



L'AUDIOVISIVO LINGUAGGIO PRIVILEGIATO PER COMUNICARE IL TURISMO SOSTENIBILE

Media digitali forti tra gli Americani.

E attraverso quali canali ciascun paese è in grado di comunicare meglio il turismo sostenibile? I risultati mostrano la **netta prevalenza dei media audiovisivi con l'80%** delle indicazioni; tra questi, **il genere più efficace risulta essere il documentario (42%)**, particolarmente apprezzato dai tedeschi (52%), seguito dai programmi d'informazione (29%) e dagli spot pubblicitari trasmessi in tv (27%), indicati soprattutto da italiani, francesi e spagnoli).

I media digitali incidono per il 52% e sono considerati come efficaci soprattutto dagli statunitensi (65%); tra le piattaforme social, YouTube è indicato da circa un intervistato su tre, con un dato che esplose di nuovo tra gli americani (42%), seguito da Instagram (23%), Facebook (22%) e più staccato Tik Tok (14%). Meno percepiti come essenziali per comunicare il turismo sostenibile mezzi quali le affissioni e i manifesti.

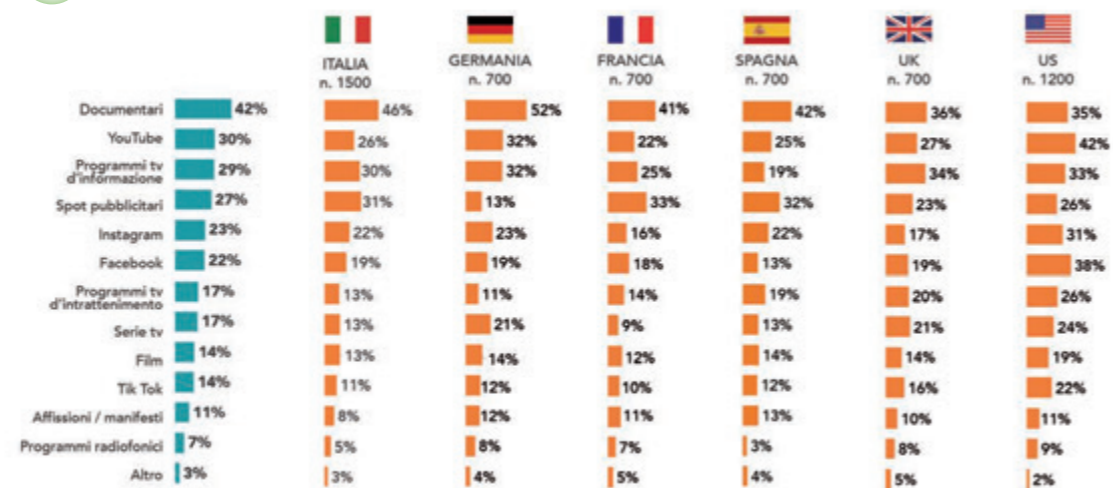
PAESI EUROPEI - CANALI DI COMUNICAZIONE IN TEMA DI TURISMO SOSTENIBILE



Con quali dei seguenti canali i paesi che hai selezionato sono in grado di comunicare meglio in termini di turismo sostenibile?



