

Il ruolo dello statistico sociale nel turismo: dalle statistiche sul turismo alle statistiche per il turismo*

Stefano De Cantis, Franco Vaccina

Dipartimento di Metodi Quantitativi per le Scienze Umane, Università di Palermo

Riassunto. Il presente contributo ha l'obiettivo di analizzare il ruolo dello statistico sociale nell'ambito dell'analisi dei fenomeni turistici. In particolare, lo statistico (applicato) usa e crea statistiche in funzione di obiettivi conoscitivi e operativi e, a parte l'estensione evidente delle conoscenze e degli ambiti operativi di un fenomeno come quello turistico, allo stato attuale, il contributo più urgente sul piano operativo sembra essere quello di evidenziare, ai gestori del settore, l'assenza di un adeguato livello statistico dell'informazione, nonché le distorsioni interpretative più evidenti nell'utilizzo delle statistiche esistenti. Viene inoltre illustrato come il piano conoscitivo offra ampio spazio a contributi metodologici e tecnici che andrebbero proiettati nell'ambito delle analisi statistiche spaziotemporali.

Parole chiave: statistica del turismo, fonti statistiche sul turismo, turismo locale

1. Introduzione: l'informazione statistica nel turismo

Il turismo si riferisce all'attività di persone che si spostano volontariamente sul territorio e vanno temporaneamente in luoghi diversi da quelli abituali per svolgere in quelle località prevalenti funzioni di consumo. Tale proposizione sembrerebbe identificare in maniera piuttosto chiara quali siano le persone che svolgono tali attività, le persone cioè che fanno turismo (turisti), così come i principali agenti economici coinvolti.

A dispetto di tale apparente semplicità:

- il mercato turistico è caratterizzato da peculiarità piuttosto specifiche e da un grado di complessità elevato sul piano organizzativo e manageriale, tecnologico,

* Il lavoro è opera congiunta di entrambi gli autori. Tuttavia i paragrafi 2, 3 e 4 sono attribuibili a Stefano De Cantis, i rimanenti a Franco Vaccina.

ecc.. L'operatore economico offre un prodotto, anch'esso complesso, che è localmente determinato (offerta locale) e necessariamente integrato nel territorio; lo offre cioè non potendo prescindere dalle relazioni tra il bene o servizio offerto ed il sistema locale, dagli "attrattori" turistici (le risorse culturali, ambientali, sociali, ecc.), ma anche dal contesto industriale, istituzionale (politico e amministrativo), lavorativo, ecc.;

- la località turistica è il luogo dove è presente il bene turistico (dimensione locale) mentre il servizio turistico non è circoscrivibile al luogo dove viene prestato (avendo come referente il luogo di destinazione) bensì esso viene prestato ad un insieme di turisti nel luogo di partenza, durante il trasferimento o nel luogo di destinazione. Il profitto del bene turistico prevede una sua, almeno parziale, destinazione alla località turistica che lo possiede. Una parte va ovviamente a chi lo commercializza. Il profitto del servizio turistico può, almeno teoricamente, essere totalmente fruito da soggetti estranei alla località turistica, assumendo la stessa connotazione (dimensione globale) della domanda;

- il turista ha un ambito di scelta che è ormai globale (Beerli e Martin, 2004; Carr, 2002). Inoltre, il mercato turistico è costituito, dal lato della domanda, da un insieme articolato di distinti segmenti, tanto più eterogenei tra loro quanto più forte è la diversità delle motivazioni dei soggetti che ne fanno parte (Kotler, 2003) e la differenziazione e la personalizzazione dei modelli di comportamento turistico è crescente e determinata da aspettative ed esigenze diverse (Cohen, 1979; Guidicini e Savelli, 1988);

- la possibilità concreta di tradurre il concetto di turista attraverso un adeguato correlato empirico del tutto rispondente alle definizioni teoriche è negato dall'attuale offerta informativa sul turismo da parte delle statistiche ufficiali (sia a livello nazionale che internazionale);

- le esigenze informative legate al turismo sono crescenti e funzionalmente dipendenti dall'importanza a tutti i livelli (e non solo economico) che il turismo viene ad assumere e conseguentemente anche dal livello di profondità di utilizzo dei meccanismi di marketing, pubblicizzazione e di interazione con il cliente-turista.

Sembrerebbe che non esista un bene ambientale, culturale, ecc. (squisitamente locale) che si trasforma, accidentalmente o volontariamente, in bene turistico quando coesiste con il turista. Il processo di produzione del bene turistico apparirebbe pertanto assimilabile a quello di altri beni, con i beni di base (culturali, ambientali, ecc.) presi come materia prima integrata dal produttore con gli utilizzatori che danno un plusvalore al prodotto. Un prodotto locale o localizzato che cresce di valore tanto più quanto sono gli utilizzatori e quanto più non lo danneggiano con l'uso. Stare in

un luogo, essere utilizzabile e, almeno potenzialmente, preservabile nella sua integrità, sono quindi le caratteristiche di un bene turistico. Ma chi utilizza un bene siffatto deve essere portato (orientato e trasportato) sul luogo e qui ospitato e assistito durante la fruizione. Questi aspetti costituenti i servizi turistici possono essere gestiti da operatori esterni al luogo turistico anche se l'orientamento verso una località è interesse fondamentale del produttore e del possessore del bene turistico in quella località. Ma i servizi turistici rendono, e d'altro canto, costano, per l'uso di infrastrutture necessarie a garantire la fruibilità dei beni turistici principali, tanto da divenire essi stessi beni turistici secondari (o acquisiti). I responsabili locali sono quindi tenuti, quando non sono in grado o non ritengono opportuno occuparsi dei servizi, a mantenere il coordinamento della gestione nel proprio territorio, garantendo la copertura dei costi diretti e indiretti della fruizione dei beni turistici. Naturalmente senza dimenticare quella degli investimenti necessari per le infrastrutture di sostegno al turismo, delle quali si debbono avvantaggiare anche le popolazioni locali. Si tratta di un circuito virtuoso che da un lato rende appetibile la gestione dei servizi turistici, stimolando la concorrenza tra attori locali ed esterni, dall'altro, migliora le caratteristiche degli stessi facilitando l'azione di marketing e rendendola rappresentativa e non immaginativa della realtà locale (con aumento del livello di soddisfazione e quindi di fidelizzazione dei turisti). Sviluppa, infine, strutturalmente e economicamente il territorio per tutti i suoi abitanti e mantiene il ciclo di vita della località in uno stato maturo ma non decadente, nel quale si può decidere localmente cosa fare senza essere assillati da emergenze di rischi per la sopravvivenza.

In ambito turistico, le operativizzazioni dei concetti tentano di riprendere le definizioni ufficiali non riuscendo però a tradurre in maniera opportuna i concetti originali a causa delle difficoltà intrinseche connesse al processo stesso di traduzione, oltre che alla complessità dei concetti. Vengono così proposte prospettive e letture che divergono in maniera anche consistente a causa della difficoltà di integrare le definizioni convenzionalmente accettate a livello internazionale con i bisogni informativi che nel tempo si sono presentati. Non vanno infine trascurati gli interessi degli operatori anch'essi determinati storicamente sulla base di esigenze plurime e non sempre del tutto compatibili.

Ad esempio, dal punto di vista del decisore (operatori privati o amministratori pubblici che devono gestire la *policy* turistica di una destinazione) la conoscenza della distribuzione degli effettivi (o, in altro senso, dei potenziali) turisti rispetto alla provenienza, la conoscenza delle loro motivazioni (che fanno privilegiare una certa località rispetto a quelle concorrenti), delle esperienze vissute da questi e della

corrispondente soddisfazione (che può motivare una replicazione dell'esperienza), del comportamento di spesa, dei mezzi di trasporto utilizzati e, soprattutto, della interrelazione tra tutti questi fattori (sociali, psicologici, motivazionali, economici, ambientali, ecc.), costituisce la base indispensabile per un'analisi accurata del fenomeno turistico. Ebbene, malgrado queste esigenze sembrino irrinunciabili per intraprendere un processo decisionale adeguato e, quindi, pressanti nelle richieste verso i produttori di informazioni, l'effettiva disponibilità delle informazioni relative risulta, soprattutto al livello territoriale delle singole destinazioni, ancora una chimera.

Di conseguenza, sul versante dei problemi e delle prospettive di ricerca, gli ambiti più importanti sembrerebbero riguardare:

(a) la definizione concettuale e (soprattutto quella) operativa di "turismo" e di "turista", in particolare, considerando, tra l'altro, la sempre più spinta articolazione e differenziazione empirica che questi concetti richiedono;

(b) la revisione, in termini critici, dei dati ufficiali e dei corrispondenti sistemi statistici di rilevazione, al fine di valutare la dimensione effettiva dei molteplici fattori esplicativi della domanda e dell'offerta turistica, che includa anche il "sommerso" turistico (cosiddetto "turismo reale");

(c) l'utilizzo di tali informazioni in ambiti tipicamente privatistici (decisioni di investimento privato, marketing aziendale, ecc.) o pubblici, quali la programmazione, la valutazione delle politiche turistiche, la valorizzazione dei territori.

Con questa premessa, il presente contributo vuol mettere in evidenza il ruolo e le peculiarità dello statistico sociale nell'ambito dell'analisi del fenomeno turistico, che viene principalmente legato alla fase dell'analisi critica più che a quella della proposta, che, in questo lavoro, non viene tuttavia completamente ignorata. La carenza di un adeguato livello informativo caratterizza infatti le statistiche sul turismo; di conseguenza, le lacune ed i limiti che le affliggono, i pericoli interpretativi che le contraddistinguono ed infine l'uso improprio che di esse si fa, fanno risultare tali statistiche sostanzialmente inadeguate per essere utilizzate efficacemente nella valutazione dei fenomeni turistici.

Dopo questo breve paragrafo introduttivo, il lavoro si articolerà dunque come segue.

Il paragrafo secondo cercherà di delineare una breve storia della statistica del turismo e lo sviluppo nel tempo delle statistiche sul turismo, con riferimento al contesto italiano ed europeo. Il paragrafo terzo fornirà una sintetica presentazione dello *status quo* delle fonti statistiche sul turismo esistenti in Italia e in Europa. La

quarta sezione sarà dedicata ai principali problemi interpretativi relativi all'uso (e all'abuso) delle statistiche sul turismo; ciò con riferimento sia agli aspetti prevalentemente quantitativi ("quanto turismo", "quanti turisti") che, agli aspetti qualitativi ("quali turismi", "quali turisti"). Nel quinto paragrafo si discuteranno le questioni legate alle lacune delle statistiche sul turismo, con particolare riferimento al rapporto tra statistiche e livello territoriale di riferimento e si presenteranno le principali proposte emerse sui temi presentati dall'attività di ricerca del gruppo dell'unità siciliana nata inizialmente con lo svolgimento del progetto di rilevante interesse nazionale (PRIN) 2003-2005¹, di cui Franco Vaccina è stato Coordinatore nazionale e Stefano De Cantis, Componente dell'unità locale di Palermo. Un ultimo paragrafo è dedicato alle prospettive e agli sviluppi disciplinari che la statistica del turismo può, o dovrebbe avere, per garantire un adeguato e graduale passaggio dalle "statistiche sul turismo" alle "statistiche per il turismo".

