL 1991 AL 2016

1.2 Una lente d'ingrandimento sul turismo in Italia

Il mare, la montagna, il cibo, il *made in Italy* e le città d'arte attirano i turisti. Il Bel Paese è pieno di "gioielli" e, come si vede in Figura 1.3, lo testimonia il fatto che con 58 siti l'Italia è la nazione con più patrimoni UNESCO al mondo nonostante la sua piccola superficie (UNESCO, Luglio 2021).



Nota: Ben 4 nazioni della top 5 sono europee: Italia, Germania, Francia, Spagna.

Figura 1.3. LISTA DELLE NAZIONI CON PIÙ DI 10 PATRIMONI UNESCO

I viaggi e le vacanze degli Italiani in Patria nel 2019 sono stati 71,88 milioni (411,15 milioni di pernottamenti). L'89% per motivi di vacanza. Nel periodo estivo il 37,8% della popolazione aveva fatto almeno una vacanza e la durata media, pari a 8,1 notti, è stata circa il doppio rispetto a quella osservata in altri mesi dell'anno. Il 76,2% dei viaggi ha avuto come meta una località turistica italiana e solo il 23,8% si è recato all'estero. Il Nord è rimasto l'area del Paese che ha attratto più persone (36,6% dei viaggi) sia per le vacanze (in particolare brevi) che per i viaggi di lavoro. (Il Sole 24 Ore, 10 febbraio 2020, e Istat, Report 10 febbraio 2020).

In estate, la destinazione preferita dagli Italiani per le vacanze lunghe è stata la Puglia (12,7%), nel periodo invernale il Trentino Alto Adige (29,5% delle vacanze lunghe). Per lavoro si viaggia soprattutto in Lombardia e Lazio, dove si è concentrato complessivamente oltre il 40% dei viaggi d'affari in Italia.

Nel 2019 il turismo in Italia è arrivato al record di sempre: 436,74 milioni di presenze (+1,8% rispetto al 2018) e 131,38 milioni di turisti (+2,6% rispetto al 2018). Delle presenze totali, 220,7 milioni sono imputabili a turisti stranieri; tra gli arrivi totali, circa il 50% è imputabile a stranieri. (Italia in dati - Il settore del turismo in Italia).

Nel 2019, secondo i dati ISTAT, i turisti stranieri sono arrivati soprattutto da: Germania (12,38 milioni), il Paese europeo più popoloso, con un alto tenore di vita e una forte tradizione di viaggi nel nostro Paese; gli Stati Uniti d'America (6,09 milioni); la Francia (4,74 milioni); il Regno Unito (3,69 milioni).

Il turismo cinese sta assumendo una crescente rilevanza (anche se avrebbero un potenziale più ampio), mentre Brasile e India rimangono ancora piuttosto disinteressanti al Bel Paese (vedi Figura 1.4).

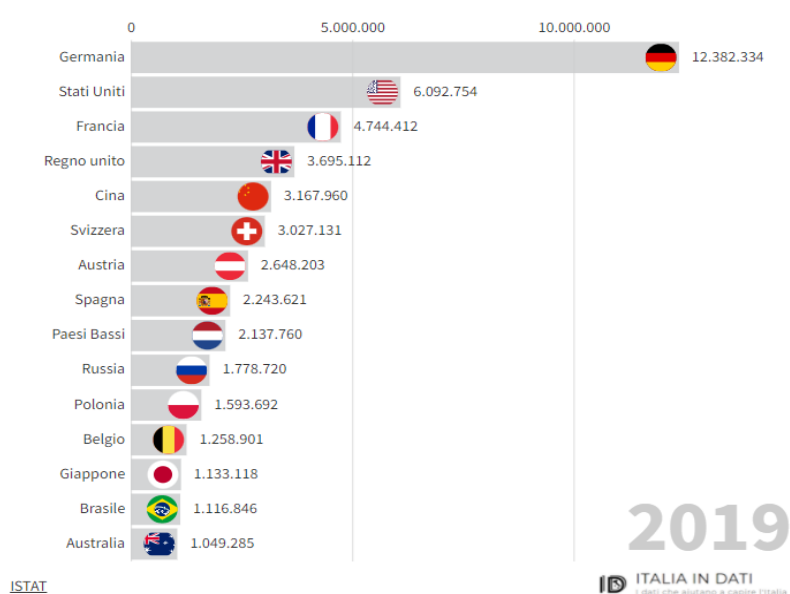


Figura 1.4. CLASSIFICA DELLE NAZIONI CHE PIÙ IMPATTANO NEGLI ARRIVI IN ITALIA

Nonostante i buoni numeri i dati del turismo in Italia non sono tutti positivi, infatti la penisola Italiana ha ancora tante sfide da superare.

In primis, il grande abisso tra i numeri del Sud in confronto a quelli del Nord. Mentre gli arrivi e le presenze del centro-nord sono consistenti, il Mezzogiorno per le bellezze che possiede presenta numeri molto bassi.

I dati Istat del 2019 evidenziano come il 52,7% dei viaggi interni in Italia si concentra nelle 5 regioni più visitate: Emilia-Romagna; Veneto; Toscana; Trentino-Alto Adige; Lombardia. Percentuale che sale al 69,7% se si considerano i turisti non residenti. Non ve ne è nessuna del sud.

Le città più visitate sono Roma (29 milioni di visitatori), Venezia (12,1 milioni), Milano (12,1 milioni). Napoli è la prima meta del sud per gli arrivi ed è 11esima con 3,7 milioni di visitatori. Eccezione rispetto al resto del sud-Italia (vedi Figura 1.5).



Fonte: Infografica Istat

Figura 1.5. LE CITTÀ ITALIANE PIÙ VISITATE

Un problema opposto è quello che riguarda il cosiddetto “turismo mordi e fuggi”: grande afflusso di turisti in aree molto piccole per un periodo di tempo limitato, come avviene a Venezia o alle Cinque Terre. Questo porta ad avere le città piene di visitatori ma senza che essi portino ricchezza al territorio.

L'*overtourism* si traduce in città prese d'assalto da un turismo non di qualità. i viaggiatori non portano ricchezza perchè si fermano poco e visitano solo i posti più famosi e gli abitanti e i lavoratori scappano a causa dell'invivibilità della città e dei prezzi molto alti.

Anche la concentrazione dei turisti, nei mesi estivi, è un problema presente in varie zone della penisola (soprattutto nel mezzogiorno dove è presente la maggior parte delle coste italiane e che ha fatto della balneazione una delle sue attrazioni principali).

Decentralizzare il turismo nel tempo e nello spazio è quindi uno dei problemi attuali più importanti da risolvere per valorizzare al meglio il patrimonio artistico e naturalistico italiano. Ne parla Francesco Palumbo in "*vuoto/pieno. I caratteri della Venezia che cambia*". Il turista deve essere pensato come un residente temporaneo

e non più un "free rider" nel territorio, in modo che arrivando in città sia sempre più una risorsa, protagonista della rigenerazione e rivitalizzazione della città. Le metropoli inoltre devono sostenere i piccoli borghi che hanno più difficoltà a farsi strada tra i grandi poli turistici.

1.3 l'Italia nel confronto internazionale

Analizzando la classifica delle nazioni più visitate al mondo stilata dalla UNWTO, l'Italia si trova in quinta posizione con 65 milioni di arrivi. Cala al sesto posto per gli incassi: 50 miliardi di dollari (vedi Figura 1.6).

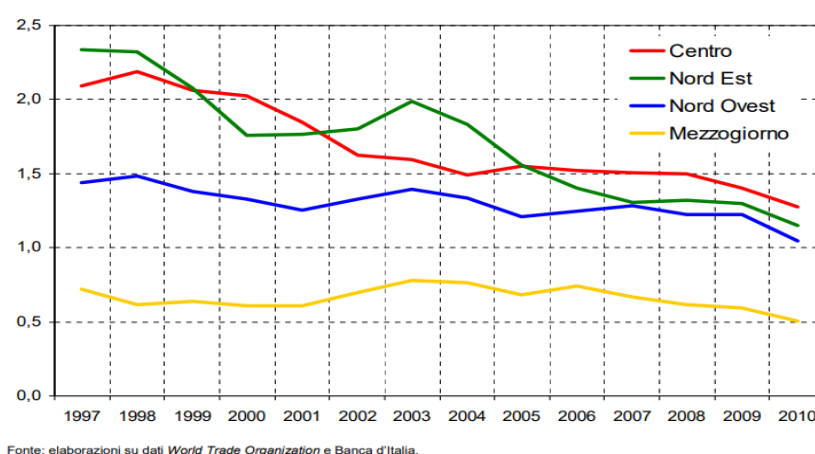


Figura 1.6. TOP 10 DESTINAZIONI PER ARRIVI E SPESE DEI TURISTI INTERNAZIONALI NEL 2019

La classifica mostra sicuramente un ottimo risultato, tuttavia l'Italia deve fare di più e non può appoggiarsi solamente alle bellezze del suo patrimonio. La Francia (89 milioni di arrivi) e la Spagna (84 milioni di arrivi) superano di molto il Bel Paese nonostante la nostra penisola non abbia nulla di meno. E' necessario quindi fare impresa sul turismo in modo da valorizzarlo, custodirlo, innovarlo ed essere competitivi con le altre nazioni.