TOTALE PAESI n. 5500



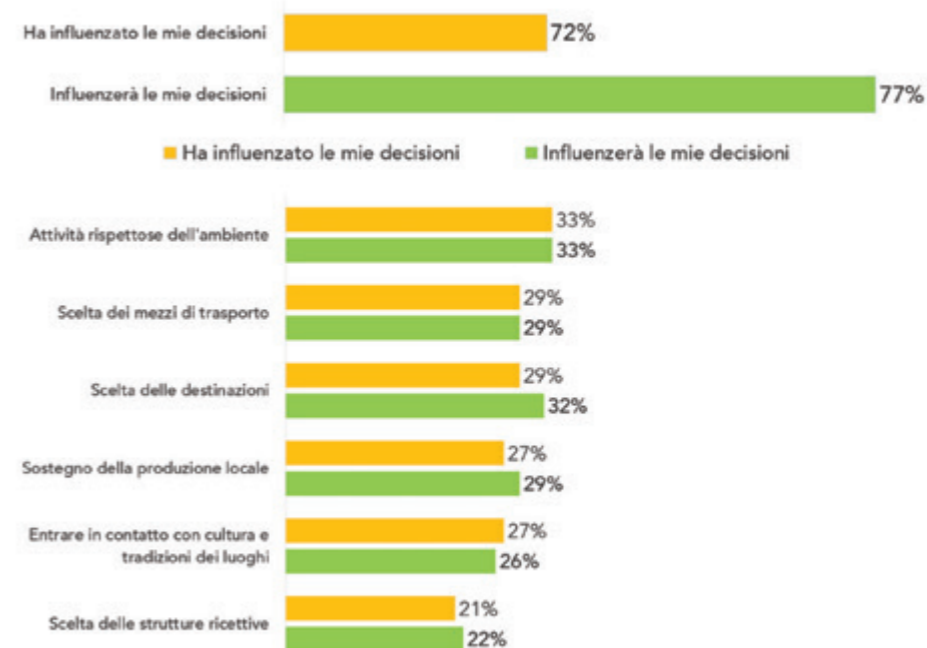
Base: Totale PAESI



3.4.3 Il «peso» della sostenibilità nelle scelte turistiche e di viaggio LA SOSTENIBILITÀ COME FATTORE ABILITANTE NELL'INFLUENZARE LE SCELTE DI VIAGGIO

La ricerca evidenzia in modo lampante quanto la **sostenibilità sia centrale nell'influenzare e indirizzare le scelte e le pratiche turistiche** dei viaggiatori italiani e stranieri. In particolare, **il 72% afferma che tematiche riconducibili alla sostenibilità hanno avuto un'influenza diretta nell'orientare le proprie azioni di viaggio** negli ultimi dodici mesi, una percentuale che sale addirittura al 77% se si fa riferimento a quanto tali criteri di sostenibilità influenzeranno le **scelte nell'immediato futuro**. Tra i temi più «sentiti» rispetto a quanto effettuato nell'ultimo anno, figurano il condurre

attività rispettose dell'ambiente (33%), la scelta dei mezzi di trasporto (29%) e la **scelta delle destinazioni (29%)**; guardando alle azioni da mettere in campo nell'immediato futuro, i due fattori prevalenti riguardano la scelta di destinazioni considerate "più sostenibili" e il **sostegno della produzione locale (rispettivamente 29% e 27%)**, testimonianza di una crescente attenzione verso un'idea di sostenibilità legata al **benessere delle comunità e alla scoperta di territori meno "battuti" dal turismo di massa**.



RURALE E LENTA: IDENTIKIT DELLA VACANZA SOSTENIBILE

La vacanza sostenibile è in agriturismo

Per il 40% dei viaggiatori italiani e stranieri, l'agriturismo è la tipologia di struttura ricettiva che meglio incarna il concetto e l'idea di «vacanza sostenibile»; un primato che si deve principalmente ai turisti italiani, che indicano questa particolare struttura in maniera decisamente consistente (58%).

I campeggi e le case vacanza sono altre tipologie ampiamente indicate come «sostenibili», rispettivamente con il 37% e il 35%, segno di una naturale inclinazione

all'autogestione quando si affronta il concetto di sostenibilità; nello specifico, il campeggio è preferito soprattutto dai britannici (50%), mentre la casa vacanza dai tedeschi (51%).

In generale, la vacanza sostenibile «autogestita» raggiunge il significativo tasso del 72%. Anche hotel, bed & breakfast e rifugi rispondono all'idea di turismo sostenibile; in particolare, il B&B è indicato prevalentemente dagli italiani (45%), i rifugi dai francesi (40%).

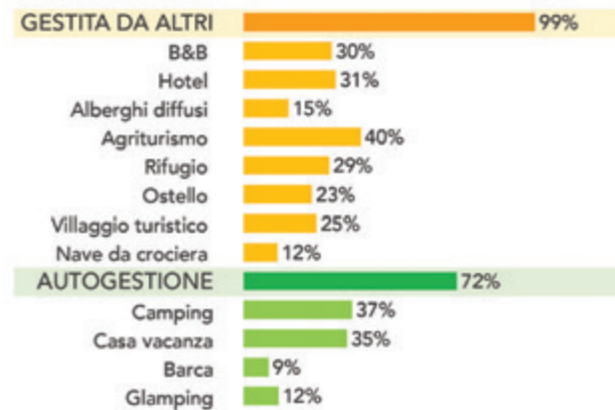
TIPOLOGIA DI STRUTTURA RICETTIVA SOSTENIBILE



Quali strutture ricettive rispecchiano meglio la tua idea di turismo sostenibile? Indica le prime 3 in ordine di importanza



