




**Turismo
Economía
Sustentabilidad+**
GRUPO DE PESQUISA GTES

IMPATTO DEL COVID-19 SUL COMPORTAMENTO DEL TURISTA ITALIANO

Coordinamento

Jakson Renner Rodrigues Soares
Larissa Paola Macedo Castro Gabriel
Raquel Santiago Romo



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

Rettore Pro Tempore

Joseete de Oliveira Castelo Branco Sales

Editore dell' UECE

Erasmus Miessa Ruiz

Comitato Editoriale

Antônio Luciano Pontes	Lucili Grangeiro Cortez
Eduardo Diatahy Bezerra de Menezes	Luiz Cruz Lima
Emanuel Ângelo da Rocha Fragoso	Manfredo Ramos
Francisco Horácio da Silva Frota	Marcelo Gurgel Carlos da Silva
Francisco Josênio Camelo Parente	Marcony Silva Cunha
Gisafran Nazareno Mota Jucá	Maria do Socorro Ferreira Osterne
José Ferreira Nunes	Maria Salete Bessa Jorge
Liduina Farias Almeida da Costa	Silvia Maria Nóbrega-Therrien

Comitato Consultivo

Antonio Torres Montenegro UFPE	Maria do Socorro Silva Aragão UFC
Eliane P. Zamith Brito FGV	Maria Lírida Callou de Araújo e Mendonça UNIFOR
Homero Santiago USP	Pierre Salama Universidade de Paris VIII
Ieda Maria Alves USP	Romeu Gomes FIOCRUZ
Manuel Domingos Neto UFF	Túlio Batista Franco UFF





LUGLIO, 2020

Jakson Renner Rodrigues Soares
Larissa Paola Macedo Castro Gabriel
Raquel Santiago Romo
Coordinamento

IMPATTO DEL COVID-19 SUL COMPORAMENTO DEL TURISTA ITALIANO

1ª Edizione
Fortaleza - CE
2020



IMPATTO DEL COVID-19 SUL COMPORTAMENTO DEL TURISTA ITALIANO

© 2020 Copyright by Jakson Renner Rodrigues Soares, Larissa Paola Macedo Castro Gabriel, Raquel Santiago Romo

Il contenuto di questo libro, così come i dati utilizzati e la sua affidabilità, sono di esclusiva responsabilità dell'autore. Il download e la condivisione dell'opera sono autorizzati a condizione che i crediti siano concessi all'autore. Inoltre, è vietato modificarlo in qualsiasi modo e/o utilizzarlo per scopi commerciali.

TUTTI I DIRITTI RISERVATI

Editora da Universidade Estadual do Ceará – EdUECE
Av. Dr. Silas Munguba, 1700 – Campus do Itaperi – Reitoria – Fortaleza – Ceará
CEP: 60714-903 – Tel: (85) 3101-9893.
Internet: www.uece.br/eduece – E-mail: eduece@uece.br

Editore affiliato



Coordinamento editoriale

Erasmio Miessa Ruiz

Diagrammazione

Jakson Renner Rodrigues Soares

Correzione del testo

Monia Melia – Gabriele Manella

Scheda catalogafica

Lúcia Oliveira CRB - 3/304

I34 Impatto del COVID-19 sul comportamento del turista Italiano / [recurso eletrônico] /
Coordinamento Jakson Renner Rodrigues Soares, Larissa Paola Macedo Castro Gabriel,
Raquel Santiago Romo. - Fortaleza: EdUECE, 2020.
Risorsa elettronica.

ISBN: 978-65-86445-27-5 (E-book)

1. Turismo - Itália. 2. Turismo - Saúde. I. Soares, Jakson Renner Rodrigues II. Gabriel, Larissa
Paola Macedo Castro. III. Romo, Raquel Santiago. IV. Titolo.

CDD: 338.47





SOMMARIO

La ricerca	06
Il team	07
Metodologia	08
Profilo del campione	09
Risultati	10
Nuove preoccupazioni	13
Cosa cambia	18
Sintesi dei risultati	27
Linee di attuazioni	28



La ricerca

Questa ricerca fa parte di uno studio sul comportamento del turista residente in Italia dopo la Pandemia di COVID-19.

Lo studio è stato condotto dal Gruppo di Ricerca GTES: Turismo, Economia e Sostenibilità, dell'Università del Ceará (UECE) in collaborazione con ricercatori di diverse università internazionali: Universidad de Santiago de Compostela (Spagna), Universidad dai Coruña (Spagna), Università di Bologna (Italia), Università di Catanzaro (Italia), Universidad de Granada (UGR), Cleveland State University (USA) e Universidad Península de Santa Elena (Ecuador).

L'obiettivo principale dello studio è offrire informazioni sui possibili cambiamenti nel comportamento turistico, di fronte a un nuovo scenario derivato dalla crisi sanitaria globale, per essere di aiuto nelle loro decisioni alle imprese ed alle amministrazioni locali delle destinazioni.

I risultati sono presentati di seguito. Speriamo che siano utili...





II team

Coordinamento

Jakson Renner Rodrigues Soares

Larissa Paola Macedo Castro Gabriel

Raquel Santiago Romo

Ricercatori

Maione Rocha de Castro Cardoso (UECE)

Matías Martínez Abeijón (CSU)

Gil Célio de Castro Cardoso (UFC)

André Vasconcelos Ferreira (UFC)

María Elvira Lezcano González (UDC)

Myriam Yolanda Sarabia Molina (UPSE)

José Luis Paniza Prados (UGR)

Gabriele Manella (UNIBO)

Monia Melia (UNICZ)



Metodologia

Il GTES ha condotto 761 questionari online rivolte a persone di età superiore ai 18 anni, residenti nel territorio italiano tra aprile e giugno 2020.