Negli ultimi decenni infatti, nonostante i numeri dei turisti in Italia siano aumentati, Banca d'Italia mostra come la quota di mercato degli introiti dai viaggi internazionali sia diminuita.

L'Italia nel 1982 richiamava il 7,9% delle entrate turistiche mondiali ed era al secondo posto per quota di mercato. In meno di trent'anni questa cifra si è quasi dimezzata. Nel 2010 era al 4,1%. Il calo maggiore si evidenzia nelle aree del Centro e del Nord Est che con città come Roma, Firenze, Venezia e Rimini sono sempre state le maggiori destinazioni dei turisti stranieri (vedi Figura 1.7).



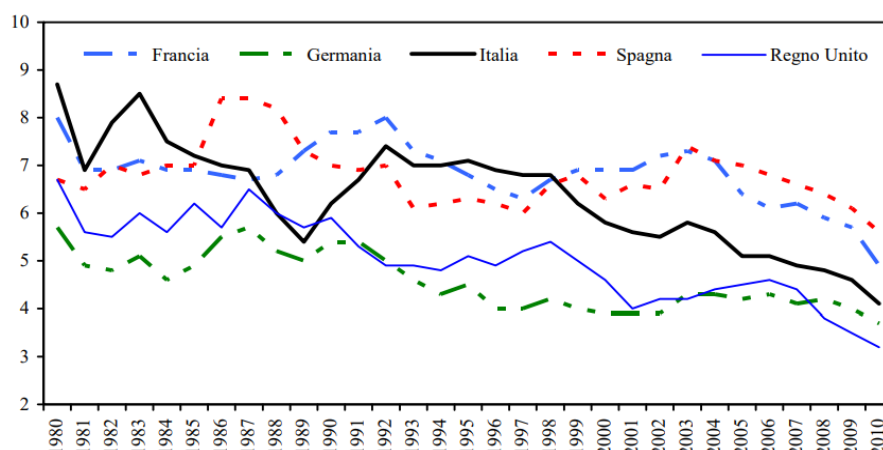
Nota: I valori sono percentuali

Figura 1.7. QUOTE DI SPESA TURISTICA INTERNAZIONALE NELLE AREE TERRITORIALI ITALIANE

Negli stessi anni invece i suoi due principali *competitor*, la Francia e la Spagna, hanno subito riduzioni meno marcate come si vede in figura 1.8 (la quota della prima è scesa dal 6,9 al 4,9%, quella della seconda dal 7,0 al 5,6%).

La diminuzione delle quote di mercato dei Paesi a più antica vocazione turistica è andata a vantaggio di nazioni emergenti sotto il profilo turistico, come la Turchia e la Cina. Queste da una quota di mercato praticamente nulla nel 1980 hanno raggiunto in 30 anni un valore del 2% la prima e un valore del 5% la seconda (vedi Figura 1.9).

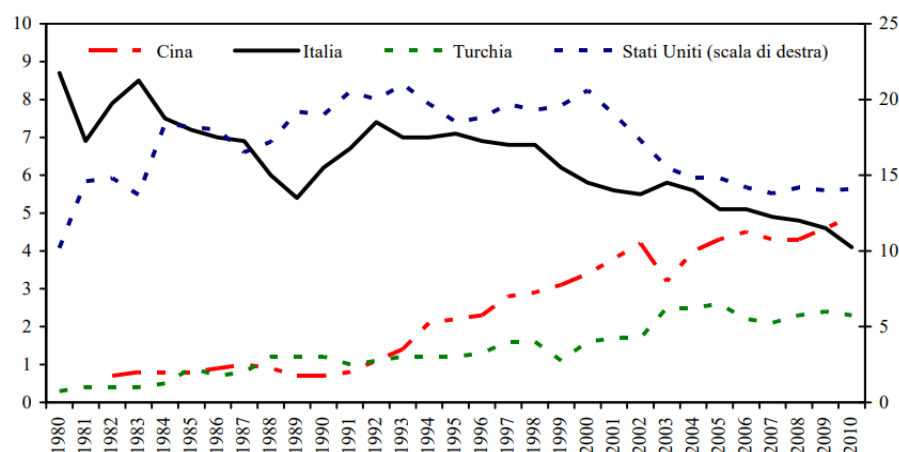
E' necessario quindi non perdere i turisti affezionati al Bel Paese ma puntare anche su turisti che usualmente evitano l'Italia.



Fonte: elaborazioni su dati World Trade Organization e Banca d'Italia

Nota: Valori percentuali; data a prezzi e cambi correnti

Figura 1.8. QUOTA DI MERCATO NEGLI INTROITI DA VIAGGI INTERNAZIONALI: ITALIA E PRINCIPALI PAESI UE



Fonte: elaborazioni su dati World Trade Organization e Banca d'Italia

Nota: I valori sono percentuali; data a prezzi e cambi correnti

Figura 1.9. QUOTA DI MERCATO NEGLI INTROITI DA VIAGGI INTERNAZIONALI: ITALIA E PRINCIPALI PAESI EXTRA UE

1.4 Spesa e permanenza dei turisti in Italia

La bellezza dell'Italia e la sua attrattività portano quindi nella nostra penisola un grande numero di turisti. Questi attraverso le loro spese contribuiscono molto al Prodotto Interno Lordo Italiano. Il Sole 24 Ore nell'articolo "Il turismo resta

il petrolio d'Italia" del 16 gennaio 2020 di Marzio Bartoloni analizza dati molto interessanti: il turismo nel 2019 incide col 13% nel PIL, la spesa dei viaggiatori internazionali è stata di 40 miliardi e 4,2 milioni sono gli occupati in questo settore (siamo leader in Europa).

Il grafico sottostante dell'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale contiene i dati relativi agli arrivi e alle presenze di italiani e stranieri nel 2015 negli esercizi ricettivi divisi per località di interesse turistico.

Le località marine e le città di interesse storico e artistico sono le destinazioni con valori più alti. Interessante è il dato delle località lacuali dove le presenze degli italiani sono di valore molto simile agli arrivi, ciò si traduce in una pratica di turismo "mordi e fuggi" da parte dei turisti interni. Probabilmente si raggiungono queste mete per la maggior parte delle volte come gite fuori porta (vedi Figura 1.10).

Località di interesse turistico	2015					
	Italiani		Stranieri		TOTALE	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
	n.*1.000					
Città di interesse storico e artistico	16.436	42.204	24.612	65.372	41.048	107.576
Località montane	6.511	25.855	4.811	22.107	11.322	47.961
Località lacuali	2.156	5.949	4.881	23.580	7.037	29.530
Località marine	14.997	72.181	9.025	44.331	24.023	116.512
Località termali	2.135	7.032	1.668	5.723	3.803	12.754
Località collinari e di interesse vario	2.261	5.769	2.195	9.387	4.456	15.156
Altre località*	13.857	41.260	7.846	22.124	21.703	63.384
TOTALE	58.353	200.249	55.039	192.625	113.392	392.874
Fonte: Elaborazione ISPRA su dati ISTAT						
Legenda:						
* Comuni e Capoluoghi di provincia non altrimenti classificati						

Figura 1.10. ARRIVI E PRESENZE DI ITALIANI E STRANIERI NEL 2015 IN DIVERSE LOCALITÀ DI INTERESSE TURISTICO ITALIANE

Il grafico seguente (sempre dell'ISPRA) mostra invece le presenze dei clienti italiani e stranieri negli esercizi ricettivi per tipo di località nel 2016 in termini percentuali. Gli stranieri hanno come destinazione principale le città di interesse storico artistico (33,1% rispetto al 21,5% degli italiani), mentre gli italiani viaggiano

soprattutto nelle località marine (35,2% rispetto al 22,9% degli stranieri). Presenze minori si registrano nelle località collinari e di interesse vario (vedi Figura 1.11).

