



Sostenere il turismo: come il Covid-19 influenzerà il viaggio del futuro

Fabio Corbisiero^a

(a) Università degli Studi di Napoli Federico II, mail fabio.corbisiero@unina.it.

To cite this article: Corbisiero, F. (2020), Sostenere il turismo: come il Covid-19 influenzerà il viaggio del futuro, *Fuori Luogo. Rivista di Sociologia del Territorio, Turismo, Tecnologia*. volume 7 – numero 1/2020. Pp 69 - 79.

DOI: 10.6092/2723-9608/7177

To link to this article: <https://doi.org/10.6092/2723-9608/7177>



Submission date: 10 August 2020.

Revised: 5 September 2020.

Published: 23 September 2020.

ABSTRACT

Supporting Tourism: How Covid-19 Will Affect Travel in the Future

The new Corona Virus (COVID-19) is challenging the world. Without warning, without vaccine and without sufficient medical and health care capacity for the pandemic, non-pharmaceutical interventions, especially those of social distancing and quarantine, are the main strategy to contain the spread of the virus. Global mobility restrictions and the cancellation of all tourism-related activities are causing the most serious disruption of the global economy since World War II. The COVID19 pandemic has surprised the tourism industry more than the terrorist attacks, earthquakes, tsunamis or social and financial disasters of the past decade have done in the last twenty years. With international travel bans affecting over 90% of the world's population and widespread restrictions on gregarious relationships, tourism has largely ceased since March 2020. To date, statistical data on the impacts of canceling hotel bookings, air travel, cruises and the food and wine chain are devastating. Although highly uncertain, first projections from the World Tourism Organization for this year 2020 suggest that international arrivals could decrease by 20-35% compared to 2019. Particularly susceptible to measures to counter the Corona Virus pandemic due to reduced mobility and social distancing, contemporary tourism is under the interpretative lens of sociology, especially in terms of the future. Forecasting analysts (Barlow et al., 2016) emphasize the role of "anthropogenic" disasters in the future of tourism, characterized

KEYWORDS

Future Of
Tourism, Global
Change,
Pandemics,
Crisis,
Tourism On
Demand

Full Terms & Conditions of access and use can be found at <http://www.serena.unina.it/index.php/fuoriluogo/about>



Submit your article to this journal

<http://www.serena.unina.it/index.php/fuoriluogo/about/submissions>



REDAZIONE@FUORILUOGO.INFO



+39 081 2535883



FUORILUOGO



RIVISTA FUORI LUOGO

by human interference with the natural environment, from deforestation to the conversion of the remaining natural habitat (Lade et al ., 2020). In particular, climate change also exacerbates the risk of pathogen outbreaks, as climate change will lead to human migration and diasporas, for example due to advanced drought, floods, fires (VSF, 2018). This forecasting framework obliges us to rethink forms of spatial adaptation of tourist flows that concern not only mobility, but also the relationship between the tourist community and the host community. The COVID-19 pandemic is expected to lead to a critical reconsideration of the global volume growth pattern for tourism, for reasons related to the risks involved in global travel and the tourism industry's contribution to global pollution, climate change and, more in general, the socio-cultural instability of certain geographical areas of the world. This abstract proposes a reflection on the theme of the future of tourism by comparing, through a forecast analysis, the impacts of COVID-19 with previous epidemics and other types of social disasters and illustrating how the pandemic will change global tourism. The focus of the paper will be on how and why it is necessary to question the tourism model of growth in the volume of flows supported by UNWTO, ICAO, CLIA, WTTC and other world tourism organizations, limiting the tourist carrying capacity of the territories and providing tourism "on demand".

Full Terms & Conditions of access and use can be found at <http://www.serena.unina.it/index.php/fuoriluogo/about>



Submit your article to this journal
<http://www.serena.unina.it/index.php/fuoriluogo/about/submissions>



REDAZIONE@FUORILUOGO.INFO



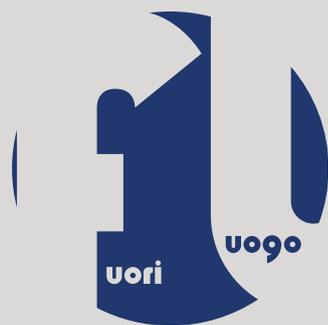
+39 081 2535883



FUORILUOGO



RIVISTA FUORI LUOGO



Fuori Luogo

Rivista di Sociologia del Territorio,
Turismo, Tecnologia

Anno IV - Volume 7 - Numero 1 - Settembre 2020

FedOA - Federico II University Press

ISSN (on line) 2723-9608 - ISSN (print) 2532-750X

SOMMARIO

Rischio globale e distanziamento sociale durante gli eventi pandemici da Covid-19
Anna Maria Zaccaria, Sara Zizzari

Epidemics and Pandemics: What Lessons from History?
Philippe Clairay

Vulnerabilità e sociologia dell'incertezza
Fiammetta Fanizza

Emergency (Im)Mobilities. Insights from the Covid-19 Pandemic in Italy
Luca Daconto, Simone Caiello, Matteo Colleoni

Il ruolo della Polizia locale nel contenimento dell'emergenza pandemica
David Ferrante

Affrontare la Pandemia Covid-19: cronache dai pascoli
Domenica Farinella, Giulia Simula

Dreaming of Remoteness, Coping with Emptiness in Post-Lockdown (Under)Tourism Scenarios for the Inner Areas of Southern Italy: A Fieldwork Based Reflection
Emilio Cocco, Anna Farrell Mines, Rita Salvatore

Sostenere il turismo: come il Covid-19 influenzerà il viaggio nel futuro
Fabio Corbisiero

Le strategie delle DMO regionali al tempo di Covid-19
Marcella De Filippo, Angelo Bencivenga, Delio Colangelo, Angela Pepe

Fake news ai tempi del Covid-19. L'uso del fact checking per contrastare l'epidemia della disinformazione
Antonio Russo

Media Habits and Covid-19. Using Audio-Diaries Technique to Explore "Official" Information Consumption
Veronica Moretti, Anwesha Chakraborty

From a Biological Entity to a Social Monster.
A Semiotic Construction of the Coronavirus During the Covid-19 Pandemic
Sebastián Moreno Barreneche

Sezione Fuori Luogo

Nuove tecnologie e mobilità turistica
Antonella Perri, Tullio Romita

Lecture a 3 T

"Local society matters. La società diffusa negli studi di Gian-Luigi Bulsei"
Enrico Ercole

Incontro Fuori Luogo

Intervista a Derrick de Kerckhove
Rosanna Marino

FUORI LUOGO

Anno IV - Volume 7 - Numero 1
Settembre 2020 – Semestrale

Sommario

9. Rischio globale e distanziamento sociale durante gli eventi pandemici da Covid-19

Anna Maria Zaccaria, Sara Zizzari

13. Epidemics and Pandemics: What Lessons from History?

Philippe Clairay

19. Vulnerabilità e sociologia dell'incertezza

Fiammetta Fanizza

27. Emergency (Im)Mobilities. Insights from the Covid-19 Pandemic in Italy

Luca Daconto, Simone Caiello, Matteo Colleoni

37. Il ruolo della Polizia locale nel contenimento dell'emergenza pandemica

David Ferrante

41. Affrontare la Pandemia Covid-19: cronache dai pascoli

Domenica Farinella, Giulia Simula

53. Dreaming of Remoteness, Coping with Emptiness in Post-Lockdown (Under)Tourism Scenarios for the Inner Areas of Southern Italy: A Fieldwork Based Reflection

Emilio Cocco, Anna Farrell Mines, Rita Salvatore

69. Sostenere il turismo: come il Covid-19 influenzerà il viaggio nel futuro

Fabio Corbisiero

81. Le strategie delle DMO regionali al tempo di Covid-19

Marcella De Filippo, Angelo Bencivenga, Delio Colangelo, Angela Pepe

89. Fake news ai tempi del Covid-19. L'uso del fact checking per contrastare l'epidemia della disinformazione

Antonio Russo

97. Media Habits and Covid-19. Using Audio-Diaries Technique to Explore "Official" Information Consumption

Veronica Moretti, Anwasha Chakraborty

105. From a Biological Entity to a Social Monster.

A Semiotic Construction of the Coronavirus During the Covid-19 Pandemic

Sebastián Moreno Barreneche

Sezione Fuori Luogo

117. Nuove tecnologie e mobilità turistica

Antonella Perri, Tullio Romita

Lecture a 3 T

125. Local society matters. La società diffusa negli studi di Gian-Luigi Bulsei

Enrico Ercole

Incontro Fuori Luogo.

