

Università degli Studi di Padova  
Dipartimento di Scienze Statistiche  
Corso di Laurea Triennale in  
Statistica per l'Economia e l'Impresa



RELAZIONE FINALE

**Gli atteggiamenti dei cittadini Europei nei confronti  
del turismo: analisi dei dati provenienti  
dall'Eurobarometro Flash 499**

Relatore Prof. Francesca Bassi  
Dipartimento di Scienze Statistiche

Laureando: Lisa Arduino  
Matricola N. 1225557

Anno Accademico 2023/2024

## INDICE

1.	Eurobarometro Flash 499.....	1
1.1	Lo strumento Eurobarometro.....	1
1.2	Metodo di rilevazione e disegno di campionamento dell'indagine.....	1
1.3	Il campione ottenuto nell'indagine.....	3
1.3.1	Distribuzione della popolazione di riferimento .....	3
1.3.2	Il sistema di ponderazione dei dati .....	4
1.3.3	La composizione del campione .....	4
2.	Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della scelta dell'alloggio.....	7
3.	Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti dell'organizzazione del viaggio ....	10
4.	Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti degli aspetti principali del viaggio... .....	14
4.1	In primo luogo .....	14
4.2	In secondo luogo.....	18
4.3	In generale .....	19
5.	Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti delle fonti d'informazione principali per il viaggio.....	22
6.	Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della difficoltà nel reperire informazioni riguardanti la sostenibilità del viaggio.....	26
6.1	Impronta ecologica delle opzioni di trasporto.....	26
6.2	Attività turistiche ecocompatibili nella destinazione .....	30
6.3	Certificazioni di sostenibilità degli alloggi .....	34
6.4	Impegni di sostenibilità delle strutture ricettive .....	37
6.5	La sostenibilità del viaggio: una misura riassuntiva.....	41
7.	Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della difficoltà nel reperire informazioni riguardanti l'autenticità del viaggio .....	43
7.1	Come impegnarsi in autentiche attività locali.....	43
7.2	Approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti .....	47
7.3	L'autenticità del viaggio: una misura riassuntiva.....	50
8.	Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della difficoltà nel reperire informazioni riguardanti l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili...	52
8.1	Adeguatezza delle destinazioni/attrazioni per i bambini .....	52
8.2	Accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta... .....	56
8.3	L'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili: una misura riassuntiva .....	60
9.	Conclusioni.....	62
	Bibliografia.....	69

# 1. Eurobarometro Flash 499

## 1.1 Lo strumento Eurobarometro

Eurobarometro è lo strumento di sondaggio utilizzato dalla Commissione europea, dal Parlamento europeo e da altre istituzioni e agenzie dell'UE per monitorare regolarmente lo stato dell'opinione pubblica in Europa su questioni relative all'Unione Europea, nonché gli atteggiamenti su argomenti di natura politica o sociale. L'Eurobarometro fornisce dati pertinenti e di qualità per gli esperti dell'opinione pubblica, dei ricercatori, dei media e del pubblico. La combinazione dell'ampia gamma di argomenti trattati in modo coerente e duraturo, della regolarità delle pubblicazioni e della copertura geografica rende l'Eurobarometro una fonte unica di conoscenze e informazioni nell'Unione europea. Oltre alla Commissione europea e al Parlamento europeo, diverse istituzioni e agenzie dell'UE utilizzano attualmente le indagini Eurobarometro. (Unione europea, s.d.)

Le indagini Flash Eurobarometro sono indagini tematiche ad hoc, condotte in un breve arco di tempo su un'ampia varietà di argomenti specifici, rilevanti per le attività delle istituzioni europee. Sono caratterizzate dal ricorso a metodi di intervista telefonica o online. Le indagini Flash Eurobarometro sono condotte principalmente negli Stati membri dell'UE. (Unione europea, s.d.)

## 1.2 Metodo di rilevazione e disegno di campionamento dell'indagine

L'Eurobarometro Flash 499, relativo agli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti del turismo, è stato commissionato dalla Commissione Europea ad Ipsos Affari pubblici Europei. In questo Eurobarometro, è stato intervistato un campione rappresentativo di cittadini di almeno 15 anni da ognuno dei 27 Stati Membri dell'Unione Europea. Dalla popolazione di riferimento, il cui totale ammontava a 379 697 871 persone, è stato intervistato un campione rappresentativo di numerosità totale pari a 25 714. La rappresentatività del

campione è necessaria affinché le informazioni raccolte siano attendibili ed estendibili alla popolazione di riferimento.

Le interviste sono state svolte tramite metodo di rilevazione CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing); gli intervistati sono stati raggiunti, in ogni Paese, sia tramite linea fissa sia tramite telefono cellulare. L'intervista telefonica permette di abbassare i costi e accorciare i tempi di realizzazione di un'indagine; nel caso dell'Eurobarometro Flash 499, grazie anche a questa tecnica di rilevazione vantaggiosa, è stato possibile svolgere tutte le interviste tra il 18 e il 28 Ottobre 2021. La presenza dell'intervistatore rappresenta un ulteriore vantaggio di questa tipologia di intervista in quanto esso è presente, seppur non fisicamente, per poter fornire chiarimenti all'intervistato. D'altra parte, la distanza fisica permette all'intervistato di sentire una minor invasione della propria privacy, favorendo così una maggiore disponibilità a rispondere a domande che trattano tematiche più delicate o sensibili. La tecnica di Random Digit Dialling (RDR) ha permesso di ovviare ad uno dei principali svantaggi dell'intervista telefonica, ovvero la difficoltà nel reperire liste adeguate a estrarre il campione; la composizione casuale delle cifre è un metodo per selezionare le persone da coinvolgere nelle indagini statistiche telefoniche, generando numeri di telefono casuali. I numeri di telefono necessari per svolgere l'indagine Eurobarometro Flash 499 sono stati campionati, e successivamente contattati, tramite questa tecnica. La composizione casuale delle cifre ha il vantaggio di includere numeri di telefono non elencati che verrebbero persi se i numeri fossero selezionati da una rubrica. Nel caso di intervista telefonica tramite numero cellulare, il rispondente ha sempre coinciso con l'intervistato, mentre, nelle famiglie raggiunte tramite linea fissa, l'intervistato è stato scelto casualmente tra tutti i membri della famiglia (di 15 anni o più) seguendo la regola del "compleanno più recente".

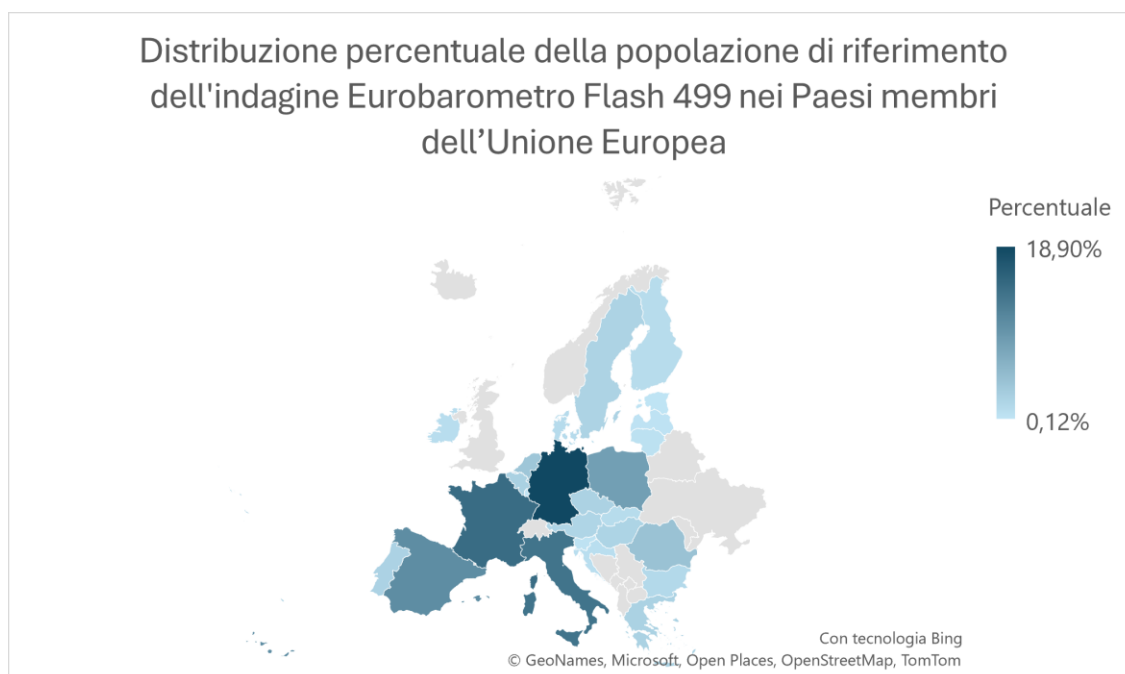
Il disegno di campionamento applicato in tutti i Paesi membri dell'Unione Europea è il disegno di campionamento casuale. Si tratta di un tipo di campionamento probabilistico; ogni elemento della popolazione ha una probabilità di essere estratta, e dunque inserita nel campione, non nulla e calcolabile. Nel caso di campionamento casuale, la scelta del campione non viene influenzata da chi compie l'indagine; tramite la tecnica di composizione

casuale delle cifre, la scelta del campione per l'Eurobarometro Flash 499 è stata lasciata al caso.

## 1.3 Il campione ottenuto nell'indagine

### 1.3.1 Distribuzione della popolazione di riferimento

Nell'Ottobre del 2021, in corrispondenza della rilevazione del campione per l'Eurobarometro Flash 499, la popolazione di interesse, costituita da tutti i cittadini di almeno 15 anni residenti nell'Unione Europea, ammontava a più di 379 milioni di abitanti. La popolazione d'interesse non è distribuita in modo omogeneo in tutta l'Unione Europea, come evidenziato dal grafico 1. Quest'ultimo rappresenta la distribuzione percentuale della popolazione di riferimento nei Paesi membri dell'Unione Europea.



*Grafico 1: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Tra i Paesi più popolati dell'Unione Europea si trovano, in ordine decrescente, Germania (18.9% della popolazione totale di almeno 15 anni residente nell'UE), Francia (14.56%), Italia (13.67%), Spagna (10.65%) e Portogallo (8.45%). I Paesi meno abitati sono, in ordine decrescente, Lettonia (0.42% della popolazione totale di almeno 15 anni residente nell'UE), Estonia (0.29%), Lussemburgo (0.20%), Cipro (0.14%) e Malta (0.12%).

Non tenere in considerazione le dimensioni dei singoli Paesi membri dell'UE, durante l'analisi dei dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499, significherebbe presentare dei dati distorti e non rappresentativi della popolazione di riferimento.