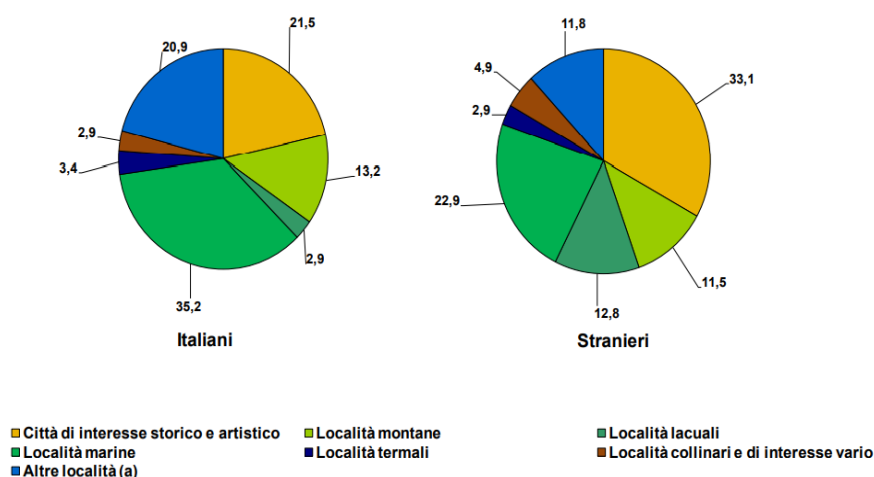


Figura 1.11. PRESENZE DI TURISTI ITALIANI E STRANIERI NELLE DIVERSE LOCALITÀ TURISTICHE ITALIANE IN PERCENTUALE

Un altro dato da analizzare è quello della permanenza media. La seguente tabella elaborata dall'ISTAT mostra come, nonostante gli arrivi siano aumentati con una variazione percentuale sull'anno precedente maggiore del 2,6% tra il 2015 e il 2019, la permanenza media è diminuita da 3,46 notti a 3,32. Questo perchè le presenze non sono aumentate allo stesso ritmo. Probabilmente ciò è dovuto anche alla diffusione dei voli low cost che hanno permesso a molti giovani e clienti con minor reddito di fare viaggi brevi. Purtroppo non è un dato positivo per il nostro Paese perchè ciò si traduce in un turismo di minore qualità e che porta meno introiti sul suolo italiano (vedi Figura 1.12).

La tabella stilata dalla Banca d'Italia racconta meglio la situazione del turismo esclusivamente straniero e in cui sono esclusi i non pernottamenti.

E' visibile un calo tra il 2010 e il 2017 della durata del viaggio per tutte le nazioni. Analizzando il 2017 sono gli austriaci coloro che si fermano meno in Italia (4.5 notti in media) mentre sono i cinesi (11.6 notti in media) coloro che si fermano di più.

ANNI	Arrivi		Presenze		Permanenza media
	Valori assoluti	Variazioni % sull'anno precedente	Valori assoluti	Variazioni % sull'anno precedente	
2015	113.392	6,4	392.874	4,0	3,46
2016	116.944	3,2	402.962	2,6	3,45
2017	123.196	5,3	420.629	4,4	3,41
2018	128.101	4,0	428.845	2,0	3,35
2019	131.382	2,6	436.739	1,8	3,32

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Nota: Anni 2015-2019, valori assoluti in migliaia

Figura 1.12. ARRIVI, PRESENZE E PERMANENZA MEDIA NEGLI ESERCIZI RICETTIVI

Le spese pro-capite giornaliere maggiori arrivano in Europa dal Regno Unito (100 euro), mentre fuori dal nostro continente dal Giappone con ben 253 euro al giorno in media (+103 euro rispetto al 2010!). Tuttavia questi ultimi rappresentano solo lo 0,7% dei viaggiatori stranieri.

Anche a causa della maggiore distanza e alle spese affrontate per arrivare in Italia, i turisti extra continentali si caratterizzano per una maggiore durata media del viaggio e una altrettanto maggiore spesa media giornaliera (vedi Figura 1.13).

In figura 1.14 si riportano infine le spese degli stranieri per motivi di viaggio. Le vacanze nelle località lacuali sono quelle che hanno visto una minore crescita della spesa media pro capite tra il 2004 e il 2017 (solo +5€). La spesa pro-capite maggiore nel 2017 avviene per le vacanze culturali (128€) e subito dopo per quelle di montagna (106€). Tuttavia il mare ha una incidenza sulla spesa totale maggiore rispetto alla montagna (14,7% contro il 3,7%), anche se battuta da quella culturale (che vale ben il 41,9%).

Il turismo è quindi un settore essenziale per la crescita economica del nostro Paese. Obiettivo dell'Italia deve essere quindi quello di capire come attirare turismo di qualità, che abbia durata lunga e non sia della tipologia "mordi e fuggi" e che porti grandi introiti. Ovviamente ciò deve avvenire in modo uniforme su tutta la penisola e non concentrato in pochi poli turistici.

Spesa pro capite giornaliera e durata del viaggio per stato di residenza (1)									
	spesa (var. % media annua)	spesa pro-capite giornaliera (euro a prezzi correnti)		durata media del viaggio (notti)		viaggiatori (in % del totale)		spesa (in % del totale)	
	2010-17	2010	2017	2010	2017	2010	2017	2010	2017
Paesi UE-28	3,2	80	86	6,5	5,8	75,0	74,2	63,0	58,5
Austria	1,7	92	94	4,5	4,5	7,7	6,3	5,1	4,3
Francia	5,3	79	89	6,3	5,4	11,1	12,3	8,8	9,4
Germania	5,2	79	86	6,3	6,0	20,5	21,2	16,4	17,4
Paesi Bassi	3,2	76	82	7,6	6,7	3,6	3,6	3,4	3,1
Regno Unito	5,7	94	100	6,8	6,1	7,2	8,4	7,4	8,1
Spagna	-0,8	83	71	6,6	6,9	5,7	4,5	5,0	3,5
Altri paesi UE	0,1	75	80	7,4	5,6	19,3	17,9	16,9	12,7
Paesi extra UE	6,0	106	131	8,7	7,7	25,0	25,8	37,0	41,5
Australia	7,8	123	152	10,1	9,7	1,2	1,3	2,5	3,1
Canada	10,8	107	140	10,0	10,0	1,3	1,5	2,2	3,3
Cina, R.P.	11,5	112	116	12,7	11,6	0,3	0,5	0,7	1,2
Giappone	9,6	150	253	10,2	10,4	0,8	0,7	2,0	2,8
Russia	3,2	193	153	7,2	6,7	1,4	1,7	3,0	2,8
Stati Uniti	6,0	116	137	11,0	9,7	5,3	5,7	10,8	12,1
Svizzera	1,2	87	102	5,1	4,6	7,3	5,6	5,2	4,2
Altri paesi extra UE	6,2	88	116	10,1	7,5	7,4	8,7	10,6	12,0
Totale	4,3	88	100	7,1	6,3	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Banca d'Italia.

(1) Esclusi i non permottanti.

Figura 1.13. SPESA PRO CAPITE GIORNALIERA E DURATA DEL VIAGGIO PER STATO DI RESIDENZA

Spesa degli stranieri per motivo del viaggio (1)						
(valori percentuali ed euro)						
	incidenza sulla spesa totale			spesa media giornaliera		
	2004	2010	2017	2004	2010	2017
Vacanza	61,7	58,7	69,9	90	98	112
di cui: Culturale	28,2	31,3	41,9	107	116	128
Lago	5,3	5,1	5,0	79	75	84
Mare	13,3	12,8	14,7	69	79	90
Montagna	6,7	3,9	3,7	86	86	106
Altri motivi personali	17,3	18,7	16,4	59	55	62
Viaggio d'affari	21,0	22,6	13,7	95	117	124
Totale	100,0	100,0	100,0	83	88	100

Fonte: Banca d'Italia.

(1) Esclusi i non permottanti. Il 2004 è il primo anno di disponibilità dei dati dettagliati per tipo di vacanza.

Figura 1.14. SPESA DEGLI STRANIERI PER MOTIVI DEL VIAGGIO

Capitolo 2

Descrizione dell'indagine: "viaggi e vacanze"

2.1 Il questionario

Nel 2020 l'Istat ha portato avanti un'indagine relativa all'anno 2019 chiamata "Viaggi e vacanze" contenente 3 file (individui, viaggi ed escursioni). Ho deciso di analizzare in particolare alcune informazioni relative al report "viaggi".

Delle 7 variabili selezionate 2 sono quantitative e 5 sono qualitative. Si ha:

1) SPESA MEDIA GIORNALIERA DEL VIAGGIO:

variabile quantitativa.

Include tutte le spese del viaggio (in euro) ed è data dal rapporto tra la spesa complessiva e il numero di pernottamenti di ogni singolo viaggio.

I valori sono approssimati all'unità.

2) DURATA DEL VIAGGIO IN NUMERO DI NOTTI:

variabile quantitativa.

3) TIPO DI ATTIVITA' PRINCIPALE NEL VIAGGIO:

variabile qualitativa costituita da 8 modalità:

Modalita'	Descrizione
01	Cultura
02	Bellezze naturali
03	Trattamenti di salute/benessere/beauty farm/spa
04	Studio/formazione
05	Pratica di sport (settimana bianca, trekking, escursionismo, caccia o pesca, scuola di vela, rafting, equitazione, ballo
06	Gastronomia, folklore, spettacoli
07	Divertimento, riposo o relax
08	Altro motivo (volontariato, shopping, hobby, eventi sportivi, visita a parchi divertimento, zoo, acquario, etc.)

4) HANNO PARTECIPATO FAMILIARI?

variabile qualitativa con 2 modalità.

Modalita'	Descrizione
1	si
2	no

5) CLASSI DI ETÀ' DEI VIAGGIATORI IN ANNI COMPIUTI:

variabile qualitativa in cui le età dei viaggiatori sono state raggruppate per classi in 8 modalità. non vi è nessun viaggiatore di età minore o uguale a 14 anni. quindi la modalità 1 è uguale a zero.