129. Intervista a Derrick de Kerckhove

Rosanna Marino

DIRETTORE

Fabio Corbisiero (Università degli Studi di Napoli Federico II)

✉ direttore@fuoriluogo.info

CAPOREDATTORE

Carmine Urciuoli

✉ caporedattore@fuoriluogo.info

COMITATO SCIENTIFICO

Fabio Amato (Università degli Studi di Napoli L'Orientale), Enrica Amato (Università degli Studi di Napoli Federico II), Francesco Antonelli (Università degli Studi Roma Tre), Adam Erik Arvidsson (Università degli Studi di Napoli Federico II), Elisabetta Bellotti (University of Manchester), Erika Bernacchi (Università degli Studi di Firenze), Kath Browne (UCD - University College Dublin), Amalia Caputo (Università degli Studi di Napoli Federico II), Gilda Catalano (Università della Calabria), Matteo Colleoni (Università degli Studi di Milano Bicocca), Linda De Feo (Università degli Studi di Napoli Federico II), Abdelhadi El Halhouli (Université Sultan Moulay Slimane – Beni Mellal – Maroc), Domenica Farinella (Università degli Studi di Messina), Monica Gilli (Università degli Studi di Torino), Mariano Longo (Università del Salento), Mara Maretti (Università degli Studi di Chieti Gabriele d'Annunzio), Giuseppe Masullo (Università degli Studi di Salerno), Pietro Maturi (Università degli Studi di Napoli Federico II), Antonio Maturò (Università di Bologna Alma Mater Studiorum), Khalid Mouna (Université Moulay Ismail – Mèknes - Maroc), Pierluigi Musarò (Università di Bologna Alma Mater Studiorum), Katherine O'Donnell (UCD - University College of Dublin), Giustina Orientale Caputo (Università degli Studi di Napoli Federico II), Gaia Peruzzi (Università degli Studi di Roma La Sapienza), Jason Pine (State University of New York), José Ignacio Pichardo Galán (Universidad Complutense de Madrid), Cirus Rinaldi (Università degli Studi di Palermo), Tullio Romita (Università della Calabria), Emanuele Rossi (Università degli Studi Roma Tre), Elisabetta Ruspini (Università degli Studi di Milano Bicocca), Sarah Siciliano (Università del Salento), Annamaria Vitale (Università della Calabria), Anna Maria Zaccaria (Università degli Studi di Napoli Federico II).

COMITATO DI REDAZIONE

Carmine Urciuoli (Università degli Studi di Napoli Federico II), Salvatore Monaco (Libera Università di Bolzano - Freie Universität Bozen), Santina Musolino (Università degli Studi Roma Tre).

✉ redazione@fuoriluogo.info

tel. +39-081-2535883

English text editor: Pietro Maturi

Impaginazione a cura di Michele Brunaccini

EDITORE



FedOA - Federico II University Press

Centro di Ateneo per le Biblioteche "Roberto Pettorino"

Università degli Studi di Napoli Federico II

Responsabilità editoriale

Fedoa adotta e promuove specifiche linee guida in tema di responsabilità editoriale, e segue le COPE's Best Practice Guidelines for Journal Editors.

Autorizzazione del Tribunale di Napoli n. 59 del 20 dicembre 2016

Direttore responsabile: Carmine Urciuoli

ISSN 2723-9608 (pubblicazione on line)

ISSN 2532-750X (pubblicazione cartacea)

Articles

In evaluating the proposed works, the journal follows a peer review procedure. The articles are proposed for evaluation by two anonymous referees, once removed any element that could identify the author.

Propose an article. The journal uses a submission system (open journal) to manage new proposals on the site.

<http://www.serena.unina.it/index.php/fuoriluogo>

Rights and permissions. For each contribution accepted for publication on "Fuori Luogo", the authors must return to the editorial staff a letter of authorization, completed and signed. Failure to return the letter affects the publication of the article.

The policies on the reuse of articles can be consulted on <http://www.serena.unina.it/index.php/fuoriluogo>

Fuori Luogo is one of the open access journals published under the SHARE Interuniversity Convention.

Fuori Luogo is included in the ANVUR list of Area 14 scientific journals.

Fuori Luogo joins the Coordinamento Riviste Italiane di Sociologia (CRIS)

Fuori Luogo is included in the LOCKSS (Lots of Copies Keep Stuff Safe) network of the Public Knowledge Project (PKP PLN)

The contents are published under a Creative Commons 4.0 license.

Sostenere il turismo: come il Covid-19 influenzerà il viaggio nel futuro¹

Fabio Corbisiero²

1. Introduzione

Pandemie e nuove malattie hanno avuto a lungo un effetto trasformativo sugli ambienti e le società umane. Probabilmente non si potrebbe intendere l'europeizzazione del Nuovo Mondo, così come altre conquiste coloniali, senza considerare il trasferimento di malattie del Vecchio Mondo in altri continenti (Crosby, 2004; Diamond, 1997). La stessa storia millenaria dell'Europa è stata plasmata da piaghe e da focolai di malattie che hanno avuto impatti demografici e conseguenze su molti sistemi sociali e sulle loro capacità di resilienza. Per reinterpretare Wolfe et al. (2007), le malattie infettive, come causa principale di morbilità umana, mortalità e apprensione sociale, hanno a lungo esercitato importanti forze selettive sulla politica, la società, l'economia e gli atteggiamenti umani nei confronti dell'ambiente. Tuttavia il contagio da Coronavirus rappresenta la più grande sfida che il mondo contemporaneo abbia dovuto affrontare negli ultimi due secoli, tanto da portare l'OMS alla dichiarazione di "pandemia" (WHO, 2017). Termine che era stato più comunemente utilizzato per descrivere malattie nuove o associate a nuove varianti di organismi esistenti come durante la pandemia da HIV-AIDS dei primi anni Ottanta (Vasilakis, Weaver, 2008). Il punto significativo è che la dichiarazione di una pandemia contribuisce allo slancio dei governi per implementare non solo misure di politica sanitaria tra cui, se disponibili, la fornitura di vaccini (Bijl, Schellekens, 2011); ma anche di politiche pubbliche in grado di accelerare la ristrutturazione dell'ordine economico mondiale e, più in generale, il mutamento (McKinsey, Company, 2020; Gills, 2020), potenzialmente inclusa la natura del turismo internazionale come fenomeno economico e sociale.

La letteratura nuova di zecca sul rapporto tra pandemia da Coronavirus e turismo ci restituisce un quadro disarmonico sugli impatti dei viaggi aerei, delle crociere o dei soggiorni in strutture ricettive (Gosling, Scott, Hall, 2020). Lo shock sanitario ha temporaneamente arrestato l'epoca aurea del turismo fatta di iper-mobilità e varietà di tempi e di destinazioni di viaggio. Nel giro di pochi mesi, l'inquadramento del sistema turistico globale è passato da una situazione di overtourism ad una di "non turismo" (Corbisiero, Ruspini, 2018). Improvvisamente e inaspettatamente, quelle destinazioni che prima soffrivano di situazioni di saturazione turistica adesso si trovano di fronte alla dimensione di "undertourism" quando non sono in completa assenza di flussi turistici.

Particolarmente suscettibile a misure di contrasto pandemico a causa della ridotta mobilità e delle distanze fisiche, il virus ha colpito praticamente tutti gli ingranaggi della catena dell'accoglienza compresi i servizi di ristorazione e di diporto più in generale. Questo articolo intende anzitutto discutere le implicazioni che la pandemia sanitaria sta avendo sul turismo. La crisi sociale di quest'anno richiede necessariamente un ripensamento delle forme di adattamento spazio-temporale dei flussi turistici che riguardano sia la mobilità sia le relazioni sociali determinate dai viaggi. Il viaggio di prossimità che accorcia la filiera turistica e riduce la possibilità di contatto umano è visto adesso come un'opportunità per riconsiderare criticamente la pressione antropica da carico turistico e per mettere in discussione la logica secondo la quale più arrivi turistici implicherebbero maggiori benefici socioeconomici alle destinazioni. Osserviamo, inoltre, una riorganizzazione tecnologica della mobilità da turismo. Le compagnie aeree, per esempio, iniziano a eliminare gradualmente i velivoli più vecchi e inefficienti; lo smart-working viene oramai ampiamente adottato per lo screening dei turisti o la bigliettazione elettronica, solo per fare qualche esempio. La tecnologia, insieme alla sostenibilità, è diventata un fattore fondamentale nella costruzione della resilienza nel turismo nell'epoca del disastro pandemico (Hall et al., 2017).

