



**DETERMINANTI, SPESA E IMPATTO ECONOMICO  
DEI FLUSSI TURISTICI. LETTERATURA E RECENTI  
EVIDENZE EMPIRICHE IN SARDEGNA**

**Stefano Renoldi**

**QUADERNI DI LAVORO**

---

**2015 / 02**



**CENTRO RICERCHE ECONOMICHE NORD SUD  
(CRENoS)  
UNIVERSITÀ DI CAGLIARI  
UNIVERSITÀ DI SASSARI**

Il CRENoS è un centro di ricerca istituito nel 1993 che fa capo alle Università di Cagliari e Sassari ed è attualmente diretto da Stefano Usai. Il CRENoS si propone di contribuire a migliorare le conoscenze sul divario economico tra aree integrate e di fornire utili indicazioni di intervento. Particolare attenzione è dedicata al ruolo svolto dalle istituzioni, dal progresso tecnologico e dalla diffusione dell'innovazione nel processo di convergenza o divergenza tra aree economiche. Il CRENoS si propone inoltre di studiare la compatibilità fra tali processi e la salvaguardia delle risorse ambientali, sia globali sia locali. Per svolgere la sua attività di ricerca, il CRENoS collabora con centri di ricerca e università nazionali ed internazionali; è attivo nell'organizzare conferenze ad alto contenuto scientifico, seminari e altre attività di natura formativa; tiene aggiornate una serie di banche dati e ha una sua collana di pubblicazioni.

**www.crenos.it  
info@crenos.it**

CRENoS – CAGLIARI  
VIA SAN GIORGIO 12, I-09100 CAGLIARI, ITALIA  
TEL. +39-070-6756406; FAX +39-070- 6756402

CRENoS - SASSARI  
VIA TORRE TONDA 34, I-07100 SASSARI, ITALIA  
TEL. +39-079-2017301; FAX +39-079-2017312

**TITOLO: DETERMINANTI, SPESA E IMPATTO ECONOMICO DEI FLUSSI TURISTICI. LETTERATURA E  
RECENTI EVIDENZE EMPIRICHE IN SARDEGNA**

ISBN: 978 88 8467 934 5

Prima Edizione: Maggio 2015

© CUEC 2015  
Via Is Mirrionis, 1  
09123 Cagliari  
Tel./Fax 070 291201  
www.cuec.it

# Determinanti, spesa e impatto economico dei flussi turistici Letteratura e recenti evidenze empiriche in Sardegna

Stefano Renoldi  
*CRENoS*

## Abstract

Portando a sintesi i risultati emersi nell'ambito del progetto "Analisi delle determinanti e dell'impatto economico dei flussi turistici in Sardegna" finanziato dalla Regione Autonoma della Sardegna (L.R. 7/2007), il presente lavoro traccia un quadro strutturato e aggiornato sugli strumenti metodologici e sull'evidenza empirica relativi alle determinanti e al peso economico dei flussi e della spesa turistica nell'economia della Sardegna. Nell'ambito delle più recenti dinamiche di mercato, se ne desumono specifici orientamenti di *policy* per l'azione pubblica e privata in vista della massimizzazione del beneficio economico associato all'attività turistica.

**Keywords:** determinanti, impatti, flussi, spesa, prodotti, mercati

**Ringraziamenti.** La ricerca presentata in questo quaderno è stata finanziata dalla Regione Autonoma della Sardegna (LR7 2011, Progetto F71J11000980002).

---

· Assistente alla ricerca. E-mail: [stefano.renoldi@crenos.unica.it](mailto:stefano.renoldi@crenos.unica.it)

## Introduzione

Il turismo rappresenta uno dei settori più importanti e dinamici delle moderne economie e viene spesso indicato come un settore ad elevato impatto sulla crescita economica di regioni e paesi. Diventa pertanto essenziale conoscere le caratteristiche qualitative e quantitative dei flussi turistici e delle rispettive direttrici, nonché misurare le ricadute economiche che tali movimenti hanno su uno specifico sistema economico attraverso la codifica e la misurazione delle componenti e degli impatti di spesa da essi attivati.

Ciò alla luce dei cambiamenti nelle motivazioni, nei modelli di viaggio e nelle tecnologie osservati negli ultimi decenni, che hanno condotto a un modello turistico marcatamente differenziato, in cui il prodotto turistico diviene un mix complesso di servizi complementari che serve un mercato altamente segmentato. Al turismo non corrisponde pertanto un settore economico “dedicato”, bensì esiste un aggregato di settori che in maniera trasversale rispondono nella quasi generalità dei casi a fabbisogni espressi sia da turisti che da residenti.

Portando a sintesi i risultati emersi nell’ambito del progetto “Analisi delle determinanti e dell’impatto economico dei flussi turistici in Sardegna” finanziato dalla Regione Autonoma della Sardegna (L.R. 7/2007), il presente lavoro traccia un quadro strutturato e aggiornato sugli strumenti metodologici da un lato, e sull’evidenza empirica per la Sardegna dall’altro relativi alle determinanti e al peso economico dei flussi e della spesa turistica sul sistema economico.

Il lavoro prende le mosse da una sistematizzazione della letteratura e delle metodologie d’indagine relative alle determinanti dei flussi turistici, della spesa turistica nonché dell’impatto che la spesa ha sul sistema economico. L’applicazione al caso regionale consente in seconda battuta di interpretare le potenzialità associate a fattori operanti tanto sul fronte della domanda che su quello dell’offerta, incrociando in ultima istanza i segmenti di clientela con le dotazioni territoriali in chiave di impatto economico.

Nell’ambito delle più recenti dinamiche che interessano il settore turistico-ricettivo della Sardegna, dall’informazione congiunta su determinanti e impatti si desumono infine specifici orientamenti di *policy* per un’azione pubblica e privata orientata alla massimizzazione del beneficio economico associato all’attività turistica.

## 1 Metodologie di indagine in tema di determinanti e impatti

### 1.1 *Le determinanti dei flussi turistici*

Le determinanti dei flussi turistici sono state studiate diffusamente e i risultati sono documentati da un’ampia letteratura empirica. Come sottolineato da Song e Li (2008) le analisi *time series* hanno ricevuto una vasta attenzione poiché la dimensione previsiva ha rappresentato il *focus* principale di gran parte delle indagini, seguito dalla valutazione sia dei fattori di offerta che di domanda nell’ambito di schemi di regressione multivariata. L’evidenza empirica risulta estremamente differenziata dati l’ampio spettro di metodologie impiegate, di archi temporali esaminati e di aree geografiche oggetto di analisi.

Nell’identificazione e valutazione delle determinanti la ricerca si è concentrata da un lato su un approccio che lega il movimento turistico tra coppie di paesi a fattori della domanda, piuttosto che su un approccio articolato su elementi riferibili al lato dell’offerta (Marrocu e

Paci, 2013; Lorenzini, Pisati e Pompili, 2014); dall'altro prevalentemente sui movimenti turistici di carattere internazionale piuttosto che su quelli domestici (Witt e Witt, 1995), nonostante questi ultimi giustifichino la quota più rilevante dei pernottamenti e del PIL di settore a livello globale, nonché l'80% circa dei viaggi realizzati dai soli europei.

La ricerca sul lato della domanda è quella che tradizionalmente ha riscosso un maggiore interesse tra i gli studiosi (Lim, 1997). Tale approccio valuta l'importanza dei fattori associati ai paesi di origine nel generare flussi *incoming* di turisti: attraverso *time series* o dati *panel* la maggior parte degli studi econometrici esamina il movimento rivolto a uno o più paesi di destinazione che origina da un set di paesi *partner*. Tra le variabili esplicative il reddito è certamente la più importante<sup>1</sup>, le altre includono la spesa in marketing, i gusti del consumatore, le sue aspettative, ecc. (Song e Witt, 2000). Uno dei vantaggi associati ai modelli della domanda è che possono essere impiegati per la stima di breve periodo dei flussi diretti verso un paese dai suoi principali bacini di riferimento.

Sul fronte dell'offerta le indagini stimano l'importanza dei fattori presenti a destinazione nel determinare i flussi turistici ospitati<sup>2</sup>, verificandone in particolare l'influenza su arrivi, permanenza e spesa (Murphy *et al.*, 2000) e concentrandosi in particolare sui flussi internazionali<sup>3</sup>. Di recente Massidda e Etzo (2010) analizzano i flussi turistici domestici in Italia e individuano una relazione positiva tra intensità dei flussi e il numero di attrattive della destinazione, la spesa pubblica per le attività culturali, il numero di siti culturali e l'infrastrutturazione del territorio. Il ventaglio delle variabili indipendenti selezionate in letteratura è comunque ampio<sup>4</sup>. Un filone di letteratura enfatizza, in particolare, la differenziazione reale o artificiale sul lato dell'offerta, ampiamente analizzata dalla letteratura sul *management* delle destinazioni<sup>5</sup> e approfondita nel *destination marketing*, nell'analisi del posizionamento di mercato e nella competitività di destinazione<sup>6</sup>.

Se i modelli di offerta ignorano le caratteristiche dei mercati di origine, l'approccio della domanda trascura le peculiarità del prodotto e l'estrema differenziazione delle destinazioni, a fronte di turisti-consumatori contraddistinti da preferenze eterogenee. Nel tentativo di conciliare entrambe gli approcci, Eilat e Einav (2004) applicano un modello *multinomial logit* a un vasto set di paesi di destinazione in qualità di fornitori di prodotti differenziati: classificando le variabili esplicative in quattro gruppi, i risultati rivelano che le elasticità al reddito sono positive e statisticamente significative sia per i paesi di destinazione che per

---

<sup>1</sup> Crouch (1994) rivela come l'elasticità al reddito sia superiore all'unità ma al contempo inferiore a due, il che implica che il turismo internazionale sia un bene di lusso.

<sup>2</sup> Eugenio-Martin *et al.* (2004) individuano quattro tipologie di caratteristiche della destinazione che influenzano la decisione di viaggio: prezzi, investimenti, infrastrutture e sicurezza.

<sup>3</sup> Zhang e Jensen (2007) adottano una prospettiva di commercio internazionale e studiano gli arrivi alla stregua di consumatori finali che viaggiano nei paesi-destinazione per comprare prodotti locali.

<sup>4</sup> Tra le altre si segnalano: popolazione, reddito, prezzi relativi e distanza geografica come misura dei costi di trasporto tra paesi, capacità alberghiera, infrastrutture, economie di agglomerazione, dotazioni naturali e culturali, criminalità, clima.

<sup>5</sup> Dwyer *et al.* (2000), Ritchie e Crouch (2000), Enright e Newton (2004) e Dwyer *et al.* (2009).

<sup>6</sup> Tra gli altri si vedano: Murphy *et al.* (2000); Chen e Uysal (2002); Enright e Newton (2004), Gomezelj e Mihalic (2008).

quelli di origine. Studiando l'afflusso di turisti nazionali e stranieri in Galizia, Garin-Muñoz (2009) trova che entrambe le componenti della domanda sono molto sensibili al reddito nei mercati di origine e ai prezzi, con gli stranieri contraddistinti da una maggiore reattività dovuta alla presenza di un più elevato numero di destinazioni alternative a livello internazionale. Massidda e Etzo (2012) analizzano le determinanti dei flussi turistici domestici tra regioni italiane con metodologia *panel* e stimatore GMM. Oltre a un'elasticità al reddito nella regione d'origine positiva e superiore all'unità, gli autori trovano che i flussi turistici sono positivamente influenzati dalle caratteristiche della regione di destinazione in termini di attrattività, infrastrutture di trasporto, densità demografica, ecc.

In particolare, gli approcci di domanda e di offerta hanno trovato un punto di sintesi nei modelli d'interazione spaziale, i c.d. modelli gravitazionali o origine-destinazione (O-D). Dopo i primi contributi in tema di servizi<sup>7</sup>, la loro applicazione in campo turistico incontra un crescente interesse<sup>8</sup>, sostiene una sempre più robusta evidenza empirica e trova un adeguato *background* teorico con Morley *et al.* (2014). L'idea sottostante è che i flussi turistici possano essere considerati come una forma di commercio di servizi poiché equivalenti ad attività di esportazione di beni per le regioni che li ospitano<sup>9</sup>. Su queste basi, i flussi vengono intesi come attraversati da due differenti tipologie di dipendenza spaziale, imputabili a specifiche caratteristiche di origine (domanda) e di destinazione (offerta) del movimento, cui se ne va ad aggiungere una terza riferibile alle determinanti di destinazioni confinanti sia all'origine che a destinazione.

A livello micro tali forme di dipendenza sono il frutto dei processi di apprendimento (a destinazione) e di comunicazione (all'origine) attivate dai turisti: oltre alla probabilità di visitare località limitrofe che potrebbero divenire una futura destinazione di viaggio, questi condividono infatti le loro esperienze di viaggio all'interno dei propri *network* familiari e di amicizia<sup>10</sup>, riducendo l'incertezza tra potenziali turisti e generando uno *spillover* di tipo spaziale poiché influenza la propensione a viaggiare verso quella destinazione tra consumatori in aree contigue. Nella letteratura di marketing, acquisti ripetuti o raccomandazioni ad altri consumatori sono considerati come fedeltà del consumatore e sono visti come indicatori chiave del successo di una strategia di mercato (Yoon e Uysal, 2005). Più in generale tali modelli sono ritenuti capaci di suggerire a *policy maker* e *stakeholder* del settore turistico quali siano da un lato gli elementi dell'offerta locale capaci di sostenere l'attrazione dei turisti flussi, dall'altro le determinanti degli arrivi sul lato della domanda.