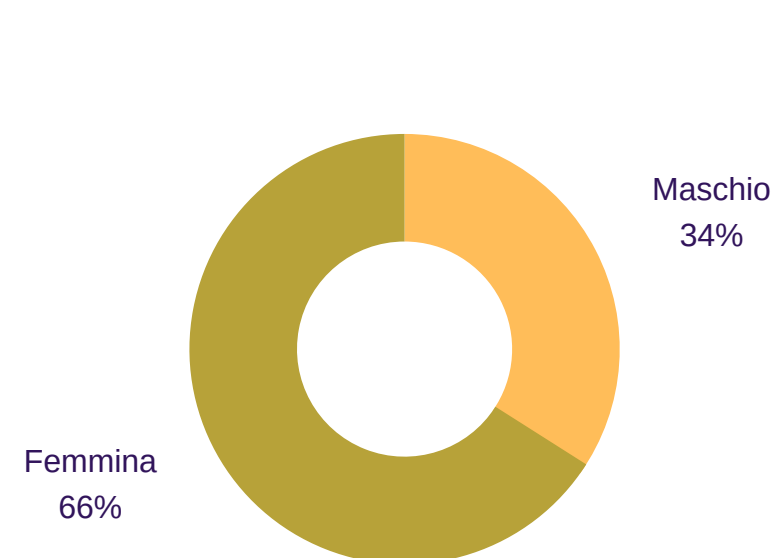
A partire dalla domanda "Hai o avevi pianificato qualche viaggio per i prossimi mesi?", l'individuo ha risposto a una serie di domande relative al suo comportamento come turista.

I principali argomenti trattati sono stati: pianificazione e motivazione del viaggio, sicurezza sanitaria e gastronomia.

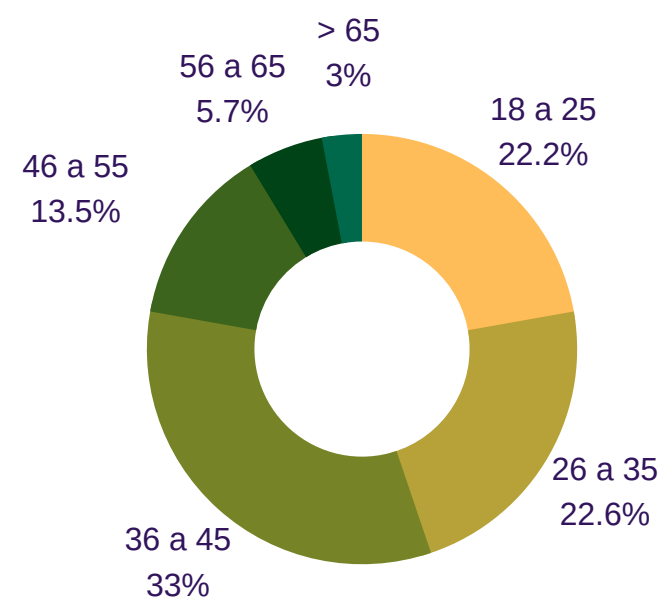
Il soggetto intervistato ha indicato su una scala da 1 a 5 secondo il suo grado di concordanza con ciascuna affermazione. 5 significa completamente d'accordo e 1 completamente in disaccordo. >