All'interno di questo primo scenario il saggio si pone degli obiettivi specifici. In primo luogo, l'articolo fornisce una rapida riflessione degli scenari, presenti e futuri, dell'impatto del Covid-19 sul turismo, con specifica attenzione ai trends socioeconomici che interessano il contesto europeo e quello italiano. Il secondo obiettivo è quello di illustrare i dati di una ricerca di tipo quantitativo condotta all'interno delle attività di ricerca di OUT (Osservatorio Universitario sul Turismo dell'Università degli Studi di Napoli Federico II) sulle scelte e sui comportamenti turistici del prossimo futuro determinati dalla pandemia. Più specificamente il lavoro mette a tema la differenza/omogeneità di quattro coorti di persone, che qui definiamo generazioni, nell'immaginare i propri viaggi in un futuro imminente, in relazione alle restrizioni imposte dalle politiche sanitarie e nel loro rapporto con la tecnologia. Infine, le riflessioni finali considerano l'opportunità di operare affinché i cambiamenti possano contribuire ad un futuro del turismo post-pandemia più sostenibile.

2. Il futuro incerto del turismo: alcuni trends

La crescita del turismo internazionale è stata una delle guide dell'economia mondiale a partire dagli anni Cinquanta. Dai "soli" 25 milioni di arrivi turistici internazionali nel 1950, i numeri hanno raggiunto 450 milioni nel 1990, poi rapidamente impennatisi a 1 miliardo di arrivi nel 2010³. Nel 2018, il numero di arrivi era già aumentato fino ad arrivare a 1,4 miliardi mentre l'Organizzazione delle Nazioni Unite stima che il turismo mondiale rappresenti \$1,7 trilioni e il 7% del valore dei beni e servizi mondiali (UNWTO, 2020).

¹ Received: 10 August 2020. Revised: 5 September 2020 Accepted: 23 September 2020.

² Università degli Studi di Napoli Federico II. (fabio.corbisiero@unina.it)

³ Vedasi <https://ourworldindata.org/tourism> (ultimo accesso 1.9.2020).

Tuttavia, a partire dagli anni Duemila, una delle attività socioeconomiche più colpite dalle pandemie è stato proprio il turismo. Dall'epidemia di "SARS" del 2003 alla "Swine flu" del 2008 fino a giungere alla sindrome influenzale del Medio Oriente "MERS" del 2015 il turismo ha più volte subito i contraccolpi pandemici. Benché nessuno tra questi contraccolpi abbia realmente condotto a un declino nello sviluppo globale del turismo – e ciò supporta la tesi del turismo come sistema sociale resiliente (Lew, Cheer, 2017) – sembra che il recupero dalle conseguenze dell'attuale pandemia, soprattutto sul fronte economico, non avrà precedenti per il settore del turismo. Come è ormai noto, la diffusione del Covid-19 sta avendo un impatto drastico sull'economia del turismo internazionale a livello globale. In base alle stime recenti dell'OCSE⁴ i vincoli sui viaggi e le misure di distanziamento sociale resteranno probabilmente in vigore per almeno un biennio, con la probabilità di restrizioni più limitanti in caso di nuove ondate. A seconda della durata della crisi, queste stesse stime indicano che il potenziale shock dovuto al calo dell'economia turistica internazionale nel 2020 potrebbe oscillare tra il 60 e l'80% rispetto all'anno 2019. Per le analisi di UNWTO (2020), il settore sta perdendo oltre il 60% del flusso totale di turisti e circa 80 miliardi di dollari fino ad oggi (settembre 2020) con perdite tre volte superiori a quelle toccate durante la crisi economica del 2009.

Anche quando le catene del turismo ricominciano a funzionare, come accade in tutto il mondo a partire dal maggio 2020, i nuovi protocolli limitano di molto le organizzazioni turistiche e la crescita economica, mentre la fiducia dei consumatori e il comportamento dei viaggiatori subiscono un impatto più profondo con il protrarsi della pandemia⁵.

Per capire come il turismo si evolverà nei prossimi anni è fondamentale metabolizzare la "lezione" pandemica. Lo si può fare esplorando alcuni degli scenari futuri che hanno maggiori probabilità di cambiare l'universo dei viaggi. Alcune analisi previsionali (Corbisiero, La Rocca, 2020; Paura, 2020; OECD, 2018) ci suggeriscono che il turismo cambierà in modo significativo tra oggi e il 2040, anche in relazione ad ulteriori mutamenti sociali, oltre a quello sanitario: a) aumento di livelli di reddito e di istruzione nelle economie emergenti; b) invecchiamento della popolazione globale e nascita di nuove generazioni; c) riduzione dei consumi di carbonio e transizione energetica; d) nuove tecnologie e sharing tourist economy; e) potenziamento del management delle situazioni di rischio (ambientale, politico e sanitario). Inoltre l'International Air Transport Association prevede che la domanda di passeggeri nei prossimi 20 anni sarà influenzata dall'allargamento della classe media emergente nei paesi in via di sviluppo, dalla crescita globale dei viaggiatori, dalla liberalizzazione dei mercati del trasporto aereo e anche dai cambiamenti climatici (IATA, 2016).

C'è chi ottimisticamente segnala che il turismo possa repentinamente esasperare la sua dimensione prettamente resiliente (Diaz-Soria, 2017) e ipotizza un trend positivo entro quest'anno stesso (Corbisiero, Paura, 2020). Un ottimismo che si basa su quattro aspettative di breve periodo: l'arrivo di un vaccino, il rallentamento delle restrizioni di viaggio, la metabolizzazione delle misure sanitarie per viaggiatori e passeggeri e, soprattutto, la diffusione del turismo di prossimità (Jeuring, Haartsen, 2017).

Altre stime ancora (OCSE 2020) si basano sulla revisione dello scenario attuale degli arrivi turistici internazionali, integrati da uno scenario futuro che vedrebbe un'eventuale significativa ripresa sostanzialmente rinviata alla fine del 2020:

Schema 1 – Scenari arrivi turistici

Scenario 1 (attuale)	Scenario 2 (futuro)
Gli arrivi turistici internazionali cominciano a recuperare a settembre, per poi rafforzarsi progressivamente nell'ultimo trimestre dell'anno, ma ad un ritmo più lento del previsto (-75%).	Gli arrivi di turisti internazionali iniziano a riprendersi a dicembre, sulla base di una limitata ripresa del turismo internazionale prima della fine dell'anno (-80%).

Supponendo che gli arrivi internazionali si riprendano a partire da dicembre – come suggerisce lo "Scenario 2- Futuro" – l'UNWTO (2020) prevede comunque un decremento a 320 milioni di viaggiatori rispetto a 1.4 bilioni del 2018. Un livello visto l'ultima volta a metà degli anni Ottanta e che potrebbe costare all'industria mondiale oltre un trilione di dollari.

A ben guardare, queste previsioni contengono importanti messaggi in merito alla resilienza del sistema turistico a cui abbiamo fatto cenno nell'introduzione di questo articolo. Se soltanto pensiamo ad altre crisi della società contemporanea non così immediate, ma potenzialmente più devastanti del Covid-19 come il cambiamento climatico o il terrorismo, dobbiamo ammettere che il turismo reagisce con straordinaria elasticità. Ad Haiti, già nel 2014 il numero di presenze turistiche aveva superato i livelli pre-tsunami. L'Islanda, appena due mesi dopo la fine dell'eruzione del vulcano Eyjafjöll nel 2010, ha visto progressivamente riprendere i suoi flussi turistici. Nei paesi del Sud-est asiatico, la ripresa è stata solo leggermente più lenta negli ultimi venti anni: le presenze in Thailandia hanno iniziato a crescere velocemente, passando dai circa 12 milioni precedente il disastro del 2004 ai 40 milioni del 2019. La Francia, sconvolta da un'ondata di sanguinosi attentati nel 2015, ha visto calare l'anno successivo le presenze turistiche del 2,2%, ma già nel 2017 aveva superato i livelli pre-2015. Così come l'Egitto che, dopo un decennio di crisi per il terrorismo, aveva visto riprendere in

⁴ <https://www.oecd.org/economic-outlook/> (ultimo accesso 1.9.2020).

⁵ In base ad uno studio di UNWTO (Covid-19 Related travel restrictions - A global review for tourism, 28 aprile 2020), alla fine di aprile tutte le destinazioni turistiche mondiali erano interessate da restrizioni ai viaggi connesse alla diffusione del virus. I paesi hanno applicato quattro diverse tipologie di restrizioni: i) totale o parziale divieto di entrata dei passeggeri realizzato attraverso la chiusura delle frontiere (nel 45% dei casi); ii) sospensione dei voli internazionali (30%); iii) divieto di ingresso per i passeggeri provenienti da specifici paesi (18%); iv) introduzione di misure di quarantena ai passeggeri in ingresso o la mancata concessione di permesso d'ingresso (7%).

modo significativo gli ingressi di turisti internazionali contandone, nel 2018, 11.346.389 nelle sole località del Mar Rosso (OCSE, 2019). In ogni caso che le cose cambieranno in meglio o che lo sviluppo economico, incluso quello dell'industria del turismo, diventerà più sostenibile, non è una conclusione scontata (Kozul-Wright, Barbosa, 2020). Ciò è particolarmente rilevante se si tengono conto delle critiche mosse negli ultimi anni, principalmente dalla comunità scientifica, intorno al concetto di turismo sostenibile. Queste critiche sottolineano la necessità di ripensare quel concetto e avvicinarlo al paradigma della resilienza (Bosak, 2016; Cheer, Lew, 2017; Hall et al., 2018), ossia alla capacità delle destinazioni di mantenere la propria identità nonostante la pressione da turismo. Detto in altri termini la sfida è quella di puntare ad uno stato del turismo che potremmo definire "desiderabile" da realizzare attraverso «a greater capacity to continue providing us with the goods and services that support our quality of life while being subjected to a variety of shocks» (Walker, Salt, Reid, 2006, p.32). Con l'attuale crisi, questa esigenza è diventata più evidente che mai.