2. Le statistiche sul turismo e la statistica del turismo

2.1 Le statistiche sul turismo in Italia ed in Europa

Malgrado studi sulla dimensione economica del turismo straniero in Italia fossero già tentati da numerosi studiosi a cavallo tra il XIX ed il XX secolo (tra gli altri, Bodio, 1899; Stringher, 1912a e 1912b), l'analisi ed il conseguente sviluppo delle statistiche sul turismo inizia nel nostro Paese negli anni venti e trenta e si consolida poi solo negli anni cinquanta, per soddisfare esigenze principalmente di tipo amministrativo e di controllo². L'obbligatorietà della registrazione degli arrivi dei clienti negli esercizi ricettivi³, così come la rilevazione dei flussi fisici dei visitatori transitati alle frontiere⁴ o, ancora, la rilevazione delle operazioni⁵ di cambio di valuta (acquisto di lire italiane o di valuta straniera), consentivano infatti di soddisfare adeguatamente

¹ Dal titolo: "Analisi dei mercati turistici regionali e sub-regionali. Costumi sociali e risorse economiche per una politica di sviluppo sostenibile del territorio".

² È invece il 1959, l'anno in cui per la prima volta l'Istat rileva informazioni sui periodi di vacanza trascorsi dagli italiani, attraverso un'indagine campionaria sulle famiglie (Istat, 1960; Istat, 2003).

³ La rilevazione sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi fu intrapresa dall'ENIT, tra le due guerre mondiali e svolta, in corrispondenza con quella sulla consistenza ricettiva, dall'ISTAT nel 1952, con copertura totale del territorio, così come si svolge ancora attualmente.

⁴ La rilevazione collegata al controllo dei documenti dei viaggiatori da parte della polizia di frontiera, nasce con l'istituzione dell'ENIT (1923).

⁵ Operazioni regolamentate, in Italia, dal 1951

solo bisogni conoscitivi legati soprattutto al controllo del territorio e delle persone o, per altri versi, dei flussi finanziari. Tuttavia, negli anni recenti l'esigenza di coordinare ed uniformare al livello internazionale le informazioni statistiche disponibili, esigenza espressa a livello mondiale ma resa concreta principalmente in Europa, grazie al lavoro di riorganizzazione che la Comunità ha tentato di condurre, si attua con la Direttiva 95/57/CE del Consiglio dell'Unione europea del 23 novembre 1995. Essa riguarda proprio la raccolta dei dati statistici, definisce il quadro metodologico comunitario per l'elaborazione di statistiche sul turismo⁶ ed è stata recepita nell'ordinamento interno italiano con decreto ministeriale del 25/09/1998.

2.2 La statistica del turismo in Italia

Al contrario delle statistiche sul turismo, la statistica del turismo come disciplina autonoma, almeno in Italia, sembra aver avuto uno sviluppo piuttosto recente. Sul piano della legislazione universitaria con la riforma degli ordinamenti universitari istituita nel 1999 e poi ripresa nel 2004 (e concretizzandosi, questa ultima però solo nel 2007), sono nati infatti gli attuali corsi di laurea, tra i quali quelli specificatamente dedicati al turismo⁷. Nell'ambito di questi nuovi corsi, la "statistica del turismo" viene a denominare (nella salvaguardia dell'autonomia di ciascun corso di studi che può, nel rispetto dei vincoli ministeriali, scegliere di etichettare

⁶ Di particolare interesse è l'allegato alla direttiva (di cui l'allegato fa parte integrante) nel quale sono specificati con precisione e dettaglio i dati che il Consiglio Europeo richiede ai singoli stati. Per ulteriori dettagli si veda anche Eurostat, 2007.

⁷ Nel quadro del decreto ministeriale n. 509 del 03 novembre 1999 ed i successivi DM del 04 agosto 2000 e del 28 novembre 2000, il termine turismo (e quelli ad esso legati) compare negli obiettivi formativi (qualificanti che accompagnano ciascuna classe di laurea e che evidentemente ne definiscono i contenuti) delle seguenti classi di lauree universitarie: 3 (Scienze della mediazione linguistica), 11 (Lingue e culture moderne), 36 (Scienze sociologiche), oltre che nella classe 39 (Scienze del Turismo) e delle seguenti classi di lauree specialistiche: 21/S (Geografia), 55/S (Progettazione e gestione dei sistemi turistici).

Nel decreto ministeriale n. 270 del 22 ottobre 2004 ed i successivi DM del 16 marzo 2007 la parola turismo è utilizzata per le seguenti classi: L-11 (Lingue e letterature moderne), L-12 (Mediazione linguistica) e L-26 (Scienze e Tecnologie alimentari), oltre che nella classe L-15 (Scienze del turismo) e nelle seguenti classi di lauree magistrali: LM-80 (Scienze geografiche), LM-73 (Scienze e tecnologie forestali ed ambientali), LM-47 (Organizzazione e gestione dei servizi per lo sport e le attività motorie), oltre che, naturalmente, nella classe LM-49 (Progettazione e gestione dei sistemi turistici).

abbastanza liberamente le proprie discipline) alcuni corsi del settore scientifico disciplinare (SSD) SECS-S/05, Statistica sociale. Solo l'iniziale proposta di classificazione degli ambiti scientifico-disciplinari prevedeva infatti l'indicazione di più specifiche denominazioni. Nella definitiva proposta di classificazione, le specifiche discipline sono solo implicitamente previste nelle declaratorie⁸ di ciascun SSD.

3. Il quadro delle fonti statistiche: in Italia ed in Europa

L'insieme delle fonti statistiche sul turismo è articolato in Italia in varie indagini benché difficilmente, a nostro parere, si possa parlare di vero e proprio "sistema" statistico (integrato) delle fonti sul turismo. In generale, anche in funzione delle esigenze conoscitive che le generano è possibile suddividere le fonti statistiche sul turismo, e la direttiva comunitaria precedentemente citata non sfugge a questa classificazione, in due grosse categorie⁹:

- le fonti statistiche *dal lato della domanda*, quelle cioè in cui i turisti vengono osservati dalla prospettiva dei luoghi di origine (di partenza); l'unità di rilevazione risulta costituita dagli individui (o, meglio più spesso, dalle famiglie) residenti; le esigenze informative rientrano tra alcuni degli obiettivi degli istituti statistici nazionali, legate principalmente allo studio dei comportamenti della popolazione: le informazioni sull'attività turistica completano la conoscenza delle più generali

⁸ La declaratoria del SSD SECS-S/05 infatti recita: "I campi di interesse del settore sono quelli concernenti lo studio dei metodi statistici per le scienze del sociale, con le specificità che natura e caratteristiche dei fenomeni sociali e sanitari impongono nelle fasi della raccolta delle informazioni e delle analisi descrittive e inferenziali. Le problematiche riguardano progettazione e gestione di indagini campionarie e sondaggi demoscopici; programmazione e valutazione dei servizi sociali e sanitari; rilevazione ed analisi statistica dei comportamenti e motivazioni soggettive, anche di genere, in svariati campi (processi educativi, espressioni di voto, mobilità sociale e turistica, sport, tempo libero e comunicazione, psicologia, attività forense)". Solo a titolo di curiosità, è da annotare che il termine "turismo" (e tutte le parole da questo derivabili) compare solo nelle declaratorie del SPS/10, Sociologia dell'ambiente e del territorio, oltre che in quella del ING-INF/01, Elettronica.

⁹ Altre classificazioni le distinguono in funzione: (a) dell'obiettivo principale della rilevazione (il turismo ed i fenomeni direttamente ad esso collegati: fonti dirette; altri fenomeni solo indirettamente collegabili al turismo: fonti indirette); (b) dell'oggetto cui si riferisce (turismo interno, internazionale, ecc.), (c) dell'ente che la produce (Istat, UIC, ecc.), (d) del grado di copertura della indagine (totale o campionaria),

della periodicità (rilevazione continua, periodica, saltuaria, ecc.), ed, ancora, in funzione di altri criteri.

dinamiche che coinvolgono le popolazioni nazionali, le loro tendenze ed abitudini in campo sociale, economico, ecc...;

- quelle *dal lato dell'offerta*, cioè quelle in cui i turisti vengono visti come clienti-utenti, fruitori di beni e servizi ed osservati dalla prospettiva dei luoghi di destinazione (di arrivo), della località turistica visitata; le unità di rilevazione sono gli esercizi ricettivi; le esigenze conoscitive sono principalmente di natura amministrativa, le informazioni di tipo sociale minimali (addirittura assenti), al più utili al controllo aziendale della singola struttura ricettiva, all'analisi del tasso di utilizzazione e del livello di sfruttamento dell'offerta ricettiva¹⁰.

Esaminiamo il quadro con riferimento proprio al contesto europeo. Il riferimento normativo più importante è la già citata Direttiva 95/57/CE che impone che ciascun paese membro costruisca e comunichi agli uffici europei (Eurostat) statistiche almeno nelle seguenti tre aree tematiche:

- a) capacità delle strutture ricettive (*local units on national territory*);
- b) livelli di utilizzazione delle strutture ricettive (*domestic and inbound tourism*) attraverso la rilevazione degli arrivi e delle presenze negli esercizi ricettivi;
- c) domanda turistica (*domestic and outbound tourism – excluding day-trips*), sui viaggi dei residenti all'interno del paese e verso l'estero;

La metodologia adottata per l'attuazione della direttiva è descritta invece in Eurostat, 1998.

Delle tre categorie, le prime due possono evidentemente essere classificate come fonti dal lato dell'offerta, l'ultima può annoverarsi tra le fonti dal lato della domanda. La direttiva specifica con precisione il grado di dettaglio territoriale su cui vanno rilevati i dati, diversificato a seconda dell'informazione (dal livello comunale dei NUTS III per il numero di strutture ricettive, le camere ed i posti letto a quello semplicemente nazionale); la cadenza temporale varia invece dal mese (per gli arrivi e le presenze nelle strutture ricettive), al trimestre (il numero di turisti nazionali ed i viaggi da questi effettuati), all'anno. L'Istat soddisfa la richiesta di tali statistiche attraverso lo svolgimento corrente delle tre indagini di seguito indicate:

- A. L'indagine sulla capacità degli esercizi ricettivi (Istat, 2004);
- B. L'indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (Istat, 2004)¹¹;

¹⁰ Verosimilmente la direttiva europea risente più dello sviluppo che dal punto di vista storico hanno avuto le statistiche sul turismo nei principali paesi europei, cioè di quanto già si faceva nella maggior parte dei paesi (o almeno di quelli più affermati), piuttosto che di una volontà di costruire un sistema informativo rispondente ad effettive e precise esigenze conoscitive.