Come già evidenziato, una quota rilevante degli studi si concentra sulle dinamiche del movimento turistico internazionale piuttosto che su quelli domestici. In campo nazionale, Lorenzini *et al.* (2014) esaminano le determinanti di domanda e offerta dei flussi internazionali presso le province italiane, e provenienti dai primi venti bacini di origine. Valorizzando la specificazione di interazione spaziale adottata da Marrocu e Paci (2013), i risultati da un lato suggeriscono di orientare gli sforzi promozionali verso mercati ad elevato

---

<sup>7</sup> Tra gli altri si vedano Ceglowsky (2006), Kimura e Lee (2006).

<sup>8</sup> LeSage e Pace, 2008 e 2009; De la Mata, LeSage e Llano (2009); Keum (2010).

<sup>9</sup> Tra gli altri si veda Yang *et al.* (2010).

<sup>10</sup> Il processo di scambio informativo associato ai flussi turistici capace di generare *spillover* spaziali nelle regioni di destinazione viene esaminato in Marrocu e Paci (2011).

reddito e altamente popolati, sebbene la distanza geografica giochi in tal senso un effetto negativo; dall'altro evidenziano la rilevanza assunta specifiche determinanti dell'offerta<sup>11</sup> e l'elevata significatività degli *spillover* spaziali, indicando la necessità di produrre gli sforzi promozionali in modo congiunto tra contesti territoriali limitrofi.

Il crescente interesse per i modelli gravitazionali trova recente applicazione anche alla componente domestica dei flussi. Patuelli *et al.* (2013) verificano la rilevanza delle dotazioni locali in termini di World Heritage Sites (WHS) con riferimento agli arrivi turistici bilaterali tra regioni italiane. Impiegando variabili esplicative sia di tipo "push" che "pull"<sup>12</sup>, gli autori da un lato stimano gli effetti sul movimento dei siti localizzati nelle regioni di residenza e di destinazione dei turisti, dall'altro valutano i potenziali effetti spaziali di sostituzione/complementarietà tra regioni dovuti alle rispettive dotazioni. I risultati indicano che, a parità di altre condizioni, le regioni dotate di WHS attraggono un maggior numero di turisti<sup>13</sup> e al contempo generano minori flussi verso altre regioni; inoltre la presenza di WHS in regioni confinanti con una data destinazione esercita un effetto negativo sugli arrivi turistici registrati da quest'ultima<sup>14</sup>, suggerendo l'esistenza di effetti sostitutivi. Tale effetto su base spaziale diviene tanto più significativo quanto maggiore è l'estensione geografica considerata.

### 1.2 Le determinanti della spesa turistica

L'industria turistica è divenuta una delle più rilevanti industrie mondiali e la spesa turistica fornisce un importante contributo alla crescita economica sia a livello nazionale (Lee e Chang, 2008; Figini e Vici, 2010; Brida e Pulina, 2010) che regionale (Cortés-Jiménez, 2008; Paci e Marrocu, 2013). Per studiosi, manager e *policy maker* risulta allora importante individuare quali fattori influenzano le decisioni di acquisto e misurare gli effetti che tali determinanti hanno sulla spesa utilizzando appropriati strumenti econometrici capaci di caratterizzare in modo dettagliato la domanda.

In letteratura la spesa turistica e le sue determinanti sono state ampiamente investigate in prospettiva macroeconomica<sup>15</sup> attraverso l'impiego di serie storiche, dati sezionali e combinati<sup>16</sup>, con l'obiettivo generale di valutare l'impatto economico del settore e rivolgendo l'attenzione alle variabili economiche e istituzionali come principali fattori esplicativi<sup>17</sup>. Il

---

<sup>11</sup> In particolare le strutture museali e le località Touring Club Italiano, il reddito procapite come *proxy* dell'attrattività per il *business tourism* e qualità dei servizi territoriali, capacità di carico e presenza di strutture ricettive di elevata qualità (4 stelle o oltre).

<sup>12</sup> Tra questi sono compresi la popolazione residente (dimensione di mercato), il prodotto interno lordo (reddito), il livello dei prezzi su base regionale, i servizi di alloggio e ristorazione, la criminalità, la spesa pubblica in attività ricreative, la dipendenza dall'industria turistica, la stagionalità della fruizione, l'efficienza del trasporto pubblico, la domanda culturale, la qualità ambientale.

<sup>13</sup> Nello specifico un 4% aggiuntivo per ogni sito aggiuntivo.

<sup>14</sup> Circa il 10% in meno per un aumento medio di un'unità nelle regioni confinanti.

<sup>15</sup> Ne sono testimonianza le rassegne di Crouch (1994), Lim (1997 e 2006), Li, Song e Witt (2005) e Song and Li (2008).

<sup>16</sup> Wang e Davidson (2010a).

<sup>17</sup> Sebbene presentino frequenti problemi legati alla disponibilità di dati le *time series* vengono perlopiù impiegate per studiare la domanda di una destinazione originante da uno o più paesi, (Crouch, 1994;

diffuso interesse descrive i notevoli sviluppi compiuti nella modellistica di riferimento: tra gli altri, l'*Almost Ideal Demand System* (AIDS) è stato introdotto da Deaton e Muellbauer (1980) come sistema di regressioni multiple che stimano la distribuzione della spesa turistica di ciascuna regione d'origine tra le diverse destinazioni (Li, Song, e Witt, 2006; Mangion, Durbarry, e Sinclair, 2005)<sup>18</sup>. Di recente Cortés-Jiménez, Durbarry e Pulina (2009) presentano un modello di domanda LAIDS (*Linearized Almost Ideal Demand System*) dinamico, basato su dati con frequenza mensile, per misurare la sensibilità della domanda italiana di turismo internazionale rispetto a cambiamenti nei prezzi relativi, tassi di cambio, spesa ed eventi inattesi, con importanti implicazioni di politica turistica per tutti i paesi ed operatori interessati al mercato italiano.

L'analisi in campo microeconomico ha ricevuto minore attenzione (Crouch, 1994; Lim, 2006; Craggs e Schofield, 2009), con una modesta produzione perlopiù concentrata negli Anni 2000 (Brida e Scuderi, 2013) e una poco frequente (Wang e Davidson, 2010a) e meno accurata (Brida e Scuderi, 2013) modellazione econometrica. Gli studi tendono a concentrarsi su specifiche dimensioni della spesa (Paci, Marrocu e Zara, 2014)<sup>19</sup>, e possono essere raggruppati in specifiche categorie per finalità dell'analisi (Wang e Davidson, 2010a)<sup>20</sup>. Alcuni autori utilizzano anche più di una variabile dipendente<sup>21</sup>. Rispetto alle differenti tipologie di regressori<sup>22</sup>, l'evidenza empirica sottolinea la diffusa presenza del reddito associata a una variabile stimata (familiare, annuale lordo, totale del gruppo di viaggio, ecc.) frequentemente

---

Lim, 1997); meno comuni le analisi cross-section vengono utilizzate soprattutto per il confronto della domanda tra più destinazioni in un dato momento nel tempo (Li, Wong, Song, & Witt, 2006), mentre si ricorre ai dati combinati per superare i problemi di stima associati a modeste dimensioni campionarie, in particolare nel caso di studi sulla domanda internazionale.

<sup>18</sup> Le osservazioni delle variabili indipendenti possono riguardare i flussi effettuati in destinazioni concorrenti, il prezzo relativo della vacanza rispetto ad altre destinazioni, il reddito relativo della regione d'origine rispetto alla destinazione, il costo di trasporto (spesso approssimato dalla distanza geografica tra i due paesi), il tasso di cambio tra le due valute, una serie di *dummy* tra cui tipicamente si ritrova la contiguità tra le due regioni, l'uso o meno della stessa lingua, il fatto o meno di essere un'isola, ecc.

<sup>19</sup> Nel dettaglio: (i) perché i consumatori spendono in turismo; (ii) quanto spendono; e (iii) quali beni acquistano. Alcuni autori sono impegnati nella modellazione simultanea di più di una dimensione, tra questi si vedano Wu, Zhang e Fujiwara (2013) e Chang, Chen e Meyer (2013).

<sup>20</sup> Nel dettaglio: quelli relativi alla scelta ottimale nella domanda turistica; quelli aventi ad oggetto i fattori rilevanti che influiscono sulla spesa turistica individuale in un dato viaggio; quelli (meno numerosi) relativi alla modellizzazione dei prezzi turistici, ad esempio attraverso gli *hedonic price models*.

<sup>21</sup> Tra questi Lee (2001), Lehto *et al.* (2001) e Wang *et al.* (2006) esaminano le determinanti di una spesa disaggregata nelle differenti voci (quali l'alloggio, i pasti, il divertimento, lo shopping e il trasporto) verificando se un particolare fattore influenza le differenti categorie di spesa a diversi gradi.

<sup>22</sup> Vincoli economici che determinano le scelte di spesa; variabili socio-demografiche; fattori relativi al viaggio; variabili psicografiche (Wang e Davidson, 2010a; Brida e Scuderi 2013).

significativa<sup>23</sup>; contestualmente emerge la rilevanza dei fattori di destinazione riferibili ad attività (di natura, spiaggia e *outdoor*, e divertimento) capaci di generare maggiori introiti rispetto ad altre tipologie (Jang *et al.*, 2005), nonché riferibili a determinanti che caratterizzano in modo peculiare la destinazione (Mehmetoglu, 2007; Pouta *et al.*, 2006) e che sono espressione di prodotti meno mercificati (Laesser e Crouch, 2006). I modelli impiegati possono essere ricondotti a due tipologie prevalenti, riferibili a variabili dipendenti metriche e categoriali (Brida e Scuderi, 2013). Nel primo caso<sup>24</sup>, prevalentemente regressioni lineari con minimi quadrati, si ovvia alle difficoltà poste dall'assunzione di distribuzione normale della spesa con due ipotesi alternative:

(i) i valori osservati dipendono da una variabile latente che assume valori positivi quando maggiore di zero e pari a zero in qualunque altro caso. Il modello Tobit interpreta la variabile latente come funzione lineare dei regressori più un termine di errore, con ipotesi particolarmente restrittive (errori normalmente distribuiti e omoschedastici) che ne inficiano l'impiego se non soddisfatte<sup>25</sup>. L'impiego di modelli '*double-burdle*', generalizzando la regressione Tobit considerano separatamente le decisioni di spendere o meno in turismo, e quanto spendere, consentendo di fare inferenza su ciascun fattore a ciascuno stadio decisionale<sup>26</sup>;

(ii) il modello di regressione quantile valuta specifici comportamenti locali in specifiche porzioni della distribuzione empirica, con riferimento a misure "localizzate"<sup>27</sup>. Il processo di stima può essere migliorato con l'impiego di quantili condizionati.

Nel caso di variabili dipendenti di tipo categoriale le stime più diffuse in letteratura sono quelle associate a modelli di tipo dicotomico, dove una variabile indicatore mostra se un individuo spende o meno per servizi turistici. In questo caso le tecniche più utilizzate sono la regressione logistica (Brida *et al.*, 2012) e la regressione *probit* (Saayman e Saayman, 2006). In generale, l'assenza delle medesime condizioni di analisi rende difficile attribuire un valore normativo a intensità, significatività e segno dei coefficienti desumibili dall'evidenza empirica. Ciononostante, si conferma l'effetto diretto e significativo del reddito e la correlazione positiva della proprietà di asset economici; nessun regressore della categoria socio-demografica è risultato in una relazione frequentemente significativa con la spesa, mentre lo sono alcuni regressori relativi al viaggio<sup>28</sup>; emerge, infine, il modesto uso fatto delle variabili

---

<sup>23</sup> Ciò nonostante in presenza di viaggi di corto raggio la spesa risulti spesso inelastica rispetto al reddito.

<sup>24</sup> Tra i più recenti si vedano: Marcussen (2011), Svensson, Moreno e Martin (2011), Wang e Davidson (2010b), Zhang, Qu e Ma (2010).

<sup>25</sup> Tra i contributi più recenti si vedano Brida, Bukstein, Garrido e Tealde (2012), Barquet, Brida, Osti e Schubert (2011), Kim, Kim, Gazzoli, Park, Kim e Park (2011), Zheng e Zhang (2011).

<sup>26</sup> Si vedano tra gli altri Jang e Ham (2009), Jang, Ham e Hong (2007).

<sup>27</sup> A tale proposito si vedano Chen e Chang (2012), Hung, Shang e Wang (2011, 2012), Saayman e Saayman (2012), Lew e Ng (2012), e Thrane e Farstad (2011).

<sup>28</sup> Nel dettaglio: alloggio, destinazione turistica, mezzi di trasporto, tipologia di intermediario per impiegato per la prenotazione, distanza di viaggio e periodo di vacanza.

psicografiche riferibili ai turisti, almeno in parte addebitabile alla modesta presenza di tali informazioni all'interno dei dataset ufficiali<sup>29</sup>.

### 1.3 *Gli impatti della spesa turistica*

La quantificazione del ruolo del turismo in un sistema economico deve scontare la difficile identificazione e misurazione del fenomeno. L'attività turistica si manifesta, infatti, come un complesso eterogeneo di operazioni di consumo, in cui gli atti di acquisto da parte dei turisti sono perlopiù indistinguibili oggettivamente da quelli non turistici, se non per le specifiche motivazioni che gli giustificano. Alcuni autori, pertanto, fondano l'esistenza di un'industria dei viaggi e del turismo non tanto sulla possibilità di identificarlo esogenamente secondo gli schemi della contabilità nazionale, quanto sul fatto che imprese e organizzazioni diverse siano endogenamente legate dalla trasformazione di vari beni e servizi in un prodotto unitario teso a soddisfare la domanda turistica<sup>30</sup>.