### 1.3.2 Il sistema di ponderazione dei dati

Per poter rappresentare i cittadini dell'Unione Europea e le loro abitudini in modo corretto, e, poiché i campioni estratti da ciascuno Stato non sono proporzionali alla popolosità dello Stato stesso, è stato essenziale utilizzare un sistema di ponderazione. I dati dell'indagine sono ponderati secondo le proporzioni conosciute della popolazione di ogni singolo Paese membro. Perciò, le medie dell'Unione Europea (EU27), considerate d'ora in avanti, saranno sempre ottenute tramite un sistema di ponderazione basato sulla dimensione della popolazione di riferimento in ciascuno Stato membro dell'UE. Nel caso in analisi, riguardante l'Eurobarometro Flash 499, i pesi sono stati ottenuti tramite la tecnica di post-stratificazione; si tratta del processo di distribuzione del campione a strati, dopo che questo è già stato estratto.

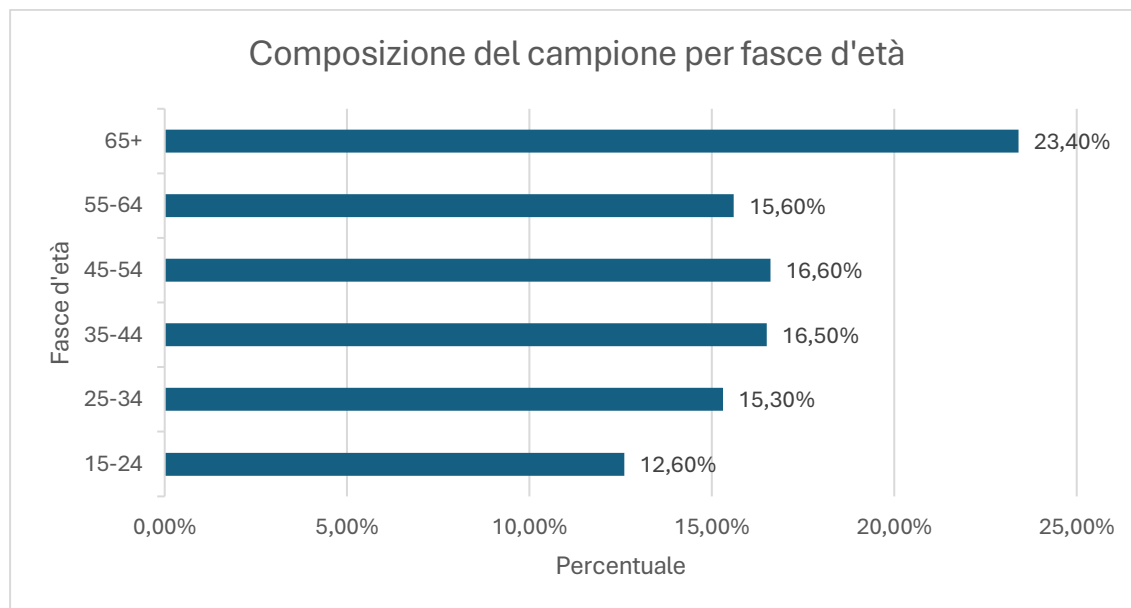
La post-stratificazione viene spesso utilizzata quando un campione casuale semplice non riflette la distribuzione di alcune variabili note nella popolazione. In questo caso, viene condotto un campione casuale semplice e, solo in seguito, le osservazioni vengono disposte in strati. (Glasgow, 2005)

### 1.3.3 La composizione del campione

Al fine di giungere ad una maggiore conoscenza del campione, questo verrà ora analizzato nella sua composizione, secondo variabili socio-demografiche quali genere, età, dimensione familiare, occupazione e istruzione. I dati utilizzati sono ponderati secondo le proporzioni conosciute della popolazione, secondo quanto descritto nel paragrafo precedente.

Il campione ottenuto dall'Eurobarometro Flash 499 è composto al 48.1% da maschi e al 51.3% da femmine; lo 0.6% degli intervistati ha preferito non rispondere alla domanda riguardante il genere.

Il campione raggiunto è composto da persone con età minima pari a 15 anni (come richiesto nella definizione della popolazione di riferimento) ed età massima pari a 102 anni; l'età media del campione è di 48 anni. La composizione del campione per età è descritta tramite il grafico 2.



*Grafico 2: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

In media, ogni famiglia è composta da circa 2 membri. Nel 24.3% dei casi, i soggetti intervistati appartengono a una famiglia unipersonale, nel 44.2% dei casi la famiglia dell'intervistato è composta da due membri, nel 16.1% dei casi da tre membri, nel 14.4% dei casi da quattro o più membri. Il restante 1% delle risposte è stato classificato come mancata risposta.

L'11.2% del campione si classifica come lavoratore autonomo, il 37.9% come impiegato dipendente, il 5.1% come lavoratore manuale, il 45.1%, invece, non svolge alcuna attività professionale, mentre il restante 0.7% del campione si è rifiutato o non ha saputo rispondere a questo quesito. Una così grossa percentuale di persone non occupate è presumibilmente da ricollegare alla popolazione di riferimento; essa è comprensiva, infatti, sia di cittadini molto giovani, che sono ancora impegnati nello studio, sia di cittadini più anziani, che si trovano oramai al di fuori del mercato del lavoro.

Il 29.5% del campione vive in zone rurali o paesi, il 36.2% in cittadine di piccola o media dimensione e il 33.8% in grandi città; lo 0.6% degli intervistati non ha saputo rispondere a questo quesito.

Per il 5.3% del campione, la formazione scolastica ha avuto durata inferiore o pari a 15 anni, il 30.3% del campione ha studiato per una durata di tempo compresa tra 16 e 19 anni, il 53% del campione ha studiato per più di vent'anni, il 9.2% sta ancora studiando attualmente, mentre lo 0.7% ha dichiarato di non aver mai avuto una formazione scolastica continuativa; il restante 2.4% non ha saputo o voluto rispondere alla domanda riguardante la formazione scolastica.

L'83.6% del campione è stato raggiunto tramite linea mobile e il 16.4% tramite linea fissa.



## 2. Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della scelta dell'alloggio

Durante l'organizzazione di un viaggio, una importante tematica è costituita dalla scelta dell'alloggio; le opzioni sono infatti numerose e molto diverse tra loro. L'indagine Eurobarometro Flash 499 ha predisposto uno specifico quesito per indagare quali siano le preferenze dei cittadini europei in tema di alloggio, quando si tratta di iniziare a pianificare una vacanza ("quando inizi ad organizzare un viaggio, quale tipologia di alloggio sei più propenso a considerare?"). Per questo quesito è stata utilizzata una randomizzazione delle risposte, al fine di evitare che l'ordine in cui le risposte vengono presentate dall'intervistatore influenzi la scelta dei rispondenti e, di conseguenza, i risultati.

Si tratta di un quesito multiresposta – ogni rispondente ha potuto scegliere un massimo di tre opzioni – e, pertanto, le percentuali non sommano a cento.

La media delle preferenze espresse dai cittadini europei circa la scelta dell'alloggio durante la pianificazione delle vacanze, è raffigurata nel grafico 3.

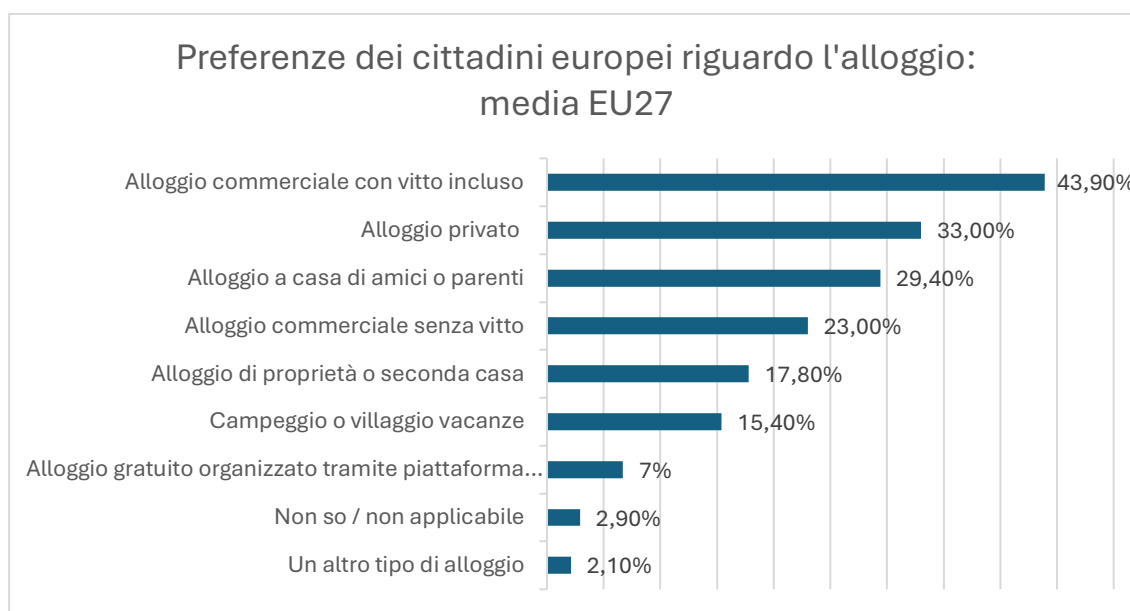


Grafico 3: grafico a barre, analisi dei dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

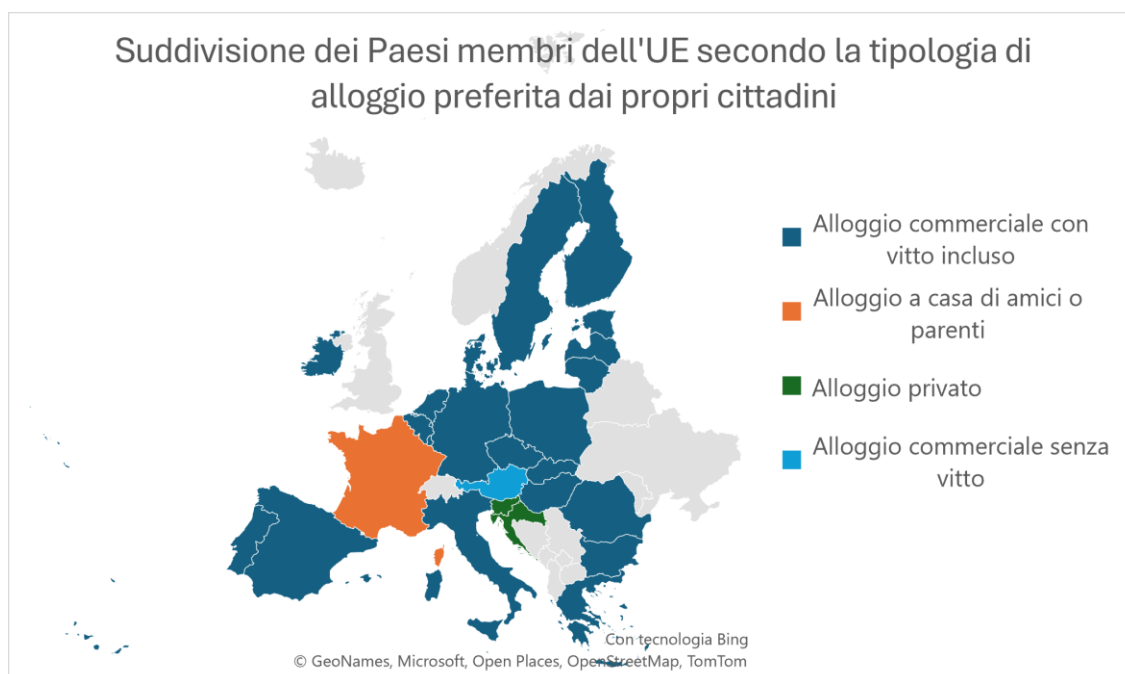
I risultati ottenuti mostrano come la prima scelta dei cittadini europei in fatto di alloggio sia costituita dalla tipologia “alloggio commerciale con vitto incluso” (43.9% di preferenze), seguita da “alloggio privato” (33%) e “alloggio a casa di amici o parenti” (29.4%). In termini di preferenze, seguono le opzioni “alloggio commerciale senza vitto” (23%), “alloggio di proprietà o seconda casa” (17.8%), “campeggio o villaggio vacanze” (15.4%), mentre l’alternativa meno comune è rappresentata da “alloggio gratuito organizzato tramite piattaforma online” (6.7%).