¹¹ L'Istat con riferimento alle due indagini di cui ai punti elenco A. e B. ha deciso di non pubblicare più il volume "Statistiche del turismo" (Istat, 2004), ma di mettere a disposizione degli interessati, in ciascun anno, direttamente on line sul proprio sito, le tavole dei dati denominate "Capacità e

C. L'indagine sui viaggi degli italiani in Italia e all'estero (Istat, 2008; Istat, 2003).

Gli altri paesi europei con alcune differenze si comportano in maniera del tutto simile. Queste tre indagini insieme a quella svolta dall'UIC (Ufficio Italiano Cambi)¹² costituiscono, a livello nazionale, le fonti statistiche più rilevanti sul turismo in Italia¹³.

3.1 Alcune considerazioni critiche

Riprendiamo ora la definizione ufficiale dell'UNWTO (United Nation World Tourism Organization) e convenzionalmente accettata a livello internazionale secondo cui è visitatore colui che "viaggia verso un luogo diverso dal suo ambiente abituale, per un periodo di durata inferiore a un anno e per un motivo principale diverso dall'esercizio di una attività remunerata nei luoghi visitati". Conseguentemente viene definito turista "ogni visitatore che trascorre una o più notti nel luogo visitato" (WTO, 1994).

Il primo rilevante problema riguarda la distanza sul piano logico ed operativo che si instaura tra la definizione ufficiale e quella effettivamente e concretamente utilizzata¹⁴. Analizzando con attenzione le caratteristiche dell'indagine Istat sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (fonte dal lato dell'offerta) appare chiaro che la rilevazione degli arrivi e delle presenze mensili nelle singole strutture (alberghiere e extralberghiere) non risponde ai criteri imposti dalle istituzioni statistiche internazionali (WTO, Eurostat) nelle definizioni ufficiali. In estrema sintesi: in assenza della motivazione che giustifica il soggiorno di ciascun singolo cliente è impossibile discriminare il turista da altri tipi di viaggiatori (per lavoro, per salute, ecc.)¹⁵; in assenza dell'informazione individuale sull'ambiente abituale del

movimento degli esercizi ricettivi". Con riferimento alle novità che l'Istat ha introdotto di recente si veda in particolare la circolare Istat n.7 del 27 02 2008.

¹² Almeno fino al 2007 poiché dal 01/01/2008 l'UIC è stato assorbito dalla Banca d'Italia.

¹³ Le caratteristiche delle indagini sopra citate sono ampiamente descritte dall'Istat stesso nei documenti direttamente consultabili on line (www.istat.it); per una rassegna più completa delle diverse fonti statistiche sul turismo, si vedano invece, tra gli altri, alcuni testi di natura didattica quali: Tassinari, 1997; Pasetti, 2002; Vaccaro, 2007.

¹⁴ Una domanda che evidentemente risulta essenziale in sé ma soprattutto per il prosieguo è: quale è la relazione tra la definizione del WTO e quella operativa presupposta in maniera più o meno implicita nelle rilevazioni Istat?

¹⁵ Si ricordi infatti che in tali rilevazioni le unità di analisi sono per definizione gli esercizi ricettivi presenti sul territorio nazionale. Ne deriva che i dati sulla capacità e sul movimento costituiscono le variabili che caratterizzano gli esercizi.

singolo è impossibile identificare colui che è uscito da tale ambito rispetto a chi non è fuori dal proprio ambiente abituale¹⁶. D'altra parte anche l'assimilazione del territorio del comune di residenza al proprio ambiente abituale potrebbe ritenersi un'utile e comoda convenzione, che, evidentemente, non è esente da critiche: si pensi all'estensione di alcuni grandi comuni (Roma, Milano ad esempio) che includono aree anche molto ampie (per svariate centinaia di chilometri quadrati) caratterizzati anche da attrattive turistiche per gli stessi residenti, che ne usufruiscono direttamente anche con soggiorni in strutture ricettive. Si consideri poi che il termine residenza ha una connotazione di tipo amministrativo che potrebbe non avere nulla a che fare con l'effettiva "residenza" di un individuo in un determinato territorio. Infine l'altro grande problema relativo a questa indagine riguarda il fatto che i turisti che si recano in strutture ricettive ufficiali sono una percentuale difficilmente quantificabile, ma comunque abbastanza ridotta (verosimilmente in alcuni territori, anche minore del 50%) dei turisti complessivi. Altre difficoltà in merito alla adeguata interpretazione delle statistiche sul movimento dei clienti e soprattutto la loro efficacia sul piano operativo saranno discusse nel dettaglio nelle prossime sezioni. Infine annotiamo il principale vantaggio di questa rilevazione: la capillarità a livello territoriale ed il carattere continuativo della rilevazione (nel tempo). Questa interessante caratteristica risulta però del tutto controproducente se consideriamo che in conseguenza di tali vantaggi la tempestività con cui l'Istat è in grado di diffondere i risultati sembra, almeno per ora, del tutto inadeguata¹⁷. Tale ritardo non consente un utilizzo dell'indagine come strumento operativo a disposizione degli operatori per analizzare lo sfruttamento delle risorse ricettive e monitorarne nel tempo e con tempestività l'efficienza¹⁸.

¹⁶ Il riferimento alla residenza anagrafica inizialmente utilizzato anche dalle organizzazioni internazionali nella definizione di turista è stato poi abbandonato in favore di un insieme di criteri quali: la frequenza degli spostamenti, la minima distanza degli spostamenti, il tipo di destinazione, la gravitazione in senso economico, ecc. il tentativo d'implementazione di uno o più di questi criteri, in alternativa proprio a quello della residenza, comporterebbe, evidentemente, sul piano operativo problemi ancora più complessi e difficili da risolvere.

¹⁷ Su questo aspetto gli attuali mezzi di comunicazione (trasmissione telematica dei moduli di rilevazioni in formato elettronico) potranno apportare adeguamenti interessanti (circolare Istat del 28.12.2006).

¹⁸ È però proprio sulle indagini censuarie, le più accreditate dagli utilizzatori, che viene a mancare da parte degli estensori di statistiche ufficiali l'avvertenza sulla loro "imprecisione". Invero, a parte la presenza di errori della più svariata natura, inevitabilmente presenti nei censimenti, abbiamo potuto rilevare una inadeguatezza dell'informazione, che oltretutto cresce con l'estensione territoriale di riferimento, dovuta ad un problema in parte terminologico e in parte tecnico statistico. Problema che investe la stessa espressione di "turisti".

Anche nel caso delle fonti dal lato della domanda, è necessario riflettere sulla corrispondenza tra definizione ufficiale e quella operativamente utilizzata (seppur in via implicita) e considerare che la rilevazione (con tecnica CATI) si fonda sull'autoclassificazione da parte dei soggetti intervistati del loro status di turisti, dello spostamento rispetto al proprio ambiente abituale, della motivazione alla base del viaggio, ecc. Si consideri infine che l'indagine è basata sul ricordo da parte dell'intervistato di ciò che è accaduto nei tre mesi precedenti l'intervista, con tutte le distorsioni che dall'effetto ricordo possono conseguire. Comunque l'indagine, al contrario della precedente, contiene rilevanti informazioni di tipo sociale, motivazionale, e dettagli (organizzazione del viaggio, mezzi di trasporto, tipo di alloggio, ecc) che la renderebbero di indubbio interesse per chi volesse utilizzarla a fini investigativi. Il rilievo più critico riguarda però, per motivi del tutto opposti rispetto a quanto già detto, la difficile utilizzabilità della ricerca in termini operativi (*decision making*) a causa della scarsa rappresentatività sul piano della disaggregazione territoriale, conseguente alla natura campionaria dell'indagine che consente al più una specificità di livello regionale nell'articolazione dei risultati (Istat, 2003). Questa ultima considerazione smorza evidentemente proprio l'importanza ed il valore nell'utilizzo dell'indagine per la valutazione e la programmazione di decisioni sul livello (locale) della singola destinazione¹⁹.

3.2 Alcune questioni relative alle definizioni e ulteriori problemi sulle fonti statistiche

Il problema terminologico andrebbe affrontato partendo dal “turista” e dalla sua natura, se parte elementare di un discorso o sintagma di forma predicativa, per cui ammetterebbe o no un valore di verità, indispensabile per l'accettazione del termine nel contesto della insopprimibile verifica empirica che caratterizza l'informazione statistica (Vaccina, 2008). Ciò riporta al problema tecnico statistico, che usa empiricamente il termine come indicatore, generando errori in funzione della diversa mobilità del turista (comportamento), della durata della permanenza (tempo) e della estensione del dato territoriale aggregato di riferimento (spazio) (Parroco e Vaccina, 2005). Ma anche se importante e utile per capire il dato, la predetta riflessione critica è troppo generale per incidere in questo contesto squisitamente operativo ed utilitaristico. Invero, le indagini condotte in Italia, ma le medesime considerazioni

¹⁹ Per le indagini campionarie le osservazioni sono in gran parte scontate e per lo più anticipate nelle avvertenze degli stessi enti produttori e la critica più rilevante va rivolta proprio agli utilizzatori, che ignorano le avvertenze e la natura campionaria del dato.

valgono anche per gli altri paesi europei, presuppongono l'accettazione delle definizioni internazionali anche se, allo stesso tempo, se ne discostano al punto tale da disattenderle. In realtà se alcuni aspetti, che di seguito esamineremo, sono legati intrinsecamente alla struttura delle corrispondenti indagini, altre dipendono per lo più dal loro inadeguato uso e da una sostanziale inappropriatazza a fornire informazioni sui turisti e, conseguentemente, a consentire un loro utilizzo *per il turismo*.

Facciamo degli esempi rispetto ad alcune dimensioni rilevanti proprio a livello definitorio e classificatorio.

3.2.1 La motivazione (ovvero clienti v/s turisti)

È ben noto che la conoscenza del motivo del viaggio è determinante per distinguere un turista da un altro qualunque viaggiatore (per lavoro, per salute, ecc.) o semplice cliente di una struttura ricettiva. Ebbene i dati ufficialmente rilevati sulla domanda turistica (almeno quelli rilevanti a livello locale, cioè quelli dal lato dell'offerta), spesso riferiti ai soli valori assoluti di arrivi e presenze negli esercizi ricettivi, non consentono di conoscere alcune dimensioni fondamentali che caratterizzano i turisti (per distinguerli proprio dalle altre tipologie di clienti): in particolar modo, gli aspetti motivazionali che inducono al viaggio o alla vacanza (Dann 1981, Crompton 1979, Benini e Savelli 1986). Inoltre, studi e ricerche si soffermano proprio ad analizzare le motivazioni come fattori esplicativi del comportamento dei turisti e caratterizzanti quindi i diversi segmenti di domanda (cfr. paragrafo successivo). Dal lato della domanda, gli aspetti motivazionali sono esplicitamente rilevati nell'intervista telefonica, ma la natura campionaria di tale indagine rende il grado di attendibilità delle stime tanto meno elevato quanto più è disaggregato il livello territoriale di analisi dei dati; infine, la copertura è limitata peraltro soltanto al turismo effettuato dai residenti.