Sotto il profilo macroeconomico, diversi contributi hanno analizzato il ruolo del settore nella crescita economica, tra gli altri analizzando con tecniche econometriche multivariate e concordando sull'ipotesi per cui il turismo incide positivamente sulla crescita, soprattutto in piccole regioni specializzate (Lanza e Pigliaru, 1994; Brau *et al.*, 2007) e in presenza di un turismo basato su risorse ambientali (Pigliaru, 2002). Da sola l'impostazione di tipo macroeconomico non consente, tuttavia, di verificare le specificazioni settoriali della relazione tra turismo ed economia, per le quali è necessario ricorrere a specifiche tecniche di analisi settoriale.

In tale contesto i metodi sviluppati in letteratura sono due. L'approccio dell'offerta seleziona a priori i settori di attività economica che compongono l'industria turistica, come nel caso di Smith (1988) e delle due sezioni di offerta, una a servizio esclusivo dei turisti (hotel, linee aeree, agenzie di viaggio, ecc.) e un'altra che si interfaccia con un mix di clienti tra cui i turisti. Si procede così al raggruppamento delle attività per caratteristiche tecnologiche, per processi attivati o per destinazione finale di beni e servizi prodotti, individuando specifici "comparti" del turismo (Costa e Rispoli, 1992; Cooper *et al.*, 2002).

Nel più frequente approccio di domanda si ricostruiscono i confini del settore attraverso l'osservazione della spesa turistica, per poi risalire alla produzione direttamente e indirettamente necessaria alla sua soddisfazione. In questo caso la letteratura si focalizza alternativamente su: la stima degli impatti attraverso l'impiego di modelli basati su moltiplicatori keynesiani o attraverso l'utilizzo di tavole input-output; i cosiddetti Conti Satellite del Turismo e sul tentativo di riportare le voci di consumo della contabilità nazionale in macroaggregati utili a cogliere il contributo del settore turistico al PIL nazionale; il calcolo dell'impatto della spesa attraverso modelli di equilibrio generale, il cui sistema di equazioni rappresenta l'equilibrio tra domanda e offerta in molteplici settori e i cui parametri sono stimati da consistenti serie storiche.

In particolare, l'analisi input-output consente di individuare e misurare le interrelazioni settoriali attivate dal turismo, nonché la capacità del settore di generare reddito e occupazione, attraverso il modello delle interdipendenze strutturali in cui una tavola a doppia

---

<sup>29</sup> Wang e Davidson (2010a).

<sup>30</sup> Wahab (1975), Lundberg (1976), McIntosh, Goeldner e Ritchie (1995).

entrata descrive la struttura economica della collettività e ne annota gli scambi che uniscono ciascun settore a tutti gli altri. La vasta letteratura di riferimento<sup>31</sup> mette a confronto diverse specificazioni di modelli I-O e propone alcuni criteri per il confronto tra differenti specificazioni, enfatizzandone i pro e i contro a seconda del livello di approfondimento dell'analisi, della disponibilità dei dati e del livello geografico considerato<sup>32</sup>. Sotto il profilo applicativo, le principali problematiche risultano associate alla necessità di poter disporre di osservazioni continue e aggiornate sulla domanda, e ad aspetti di accuratezza delle aggregazioni effettuate nella tavola I-O a partire da microdati estremamente particolareggiati.

## 2 Caratterizzazione del caso “Sardegna”

### 2.1 *Le determinanti dei flussi turistici*

La chiave interpretativa offerta dai modelli di interazione spaziale trova nel recente lavoro di Marrocu e Paci (2013) una pionieristica applicazione alla componente domestica del movimento italiano, e di riflesso al caso della destinazione “Sardegna”. Gli autori studiano gli effetti combinati dei fattori di domanda e di offerta sui flussi turistici di connazionali riferibili al set completo di 107 province italiane, corrispondenti a 11.449 flussi origine-destinazione. Il dettaglio del livello territoriale selezionato consente di investigare in modo puntuale le caratteristiche dei territori, di tipo sia “*pull*” che “*push*”, in qualità di variabili che possono spiegare i tratti distintivi delle province sia come emittori che come attrattori di flusso<sup>33</sup>. Il modello internalizza, inoltre, l'ipotesi per cui l'industria turistica sia in brado di generare modelli di specializzazione produttiva, soprattutto in territori dotati di risorse naturali, grazie alla presenza di esternalità di agglomerazione<sup>34</sup>.

I risultati mostrano come vi è un'elevata correlazione spaziale indotta dalle province confinanti sia all'origine che a destinazione. Una volta che la si osserva come una forma complessa di dipendenza, la gran parte delle variabili esplicative mostrano l'effetto atteso, con “distanza” e “densità demografica” di segno negativo sulle scelte dei turisti circa la destinazione di vacanza, mentre “amenità”, “accessibilità” e “reddito” operano in qualità di determinanti positive dei flussi turistici. Vengono confermate la connotazione del turismo come bene di lusso, con una elasticità al reddito all'origine significativamente superiore all'unità; una correlazione positiva rispetto all'offerta di spiagge ben conservate, parchi, musei

---

<sup>31</sup> Dai lavori pionieristici di Archer (1977), Sinclair (1988) e Fletcher *et al.* (1991) si giunge al recente contributo di Incera *et al.* (2011).

<sup>32</sup> In alcuni casi il modello è stato proficuamente utilizzato per comprendere l'effetto della spesa turistica in regioni circoscritte, con basi di dati acquisite perlopiù mediante indagini *ad hoc* realizzate attraverso interviste dirette ai turisti. Fra i primi lavori si ricordano: Casini Benvenuti *et al.* (1987) per la Toscana; Manente e Minghetti (1996a e 1996b) per il Veneto; Hernández Martín (2004) per le Isole Canarie.

<sup>33</sup> Nel dettaglio sono stati esaminati la distanza geografica, il reddito, la densità demografica, l'accessibilità (voli *low cost*, infrastrutture di trasporto), un set di fattori culturali (musei) e naturali (parchi, coste, spiagge ben conservate) e altre amenità (ristoranti famosi).

<sup>34</sup> La tendenza al formarsi di cluster territoriali per la condivisione di infrastrutture di grandi dimensioni (aeroporti, porti, centri congressi, musei) produce dipendenza spaziale a livello macro e genera *spillover* spaziali tra le province di destinazione.

e ristoranti rinomati; una correlazione negativa rispetto al grado di affollamento della destinazione.

Nell'insieme, i flussi turistici risultano attratti da località che si prendono cura dell'ambiente e degli asset culturali presenti sul territorio; politiche finalizzate a sostenere una crescita di lungo periodo dovrebbero pertanto prevedere schemi di incentivazione che da un lato incoraggiano attività capaci di conferire valore aggiunto agli asset territoriali, dall'altro garantiscono un'attenta gestione dell'ambiente naturale, del paesaggio artistico e del patrimonio culturale quale fonte di crescita durevole. La presenza rilevante di *spillover* spaziali suggerisce, infine, che tali politiche non possono essere efficaci se confinate a livello provinciale, poiché necessitano di essere coordinate a un più elevato livello regionale e, talvolta, nazionale.

## 2.2 *Le determinanti della spesa turistica*

Paci, Marrocu e Zara (2014) studiano le determinanti della spesa turistica applicando modelli sia di regressione lineare che quantile ai microdati relativi a un'indagine diretta realizzata nel 2012<sup>35</sup>. L'ampio set di determinanti, indagate tanto sul fronte della domanda che su quello dell'offerta, viene articolato secondo la tassonomia proposta da Wang *et al.* (2006) e ripresa successivamente da Brida e Scuderi (2013)<sup>36</sup>. Il modello opera regressioni lineari e quantili in riferimento a un medesimo set di variabili indipendenti, al fine di catturare possibili differenze nei comportamenti di spesa indotti dalle stesse determinanti<sup>37</sup>.

Il modello di regressione lineare conferma molti dei risultati già condivisi in letteratura, tra gli altri la rilevanza del reddito come uno dei più importanti driver di spesa (Agarwal e Yochum, 2000; Thrane e Farstad, 2011; Wu *et al.*, 2013)<sup>38</sup> e di alcuni profili relativi allo status occupazionale<sup>39</sup> per la componente legata a cibo e bevande. La dimensione del gruppo di

---

<sup>35</sup> L'indagine è stata realizzata presso un campione rappresentativo di turisti che hanno effettuato la loro vacanza in Sardegna durante il periodo aprile-ottobre 2012. In quell'occasione sono state effettuate 1.461 interviste in corrispondenza dei principali porti e aeroporti dell'isola al momento di lasciare la destinazione al termine delle vacanze. L'universo di riferimento è calcolato sommando agli arrivi ufficiali forniti dalle statistiche Istat una stima (Perelli, Sistu e Zara, 2011) degli arrivi nelle strutture non classificate. Il campione è stratificato in base alla provenienza dei turisti (italiani-stranieri), la stagione turistica (bassa: maggio-giugno e settembre-ottobre; alta: luglio-agosto), la porta di accesso all'isola (porto e aeroporto) e il vettore aereo utilizzato (tradizionali e *low cost*). Il questionario è articolato in quattro sezioni per un totale di 32 quesiti.

<sup>36</sup> Si distingue tra quattro principali categorie di covariate: vincoli economici come il reddito turistico; caratteristiche socioeconomiche come età, sesso, educazione, stato occupazionale, e nazionalità; aspetti legati al viaggio come la durata della permanenza, il numero di persone del gruppo di viaggio, il numero di destinazioni, il tipo di alloggio e il trasporto utilizzato, e il periodo di viaggio; caratteristiche psicografiche come il comportamento ripetitivo e la motivazione di viaggio.

<sup>37</sup> Nell'ambito dello studio sono stati analizzati i seguenti percentili:  $q=0.10, 0.25, 0.50, 0.75$  e  $0.90$ . Una scelta simile è stata operata anche da Saayman e Saayman (2012) e Hung *et al.* (2011).

<sup>38</sup> In termini di spesa totale e rispetto al gruppo di riferimento (basso livello di reddito), a parità di condizioni un individuo con un livello medio di reddito spende il 5% in più, mentre un turista a elevato reddito incrementa la sua spesa del 24% circa. Differenze altrettanto rilevanti sono state rilevate anche per la spesa sull'alloggio, rispettivamente +16% e +42%.

<sup>39</sup> Nel dettaglio i pensionati tendono a spendere di più, e in particolare nel cibo (33%).

viaggio e il numero dei giorni di vacanza contribuiscono in misura rilevante a ridurre la spesa giornaliera procapite, suggerendo la presenza di economie di scala dettate dalla condivisione<sup>40</sup>. Se per diverse tipologie di vacanza non è emersa alcuna differenza sostanziale, in presenza di una pluralità di località visitate si registra un significativo aumento della spesa in cibo e bevande a fronte di una contrazione della spesa in alloggio. I c.d. “*repeaters*” della destinazione presentano livelli di spesa più elevati (in particolare per l'alloggio) rispetto a coloro che visitano la destinazione per la prima volta<sup>41</sup>; inoltre, la motivazione di viaggio risulta essere un importante fattore di spesa turistica<sup>42</sup>, soprattutto quando è riferibile all'ambiente naturale o alla notorietà dell'isola come destinazione turistica<sup>43</sup>.

La regressione quantile sottolinea il contributo irrilevante di sesso, età, intermediazione e tipologia di viaggio, così come l'assenza di significativi effetti differenziali per un reddito di medio livello e un'istruzione di terzo grado. Tra coloro che mostrano un'elevata propensione alla spesa, gli effetti positivi più rilevanti risultano associati a nazionalità straniera, a precedenti visite e vacanze motivate dalla notorietà dell'isola; nel caso di una minore propensione, la dimensione del gruppo e la durata della vacanza contribuiscono a ridurre il livello di spesa.

Nel complesso, i profili di consumo dei turisti che trascorrono le loro vacanze in Sardegna mostrano un'estrema variabilità in funzione delle determinanti e dei livelli di spesa, seppur con utili indicazioni per il *policy maker*: tra queste emergono il ruolo preminente giocato dal reddito e dalla nazionalità straniera, con lo status di pensionato contraddistinto da una maggiore spesa per alcune componenti come il cibo. La spesa è inoltre condizionata fortemente dalle caratteristiche legate al viaggio, sia per gli effetti negativi prodotti da un ampliarsi del gruppo di vacanza che da un allungamento della permanenza a destinazione; il ruolo positivo giocato dal trasporto aereo viene confermato<sup>44</sup>, sebbene coloro che scelgono di volare con compagnie *low cost* mostrino un comportamento di consumo molto più parsimonioso. Si sottolinea come i viaggi ripetuti e la motivazione di viaggio associata all'ambiente naturale o alla notorietà dell'isola siano determinanti cruciali nell'incrementare la spesa turistica. Su queste basi la proiezione internazionale e l'enfasi sul patrimonio ambientale e culturale del messaggio promozionale sembrano due elementi imprescindibili dell'azione pubblica, unitamente al sostegno per lo sviluppo infrastrutturale (reti di trasporto e attrattori culturali in primis) e il recupero del patrimonio edilizio esistente in chiave

---

<sup>40</sup> Confermando alcune evidenze già emerse in letteratura (Thrane e Farstad, 2011; Alegre *et al.*, 2011; Wu *et al.*, 2013), ciascun compagno di viaggio aggiuntivo riduce la spesa di circa il 15%, mentre riduzioni di minore entità sono stimate per la spesa in alloggio (13%) e per altre attività (10%). Un giorno aggiuntivo di vacanza induce un effetto di risparmio compreso tra un -2% per la spesa totale (esclusi i costi di viaggio) e un -3% circa nel caso di spese per l'alloggio.

<sup>41</sup> Analoghe conclusioni sono riportate in Rosenbaum e Spears (2005) e Lew e Ng (2012).

<sup>42</sup> A tale proposito si veda Alegre *et al.* (2011).