Non risultano grandi differenze, in termini percentuali, tra le preferenze in fatto di alloggio di maschi e femmine; entrambi i generi hanno espresso la loro preferenza verso l’alternativa “alloggio commerciale con vitto incluso”. Nello specifico, i maschi con il 45.3% delle preferenze e le femmine con il 42.8%.

L’opzione “alloggio commerciale con vitto incluso” si dimostra la scelta più comune in tutte le fasce di età; la percentuale più bassa, in termini di preferenze, è stata riscontrata tra i cittadini con età superiore a 65 anni (40.1%), mentre la percentuale più alta tra i cittadini d’età compresa tra 25 e 34 anni (48.1%).

Le preferenze dei cittadini europei in fatto di alloggio sono piuttosto omogenee: in 23 Paesi su 27 appartenenti all’Unione Europea, la scelta più comune in fatto di alloggio risulta essere “alloggio commerciale con vitto incluso”; fanno eccezione i cittadini sloveni e croati, che hanno espresso la loro preferenza verso la tipologia di alloggio “alloggio privato” (rispettivamente con il 51.4% e il 44.5% di preferenze), i cittadini francesi che hanno, invece, preferito l’alternativa “alloggio a casa di amici o parenti” (con il 41% di preferenze) e i cittadini austriaci, che hanno scelto come tipologia di alloggio preferita “alloggio commerciale senza vitto” con il 32% di preferenze.

La suddivisione dei Paesi membri dell’UE, in base alla tipologia di alloggio preferita dai propri cittadini, è presentata tramite il grafico 4.



*Grafico 4: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

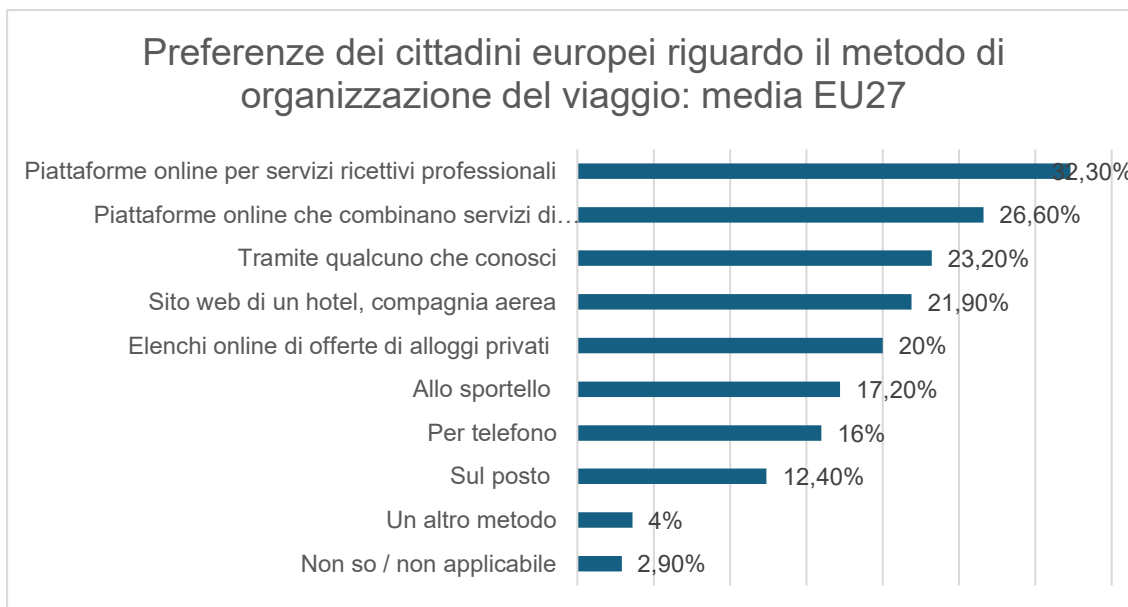
La tipologia di alloggio meno comune, in 24 Paesi su 27 appartenenti all'Unione europea, è rappresentata dall'alternativa "alloggio gratuito organizzato tramite piattaforma online". Fanno eccezione soltanto i cittadini tedeschi, ciprioti e maltesi, i quali hanno individuato la tipologia di alloggio meno favorita, rispettivamente, in "alloggio di proprietà o seconda casa" (14.9% di preferenze) e "campeggio o villaggio vacanze" (rispettivamente con il 5.9% e il 3.2% delle preferenze).

### 3. Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti dell'organizzazione del viaggio

Quando si tratta di organizzare viaggi ed attività turistiche, i cittadini europei utilizzano principalmente “piattaforme online per servizi ricettivi professionali (hotel, B&B, ecc.)” (32.3% di preferenze), “piattaforme online che combinano servizi di viaggio (alloggio, noleggio auto, voli, ecc.)” (26.6%) e la modalità “tramite qualcuno che conosci” (23.2%). Altri sistemi utilizzati sono “sito web di un hotel, compagnia aerea” (21.9%), “elenchi online di offerte di alloggi privati (camere, appartamenti)” (20%) e “allo sportello (agenzia di viaggi o compagnia di trasporti)” (17.2%). I metodi meno comuni sono, invece, “per telefono” (16%) e “sul posto (a destinazione)” (12.4%).

Si tratta di un quesito multiresponse – ogni rispondente ha potuto scegliere un massimo di tre opzioni – e, pertanto, le percentuali non sommano a cento. Anche per questo quesito è stata utilizzata una randomizzazione delle risposte, al fine di evitare che l'ordine in cui le risposte vengono presentate dall'intervistatore influenzi la scelta dei rispondenti e, di conseguenza, i risultati.

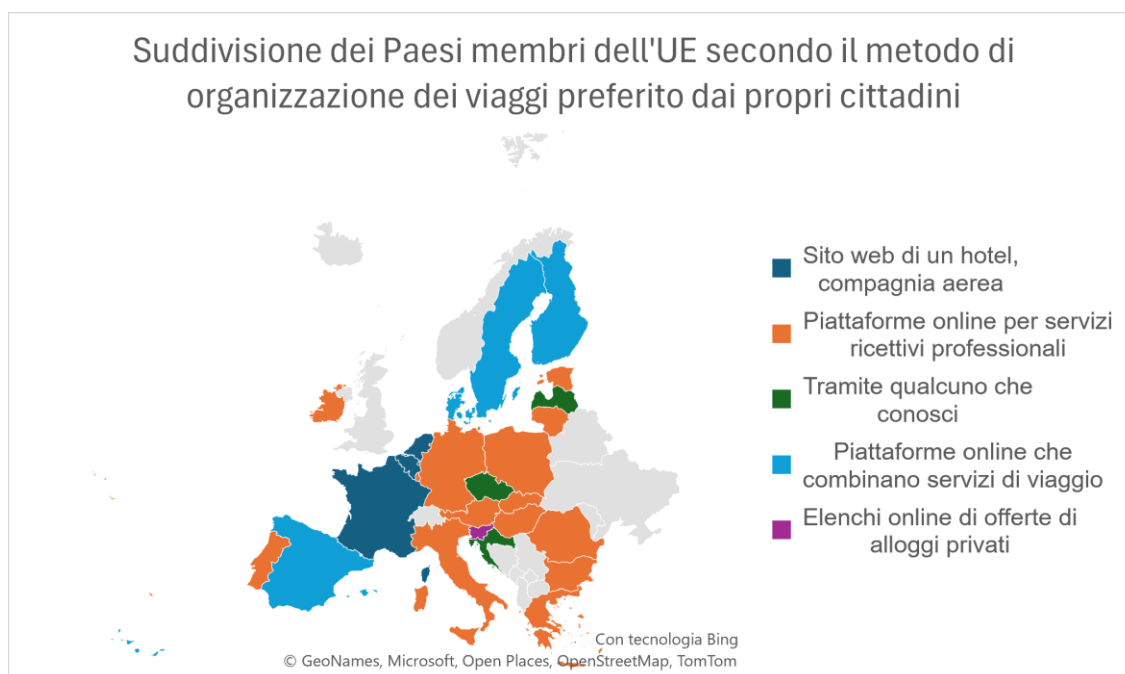
Le risposte date dai cittadini europei al quesito “quale metodo sei più propenso ad utilizzare per organizzare viaggi ed attività turistiche?” sono espresse, tramite il grafico 5, nella forma di un'unica media europea pesata in base alla dimensione della popolazione di almeno 15 anni di ciascuno Stato membro dell'UE.



*Grafico 5: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

La soluzione maggiormente adottata dai cittadini europei è “piattaforme online per servizi ricettivi professionali (hotel, B&B, ecc.)”. La preferenza espressa è la medesima per entrambi i generi (34.2% di preferenze tra i maschi e 30.7% tra le femmine). La preferenza rimane la stessa per tutte le categorie d’età, fatta eccezione per i cittadini di almeno 65 anni; questi ultimi hanno, infatti, preferito l’opzione “tramite qualcuno che conosci” con il 24.7% di preferenze, seguita dalla soluzione “allo sportello (agenzia di viaggi o compagnia di trasporti)” (23.1% di preferenze) e, solo in seguito, con il 21.1% delle preferenze, l’alternativa “piattaforme online per servizi ricettivi professionali (hotel, B&B, ecc.)”, che era invece la soluzione più popolare in tutte le altre fasce d’età. Si nota, dunque, una spiccata predisposizione all’utilizzo di piattaforme online in tutte le fasce d’età, fatta eccezione per i cittadini più anziani (di 65 anni o più), che prediligono ancora l’interazione faccia a faccia in occasione dell’organizzazione dei propri viaggi.