TOTALE PAESI n. 5500



Base: Totale PAESI

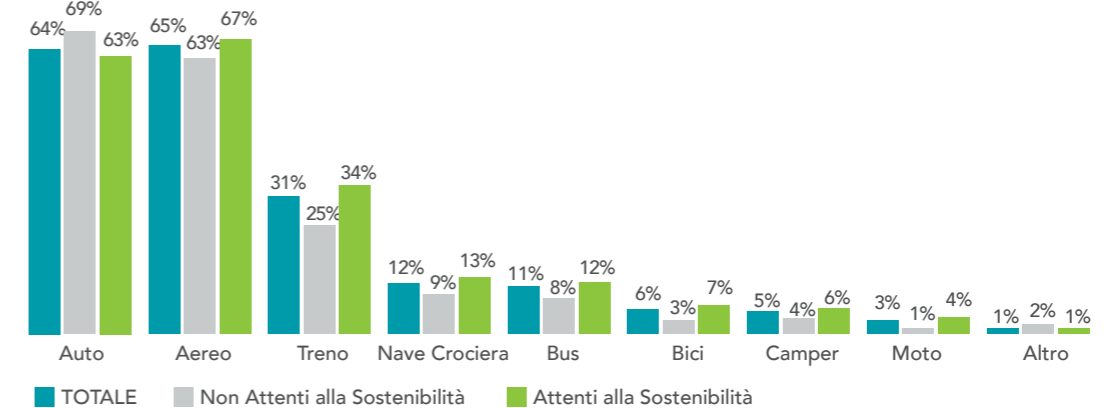
Dalla ricerca emerge che ci sono alcuni mezzi che hanno una maggiore propensione relativa nei viaggiatori più attenti alla sostenibilità (treno, bus, navi da crociera) e al tempo stesso mezzi come l'auto e l'aereo che sono tra il necessario e l'indispensabile per il

viaggio e la vacanze e che come tali pongono temi di infrastruttura e innovazione per il loro sviluppo di transizione sostenibile. Il paradigma è la multi-modalità (in media almeno 2 mezzi per muoversi).

PROPENSIONE ALL'UTILIZZO DEI MEZZI & ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ



Quali mezzi di trasporto preferisci per gli spostamenti durante viaggi/vacanze?



Per tedeschi, francesi e spagnoli «viaggiare sostenibile» significa immergersi nella natura

Lenta e immersa nella natura e in ambienti rurali. È l'idea di vacanza sostenibile di turisti europei e statunitensi. Il turismo rurale e naturale è indicato come sostenibile dal 54% degli intervistati ed è condiviso soprattutto da tedeschi (66%), francesi (65%) e spagnoli (64%), mentre il turismo "lento" dal 44%.

Anche cultura ed enogastronomia sono elementi che contribuiscono a identificare una vacanza come sostenibile, rispettivamente per il 37% e il 30% (dato quest'ultimo che per i tedeschi sale al 38%). Vacanze al mare e in montagna vengono indicate come "sostenibili" da quasi un intervistato su tre: il turismo balneare è sostenibile soprattutto per italiani (37%) e statunitensi (36%), quello montano per spagnoli (40%) e francesi (37%).

TIPOLOGIA DI VACANZA SOSTENIBILE



TOTALE PAESI n. 5500

TOP 3 (Rank 1 + 2 + 3)



3.4.4 Quali dimensioni di sostenibilità per quale turismo?

Come già osservato (cfr. paragrafo 3.4.1), il **concetto di turismo sostenibile è complesso e multiforme**, tanto da poter essere declinato lungo diverse sfumature che corrispondono alle tre dimensioni prevalenti della sostenibilità (ambientale, economica e sociale).

In linea generale, è possibile osservare un concetto di sostenibilità e turismo sostenibile legato a una declinazione «originale» (che cos'è) e uno legato a una dimensione «estesa», vicina alle specificità dell'attività turistica (come lo pratico).

Dimensione «originale» del turismo sostenibile: il legame coi territori

La ricerca ha così provato a chiedere agli intervistati **quali dimensioni e caratteristiche sono considerate più importanti per lo sviluppo di un turismo sostenibile**: le due risposte più diffuse riguardano proprio quella dimensione «originale» della sostenibilità, legata cioè alla sua natura intrinseca: **il 76% associa l'idea di turismo sostenibile al «dedicare attenzione alle culture e tradizioni dei luoghi» e il 73% al «consumare prodotti enogastronomici a km zero»** (soprattutto gli italiani con l'81%), secondo una prospettiva estremamente territoriale e socio-culturale.