<sup>43</sup> L'incremento della spesa totale è pari rispettivamente all'11% e al 13% rispetto al caso della visita ad amici e parenti, con una forte influenza sulle attività realizzate a destinazione (nell'ordine, il 30% e il 39% di incremento della spesa).

<sup>44</sup> Thrane e Farstad (2011).

ricettivo-alberghiera. L'esistenza di differenti segmenti di mercato per condizione professionale e per livello di reddito suggerisce inoltre adeguate politiche commerciali per l'attrazione di specifici *target* di clientela nelle epoche di medio e bassa stagione, stimolando l'allungamento dei periodi di apertura delle strutture e dunque un innalzamento dei rispettivi tassi di occupazione.

### 2.3 *La spesa turistica e il suo impatto sul sistema economico regionale*

Le relazioni esistenti tra turismo ed economia vengono da tempo indagate con specifico riferimento al caso "Sardegna" (Paci e Usai, 2002; CRENoS, 2004; Sistu, 2007; Usai e Punzo, 2007; Cortés-Jiménez e Pulina, 2010). In particolare, sono diversi i tentativi di stimare gli impatti della spesa a partire da indagini dirette o fonti aggregate, sia nel recente passato su scala regionale (Cao e Usai, 2002; Osservatorio Economico della Regione Sardegna, 2008; Ferrari *et al.*, 2009) che in un passato più remoto per aree sub regionali (Camagni, 1982, per la sola Costa Smeralda; Solinas, 1995, per la Provincia di Sassari).

Cao e Usai (2002) prendono spunto da un'indagine diretta realizzata nell'estate 2000 e da una stima dell'ammontare complessivo delle entrate turistiche associate anche ai flussi non ufficiali. Attraverso il modello I-O i vettori di spesa (rispetto all'origine dei flussi e alla struttura ricettiva) vengono imputati alla matrice degli scambi intersettoriali a 44 settori secondo la classificazione NACE70 elaborata per il 1995. La composizione settoriale del valore aggiunto turistico ha mostrato il peso più che proporzionale (rispetto alla media nazionale) del settore delle locazioni e degli altri servizi ricreativi, tale da quasi eguagliare i valori fisiologicamente elevati del settore commercio, alberghi e pubblici esercizi. In presenza di un contributo relativamente importante del settore delle costruzioni, ciò ha caratterizzato il mercato regionale come fortemente condizionato dall'offerta di abitazioni per le vacanze in affitto e in vendita (affitti, intermediazione, edilizia).

Pur rappresentando un importante motore economico, il settore turistico non è risultato pertanto capace di generare nuove e significative opportunità, rispondendo adeguatamente alle esigenze di consumo e integrando l'offerta tradizionale del ricettivo-ristorativo. La modesta capacità di integrarsi con gli altri settori dell'economia regionale è stata confermata da Cao e Brau (2004) sulla base dei microdati provenienti da una nuova indagine condotta nel 2002: gli autori rilevano che appena il 20-30%<sup>45</sup> della spesa risulta imputabile ad attività tradizionalmente non considerate di tipo turistico (trasporto, attività ricreative, shopping e altre).

A partire da un comune percorso di indagine<sup>46</sup>, di recente Zara (2014 e 2015), Cao (2015), Fiorino (2014) e Meleddu, Paci e Pulina (2014) aggiornano numerose evidenze empiriche relative ai profili e all'impatto della spesa turistica in Sardegna.

Zara (2014) caratterizza la domanda regionale in funzione delle distinte voci di spesa e perviene a una stima del valore aggiunto attivato dalla spesa turistica. L'analisi descrittiva evidenzia che circa un quarto del *budget* complessivo viene destinato al viaggio per l'isola; la restante spesa si concentra per metà nella scelta dell'alloggio e per un'altra metà in "ristoranti e bar", trasporti interni e altre voci di spesa. I turisti che soggiornano nelle strutture

---

<sup>45</sup> Appena il 17% nel caso degli alberghi 4-5 stelle e il 30% in riferimento alle seconde case.

<sup>46</sup> Cfr. nota 35.

classificate spendono mediamente più del doppio rispetto a quelli che scelgono strutture non classificate<sup>47</sup>. I turisti stranieri spendono più di quelli italiani sia su base giornaliera che nel complesso della vacanza, sebbene presentino un *pattern* di spesa che si discosta solamente per la scelta dell'alloggio e per la propensione all'utilizzo di seconde case<sup>48</sup>. La stima del valore aggiunto attivato dalla spesa turistica e dell'impatto che questa esprime sull'economia regionale prende spunto dai valori medi di spesa e ha a riferimento la globalità del movimento turistico, ivi compresi i flussi non ufficiali, i residenti in Sardegna e la clientela *business*. Ipotizzando un moltiplicatore pari al dato nazionale per il 2011, la spesa turistica totale ha un effetto diretto sui settori squisitamente turistici pari a 2,2 miliardi di euro di valore aggiunto. Utilizzando un moltiplicatore calcolato per la Sardegna (pari a 1,4), il valore aggiunto turistico comprensivo di effetti indiretti e indotti viene stimato in circa 3 miliardi di euro che, una volta scorporata la quota attivata in altre regioni o all'estero per via degli scambi commerciali si attesta su un valore netto di 2,4 miliardi di euro, pari all'8,3% dell'intero valore aggiunto regionale. Nel caso in cui si escludessero le presenze non registrate in sede ufficiale, si calcola che l'incidenza del valore aggiunto turistico sul totale regionale si attesterebbe al 4%.

Zara (2015) opera una segmentazione della domanda regionale a partire dai valori di spesa procapite giornalieri e in relazione a differenti variabili di riferimento. Tra le principali evidenze si sottolinea la relazione negativa tra spesa e permanenza media, in corrispondenza sia dell'analisi incrociata delle due variabili che dell'osservazione delle stesse rispetto alle altre variabili (caratteristiche degli intervistati, modalità di viaggio, alloggio, ecc.)<sup>49</sup>. Emerge in particolare una maggiore propensione alla spesa da parte dei turisti stranieri, crescente all'aumentare della "distanza geografica", e una dipendenza di segno negativo rispetto al numero di "precedenti soggiorni" in Sardegna, probabilmente imputabile alla ricerca di soluzioni per il pernottamento più economiche. La spesa mostra inoltre una relazione di segno negativo con il "numero di persone" con cui viaggia l'intervistato, mentre la relazione è di segno positivo rispetto all'ausilio dell'intermediazione turistica e al numero di località visitate, nel primo caso con valori massimi nel caso di acquisto congiunto di trasporto e soggiorno. Tra le motivazioni di vacanza, i gruppi medio e alto-spendenti mostrano una concentrazione di turisti in corrispondenza della qualità delle "risorse ambientali" e della "notorietà" della Sardegna; anche in riferimento al prodotto acquistato emerge una maggiore incidenza del "turismo naturalistico" tra gli alto spendenti rispetto agli altri due gruppi, così come anche il "turismo attivo/sportivo" e quello "culturale/archeologico" si caratterizzano come segmenti per alto-spendenti, sebbene minoritari per quantità di flussi. Il segmento

---

<sup>47</sup> I turisti che soggiornano in albergo sono quelli che in assoluto spendono di più (118 euro al giorno), al contrario tra le strutture classificate i campeggiatori sono quelli che spendono meno (52 euro al giorno). Tra le strutture non classificate l'alloggio presso parenti e amici limita considerevolmente la spesa complessiva (31 euro al giorno).

<sup>48</sup> La diversa incidenza delle spese per alimentari, la casa e per spese varie tra italiani (17%) e stranieri (10%) rivela una diversa propensione in tal senso, maggiore per i primi piuttosto che per i secondi (il rapporto è di 2,3 italiani per ogni straniero).

<sup>49</sup> Solo nel caso di "reddito" e "località visitate", al crescere del rispettivo valore/numero crescono sia la spesa giornaliera, sia il numero di notti di soggiorno.

numericamente più consistente, quello dei “turisti balneari”, si configura come un *target* di spesa medio e registra nel gruppo degli alto-spendenti l’incidenza più bassa. La forte relazione tra spesa e tipologia di alloggio si esprime da un lato nel peso predominante dei turisti che hanno scelto una “struttura classificata” tra gli alto-spendenti, dall’altro nel rapporto stringente che si realizza in corrispondenza delle “strutture alberghiere”.

Sul piano delle *policy*, la verifica congiunta dei dati di permanenza e di flusso suggerisce interventi mirati su segmenti di domanda rilevanti in termini di movimento (quali gli ospiti di parenti e amici e i proprietari di casa), volti a sostenere maggiori livelli di spesa su servizi di tipo accessorio. Per segmenti motivati da attrattive distintive della destinazione e con valori di spesa superiori o in linea alla media, in alcuni casi (turismo attivo e naturalistico) appare di fondamentale importanza la creazione di infrastrutture e l’offerta di servizi a supporto della fruizione, nonché un intervento più incisivo da parte del soggetto pubblico nel coordinamento dell’azione dei privati per la strutturazione e la promozione di prodotti turistici appetibili. La necessità di intervenire su accessibilità e fruibilità si ripropone anche per il turismo archeologico - culturale, i cui valori di spesa giornaliera risultano superiori alla media sebbene associati a un modesto dato di permanenza che ne inficia il peso relativo. L’esigenza di assegnare un ruolo crescente ai servizi turistici è confortata dall’evidenza secondo la quale la spesa sostenuta dai turisti attratti dalla loro qualità è in assoluto la più alta tra tutti i segmenti, ad indicare quanto l’incremento della loro quantità e soprattutto della loro qualità possa apportare benefici alla destinazione.

Cao (2015) attraverso l’impiego del modello input-output stima la dimensione dell’impatto della spesa turistica sulle principali variabili macroeconomiche della Sardegna. Ciò a partire dalla matrice intersettoriale dei consumi a 28 settori per il 2010, stimata dall’IRPET attraverso la regionalizzazione della matrice degli scambi nazionale (Casini Benvenuti e Panicià, 2003). La disponibilità di informazioni di dettaglio su spesa turistica, universo delle presenze e coefficienti di conversione consente all’autore di stimare gli impatti per ciascun settore produttivo. L’allocazione della spesa rivela in prima battuta l’elevata concentrazione nei servizi di alloggio e ristorazione (57%), confermando a distanza di anni la presenza di un sistema di offerta ripiegato sul settore ricettivo e modellato su una tipologia di turismo che predilige pacchetti “*all inclusive*”; un’altra quota piuttosto importante della spesa si riversa sul settore delle industrie alimentari e sui prodotti del settore primario (20%), segnale incoraggiante per una regione in cui la vocazione produttiva nel settore agroalimentare ben si sposa con le esigenze di una domanda turistica sempre più attenta alla relazione fra esperienza turistica e specificità territoriali. La valutazione dell’effetto (diretto e indiretto) di attivazione della spesa turistica indica un valore della produzione pari a circa 3,4 miliardi di euro, un valore aggiunto di poco più di 1,2 miliardi di euro e importazioni di beni intermedi per 740 milioni di euro circa, con un effetto dispersivo relativamente limitato. Tra i settori produttivi, quello dei servizi di alloggio e ristorazione assorbe la quota più consistente di produzione e valore aggiunto, con l’attivazione di effetti consistenti anche nei settori del primario e dell’industria alimentare, cui seguono attività che producono e distribuiscono beni di consumo funzionali all’attività turistica (quali ad esempio quelle dell’industria tessile, del legno, della fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche, ecc.). Gli effetti sulle importazioni di beni intermedi sono concentrati prevalentemente sul settore delle “industrie alimentari, delle bevande e del tabacco”, il che è presumibilmente attribuibile tanto alla carenza produttiva quanto alla scarsa capacità di aggregazione di produttori e distributori.

La scomposizione degli impatti tra effetti diretti e indiretti sottolinea come il primo *round* di attivazione generi una produzione di beni intermedi pari a circa un quarto della produzione totale attivata e un valore aggiunto pari al 70% del totale. Questo suggerisce come la spesa turistica attivi prevalentemente settori del terziario in cui, tendenzialmente, il valore aggiunto assume dimensioni più consistenti rispetto al settore primario e alla manifattura. Sia nel primo che nel secondo *round* il sistema locale non appare in grado di soddisfare appieno le richieste dei settori produttivi e ricorre ad importazioni di beni servizi per un valore che, incide per il 13-14%. Si studia, inoltre, l'ipotesi per cui gli effetti di attivazione derivanti dal sottoinsieme della domanda dei turisti stranieri siano diversi da quelli derivanti dalla domanda totale, in virtù del fatto che le catene produttive coinvolte risultano interessate da differenti livelli di intensità. Con un peso pari a circa un terzo sul totale degli effetti prodotti dalla spesa turistica, la componente straniera si caratterizza per il fatto che le relative spese impattano maggiormente sul settore "alberghi e ristoranti" rispetto alla componente italiana, mentre gli effetti di attivazione sugli altri settori sono generalmente inferiori. A tale proposito si suppone che il turista straniero prediliga modelli di vacanza in cui l'albergo e i suoi servizi rappresentano il "fulcro" della vacanza.

Nell'indagare il sistema di relazioni tra scelte dei turisti e soddisfazione, Fiorino (2014) sviluppa un'analisi *Two-Step-Cluster* (TSC) con l'obiettivo di caratterizzare differenti segmenti della domanda turistica in funzione del grado di soddisfazione per servizi e "qualità" dell'alloggio prescelto. L'analisi viene condotta rispetto alle tre variabili continue con maggiore variabilità e grandezza relativa: spesa procapite giornaliera per il viaggio, per l'alloggio e per i trasporti interni. I campi di valutazione sono la spesa procapite complessiva giornaliera e la nazionalità dei rispondenti (distinta tra italiani e stranieri). L'analisi ha selezionato tre principali segmenti di domanda: Cluster-1, rappresentato da un maggior numero di turisti stranieri soddisfatti con un'elevata propensione alla spesa; Cluster-2, in cui la maggior parte degli intervistati sono turisti italiani soddisfatti dei servizi offerti con moderata propensione alla spesa; Cluster-3, rappresentato per la gran parte da turisti italiani poco soddisfatti con propensione alla spesa relativamente bassa.