3.2.2 Arrivi e turisti (ovvero arrivi turistici v/s turisti arrivati): il fenomeno delle replicazioni

Secondo le definizioni accreditate e adottate dagli enti preposti alle rilevazioni ufficiali, il turista è colui il quale effettua almeno un pernottamento al di fuori del luogo di residenza abituale, mentre gli arrivi sono definiti dal numero dei clienti ospitati negli esercizi alberghieri di un territorio in un dato periodo. Nella prassi corrente, però, il numero dei turisti, che non è noto, viene impropriamente fatto corrispondere a quello degli arrivi dei clienti negli esercizi ricettivi e tale pratica è

certamente prodotta e incentivata sia dalle scarse note informative a margine delle statistiche ufficiali sia dalle modalità di rappresentazione delle stesse, laddove il dato degli arrivi si associa alle caratteristiche dei turisti (si pensi, per esempio, alla distribuzione degli arrivi per nazionalità) pur essendo diversi gli aggregati in esame. L'espressione "numero di turisti" così utile per parlare di turismo e così assente come dato, viene pertanto sostituita dal numero di arrivi senza cambiare espressione. Il dato sugli arrivi, ottenuto sommando nel tempo e nello spazio gli arrivi registrati nelle singole strutture ricettive, produce un aggregato sovradimensionato qualora si assuma equivalente al numero di turisti²⁰. L'entità di tale sovradimensionamento è difficilmente valutabile: e la probabilità di contare più volte lo stesso turista cresce con la dimensione territoriale di riferimento. Si pensi al turista straniero che trascorra un periodo di vacanza nel nostro paese e che verosimilmente si sposterà su più tappe e genererà quindi un numero di arrivi pari approssimativamente alle destinazioni turistiche che egli vorrà visitare. L'esempio mette in luce che sono molteplici (ed interrelate) le variabili che modificano la propensione agli spostamenti plurimi durante un viaggio, quali: la tipologia di turismo praticata - culturale, balneare, ecc.; la distanza tra il paese di origine e quello di destinazione; il costo del viaggio; le caratteristiche personali dei turisti quali il sesso, l'età, lo stato civile, il titolo di studio, il livello del reddito, ecc. La questione è stata discussa da Leiper (1989) analizzando i dati relativi ai viaggi effettuati dai Giapponesi, dai Neo Zelandesi e dagli Australiani verso dodici paesi del mondo, e confrontando i dati provenienti dai paesi di origine con quelli provenienti dai paesi di destinazione, ha messo in luce l'incapacità delle statistiche ufficiali di rilevare i viaggi effettuati in più di una destinazione²¹. Tale fenomeno che assume una così grande rilevanza in merito agli spostamenti tra diversi stati durante uno stesso viaggio, non appare irrilevante neanche su dimensioni regionali o sub-regionali. Invero, la ricerca condotta dal gruppo di Palermo nell'ambito del PRIN 2003-2005 (Parroco e Vaccina, 2005), pur parziale e circoscritta a due terzi delle strutture alberghiere della circoscrizione di

²⁰ Vero è che il problema sembra recentemente esploso almeno come notorietà ed è addirittura presente in testi didattici (Vaccaro, 2007), ma la sua importanza non appare adeguatamente diversificata in funzione del territorio e del tempo di riferimento. Aspetti, questi ultimi, che non orientano come dovrebbero le soluzioni correttive proposte.

²¹ Tale carenza deriva dal fatto che le statistiche ufficiali sui flussi turistici sono basate su dati raccolti in una sola unità territoriale per ciascun sistema, generando replicazioni nella registrazione del numero degli arrivi relativi ad un certo ammontare di turisti, dal momento che uno stesso turista può visitare più di una località (in questo caso uno stato) durante il suo viaggio. A tal proposito, nel 1990 l'UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*) ha riportato un totale di visitatori dagli Stati Uniti in Europa pari a 15 milioni, a fronte dei 7 milioni rilevati dalla *European Travel Commission* utilizzando i dati governativi degli Stati Uniti relativi alle partenze (Lickorish, 1997).

Cefalù, non marginale dell'ordine minimo del 20% in più nelle assunzioni di corrispondenza tra arrivi e turisti.

Anche nel contesto dell'indagine Istat "Viaggi e vacanze" il problema delle replicazioni assume seppur in diversa prospettiva un suo rilievo. Domina, infatti, il concetto di prevalenza con riferimento alla destinazione, mezzo di trasporto, tipo di alloggio, motivo delle vacanze, tipo della vacanza, ecc. (Istat, 2003, pp.47-48).

3.2.3 Arrivi e presenze: congruità temporale. Il tentativo dell'Istat e le nuove disposizioni

La relazione che sussiste tra un arrivo e le corrispondenti presenze sembra piuttosto semplice: ogni arrivo determina almeno una presenza; il numero di notti che l'individuo "arrivato" trascorre nella struttura determina il numero di presenze corrispondenti. In realtà nelle concrete operazioni di rilevazione del dato, il passaggio dal caso singolo a quello aggregato e il dover riferire (necessariamente) gli aggregati ad un intervallo temporale (ad es. arrivi e presenze mensili) mette in crisi proprio la stretta corrispondenza logica ed il rapporto di causalità che sussiste tra i due aggregati. Per dirla attraverso un esempio, un individuo che soggiorni a cavallo di mese per una settimana (ad es. dal 28 dicembre sera al 04 gennaio mattina) in una struttura ricettiva determina un arrivo e tre presenze nel mese di dicembre, e quattro presenze nel mese di gennaio (evidentemente senza che ciò implichi il conteggio di un ulteriore arrivo a gennaio). L'esempio mette in evidenza come il concetto di permanenza media assume diverse implicazioni a seconda dell'unità di riferimento per la quale viene calcolata: l'individuo, la struttura o l'unità territoriale di riferimento.

Il problema è stato considerato dall'Istat solo nella recente circolare (n.7 del 27 02 2008) che modifica le modalità di rilevazione di arrivi e presenze e soprattutto apporta nuove modalità di verifica e controllo di coerenza dei dati (sull'argomento si veda anche De Cantis, Ferrante, 2007).

3.2.4 Un viaggio e le (diverse) località visitate

Abbiamo già presentato il problema delle replicazioni e della non coincidenza tra arrivo e turista. Al di là del problema legato alla corrispondenza tra un aggregato statistico ed il suo corrispettivo sul piano concreto (individui), una rilevante questione riguarda la possibilità di conoscere i percorsi (intanto nel senso di località/destinazioni visitate in sequenza all'interno dello stesso viaggio, ma anche

nel senso di punti di accesso, infrastrutture viarie e tipologia di mezzi di trasporto utilizzati, ecc.) effettuati dagli individui. Ebbene, la possibilità di disporre di tali informazioni sembra negata dalle fonti ufficialmente disponibili. Nelle fonti sul lato dell'offerta per l'assenza delle informazioni individuali sui turisti, assenza cui, per la struttura stessa della rilevazione non si può porre alcun rimedio. Nelle fonti sul lato della domanda, per il ricorso al cosiddetto criterio della prevalenza, di cui abbiamo discusso precedentemente .

4. Aree di ricerca statistica nei fenomeni turistici

Per quanto già detto e per quanto diremo ancora, sono diverse e sempre più emergenti le dimensioni del fenomeno turistico che sfuggono per vari motivi alle concrete possibilità di analisi da parte dei ricercatori e degli operatori. Certamente molte sfuggono perché le fonti disponibili sono inadeguate per l'analisi a causa dell'assenza del dettaglio spazio-temporale richiesto, quando non addirittura per la mancanza di veridicità del dato causata da rilevanti errori sistematici. Inoltre, vi è poi la mancanza delle informazioni su comportamenti e motivazioni dei turisti.

È evidente che il primo aspetto coinvolge principalmente Statistici, sia come produttori di informazioni sia come trasformatori e correttori funzionali di quelle esistenti. Tralasciando la produzione, che come statistici ricercatori ci si limita in genere a sollecitare, è la trasformazione e connessione finalizzata agli obiettivi di ricerca che è qui opportuno descrivere.

Nel contesto generale della qualità del dato che qui contrapponiamo all'estensione e quindi produzione di dati inesistenti, le dimensioni sulle quali intervenire come statistici sono sostanzialmente il quanto, il dove e il quando.

Inizieremo quindi con l'illustrare con qualche esempio frutto principalmente di nostre ricerche, il primo aspetto per poi accennare a quello connesso alla produzione ad hoc con i problemi, non solo campionari, che la caratterizzano.

4.1 La dimensione del fenomeno turistico: il turismo sommerso, l'escursionismo e la spesa dei turisti

Il primo aspetto che si trova ad affrontare chi si avvicini all'analisi dei fenomeni turistici è "il quanto": quanti turisti, quanto consumano, quanto spendono, per quanto tempo soggiornano, ecc.. I visitatori che non soggiornano in alcun tipo di alloggio

registrato, non saranno censiti affatto nell'indagine sul movimento dei clienti (Pearce, 1989). Proprio per l'importanza che riveste la rilevazione sul movimento dei clienti a livello locale, definiamo, su un piano più concreto, "turisti sommersi" quelli che non risultano dall'indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (Istat, 2004). È ben noto infatti che, in alcuni territori italiani, la maggioranza dei turisti alloggi in strutture che sfuggono alle rilevazioni ufficiali; di conseguenza, il non osservato (turisti sommersi) si può articolare, rispetto alla causa della non osservazione, in: *ignorato* e *nascosto*, dove l'ignorato dipende dall'osservatore e il nascosto dall'osservato (Vaccina, 2005; Parroco, Vaccina, 2006). Evidentemente già il semplice conteggio, con adeguatezza e verosimiglianza, del numero di turisti che hanno frequentato una determinata località, per un certo periodo di tempo, sembra essere una questione del tutto insoluta almeno sul piano delle statistiche ufficiali e risolta, almeno in via approssimativa, solo con il ricorso a specifiche indagini ed analisi (dirette e/o indirette). Al contrario, l'informazione sulla numerosità "reale" dei turisti dovrebbe ritenersi, più che altro, una pre-informazione di cui dispongono e di cui tengono conto i decisori ed i *policy maker*, essendo questa, per sua stessa natura, fortemente condizionante il contesto che amministrano e sul quale operano. Al problema del sommerso, diversi studiosi hanno utilizzato diversi approcci: confronto tra fonti ufficiali (Gismondi, 2000), impiego di indicatori e di misure indirette (Becheri et al., 2005; Manente, Scaramuzzi, 1999) o indagini ad hoc con interviste (Bartolini et al., 2001; Becheri, Gambassi, 1998; Manente, Scaramuzzi, 1999).