Dimensione «pratica» del turismo sostenibile: azioni che orientano il viaggio e la vacanza.

A seguire, si posizionano altri concetti e caratteristiche che investono maggiormente la **dimensione pratica del turismo**, le azioni messe in campo, come l'«**utilizzare mezzi a minor impatto ambientale per spostarsi» (70%)** o per arrivare a destinazione (68%), lo «**scegliere luoghi di vacanza con ampie possibilità di attività outdoor» (68%**, tema sentito dagli americani il cui dato arriva al 76%), il «**comprare prodotti dell'artigianato locale» (67%)** o il «**soggiornare in alloggi eco-sostenibili» (67%)**.

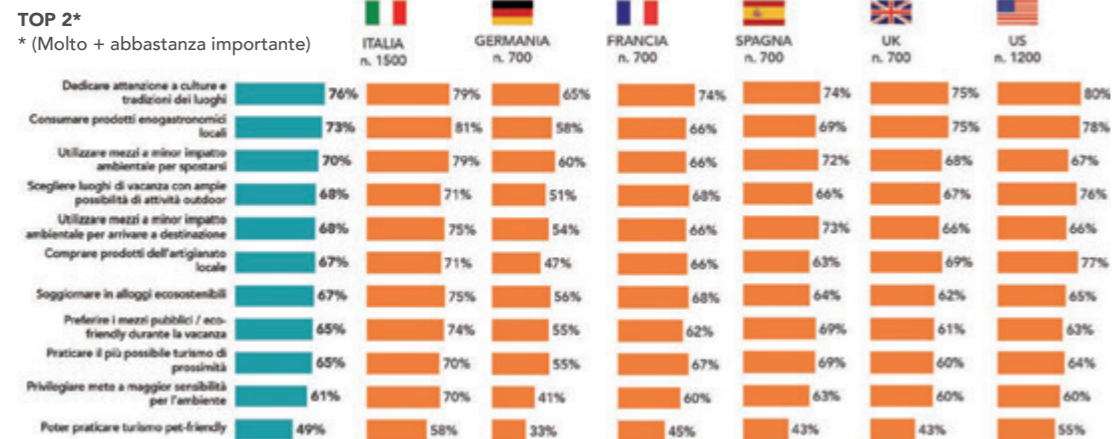
Un quadro articolato che mostra l'esistenza di tanti «**turismi sostenibili» compenetrati tra loro.**

IMPORTANZA DELLE CARATTERISTICHE LEGATE AL TURISMO SOSTENIBILE



Di seguito troverai alcuni aspetti che altre persone come te hanno indicato essere importanti per lo sviluppo del turismo sostenibile. Indica quanto ognuno di essi è importante per te

TOTALE PAESI n. 5500



Base: Totale PAESI

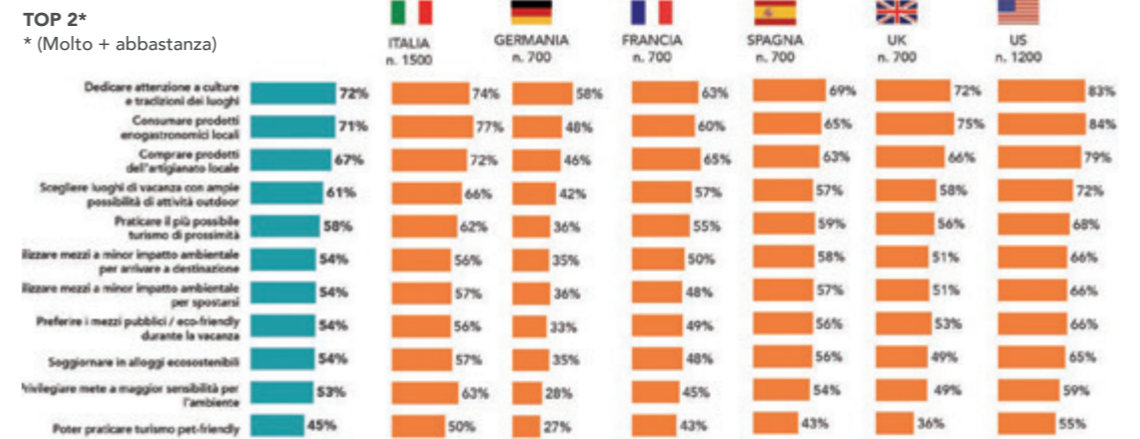
* La scala: Molto importante, Abbastanza importante, Importante così così, Poco importante, Per niente importante