Modalita'	Descrizione
01	<=14 anni
02	15-24 anni
03	25-34 anni
04	35-44 anni
05	45-54 anni
06	55-64 anni
07	65-74 anni
08	>=75 anni

6) RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DI PROVENIENZA DEI VIAGGIATORI:

variabile qualitativa.

L'Italia è stata divisa in 5 macro aree. Ognuna è una modalità.

Modalita'	Descrizione
1	Nord-ovest
2	Nord-est
3	Centro
4	Sud
5	Isole

7) POSIZIONE NELLA PROFESSIONE DEI VIAGGIATORI:

variabile qualitativa.

4 modalità che descrivono la professione del viaggiatore.

Modalita'	Descrizione
01	Dirigente, direttivo, quadro, impiegato
02	Operaio apprendista lavorante a domicilio per conto d'impresa
03	Imprenditore, libero professionista
04	Lavoratore in proprio, socio cooperativa, coadiuvante, co.co.pro, prestazione opera occasionale

Per quanto riguarda le unità statistiche (i viaggiatori) utilizzati nello studio, ho scelto di eliminare quei turisti che non hanno risposto ad alcune domande e per cui ho quindi valori mancanti.

Nel prossimo capitolo si analizzeranno le precedenti informazioni tramite i programmi R, Excel, Alteryx e Tableau.

Capitolo 3

Analisi statistica

3.1 Analisi Descrittiva

L'indagine nasce dalle risposte di 2056 viaggiatori ai quesiti del questionario ISTAT "Viaggi e vacanze" che ho considerato nello studio. Lo scopo dell'analisi è quella di studiare la spesa media giornaliera del viaggio e la durata del viaggio in numero di notti in funzione delle altre informazioni.

La stragrande maggioranza dei turisti ha segnalato di essersi recata in vacanza per motivi di divertimento, riposo o relax (1173 persone, attività 7). Seguono, ma con minore frequenza, le persone che hanno viaggiato per motivi culturali (311 persone, attività 1) o di bellezze naturali (281 persone, attività 2).

I turisti che hanno risposto al questionario sono state soprattutto persone della fascia d'età 45-54 anni (513 persone, fascia 5), mentre non vi è stato nessun individuo ≤ 14 anni (fascia 1) ad aver risposto.

La maggioranza dei turisti che hanno risposto è un dirigente, direttivo, quadro o impiegato (1223 persone, classe 1). Inoltre la maggioranza proviene dal nord (nord-est, zona 1, 620 persone; nord-ovest, zona 2, 704 persone). Della zona isole, la 5, solo 89 persone hanno risposto.

Infine, 1465 persone (71,25%) hanno effettuato il viaggio con altri componenti familiari mentre il restante (591 persone, 28,75%) in maniera autonoma.

In media, i viaggiatori che hanno risposto al questionario si sono recati in vacanza spendendo 105,31€ al giorno per una durata del viaggio di 5,504 notti (vedi Figura

3.1).

Numero di viaggiatori per attività								numero di viaggiatori per fasce d'età							
attività								Età							
1	2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8	
311	281	45	37	91	43	1.173	75	78	272	375	513	433	268	117	
Numero viaggiatori per professione								Numero di viaggiatori per zona							
professione								zona							
1	2	3	4					1	2	3	4	5			
1.223	398	192	243					620	704	462	181	89			
Numero viaggiatori con famiglia								spesa media		notti medie					
Famiglia															
1: si		2: no						105,31 €		5,504					
1.465		591													

Figura 3.1. VIAGGIATORI PER CATEGORIA E SPESE E NOTTI MEDIE

In Figura 3.2, si può vedere che l'attività che registra un numero medio di notti maggiore è la 7 (divertimento, riposo, relax; con 6,3 notti), segue poi l'attività 2 (bellezze naturali; 5,82 notti) e l'attività 4 (studio/formazione; 5,68 notti). L'attività 6 (gastronomia, folklore o relax) e l'attività 8 (altri motivi) sono quelle che registrano durata minore (rispettivamente 2,93 e 3,02).

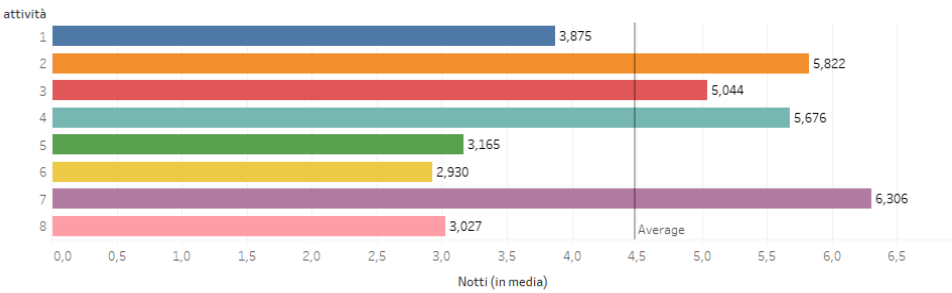


Figura 3.2. NUMERO DI NOTTI (IN MEDIA) PER ATTIVITÀ PRINCIPALE DEL VIAGGIO

Nella Figura 3.3, ho raffigurato quanto vale la spesa media giornaliera per ogni attività. Le vacanze culturali (attività 1, 142,99€), l'attività "altro motivo" (attività 8, 130,93€), le vacanze per gastronomia (attività 6, 127,14€) e le vacanze studio/formazione (attività 4, 125,41€) sono quelle vacanze in cui si spende di più.

Tuttavia l'ammontare totale della vacanza non è proporzionale, infatti ciò dipende dalla durata del viaggio che varia a seconda della tipologia di turismo. Per questo motivo ho applicato al grafico un filtro che permette di visualizzare anche quali sono quelle vacanze la cui durata è maggiore (blu scuro). In questo modo si nota come le vacanze più lunghe siano quelle con spesa media giornaliera minore. Ad eccezione della tipologia 5 (pratica di sport, che ha una durata bassa e una spesa bassa) e della tipologia 4 (studio/formazione, che ha una durata alta e spesa alta).

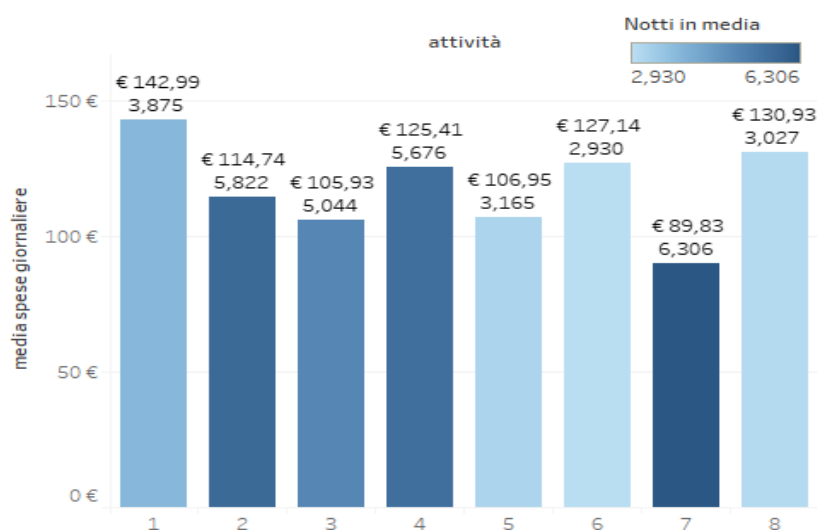


Figura 3.3. SPESA MEDIA GIORNALIERA PER ATTIVITÀ CONSIDERATO IL NUMERO DI NOTTI IN MEDIA

Si prosegue l'analisi con un confronto della spesa media giornaliera per fasce d'età. Come è possibile visualizzare dalla Figura 3.4, i giovani (15-24 anni e 25-34 anni) sono coloro che spendono giornalmente di più in vacanza; rispettivamente 121,88€ e 118,56€. Vi è un crollo invece nelle persone della quarta fascia d'età (93,70€ in media). La deduzione è che molte persone probabilmente iniziano a costruire una famiglia e quindi hanno molte spese però allo stesso tempo non hanno uno stipendio ancora elevato. Le spese tornano ad essere sensibilmente elevate nelle fasce d'età successive (dai 45 ai 74 anni) fino ad avere un nuovo crollo per gli anziani (≥ 75 anni) che tendono a spendere poco in vacanze (81,40€ in media).



Nota: la fascia d'età 1 non è presente perchè non ha partecipato nessuna persona con età \leq di 14 anni.

Figura 3.4. SPESA MEDIA GIORNALIERA PER FASCIA D'ETÀ

Nella Figura 3.5 viene rappresentato il numero medio di notti in base alla fascia d'età. Questo grafico ci permette di scoprire dati molto interessanti, infatti è possibile visualizzare come il numero di notti in media per vacanza aumenti con l'aumentare dell'età. I giovani dai 15 ai 24 anni passano in media in vacanza 4,179 notti fino ad arrivare al picco degli anziani con più di 75 anni il cui viaggio dura in media 8,45 notti. Ciò si deve probabilmente al maggiore tempo e potere d'acquisto che si ha con il crescere dell'età.