3. Quale sarà il turismo del futuro?

La diffusione del Covid-19 richiede un riesame critico del modello di crescita del volume globale dei flussi turistici e dei comportamenti dei turisti nello spazio e nel tempo. In tal senso l'analisi sociale ci permette di considerare con più attenzione la fragilità delle destinazioni e i rischi associati ad una pressione eccessiva da carico antropico.

I dati più recenti della mobilità turistica (UNWTO, 2020, op. cit.) descrivono uno scenario in cui i turisti scelgono di viaggiare verso destinazioni più vicine al loro luogo di residenza abituale; soprattutto perché la più parte delle destinazioni internazionali è al momento inaccessibile. In un contesto di crescente incertezza sanitaria e insicurezza sociale, le destinazioni vicine sono considerate meno rischiose dai turisti, molti dei quali colpiti peraltro anche dalla crisi economica. La chiusura di numerose comunità e l'attuazione di importanti restrizioni frontaliere ha praticamente schiacciato l'economia del turismo nelle comunità di tutto il mondo (Goodwin, 2016). Alla luce della situazione attuale, alcuni studiosi (Ioannides, Gyimóthi 2020) propongono di approfittare di questo periodo di interruzione per apportare modifiche strutturali di ampia portata al settore turistico, a partire da una rinnovata riflessione su alcuni aspetti di politica della sostenibilità (Corbisiero, Minervini, 2017). Ciò è particolarmente rilevante se si vuole tener conto delle critiche mosse negli ultimi anni, principalmente dal campo accademico, intorno al concetto di turismo sostenibile, che evidenziano la necessità di ripensare tale concetto. Non solo vi è necessità che aderisca più strettamente al paradigma della resilienza (Bosak, 2016; Cheer, Lew, 2017; Hall et al., 2018), ma, secondo altri autori, il concetto di turismo sostenibile dovrebbe allinearsi a quello del «doposviluppo» (Latouche, 2016), che rifiuta la centralità assunta dall'economicismo di diporto, in favore dei pilastri della sostenibilità o aderente ai principi del «turismo smart» (Yuan, Tseng, Ho, 2019), che riconosce nella tecnologia sostenibile un ruolo centrale nei processi turistici, soprattutto in quelle aree che hanno sofferto di over-tourism (Higgins-Desbiolles et al., 2019).

Le attuali restrizioni e controlli alla mobilità delle persone imposti dalla crisi sanitaria mostrano come – laddove ci sia un'attenta azione di pianificazione territoriale e convergenza di politica pubblica – sarebbe possibile regolare i flussi turistici secondo standard di «nuova sostenibilità» (Fletcher et al., 2020). Sono gli stessi autori ad affermare che anche se la crisi sanitaria finisse relativamente presto, non potremmo permetterci di tornare ai livelli di viaggio sperimentati in precedenza. Ciò non è solo a causa dei disordini sociali provocati dall'era che stiamo vivendo, ma per i danni ambientali del settore turistico (inclusi i cambiamenti climatici, l'inquinamento e l'esaurimento delle risorse) che erano già andati oltre l'insostenibile.

Siamo in una dimensione ambivalente della sostenibilità turistica. Se, da un lato, l'obiettivo di un turismo sostenibile è quello di mantenere i vantaggi economici e sociali del suo sviluppo, riducendo o mitigando eventuali effetti indesiderati sull'ambiente bio-psico-sociale e culturale, da un altro lato, se mal pianificato o eccessivamente sviluppato, il turismo può essere un distruttore di qualità speciali che sono essenziali per lo sviluppo sostenibile. Per molte destinazioni la qualità culturale e ambientale della località è un fattore trainante tale che qualsiasi erosione di quella 'qualità' interferisce sulla scelta del visitatore.

4. Generazioni di fenomeni... turistici

Come abbiamo visto, una parte della letteratura sui processi turistici pone in evidenza la capacità di resilienza del turismo e dei turisti di fronte a shock sociali. L'attuale pandemia sanitaria sta producendo conseguenze isomorfe, stimolando le aree turistiche a diventare adattive, in grado di rispondere a contesti e comportamenti in crisi e migliorare le prestazioni di certe aree come destinazioni turistiche sostenibili, anche in termini di contenimento del contagio.

Escursionismo e turismo di prossimità rientrano dunque a pieno titolo nell'area delle destinazioni sostenibili tale da problematizzare la definizione standard di turismo definita da UNWTO (2020) secondo cui:

«Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which involve tourism expenditure⁶».

⁶ <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (ultimo accesso 20.8.2020).

Proviamo a fare luce su questo cambiamento attraverso alcuni dati di una ricerca condotta da OUT nel periodo marzo-giugno 2020. L'analisi si basa su una indagine nazionale con questionario on-line ad un campione auto-selezionato di turisti italiani, in una età compresa tra i 15 e 75 anni. Nella sua versione completa il questionario comprende 4 sezioni tematiche con l'obiettivo di indagare i comportamenti dei turisti prima della pandemia e in uno scenario post-pandemico: 1. abitudini e comportamenti turistici prima dell'emergenza sanitaria; 2. uso delle tecnologie e del viaggio virtuale prima dell'emergenza sanitaria; 3. Scelte e comportamenti turistici post Covid-19; 4. scenari futuri. Su questi ultimi due punti, come anticipato, si focalizzerà l'analisi. Ogni sezione tematica prevede un set di 5 variabili.

Nel corso del periodo indicato sono stati raccolti 696 questionari e compiute analisi descrittive e multivariate. In particolare, al fine di fornire una visione statistica di insieme, è stata eseguita una analisi delle corrispondenze multiple.

Per questioni di sintesi e implicazione euristica in questo saggio esporrò esclusivamente i dati che riguardano le scelte e i comportamenti turistici dopo la pandemia (sezione 3) e gli scenari futuri (sezione 4) attraverso un'analisi che terrà conto della connessione tra turismo e generazioni (Ruspini, 2013; Monaco, 2018). L'elemento alla base di questa scelta è l'importanza di evitare la forzatura delle periodizzazioni convenzionali che operano mediante sezioni cronologiche e la rilevanza di una categoria analitica che permette di considerare la presenza, in questo stesso periodo storico, di una pluralità di generazioni diverse, ognuna delle quali portatrice di un modo particolare di intendere l'attività turistica ed esposta in maniera diversa all'esperienza della pandemia. Tra i gruppi demografici all'orizzonte sia la "Generazione Z" sia i "Millennials" configureranno i nuovi scenari del turismo entro il 2040 (OECD, 2018, op. cit.). Anzi, è probabile che siano particolarmente esigenti rispetto alle generazioni precedenti, essendo cresciuti con l'accesso rapido e diretto a informazioni abilitate dalla tecnologia digitale. È anche più probabile che viaggino in modo indipendente rispetto alle generazioni passate e siano più aperti all'accesso o al noleggio temporaneo di prodotti o servizi, come i modi di trasporto o alloggio, piuttosto che possederli a titolo definitivo. Le diverse pressioni politiche e industriali dipenderebbero, dunque, dai cambiamenti in questi specifici gruppi demografici, ognuno dei quali ha preferenze di viaggio uniche.

Sono 4 le generazioni che questa analisi pone a confronto (tab. 1): 1. "Baby Boomers"; 2. "Generazione X"; 3 "Millennials"; 4 "Generazione Z"⁷.

Tab. 1 – Campione diviso per generazioni

Baby Boomers	65	9,3%
Generazione X	212	30,5%
Millennials	381	54,7%
Gen Z	38	5,5%
Totale	696	100%

Le altre variabili strutturali messe in evidenza ci danno conto di un campione più sbilanciato verso il genere femminile che rappresenta il 63,1% dei rispondenti (tab. 2) e quote significative di giovani e giovanissimi espresse da quasi il 30% di coloro che rientrano nella categoria professionale degli/delle "studenti/studentesse" (tab. 3).