Tra i turisti in senso stretto non si includono gli escursionisti. Eppure il loro contributo, per esempio allo sfruttamento delle risorse ambientali risulta determinante e praticamente indistinguibile (seppur in forma concorrente) da quello dei turisti²². Gli escursionisti consumano ed utilizzano risorse locali: beni e servizi privati ma anche pubblici (parcheggi, percorsi naturalistici, ecc.), esattamente come i turisti. Ciò rende la questione del dimensionamento del fenomeno escursionistico di rilevante importanza proprio nel prendere decisioni in ambito turistico. Tuttavia il fenomeno è quasi del tutto ignorato dal sistema informativo definito a livello europeo; anche in Italia però le informazioni appaiono sparse e derivano esclusivamente da alcune indagini *ad hoc* (Di Monte e Scaramuzzi, 1996; Costa e Manente, 1996; Vanente e Andreatta, 1998).

²² Si pensi ad esempio ad un ristorante, per il quale la differenza tra un turista ed un escursionista è del tutto ininfluenza, o il fatto che un turista produce una quantità di rifiuti sul territorio comparabile del tutto a quella di un turista.

Anche il dimensionamento degli aspetti economici legati alla presenza turistica in un determinato territorio sono trascurati, malgrado ad esempio la valutazione dei profitti derivanti dalle attività turistiche, e soprattutto la stima degli effetti diretti, indiretti e/o comunque indotti dalle attività turistiche sull'assetto economico e produttivo complessivo (Cooper *et al.*, 2002; Costa e Manente, 2000), sia una necessità da cui difficilmente si può prescindere. Relativamente all'aspetto della spesa turistica, la disponibilità di dati ufficiali diretti è limitata al livello nazionale e regionale (stime dell'UIC). I dati disaggregati a livello sub-regionale sono ottenuti attraverso indagini specifiche e non coordinate (Manente e Minghetti, 1996; Raffaelli e Lombardo, 2002; Benati, 2004; Candela, e Figini, 2003). Inoltre, gli approcci seguiti risentono molto dello specifico tipo (motivo) di turismo considerato (di vacanza, piuttosto che culturale, congressuale o d'affari). Anche con riferimento alla spesa, è necessario tener conto della componente sommersa del fenomeno turistico (Tonini, 2004); ciò al fine di trarre utili elementi per effettuare confronti con gli approcci di stima della spesa turistica precedentemente adottati (anche nel contesto della metodologia TSA del WTO).

A questi già citati, si aggiungono tutti quei problemi a cui si è accennato nel paragrafo precedente relativi alle difficoltà di distinzione a livello definitivo tra turisti e arrivi dei clienti negli esercizi ricettivi (ovvero il fenomeno delle replicazioni ampiamente presente nelle statistiche ufficiali dal lato dell'offerta), la difficoltà di metter adeguatamente in corrispondenza gli arrivi e le presenze, l'impossibilità di ricostruire i percorsi di viaggio ed il numero effettivo di destinazioni visitate da ciascun turista. Problemi che affliggono e distorcono il significato stesso di permanenza media, rendendolo del tutto inadeguato ad un utilizzo concreto ed operativo.

4.2 La stagionalità

La dimensione temporale del fenomeno turistico (nelle sue diverse componenti: di lungo, di medio, di breve periodo) è strettamente connaturata con la stessa manifestazione turistica. E se al problema della previsione dei flussi turistici e della stima delle componenti tendenziali è stato dato un giusto spazio sia sul piano metodologico che su quello della concreta analisi empirica soprattutto da parte di economisti del turismo ed econometrici (per una breve rassegna si veda ad esempio, il Capitolo 2 in Candela, Figini, 2005 o Lim, 1997, e le bibliografie ivi citate), non altrettanto si può forse dire della componente stagionale che pure caratterizza in maniera peculiare il turismo, soprattutto sul piano della misura della dimensione

stagionale dei flussi turistici. Infatti, le variazioni stagionali nella domanda turistica sono state ampiamente discusse da molteplici prospettive: in termini di cause, conseguenze e di implicazioni politiche, ma una più attenta analisi critica del concetto di stagionalità nel turismo e in particolare della sua operativizzazione sul piano statistico consentirebbe di fornire agli operatori strumenti adeguati alle loro necessità (Baum, Lundtorp, 2001; Butler, 1994; Hylleberg, 1992; Koenig, Bischoff, 2005). Anche da questo punto di vista vanno rilevate alcune carenze informative derivanti dalla discretizzazione temporale delle informazioni disponibili. In particolare, il dettaglio temporale minimo spesso non arriva oltre quello mensile. Invero, è ben noto come anche una forte componente stagionale infrasettimanale sia presente nei comportamenti turistici. È chiaro dunque che si pone la necessità di conoscere e misurare in modo adeguato la consistenza e la distribuzione temporale dei flussi turistici al fine di ridurre gli impatti negativi associati a tali comportamenti (traffico stradale, sovraffollamento delle località, ecc.).

4.3 La dimensione territoriale

La dimensione territoriale si dimostra determinante in quanto, all'interno di territori di dimensione regionale o sub-regionale, il turista tende a muoversi e a lasciare una traccia della sua presenza che, laddove non rilevata dalle statistiche ufficiali, è possibile rinvenire nei suoi comportamenti di spesa o nelle risorse turistiche attivate. Se i dati ufficiali sulle presenze turistiche evidenziano la presenza certa in un territorio di consumatori-turisti, per i quali la rilevazione dei comportamenti di spesa può mettere in luce gli effetti economici diretti, indiretti ed indotti derivanti dalle attività turistiche, la distribuzione sul territorio di tali effetti può essere analizzata solamente attraverso l'analisi delle "tracce" lasciate nelle diverse località visitate. La conoscenza dei diversi itinerari turistici, siano essi organizzati da intermediari ovvero auto-prodotti dai turisti, si pone come pre-requisito essenziale per analizzare l'effettivo impatto generato dal turismo in specifici territori, non solo in termini economici. Tale informazione risulta difatti utile anche per l'orientamento di scelte di natura "logistica", ossia quelle che rendano maggiormente fruibili le risorse turistiche.

La disponibilità di informazioni sui principali aggregati turistici a livello locale disaggregabili rispetto a variabili e caratteristiche (quali: motivazioni, aspetti economici, ecc.) che permettano di caratterizzare adeguatamente in senso quantitativo (considerando quindi valori effettivi, che includano evidentemente,

anche la parte sommersa) e qualitativo i fenomeni turistici è negata, come già detto, dalle statistiche sul lato dell'offerta, per l'assenza di queste dimensioni e per l'assenza di un'adeguata rappresentatività dell'informazione, dalle statistiche dal lato della domanda.

4.4 Le informazioni sulla qualità del turismo: gli aspetti motivazionali, la valutazione della soddisfazione, ecc.

Diversi autori (Candela e Figini, 2003; Cooper et al. 2002; Costa e Manente, 2000) hanno evidenziato che i comportamenti del turista, in particolare quelli di tipo economico o di spesa, dipendono dalle motivazioni del soggiorno. In questo senso è chiaro che la dimensione quantitativa non è separabile da quella qualitativa.

La conoscenza del fenomeno turistico evidentemente ha a che fare con elementi sia di tipo quantitativo, che qualitativo. Tanto più che differenti tipologie e caratterizzazioni determinano sul piano concreto diverse tipologie di turisti (turismi differenti).

Lo studio delle motivazioni della vacanza è stato proposto, tra gli altri, da Fodness (1994). In Italia si è osservato che la figura predominante del turista sembra essere quella del vacationer (Cohen, 1974), cioè di colui che ricerca un cambiamento, prescindendo dalla novità, per interrompere la routine quotidiana.

Secondo Fuchs e Weiermair (2004), interpretare e misurare il livello di soddisfazione del turista è cruciale poiché questo influenza le decisioni per le vacanze future. Il che richiede, in pratica, di rilevare un insieme di informazioni strutturate in modo conforme alle dimensioni chiave che determinano la soddisfazione dell'esperienza turistica (Kozak, 2001; Weiermair e Fuchs, 1999). Soltanto l'Ufficio Italiano dei Cambi, nell'indagine dedicata ai comportamenti di spesa, ha curato una parte incentrata sulla valutazione del soggiorno da parte dei turisti. Questa, costituisce la base di analisi delle valutazioni espresse dai turisti stranieri a livello nazionale o regionale su diversi aspetti del soggiorno in Italia.

4.5 La segmentazione della domanda turistica

Un tema fortemente presente e discusso nel dibattito scientifico internazionale è il problema di selezionare le più appropriate metodologie e tecniche per segmentare il mercato turistico di una destinazione. Per segmentazione della domanda intendiamo

quel processo che, a partire dal riconoscimento di elementi di eterogeneità all'interno del mercato, cerca di individuare le caratteristiche distintive dei turisti al fine di orientare le strategie di marketing. Esso, sostanzialmente consiste nel tentare di suddividere il mercato in gruppi distinti di turisti per: caratteristiche demografiche, variabili socio-economiche, stili di vita, provenienza geografica, esigenze e motivazioni, caratteristiche comportamentali (di consumo, di spesa, ecc.), preferenze, esperienze pregresse, attese, ecc. L'obiettivo naturalmente è riconoscere questi differenti segmenti di mercato per costruire e sviluppare prodotti (beni e servizi turistici) e definire programmi di marketing, adatti alle peculiarità di ciascun segmento (Dibb, Simkin, 1991; Kotler, 2003) e, più in generale, per comprendere la relazione di una particolare destinazione con i propri visitatori (e, ad esempio, consentire previsioni sui flussi futuri) e programmare e pianificare lo sviluppo turistico di una destinazione, allocando in maniera più efficiente le risorse disponibili.

Sul piano metodologico, oltre al problema della scelta delle variabili da utilizzare nell'analisi, risolto spesso in funzione delle informazioni compatibilmente disponibili con tempi e costi dell'indagine, almeno due approcci sono facilmente riconoscibili: la segmentazione "a priori" e quella "a posteriori" o "post-hoc" (Chen, 2003); inoltre, si distinguono studi di tipo descrittivo (in cui variabili antecedenti e conseguenti non sono distinte) e di tipo predittivo (in cui una variabile risposta è scelta ed utilizzata per guidare e valutare la classificazione) (Chen, 2003). Sul piano dei metodi statistici multivariati i più utilizzati sono: la cluster analysis, l'analisi discriminante, la conjoint analysis, i modelli di regressione (lineari, logistici, lineari generalizzati, ecc.), l'analisi della varianza (semplice e multivariata), le tecniche CHAID (Chi-square Automatic Interaction Detection) e la tree regression, le reti neurali, ecc.