A questo punto è possibile creare un piano cartesiano in cui è rappresentato sull'asse x la spesa media giornaliera, sull'asse y il numero medio di notti per viaggio. Ho inoltre deciso di filtrare il risultato (che altrimenti sarebbe un punto), per il tipo di attività nel viaggio. E' infatti l'informazione che causa più dispersione dei dati e per cui è interessante vedere le differenze di durata e costi.

Analizzando quindi la Figura 3.6 si vede che la tipologia di viaggio 4 (studio/formazione) è una vacanza più lunga della media e più costosa. Nel secondo quadrante si hanno invece le tipologie 2 (bellezze naturali), 3 (salute e benessere) e 7 (divertimento, riposo, relax). Queste vacanze e in particolar modo la tipologia 7, presenteranno una spesa giornaliera minore della media ma saranno di durata mag-

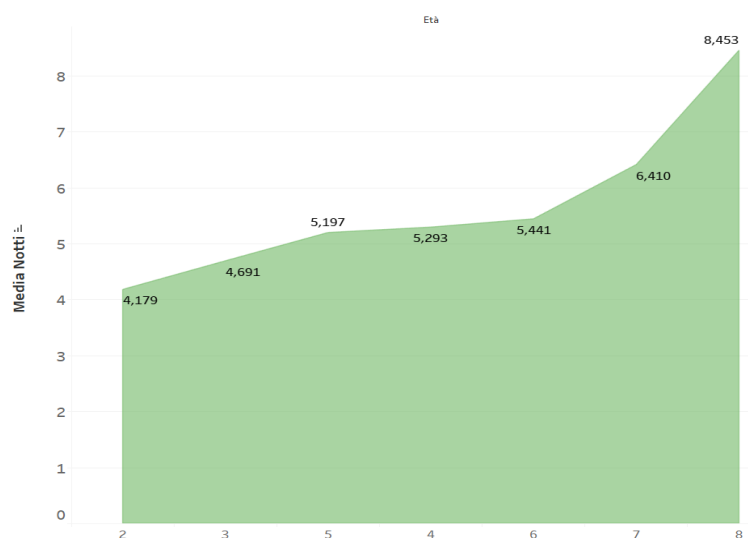


Figura 3.5. NOTTI IN MEDIA PER FASCIA D'ETÀ

giore alla media. L'attività 5 (pratica di sport) invece, è l'unica che presenta valori inferiori alla media sia per la durata che per la spesa. Infine nel quarto quadrante si collocano le vacanze di tipo 6 (gastronomia, folklore), tipo 8 (altro motivo) e 1 (culturali). Queste vacanze saranno mediamente più brevi ma, in particolare la 1, più dispendiose.

I risultati ottenuti presentano tuttavia per alcune attività delle situazioni differenti in base alla fascia d'età, alla professione, alla famiglia o alla zona. Si considerano quindi alcuni di questi casi.

L'attività 4 che presenta una lunga durata in media è un esempio. Infatti analizzando in un piano cartesiano l'attività studio/formazione per le diverse fasce d'età dove sull'asse delle ascisse si ha la spesa giornaliera media e sull'asse delle ordinate si ha il numero medio di notti, si nota che vi è una grande dispersione. Il valore elevato della media notti si deve a vacanze di formazione molto lunghe per le fasce più anziane 7-8 (che però presentano una spesa giornaliera sotto la media). Le fasce centrali presentano invece una spesa quotidiana maggiore della media, mentre le fasce più giovani presentano valori di notti sotto la media e di spesa pari alla media (vedi Figura 3.7).

Applicando il filtro della zona anche alle altre attività si discostano la fascia d'età 15-24 per l'attività 3 (salute e benessere) e 5 (pratica di sport), infatti questi

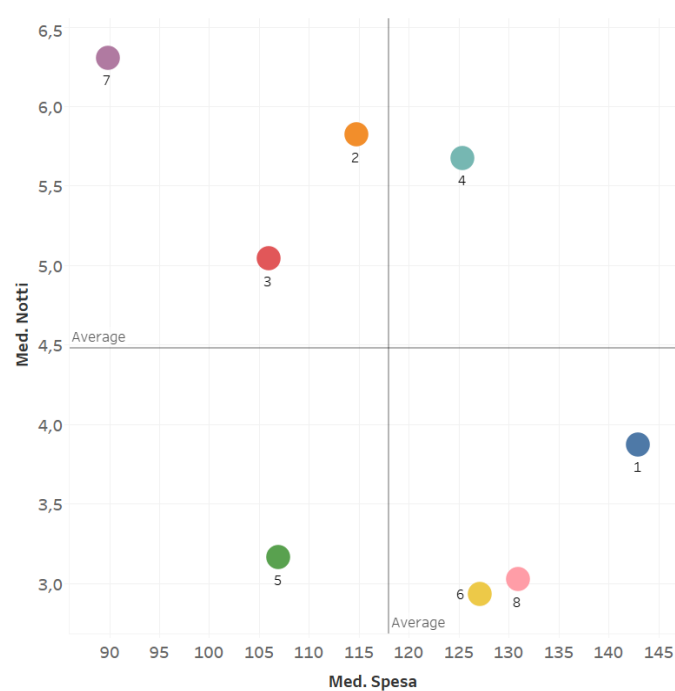


Figura 3.6. SPESA MEDIA GIORNALIERA PER NUMERO DI NOTTI IN MEDIA

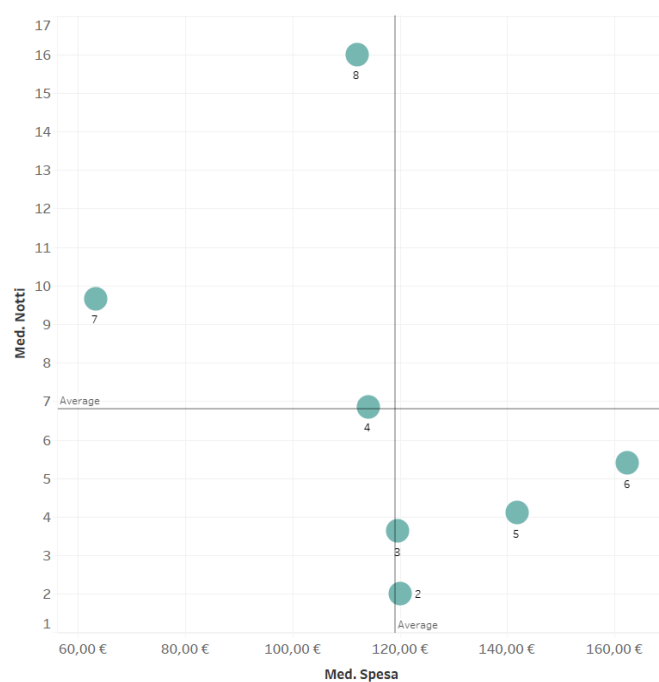


Figura 3.7. SPESA GIORNALIERA MEDIA E NUMERO DI NOTTI IN MEDIA PER L'ATTIVITÀ 4 NELLE DIVERSE FASCE D'ETÀ

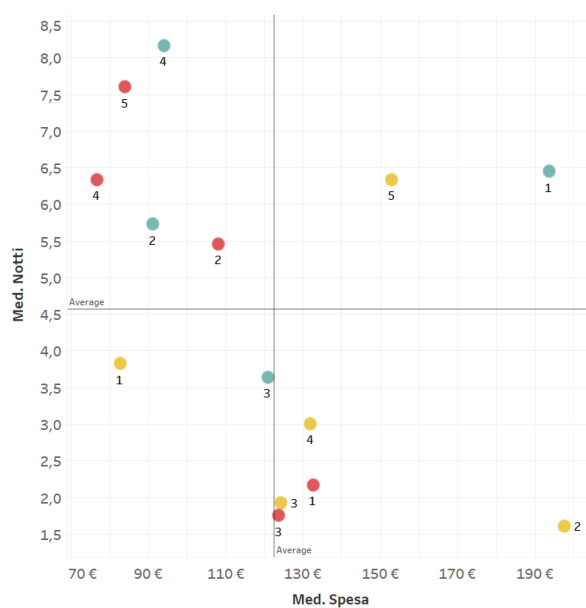
spendono molto più della media ma vi stanno mediamente meno notti; l'attività 8 (altro motivo) per cui gli anziani maggiori di 74 anni, alloggiano leggermente più notti rispetto la media ma spendendo molto meno.

Si passa adesso ai casi differenziati oltre che per attività, per zona. Come si vede nella Figura 3.8 l'attività 3 (salute e benessere) presenta una spesa più elevata nelle zone 1-3 (nord-ovest, centro), ma allo stesso tempo una durata di viaggio molto bassa rispetto alle zone 2,4,5 in cui la durata è maggiore e la spesa minore.