Tab. 2 – Genere dei rispondenti

F	439	63,1%
M	257	36,9%
Totale	696	100%

⁷ Con il termine "Baby Boomer" (o "Silent Generation") viene comunemente indicata una coorte di persone nate tra il 1946 e il 1964, ovvero durante il periodo del notevole aumento demografico avvenuto in quegli anni, noto con il termine inglese di baby boom. La coorte demografica successiva, i nati dal 1965 al 1980, viene definita "Generazione X" o anche "Generazione latchkey" (ndr. lasciato solo), a causa della ridotta supervisione degli adulti rispetto alle generazioni precedenti. Una generazione caratterizzata da un solido interesse verso la tecnologia e una decisa attenzione verso i tempi della sostenibilità (Monaco, 2019). I "Millennials", indicati anche come "Generazione Y", sono stati variamente definiti come: «Le persone nate tra il 1980-1990 [...] la prima generazione dei cosiddetti "nativi digitali" (Cord et al., 2015); i nati tra il 1977 e il 1996 (Valentine, Powers, 2013); nati tra il 1981 e il 1995 (Solka et al., 2011); o tra il 1977 e il 1994» (Neuborne 1999; Williams, Page, 2011). Una coorte formata insomma da non più giovani di 21 anni e non più di 43 anni di età, oggi nel 2020. La "Generazione Z" (Tapscott, 2009) è variamente definita dall'insieme di quelle persone nate tra la metà degli anni Novanta e l'inizio degli anni 2010 che hanno, al 2020, un'età compresa tra 7 e 25 anni. Tuttavia, qualunque siano le categorie definitive di fasce di età precise, i Millennials e la Generazione Z hanno entrambi familiarità con le tecnologie basate su Internet e, sebbene le nuove tecnologie non sostituiscano quelle più vecchie, i Millennials tendono a preferire la comunicazione tramite testo o voce, mentre la Generazione Z è più felice di usare dispositivi di video-comunicazione e trascorrere molto tempo su smartphone e accedere ai social media (Thomas, 2011).

Tab. 3 – Professione dei rispondenti

Artigiano/a, operaio/a specializzato/a o agricoltore/ice	1	0,1%
Casalingo/a	11	1,6%
Conduttore/ice di impianti, operaio/a di macchinari o conducente di veicoli	3	0,4%
Disoccupato, non occupato o in cerca di prima occupazione	38	5,5%
Forze armate	4	0,6%
Legislatore, imprenditore o alta dirigenza	10	1,4%
Libero/a professionista	42	6%
Pensionato/a	14	2%
Professione esecutiva nel lavoro di ufficio	94	13,5%
Professione intellettuale, scientifica o di elevata specializzazione	181	26%
Professione non qualificata	9	1,3%
Professione qualificata nelle attività commerciali o nei servizi	56	8%
Professione tecnica	25	3,6%
Studente/essa	208	29,9%
Totale	696	100%

Tab. 4 - Titolo di studio dei rispondenti

Diploma	242	34,8%
Dottorato di ricerca	122	17,5%
Laurea di Primo Livello	99	14,2%
Laurea di secondo livello o ciclo unico o vecchio ordinamento	171	24,6%
Licenza Media	12	1,7%
Master di I livello	16	2,3%
Master di II livello	17	2,4%
Scuola di specializzazione	17	2,4%
Totale	696	100%

5. Turisti ineguali. Analisi e discussione

Come abbiamo avuto modo di argomentare, la pandemia può rappresentare una opportunità per pensare a modelli alternativi di turismo in termini di sostenibilità. Benché resta chiaro che il turismo sostenibile non si fa con le intenzioni ma con scelte concrete, abbiamo domandato ai nostri rispondenti quanto fossero o meno d'accordo sulla possibilità di fare, nel breve periodo, turismo di prossimità, viaggiando vicino casa. Il turismo di prossimità è uno dei modi di viaggiare che sta consentendo non solo di contenere la pandemia, ma concede una distribuzione del carico turistico che compatibile con i principi di sostenibilità. La pianificazione dei flussi turistici è un tema prioritario nell'agenda politica di quei territori che hanno deciso di intervenire efficacemente sulle conseguenze indotte dagli assembramenti. Per questo motivo è importante sapere in anticipo quali sono le intenzioni nella scelta di alcuni comportamenti. In riferimento alla tab. 5 osserviamo una convergenza piuttosto elevata delle nostre generazioni verso la catena corta del turismo. Eccezion fatta per una percentuale piuttosto esigua del campione di "Millennials" e "Generazione Z" che risponde di non essere per nulla d'accordo con la scelta di viaggiare vicino casa (rispettivamente 12,1% e 17,1%). Per quanto riguarda l'Italia, la cronaca estiva del 2020 ha segnalato, in effetti, un aumento del contagio da Covid-19 causato dalla scelta delle generazioni più giovani di viaggiare fuori dai confini nazionali⁸.

⁸ www.repubblica.it (ultimo accesso 2 luglio 2020).

Tab. 5 - Viaggerò vicino casa

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla	Totale
Baby Boomer	13,3%	46,7%	30%	10%	100%
Generazione X	22,8%	41,3%	26,7%	9,2%	100%
Millennials	17,5%	44,6%	25,8%	12,1%	100%
Gen Z	20%	40%	22,9%	17,1%	100%

La forbice si allarga lievemente quando chiediamo ai rispondenti quale sarà la propria previsione di spostamento rispetto a destinazioni turistiche poco affollate o meno note. Se le generazioni più anziane convergono su posizioni di cautela, quelle più giovani si ancorano su segmenti di scelta diversi, con percentuali ancora elevate per "abbastanza d'accordo" rispettivamente 46,5% scelta dai "Millennials" e 28,6% dai rispondenti della "Gen Z". Si arriva poi a dati percentuali più consistenti se sommiamo i dati per "poco d'accordo" e "per nulla d'accordo" associati alle due generazioni di giovani (Tab. 6 e 7).

Tab. 6- Visiterò siti turistici poco affollati o poco conosciuti

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla	Totale
Baby Boomer	38,3%	40%	16,7%	5%	100%
Generazione X	35%	43,2%	15,5%	6,3%	100%
Millennials	19,9%	46,5%	23,4%	10,2%	100%
Gen Z	25,7%	28,6%	34,3%	11,4%	100%

Tab. 7 - Frequenterò siti in cui le persone sono distanti tra loro

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla	Totale
Baby Boomer	21,7%	46,7%	26,7%	5%	100%
Generazione X	33,5%	40,3%	19,9%	6,3%	100%
Millennials	26,9%	43,8%	19,4%	9,9%	100%
Gen Z	34,3%	40%	14,3%	11,4%	100%

Uno degli elementi chiave che accomuna le generazioni è l'esposizione ad esperienze turistiche che si basino su valori, desideri, consumi, scoperte che siano alla ricerca di un livello di benessere e godimento determinato dall'esperienza del viaggio. In tal senso l'occasione del fare viaggio in gruppo è percepita in maniera diversa da generazione in generazione. In particolare, a partire dagli anni 2000 si è affermata tra le generazioni più giovani la tendenza del viaggio auto-organizzato, grazie all'arrivo di Internet e al fenomeno delle case-vacanza. Il calo di capacità di spesa a livello mondiale ha modificato la tipologia di vacanza, con una diminuzione di tempi di permanenza e l'affermarsi delle offerte low cost, sia nei trasporti che nei soggiorni. Negli ultimi vent'anni inoltre la moltiplicazione di piattaforme di co-housing e reciprocità domestica ha aumentato queste esperienze di comunità. Ciononostante, la nostra ricerca ci segnala un sentimento di cautela rispetto all'assembramento determinato da molte di queste esperienze greganti. I valori percentuali delle quattro generazioni rispetto ad evitare viaggi di gruppo sono piuttosto equidistribuiti tra il "molto" e l'"abbastanza". La variabilità delle condizioni di contesto e la minore possibilità di prevedere e programmare i comportamenti sociali elementi destabilizzanti che prescindono dall'età. Il viaggio, specie se per distanze lontane e per una durata non breve, necessita di un'accurata programmazione e selezione delle destinazioni perché nella scelta da assumere si devono combinare preferenze e gradi di libertà personale con condizioni di contesto sociosanitario estremamente variabili. L'insicurezza e l'incertezza diventano così nuovi vincoli alla scelta incidendo profondamente sull'evoluzione del comportamento del turista.