4.6 La valutazione dell'impatto: economico, sociale, ambientale, ecc

La necessità di conoscere in maniera più approfondita gli elementi del mercato turistico nazionale ed internazionale è collegata alla definizione di politiche turistiche orientate al concetto di sostenibilità turistica e di efficacia ed efficienza nell'uso delle risorse economiche di un Paese o di un territorio.

Un noto modello che tiene conto della complessità degli scambi che avvengono in un sistema economico è conosciuto in letteratura come modello input-output o modello delle interdipendenze strutturali: con esso si vorrebbe analizzare il grado di integrazione delle attività turistiche tra di loro e con gli altri settori turistici. Tale modello rappresenta la struttura economica di un paese ed è stato a lungo impiegato

per l'analisi dell'impatto economico di una particolare azione (o shock). D'altra parte tale modello presenta precisi limiti (Candela, Figini, 2005, pp. 22-23), anche a causa del fatto che il turismo non è un settore produttivo omogeneo e che beni e servizi turistici siano rintracciabili in molti dei settori economici; inoltre, esso risulta comunque di non facile stima in contesti regionali e sub-regionali (Briassoulis, 1991; Fletcher, 1989; Johnson, Moore, 1993) malgrado possa costituire un utile strumento sia per la costruzione di sistemi di contabilità satellite per il turismo (Candela, Figini, 2003, Paragrafo 2.2.3) sia per l'analisi economica che miri a determinare l'impatto e l'importanza del turismo in una destinazione.

In Italia, relativamente pochi sono gli studi che hanno tentato di individuare le dimensioni dell'industria turistica regionale e il suo impatto sull'economia (Casini Benvenuti et al., 1987, per la Toscana; Manente, Minghetti, 1996, per il Veneto; Cao e Usai, 2002, per la Sardegna).

Della percezione ambientale del luogo di vacanza, si discute solo da un decennio (WTO, 2004; Fransson et al., 1999; Marin et al., 2004; Jedrzejczak, 2004; Deng et al., 2003; Pereira et al., 2003) e davvero pochi studi empirici sono stati dedicati alla valutazione dell'impatto del turismo sui diversi piani: culturale, sociale e ambientale.

Più studiato è l'impatto del turismo sul piano economico (Candela, Figini, 2005, Capitolo 3) che parte comunque dal presupposto che la relazione tra lo sviluppo turistico e l'ambiente (nel suo significato più generale) è comunque una relazione complessa e dinamica (Budowski, 1976) in cui le esternalità (e le internalità) negative e positive si caratterizzano differentemente sul piano privato e su quello sociale, e rispetto a orizzonti temporali diversi, ecc. Da questo punto di vista le prospettive di ricerca più interessanti investono la relazione tra sviluppo economico e conservazione dell'ambiente. Se, infatti, in un primo tempo il turismo era stato salutato come un'industria eco-compatibile, col tempo sono emersi chiaramente gli impatti ambientali derivanti dall'uso turistico delle risorse ambientali. È chiaro dunque che è presente un trade-off tra sviluppo turistico di una località e conservazione dell'ambiente naturale che richiederebbe lo sviluppo di adeguati modelli teorici e delle opportune informazioni, per l'utilizzo di tali modelli su un piano operativo.

5. L'analisi a livello locale: indagini ad hoc e approcci per l'analisi del sommerso attraverso l'esperienza del gruppo siciliano

La quantificazione della dimensione reale del turismo (e, conseguentemente, lo studio del turismo sommerso), l'analisi delle motivazioni e della soddisfazione che

esso trae dalla esperienza turistica, hanno costituito il principale campo di indagine, sia sul piano metodologico che su quello dell'analisi empirica, del gruppo di ricerca nato con il già citato PRIN 2003-2005, proprio perchè questi temi sono stati riconosciuti dal gruppo come indispensabili elementi di conoscenza del fenomeno turistico. A queste questioni sono già stati dedicati, infatti, numerosi contributi e persino una collana di "Studi statistici per il turismo" che comprende alla data attuale ben sei volumi (Giambalvo, Parroco, 2004; Cazzola, Buratto, 2005; Parroco, Vaccina, 2005; Tomaselli, Vaccina, 2006, De Cantis, Oliveri, 2008; Parroco, 2008) nei quali si descrivono diverse ricerche ad ampio spettro per identificare nel contesto regionale e sub-regionale (in particolare siciliano) le principali determinanti turistiche, inesistenti nelle statistiche ufficiali. Ciò attuando un processo di accertamento della dimensione reale del turismo, inficiata sia dalla mancanza dell'informazione relativa alla motivazione, dalla presenza del sommerso, dalla confusione tra arrivi turistici e turisti arrivati (dovuta all'ignota mobilità interna dei turisti e quindi al fenomeno delle replicazioni; Parroco, Vaccina, 2005; Parroco, Vaccina 2006), ed infine dalla difficoltà di rendere congruente il dato sugli arrivi con quello delle presenze (De Cantis, Ferrante, 2007). Dimensione che, in funzione dell'articolazione temporale e territoriale, presenta differenze anche molto rilevanti rispetto a quella ufficiale. Tra gli obiettivi aggiunti e compatibili con lo studio della mobilità interna vanno quindi annoverati quelli di rilevazione e interpretazione delle "tracce", economiche e non solo, che consentono di delineare un quadro logistico del turismo in Sicilia da parte dei non residenti, indispensabile anche se non risolutivo per le valutazioni di impatto economico, sociale e ambientale nelle diverse località isolate. Attraverso rilevazioni campionarie tramite intervista faccia a faccia a turisti soggiornanti in alcune (due) destinazioni tipiche della Sicilia si sono (per gli aspetti metodologici del piano delle indagini: Parroco, 2004; Giambalvo, Milito, 2004; Mendola, 2006):

a) stimate le proporzioni dei turisti non ufficiali rispetto agli ufficiali (Giambalvo, 2005) e la dimensione del fenomeno escursionistico (Oliveri, 2006);

b) analizzati gli spostamenti dei turisti all'interno del territorio regionale (quanti si spostano, come, attraverso quali percorsi interni) (Parroco, Vaccina, 2006);

c) analizzate le motivazioni e le aspettative legate all'esperienza di viaggio intrapresa in Sicilia, e la conseguente soddisfazione/insoddisfazione (Parroco, 2005; Asero, Tomaselli, 2006);

d) analizzati i comportamenti di spesa dei turisti, in funzione dei diversi tipi di vacanza o comunque di viaggio effettuati (Notarstefano, Purpura, 2004; Notarstefano et al., 2005; Ferrante et al., 2006).

e) analizzate e poste ad osservazione critica le fonti ufficiali a livello sub-regionale (De Cantis, Oliveri, 2004; De Cantis, 2005), utilizzati metodi indiretti per stimare le presenze turistiche effettive, considerando, attraverso una rassegna critica, gli indicatori più adeguati (consumi di beni come elettricità e acqua, prelievi bancari, produzione di rifiuti, acquisto di beni di consumo, ammontare di imposte come ICI, ecc.) e procedendo poi all'utilizzo effettivo di alcuni (produzione di rifiuti solidi urbani) per la determinazione delle presenze effettive (Asero et al., 2005; De Cantis, Ferrante, 2006).

La notevole rilevanza di tali obiettivi è da riferire all'ottenimento di informazioni sul fenomeno turistico che risultano necessarie e preliminari all'adozione, da parte di tutte le agenzie interessate (decisori pubblici, tour operator, associazioni di categoria, singoli operatori economici, ecc.) delle necessarie e più corrette strategie per lo sviluppo ed il rafforzamento in Sicilia di un settore produttivo in forte espansione, come dimostrato sia dalla stessa dinamica osservata nei principali indicatori turistici, sia dall'interesse evidenziato dalla politica economica regionale verso tale comparto, più volte individuato come strategico per la crescita economica dell'Isola. Alcune indagini preliminari hanno tuttavia mostrato una forte eterogeneità del comparto, sia in termini di distribuzione territoriale delle attività turistiche (mancato sviluppo turistico delle località interne) che in termini di distribuzione temporale dei flussi (stagionalità) (De Cantis, Volo, 2006).

Per quanto riguarda il punto a), la conoscenza della consistenza del turismo sommerso è fondamentale per gli operatori in quanto può costituire una vera e propria risorsa per l'espansione dell'intero comparto, rivelando un vero e proprio modello organizzativo informale, in grado di attivare in maniera sistemica le aree turistiche e produttive locali, capace di catturare le nuove istanze della domanda turistica (relazionali, sostenibili e ambientali) e, in termini di marketing mix territoriale, qualificarsi come un vero e proprio segmento di offerta, ancillare e non contendibile con quello ufficiale. Se è infatti vero che il turismo sommerso non si sviluppa a scapito di quello "ufficiale" ma lo integra e, in certa misura, lo rafforza, va ricordato quanto da molti affermato rispetto ad una maggiore "utilità" del turismo sommerso in termini di ricadute economiche sul territorio.

Per quanto attiene il punto b), gli spostamenti dei turisti sono in parte pre-determinati sulla base del tipo di vacanza/viaggio progettato. Essi strutturano tuttavia percorsi e linee di "utilizzo" del prodotto turistico siciliano alternativi/integrativi del classico turismo balneare, utili a prefigurare il passaggio dalla logica del "distretto" alla logica del "sistema" turistico. Si tratta di valutare le potenzialità della valorizzazione di sistemi turistici integrati con offerta diversificata, che potrebbe

costituire la premessa per il contenimento dell'eccesso di presenze stagionali mediante una più opportuna distribuzione in un sistema integrato di offerta. In questo senso, sarà utile effettuare analisi territoriali finalizzate alla costruzione e alla descrizione dei sistemi turistici locali le cui risorse saranno poste in relazione con l'effettiva fruizione da parte dei viaggiatori.

Per il punto c), occorre sottolineare che l'aspetto motivazionale dei turisti rappresenta oggi uno degli elementi centrali per l'analisi della domanda di servizi turistici, oltre che, rispetto alla conseguente segmentazione della clientela, per la strutturazione dell'offerta. La scelta del luogo di vacanza, oltre che essere fondata sulle motivazioni, è legata alla percezione del luogo di vacanza e alla soddisfazione derivante da eventuali esperienze precedenti (valutabile in termini di gap aspettative-esperienze).

Rispetto al punto d), obiettivo principale è stato quello di stimare la spesa turistica ed individuare profili e segmenti di offerta turistica da ricondurre secondo l'organica visione proposta dal modello della matrice del prodotto turistico e, in secondo luogo, stimare l'impatto della spesa turistica sulla struttura economica, discriminando opportunamente gli effetti ascrivibili al turismo ufficiale e a quello "non ufficiale".