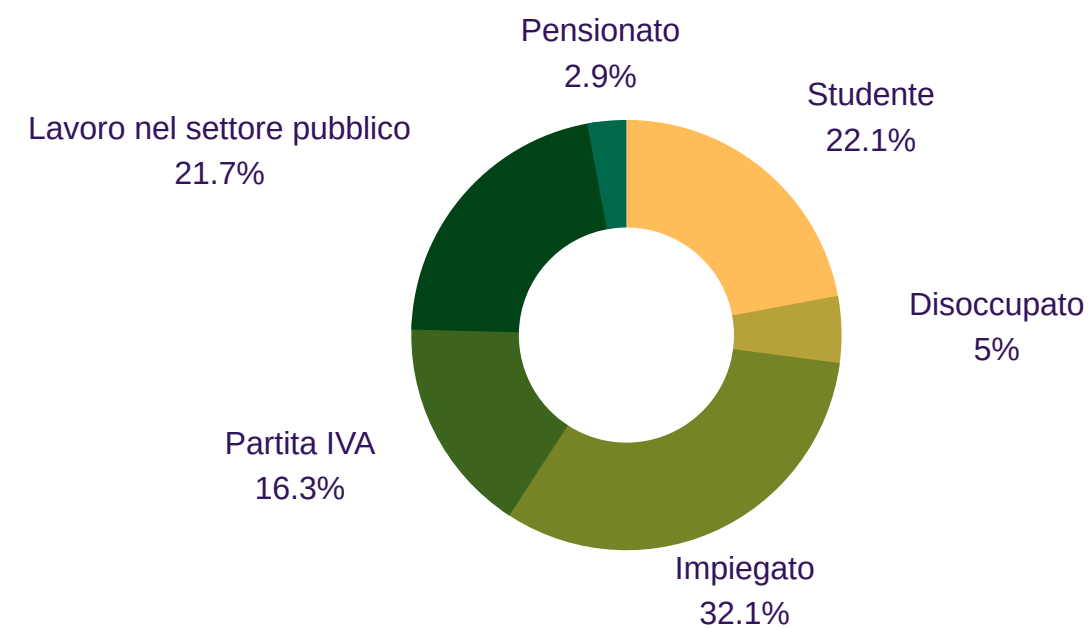
Profilo del campione



Genere



Età



Situazione lavorativa





Risultati



Qualità



Acquisti d'impulso



Agenzie di viaggio



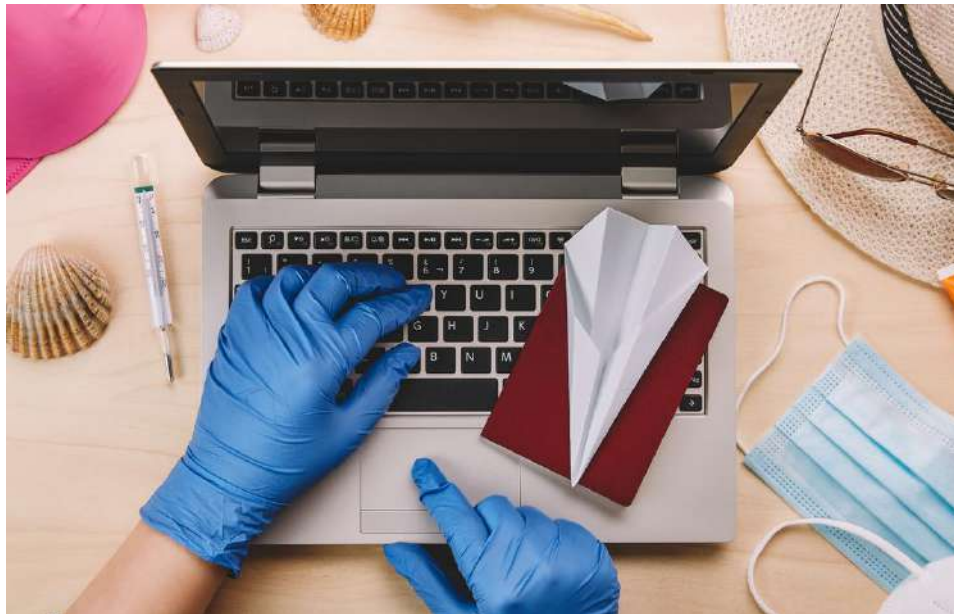
Assicurazione
sanitaria



Gastronomia



Processo di viaggio



Pianificazione del viaggio

Hai o avevi programmato dei viaggi per i prossimi mesi?



Preoccupazioni

Cosa preoccupa il nuovo turista?



Nuova realtà

Cosa è cambiato? Dove possiamo agire?



PIANIFICAZIONE DEL VIAGGIO

Tra i fattori essenziali nella pianificazione del viaggio, si distingue l'interesse per le destinazioni con offerta culturale. La sicurezza sarà un fattore decisivo per il turista che cercherà maggiori informazioni sulla destinazione.

Tuttavia, gli effetti della pandemia avranno scarsi effetti sulla frequenza dei viaggi.



89%

Viaggerà verso destinazioni che garantiscono sicurezza



75%

Dimostra più interesse per l'acquisizione di informazioni



71%

Viaggerà con la stessa frequenza

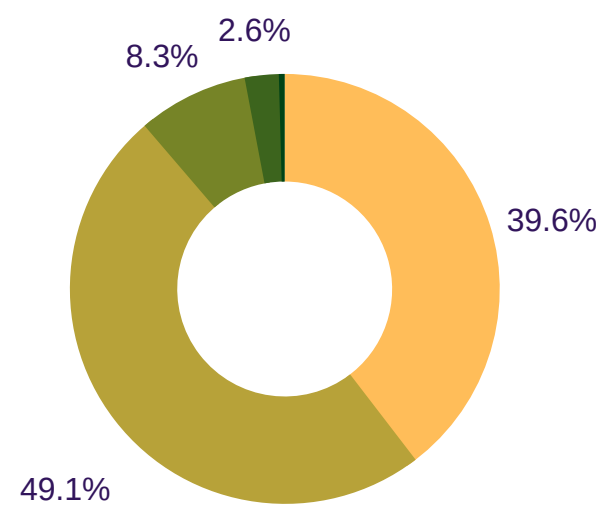


89%

Cercherà destinazioni con un'offerta culturale

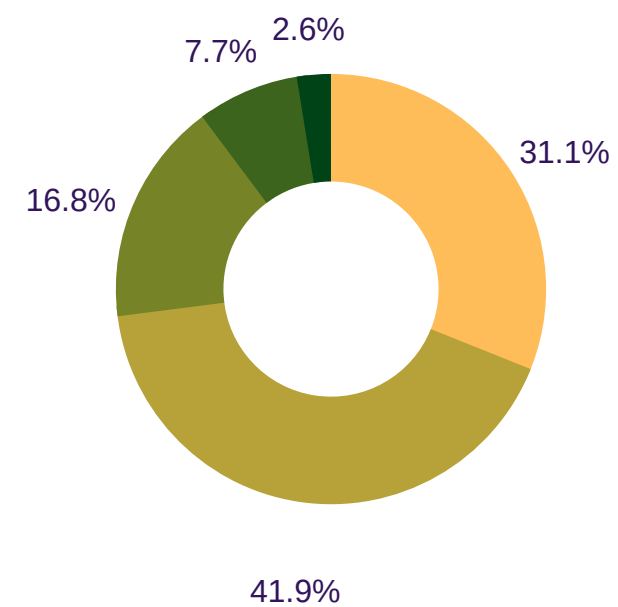


Nuove preoccupazioni



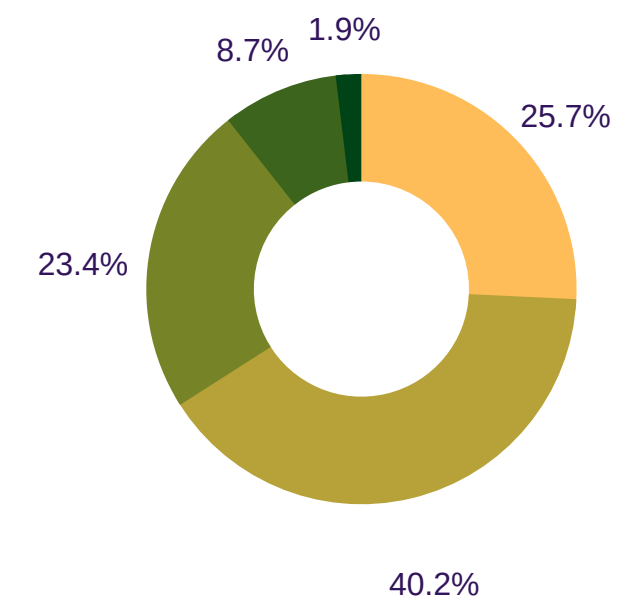
Sicurezza

Si percepisce un'alta preoccupazione per le misure di sicurezza della destinazione.