In 16 Paesi su 27 appartenenti all’Unione Europea, la soluzione più adottata, per quanto riguarda l’organizzazione dei viaggi, è “piattaforme online per servizi ricettivi professionali (hotel, B&B, ecc.)”. L’eterogeneità delle preferenze espresse dai cittadini europei, riguardo questa tematica, è rappresentata tramite il grafico 6.

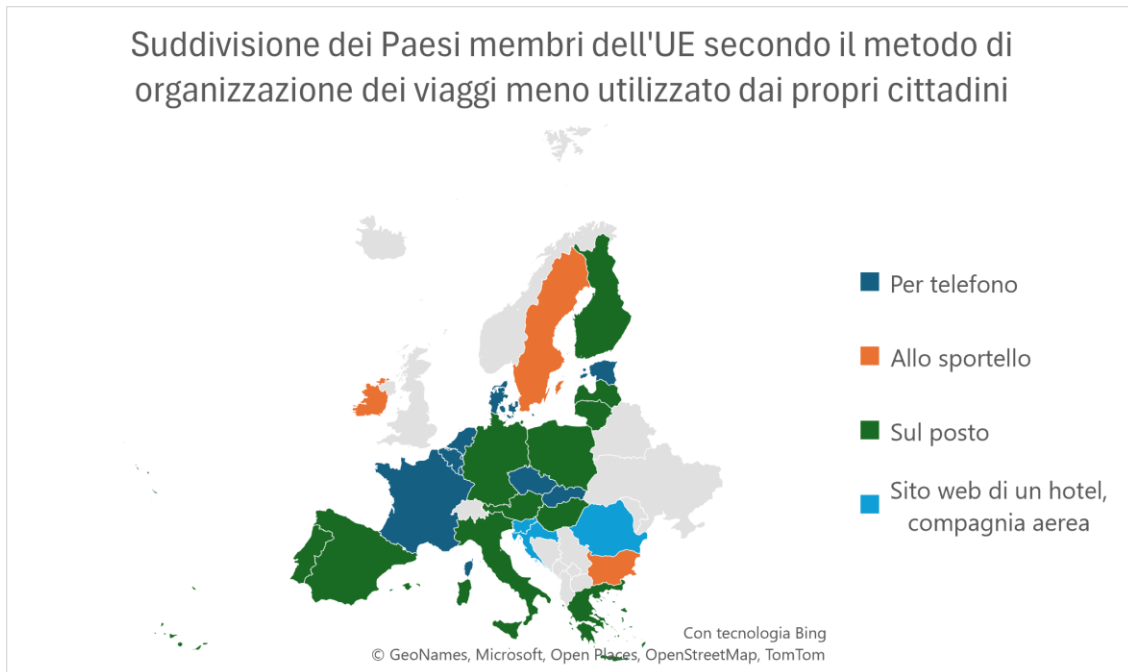


*Grafico 6: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Come evidenziato dal grafico 6, 11 Paesi membri si discostano dalla media europea in merito alla scelta del metodo di organizzazione dei viaggi. I cittadini di Svezia, Finlandia, Danimarca e Spagna hanno preferito l'opzione "piattaforme online che combinano servizi di viaggio (alloggio, noleggio auto, voli, ecc.)" rispettivamente con il 46.7%, 39.7%, 38.3% e 30.3% di preferenze. I cittadini di Belgio, Paesi Bassi e Francia hanno espresso la loro preferenza verso l'alternativa "sito web di un hotel, compagnia aerea", rispettivamente con il 33.3%, 31.8% e 28.4% di preferenze. I cittadini di Repubblica Ceca, Lettonia e Croazia hanno optato in maggioranza per l'opzione "tramite qualcuno che conosci", rispettivamente con il 34.4%, 32.3% e 26.7%. Infine, i cittadini sloveni hanno adottato l'alternativa "elenchi online di offerte di alloggi privati (camere, appartamenti)" con il 32.5% delle preferenze.

In 13 Paesi membri dell'Unione Europea, il metodo di organizzazione dei viaggi meno comune è stato "sul posto (a destinazione)", alternativa che coincide con la soluzione meno utilizzata anche secondo la media europea pesata (EU27), dove aveva ottenuto soltanto il 12.4% delle preferenze (grafico 5). Si discostano dalla media europea 14 Paesi membri, che possono essere suddivisi in tre

gruppi, in base al metodo di organizzazione dei viaggi meno utilizzato dai propri cittadini, come rappresentato dal grafico 7.



*Grafico 7: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

In particolare, i Paesi che si discostano dalla media europea, possono essere così suddivisi in base alle scelte espresse dai propri cittadini. I cittadini di Romania, Slovenia e Croazia hanno individuato l'opzione di organizzazione dei viaggi meno utilizzata in "sito web di un hotel, compagnia aerea", i cittadini di Lussemburgo, Francia, Repubblica Ceca, Paesi Bassi, Slovacchia, Belgio, Estonia e Danimarca hanno riscontrato un minor utilizzo dell'opzione "per telefono", i cittadini di Bulgaria, Svezia e Irlanda hanno utilizzato raramente l'alternativa "allo sportello (agenzia di viaggi o compagnia di trasporti)".

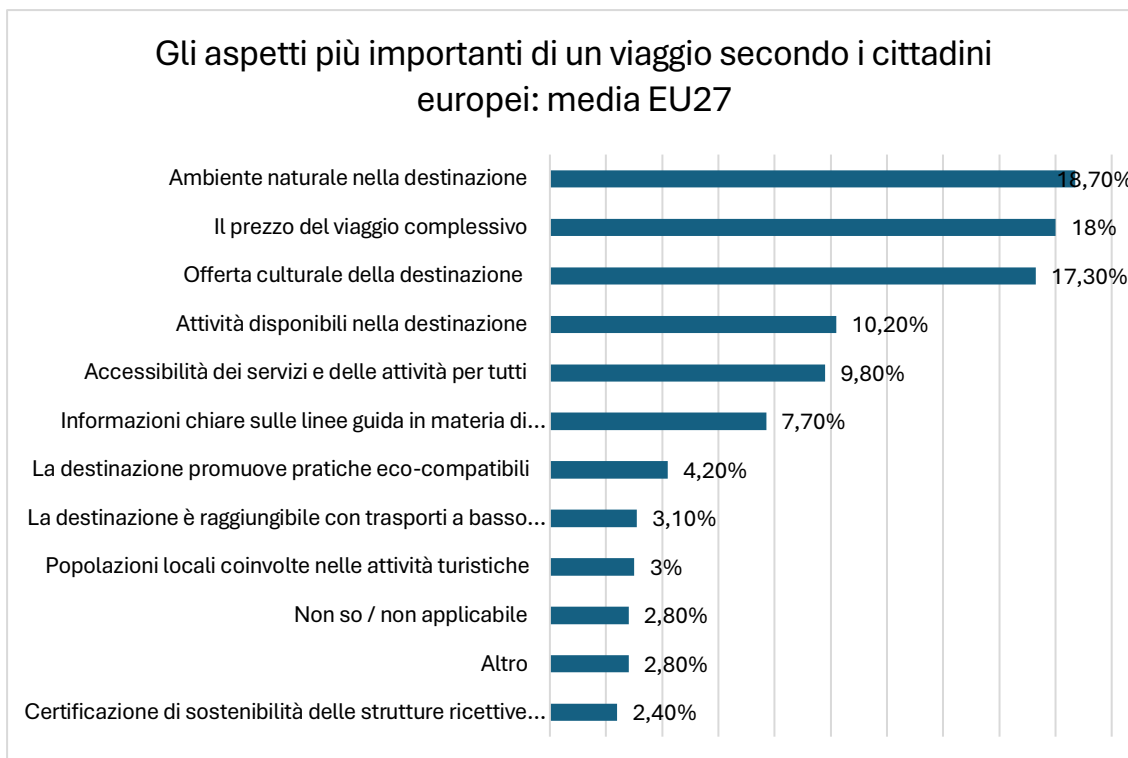
## 4. Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti degli aspetti principali del viaggio

Quando si tratta di organizzare un viaggio, possono essere diversi gli aspetti che vengono esaminati e presi in considerazione prima di giungere alla scelta della destinazione. Gli aspetti che possono influenzare questa scelta sono molteplici e di varia natura. Il questionario costruito per l'Eurobarometro Flash 499, relativo agli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti del turismo, ha introdotto una specifica domanda per poter approfondire questa tematica ("quando scegli una destinazione da visitare, quale dei seguenti aspetti è il più importante? In primo luogo?").

### 4.1 In primo luogo

In questo caso, si tratta di una domanda a risposta singola e, pertanto, le percentuali presentate nel grafico 8 sommano a cento. Le dieci alternative di risposta sono state randomizzate, cioè, esposte in ordine casuale al rispondente durante l'intervista, al fine di evitare che l'ordine in cui le risposte vengono presentate dall'intervistatore influenzi la scelta dei rispondenti e, di conseguenza, i risultati.





*Grafico 8: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Il grafico 8 esprime l'opinione dei cittadini europei in merito agli aspetti considerati più rilevanti, in un primo momento, nella scelta di una destinazione di viaggio. Con il 18.7% delle preferenze, l'aspetto più popolare è stato "ambiente naturale nella destinazione", seguita, con un distacco di 0.7 punti percentuali, dall'opzione "il prezzo del viaggio complessivo" e poi dall'alternativa "offerta culturale della destinazione (musei, eventi locali, gastronomia)", che ha ottenuto il 17.3% di preferenze. A seguire, con il 10.20% delle preferenze, si trova l'opzione "attività disponibili nella destinazione", con il 9.8% l'opzione "accessibilità dei servizi e delle attività per tutti: bambini, anziani, persone con disabilità" e con il 7.7%, l'opzione "informazioni chiare sulle linee guida in materia di salute e sicurezza". Tra le opzioni meno votate si trovano "la destinazione (città, regione) promuove pratiche eco-compatibili" (4.2% di preferenze), "la destinazione è raggiungibile con trasporti a basso impatto" (3.1%), "popolazioni locali coinvolte nelle attività turistiche" (3%) e, infine, "certificazione di sostenibilità delle strutture ricettive e delle attrazioni" (2.4%). Inoltre, il 2.8% degli intervistati ha preferito l'opzione "altro", mentre un altro 2.8% è da attribuire alle mancate risposte.

L'opzione "ambiente naturale nella destinazione" rimane la più votata anche tra gli uomini, con il 19.5% delle preferenze; tra le donne, invece, questa opzione ha ottenuto il 17.9% delle preferenze, così come l'alternativa "il prezzo del viaggio complessivo", rendendo perciò impossibile determinare una preferenza univoca.