6. Prospettive dell'analisi statistica nel turismo: nel tempo e nello spazio

La necessità di una copertura temporale estesa e la presenza di rilevazioni ufficiali censuarie e con una cadenza praticamente continua per l'offerta turistica fa sì che, solo partendo da queste informazioni e integrandole con eventuali approfondimenti in loco, è possibile la ricerca conoscitiva e l'utilizzazione operativa dell'informazione statistica sul turismo. Purtroppo tutto ciò si traduce in una accettazione acritica di queste indispensabili "statistiche", con conseguenze descrittive e interpretative non proprio ottimali del fenomeno turistico. Il problema, affrontato anche dal gruppo di ricerca siciliano formato in occasione del PRIN 2003-2005, va posto in un'ottica innanzitutto critica sull'uso dell'informazione statistica e riguarda sia le indagini censuarie sia quelle campionarie prodotte da organizzazioni ufficiali (le cosiddette statistiche ufficiali). Le premesse scientifiche sopra esposte spiegano l'interesse di effettuare indagini ad hoc per sopperire alle lacune delle statistiche ufficiali, in termini di itinerari turistici, di comportamenti di spesa e di

motivazioni del soggiorno, aspetti che verosimilmente risultano essere in stretta relazione.

Con riferimento alle rilevazioni condotte dall'Istat, ma evidentemente le medesime considerazioni valgono anche per l'intero complesso informativo sul turismo a livello europeo, si sono discussi i limiti interpretativi di questo "sistema" informativo. La comprensione dei suoi limiti dovrebbe consentirne un adeguato uso sul piano concreto e, conseguentemente, identificarne l'utilità in funzione delle diverse esigenze conoscitive.

La natura particolare dell'informazione statistica che gli organi ufficiali forniscono nell'ambito del turismo, ci ha spinto innanzitutto a operare criticamente per scoprire errori o incongruenze di rilievo interpretativo, prima di passare ad un uso funzionale dell'informazione stessa. Invero, fermo restando che l'informazione si può produrre direttamente con indagini ad hoc, nella maggior parte dei casi l'operazione è dispendiosa e soddisfa un solo aspetto dell'informazione statistica, quello distributivo interno al fenomeno occasionalmente circoscritto in uno spazio. Ma i fenomeni risentono del tempo mentre le indagini retrospettive e prospettive appaiono intrise da errori difficilmente controllabili e sono, comunque, troppo circoscritte per ovviare all'inconveniente. Sono quindi necessarie istituzioni che provvedano sistematicamente alla rilevazione del fenomeno. E questo, non solo in maniera sufficientemente corretta, ma per tutti gli aspetti del fenomeno che è necessario conoscere. Conoscenza da estendere in tutte le circoscrizioni territoriali di interesse e con una scansione temporale non superiore alle potenzialità di variazione del fenomeno stesso. Si tratta ovviamente di una conoscenza che, se vuole essere di base per una conoscenza potenziale, non può prescindere dal tempo, così come essendo "locale" non può ignorare lo spazio o meglio il territorio al quale si riferisce.

Il Modello al quale ci si deve richiamare per valutare l'informazione disponibile è quindi quello di "un luogo" lungo l'asse di un "tempo". Un luogo e un tempo ovviamente funzionali alla conoscenza richiesta per il fenomeno da studiare, data l'inscindibile interconnessione tra metodo e oggetto che deve caratterizzare la statistica applicata. Per il luogo si deve circoscrivere, più o meno arbitrariamente, il fenomeno in un luogo predefinito. Ad esempio, il distretto turistico e/o la circoscrizione amministrativa, trascurando quindi il sistema turistico, troppo instabile e indefinito nella sua estensione territoriale. Per il tempo, più che la sua estensione si deve valutare la discretizzazione che caratterizza l'informazione esistente, fermo restando che le eventuali insufficienze sono superabili solo a livello interpretativo e con indagini ad hoc.

La possibilità di usare i dati ufficiali per l'analisi del turismo a livello locale, sembrerebbe portare alla considerazione secondo cui la produzione dei dati integrativi o sostitutivi realizzabili con indagini ad hoc è verosimilmente l'unica vera alternativa. In realtà, la sostituzione, per surrogazione delle fonti ufficiali esistenti, appare troppo impegnativa. Allo stesso tempo, l'integrazione sembra, almeno a prima vista, effimera e poco utile, soprattutto per i responsabili della policy turistica locale. Si tratta comunque di ostacoli che proprio per la loro insuperabilità pratica debbono essere affrontati nella fase di interpretazione e non di produzione, anche se come in tutte le scienze che vogliono conoscere per fare, le informazioni e le relative interpretazioni sono inevitabilmente utilizzate per prevedere.

Riferimenti bibliografici

- ASERO V., MENDOLA D., TOMASELLI V. (2005) *Dalla rilevazione di variabili ausiliare alla costruzione di indicatori per la quantificazione del turismo sommerso: esiti comparativi* in Parroco, Vaccina, 2005;
- ASERO V., TOMASELLI V. (2004) *Indicatori per la stima delle presenze turistiche: valutazioni critiche e specificità contestuali*, in Giambalvo Parroco, 2004;
- ASERO V., TOMASELLI V. (2006) *Comportamenti turistici e segmenti di mercati: alcune evidenze empiriche*, in Tomaselli, Vaccina, 2006;
- BARTOLINI C., BECHERI E., GAMBASSI R. (2001) *Per un'economia del turismo: modello sperimentale di indagine sul comportamento e la spesa del turista. Il caso della Toscana*, **Turistica**, Vol. 10, n.4. Mercury, Firenze;
- BAUM T., LUNDTORP S. (Eds.) (2001), *Seasonality in Tourism*, Pergamon, Oxford;
- BECHERI E., GAMBASSI R., SUMA G. (2005) *Il turismo italiano negli appartamenti. Primo Rapporto 2005*, Mercury, Firenze;
- BECHERI E., GAMBASSI R. (1998) *Per una stima del movimento turistico a Jesolo: Presenze ufficiali, presenza stimate ed escursionisti*, **Turistica**, Vol. 7 n.3-4. Mercury, Firenze;
- BEERLI A., MARTIN JD. (2004) *Tourist characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis*, **Tourism management**, 25, pp.623-36;
- BENATI G. (2004) *Sviluppo locale e spesa turistica. Aspetti di metodo per un'indagine a livello locale*, in Giambalvo, Parroco, 2004;

- BENINI E., SAVELLI A. (1986) *Il senso di far vacanza. Motivazioni e strutture nel turismo postmetropolitano*, Franco Angeli, Milano;
- BODIO L., (1899) *Sul movimento dei forestieri in Italia e sul denaro che vi spendono*, apparso sul "Giornale degli economisti", luglio 1899, Bologna;
- BRIASSOULIS H. (1991) *Methodological issues: tourism Input Output analysis*, ***Annals of Tourism Research***, 18, 2, pp.485-95;
- BUDOWSKY G. (1976) *Tourism and environmental conservation: conflict, coexistence or symbiosis?*, ***Environmental Conservation***, 3, 1, pp.27-31;
- BURATTO F., CAZZOLA A. (a cura di) (2005) *Atteggiamenti e comportamenti turistici nelle province di Udine e Bologna*, Collana di Studi Statistici per il Turismo, Volume 2, Cleup, Padova;
- BUTLER RW. (1994) *Seasonality in Tourism: issues and problems*, in Seaton AV. (Eds.), *Tourism: the State of the Art*, Wiley, Chichester, 332-339;.
- CANDELA G., FIGINI P. (2003) *Economia del turismo. Principi micro e macro economici*, McGraw-Hill, Milano;
- CANDELA G., FIGINI P. (2005) *Economia dei sistemi turistici*, McGraw-Hill, Milano;
- CAO D., USAI S. (2002) *L'impatto del settore turistico sul sistema economico regionale*, in Paci R., Usai S. (a cura di) (2002) *L'ultima spiaggia*, CUEC, Cagliari;
- CARR N. (2002) *A comparative analysis of the behaviour of domestic and international young tourists*, ***Tourism management***, 23, pp.321-25;
- CASINI BENVENUTI S., CAVALIERI A., GRASSI M. (1987) *La valutazione dell'impatto del turismo in Toscana e nel resto d'Italia* in L'Economia del turismo, del tempo libero e tutela dell'ambiente, Quaderni Micron, 5;.
- CHEN JS. (2003) *Market segmentation by tourists' sentiment*, ***Annals of tourism research***, Vol.30, N.1, pp.178-193;
- COHEN E. (1974) *Who is Tourist? A conceptual clarification*, ***The Sociological Review***, Nov. 74, pp.527-55;
- COHEN E. (1979) *A Phenomenology of Tourist Experiences*, ***Sociology***, n.2, pp.180-2;
- COOPER C., FLETCHER J., GILBERT D., SHEPHERD R., WANHILL S. (2002) *Economia del turismo. Teoria e pratica*, Zanichelli, Bologna;
- COSTA P., MANENTE M. (1996) *Monitoring excursionist flows. The case of Venice*, Quaderni Ciset, n.13;

- COSTA P., MANENTE M. (2000) *Economia del turismo. Modelli di analisi e misura delle dimensioni economiche del turismo*, Touring University Press, Touring Club Italiano, Milano;
- CROMPTON J.L. (1979) *Motivation for pleasure vacation*, *Annals of Tourism research*, n.4;
- DANN G.M.S. (1981) *Tourist motivation; An appraisal*, *Annals of Tourism Research*, n.2;
- DE CANTIS S. (2005) *Gli arrivi turistici nell'arcipelago eoliano attraverso diverse fonti statistiche : un confronto*, in Parroco, Vaccina, 2005;
- DE CANTIS S., FERRANTE M. (2006) *La stima del sommerso turistico a livello circoscrizionale attraverso misure indirette: i rifiuti solidi urbani (RSU)*, in Tomaselli, Vaccina, 2006;
- DE CANTIS S., FERRANTE M. (2007) *Data quality and errors correction in official statistics on guests of accommodation establishments*, Book of short papers, Cladag 2007, Macerata, 12-14 settembre 2007, Eum, Macerata;
- DE CANTIS S., FERRANTE M. (2008) *Seasonality in tourism: a critical review of its main measures*, Book of short papers, First joint meeting of the Société Francophone de Classification and the Classification and Data Analysis Group of the Italian Statistical Society, Caserta, 11-13 giugno 2008, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli;
- DE CANTIS S., GIAMBALVO O., PARROCO AM., TOMASELLI V. (2005) *Turismo sommerso e qualità dei dati: identificazione e controllo degli errori di misurazione nelle indagini sulle isole Eolie*, in Parroco, Vaccina, 2005;
- DE CANTIS S., OLIVERI AM. (2004) *Le fonti statistiche per l'analisi dei mercati turistici sub-regionali*, in Giambalvo Parroco, 2004;
- DE CANTIS S., OLIVERI A.M. (a cura di) (2008) *Analisi dei mercati turistici regionali e sub-regionali. Convegno conclusivo del PRIN 2003-2005*, Collana di Studi Statistici per il Turismo, Volume 5, Cleup, Padova;
- DE CANTIS S., VOLO S. (2006) *Flussi turistici ufficiali. Il ciclo di vita e la stagionalità* in Tomaselli, Vaccina, 2006;
- DENG J., QIANG S., WALKER GJ., ZHANG Y. (2003) *Assessment on and Perception of Visitors' Environmental Impacts of Nature. Tourism: A Case Study of Zhangjiajie National Forest Park, China*, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.11, 6;
- DI MONTE G., SCARAMUZZI I. (a cura di) (1996) *Una provincia ospitale. Itinerari di ricerca sul sistema turistico veneziano*, Il Mulino, Bologna;