Malattie endemiche

C'è una grande attenzione al controllo delle malattie nella destinazione.



Sistema sanitario

C'è un grande interesse a conoscere il sistema sanitario della destinazione





La nuova realtà turistica

Gastronomia

Le abitudini alimentari cambieranno nei futuri viaggi?

Abitudini

I contatti con la popolazione locale diminuiranno?

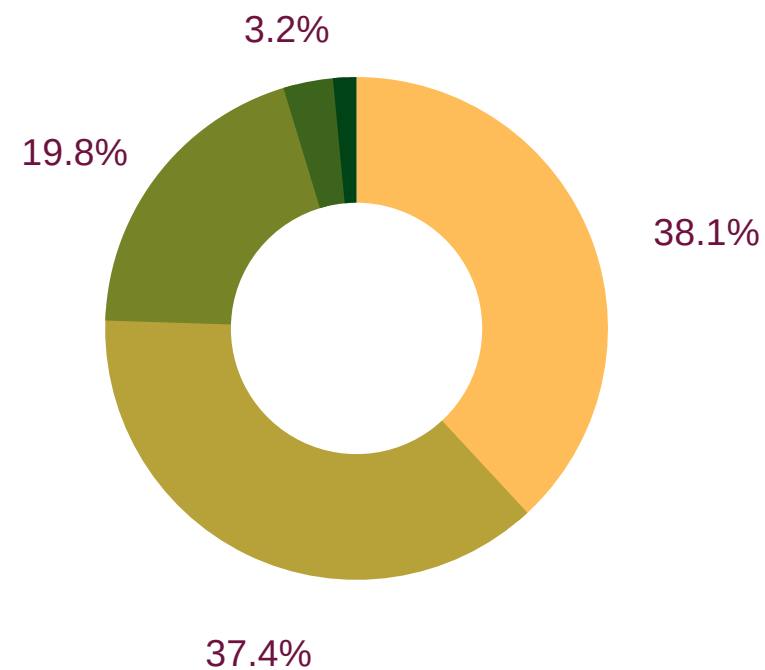
Intensità

Ci saranno meno viaggi?



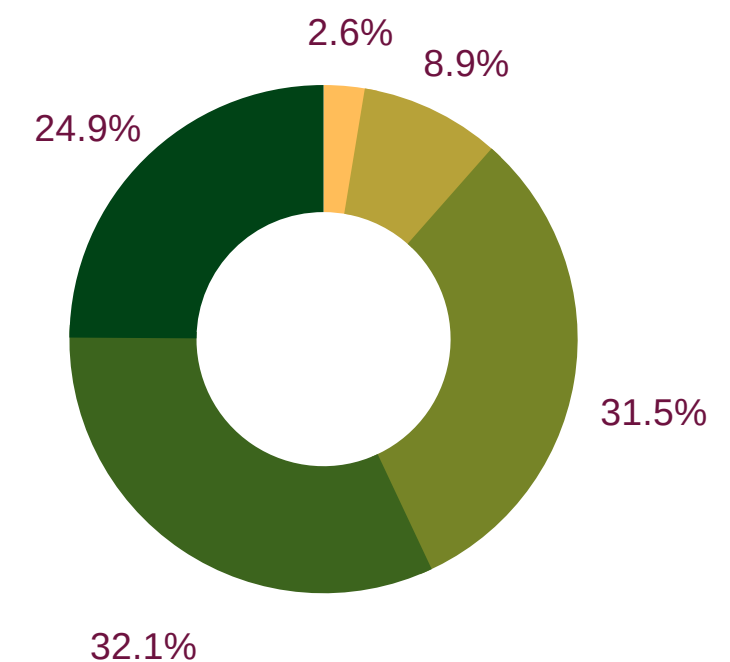
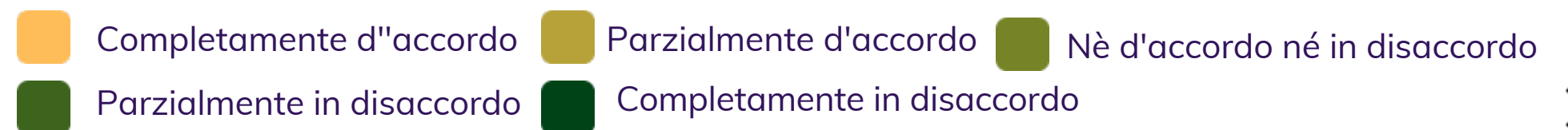
RAPPORTO CON LA GASTRONOMIA

Le abitudini alimentari cambieranno nei futuri viaggi?



CONTINUERÒ AD ASSAGGIARE LA CUCINA LOCALE COME PRIMA

Il turista italiano continuerà ad essere interessato a conoscere e gustare la realtà gastronomica della destinazione. La cucina locale rimarrà un elemento di interesse e di desiderio nell'ambito del viaggio.



MANGERÒ IN CATENE DI RISTORAZIONE CHE RISPETTANO I PIÙ ELEVATI STANDARD DI QUALITÀ E SICUREZZA

Si noti che non aumenta l'intenzione di mangiare in catene conosciute. La domanda per questo tipo di ristorazione continuerà come prima della pandemia.

Avrò meno contatti con i residenti



Completamente
in disaccordo

Solo il 22% è
d'accordo con questa
affermazione.
Oltre il 43% dei turisti
italiani continuerà ad
essere interessato al
contatto con la
popolazione locale.



Ci saranno meno viaggi?

SOLO IL
29%



delle risposte indica la loro intenzione di cambiare la frequenza con cui viaggiavano prima della pandemia...