Il Cluster-1 rappresenta il segmento di domanda più rilevante per le ricadute economiche sul territorio, poiché gli stranieri possiedono una capacità e una propensione alla spesa più elevata rispetto agli italiani; rivolgendosi a strutture ricettive di elevata qualità, per il Cluster-1 si evince inoltre un grado di soddisfazione elevato per i servizi offerti a destinazione. Risultato simile si ottiene anche per il cluster degli italiani che fruiscono di strutture non classificate e con un'elevata propensione alla spesa. Al contrario, per il segmento di domanda nazionale, avente a riferimento strutture non classificate e propensione alla spesa relativamente più modesta, emerge un basso livello di soddisfazione per i servizi offerti. Nel complesso il campione si configura come particolarmente soddisfatto delle attrazioni ambientali, dell'ospitalità e della vacanza nel suo complesso, e mostra un'elevata probabilità di ritornare in Sardegna.

Meleddu, Paci e Pulina (2014)<sup>50</sup> indagano la possibilità che motivazioni, soddisfazione e caratteristiche relative alla vacanza trascorsa in Sardegna influenzino la fedeltà alla

---

<sup>50</sup> Gli autori escludono dal campione originario i rispondenti che possiedono una casa in Sardegna e coloro che dichiarano di avere visitato amici e parenti, per un totale di 1.093 interviste utili.

destinazione, e che i fattori che influenzano la probabilità di ritornarvi condizionino anche la possibilità che la stessa destinazione venga raccomandata a parenti e amici. Gli autori utilizzano il concetto di “*stated loyalty*”<sup>51</sup>, ovvero la volontà dichiarata dal turista durante la vacanza di visitare nuovamente la destinazione nel futuro. A tal fine ricorrono a tre indicatori alternativi: la probabilità incondizionata di tornare nella destinazione; la probabilità di ritornare condizionata all’attivazione di ulteriori collegamenti *low cost* in bassa stagione; la probabilità di raccomandare la destinazione ad altre persone.

I risultati mostrano come il grado di soddisfazione per i servizi forniti a destinazione, le risorse culturali, i prodotti enogastronomici e l’alloggio, insieme a specifiche caratteristiche della vacanza (prodotto “sole e mare”, avversione all’affollamento, effetto negativo di una maggiore permanenza, di una maggiore spesa e di una vacanza nel mese di agosto, ecc.) e di tipo individuale (italiani e maggiori livelli di reddito) siano tutte determinanti fondamentali nel condizionare la probabilità di visitare nuovamente la destinazione e di consigliarla ad amici e parenti. Emerge, inoltre, come i gruppi familiari, pari a oltre un terzo del campione, siano i meno propensi a visitare nuovamente la destinazione, così come a consigliarla a parenti e amici. Oltre a sostenere il turismo balneare in qualità di principale segmento di prodotto, si sottolinea l’importanza di operare in vista di un miglioramento dei servizi<sup>52</sup> e dell’attivazione di adeguate misure di incentivazione volte a sostenerne il *target* familiare soprattutto durante le vacanze scolastiche di bassa e alta stagione. Viene inoltre confermata la stretta connessione tra *repeats* e attaccamento alla destinazione, sia in bassa che in alta stagione: sul fronte pubblico ciò suggerisce la possibilità di adottare strategie volte a sviluppare un maggior numero di collegamenti *low cost* con la Penisola in bassa stagione, e a sostenere una maggiore concorrenzialità nel trasporto marittimo. L’obiettivo è quello di aumentare la probabilità che i connazionali ripetano l’esperienza di vacanza nei mesi più miti, meno congestionati e relativamente meno cari rispetto alla stagione estiva.

### 3 Dinamiche di comparto e indicazioni di *policy*

#### 3.1 *Recenti dinamiche del settore ricettivo isolano*

In un contesto di estrema vivacità della domanda nel bacino del Mediterraneo (Renoldi, 2015), le recenti analisi del sistema turistico regionale e le ultime statistiche pubblicate dall’Istat confermano il crescente clima di incertezza e di difficoltà in cui verte il settore ricettivo isolano. Con riferimento alla sola componente ufficiale del movimento (Renoldi, 2012b) le indagini evidenziano da un lato un rallentamento del *trend* espansivo che si traduce in un arretramento dei flussi (Renoldi, 2014), con segnali di maturità e talvolta di declino per alcune tra le più rinomate e consolidate località balneari dell’isola (Renoldi e Sistu, 2013). Tradendo le aspettative maturate in corso d’anno, dall’altro emerge che anche nel 2013 (ultima annualità per la quale si dispone di dati ufficiali) si sperimenta una flessione dei pernottamenti, pari a -1,5% su base annua, segnando complessivamente circa 2 milioni 174 mila turisti e 10 milioni 681 mila presenze nelle strutture classificate (Renoldi, 2015).

---

<sup>51</sup> Tra gli altri si veda Zhang *et al.* (2014),

<sup>52</sup> Ciò anche alla luce del modesto livello di soddisfazione degli intervistati, con appena il 50% che si dichiara soddisfatto dei servizi a destinazione.

In particolare, il progressivo rallentamento dei tassi di crescita si è tradotto dapprima nella stagnazione del 2009 e, a partire dal 2010, in successive battute di arresto delle presenze totali, talvolta ragguardevoli e a lungo in controtendenza rispetto alle medie nazionali. Si tratta di un *trend* che nel corso del 2013 si allinea alle medie ma che, come in passato, risulta di segno inverso rispetto alle *performance* di alcuni tra i più diretti *competitor* nazionali (Puglia e Sicilia). Complessivamente, dai massimi valori registrati nel 2009 al 2013 la Sardegna ha perso circa 1 milione 630 mila presenze. In ottica di mercato, la flessione si spiega alla luce di un progressivo arretramento degli italiani in qualità di principale bacino di provenienza, solo in parte attenuato da una contestuale espansione del movimento internazionale che, come nel caso dei connazionali, ha finito per interessare tanto l'offerta alberghiera quanto quella complementare.

Rispetto alla componente nazionale, mentre in Sardegna le principali regioni italiane di origine registravano ingenti perdite, a livello nazionale queste stesse regioni hanno, di fatto, rappresentato il motore di un movimento turistico che tendeva a rivolgersi verso destinazioni alternative (Renoldi e Sistu, 2013). Se le flessioni in ambito regionale sono imputabili soprattutto al mercato italiano, la propensione al viaggio degli italiani sul territorio nazionale è dunque rimasta a lungo immutata; solo dal 2012 il mercato nazionale ha registrato una battuta d'arresto rilevante, colpendo tuttavia in misura marginale alcune tra le destinazioni di maggior successo delle stagioni precedenti (come nel caso della Puglia) e comunque più contenuta sull'intero territorio nazionale (rispettivamente -1% e -4% dei pernottamenti) rispetto a quanto si è osservato nell'isola (-10% delle presenze su base annua) (Renoldi, 2015). Aldilà delle flessioni del 2010 e del 2012, la componente straniera ha dal canto suo registrato un tasso di variazione medio annuo dei pernottamenti superiore al dato nazionale; sebbene inferiore ai risultati conseguiti dalla Puglia, il risultato è tale da contenere le perdite di italiani. Il 2013 rappresenta in questo senso un anno di conferme, con un aumento dei pernottamenti degli stranieri più che proporzionale rispetto alle medie sebbene ancora una volta inferiore ad alcuni diretti concorrenti (come nel caso della Sicilia). Tra i principali paesi di provenienza, Germania, Francia, Svizzera e Regno Unito confermano la *leadership* di mercato con oltre il 50% della domanda estera. Anche se la quota di turisti nazionali continua a essere maggioritaria, con il passare degli anni la differenza tra le due componenti si è dunque erosa per effetto di una costante diminuzione dei primi rispetto a un (altalenante) aumento degli stranieri.

La flessione dei pernottamenti ha interessato tanto il comparto alberghiero quanto quello extralberghiero. Il settore alberghiero mostra le prime difficoltà nel 2008 e quella che è stata, almeno fino a pochi anni fa, una crescita ininterrotta per le strutture 4-5 stelle si arresta bruscamente nel 2012. Il 2013 segna una netta ripresa (+5,1% delle presenze), molto più consistente rispetto alle medie, sostenuta dai soli flussi internazionali capaci di riassorbire l'ennesima battuta d'arresto degli italiani, e di spiegare interamente l'aumento degli stranieri sperimentato dal sistema ricettivo isolano. Ciononostante, sul lungo periodo la Sardegna registra *performance* ampiamente al di sotto della media, e, con la sola eccezione della Calabria, ampiamente insoddisfacenti se confrontate con quelle dei diretti concorrenti: dal 2007 nel solo settore alberghiero si registra una perdita di oltre 400 mila presenze. Le strutture complementari registrano dal canto loro una vera e propria emorragia di turisti, una contrazione dei pernottamenti che assume ampie proporzioni soprattutto nel 2011 e nel 2013: rispetto ai diretti *competitor* la Sardegna registra in assoluto i risultati peggiori, in

controtendenza rispetto alla media nazionale e in particolare al dato della Puglia. Sono soprattutto i campeggi e i villaggi turistici, in qualità di principali tipologie in termini sia di flussi che di capacità, a mostrare un tracollo del movimento: seppure in concomitanza ad alcune difficoltà osservate già a livello nazionale, in Sardegna la flessione media annua delle presenze risulta quadruplicata, con una perdita netta dai valori massimi del 2009 al 2013 di circa 960 mila pernottamenti (Renoldi, 2015).

La concentrazione stagionale dei flussi non subisce variazioni di rilievo, sempre su valori ampiamente superiori alle medie, con oltre una presenza su due nel bimestre luglio-agosto e addirittura l'83% nel quadrimestre giugno-settembre. Ciò avviene nonostante la recente ripresa del comparto alberghiero e il peso crescente assunto dai flussi internazionali con il passare delle stagioni, sebbene sia il primo che i secondi si siano in passato caratterizzati per una più equilibrata distribuzione nel corso dell'anno (Renoldi, 2015). Sul fronte dei flussi non ufficiali, a partire dall'indagine "Viaggi e Vacanze in Italia e all'estero" si valuta che, diversamente dall'andamento decrescente osservato a livello nazionale e in alcune regioni concorrenti (Calabria e Puglia), la quota di turisti italiani che soggiornano nelle seconde case o in altre strutture non censite in Sardegna si attesta stabilmente sopra il 70% del totale (CRENoS, 2015)

Allo stesso tempo sul fronte dell'offerta si è assistito a un andamento contrastante a seconda del comparto ricettivo esaminato, e in alcuni casi contraddittorio rispetto all'evoluzione della domanda. In ambito alberghiero, tra il 2007 e il 2013 la crescita media annua della capacità (+2%) è superiore al dato nazionale e a livello meridionale seconda sola alla Puglia; la capacità ricettiva addizionale rappresenta l'11% degli incrementi registrati a livello nazionale, con tre quarti dei letti aggiuntivi concentrati lungo la fascia costiera dell'isola e un'espansione attribuibile al solo segmento 4-5 stelle (oltre 13 mila letti aggiuntivi) piuttosto che alle rimanenti categorie in progressiva contrazione. La dimensione media è in costante ascesa, confermando i primati a livello nazionale (nel 2013 circa 115 posti letto per struttura) con valori secondi solamente a quelli della Calabria. Tale accrescimento convive con una rilevante parcellizzazione in alberghi di medio-piccole dimensioni, nel 2013 ancora pari al 50% del totale delle strutture e in linea con la media meridionale, il cui frequente isolamento strategico e operativo si traduce in una modesta propensione all'aggregazione e all'innovazione (Renoldi, 2012a; Del Chiappa e Zara, 2013). La divergenza tra i *trend* di offerta e di domanda si traduce nell'andamento ampiamente negativo dell'indice di utilizzazione lorda, finendo per confermare valori sensibilmente inferiori alla media nazionale e in flessione anche rispetto al 2012. L'indice di utilizzazione netta rispecchia una crescente contrazione dei periodi di apertura delle strutture nel corso dell'anno, privilegiando in modo significativo le mensilità estive. A testimonianza delle difficoltà del comparto si rilevano la perdita nel 2012 di 14 strutture per oltre 1.500 letti, e la sostanziale stabilità della capacità ricettiva nel 2013.

In linea con il *trend* della domanda, il comparto extralberghiero mostra crescenti e ampie difficoltà soprattutto in corrispondenza delle tipologie ricettive più rappresentative. In controtendenza rispetto alle regioni del Mezzogiorno e all'intero contesto nazionale, la Sardegna registra, infatti, un tasso di variazione medio annuo dei posti letto ampiamente negativo, cui corrisponde la perdita dal 2007 di 17 mila e 600 posti letto circa. Il dato si spiega alla luce delle perdite di campeggi e villaggi turistici (20 mila posti letto in meno dal 2007), oltre 15 mila posti letto nel solo 2013. Le perdite vengono in parte compensate dal

consolidamento nel lungo periodo degli alloggi in affitto e soprattutto dei B&B (oltre 2 mila e 500 posti letto addizionali dal 2007), sebbene si tratti di tipologie che, anch'esse, nel 2013 registrano una flessione su base annua, talvolta di ampie proporzioni (6 mila letti in meno negli alloggi privati).