- DIBB S., SIMKIN L. (1991) *Targeting segments and positioning*, **International Journal of retail and distribution management**, 19 (3), pp.4-10;
- EUROSTAT (1998) *Community methodology on Tourism statistics*, Bruxelles;
- EUROSTAT (2007) *Tourism statistics data transmission compendium. Methodologies and working papers*, September 2007, European Commission, Luxemburg;
- Ferrante M., Notarstefano G., Purpura A., Scuderi R. (2006) *Comportamento di spesa del turista: un approccio micro-econometrico* in Tomaselli, Vaccina, 2006;
- FLETCHER JE. (1989) *Input-Output Analysis and tourism impact studies*, **Annals of Tourism Research**, 16, pp.514-29;
- FODNESS D. (1994) *Measuring tourist motivation*, **Annals of Tourism Research**, vol.21, pp.555-81;
- FRANSSON N., GARLING T. (1999) *Environmental concern: Conceptual definitions, measurement methods, and research findings*, **Journal of Environmental Psychology**, 19(4), pp.369-82;
- FUCHS M., WEIERMAIR K. (2004) *Destination benchmarking: an indicator system's potential for exploring guest satisfaction*, **Journal of Travel Research**, vol.42, pp.212-25;
- GIAMBALVO O. (2005) *La stima dei turisti non ufficiali nel isole Eolie* in Parroco, Vaccina, 2005;
- GIAMBALVO O., PARROCO AM. (a cura di) (2004) *Analisi dei mercati turistici regionali e sub-regionali. Costumi sociali e risorse economiche per una politica di sviluppo sostenibile del territorio*, Collana di Studi Statistici per il Turismo, Volume 1, Cleup, Padova;
- GIAMBALVO O., MILITO AM. (2004) *Il disegno campionario per l'indagine sul turismo nelle Isole Eolie*, in Giambalvo Parroco, 2004;
- GIAMBALVO O. (2005) *Alcuni problemi di campionamento nelle ricerche in campo turistico*, in Parroco, Vaccina, 2005;
- GISMONDI R. (2000) *Le presenze turistiche in Italia: problemi di integrazione tra fonti*, **Turistica**, IX, n.1, pp.13:60;
- GUIDICINI P., SAVELLI A. (1988) *Il turismo in una società che cambia*, Franco Angeli, Milano;
- HYLLEBERG S. (1992) *General introduction*, in Hylleberg S. (Eds.) *Modelling Seasonality*, Oxford University Press, pp.3-14;
- ISTAT (1960) *Indagine speciale su alcuni aspetti delle vacanze e degli sports della popolazione. Anno 1959*, Note e relazioni, n.13;

- ISTAT (2003) *Metodologie e organizzazione dell'indagine multiscope sulla domanda turistica "Viaggi e vacanze"*, collana Metodi e norme, n.17, Roma;
- ISTAT (2004) *Statistiche del turismo, Anno 2002*, collana Informazioni, n.34, Roma;
- ISTAT (2006) *I viaggi in Italia e all'estero nel 2004, Indagine multiscope sulle famiglie "Viaggi e vacanze"*, collana Informazioni, n.15, Roma;
- ISTAT (2008) *I viaggi in Italia e all'estero nel 2005, Indagine multiscope sulle famiglie "Viaggi e vacanze"*, collana Informazioni, n.153, Roma;
- JÊDRZEJCZAK MF. (2004) *The modern tourist's perception of the beach: Is the sandy beach a place of conflict between tourism and biodiversity?* **Coastline Reports**, Vol.2, pp.109-19;
- JOHONSON RL., Moore E. (1993) *Tourism impact estimation*, **Annals of Tourism Research**, 20, pp.279-88;
- KOENIG N., BISCHOFF E. (2005) *Seasonality Research: The State of the Art*, **International Journal of Tourism Research**, 7(4-5), pp.201-219;
- KOTLER P. (2003) *Marketing management*, New Jersey, Prentice-Hall;
- KOZAK M. (2001) *A Critical Review of Approaches to Measure Satisfaction with Tourist Destinations*, in Mazanec JA., Crouch, G.I. (edited by), *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*;
- LEIPER N. (1989) *Main destination ratios: Analyses of tourist flows*,. **Annals of Tourism Research**, 16 (4), pp.530-541;
- LICKORISH LJ. (1997) *Travel statistics – the slow move forward*, **Tourism Management**, 18 (8), pp.491-497;
- LIM C. (1997) *Rewiev of international tourism demand models*, **Annals of tourism research**, 24, 4, pp.835-49;
- MANENTE M., ANDREATTA L. (1998) *Il fatturato del turismo nel centro storico di Venezia*, Quaderni Ciset, n.19;
- MANENTE M., MINGHETTI V. (1996) *La spesa turistica nel Veneto. L'indagine e l'analisi dell'impatto. Teoria, metodologia e organizzazione*, Quaderni Ciset, n.16, Venezia
- MANENTE M., SCARAMUZZI I. (1999) *Le case dei turisti. Dimensioni e qualità del ricettivo residenziale nelle spiagge veneziane*. Il Mulino, Bologna,.
- MARIN V., DURSI R., IVALDI R., PALMISANI F., FABIANO M. (2004) *Users' Perception Analysis in Ligurian Beaches (Italy)*, in Micallef A., Vassallo A. (Eds.) (2004) *Proceedings of the First International Conference on the Management of Coastal Recreational Resources Beaches, Yacht Marinas and Coastal Ecotourism*, Foundation for International Studies, Valletta, Malta, 141-149;

- MENDOLA D. (2006) *La stima del turismo non ufficiale: il disegno campionario, la scheda d'intervista ed alcuni primi risultati*, in Tomaselli, Vaccina, 2006;
- NOTARSTEFANO G., PURPURA A. (2004) *Profili dei turisti e struttura della spesa nel turismo ufficiale e sommerso*, in Giambalvo Parroco, 2004;
- NOTARSTEFANO G., PURPURA A., RUGGIERI G. (2005) *I comportamenti di spesa dei turisti nelle isole Eolie*, in Parroco, Vaccina, 2005;
- OLIVERI AM. (2006) *Escursionisti a Cefalù. L'indice di attrattività escursionistica IPAE*, in Tomaselli, Vaccina, 2006;
- PARROCO AM., VACCINA F. (2006) Methodological issues and first results of a study to identify and evaluate the error of some tourism statistics. *Proceedings of XLIII Scientific Reunion of Italian Statistical Society (SIS)*, Torino. Cleup, Padova;
- PARROCO AM. (2004) *Il piano della ricerca: obiettivi, tecniche e strumenti di indagine*, in Giambalvo Parroco, 2004;
- PARROCO AM. (2005) *Turisti alle Eolie: tratti distintivi e modelli organizzativi*, in Parroco, Vaccina, 2005;
- PARROCO AM. (a cura di) (2008) *L'isola possibile. Percorsi di ricerca per la promozione di una destinazione turistica*, Collana di Studi Statistici per il Turismo, Volume 6, Cleup, Padova;
- PARROCO AM., Vaccina F. (2005) *Aspetti di qualità delle statistiche sul turismo: effetti distorcenti tra misura e utilizzo di alcune statistiche*, in Parroco, Vaccina, 2005;
- PARROCO AM., Vaccina F. (2006) *Una rilevazione a latere per la valutazione della divergenza tra arrivi e turisti*, in Tomaselli, Vaccina, 2006;
- PARROCO AM., Vaccina F. (a cura di) (2005) *Isole Eolie. Quanto turismo?!*, Collana di Studi Statistici per il Turismo, Volume 3, Cleup, Padova;
- PASETTI P. (2002) *Statistica del turismo*, Carocci, Roma;
- PEARCE DG. (1989) *Turismo oggi: flussi e regioni nel mercato delle vacanze*, Ulisse Edizioni, Torino;
- PEREIRA LCC., JIMÉNEZ JA., MEDEIROS C., MARINHO DA COSTA R. (2003) *The influence of the environmental status of Casa Caiada and Rio Doce beaches (NE-Brazil) on beaches users*, ***Ocean & Coastal Management***, Vol. 46, 11-12, pp.1011-30;
- RAFFAELLI M., LOMBARDO S. (a cura di) (2002) *Studio per la stima della spesa dei turisti in provincia di Trento nel 2000*, Provincia Autonoma di Trento, Servizio Statistica, Trento

- STRINGHER B. (1912a) *Gli scambi con l'estero e la politica commerciale italiana dal 1860 al 1910*, Tip. della Reale Accademia dei Lincei, Roma;
- STRINGHER B. (1912b) *Su la bilancia commerciale italiana - memoria*, in Atti della Commissione reale per lo studio delle statistiche del commercio estero, Tip. Bertero, Roma;
- TASSINARI G. (1997) *Appunti di statistica del turismo*, CLUEB, Bologna;
- TOMASELLI V., VACCINA F. (a cura di) (2006) *Turismo a Cefalù: dimensioni statistiche ed effetti socio-economici*, Collana di Studi Statistici per il Turismo, Volume 4, Cleup, Padova;
- TONINI G. (2004) *Il turismo sommerso dei viaggiatori stranieri in Italia*, in Giambalvo. Parroco, 2004;
- VACCARO G. (2007) *La statistica applicata al turismo*, Hoepli, Milano;
- VACCINA F., PARROCO AM. (2006) Referring to Space and Time when using territorial data: The case of Touristic Arrivals. *Proceedings of International Statistical Institute (ISI) 55th Session*, Sidney, Australia;
- WEIERMAIR K., FUCHS M. (1999) *Measuring tourist judgments on service quality*, *Annals of Tourism Research*, vol. 26, n.4, pp.1004-21;
- WTO (1994) *Raccomendations on tourism statistics*, UN statistical papers, New York;
- WTO (2004) *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*, Madrid, WTO.

The role of social statisticians in tourism. From the statistics on tourism to the statistics for tourism.

Summary. *The present work aims to analyze the role of social statistician for the study of tourism phenomenon. Since the applied statistician uses and creates statistics in relation to the research aims – aside the magnitude of the possible applications of tourism research – the main purpose, from the applied point of view, is to highlight the absence of an adequate statistical level of the available information, and to explain the main inappropriate uses of the official statistics. It will be also showed how the main future research challenges should be included into a spatial and temporal statistical framework.*

Keywords: *tourism statistics, statistical sources, local tourism*