IMPLICAZIONI

COSA CAMBIA?



CAMBIO DEI PROGRAMMI DI VIAGGIO

Cambierò la destinazione del mio viaggio programmato?



NAZIONALE O INTERNAZIONALE

Viaggerò verso una destinazione vicina?



MOTIVAZIONE

Cosa mi spingerà a viaggiare?

I piani di viaggio sono gli stessi?

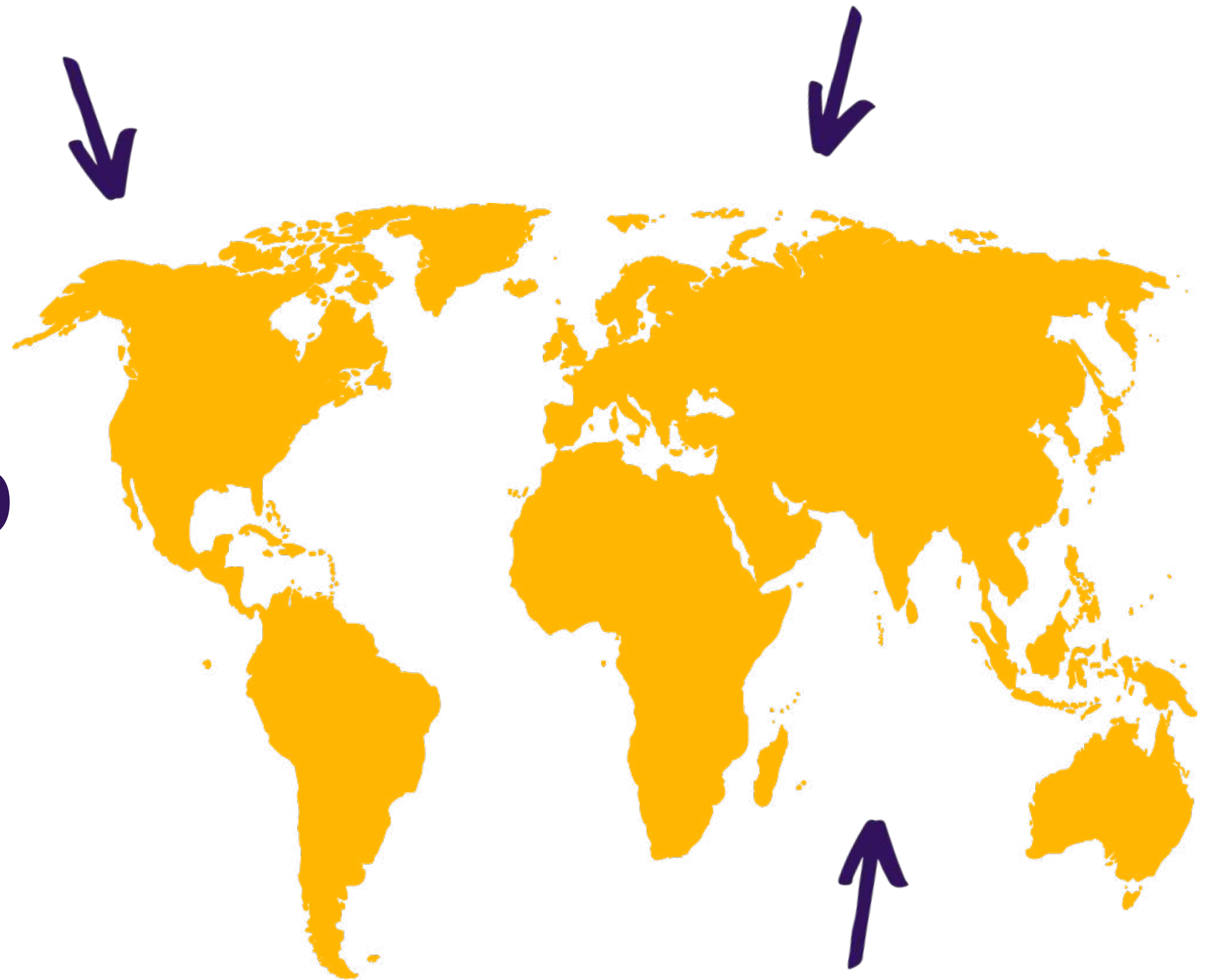
Più della metà delle risposte indica che i piani di viaggio saranno mantenuti e che faranno viaggi appena sia possibile.

3 persone su 5 continueranno con i loro piani di viaggio pre-Covid sia verso l'interno dell'Italia che verso agli altri paesi.

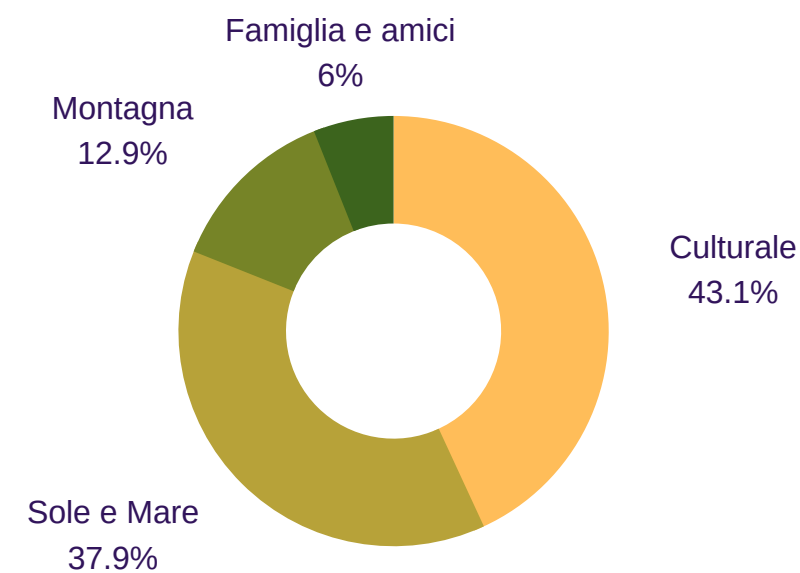


LE DESTINAZIONI PIÙ CERCATE DOPO IL COVID-19

Secondo i risultati, il turismo interno uscirà rafforzato da questa crisi e le intenzioni indicano che i viaggi in Europa si riprenderanno prima che in altre parti del mondo.