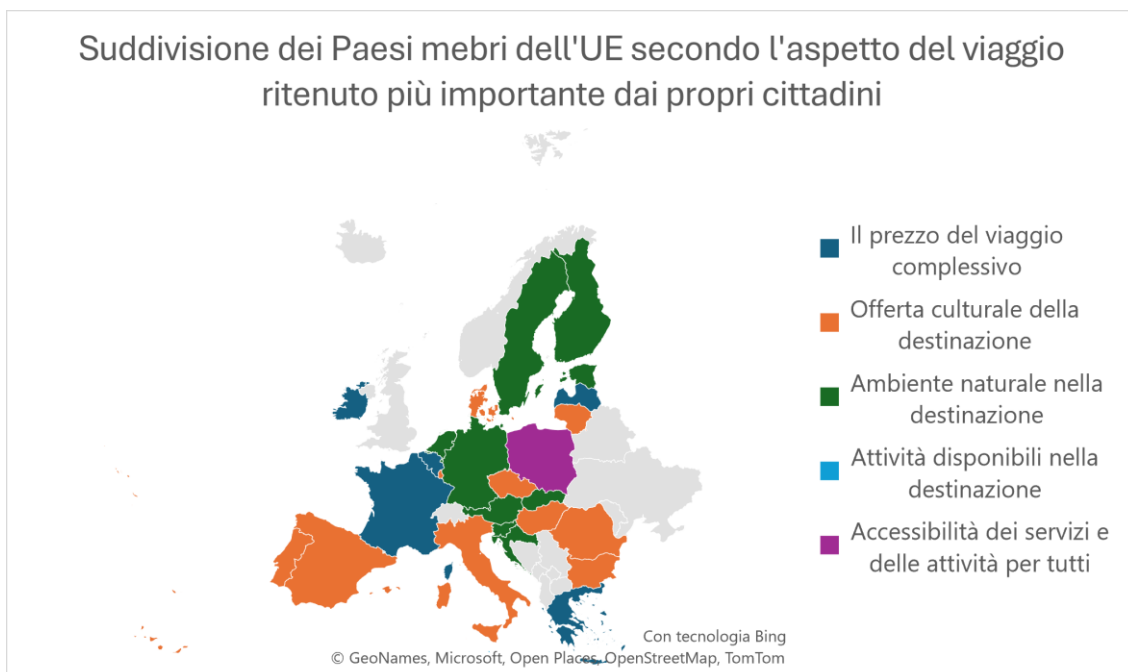
Fanno eccezione le fasce d'età più giovani 15-24 anni e 25-34 anni; in entrambe, l'aspetto più rilevante del viaggio è stato "il prezzo del viaggio complessivo", rispettivamente con il 25.2% e 20.3%, evidenziando una maggiore attenzione verso il lato economico del viaggio tra i più giovani. L'alternativa "ambiente naturale nella destinazione" rimane, però, la più votata nelle fasce d'età successive: infatti, rappresenta l'opzione con il maggior numero di preferenze, sia tra i cittadini con età compresa tra 35 e 44 anni (con il 18.4% delle preferenze), sia nelle fasce d'età 45-54 anni e 55-64 anni (rispettivamente con il 19.6% e 21.1% di preferenze), sia per i cittadini di almeno 65 anni (con il 20% di preferenze).

Tra le famiglie composte da una o due persone, l'aspetto ritenuto più importante nella pianificazione del viaggio e nella scelta della destinazione rimane "ambiente naturale nella destinazione", mentre nelle famiglie con più di tre componenti, l'aspetto più rilevante è "il prezzo del viaggio complessivo", esprimendo quindi una maggiore attenzione per il lato economico nelle famiglie più numerose. Le preferenze espresse possono essere osservate tramite la tabella 1.

Numero di componenti della famiglia	1	2	3	4+
Aspetto ritenuto più rilevante nella scelta della destinazione di viaggio	Ambiente naturale nella destinazione	Ambiente naturale nella destinazione	Il prezzo del viaggio complessivo	Il prezzo del viaggio complessivo
Percentuale	18.7%	19.4%	19.4%	20.4%

*Tabella 1: aspetto più rilevante del viaggio e preferenze ottenute (in percentuale), in base alla dimensione del nucleo familiare.*

L'aspetto "ambiente naturale nella destinazione", pur essendo l'opzione che rappresenta la moda tra i cittadini europei, è stata votata come alternativa favorita soltanto in 9 Paesi membri su 27. Fanno dunque eccezione, discostandosi dalla media europea pesata EU27, 18 Paesi, così suddivisi in base all'aspetto del viaggio ritenuto più importante nella scelta della destinazione: i cittadini polacchi hanno preferito l'opzione "accessibilità dei servizi e delle attività per tutti: bambini, anziani, persone con disabilità"; i cittadini maltesi hanno preferito l'alternativa "attività disponibili nella destinazione"; i cittadini di Belgio, Cipro, Francia, Grecia, Irlanda e Lettonia hanno votato in maggioranza per l'opzione "il prezzo del viaggio complessivo"; mentre in 10 Paesi membri (Italia, Bulgaria, Danimarca, Lituania, Lussemburgo, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Spagna e Ungheria) l'alternativa più popolare è stata "offerta culturale della destinazione (musei, eventi locali, gastronomia)". Quanto appena descritto è riassunto tramite il grafico 9.



*Grafico 9: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

In 14 Paesi membri dell'Unione Europea, così come già espresso dalla media EU27 (grafico 8), l'aspetto del viaggio ritenuto meno rilevante è stato "certificazione di sostenibilità delle strutture ricettive e delle attrazioni". Si discostano dalla media europea i cittadini di Croazia, Malta, Ungheria e Portogallo, che hanno espresso meno interesse, in assoluto, verso l'opzione "la

destinazione è raggiungibile con trasporti a basso impatto” e i cittadini polacchi che hanno, invece, ritenuto meno importante l’aspetto “la destinazione (città, regione) promuove pratiche eco-compatibili”. Fanno eccezione anche i cittadini di Bulgaria, Cipro, Finlandia, Grecia, Lituania, Lussemburgo e Svezia, che hanno ritenuto l’aspetto “popolazioni locali coinvolte nelle attività turistiche” il meno importante per la pianificazione del viaggio. In base a quanto detto, e riassunto dal grafico 10 sottostante, è dunque possibile notare uno scarso interesse rivolto all’ambito della sostenibilità ambientale nella maggior parte dei Paesi membri, almeno per quanto riguarda la pianificazione dei viaggi e la scelta della destinazione finale.

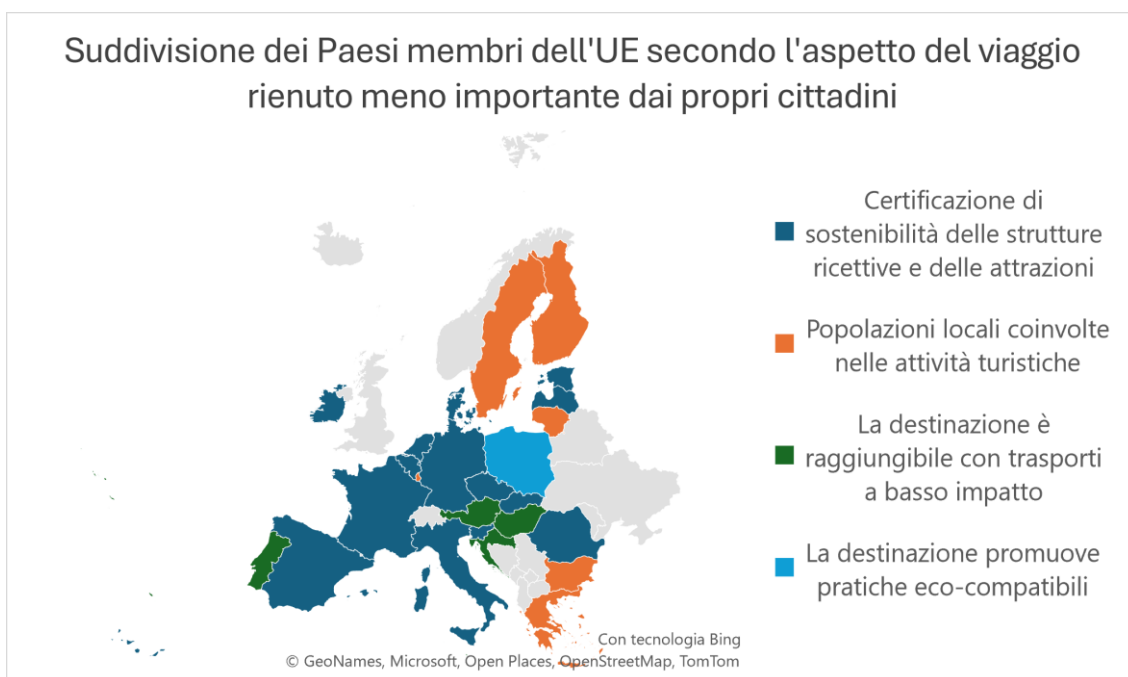


Grafico 10: grafico a mappa, dati provenienti dall’Eurobarometro Flash 499.

## 4.2 In secondo luogo

La domanda appena analizzata (“quando scegli una destinazione da visitare, quale dei seguenti aspetti è il più importante?”) è stata nuovamente posta ai rispondenti, eliminando la risposta data in precedenza dalle opzioni, e chiedendo loro di indicare un’ulteriore preferenza.

Si tratta di un quesito multiresponse – ogni rispondente ha potuto scegliere un massimo di tre opzioni – e, pertanto, le percentuali non sommano a cento. In

questo caso le possibili risposte sono state esposte nello stesso ordine in cui erano state esposte in precedenza ad. I risultati sono riassunti dal grafico 11.



*Grafico 11: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Se in un primo momento, l'aspetto più popolare tra i cittadini europei è stato "ambiente naturale nella destinazione" con il 18.7% delle preferenze (grafico 8), in un secondo momento, i cittadini europei hanno ritenuto che l'aspetto più rilevante del viaggio sia "il prezzo del viaggio complessivo", con il 27.5% delle preferenze (grafico 11). Ciò non si discosta troppo dai risultati ottenuti alla prima domanda, dove "il prezzo del viaggio complessivo" era ritenuto il secondo aspetto più importante nella pianificazione del viaggio, con il 18% delle preferenze (grafico 8).