CARATTERISTICHE LEGATE AL TURISMO SOSTENIBILE - ASSOCIAZIONE CON ITALIA



Di seguito troverai alcuni aspetti che altre persone come te hanno indicato essere importanti per lo sviluppo del turismo sostenibile. Indica in che misura associ ognuno di essi all'Italia

TOTALE PAESI n. 5500



Base: Totale PAESI

* La scala: Molto importante, Abbastanza importante, Importante così così, Poco importante, Per niente importante

Turismo sostenibile e Italia: riscontro positivo sulla dimensione «culturale», gap da colmare su quella «ambientale»

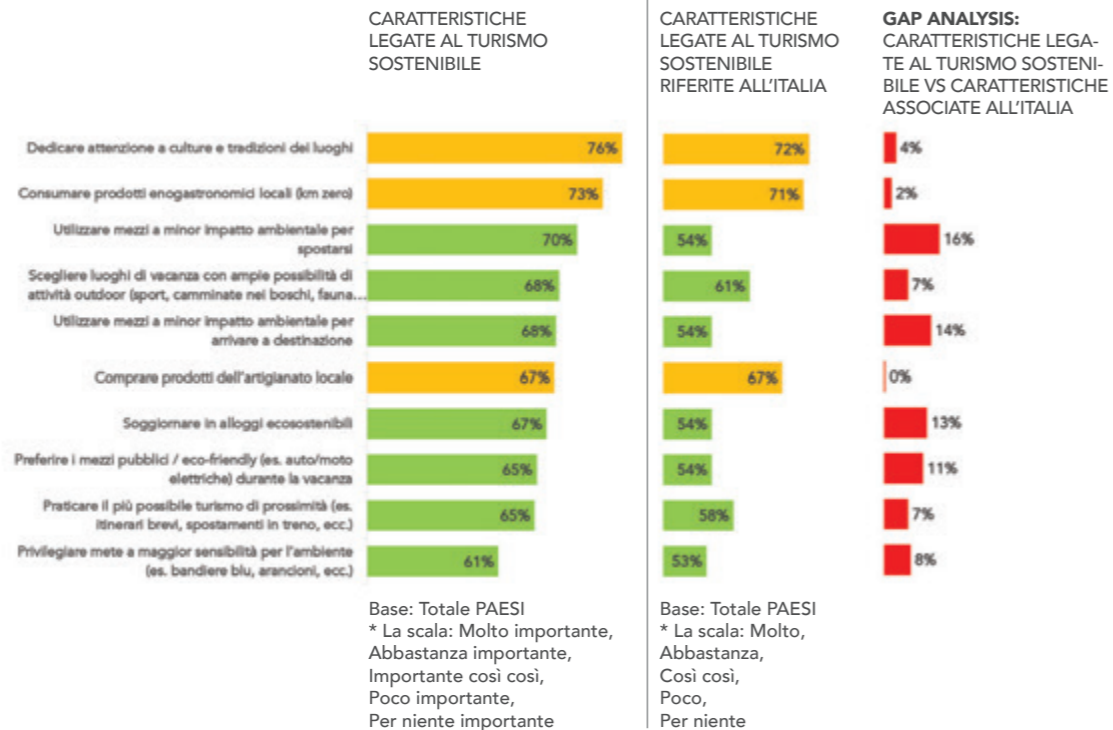
L'Italia mostra un «ritardo» nelle caratteristiche di turismo sostenibile che le vengono associate, generalmente con una percezione più bassa rispetto alla media complessiva. Più nello specifico, l'Italia mette in luce un **vantaggio strutturale sulle caratteristiche che richiamano la dimensione «culturale» della sostenibilità**: su temi come il dedicare attenzione alle culture e tradizioni dei luoghi, il consumare prodotti enogastronomici a km zero o il comprare prodotti dell'artigianato locale, il «gap» dei temi associati all'Italia è minimo e residuale rispetto al totale.