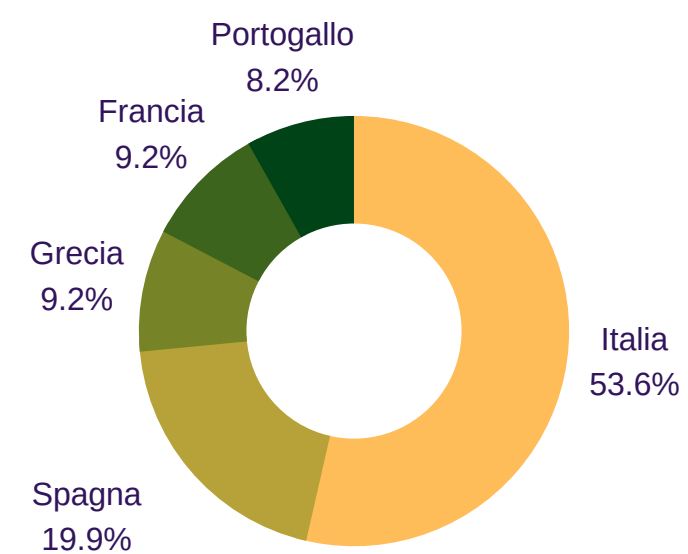


Destinazioni più cercate



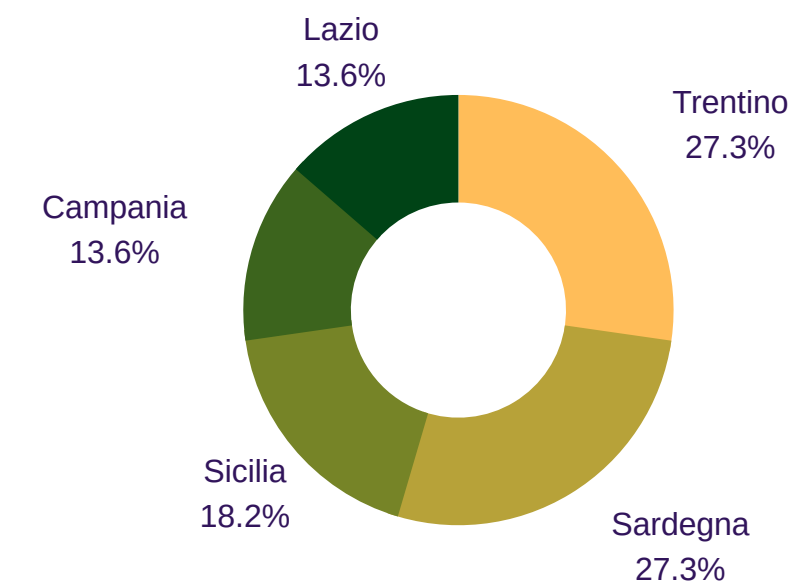
Per motivazione

Tendenza prevalente sarà il turismo culturale seguito da quello balneare.



In Europa

Il turismo domestico si rafforza e la Spagna è il Paese straniero che desta maggiore interesse.



In Italia

Resta il desiderio di godere sia del mare (in particolare quello sardo) sia della montagna (in particolare quella trentina).

53%

delle risposte indicano che non vi è alcuna intenzione di modificare la destinazione del prossimo viaggio dopo l'emergenza sanitaria.

Tra le destinazioni internazionali la Spagna e gli Stati Uniti sono i paesi che maggiormente fidelizzano questo turista.

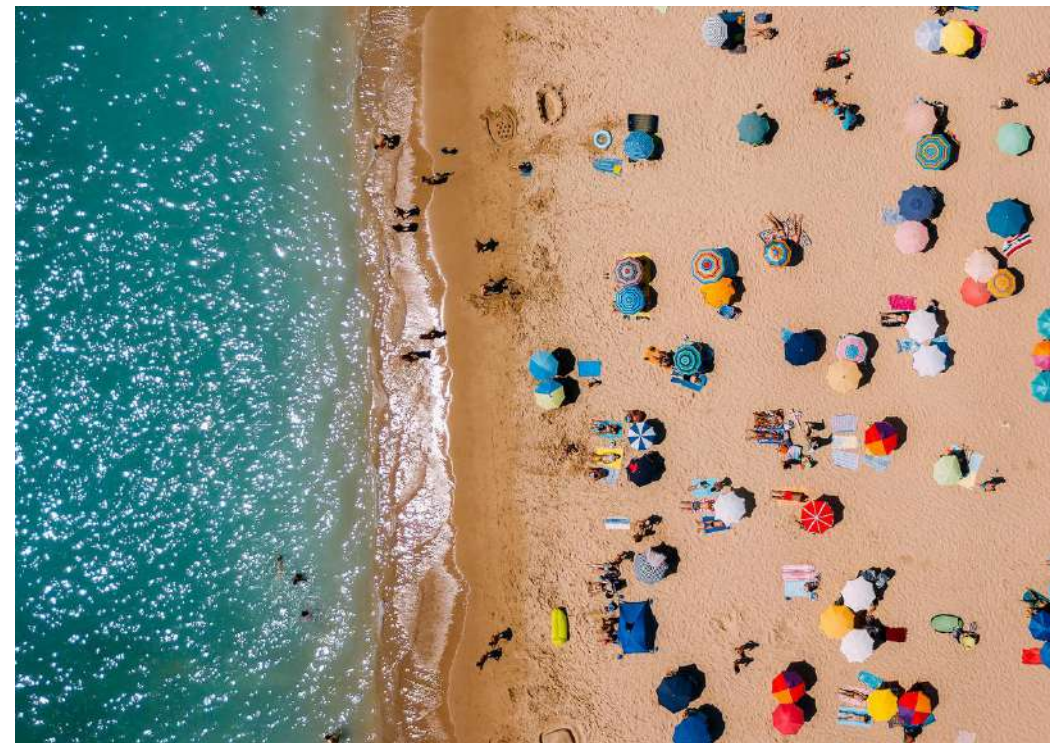
D'altra parte, gli italiani che avevano programmato viaggi verso la Francia e i paesi africani hanno la più grande intenzione di rinunciare al viaggio.