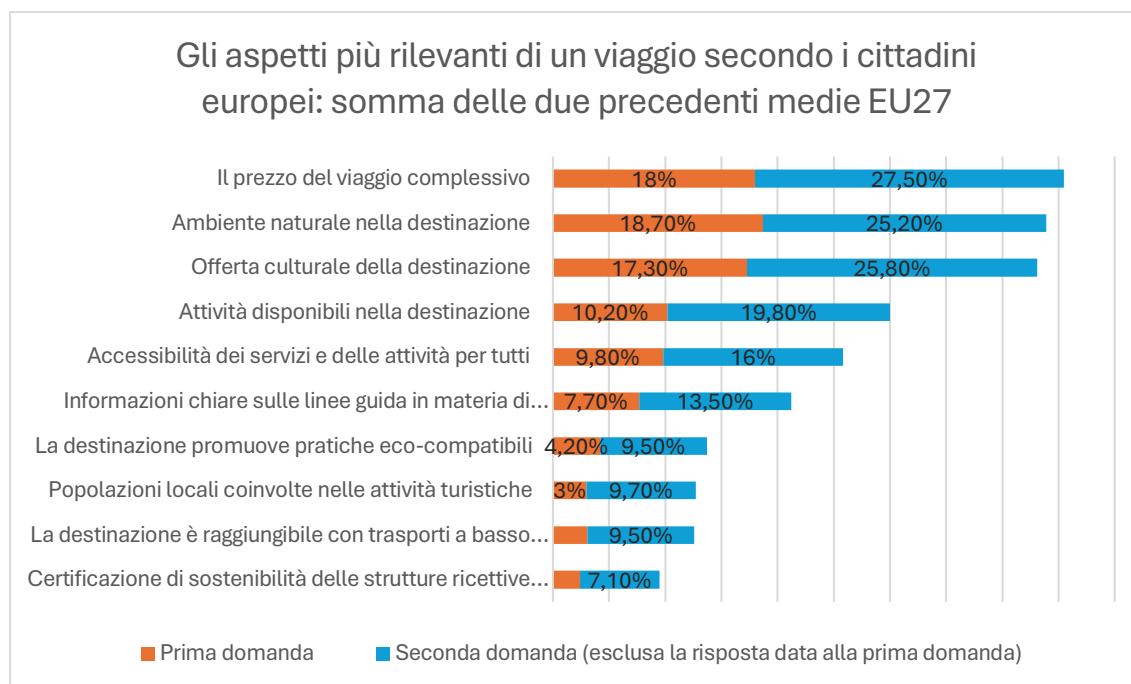
Anche in questo secondo caso, l'aspetto ritenuto meno rilevante dai cittadini europei è "certificazione di sostenibilità delle strutture ricettive e delle attrazioni", con il 7.1% delle preferenze.

### 4.3 In generale

Successivamente è stata creata una nuova variabile dalla somma delle due precedenti medie EU27, allo scopo di riassumere le preferenze dei cittadini

europei, in merito agli aspetti più rilevanti nell'organizzazione del viaggio e nella scelta della destinazione.

Si tratta della somma di due diversi quesiti, di cui uno multiresposte e, pertanto, le percentuali non sommano a cento.



*Grafico 12: grafico a barre raggruppate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Il grafico 12 ha permesso di evidenziare come, sebbene l'alternativa più votata in primo luogo sia stata "ambiente naturale nella destinazione", tramite la somma delle due medie pesate EU27, è possibile notare come, in realtà, l'opzione che ha ottenuto il maggior numero di preferenze, in percentuale, è "il prezzo del viaggio complessivo". Quest'alternativa ha infatti ottenuto un totale di 45.5 punti percentuali, contro i 43.9 dell'opzione "ambiente naturale nella destinazione".

Si confermano tra gli aspetti più importanti del viaggio, l'alternativa "offerta culturale della destinazione (musei, eventi locali, gastronomia)", con un totale di 42.3 di punti percentuali, e le opzioni "attività disponibili nella destinazione" e "accessibilità dei servizi e delle attività per tutti: bambini, anziani, persone con disabilità" rispettivamente, con un totale di 25.4 e 20.9 punti percentuali.

Restano tra le meno rilevanti, le opzioni "la destinazione (città, regione) promuove pratiche eco-compatibili", "popolazioni locali coinvolte nelle attività

turistiche” e “la destinazione è raggiungibile con trasporti a basso impatto”, rispettivamente con un totale di 13.4, 12.4 e 12.3 punti percentuali. Infine, si conferma l’aspetto meno rilevante del viaggio secondo i cittadini europei “certificazione di sostenibilità delle strutture ricettive e delle attrazioni”, con un totale di 9.3 punti percentuali, ottenuti dalla somma delle precedenti medie EU27.

Grazie alla variabile ricostruita tramite la somma delle precedenti medie EU27, in cui i cittadini hanno espresso le loro preferenze verso gli aspetti più rilevanti del viaggio, è stato possibile giungere alle conclusioni riassunte dal grafico 13. Le tematiche più importanti per i cittadini europei durante la pianificazione del viaggio sono essenzialmente 3: l’aspetto “ambiente naturale nella destinazione” è risultato essere, in un’ottica generale, il più importante per i cittadini di 10 Paesi (Austria, Croazia, Estonia, Germania, Grecia, Malta, Paesi Bassi, Slovacchia, Slovenia e Svezia), l’opzione “offerta culturale della destinazione (musei, eventi locali, gastronomia)” è il più popolare tra i cittadini di 9 Paesi (Bulgaria, Danimarca, Italia, Lituania, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Spagna e Ungheria), mentre la scelta “il prezzo del viaggio complessivo” è risultata essere la più rilevante per i cittadini di 8 Paesi membri (Belgio, Cipro, Finlandia, Francia, Irlanda, Lettonia, Lussemburgo e Portogallo).

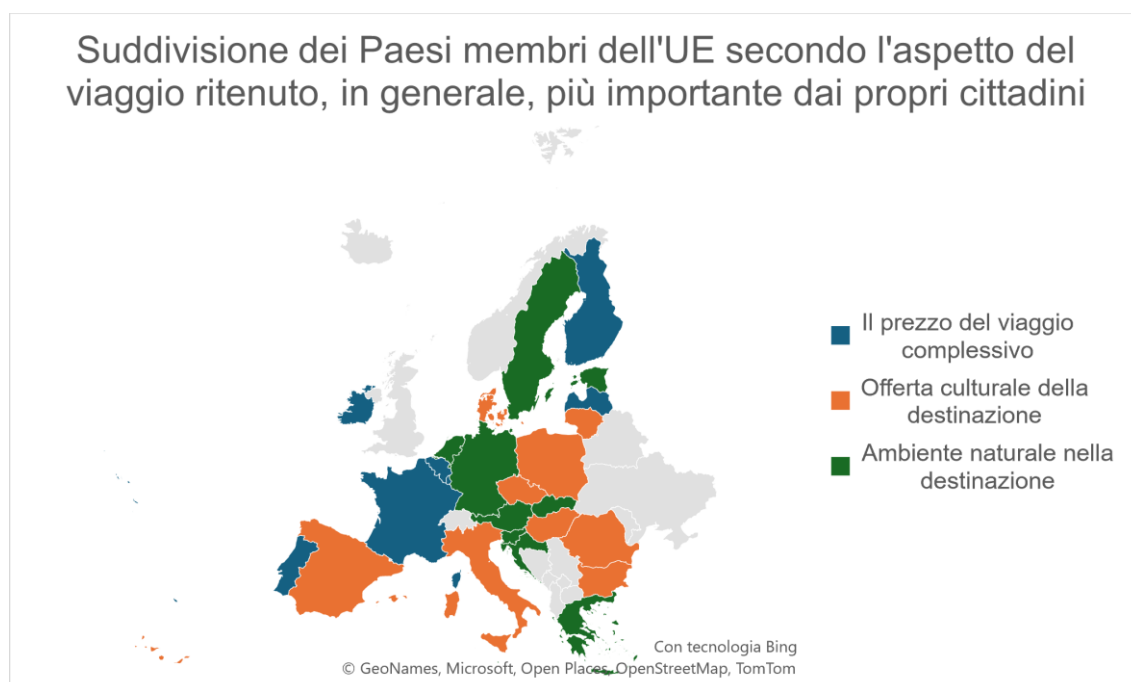


Grafico 13: grafico a mappa, dati provenienti dall’Eurobarometro Flash 499.

## 5. Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti delle fonti d'informazione principali per il viaggio

Tra le fonti d'informazione ritenute più importanti dai cittadini europei per quanto riguarda l'organizzazione dei viaggi, si trovano "consigli di amici, colleghi o parenti", "esperienza personale" e "siti web che raccolgono recensioni e valutazioni dei viaggiatori", rispettivamente con il 58%, 36.9% e 37.6% di preferenze. Sono state giudicate come rilevanti anche le fonti d'informazione "sito web o pagina sui social media del fornitore di servizi", "informazioni dalle agenzie di viaggio" e "informazioni dagli uffici del turismo", rispettivamente con il 23%, 13.9% e 10.5% delle preferenze. Tra le fonti di informazione considerate meno significative per l'organizzazione dei viaggi si trovano "giornali, radio, televisione", "influencer e blog online", "guide e riviste a pagamento" e "campagne di promozione della destinazione", rispettivamente con il 9.8%, 9.3%, 7.8% e 4.7%. Il 2.5% dei rispondenti non ha saputo rispondere alla domanda, mentre il 2% ha espresso la propria preferenza verso un'ulteriore fonte di informazione non specificata, "altro". Il quadro appena descritto, relativo alle fonti di informazioni ritenute più rilevanti nell'organizzazione dei viaggi, può essere sintetizzato dal grafico 14.

La domanda dell'indagine Eurobarometro Flash 499 "quali delle seguenti fonti di informazione sono più importanti quando pianifichi il viaggio?" è stata rilevata tramite un quesito multi-response – ogni rispondente ha potuto scegliere un massimo di tre opzioni – e, pertanto, le percentuali non sommano a cento.



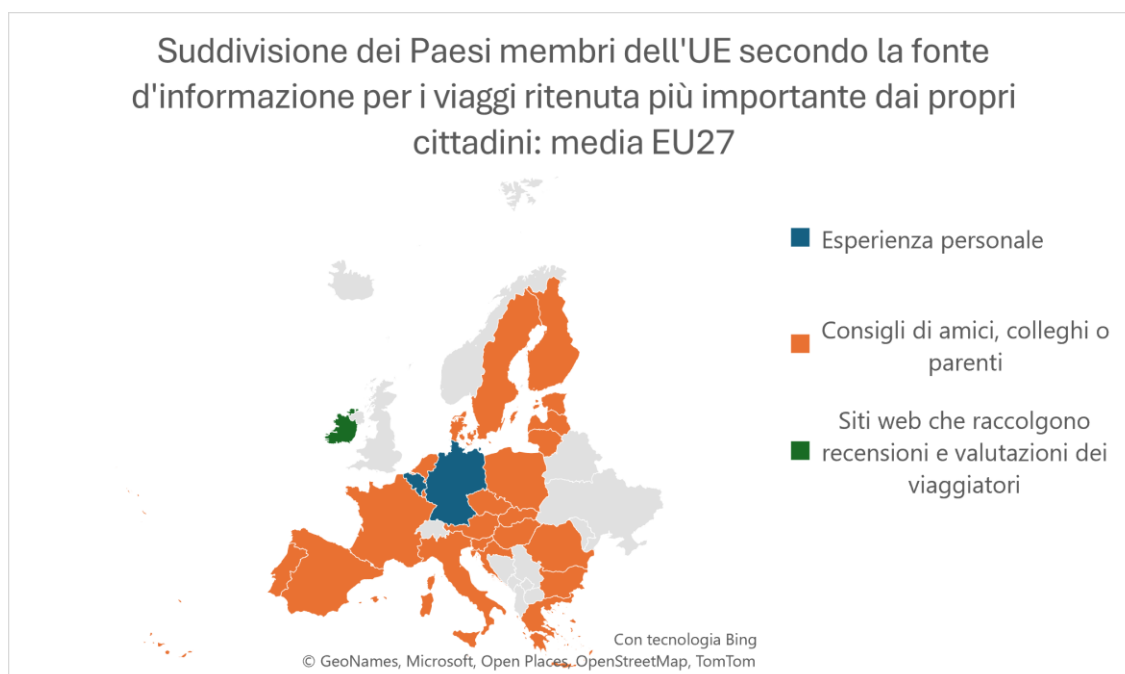


*Grafico 14: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Sia i maschi che le femmine hanno ritenuto “consigli di amici, colleghi o parenti” la fonte d’informazione più importante, rispettivamente con il 56.6% e 59.2% delle preferenze.