Al contrario, dove l'Italia presenta margini maggiori di miglioramento è sulle caratteristiche di turismo sostenibile più vicine alla **dimensione «ambientale» della sostenibilità**: il divario sale al 16% per la voce «utilizzare mezzi a minor impatto ambientale per spostarsi» (54% vs. 70%) o per arrivare a destinazione (54% vs. 68%), il soggiornare in alloggi ecosostenibili (54% vs. 67%), o nell'utilizzo di mezzi pubblici / eco-friendly per gli spostamenti durante la vacanza (54% vs. 67%).



Di seguito troverai alcuni aspetti che altre persone come te hanno indicato essere importanti per lo sviluppo del turismo sostenibile.

Indica quanto ognuno di essi è importante per te



Toscana regina di sostenibilità tra le regioni

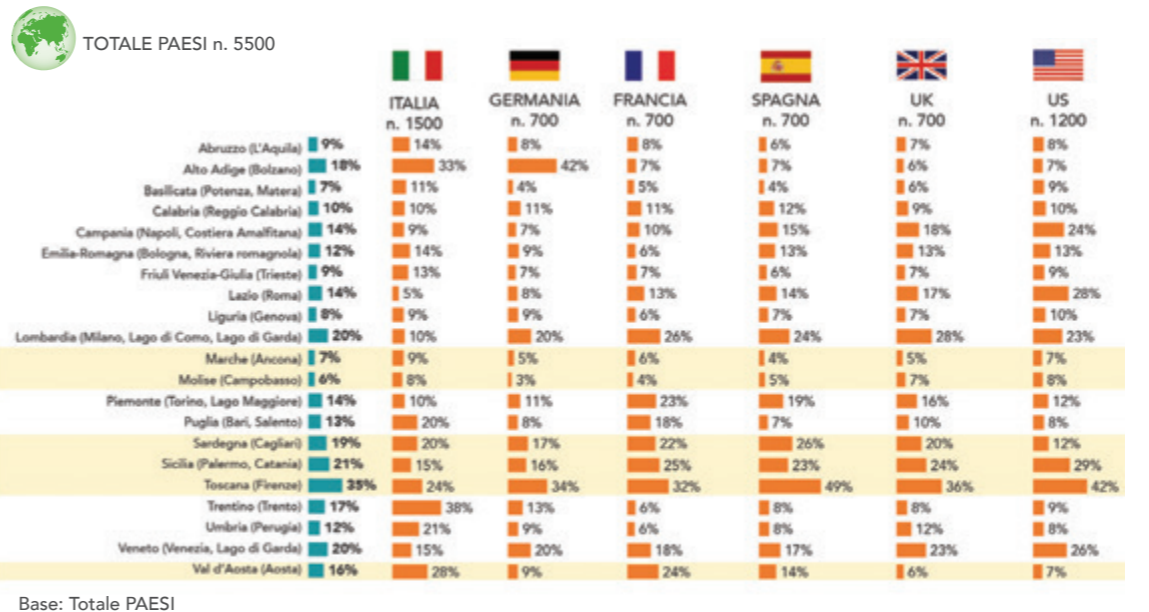
È la **Toscana** la **regione italiana percepita come maggiormente sostenibile**, con una percentuale pari al 35%: un primato pressoché trasversale ai diversi paesi, ma che si deve in particolare a "picchi" significativi registrati da spagnoli (49%, praticamente un intervistato su due) e statunitensi (42%), mentre il dato più basso viene fatto registrare proprio dagli italiani (24%). Seguono con il 21% delle risposte la **Sicilia** (anche in questo caso, con una preferenza degli statunitensi, pari al 29%) e con il 20% la **Lombardia** - ritenuta

particolarmente sostenibile da britannici (28%) e francesi (26%) – e il Veneto, apprezzato soprattutto dai viaggiatori anglosassoni (26% gli statunitensi e 23% i britannici), mentre la Sardegna (19% di risposte) è ritenuta sostenibile soprattutto dagli spagnoli (26%).

REGIONI ITALIANE* ASSOCIAZIONE CON VIAGGI E VACANZE SOSTENIBILI



Secondo te, quali regioni/territori italiani sono più adatti per un viaggio/vacanza sostenibile? Puoi indicare fino a 5 risposte* Per facilitare il ricordo per i paesi stranieri, per ogni regione è stato indicato il capoluogo.