Per quanto riguarda invece l'attività 4 (studio/formazione), la zona 1 (nord-ovest) presenta una spesa molto elevata così come anche una elevata durata di viaggio, mentre le zone 2,4 (nord-est e sud) presentano una alta durata di viaggio ma bassa spesa, la zona 3 (centro) bassa durata di viaggio e spesa in media, mentre la zona 5 non ha effettuato viaggi di questa tipologia.

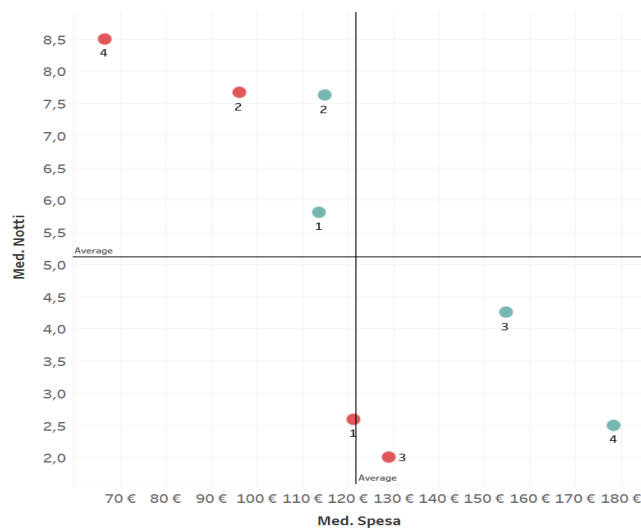
Infine, l'attività 6 (gastronomia, folklore), presenta una spesa e durata elevata nelle isole (zona 5), una spesa elevata e durata bassa in zona 2 (nord-est), nelle zone 3,4 (centro, sud) bassa durata e spesa e nella zona 1 (nord-est) durata media e bassa spesa.

Le professioni dei viaggiatori invece influenzano particolarmente le attività 3 e 4 che abbiamo nella Figura 3.9. Si evince che le vacanze di salute e benessere vengono scelte dalle professioni 1 (dirigente, quadro, impiegato...) e 3 (libero professionista...) per una spesa elevata e bassa durata di viaggio. Mentre professioni 2 (operai...) e 4 (lavoratore in proprio...) preferiscono elevata durata e bassa spesa. Invece le attività di studio sono scelte dalle professioni 1 e 2 per una alta durata e bassa spesa, mentre le 3 e 4 la scelgono per una bassa durata ed elevata spesa.



Nota: l'attività 3 è di color rosso, l'attività 4 è in azzurro, l'attività 6 in giallo. I numeri accanto ai punti rappresentano le zone

Figura 3.8. SPESA GIORNALIERA MEDIA E NUMERO DI NOTTI IN MEDIA PER LE ATTIVITÀ 3, 4 E 6 NELLE DIVERSE ZONE



Nota: l'attività 3 è color rosso, l'attività 4 è azzurro. I numeri accanto ai punti rappresentano le professioni

Figura 3.9. SPESA GIORNALIERA MEDIA E NUMERO DI NOTTI IN MEDIA PER LE ATTIVITÀ 3 E 4 PER LE DIVERSE PROFESSIONI

Concludiamo questa analisi descrittiva con 2 boxplot che permettono di visualizzare la distribuzione delle spese in base alle attività e delle notti in base alle zone. Questi infatti sono i casi in cui si verificano più valori anomali. E' possibile vedere dalla Figura 3.10 che le attività 1, 2 e 7 sono quelle in cui sono state fatte spese eccezionalmente alte rispetto alla media. Molti valori anomali si verificano poi nelle zone 1 e 3 dove vi sono casi di durata di viaggio eccezionalmente lunghi rispetto alla media.

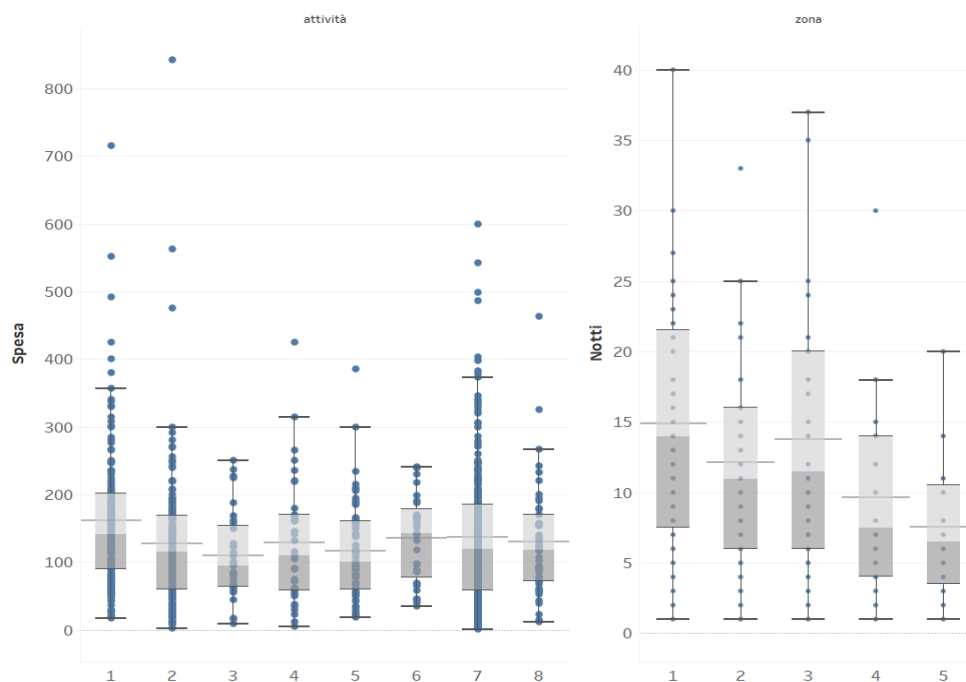


Figura 3.10. DISTRIBUZIONE DELLE SPESE PER ATTIVITÀ E DISTRIBUZIONE DELLE NOTTI PER ZONA

3.2 Modello di Regressione Lineare e Test Chi Quadrato

Si costruiscono due modelli che ci permettono di calcolare uno le spese medie giornaliere e l'altro il numero di notti medio, date le altre informazioni a nostra disposizione. Essendo alcune delle variabili qualitative, è possibile inserirle nel modello trasformandole in variabili dummy. Viene ovvero assegnata una categoria di riferimento (che coincide con una modalità per variabile) e si misura il discostamento delle altre modalità da questa.

Si veda la Tabella 3.1 in cui viene considerata come variabile dipendente la spesa media giornaliera. Vi sono varie differenze statisticamente non significative che non possono essere considerate nel modello. Questo avviene laddove il p-value sia maggiore del limite di confidenza 0,05. In questo caso viene accettata l'ipotesi nulla H_0 per cui non vi è relazione lineare tra variabile dipendente e variabile indipendente. Nel caso dell'accettazione dell'ipotesi alternativa H_1 vi è relazione lineare e ciò avviene se $p\text{-value} < 0,05$.

Non sono statisticamente significative tutte le fasce d'età rispetto alla fascia 2; tutte le zone rispetto alla zona 1; la professione 2 e 4 rispetto la professione 1; l'attività 4 e 6 rispetto l'attività 1. L'unica differenza che influenza positivamente la spesa e per cui quindi la spesa cresce (mantenendo ferme tutte le altre variabili indipendenti) è la professione 3 e l'andare in vacanza senza famiglia (che hanno coefficiente "estimate" maggiore di zero).

Nella Tabella 3.2 invece viene considerata come variabile dipendente il numero medio di notti. Anche in questo caso vi sono varie differenze statisticamente non significative. Hanno $p\text{-value} > 0,05$ la differenza tra tutte le classi di età (ad eccezione della 7 e 8) e la 2, non è significativa la differenza tra la zona 5 e la zona 1, come non è significativa la differenza tra la professione 2 e 4 e la professione 1, non è significativa la presenza di famiglie oppure no e non sono significative le differenze tra attività 3, 5, 6, 8 e l'attività 1. Influenza positivamente il numero di notti la fascia d'età 7 e 8, come lo fa l'attività 2, 4 e 7.