L’opinione dei cittadini europei riguardo la fonte di informazione più rilevante per l’organizzazione dei viaggi risulta omogenea nelle diverse fasce d’età; si tratta sempre dell’opzione “consigli di amici, colleghi o parenti”, che ha ottenuto una preferenza minima del 52.4%, tra i cittadini con più di 65 anni, e una preferenza massima pari al 62.4%, tra cittadini con età compresa tra 25 e 34 anni.

La fonte d’informazione “consigli di amici, colleghi o parenti” risulta essere omogeneamente diffusa nell’Unione Europea; i cittadini di 24 Paesi membri su 27 sono infatti della stessa opinione. Si discostano dalla media europea solo i cittadini di Belgio e Germania, che hanno ritenuto la fonte d’informazione più importante fosse “esperienza personale” (rispettivamente con il 38.6% e 50.8%), e i cittadini dell’Irlanda, che hanno preferito la fonte d’informazione “siti web che raccolgono recensioni e valutazioni dei viaggiatori”, con il 36.8% di preferenze. Le preferenze espresse dai cittadini di ogni Stato membro sono rappresentate tramite il grafico 15.



*Grafico 15: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

I cittadini di 16 Paesi membri su 27 appartenenti all'Unione Europea hanno ritenuto che, proprio come espresso dalla media EU27 (grafico 14), la fonte d'informazione meno rilevante per l'organizzazione dei viaggi sia “campagne di promozione della destinazione”. I cittadini di Bulgaria, Estonia, Lettonia, Lituania, Slovenia e Spagna hanno considerato che la fonte d'informazione meno rilevante fosse “guide e riviste a pagamento”, mentre i cittadini di Danimarca, Lussemburgo, Portogallo e Romania concordano nel ritenere “influencer e blog online” la fonte d'informazione meno importante. Oltre ai Paesi appena citati, anche Malta si discosta dalla media europea; i cittadini maltesi reputano “giornali, radio, televisione” la fonte d'informazione meno rilevante nell'organizzazione dei propri viaggi. Quanto appena descritto è riassunto tramite il grafico 16.

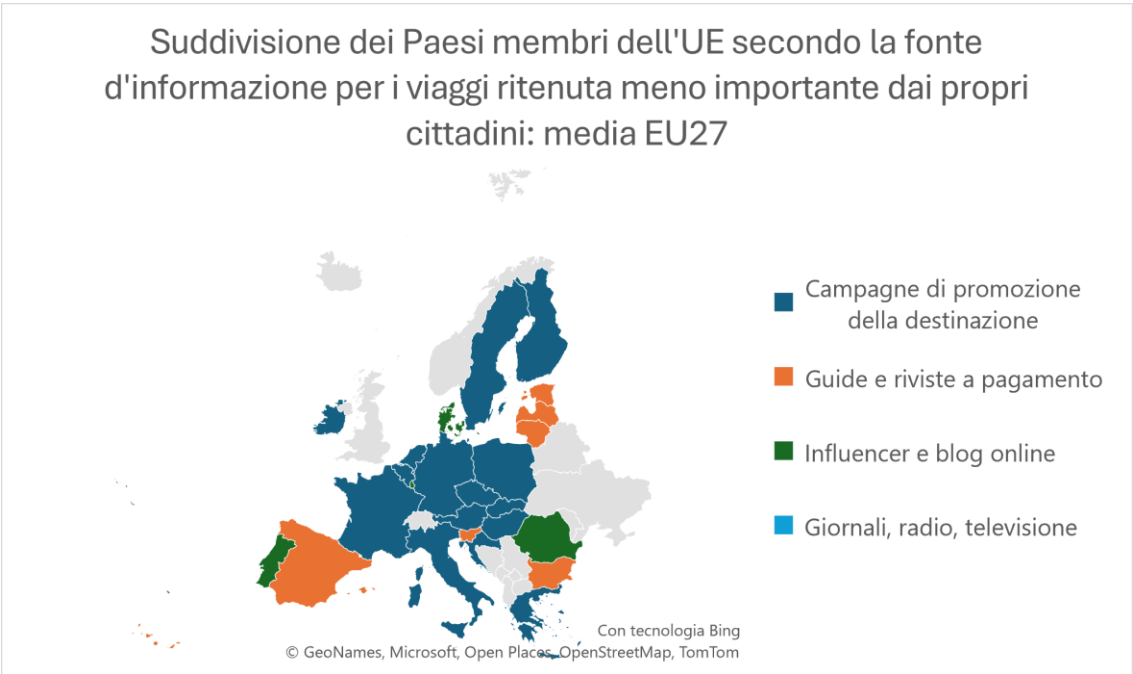


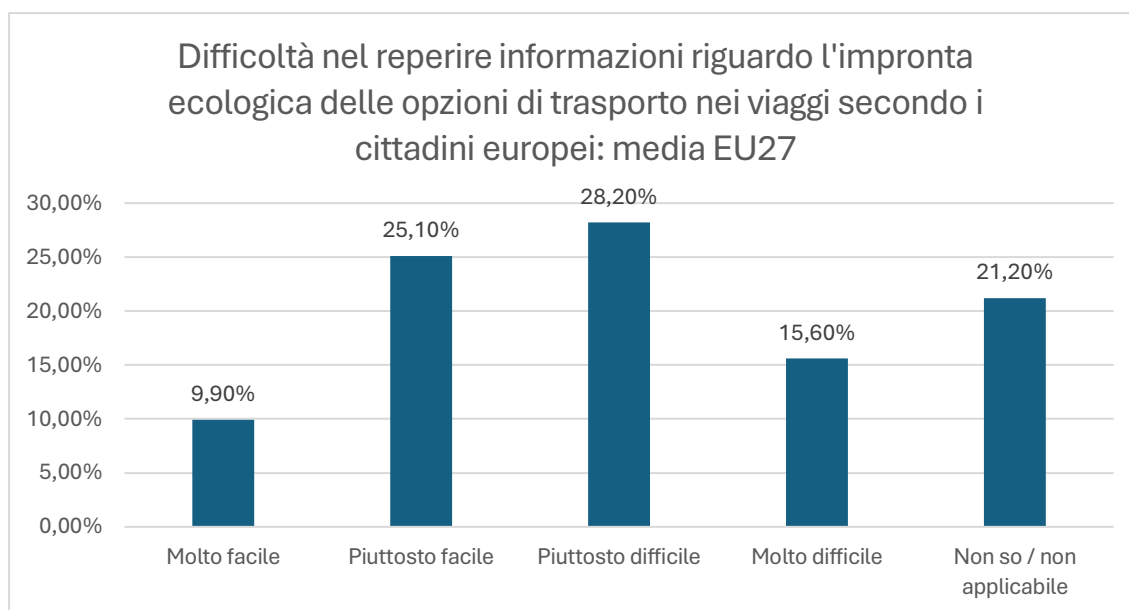
Grafico 16: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

## 6. Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della difficoltà nel reperire informazioni riguardanti la sostenibilità del viaggio

Dopo aver indagato le preferenze dei cittadini europei in merito alla tipologia di alloggio, il metodo di organizzazione del viaggio e delle attività turistiche, gli aspetti più rilevanti nella scelta di una destinazione e le fonti di informazione più utilizzate, tramite l'Eurobarometro Flash 499 si è voluto indagare anche il tema della reperibilità delle informazioni legate al viaggio. Ciò è stato possibile grazie all'introduzione di una domanda specifica per ogni categoria d'interesse, dove, però, la risposta era esprimibile dai rispondenti solo secondo una scala a intervallo semplice, dove le modalità presenti erano "molto facile", "piuttosto facile", "piuttosto difficile" e "molto difficile". L'assenza di una modalità di risposta neutra viene compensata dall'opzione, esterna alla scala, "non so / non applicabile".

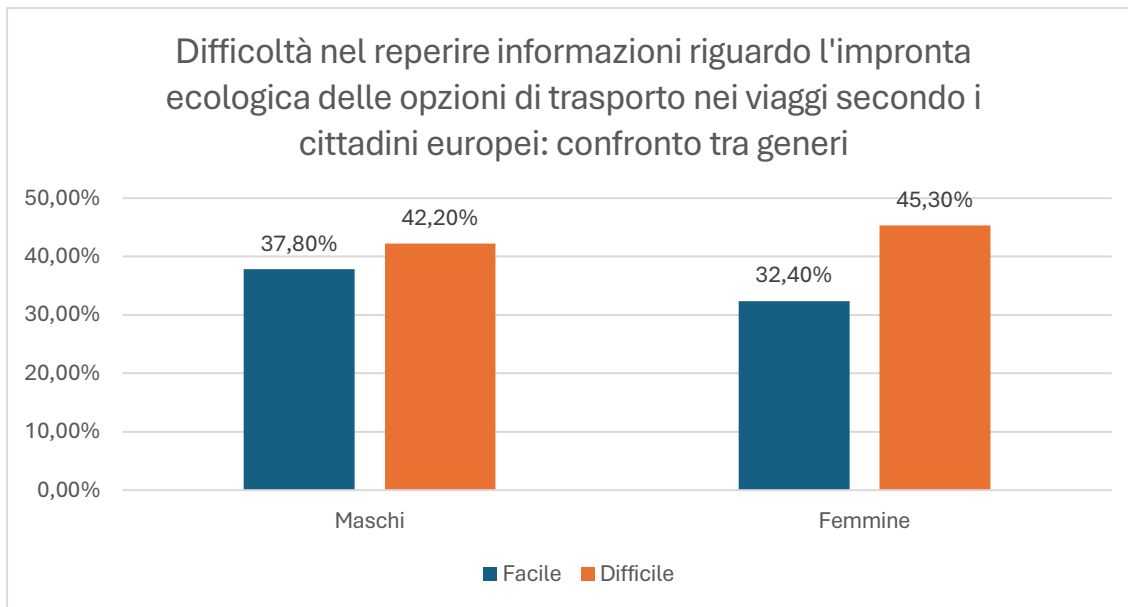
### 6.1 Impronta ecologica delle opzioni di trasporto

Le risposte date dai cittadini europei alla domanda "quanto è facile o difficile per te trovare informazioni affidabili per la pianificazione del tuo viaggio, per quanto riguarda l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto?" sono riassunte tramite il grafico 17, nella forma di media europea, pesata secondo la dimensione della popolazione di ciascun Paese membro dell'UE.