Profonda disparità di percezione tra italiani e stranieri su regioni di confine e rispetto a riconoscibilità dei brand territoriali

Esiste poi un gruppo di regioni che registrano un forte effetto di "polarizzazione", ovvero di elevata differenza nella percezione della sostenibilità tra i diversi paesi.

Sono casi prevalentemente di **regioni "di confine"**: il caso più emblematico è rappresentato dall'Alto Adige (18%), che ha una percezione "positiva" soprattutto per italiani (33%) e tedeschi (42%), mentre raccoglie scarsa considerazione dagli altri paesi; ma discorso analogo vale per la Val d'Aosta (16%), con "picchi" per italiani, 28%, e francesi (24%) e il Piemonte (14%), che raggiunge il 23% per i francesi.

Ci sono poi casi in cui la forbice tra percezione nazionale e percezione internazionale è particolarmente divaricata, proba-

bilmente anche dovuta a un **effetto di "conoscenza" e visibilità delle singole regioni**. Un esempio è dato dalla Campania, sostenibile per il 14% totale degli intervistati, ma con ampie differenze tra italiani e tedeschi da un lato (9% e 7%, rispettivamente) e anglosassoni dall'altro (24% per gli americani, 18% per i britannici); oppure il Lazio, con un 14% totale, ma che oscilla tra un 5% degli italiani e un 28% degli statunitensi.

Di matrice opposta la percezione di sostenibilità di regioni che scontano evidentemente anche un deficit di conoscenza: il Trentino, che viene indicato dal 17% degli intervistati, ma con un "picco" del 38% tra gli italiani e percentuali più marginali per gli stranieri, o l'Umbria (12%, che arriva al 21% sugli italiani).



Tradizioni locali e prodotti km zero gli aspetti di sostenibilità maggiormente percepiti con riferimento alle regioni italiane

Tra i **temi di sostenibilità** che vengono **associati alle singole regioni**, i più rilevanti rientrano in quell'area socio-culturale, che ha a che fare con un'idea generale di **"riscoperta" del territorio e delle sue tradizioni e specificità**. La voce **"cultura e tradizioni dei luoghi"** è particolarmente sentita dagli italiani in relazione alla Toscana (49%), alla Campania (45%) e alla Basilicata (44%), ma si difende bene anche tra gli stranieri (41% per la Toscana, 39% per la Sicilia). Allo stesso modo, la voce **"qualità e genuinità dei prodotti enogastronomici locali"** registra un 48% per

la Campania e un 45% per la Puglia tra gli italiani, mentre per gli stranieri si confermano Toscana (34%) e Sicilia (33%).

Il Trentino e l'Alto Adige sono percepiti dagli italiani come regioni "appealing" per le **attività a contatto con la natura** da parte degli italiani (rispettivamente 47% e 42%), mentre la Val d'Aosta prevale per la "qualità dell'ambiente" (43%), tema che secondo gli stranieri vede invece come più "sostenibili" il Piemonte (32%) e la Lombardia (31%).



Indica i due aspetti che associ alle REGIONI che hai indicato sopra

	Abruzzo	Alto Adige	Basilicata	Calabria	Campania	Emilia Romagna	Friuli Venezia Giulia	Lazio	Liguria	Lombardia	Marche	Molise	Piemonte	Puglia	Sardegna	Sicilia	Toscana	Trentino Alto Adige	Umbria	Veneto	Valle d'Aosta
Base	n. 203	n. 494	n. 162	n. 144	n. 138	n. 210	n. 188	n. 77	n. 134	n. 144	n. 135	n. 119	n. 148	n. 296	n. 295	n. 221	n. 354	n. 577	n. 316	n. 223	n. 414
Cultura e tradizioni dei luoghi	30%	17%	44%	31%	45%	25%	34%	40%	29%	24%	35%	35%	30%	42%	36%	42%	49%	18%	38%	34%	20%
Qualità dell'ambiente	37%	40%	29%	31%	16%	19%	31%	16%	25%	23%	29%	29%	20%	28%	36%	29%	24%	38%	35%	25%	43%
Qualità e genuinità dei prodotti enogastronomici locali	33%	22%	35%	39%	48%	38%	24%	40%	24%	19%	35%	30%	26%	45%	31%	41%	37%	25%	40%	30%	22%
Attività a contatto con la natura	30%	42%	22%	24%	16%	20%	34%	12%	19%	28%	20%	24%	24%	20%	32%	21%	16%	47%	22%	26%	44%
Salvaguardia della biodiversità e degli eco-sistemi	22%	24%	23%	21%	16%	15%	20%	12%	22%	18%	16%	24%	18%	17%	24%	15%	13%	24%	16%	15%	25%
Efficienza di mezzi di trasporto e infrastrutture	8%	22%	11%	4%	16%	31%	19%	16%	21%	31%	15%	9%	23%	7%	7%	7%	18%	19%	10%	24%	12%
Accessibilità e inclusività	13%	12%	9%	14%	20%	29%	14%	25%	19%	21%	20%	13%	22%	14%	12%	16%	21%	12%	13%	13%	11%
Non so	2%	2%	1%	3%	2%	2%	2%	4%	3%	3%	2%	4%	2%	3%	2%	4%	1%	1%	2%	3%	2%