Turismo culturale

Patrimonio e cultura continueranno ad essere risorse attraente nella mente del turista.



Sole e mare

il desiderio di godersi l'estate lungo le coste italiane continuerà a rimanere tra i principali desideri del turista italiano.



Montagna

L'aria pulita della montagna e l'assenza di assembramenti saranno ottimi motivi per viaggiare dopo l'isolamento.

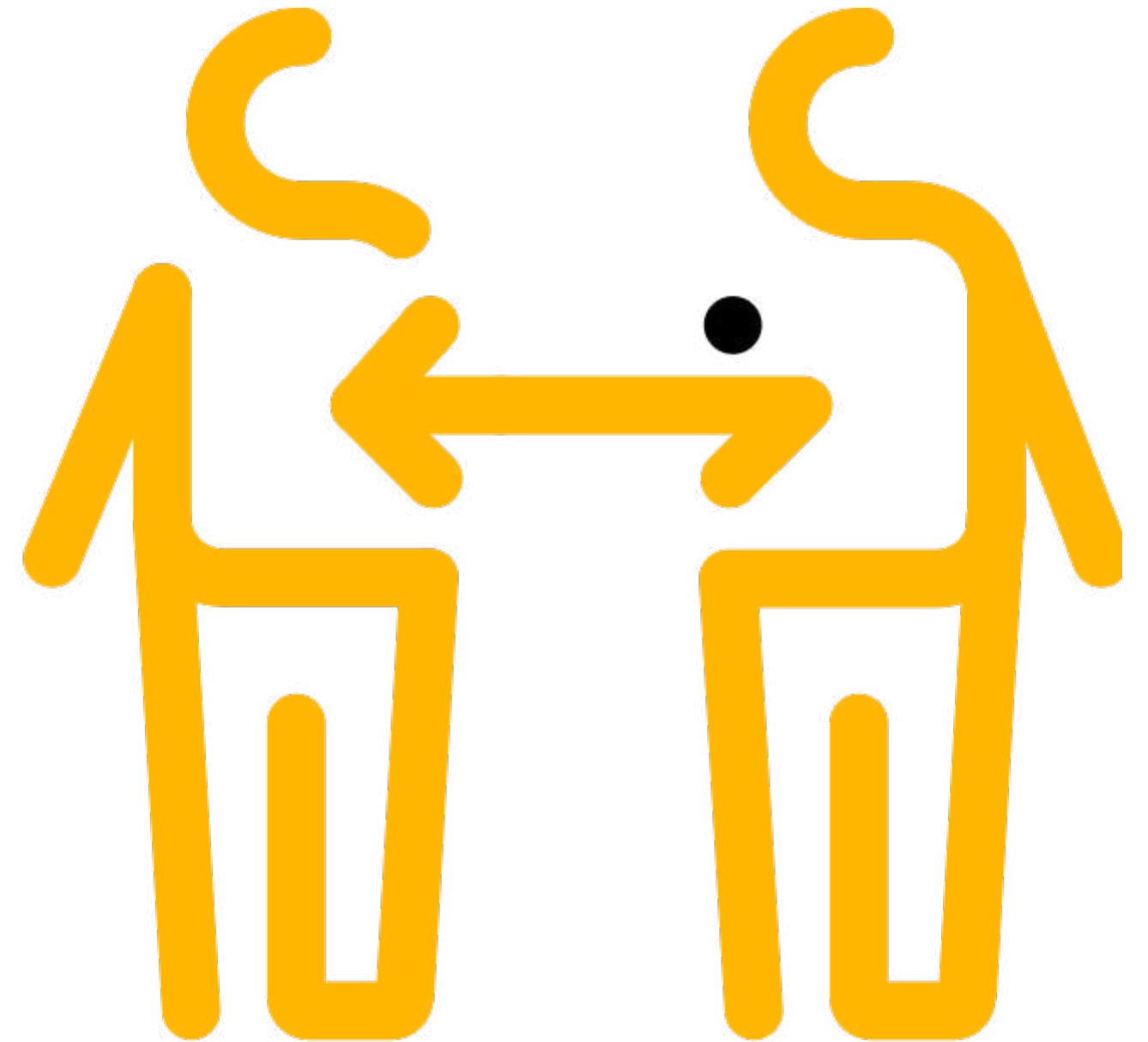


Come sarà il nuovo turista?

Il turista sarà molto più informato quando pianificherà i suoi viaggi e mostrerà una maggiore esigenza per la qualità dell'alloggio.

Per quanto riguarda gli interessi principali, gli italiani manterranno le loro abitudini di trascorrere le vacanze lungo le coste italiane. A livello internazionale, continueranno ad essere potenziali clienti di destinazioni come la Spagna e gli Stati Uniti.

Il turismo culturale verso le grandi capitali e le città d'arte e il turismo enogastronomico continueranno ad catturare l'interesse e l'attenzione di grandi flussi turistici.



COME SARÀ IL VIAGGIO ALL'ESTERO?



Svago



Studi



Business



MICE

I viaggi motivati dalla partecipazione a concerti o festival musicali sono ancora presenti nell'immaginazione del turista italiano; 7 persone su 10 affermano infatti che continueranno a viaggiare per tali finalità. Allo stesso modo, il turismo per Studi, le Visite ad amici e parenti e il turismo MICE (Meeting, Incentive, Congress, Events) subiranno una leggera flessione: quasi il 60% afferma di non avere intenzione di cambiare destinazione.