Se in anni recenti i flussi internazionali hanno conosciuto una dinamica sostanzialmente positiva, altrettanto non si può dire per la spesa sostenuta dagli stranieri che hanno scelto di pernottare nelle strutture ufficiali maggiormente rappresentative della regione. Nel 2013 la Sardegna registra un volume totale di spesa turistica internazionale pari a 584 milioni di euro, di cui la quota più consistente (pari a 296 milioni di euro, circa il 50% del totale) è riferibile ai turisti che pernottano in alberghi e villaggi. Si tratta di un valore che con il passare degli anni ha registrato complessivamente un notevole aumento percentuale, superiore alle variazioni registrate nelle altre regioni e secondo solamente a quello della Puglia; tuttavia, seguendo una parabola discendente negli ultimi anni la spesa mostra una dinamica negativa che non trova riscontro né a livello nazionale né nelle regioni meridionali, e che viene confermata anche nel 2014 con una flessione di sei punti percentuali (Renoldi, 2015). In misura ancora più significativa, il dato sulla spesa per pernottamento alberghiero o in villaggio da un lato presenta dal 2007 un *trend* di lungo periodo altalenante ma nel complesso marcatamente negativo, senza eguali a livello nazionale. Dall'altro evidenzia il differenziale che in termini assoluti separa la Sardegna dal resto dell'Italia e delle regioni meridionali, con un tendenziale approfondirsi di tale divario. Ciò è dovuto principalmente al ridimensionamento dell'alloggio in qualità di principale voce di spesa, e in seconda battuta alla flessione delle spese di trasporto interno alla regione; al contrario, le spese sostenute per i servizi di ristorazione e per gli acquisti restano sostanzialmente invariate (Renoldi, 2015).

In definitiva, al di là di alcuni parziali segnali di ripresa (come l'aumento di arrivi e presenze internazionali nel settore alberghiero), le trasformazioni in atto configurano un sistema che riproduce in gran parte le criticità della seconda parte degli anni Duemila: un settore marcatamente specializzato nel segmento marino-balneare, concentrato nel tempo e nello spazio, che a differenza del passato registra, tuttavia, un minor numero di pernottamenti (sebbene più "internazionalizzati"), minori livelli di spesa e un'offerta che, oltre a ridimensionarsi nei volumi, ripiega ulteriormente sul periodo estivo erodendo progressivamente i margini di redditività. Le analisi di breve e di lungo periodo mostrano che, in un frangente di estrema vivacità per il bacino del Mediterraneo e di sostanziale stazionarietà (se non di crescita sul fronte internazionale) per l'Italia, la Sardegna fatica più dei rispettivi *competitor* nel trovare adeguate risposte ai profondi mutamenti della domanda e nell'intraprendere, pertanto, un rinnovato e solido sentiero di crescita, pagando oltremodo i costi di una prolungata ed elevata dipendenza dal mercato interno e continuando a manifestare un'elevata concentrazione su un ristretto numero di mercati esteri.

La consolidata presenza di catene alberghiere e di operatori nazionali del *tour operating* tradizionale si accompagna da un lato a un crescente sovradimensionamento di hotel marcatamente stagionali; dall'altro a una profonda e rapida transizione dei comportamenti di consumo turistico di italiani e stranieri verso l'autoproduzione della vacanza e dunque la disintermediazione del viaggio rispetto ai canali sia *online* che *offline*, con inevitabili ripercussioni negative sui modelli di *business* della produzione e della distribuzione organizzata. La tendenza a un accrescimento dei volumi lungo le coste convive con una rilevante parcellizzazione dell'offerta in unità di medio-piccole dimensioni sia in campo

alberghiero che extralberghiero, dove i potenziali associati a un maggiore grado di flessibilità rispetto alle mutate condizioni di mercato contrastano con un progressivo processo di isolamento strategico e operativo di una quota consistente di operatori, finendo per tradursi nella frequente cessione delle attività e in una modesta propensione verso soluzioni integrate e un'adeguata qualificazione tecnica e commerciale delle attività.

Oltre al permanere di un vasto fenomeno di sommerso (tanto sul fronte della tipologia prescelta di alloggio, quanto sul piano statistico), ne consegue che le politiche di settore hanno finora perseguito invano l'incremento, la delocalizzazione e la destagionalizzazione dei flussi e della redditività attraverso una diversificazione di prodotto che, tanto sotto il profilo della riorganizzazione dell'offerta quanto nel tentativo di ricerca di un vantaggio comparato attualmente appannaggio di altre destinazioni mediterranee, ha prodotto i modesti risultati descritti dai *trend* regionali.

### 3.2 *Indicazioni di policy*

E' in tale contesto che l'evidenza empirica emersa dalla caratterizzazione del caso Sardegna suggerisce numerose indicazioni in ordine alla formulazione, tanto sul fronte pubblico che su quello privato, di adeguate strategie di sviluppo e di marketing.

Le analisi condotte sul fronte delle determinanti dei flussi e della spesa turistica sottolineano il ruolo cruciale dei fattori operanti tanto sul fronte dell'offerta che sul lato della domanda. Nell'intento di perseguire una crescita di lungo periodo, nel primo caso i risultati suggeriscono la necessità di procedere a un consolidamento di asset territoriali come ambiente naturale, paesaggio artistico e patrimonio culturale che, stando alla base del vantaggio comparato di destinazione ma, allo stesso tempo, all'interno sia della funzione di consumo che di produzione turistica, necessitano di adeguata tutela in qualità di risorse esauribili. In tale direzione, anche alla luce dei profili di domanda, nasce l'esigenza di operare sul fronte della *governance* territoriale del settore, rafforzando e ampliando la rete di attrattori presenti sul territorio come parte di una più ampia proposta commerciale di tipo tematico che, combinando i diversi elementi del prodotto turistico, sosterebbero, tra gli altri, una delocalizzazione dei flussi verso le aree interne. Contemporaneamente emerge l'opportunità di attivare adeguati sistemi di incentivazione volti da un lato a sostenere il già in atto processo di progressivo innalzamento dei livelli qualitativi dell'offerta ricettiva isolana e il recupero del patrimonio edilizio esistente in chiave ricettivo-alberghiera; dall'altro a incoraggiare attività complementari rispetto al *core business* turistico, capaci di soddisfare articolati fabbisogni di consumo soprattutto in corrispondenza di una crescente clientela straniera. In termini di impatto, ciò determinerebbe maggiori e significativi effetti moltiplicativi a favore del sistema economico regionale, a condizione che vengano mantenuti su livelli modesti gli effetti dispersivi verso altre regioni derivanti dalle nuove opportunità di reddito.

Sul fronte della domanda i profili di consumo suggeriscono il ruolo preminente e positivo giocato dal reddito, dall'elevata popolosità e dalla nazionalità straniera, per turisti che spinti dall'ambiente naturale o dalla notorietà dell'isola privilegiano il trasporto aereo per raggiungerla da bacini di medio e breve raggio in gruppi poco numerosi, attraverso un crescente ricorso all'autoproduzione della vacanza e per una durata del soggiorno contenuta e comunque inferiore alla media, con una marcata propensione verso formule ricettive classificate e prevalentemente associate al settore alberghiero di elevata qualità (4-5 stelle). In particolare emerge come i mercati esteri, soprattutto quelli di medio e lungo raggio, risultino

caratterizzati da un profilo di spesa superiore e maggiormente articolata rispetto ai connazionali, con una maggiore propensione verso la scoperta del territorio cui si associa un maggior numero di località visitate e dunque un effetto diffusivo a vantaggio delle aree interne dell'isola e un impatto positivo soprattutto per le componenti di spesa legate all'enogastronomia. In tale direzione la motivazione di viaggio è risultata essere un importante fattore di spesa, con differenziali rilevanti soprattutto se associata all'ambiente naturale o alla notorietà dell'isola come destinazione turistica famosa. I maggiori livelli di spesa e il forte effetto incrementale mostrato dalla spesa per servizi di tipo ricreativo sostengono, tra gli altri, la promozione di segmenti di domanda associati a una motivazione culturale nonché a una fruizione attiva del patrimonio ambientale dell'isola nelle sue molteplici espressioni.

Le analisi condotte sull'impatto della spesa turistica confermano, tra gli altri, l'attivazione di consistenti quote di produzione e valore aggiunto nel settore agricolo e alimentare, e al contempo come gli effetti sulle importazioni di beni intermedi risultino concentrati prevalentemente sul settore delle "industrie alimentari, delle bevande e del tabacco". Ciò data la presumibile carenza produttiva di alcuni generi alimentari nonché la ancora scarsa capacità di aggregazione dei produttori e distributori di generi alimentari locali. Ne discende la necessità di potenziare i processi di attivazione degli impatti sulle principali variabili economiche attraverso una maggiore capacità di interrelazione fra i settori, in particolare fra il settore primario e il settore alberghiero. La stessa componente straniera, benché in crescita nell'ultimo decennio, risulta ancora poco valorizzata, nonostante le potenzialità di spesa, in quanto presumibilmente il livello di servizi che vengono offerti dal contesto locale non raggiungono ancora quello presente nella maggior parte delle strutture alberghiere di alto livello, dove si concentra la maggior parte di questi viaggiatori.

Oltre a confermare le più importanti evidenze emerse in letteratura (in particolare in termini di caratteristiche degli intervistati, di modalità di viaggio e di motivazioni di scelta della destinazione), la segmentazione della domanda in funzione dei profili di spesa sottolinea la relazione inversa tra spesa e permanenza media, sia nel confronto diretto tra le due variabili sia dall'osservazione delle stesse rispetto alle altre variabili oggetto di analisi (fatta eccezione per reddito e numero di località visitate). Le attrattive distintive e capaci di generare maggior valore per la regione trovano, inoltre, espressione in prodotti (come quelli naturalistico, enogastronomico e del turismo attivo) che mostrano una spesa media procapite più elevata rispetto al turismo balneare. In questo modo rappresentano sia l'occasione per trattenere importanti quote di valore aggiunto e per sostenere l'*export* regionale, sia per raggiungere un'auspicabile diversificazione e differenziazione tanto sul fronte dei prodotti che dei mercati di riferimento.

Tuttavia, queste stesse attrattive richiedono interventi più incisivi da parte del soggetto pubblico per la creazione di infrastrutture assieme all'offerta di servizi a supporto della fruizione; nonché per il coordinamento dell'azione dei privati in vista della strutturazione e promozione di prodotti integrati quali occasione per stimolare più elevati livelli di spesa. Ciò vale anche nel caso del turismo archeologico - culturale, i cui valori di spesa giornaliera risultano superiori alla media, ma anche associati a un modesto dato di permanenza, il che finisce per inficiare la dimensione complessiva del segmento. La ricorrente esigenza di assegnare un ruolo crescente ai servizi turistici (a partire da segmenti di domanda estremamente significativi quali gli ospiti di parenti e amici e i possessori di una casa di

proprietà) è confortata dall'evidenza secondo la quale la spesa sostenuta dai turisti attratti dalla loro qualità è in assoluto la più elevata tra tutti i segmenti, ad indicare quanto l'incremento della loro quantità e soprattutto della loro qualità possa apportare benefici alla destinazione.

Al contempo i servizi forniti a destinazione, le risorse culturali e l'alloggio si rivelano essere, insieme a specifiche caratteristiche della vacanza e individuali (quali il prodotto "sole e mare" e l'avversione all'affollamento, in particolare del mese di agosto), i fattori cruciali nel condizionare la probabilità di visitare nuovamente la destinazione e di consigliarla ad amici e parenti, e ciò genera importanti ricadute in considerazione dei maggiori livelli di spesa dei *repeaters* e dunque del processo di fidelizzazione alla destinazione. Per la destinazione "Sardegna" risulta pertanto cruciale operare in vista, oltre che di un miglioramento dei servizi e di un consolidamento del segmento marino-balneare (estremamente profittevole per la componente ricettiva), di una proiezione internazionale capace di porre l'enfasi del messaggio promozionale sul patrimonio ambientale e culturale della destinazione, operando in modo privilegiato attraverso rinnovati contenuti da veicolare attraverso le nuove tecnologie dell'informazione oltre che mediante un impiego "calibrato" dei tradizionali strumenti del marketing turistico.

L'esistenza di differenti segmenti di mercato per livello di reddito, per condizione professionale nonché per tipologia del gruppo di viaggio suggerisce, al contempo, la possibilità di sviluppare adeguate politiche commerciali per il consolidamento di specifici *target* di clientela nelle epoche di medio e bassa stagione, stimolando l'allungamento dei periodi di apertura delle strutture e dunque un innalzamento dei rispettivi tassi di occupazione. Tra le altre si sottolineano le opportunità associate al segmento della terza età laddove, oltre alle riconosciute dimensioni e profittabilità del mercato a livello internazionale, per la Sardegna l'evidenza empirica mostra una maggiore propensione alla spesa soprattutto per la componente cibo, riflettendo particolari esigenze alimentari piuttosto che la preferenza per cibo e ristoranti di elevata qualità. Nella stessa direzione, nonostante il già menzionato ridimensionamento dell'intermediazione tradizionale e dato il peso che ancora riveste all'interno della domanda regionale, il progressivo disaffezionamento del *target* familiare e la minore propensione a visitare nuovamente la Sardegna così come a consigliarla a parenti e amici suggeriscono la necessità di misure volte a sostenere i flussi soprattutto durante i periodi di vacanza scolastica di bassa e alta stagione.