Base: Totale ITALIA

3.4.5 Uno strumento in 8 items per definire il turismo sostenibile

Sulla base di tali presupposti storici e teorici, il presente studio ha inteso produrre una propria classificazione dei temi e concetti che maggiormente incrociano le esigenze di un turismo sostenibile nello scenario attuale. Attraverso un processo di selezione e razionalizzazione degli obiettivi dell'ONU e dell'UNWTO sopra riportati, abbiamo individuato 8 punti chiave che rappresentano il perimetro entro cui è possibile ritrovare i

principali stimoli e motivazioni che guidano un turista o un viaggiatore nelle sue scelte nella direzione della sostenibilità. Tali items rappresentano uno strumento operativo per testare l'impatto della sostenibilità nelle percezioni e definizioni del concetto di turismo sostenibile e sono stati testati nell'indagine quantitativa effettuata su 6 paesi per verificare quanto siano percepiti come prioritari.

Turismo rispettoso delle tradizioni e delle caratteristiche dei luoghi

Turismo che minimizza l'impatto in termini di inquinamento dell'aria, dell'acqua e del territorio e della generazione di rifiuti

Turismo orientato alla crescita economica dei territori attraverso una ricaduta positiva sull'occupazione e le condizioni di lavoro e una più ampia distribuzione possibile della ricchezza generata.

Turismo orientato a tutelare le risorse marine e terrestri (oceani, mari, foreste, ecc.) e supportare la conservazione delle aree e degli habitat naturali.

Turismo che favorisca utilizzo di energie pulite e alternative

Turismo che favorisca lo sviluppo tecnologico e infrastrutturale di un territorio

Turismo che minimizzi l'impatto del consumo di suolo e delle risorse ambientali, riducendo il consumo individuale (città e comunità sostenibili)

Turismo attento alle differenze di genere, psico-fisiche, sociali e culturali

LA TRIPOLARITÀ DEL TURISMO SOSTENIBILE: DOMINANZA DELLA DIMENSIONE AMBIENTALE E PRESENZA DELLE DIMENSIONI ECONOMICA E SOCIALE.

Ambiente, clima, salvaguardia della biodiversità: le priorità percepite e largamente diffuse tra tutti i paesi. Per gli americani spicca il tema del "benessere della comunità".

e della biodiversità" sono gli aspetti maggiormente sentiti; nella costruzione di un ipotetico ranking, vengono collocati nelle prime tre posizioni rispettivamente per il 55% e il 51%. Una tendenza piuttosto omogenea tra i paesi, senza particolari "picchi" (61% per l'ambiente tra gli italiani, 61% per ecosistemi e biodiversità tra i francesi). Al terzo posto il tema del **"benessere delle comunità"** (41%), che pure è il tema più indicato dai turisti statunitensi (46%).

Il turismo sostenibile è prevalentemente legato alla dimensione ambientale. Rispetto agli otto items che identificano il concetto di turismo sostenibile, **"ambiente e cambiamenti climatici"** e **"salvaguardia degli ecosistemi**



Gli obiettivi di sviluppo e di turismo sostenibile dell'ONU sono un insieme di traguardi comuni a tutti i Paesi del mondo, da raggiungere entro il 2030, che mirano ad affrontare un'ampia gamma di questioni relative allo sviluppo economico e sociale. Di seguito ne sono stati elencati alcuni. Ordinali da 1 a 8 in base a quanto sono rilevanti per te



TOTALE PAESI n. 5500

TOP 3

(Rank 1 + 2 + 3)



Base: Totale PAESI