Il turismo internazionale sia quello motivato da business/lavoro sia quello motivato da svago e tempo libero subirà i maggiori cambiamenti nella destinazione.

COME SARÀ IL TURISMO DOMESTICO?



Svago



Famiglia e amici



Studi



Business

Il turismo domestico, motivato da Visite ad amici e parenti, Partecipazione a concerti o festival musicali, Svago e Studi, continuerà a caratterizzare le motivazioni del turista italiano, tra il 50% e il 60% degli intervistati dichiara che non cambierà i propri itinerari di viaggio all'interno del paese. Il turismo MICE e per lavoro saranno i più colpiti, quasi il 70% prevede di cambiare destinazione una volta ripristinata la normalità.





Sintesi dei risultati

- Nonostante il crollo del turismo interno, la distanza non sarà un fattore decisivo nella scelta della destinazione.
- Le persone di età compresa tra 36 e 45 anni sono quelle che cambieranno di più la loro destinazione nel prossimo viaggio.
- La scelta della destinazione e la pianificazione del viaggio avviene a medio e breve termine. La maggior parte degli italiani pianifica i propri viaggi con meno di 12 mesi di anticipo.
- Le destinazioni elette Pre-COVID-19 saranno confermate, più della metà delle risposte indica che non vi è alcuna intenzione di cambiare il viaggio appena sia possibile realizzarlo.
- La partecipazione a concerti e festival musicali in Italia e all'estero sarà un elemento di attrazione per il giovane turista.
- Il turismo d'affari sarà il più colpito; il suo target di riferimento è quello che mostra la più grande intenzione di cambiare destinazione, sia per viaggi all'estero che in Italia.
- I viaggi in Europa subiranno un impatto minore.
- Vi sarà una leggera tendenza all'acquisto di un'assicurazione di viaggio e l'intenzione di contrattare servizi tramite agenzie di viaggio sarà ridotta.
- I fattori relativi alle informazioni di sicurezza, così come le malattie endemiche o il sistema sanitario di destinazione, saranno requisiti essenziali in termini di promozione delle destinazioni; il turista italiano mostra una notevole preoccupazione nel conoscere tali informazioni.
- Sebbene l'intenzione di viaggiare non sia in generale influenzata dal COVID-19, le aziende del settore saranno costrette ad aumentare i loro protocolli di sicurezza e la qualità dell'offerta per attirare l'attenzione del turista italiano.
- Il Brasile e il Regno Unito sono destinazioni che continuano a suscitare interesse per questo pubblico, ma, al contrario, i risultati indicano anche che sono paesi in cui c'è un grande interesse ad annullare il prossimo viaggio. Forse questo risultato è dovuto alla gestione della pandemia da parte dei rispettivi governi. >



Linee di attuazione

- Consapevoli che il nuovo turista è edonista (che antepone il divertimento all'attuale scenario incerto) la promozione turistica dovrebbe essere cauta e offrire piacere, legata alla sicurezza nelle campagne pubblicitarie. Così, anche il turismo contribuirà al controllo della pandemia.
- Scommettere su campagne di promozione turistica incentrate non solo sulle misure di restrizioni, ma anche sui benefici delle offerte turistiche della destinazione.
- Il nuovo turista indica che ricercherà ulteriori informazioni prima di decidere la destinazione del proprio viaggio. Pertanto, è tempo di investire nella diffusione di un'immagine di qualità dei alloggi, ristoranti e altri esercizi commerciali con particolare attenzione ai turisti.
- Promuovere nicchie specifiche per il turismo domestico in modo da trattenere il pubblico interno che le cercherebbe all'estero.
- Le imprese turistiche dovranno considerare che se prima già si programmavano i viaggi a breve termine, i tempi di prenotazione saranno ulteriormente ridotti per paura di un'ondata di nuovi casi del Covid-19.
- Le agenzie di viaggio hanno la possibilità di scommettere su prodotti turistici progettati strategicamente e in base alle esigenze del nuovo turista, ad esempio rivedendo il modo di promuovere le destinazioni tradizionali come quelle culturali.
- I protocolli di attuazione in spazi chiusi aumentano la sensazione di sicurezza e migliorano l'immagine di alloggi, agenzie di viaggio, ristoranti, uffici turistici e altri esercizi commerciali.
- L'uso di immagini di luoghi e spazi con assembramenti può essere controproducente, mentre trasmettere immagini, con spazi aperti o chiusi senza assembramenti, trasmette un maggiore senso di sicurezza.
- Le destinazioni naturali e le città d'arte potrebbero progettare percorsi a piedi a senso unico. Cambiando l'afflusso di visitatori e limitando la capacità di carico. >

CONCLUSIONI

01

Sardegna, Trentino e Sicilia.

Saranno le destinazioni di tendenza dei prossimi mesi.

02

La Bella Italia

le sue spiagge paradisiache, la ricchezza delle città d'arte e l'unicità delle sue montagne riscatteranno la passione della sua gente.

03

Cultura, Sole e Mare e Montagna.

Le attrazioni più cercate.

04

Tendenza Last Minute

L'incertezza di fronte a una nuova ondata di infezione rafforza l'intenzione di pianificare il viaggio a breve termine.

05

Ci sarà turismo!

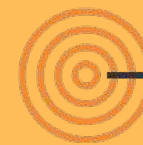
Il desiderio di viaggiare non cambierà nonostante le preoccupazioni per gli effetti della crisi economica.





Turismo, industria della felicità...

In caso di domande o ulteriori informazioni, non
esitare a contattarci
GTES - Gruppo di Ricerca in
Turismo, Economia e Sostenibilità.
e-mail: tes.uece@gmail.com



**Turismo
Economia
Sustentabilidade +**

GRUPO DE PESQUISA GTES