Tab. 8 - Eviterò di fare viaggio con gruppi organizzati/numerosi

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla	Totale
Baby Boomer	61,7%	20%	10%	8,3%	100%
Generazione X	54,9%	26,2%	13,6%	5,3%	100%
Millennials	45,7%	26,3%	19,1%	8,9%	100%
Gen Z	31,4%	40%	17,1%	11,4%	100%

6. Generazioni e turismo digitale

Le tecnologie e i dati digitali stanno rivestendo un ruolo importante nel contrasto alla pandemia e, invero, negli ultimi decenni il tema del "turismo intelligente" è diventato sempre più popolare nella geografia degli studi sul turismo (La Foresta, 2018). Gran parte di questa letteratura è focalizzata sullo sviluppo di ciò che viene definito "touristic smart destination" (Buhalis, Amaranggana, 2014) basate sul "many to many" per cui il nuovo turista digitale diventa una risorsa per lo sviluppo del capitale informazionale e dell'attrattività delle destinazioni turistiche "intelligenti". Sebbene questo corpus di letteratura sia ancora relativamente nuovo, sta crescendo e stanno emergendo diversi argomenti di ricerca. Ad esempio, esiste un filone che considera l'uso della realtà aumentata e virtuale nella ludicizzazione del turismo abilitato alle ICT. Tuttavia, nel complesso, l'attenzione in tutta questa letteratura tende a concentrarsi sulla città intelligente piuttosto che sulla più ampia diffusione delle ITC per facilitare iniziative di turismo più sostenibile. Le applicazioni mobili rafforzano le strategie di tracciamento dei contatti e coadiuvano le autorità sanitarie pubbliche nel monitoraggio e nel contenimento della diffusione del virus. Anche l'intelligenza artificiale (IA) e la robotica contribuiscono a monitorare il distanziamento fisico, in particolare nei luoghi che registrano flussi turistici regolari (siti di trasporto, frontiere).

Ciononostante, secondo i nostri rispondenti non è concepibile che il turismo virtuale possa integrare o soppiantare i viaggi fisici. Al contrario, poiché le persone vivono vite sempre più digitali e connesse, sembra che le opportunità per staccare la spina e avere esperienze più propriamente fisiche durante i viaggi diventano un'alternativa alle esperienze puramente digitali. Anche per le nuove generazioni che rispondo di non voler praticare "per nulla" turismo digitale in uno scenario futuro post-Covid con un valore percentuale di qualche spanna inferiore ai "Baby Boomers" (80%) e alla "Generazione X" (70% circa).

Tab. 9 - Praticherò turismo digitale

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla	Totale
Baby Boomer	61,7%	20%	10%	8,3%	100%
Generazione X	54,9%	26,2%	13,6%	5,3%	100%
Millennials	45,7%	26,3%	19,1%	8,9%	100%
Gen Z	31,4%	40%	17,1%	11,4%	100%

Al fine di configurare una sintesi degli scenari turistici futuri che i nostri rispondenti hanno prefigurato rispondendo al questionario su scelte comportamentali post pandemia, applichiamo alle riflessioni fatte fin qui un metodo fattoriale: l'Analisi delle Componenti Principali (ACP) che permette di ottenere una riduzione statistica della complessità del numero di fattori che spiegano le scelte previsionali del campione⁹. La batteria di variabili considerate è stata quella relativa alle parti di ricerca su cui si è deciso di focalizzare l'analisi: "Scelte e comportamenti turistici post-Covid-19" e "Scenari futuri", rispettivamente Sezione 3 e 4 del questionario. Le variabili sono state rilevate come punti di una scala Likert sul segmento euristico "accordo-disaccordo", avendo gli intervistati la possibilità di utilizzare una scala da 1 a 5 (da 1= "per nulla d'accordo" fino a 5= "molto d'accordo") e preservando la natura ordinale del dato così come espresso dagli intervistati. Le scale Likert in questione dunque non sono variabili strettamente numeriche ma in questo contesto rivestono il ruolo di variabili qualitative ordinali che ci hanno concesso una operazione di ordinamento (Solanas, Manolov, Leiva, 2011). Data questa premessa, e verificando la struttura e la simmetria nei dati abbiamo applicato un metodo fattoriale.

⁹ Come è noto, lo scopo primario di questa tecnica multivariata è la riduzione di un numero più o meno elevato di variabili (rappresentanti altrettante caratteristiche del fenomeno analizzato) in alcune variabili latenti. Ciò avviene tramite una trasformazione lineare delle variabili che proietta quelle originarie in un nuovo sistema cartesiano nel quale le variabili vengono ordinate in ordine decrescente di varianza: pertanto, la variabile con maggiore varianza viene proiettata sul primo asse, la seconda sul secondo asse e così via. La riduzione della complessità avviene limitandosi ad analizzare le principali (per varianza) tra le nuove variabili. Diversamente da altre trasformazioni (lineari) di variabili, in questa tecnica sono gli stessi dati che determinano i vettori di trasformazione. Ciò ci permette di rappresentare le osservazioni anziché nello spazio originario RP, in uno spazio di dimensioni ridotte con una perdita limitata di informazioni. Su questo si veda (Zani, Cerioli, 2007; Amato, Punziano, 2016).

Riferendoci all'item "Pensando ai tuoi comportamenti futuri, indica il tuo grado di accordo con le seguenti affermazioni" questo l'elenco delle variabili utilizzate¹⁰:

1. Eviterò luoghi affollati come grandi città e destinazioni famose
2. Viaggerò vicino a casa
3. Viaggerò nel mio Paese (non all'estero)
4. Visiterò siti turistici poco affollati o poco conosciuti
5. Frequenterò posti in cui le persone sono distanti tra loro
6. Eviterò di fare viaggio con gruppi organizzati/numerosi
7. Praticherò turismo digitale
8. Eliminerò dalla scelta delle destinazioni turistiche le aree del mondo maggiormente colpite dal Covid-19
9. Mi informerò sulle condizioni sanitarie delle persone con cui viaggerò
10. Sarò attento/a alle condizioni igieniche di mezzi e strutture di accoglienza

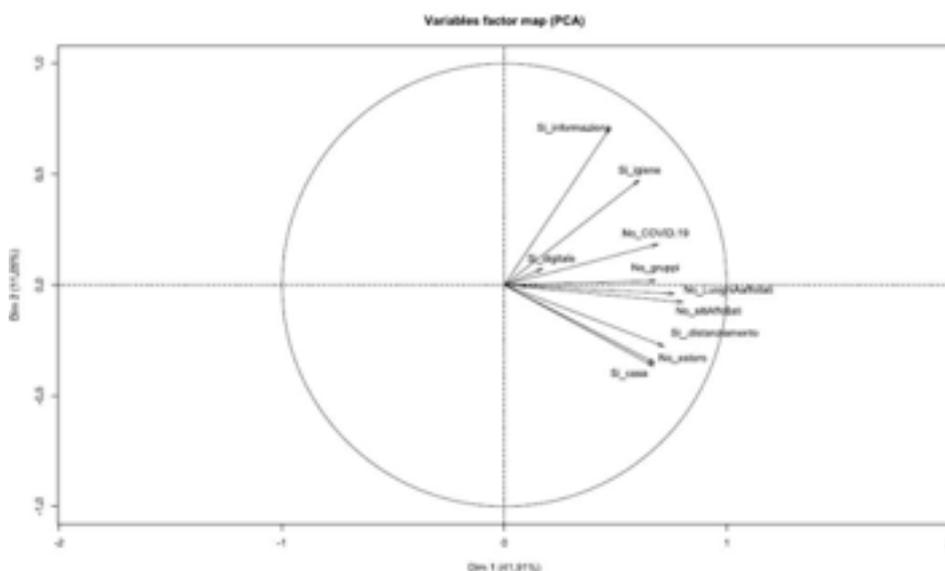
In questo caso dunque, le variabili di partenza sono 10, le quali vengono sintetizzate in modo da garantire la minor perdita di informazioni in termini di relazione tra i dati. L'inerzia (qui sinonimo di varianza) delle prime dimensioni mostra se ci sono forti relazioni tra le variabili e suggerisce il numero di dimensioni che dovrebbero essere studiate. Le prime due dimensioni dell'ACP esprimono, in questo caso, il 53% dell'inerzia totale; ciò significa che il 53% della variabilità totale (di cui il 42% attribuibile alla prima dimensione) è spiegata dal piano composto dai primi due fattori latenti. Questa percentuale è sufficientemente elevata da sostenere che il primo piano rappresenti una parte importante dell'intera variabilità dei dati.