Le stesse evidenze associate al tema dell'"accessibilità" sottolineano come i turisti che scelgono di volare *low cost*, anche se contraddistinti da un comportamento di consumo più parsimonioso sia nei totali che nelle singole componenti di spesa, rappresentino un'importante risorsa per il settore laddove opportunamente incentivati nei periodi di media e bassa stagione. Raccogliendo alcuni elementi interpretativi provenienti dai fattori che sostengono la fidelizzazione del turista, un maggior numero di collegamenti *low cost* anche con la Penisola e una maggiore concorrenzialità nel trasporto marittimo si avvantaggerebbero di prezzi più convenienti sul fronte ricettivo e rappresenterebbero, oltre che un sostegno alla ripresa del mercato domestico, il tramite per un aumento del movimento nei mesi più miti e meno congestionati, e per questo contraddistinti da una maggiore probabilità di ripetere l'esperienza in futuro con maggiori livelli spesa. Nell'intento di rendere la destinazione più attrattiva per i più elevati livelli di spesa, l'elevata significatività delle variabili spaziali, ovvero la presenza di importanti *spillover* spaziali indica, infine, come tali politiche non possano

risultare efficaci se confinate a livello provinciale. Appare evidente, dunque, come la definizione e l'implementazione di adeguate politiche da parte del soggetto pubblico, in particolare per gli aspetti di natura infrastrutturale, di *governance* territoriale e di promozione, non possa avvenire se non a un livello istituzionale sufficientemente elevato quale quello regionale.

Le considerazioni di ordine strategico che emergono dall'evidenza empirica si inquadrano nel più ampio dibattito sugli obiettivi di sviluppo della politica turistica regionale e sulla necessità di presidiare in modo appropriato le dinamiche di mercato, al fine di rispondere in maniera efficace alle repentine e profonde alterazioni che intervengono sul fronte della domanda. Nel solco del percorso di riforma della *governance* di settore, di ampliamento del portafoglio prodotti e di una diversificazione dei mercati geografici di riferimento, l'analisi congiunta delle *performance* regionali, dell'evoluzione del contesto allargato e dei potenziali legati a determinanti e profili di spesa sottolinea la necessità di provvedere a una decisa e articolata azione di *business intelligence* da parte dell'amministrazione regionale.

Indagini aventi a oggetto la contabilità classica di comparto a livello locale, nonché i comportamenti di spesa dei flussi ospitati in ambito regionale rappresentano, infatti, uno strumento utile alle decisioni di investimento da parte degli operatori regionali. In questo senso si assiste da anni al tentativo di caratterizzare il settore a partire dall'ampio ventaglio di connotati assunti dalla fruizione sul territorio regionale. Tali rappresentazioni prendono spunto dal movimento turistico registrato nelle strutture ufficiali della Sardegna, procedendo a un esame particolareggiato delle regioni e dei mercati esteri di provenienza, tale da restituire un'informativa preziosa in vista di un'efficace programmazione delle iniziative di investimento. Si tratta, tuttavia, di analisi che esauriscono solo in parte il fabbisogno informativo associato all'assunzione di queste stesse decisioni. Le indagini e, di riflesso, la collettività degli operatori turistici della Sardegna scontano l'endemica e pressochè totale assenza di un quadro di analisi strutturato e *up-to-date* sulle dinamiche che interessano il modo di fare turismo a livello nazionale e internazionale.

I tratti e le aspettative in materia di congiuntura economica, i *megatrend* a livello internazionale e i potenziali associati ai singoli bacini di provenienza, la quota e i tassi di crescita dei segmenti di prodotto "attinenti" alle dotazioni regionali, l'interpretazione della valenza economica associata alla relazione "prodotti turistici offerti" - "mercati obiettivo", le dinamiche sperimentate dai diretti *competitor* di mercato, sono solo alcuni esempi di ambiti conoscitivi il cui presidio risulta imprescindibile. In tale direzione è auspicabile il potenziamento delle funzioni di *intelligence* regionali attraverso l'attivazione di un nucleo operativo destinato alle attività di analisi e monitoraggio delle dinamiche di settore.

## Bibliografia

- Agarwal, V. B., & Yochum, G. R. (2000). Determinants of tourist spending. In A. G. Woodside, G. I. Crouch, J. A. Mazanec, M. Oppermann, & M. Y. Sakai (Eds.), *Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure* (pp. 311–330). Wallingford, UK: CABI Publishing.
- Alegre, J., Cladera, M., & Sard, M. (2011). Analysing the influence of tourist motivations on tourist expenditure at a sun-and-sand destination. *Tourism Economics*, 17(4), 813–832.
- Archer, B.H., (1977). Tourism in the Bahamas and Bermuda: Two case studies. *Occasional paper in economics*, 9, Bangor: University of Wales Press.
- Banca d'Italia (2014). *Turismo internazionale dell'Italia*, Roma [http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp\\_estero/turismo-int](http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp_estero/turismo-int)
- Barquet, A., Brida, J. G., Osti, L., & Schubert, S. (2011). An analysis of tourists' expenditure on winter sports events through the Tobit censored model. *Tourism Economics*, 17(6), 1197–1217.
- Brau, R., Lanza, A. & Pigliaru, F. (2007). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980-2003. *Tourism Economics*, 13, 603-613.
- Brida, J. G., Bukstein, D., Garrido, N., & Tealde, E. (2012). Cruise passengers' expenditure in the Caribbean port of call of Cartagena de Indias: A cross-section data analysis. *Tourism Economics*, 18(2), 431–447
- Brida, J.G., & Pulina, M. (2010). A literature review on the tourism-led-growth hypothesis. Working Paper 17. CRENoS.
- Brida, J.G., & Scuderi R. (2013). Determinants of tourist expenditure: A review of microeconomic models. *Tourism Management Perspectives*, 6, 28–40.
- Camagni, R. (1982). L'impatto sulla economia sarda della spesa e dell'investimento turistico in Costa Smeralda, *Quaderni Sardi di Economia*, 4.
- Cao, D. (2015). L'impatto della spesa turistica. In *Monografia contenente i risultati del progetto di ricerca "Analisi delle determinanti e dell'impatto economico dei flussi turistici in Sardegna"*, in fase di pubblicazione.

- Cao, D., & Brau, R. (2004). Indagine campionaria sulla spesa turistica: stima della dimensione aggregata e prime valutazioni sull'impatto di una tassa turistica. In CRENoS, *Economia del Turismo in Sardegna*, Temi Economici della Sardegna, CUEC, 127-144.
- Cao, D. & Usai, S. (2002). L'impatto del settore turistico sul sistema economico regionale. In Paci, R., & Usai, S., *L'ultima spiaggia*. CUEC, Cagliari, 121-158.
- Casini Benvenuti, S., Cavalieri, A., & Grassi, M. (1987). La valutazione dell'impatto economico del turismo in Toscana e nel resto d'Italia. In *L'economia del turismo, del tempo libero e tutela dell'ambiente*. Quaderni di Micros, 5.
- Casini Benvenuti, S., & Paniccià, R. (2003). A multi-regional input-output model for Italy. IRPET, Firenze.
- Ceglowsky, J. (2006). Does Gravity Matter in a Service Economy?. *Review of World Economics, The Kiel Institute*, 142(2), 307-329.
- Chang, K.L., Chen C. M., & Meyer, T.J. (2013). A comparison study of travel expenditure and consumption choices between first-time and repeat visitors. *Tourism Management*, 35, 275–277.
- Chen, C. M., & Chang, K. L. (2012). The influence of travel agents on travel expenditures. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1258–1263.
- Chen, J., & Uysal, M. (2002). Market Positioning Analysis: A Hybrid Approach. *Annals of Tourism Research*, 29, 987-1003.
- Cooper, C.P., Fletscher, J., Gilbert, D., Shepard, R., & Wanhill, S. (2002). *Economia del turismo, teoria e pratica*. Zanichelli, Bologna.
- Cortés-Jiménez, I. (2008). Which type of tourism matters to the regional economic growth? The cases of Spain and Italy. *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 127-139.
- Cortés-Jiménez, I., Durbarry, R., & Pulina, M. (2009). Estimation of outbound Italian tourism demand: a monthly dynamic EC-LAIDS model. *Tourism Economics*, 15(3), 547-565.
- Cortés-Jiménez, I, & Pulina, M. (2010). Have Low-Cost Carriers Influenced Tourism Demand and Supply? The Case of Alghero, Italy. *Tourism Analysis*, Vol. 15(6), 617-635.
- Costa, P., & Rispoli, M. (1992). *Dimensione dell'industria Italiana dei viaggi e del turismo*. Sipì, Roma.

- Craggs, R., & Schofield, P. (2009). Expenditure-based segmentation and visitor profiling at The Quays in Salford, UK. *Tourism Economics*, 15(1), 243–260.
- CRENoS (2004). Economia del Turismo in Sardegna. *Temì Economici della Sardegna*, CUEC.
- CRENoS (2015). *Economia della Sardegna. 22° Rapporto 2014*, CUEC.
- Crouch, G.I. (1994). The study of international tourism demand: A survey of practice. *Journal of Travel Research*, 32(4), 41–55.
- Deaton, A., & Muellbauer, J. (1980). An almost ideal demand system. *American Economic Review*, 70, 312-326.
- Del Chiappa, G., & Zara, A. (2013). Offline and Online Disintermediation: An Investigation of National and International Tourist Flows to Sardinia. In *5<sup>th</sup> Advances in Tourism Marketing Conference Proceedings*, Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, Portugal, 372-377.
- De la Mata, T., LeSage, J.P., & Llano, C. (2009). Social networks and trade of services: modeling interregional tourism flows with spatial and network autocorrelation effects. Working Paper S2007/HUM/497.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C. & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30, 63-74.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21, 9-22.
- Eilat, Y., & Einav, L. (2004). Determinants of international tourism: a three-dimensional panel data analysis. *Applied Economics*, 36(2), 1315-1327.
- Enright, M.J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, 25, 777-788.
- Eugenio-Martin, J.L., Morales, M.N., & Scarpa, R. (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach. FEEM Working Paper, 26, Italy.
- Ferrari, G., Laureti, T., & Secondi, L. (2009). Un'analisi CGE dell'impatto del turismo sul sistema economico della Sardegna, *Working paper Dipartimento di statistica Università degli Studi di Firenze*.
- Figini, P., & Vici, L. (2010). Tourism and growth in a cross-section of countries. *Tourism Economics*, 16(4), 789–805.

- Fiorino, F. (2014). Tema di approfondimento. Scelte dei turisti e soddisfazione: un'analisi cluster (66-67). In CRENoS, *Economia della Sardegna. 21° Rapporto 2014*, Cagliari, IT: CUEC Editrice.
- Fletcher, J.E., & Archer B. (1991). The development and application of multiplier analysis, in C.P. Cooper (a cura di), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 1, Belhaven London.
- Garin-Muñoz, T. (2009). Tourism in Galicia: domestic and foreign demand. *Tourism Economics*, 15, 753-769.
- Gomezelj, D.O., & Mihalic, T. (2008). Destination competitiveness. Applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29, 294-307.
- Hernández Martìn, R. (2004). Impact of Tourism Consumption on GDP. The Role of Imports. *Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper Series*, NRM 27.2004.
- Hung, W. T., Shang, J. K., & Wang, F. C. (2011). Understanding determinants of domestic travel consumption. *International Journal of Advances in Management Sciences*, 1(2), 81145–81148.
- Hung, W. T., Shang, J. K., & Wang, F. C. (2012). Another look at the determinants of tourism expenditure. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 495–498.
- Incera A., Fernandez M., & Lopez X. (2011). Comparing the economic impact of Tourism using different Input-Output models: an application for Galicia, *Move Conference papers*.
- Istat (2013a). *Indagine multiscopo – Viaggi e vacanze in Italia e all'estero 2012*, Roma.
- Istat (2013b). *Capacità e movimento degli esercizi ricettivi 2012*, Roma.
- Jang, S., Cai, L. A., Morrison, A. M., & O'Leary, J. T. (2005). The effect of travel activities and seasons on expenditure. *International Journal of Tourism Research*, 7(6), 335-346.
- Jang, S. C. S., & Ham, S. (2009). A double-hurdle analysis of travel expenditure: Baby boomer seniors versus older seniors. *Tourism Management*, 30(3), 372–380.
- Jang, S. C. S., Ham, S., & Hong, G. S. (2007). Food-away-from-home expenditure of senior household in the United States: A double-hurdle approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(2), 147–167.
- Keum, K. (2010). Tourism flows and trade theory: A panel data analysis with the gravity model. *The Annals of Regional Science*, 44, 541–557.

- Kim, W. G., Kim, T. T., Gazzoli, G., Park, Y., Kim, S. H., & Park, S. S. (2011). Factors affecting the travel expenditure of visitors to Macau, China. *Tourism Economics*, 17(4), 857–883.
- Kimura, F., & Lee, H.H. (2006). The gravity equation in International Trade in Services. *Review of World Economics, The Kiel Institute*, 142(1), 92-121.
- Laesser, C., & Crouch, G. I. (2006). Segmenting markets by travel expenditure patterns: The case of international visitors to Australia. *Journal of Travel Research*, 44(4), 397-406.
- Lanza, A., & Pigliaru, F. (1994). The tourist sector in the open economy. *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 41, 15-28.
- Lee, H-C. (2001). Determinants of recreational boater expenditures on trips. *Tourism Management*, 22(6), 659-667.
- Lee, C.C., & Chang, C.P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism Management*, 29(1), 180–192.
- Lehto, X. Y., Morrison, A. M., & O’Leary, J. T. (2001). Does the visiting friends and relatives’ typology make a difference? A study of the international VFR market to the United States. *Journal of Travel Research*, 40(2), 201-212.
- LeSage, J.P., & Pace, R.K. (2008). Spatial econometric modeling of origin-destination flows. *Journal of Regional Science*, 48, 941-967.
- LeSage, J.P., & Pace, R.K. (2009). *Introduction to Spatial Econometrics*. Boca Raton: CRC.
- Lew, A. A., & Ng, P. T. (2012). Using quantile regression to understand visitor spending. *Journal of Travel Research*, 51(3), 278-288.
- Li, G., Song, H., & Witt, S. F. (2005). Recent developments in econometric modeling and forecasting. *Journal of Travel Research*, 44(1), 82-99.
- Li, G., Song, H., & Witt, S. F. (2006). Time varying parameter and fixed parameter linear AIDS: An application to tourism demand forecasting. *International Journal of Forecasting*, 22(1), 57-71.
- Li, G., Wong, K. K. F., Song, H., & Witt, S. F. (2006). Tourism demand forecasting: A time varying parameter error correction model. *Journal of Travel Research*, 45(2), 175-185.
- Lim, C. (1997). Review of international tourism demand models. *Annals of Tourism Research*, 24, 835-849.