	Estimate	Std.Error	t-value	Pr(> t)
(Intercept)	1.508618	106.425	14.175	<2e-16
eta3	21.390	98.483	0.217	0.82808
eta4	-115.885	96.937	-1.195	0.23204
eta5	-0.8118	94.608	-0.086	0.93162
eta6	-43.097	95.925	-0.449	0.65328
eta7	33.875	100.129	0.338	0.73516
eta8	-168.836	112.967	-1.495	0.13519
zona2	-56.967	42.280	-1.347	0.17801
zona3	-10.950	46.662	-0.235	0.81449
zona4	-116.248	64.201	-1.811	0.07034
zona5	-48.408	86.537	-0.559	0.57596
professione2	-66.904	44.339	-1.509	0.13147
professione3	167.736	58.839	2.851	0.00441
professione4	-50.155	53.063	-0.945	0.34466
notti	-34.251	0.3435	-9.970	<2e-16
famiglia2	385.218	38.200	10.084	<2e-16
attivit�2	-186.026	62.962	-2.955	0.00317
attivit�3	-303.775	121.230	-2.506	0.01230
attivit�4	-216.722	132.034	-1.641	0.10087
attivit�5	-381.839	90.237	-4.232	2.42e-05
attivit�6	-189.443	123.629	-1.532	0.12559
attivit�7	-421.606	49.412	-8.532	<2e-16
attivit�8	-227.169	98.160	-2.314	0.02075

Tabella 3.1. COEFFICIENTI DI REGRESSIONE PER UN MODELLO CON VARIABILE DIPENDENTE LE SPESE

	Estimate	Std.Error	t-value	Pr(> t)
(Intercept)	5.725254	0.691693	8.277	2.26e-16
eta3	0.413800	0.620750	0.667	0.505095
eta4	0.683110	0.611092	1.118	0.263763
eta5	0.781334	0.596136	1.311	0.190119
eta6	1.027795	0.604287	1.701	0.089126
eta7	1.893749	0.629807	3.007	0.002672
eta8	3.463229	0.708359	4.889	1.09e-06
zona2	-1.033951	0.265655	-3.892	0.000103
zona3	-1.321271	0.292689	-4.514	6.72e-06
zona4	-0.910502	0.404530	-2.251	0.024507
zona5	-0.892665	0.545194	-1.637	0.101715
professione2	-0.091247	0.279650	-0.326	0.744238
professione3	-0.770196	0.371254	-2.075	0.038151
professione4	-0.209708	0.334535	-0.627	0.530819
famiglia2	-0.100806	0.246742	-0.409	0.682914
attivit�2	1.590495	0.396179	4.015	6.17e-05
attivit�3	0.523474	0.765297	0.684	0.494044
attivit�4	1.781175	0.831925	2.141	0.032390
attivit�5	-1.032137	0.570871	-1.808	0.070754
attivit�6	-1.288317	0.779255	-1.653	0.098431
attivit�7	1.628055	0.314948	5.169	2.58e-07
attivit�8	-0.734734	0.619376	-1.186	0.235663
spesa	-0.013610	0.001365	-9.970	<2e-16

Tabella 3.2. COEFFICIENTI DI REGRESSIONE PER UN MODELLO CON VARIABILE DIPENDENTE IL NUMERO DI NOTTI

Per concludere svolgo un test del Chi Quadrato tra le variabili "attività", "professioni", "zona", "età" e la variabile "famiglia". L'obiettivo del test è verificare se la relazione fra 2 variabili è statisticamente significativa. Questo viene fatto facendo inferenza sul grado di scostamento tra i valori osservati e i valori teorici. L'ipotesi nulla (H_0) del test è che ci sia indipendenza tra le variabili, ovvero che ad esempio, la proporzione di viaggiatori che decide di partire con la famiglia non dipenda dal tipo di attività del viaggio. L'ipotesi alternativa (H_1) è che invece vi sia dipendenza e la proporzione dei viaggiatori che decide di partire con la famiglia varia in base al tipo di attività. La stessa cosa ho fatto anche tra il partire con la famiglia in base al tipo di professione che il viaggiatore occupa, in base alla sua zona di provenienza e in base alla sua fascia d'età. L'ipotesi nulla viene rifiutata nel caso in cui il p-value è minore del livello di significatività fissato $\alpha (= 0,05)$. In questo caso quindi vi è dipendenza.

I risultati ottenuti ci dicono che (vedi Tabella 3.3) tra le variabili attività e famiglia vi è dipendenza (p-value $< 0,05$), e quindi la proporzione delle persone che sceglie di partire con la famiglia dipende dal tipo di attività. La stessa cosa accade anche tra le variabili età e famiglia (p-value $< 0,05$), quindi l'età condiziona la scelta famiglia sì o no. Invece tra professione e famiglia e zona e famiglia non vi è dipendenza (p-value $> 0,05$). Infatti il lavoro e la provenienza non condizionano la scelta di partire con la famiglia o meno.

	Chi-quadrato	Gradi di libertà	Valore-p
attività	39,68	7	$1,451e^{-06}$
professione	0,71	3	0,8701
zona	4,54	4	0,3374
età	117	6	$2,2e^{-16}$

Tabella 3.3. OUTPUT TEST CHI QUADRATO DI ATTIVITÀ, PROFESSIONE, ZONA, ETÀ RISPETTO AL FILTRO FAMIGLIA

Nella Figura 3.11 è possibile leggere i valori numerici osservati dei viaggiatori che hanno intrapreso il viaggio con o senza famiglia in base al tipo di attività svolto durante il viaggio e in base alla loro fascia d'età. Vi è sempre una maggioranza di persone che preferisce viaggiare con la famiglia ad eccezione della fasce d'età dei più giovani (15-24 anni) e delle vacanze studio/formazione (attività 4) che si distinguono perchè per la maggior parte i viaggiatori partono senza famiglia.

Famiglia	attività							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1: si	215	205	28	15	62	29	872	39
2: no	96	76	17	22	29	14	301	36

Famiglia	Età						
	2	3	4	5	6	7	8
1: si	25	148	293	394	323	201	81
2: no	53	124	82	119	110	67	36

Figura 3.11. VALORI OSSERVATI DEI VIAGGIATORI CHE HANNO SCELTO DI VIAGGIARE CON LA FAMIGLIA IN BASE ALL'ATTIVITÀ DI VIAGGIO E ALLA FASCIA D'ETÀ

Capitolo 4

Conclusioni e prospettive future

L'analisi dei movimenti turistici nel 2019 ha reso più trasparente le scelte preferite da chi viaggia. Tuttavia, ci sono ancora tante ricerche in merito che si potrebbero fare. *In primis* differenziare i viaggiatori stranieri da quelli italiani; in secondo luogo capire come il coronavirus ha modificato le scelte dei turisti.

La pandemia Covid-19 ha "distrutto" infatti molti dei numeri mostrati. Il turismo è calato drasticamente. Eurostat stima che il numero di notti spese nell'Unione Europea dai turisti è calato del 61% nel periodo tra aprile 2020 e marzo 2021 (1,1 miliardi) in confronto all'anno precedente (2,8 miliardi).

Gli anziani, che dal questionario sembra siano coloro che si fermano di più nelle località turistiche, sono sicuramente coloro che hanno rinunciato maggiormente a viaggiare. Come questo ha influito nel settore turistico? Un altro interrogativo è sulla mancanza dei turisti stranieri, che usualmente si recano soprattutto nelle località culturali. Queste dalla mia ricerca sono le località in cui si presenta la spesa più elevata.

E' un punto interrogativo cosa sarà dei prossimi anni. La pandemia è solo una parentesi e poi tutto tornerà come era nel 2019? Oppure il modo di viaggiare e di vivere il turismo è cambiato drasticamente per sempre? Probabilmente sarà un misto di entrambe le cose. Proprio per questo motivo è necessario reinventare il turismo, o almeno capire le esigenze attuali della società.

Ha saputo guardare al presente e al futuro il Comune di Perito, nel Cilento. Questo piccolo borgo è vittima come tanti altri di un grande calo demografico.

La popolazione preferisce spostarsi in città, dove gira l'economia e ci sono più opportunità. Tuttavia sono molte le persone che vorrebbe uscire dal *caos* quotidiano e la possibilità di lavorare in *smart working* con l'avvento della pandemia Covid-19 è stata la chiave di svolta di questo piccolo comune. Infatti Perito ha unito le nuove esigenze della società con altri modi di attrarre persone ed ha avviato una serie di iniziative per lo sviluppo turistico dell'area mediante l'impiego e la fruizione delle nuove tecnologie digitali (Vittorio Amato, Stefano De Falco, 2019).

Parlare di turista e parlare di migrante diventa quindi quasi più sempre la stessa cosa. Certo, i primi si muovono essenzialmente per lati ricreativi e per un lasso di tempo minore, mentre i secondi per motivi strumentali e per più tempo. Tuttavia sono entrambi il risultato del processo di globalizzazione che influenza il flusso di mobilità postmoderno come studiato da Harvey nel 1990 (Pierluigi Musarò, Melissa Moralli, 2018).

Il sud, con il costo della vita più basso, i bei paesaggi e il buon cibo, e infine gli affetti degli italiani che avevano lasciato il mezzogiorno per lavoro, può quindi puntare con il cosiddetto "*south working*" ad attrarre molti lavoratori. L'indagine svolta da Datamining per conto di Svimez stima che 45mila lavoratori sono tornati al Sud per lavorare a distanza e secondo l'associazione *South-Working*, l'85,3% degli intervistati tornerebbe a vivere al sud se fosse consentito loro di lavorare da remoto (Valeria Balocco, 2020).