Tab. 10 - Varianza spiegata, dimensioni 1 e 2

	Dim. 1	Dim. 2
Variance	4.191	1.105
% of var.	41.913	11.051
Cumulative % of var.	41.913	52.964

Fig. 1 Mappa fattoriale delle variabili

Dalla Fig. 1 si evince che il primo fattore ha un valore positivo per tutte le variabili considerate, e ciò vuol dire che la prima dimensione discrimina tutti i rispondenti che si sono collocati agli estremi della scala valutativa, rispondendo a tutte le domande o "poco" o "molto". In questo caso, la prima dimensione discrimina a destra tutti coloro che hanno risposto molto e a sinistra tutti coloro che hanno risposto poco. Tuttavia, il peso della variabile "praticherò turismo digitale" è molto minore sulla prima dimensione rispetto alle altre, evidenziando un punteggio z-score solo di poco superiore allo zero (0.171) e di gran lunga inferiore agli altri, così come il suo contributo e il relativo "coseno-quadrato" (vedi Tab. 11). Rispetto agli altri item analizzati la preferenza per il turismo digitale non sembra rivestire un ruolo chiave nel discriminare tra tipologie di turismo differenti. Nel grafico 1 la sua posizione è, infatti, molto prossima all'origine degli assi. Realtà aumentata, realtà virtuale, tecnologie smart hanno certamente iniziato ad avere sviluppi significativi nell'industria turistica. Benché queste tecnologie abbiano rivoluzionato la personalizzazione del viaggio le loro applicazioni non riescono ad attraversare indistintamente le generazioni. I dati della nostra ricerca mostrano da una parte la presenza di una generazione che risparmia sui costi economici per investire nell'esperienza relazionale: è la generazione che valuta le offerte sul web, legge recensioni, cura blog di viaggi, condivide foto e commenti sulla vacanza per futuri viaggiatori. Da un'altra parte c'è chi sceglie, tra le generazioni silver una fruizione della realtà del viaggio non mediata dalla tecnologia. Il modello tradizionale di esperienza turistica viene preferito a soluzioni touchscreen.



Una considerazione questa che viene mostrata dalla seconda dimensione che discrimina in misura maggiore le variabili contrappone con un contributo positivo cinque variabili su dieci (positive: si informazione, si igiene, no-Covid-19,

si digitale, e no gruppi; negative: no luoghi affollati, no siti affollati, si distanziamento, no estero, si casa).

Nella tabella successiva vengono riportati, infine, i contributi assoluti e relativi (Cos2) delle variabili sulle prime due dimensioni. I contributi più elevati, e di segno positivo, per la prima dimensione sono attribuiti alle variabili "Frequenterò posti in cui le persone sono distanti tra loro", "eviterò luoghi affollati come grandi città e destinazioni famose" e "visiterò siti turistici poco affollati o poco conosciuti". Per la seconda dimensione il contributo maggiore è dato dalla variabile "Mi informerò sulle condizioni sanitarie delle persone con cui viaggerò".

Tab. 11 - Contributi e Cos2, dimensioni 1 e 2 Tab. 11 - Contributi e Cos2, dimensioni 1 e 2

	DIM1	CTR	COS2	DIM2	CTR	COS2
No_LuoghiAffollati	0.761	13.828	0.580	-0.039	0.140	0.002
Si_casa	0.669	10.693	0.448	-0.366	12.116	0.134
No_estero	0.675	10.858	0.455	-0.351	11.157	0.123
No_sitiAffollati	0.716	12.233	0.513	-0.277	6.930	0.077
Si_distanziamento	0.801	15.323	0.642	-0.078	0.545	0.006
No_gruppi	0.678	10.967	0.460	0.018	0.030	0.000
Si_digitale	0.171	0.695	0.029	0.073	0.483	0.005
No_Covid.19	0.690	11.358	0.476	0.184	3.073	0.034
Si_informazione	0.473	5.337	0.224	0.707	45.290	0.500
Si_igiene	0.604	8.709	0.365	0.604	8.709	0.365

Possiamo sintetizzare quest'analisi tecnica affermando che gran parte delle variabili seguono un trend piuttosto allineato, discriminando fortemente tra coloro che sono molto preoccupati per la questione pandemia da coloro che invece continueranno in direzione di un turismo standard, con comportamenti poco distanti dalle abitudini precedenti. Inoltre, sulla seconda dimensione è possibile tracciare due profili differenti tra coloro che mostrano preoccupazione per il turismo al tempo della pandemia: nella parte superiore quei soggetti del campione che tendono a informarsi sullo stato della pandemia a livello globale e che probabilmente sceglieranno le destinazioni in base ad una scelta razionale dettata dallo stato della diffusione pandemica; particolarmente attenti al rispetto delle norme igieniche. Nella parte inferiore coloro che eviteranno spostamenti oltre i confini del territorio italiano e eviteranno di approdare in destinazioni dove non vige il rispetto del distanziamento sociale. A conferma di quanto abbiamo argomentato nel paragrafo precedente l'ACP mostra tutti i limiti di un "turismo alternativo" come quello digitale (contributi bassi in entrambe le dimensioni). La capacità di scelta della destinazione passa dunque attraverso scelte di turismo responsabile, svincolate dalla facilità di accesso a destinazioni digitali, fruibili non in presenza. In questo senso, piuttosto che un'ulteriore tipologia, il turismo digitale può essere inteso come un approccio propedeutico al viaggio che non può prescindere dall'accesso fisico alla destinazione scelta.

7. Conclusioni

Riflettere sull'impatto delle calamità sul mondo del turismo è un compito arduo. I disastri naturali, come la pandemia da Covid-19, amplificano le vulnerabilità, evidenziano i meccanismi distorti e i malfunzionamenti dei sistemi turistici.

Gli scenari previsionali di cui abbiamo tenuto conto in questo saggio evidenziano la diminuzione del movimento turistico globale e il ritorno a forme di "turismo domestico". Date queste condizioni di incertezza è possibile individuare almeno tre tipi di fattori che influenzeranno l'inevitabile cambiamento che la pandemia ha imposto al turismo. Nel primo caso, si può ragionevolmente presumere che gli impatti più diretti riguarderanno il modello di viaggio a lungo raggio, generando una contrazione delle distanze che i flussi turistici saranno disposti a percorrere prevedendo un aumento dei flussi domestici e del turismo di rimbalzo all'interno le loro regioni di residenza. Nel secondo caso, vanno considerati gli aspetti principalmente connessi alla crisi del lavoro generata dalla pandemia e alla conseguente chiusura delle attività turistiche di media dimensione, soprattutto nelle destinazioni più turisticizzate. Nel terzo caso, bisogna fare riferimento alla contrazione della catena di approvvigionamento, come i trasporti e le strutture ricettive, nonché a numerosi altri servizi accessori legati al turismo (ristorazione, cultura e spettacolo, eventi ...).

Le pandemie si configurano come una questione importante per la società e il turismo, anche se molte delle loro potenziali minacce e le azioni necessarie per gestirle sono state ignorate dalle agende governative. Questo articolo ha cercato di sottolineare come la pandemia da Covid-19 possa fornire un impulso a trasformare l'industria del turismo e (alcuni) comportamenti di viaggio al fine di migliorare il benessere e catturare e distribuire meglio il valore del turismo (Gössling *t*, 2016; Topham, Harvey, 2020). Al momento della stesura di questo articolo, non ci sono prove che la sostenibilità sia una considerazione all'interno del massiccio pacchetto di stimoli economici in Europa e in Italia, anche se diversi ministri europei dell'ambiente hanno chiesto che i piani preparati per il Green Deal europeo siano centrali nella

ricostruzione delle economie europee.

Tuttavia le riflessioni scientifiche sul tema dovrebbero suggerire strategie e modelli su come rinnovare il turismo domestico che – per quanto questo non compenserà il declino dei flussi turistici internazionali – sembra cruciale sia nelle intenzioni di scelta dei turisti, come la nostra indagine ha mostrato, sia per rilanciare il turismo. Approcci coordinati con altri settori connessi al turismo e pesantemente colpiti dalla crisi, come quelli creativi e culturali, saranno essenziali per rendere efficace la ripresa delle destinazioni turistiche.

Infine, è di fondamentale importanza, soprattutto per le parti interessate italiane, riflettere su quest'epoca per migliorare le strategie di gestione delle crisi e rafforzare i meccanismi di coordinamento nazionali e internazionali e l'apprendimento reciproco tra regioni e sotto-settori del turismo, per ripensare un sistema turistico più sostenibile e resiliente e per rispondere in modo unito a nuovi shock futuri. Un ripensamento critico dell'approccio neoliberale allo spazio, della turistificazione e mercificazione dei nostri spazi dovrebbe sollecitare una discussione radicale per una nuova riteritorializzazione dello spazio turistico, spingendo verso una connessione più profonda tra spazio urbano e dimensione rurale e ricordando così l'enorme importanza delle aree non urbanizzate e non turisticizzate nel contrasto alla pandemia.