- Lim, C. (2006). A survey of tourism demand modeling practice: Issues and implications (45-72). In L. Dwyer, & P. Forsyth (Eds.), *International handbook on the economics of tourism*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Lorenzini, E. Pisati, M., & Pompili, T. (2014). Determinants of International Tourist Choices in Italian Provinces: a Joint Demand-Supply Approach with Spatial Effects. *XXXV Conferenza Italiana di Scienze Regionali*.
- Lundberg, D.E. (1976). *The Tourism Business*. CBI Publishing, Boston.
- Manente, M., & Minghetti, V. (1996a). La spesa turistica nel Veneto. Caratteristiche ed effetti macroeconomici. *Quaderni Ciset 16.1/96*.
- Manente, M., & Minghetti, V. (1996b). La spesa turistica nel Veneto. L'indagine e l'analisi d'impatto. Teoria, metodologia e organizzazione. *Quaderni Ciset 16.5/96*.
- Mangion, M-L., Durbarry, R., & Sinclair, M. T. (2005). Tourism competitiveness: Price and quality. *Tourism Economics*, 11(1), 45-68.
- Marcussen, C. H. (2011). Determinants of spending by Danish travelers. *Anatolia*, 22(1), 47–55.
- Marrocu, E., & Paci, R. (2011). They arrive with new information. Tourism flows and production efficiency in the European regions. *Tourism Management*, 32, 750-758.
- Marrocu, E., & Paci, R. (2013). Different tourists to different destinations: Evidence from spatial interaction models. *Tourism Management*, 39, 71–83.
- Massidda, C., & Etzo, I. (2010). Domestic tourism demand in Italy: a Fixed Effect Vector Decomposition estimation. *MPRA Paper 26073, University Library of Munich*.
- Massidda, C., & Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33, 603–610.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., & Ritchie, J.R.B. (1995). *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*. Wiley, New York.
- Mehmetoglu, M. (2007). Nature-based tourists: The relationship between their trip expenditures and activities. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 200-215.
- Meleddu, M., Paci, R., & Pulina, M. (2014). Repeated behaviour and destination loyalty. *Tourism Management*, forthcoming.

- Morley, C., Rossellò, J., & Santana-Gallego, M. (2014). Gravity models for tourism demand: theory and use. *Annals of Tourism Research*, 48, 1-10.
- Murphy, P., Pritchard, M., & Smith, B. (2000). The Destination Product And Its Impact On Traveler Perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52.
- Osservatorio Economico della Sardegna (2008). *Osservatorio Turistico Regionale. Vacanze in Sardegna: il comportamento dei turisti il gradimento della vacanza la spesa. Risultati di un'indagine campionaria*, Cagliari.
- Paci, R., & Marrocu, E. (2013). Tourism and regional growth in Europe. *Papers in Regional Science*, first-on-line doi:10.1111/pirs.12085.
- Paci, R., Marrocu, E., & Zara, A. (2014). Micro-economic determinants of tourist expenditure: a quantile regression approach. *Tourism Management*, forthcoming.
- Paci, R., & Usai, S. (a cura di) (2002), *L'ultima spiaggia*. CUEC, Cagliari.
- Patuelli, R., Mussoni, M., & Candela, G. (2013). The Effects of World Heritage Sites on domestic tourism: a spatial interaction model for Italy. *Journal of Geographical Systems*, 15, 369-402.
- Perelli, C., Sistu, G., & Zara, A. (2011). Fiscalità locale e turismo. La percezione dell'imposta di soggiorno e della tutela ambientale a Villasimius. *Temi economici della Sardegna CRENoS 01/2011*, Cagliari, IT: CUEC Editrice.
- Pigliaru, F. (2002). Economia del turismo: crescita e qualità ambientale. In Paci, R., & Usai, S., *L'ultima spiaggia*. CUEC, Cagliari, 17-45.
- Pouta, E., Neuvonen, M., & Sievänen, T. (2006). Determinants of nature trip expenditures in Southern Finland: Implications for nature tourism development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6(2), 118-135.
- Renoldi, S. (2012a). Sardinia hotel industry between intermediation and online marketing. *Turistica – Italian Journal of Tourism*, 21(1), 75-87.
- Renoldi, S. (2012b). Fonti amministrative e statistiche ufficiali in ambito turistico. La Regione Sardegna tra seconde case e “sommerso statistico ufficiale”. *Temi economici della Sardegna CRENoS 02/2012*, Cagliari, IT: CUEC.

- Renoldi, S. (2013). Sustainable tourism, integrated management and mature destinations in the Mediterranean Basin. Sustainable and Accessible Tourism Action Plan of Palau (Sardinia, Italy). *Turistica – Italian Journal of Tourism*, 21(4), 17-39.
- Renoldi, S., & Sistu, G. (2013). Tema di approfondimento. Crisi internazionale, perdita di competitività o nuove opportunità di mercato? (94-99). In CRENoS, *Economia della Sardegna. 20° Rapporto 2013*, Cagliari, IT: CUEC.
- Renoldi, S. (2014). Sardinia between product maturity and international competition. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 5(1), 81-91.
- Renoldi S. (2015). Caratteristiche e dinamiche del turismo in Sardegna. In *Monografia contenente i risultati del progetto di ricerca "Analisi delle determinanti e dell'impatto economico dei flussi turistici in Sardegna"*, in fase di pubblicazione.
- Ritchie, J.R.B., & Crouch, G.I. (2000). The competitive destination, a sustainable perspective. *Tourism Management*, 21, 1-7.
- Rosenbaum, M. S., & Spears, D. L. (2005). Who buys that? Who does what? Analysis of crosscultural consumption behaviours among tourists in Hawaii. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 235–247.
- Saayman, A., & Saayman, M. (2006). Socio-demographics and visiting patterns of arts festival in South Africa. *Event Management*, 9(4), 211–222.
- Saayman, M., & Saayman, A. (2012). Determinants of spending: An evaluation of three major sporting events. *International Journal of Tourism Research*, 14(2), 124–138.
- Sinclair M.T. (1988). The estimation of Keynesian income multipliers at the subnational level. *Applied Economics*, 20(11), 1435-1444.
- Sistu, G. (a cura di) (2007). Vagamondo. Turismo e Turisti in Sardegna. *Temì Economici della Sardegna*, CUEC
- Smith, S.L.J. (1988). Defining tourism: a supply-side view. *Annals of Tourism Research*, 25, 179-190.
- Solinas, C. (1995). Il turismo nel Nord Sardegna, *C.S.E. Milano*.
- Song, H., & Li, G. (2008). Tourism Demand Modeling And Forecasting—A Review Of Recent Research. *Tourism Management*, 29, 203-220.

- Song, H., & Witt, S.F. (2000). *Tourism Demand Modeling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Pergamon.
- Svensson, B., Moreno, P., & Martín, D. (2011). Understanding travel expenditure by means of market segmentation. *Service Industries Journal*, 31(10), 1683–1698.
- Thrane, C., & Farstad, E. (2011). Domestic tourism expenditures: The non-linear effects of length of stay and travel party size. *Tourism Management*, 32(1), 46–52.
- Usai, S., & Punzo, L. (2007). *L'estate al mare. Turisti e residenti in alcune destinazioni italiane*. McGraw-Hill.
- Wahab, S. (1975). *Tourism Management*. Tourism International Press, London.
- Wang, Y., Rompf, P., Severt, D., & Peerapatdit, N. (2006). Examining and identifying the determinants of travel expenditure patterns. *International Journal of Tourism Research*, 8(5), 333-346.
- Wang, Y., & Davidson, M.C.G. (2010a). A Review of Micro Analyses of Tourist Expenditure. *Current Issues in Tourism*, 13, 507-524.
- Wang, Y., & Davidson, M.C.G. (2010b). Chinese holiday makers' expenditure: Implications for marketing and management. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(4), 373–396.
- Witt, S. F. & Witt, C. A. (1995). Forecasting Tourism Demand: A Review of Empirical Research. *International Journal of Forecasting*, 11(3), 447-475.
- Wu, L., Zhang, J., & Fujiwara, A. (2013). Tourism participation and expenditure behaviour: Analysis using a scobit based discrete–continuous choice model. *Annals of Tourism Research*, 40, 1–17.
- Yang, C.-H., Lin, H.-L., & Han, C.-C. (2010). Analysis of International Tourist Arrivals in China: The Role of World Heritage Sites. *Tourism Management*, 31(6), 827-837.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*, 26, 45-56.
- Zara, A. (2014). Tema di approfondimento. La spesa dei turisti in Sardegna e stima del valore aggiunto attivato (62-66). In CRENoS, *Economia della Sardegna. 21° Rapporto 2014*, Cagliari, IT: CUEC.

- Zara, A. (2015). Segmentazione della domanda turistica in Sardegna secondo spesa e permanenza media. In *Monografia contenente i risultati del progetto di ricerca "Analisi delle determinanti e dell'impatto economico dei flussi turistici in Sardegna"*, in fase di pubblicazione.
- Zhang, J., & Jensen, C. (2007). Comparative advantage. Explaining tourism flows. *Annals of Tourism Research*, 34, 223-243.
- Zhang, L., Qu, H., & Ma, J. E. (2010). Examining the relationship of exhibition attendees' satisfaction and expenditure: The case of two major exhibitions in China. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 100–118.
- Zhang, H., Fu, X., Cai L.A., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40(1), 213–223.
- Zheng, B., & Zhang, Y. (2011). Household expenditures for leisure tourism in the USA, 1996 and 2006. *International Journal of Tourism Research*, 15(2), 197–208.

## Ultimi Contributi di Ricerca CRENoS

I Paper sono disponibili in: <http://www.crenos.it>

- 15/01 *Maria Giovanna Brandano, Marta Meleddu, Marco Vannini*, “La valutazione economica dei beni culturali: il caso dei Giganti di Mont’e Prama”
- 14/01 *Stefano Usai* “Istruzione, innovazione e competitività delle regioni”
- 13/01 *Massimo Carboni* “La ricerca in Sardegna come investimento sull’economia”
- 12/03 *Marta Meleddu, Manuela Pulina* “L’offerta di cultura in Sardegna. Il caso del Museo “G.A.Sanna””
- 12/02 *Stefano Renoldi* “Fonti amministrative e statistiche ufficiali in ambito turistico. La Regione Sardegna tra seconde case e “sommerso statistico ufficiale””
- 12/01 *Massimo Carboni, Giuliana Caruso, Margherita Meloni*, “L’economia della Provincia di Oristano. Lo scenario attuale e possibili sviluppi”
- 11/01 *Carlo Perelli, Giovanni Sistu, Andrea Zara*, “Fiscalità locale e turismo La percezione dell’imposta di soggiorno e della tutela ambientale a Villasimius”
- 08/05 *Dario Baldini, Anna Bonafede* “Un Modello per la Progettazione della Raccolta dei Rifiuti Urbani: Applicazione alla Provincia dell’Ogliastra”
- 08/04 *Tara Marini, Roberto Serra, Giovanni Sistu* “Modello di gestione dei rifiuti in Sardegna: Una sintesi”
- 08/03 *Vania Statzu, Elisabetta Strazzerera* “Studio della Domanda di Servizi di Pubblica Utilità Un’Analisi Panel dei Consumi Residenziali di Acqua”
- 08/02 *Andrea Corsale, Monica Iorio* “Musei di Identità e Processi di Sviluppo del Turismo Culturale L’esperienza del Museo delle Maschere Mediterranee di Mamoiada Sardegna”
- 08/01 *Stefano Renoldi* “Le Agenzie Regionali di Promozione Economica e i Processi di Internazionalizzazione: verso un Benchmarking del caso Sardegna”
- 07/02 *Antonio Sassu* “Assetti Proprietari Sviluppo Economico: il Caso del Banco di Sardegna”
- 07/01 *Matteo Bellinzas* “Previsioni demografiche dei comuni della Sardegna 2006-2016”
- 06/02 *Emanuele Cabras, Immacolata Lovicu, Alessandro Lutzù, Angela Pisano, Giovanni Sistu* “L’ecolabel europeo per i servizi di ricettività turistica in Sardegna. Indagine conoscitiva sul posizionamento delle strutture ricettive rispetto ai criteri dell’ecolabel”
- 06/01 *Rinaldo Brau, Davide Cao, Sandro Fabio Mingoia* “Sostenibilità e stagionalità nelle preferenze dei turisti in Sardegna: un’indagine empirica”
- 05/01 *Emanuele Cabras, Marco Caredda, Giovanni Sistu*, “La certificazione di qualità in Sardegna. Secondo rapporto”
- 04/04 *Monica Iorio*, “Musei, siti archeologici e turismo in Sardegna: alla ricerca di un’integrazione”
- 04/03 *Emanuele Cabras, Marco Caredda, Giovanni Sistu*, “L’innovazione organizzativa in Sardegna: la certificazione di qualità. Prima indagine conoscitiva”
- 04/02 *Giovanni Sistu*, “L’emergenza di comodo: politiche dell’acqua in Sardegna”

Finito di stampare nel mese di Dicembre 2015  
Presso Centro Stampa dell'Università degli Studi di Cagliari  
Via Università 40  
09125 Cagliari

[www.crenos.it](http://www.crenos.it)