La digitalizzazione può essere un passo importante anche per far conoscere i piccoli borghi tagliati fuori dal turismo. Ne parla il Ministro del Turismo Garavaglia presentando il progetto "Caput Mundi" dal valore di mezzo miliardi di euro nel PNRR, a sostegno non solo di Roma ma di tutto il territorio vicino: "Il digitale può aiutare tantissimo per fare conoscere al turista la ricchezza che c'è fuori dai normali itinerari" (Ministro Garavaglia, 5 giugno 2021).

Oltre a rivedere le priorità delle proprie strategie, le imprese turistiche sono chiamate a verificare anche i propri target commerciali. Capire come richiamare i turisti fidelizzati, che più facilmente torneranno nel Bel Paese, ma anche spingere sul turismo di prossimità, ovvero sui residenti italiani che hanno avuto poco modo di conoscere veramente a fondo il Paese negli ultimi anni. Il 40% dei connazionali

infatti preferiva fare viaggi all'estero prima della pandemia (Consiglio Nazionale delle Ricerche e Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo, Maggio 2020).

Che sia questo il momento per riscoprire il nostro territorio e quei 58 siti Unesco che portano l'Italia in alto nelle classifiche tra le destinazioni turistiche del mondo? Le sfide che si presentano al Bel Paese sono tante e difficili ma si spera che dopo la morte del turismo nel 2020 arrivi per questo settore la sua resurrezione.

Bibliografia

- [1] Banca d'Italia - Andrea Petrella e Roberto Torrini, Guglielmo Barone, Enrico Beretta, Emanuele Breda, Rita Cappariello, Giuseppe Ciaccio, Laura Conti, Francesco David, Petra Degasperi, Angela Di Gioia, Alberto Felettigh, Andrea Filippone, Giovanna Firpo, Massimo Gallo, Paolo Guaitini, Giulio Papini, Patrizia Passiglia, Fabio Quintiliani, Giacomo Roma, Valentina Romano e Diego Scalise, "*Questioni di Economia e Finanza - turismo in Italia: numeri e potenziale di sviluppo*", Occasional Papers numero 505, Luglio 2019.
- [2] Consiglio nazionale delle ricerche, Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo, "*Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia*", Supplemento alla XXIII Edizione del Rapporto sul Turismo Italiano, Maggio 2020.
- [3] Eurostat, "*EU tourism down by 61% during the pandemic*", 25 Giugno 2021.
- [4] Francesco Palumbo, Sara Marini, Monica Centanni, Laura Fregolent, Alberto Ferlenga, Nicola Emery, don Gianmatteo Caputo, Massimiliano Locatelli, Patrizia Pisaniello, Lorenzo Braccesi, Maddalena Bassani, Diego Calzon, Angela Vettese, Ilaria Bramezza, Daniela Lazzarini, "*Vuoto/Pieno. I caratteri della Venezia che cambia*", La rivista di engramma, aprile 2018.
- [5] Istat, "*Viaggi e vacanze in Italia e all'estero - Anno 2019*", 10 febbraio 2020.
- [6] Istat, "*infografica Istat, luglio 2019.*"
<https://www.istat.it/it/files/2019/07/infograficaIT.pdf>
- [7] Istat, "*Annuario statistico italiano Istat*", 2020.

- [8] Istat, " *Viaggi e vacanze: file ad uso pubblico - anno 2019*", 24 giugno 2020.
<https://www.istat.it/it/archivio/178695>
- [9] Italia in dati, " *Il settore del turismo in Italia*", 2020.
- [10] Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale - Giovanni Finocchiaro, Silvia Iaccarino, " *Turismo, numero 5*", annuario 2018.
- [11] Il Sole 24 Ore - Marzio Bartoloni " *Il turismo resta il petrolio d'Italia: «Oltre 40 miliardi nel 2019, ora diversificare»*", 16 gennaio 2020.
- [12] Il Sole 24 Ore, " *Rallenta il turismo degli italiani nel 2019, viaggi giù del 9%*", 10 febbraio 2020.
- [13] Ministro Garavaglia - Ministero del Turismo, " *Il turismo dopo la pandemia*", 7 Giugno 2021.
- [14] UNESCO, *Lista Patrimoni dell'Umanità – Luglio 2021*.
<https://whc.unesco.org/en/list/>
- [15] Pierluigi Musarò, Melissa Moralli, " *Tra erranza e restanza. Turismo e intercultura per lo sviluppo delle aree interne*", 2018.
- [16] UNWTO: World Tourism Organization, " *International Tourism Highlights 2020 Edition*", Edizione 2020
- [17] Valeria Balocco - Corriere Comunicazioni, " *Lo smart working in grande spolvero al Sud Italia: 45mila i lavoratori agili*", 16 novembre 2020.
- [18] Vittorio Amato, Stefano De Falco, " *Valorizzazione turistica e nuove tecnologie digitali. Le aree interne rurali prossime a circuiti turistici consolidati e il caso dei piccoli borghi interni del Cilento*", Annali del Turismo, VIII, 2019, Edizioni Geoprogress.
- [19] World Travel and Tourism Council, " *Economic Impact Report 2019*", anno 2019.

Ringraziamenti

L'università è un percorso di crescita formativo ma anche e soprattutto umano. E' attraverso l'Università infatti che si arriva a trovare il proprio posto nel mondo, capire che contributo dare alla società e la laurea è uno dei primi traguardi che si raggiunge attraverso le proprie scelte e i propri sforzi.

La pandemia Covid-19 ha fatto capire alla società quanto sia importante all'università il confronto, le relazioni umane, l'arricchimento nella condivisione. Nei momenti difficili di lockdown mi sono accorto di quanto la presenza dell'altro sia essenziale per la propria crescita. Per questo motivo ci tengo a fare dei ringraziamenti.

Voglio ringraziare prima di tutto i miei nonni, in particolare nonno Osvaldo. Fin dall'inizio hanno seguito il mio percorso di studi ed hanno tifato per me, gioito per i miei successi e incoraggiato nei momenti più difficili. Ringrazio con loro i miei genitori e i miei fratelli che sono stati sempre presenti nei momenti in cui avevo bisogno di un confronto.

Voglio poi ringraziare i miei professori. Coloro che mi hanno fatto appassionare alle materie di studio e per cui l'Università non è diventata un dovere ma un interesse. In particolar modo ringrazio la Professoressa Anna Conte che mi ha seguito in questa tesi.

Grazie ai miei compagni di corso. In particolare ringrazio Riccardo S., mio compagno d'avventura in questi 3 anni. Siamo stati uno la spalla dell'altro. La sua presenza è stata fondamentale nel confronto, nello studio, in particolar modo durante il periodo di pandemia in cui la sfida dell'Università a distanza è stata grande e con cui ci siamo dati forza a vicenda studiando insieme ore e ore in videochiamata. Ringrazio Jasmine. Con lei ho iniziato questo percorso, c'è stato un sincero e costante aiuto. Con lei ho formato il mio gruppo di amici e l'Università è diventata anche

un posto di socialità. Ringrazio poi Riccardo P., Lucia, Leonardo, Giulia, Nadia, Chiara, Nicolò, Paolo, Stefano, tutte persone fondamentali con cui ho condiviso tanto e con cui c'è stato un aiuto reciproco.

Ringrazio infine i miei amici, sono come la mia famiglia e li ho sentiti sempre lì accanto a me, in ogni momento. Sono tanti ma ci tengo in particolare a ringraziare coloro con cui ho condiviso in questi anni paure, tensioni, successi, e con cui i giorni grigi del lockdown ho studiato insieme fino a tarda notte in videochiamata o in biblioteca quando era impossibile andare in Università. Grazie ad Alessandro, Grazie a Fabiola, Grazie a Chiara, Grazie a Edoardo, Grazie a Marta, Grazie a Serena, Grazie a Cecilia, Grazie a Nicolò e Grazie soprattutto al mio migliore amico Andrea. Sei più di un fratello per me ed è difficile dire quindi quanto sei importante. Nei momenti brutti e belli tu eri lì con me. Mi hai spronato, mi sei stato accanto, ed è grazie alla tua presenza se ho passato tanti esami, perchè andare a studiare insieme rendeva tutto più bello.

Momenti difficili non nascondo ce ne sono stati, ho ancora impresso lo studio matto e disperato fino a tarda notte nella propria camera in videochiamata. Ma studiare insieme ci ha permesso di non arrenderci. E quando gli ostacoli sembravano insuperabili ci siamo stati l'uno per l'altro. Ricordo un momento in videochiamata studio con Andrea alle 2 di notte in cui eravamo stanchi e giù di morale. "Come sarebbe bello arrivare direttamente alla Laurea?" "Adesso forse sembra tutto così difficile, ma quando si arriverà in fondo saranno queste le cose che ci faranno venire il sorriso sul volto e che daranno valore alla Laurea: la fatica, i momenti difficili superati insieme, le videochiamate fino alle 2 di notte, la gioia condivisa e i piccoli successi avuti esame dopo esame."

Quei momenti li porto ora con me nel cuore e a conclusione del mio percorso posso dire che la meta non è altro che il viaggio.