Riferimenti bibliografici

- Amaturo, E., Punziano, G. (2016). *I mixed methods nella ricerca sociale*, Roma: Carocci.
- Barlow, J., Lennox, G., Ferreira, J. et al. (2016). Anthropogenic disturbance in tropical forests can double biodiversity loss from deforestation. *Nature*. Vol. 535, pp. 144-147. <https://doi.org/10.1038/nature18326>.
- Bijl, D., Schellekens, H. (2011). The sponsored pandemic of the Mexican flu?. *International Journal of Risk e Safety in Medicine*. Vol. 23(2), pp. 73-79.
- Bosak, K. (2016). "Tourism, Development, and Sustainability", in McCool S., Bosak K. (eds.) *Reframing Sustainable Tourism. Environmental Challenges and Solutions*, vol 2. Dordrecht: Springer.
- Buhalis, D., Amaranggana, A. (2015). "Smart Tourism Destinations", in Xiang Z., Tussyadiah I. (a cura di) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, Springer: Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40.
- Cheer, J.M., Lew, A.A. (2017). Tourism, Resilience and Sustainability: Adapting to Social, Political and Economic Change.
- Cheer, J.M., Lew, A.A. (2017). "Sustainable tourism development: Towards resilience in tourism". *Interaction*, 45(1), pp. 10-15.
- Corbisiero, F., La Rocca, R.A. (2020). Tourism on demand. New form of urban and social demand of use after the pandemic event. *TeMA - Journal of Land Use, Mobility and Environment*, pp. 91-104. <https://doi.org/10.6092/1970-9870/6916>.
- Corbisiero, F., Minervini, D. (2017). "Environmental Policies" in Lowry, LL (Ed). (2017) *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*. London: SAGE.
- Corbisiero, F., Paura, R. (2020). "Turismo", in Paura, R. (a cura di), *Guida ai megatrend globali*, Napoli: Italian Institute for the Future.
- Corbisiero, F., Ruspini, E. (2018), "Guest editorial", *Journal of Tourism Futures*, Vol. 4 No. 1, pp. 3-6. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2018-069>
- Cord, F., Roeßiger, F., Schwarz, N. (2015). "Geocaching data as an indicator for recreational ecosystem services in urban areas: exploring spatial gradients, preferences and motivations", *Landscape and Urban Planning*, 144, pp. 151-62.
- Crosby, A.W. (2004). *Ecological Imperialism: The Biological Expansion of Europe, 900-1900*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Deleuze, G., Guattari, F. (1980). *Capitalismo e schizofrenia: Mille piani*, Roma: Castelvecchi.
- Diamond, J. (1997). *Guns, Germs, and Steel: The Fates of Human Societies*. New York: Norton.
- Diaz-Soria, I. (2017). "Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination", *Tourism Geographies*, 19(1), pp. 96-117. DOI: 10.1080/14616688.2016.1214976
- Fletcher, R., B., Büscher, K., Massarella, S., Koot (2020). "Close the Tap! Covid-19 and the Need for Convivial Conservation", *Journal of Australian Political Economy* No. 85, pp. 200-11.
- Gills, B. (2020). Deep Restoration: from The Great Implosion to The Great Awakening, *Globalizations*, 17:4, 577-579.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible Tourism 2nd edition*. Oxford: Goodfellow Publishers <http://dx.doi.org/10.23912/978-1-910158-84-5-3101>
- Gössling S., Ring, A., Dwyer, L., Andersson, A.C., Hall C.M. (2016). "Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 24 (4), pp. 527-548.
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of Covid-19, *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708
- Hall, C.M., Prayag, G., Amore, A. (2018). "Conceptualizing Destination Resilience From a Multilevel Perspective", *Tourism Review International*, 22(3-4), pp. 235-250.
- Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G., Boluk, K. (2019). "Degrowing tourism: rethinking tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), pp. 1926-1944. DOI: 10.1080/09669582.2019.1601732
- IATA (2016). Annual Review 2016, on line: <https://tinyurl.com/iata2016> (consultato il 3/7/2020)
- Ioannides, D., Gyimóthy, S. (2020). "The Covid-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path", *Tourism Geographies*, 22(3), pp. 624-632. DOI: 10.1080/14616688.2020.1763445
- Jeuring, J.H.G., Haartsen, T. (2017). "The challenge of proximity: the (un)attractiveness of near-home tourism destinations", *Tourism Geographies*, 19(1), 118-141.
- Kozul-Wright, R., Barbosa, N. (2020). *Urgent need for swift economic response to coronavirus*, Financial Times
- Lade, S.J., Steffen, W., de Vries, W., et al. (2019). Earth system interactions amplify human impacts on planetary boundaries. *Nature Sustainability* 3, pp. 119-128.
- La Foresta, D. (2018). *Le nuove geografie del turismo. Relazioni digitali e impatti territoriali*, Torino: G. Giappichelli Editore.
- Lade, S.J., Steffen, W., de Vries, W. et al. (2020). Human impacts on planetary boundaries amplified by Earth system interactions. *Nat Sustain* 3, pp. 119–128. <https://doi.org/10.1038/s41893-019-0454-4>
- Latouche, S. (2007). *La scommessa della decrescita*, Milano: Feltrinelli.
- Latouche, S. (2016). *La decrescita prima della decrescita: Precursori e compagni di strada*, Torino: Bollati Boringhieri.
- McKinsey, Company (2020). *Reimagining the \$9 trillion tourism economy—what will it take?*, on line: <https://tinyurl.com/y2mxwd3x>

consultato il 3/8/2020

- Monaco, S. (2018). *Tourism and the new generations: emerging trends and social implications in Italy*, Journal of Tourism Futures, https://doi.org/10.1108/JTF-12_2017-0053.
- Monaco, S. (2019). *Sociologia del turismo accessibile. Il diritto alla mobilità e alla libertà di viaggio*, Velletri: PM Editore.
- Neuborne, E. (1999, Feb 15). *Generation Y Today's teens - the biggest bulge since the Boomers - may force marketers to toss their old tricks*, Business Week.
- OECD (2018). *Tourism Trends and Policies*. Accessibile all'indirizzo: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2018-Tourism-Trends-Policies-Highlights-ENG.pdf> (ultimo accesso: 7/9/2020).
- Paura, R. (a cura di) (2020). *Guida ai megatrend globali*, Napoli: Italian Institute for the Future.
- Ruspini, E. (2013). "Turismo tra mutamenti familiari e peculiarità generazionali", in Ruspini, E., Gilli, M., Decataldo, A., Del Greco, M., Turismo Generi Generazioni. Bologna: Zanichelli.
- Sneader, K., Singhal, S. (2020). *Beyond coronavirus: The path to the next normal*, McKinseyCompany. (accessibile all'url: <https://tinyurl.com/y5jc38yx>) (ultimo accesso 7/9/2020).
- Solanas, A., Manolov, R., Leiva, D. (2011). Retaining principal components for discrete variables, *Anuario de Psicología*, 41(1-3), pp. 33-50.
- Solka, A., Jackson, V.P., Lee, M. (2011). The influence of gender and culture on Generation Y consumer decision making styles, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 21(4), pp. 391-409. DOI: 10.1080/09593969.2011.596554
- Tapscott, D. (2009). *Growing Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*, McGraw-Hill: New York.
- Thomas, M. (a cura di) (2011). *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology and the New Literacies*, New York: Routledge.
- Topham, G., Harvey, F. (2020, Apr. 8). *Airlines lobby to rewrite carbon deal in light of coronavirus*: The Guardian.
- UNWTO (2020), *World Tourism Barometer*, on line: <https://tinyurl.com/unwtoreport> (vis. 3/7/2020).
- UNWTO (2019), *International Tourism Highlights*, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (vis. 3/7/2020).
- Valentine, D.B., Powers, T.L. (2013). Generation Y values and lifestyle segments, *Journal of Consumer Marketing*, 30(7), pp. 597-606. <https://doi.org/10.1108/JCM-07-2013-0650>
- Vasilakis, N., Weaver, S.C. (2008). "Chapter 1 The History and Evolution of Human Dengue Emergence", *Advances in Virus Research*, 72, pp. 1-76.
- Yulan, Y., Yuen-Hsien, T., Chaang-luan, H., (2019) Tourism information technology research trends: 1990-2016, *Tourism Review*, Vol. 74 Issue: 1, pp. 5-19, <https://doi.org/10.1108/TR-08-2017-0128>
- Williams, K.C., Page, R.A. (2011). "Marketing to the generations", *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3 (1), pp. 37-53.
- WHO (2017), *Pandemic Influenza Risk Management. A WHO guide to inform e harmonize national e international pandemic preparedness and response*. https://www.who.int/influenza/preparedness/pandemic/influenza_risk_management/en/ (ult. acc. 20/07/20)
- Walker, B., Salt, D., Reid, W. (2006). *Resilience Thinking: Sustaining Ecosystems and People in A Changing World*, Chicago: the University of Chicago Press.
- Wolfe, N., Dunavan, C., Diamond, J. (2007). "Origins of major human infectious diseases", *Nature*, 447, pp. 279-283. <https://doi.org/10.1038/nature05775>
- Zani, S., Cerioli, A. (2007). *Analisi dei dati e data mining per le decisioni aziendali*, Milano: Giuffrè.