*Grafico 17: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

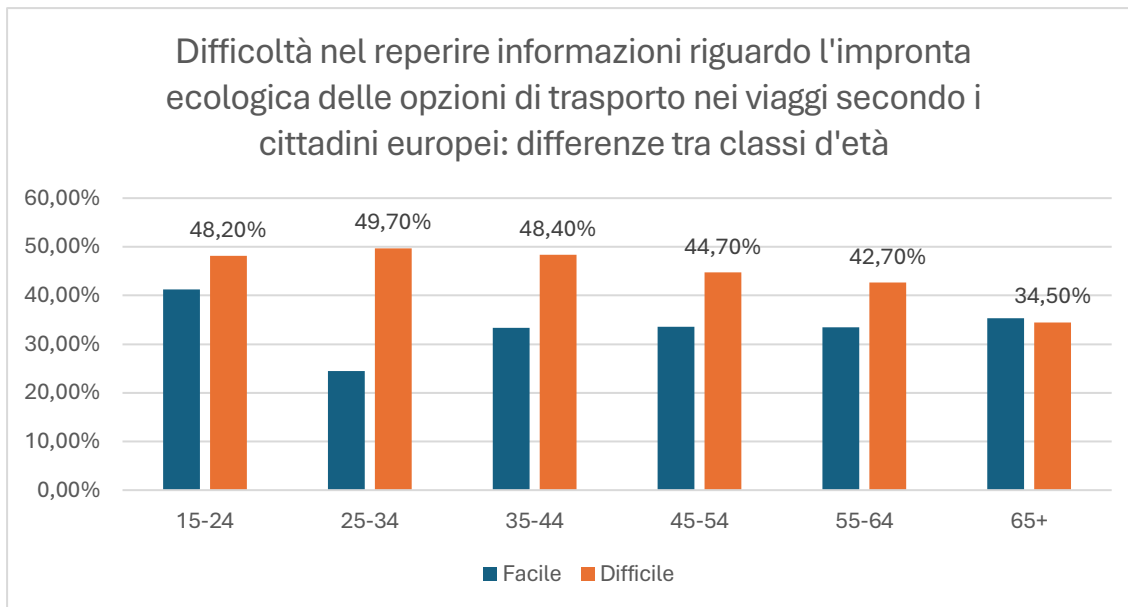
Per la maggior parte dei cittadini europei, reperire informazioni per quanto riguarda l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto nei viaggi è "piuttosto difficile", con il 28.2% delle preferenze. Questa opzione rappresenta, oltre che la moda, anche la mediana. In generale, il 35% dei rispondenti reputa che sia facile reperire informazioni riguardo l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto nei viaggi ("molto facile" per il 9.9% dei cittadini e "piuttosto facile" per il 25.1%); mentre il 43.5% reputa che sia difficile ("piuttosto difficile" per il 28.2% e "molto difficile" per il 15.6%). Il 21.2% dei rispondenti, invece, non ha saputo o potuto rispondere.



*Grafico 18: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

La modalità di risposta “piuttosto difficile” rappresenta la moda e la mediana anche tra i maschi e le femmine, rispettivamente con il 27% e il 29.5% delle preferenze. In generale, come emerge dal grafico 18, i maschi reputano che reperire informazioni riguardo l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto nei viaggi sia “facile” nel 37.8% dei casi e “difficile” nel 42.2% dei casi. Le femmine, invece, reputano che ciò sia “facile” nel 32.4% dei casi e “difficile” nel 45.3% dei casi. Da questi dati emerge che per i cittadini europei, senza distinzione di sesso, reperire informazioni riguardo l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto nei viaggi è più difficile che facile.

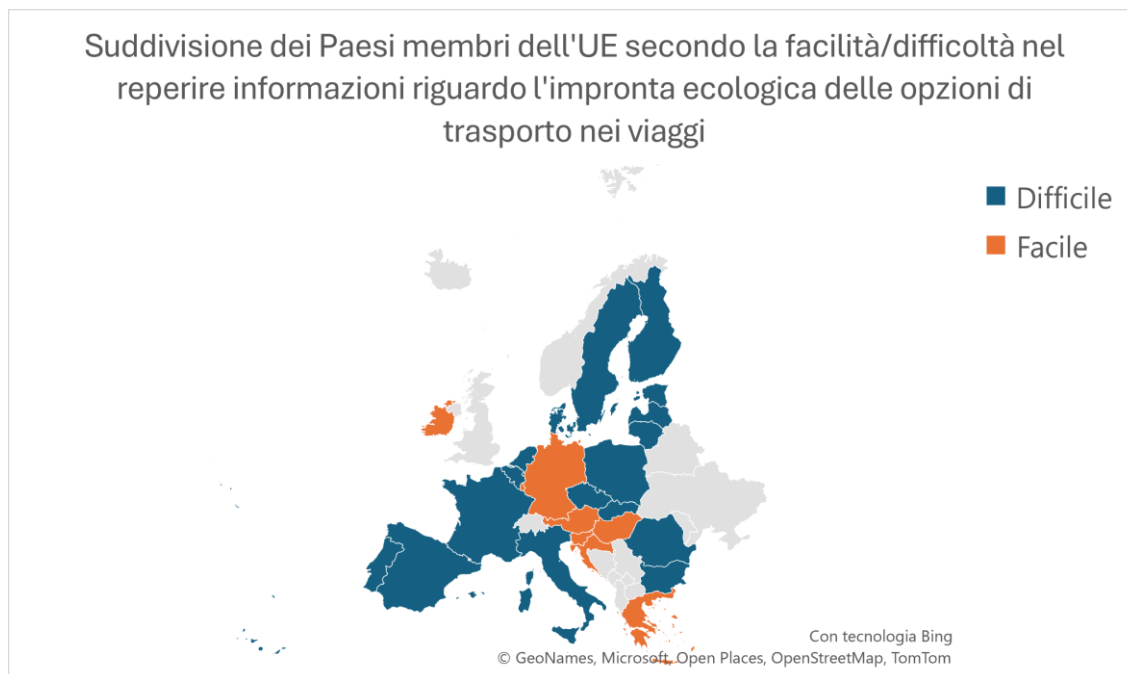
La situazione è analoga per tutte le classi d'età considerate, fatta eccezione per l'ultima, come espresso tramite il grafico 19.



*Grafico 19: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Emerge dunque che, ad eccezione dei cittadini con più di 65 anni, in generale, i cittadini europei reputano più difficile che facile reperire informazioni riguardo l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto nei viaggi. Infatti, una volta raggruppate le categorie simili, ossia “molto facile” con “piuttosto facile” e “piuttosto difficile” con “molto difficile”, è possibile rappresentare l'opinione dei cittadini europei utilizzando come informazione la nuova moda ottenuta nelle diverse classi d'età, che sarà dunque, molto sinteticamente, “facile” o “difficile”.

Tramite la medesima operazione, si giunge alla conclusione che, i cittadini di 19 Stati membri su 27 reputano che sia difficile reperire informazioni riguardo l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto nei viaggi; la percentuale più bassa è stata rilevata in Estonia, con il 28.8% delle preferenze, mentre quella più alta è stata rilevata in Grecia con il 65.5%, dove ha ottenuto una forte adesione la precedente modalità di risposta “molto difficile”, che ha contribuito a determinare “difficile” come nuova moda. I cittadini di 8 Paesi membri dell'UE, invece, hanno reputato che sia facile reperire informazioni riguardo l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto nei viaggi: tra questi, la percentuale più bassa è stata rilevata in Ungheria, con il 41.3% delle preferenze, e quella più alta in Irlanda, con il 49.1% delle preferenze. Tra questi, si trovano anche Germania, Austria, Croazia, Malta, Lussemburgo e Slovenia. Le opinioni dei cittadini europei a riguardo sono riassunte tramite il grafico 20.

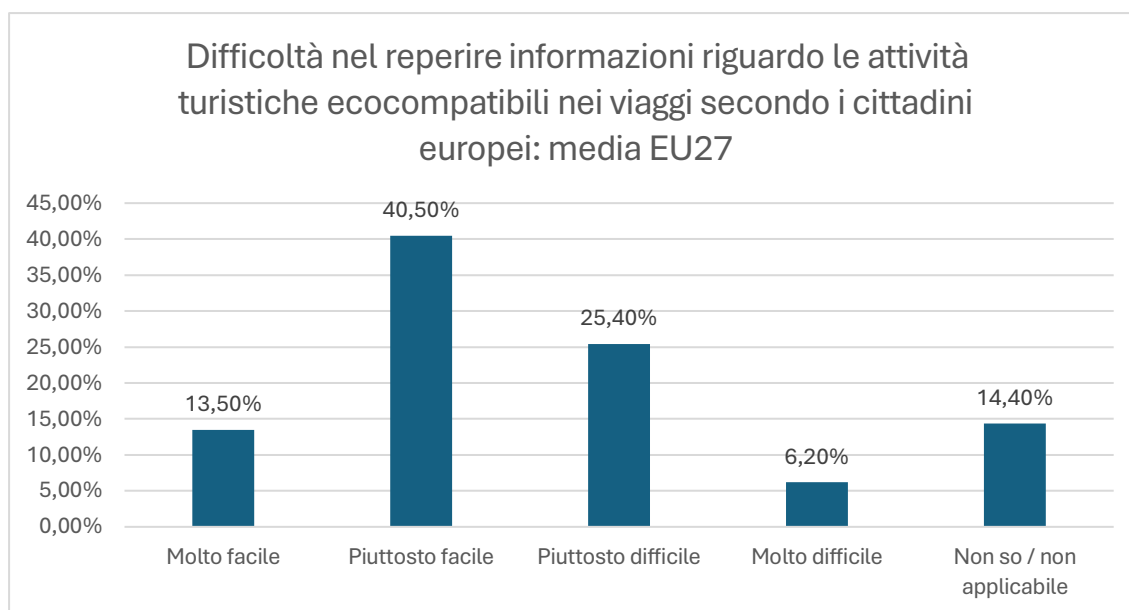


*Grafico 20: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

## 6.2 Attività turistiche ecocompatibili nella destinazione

Ai cittadini europei intervistati per l'Eurobarometro Flash 499 è stato chiesto “quanto è facile o difficile per te trovare informazioni affidabili per la pianificazione del tuo viaggio, per quanto riguarda le attività turistiche ecocompatibili nella destinazione?”. I risultati ottenuti dalle risposte date a questa domanda sono riassunti tramite il grafico 21.





*Grafico 21: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Per quanto riguarda le attività turistiche ecocompatibili nei viaggi, la maggioranza dei cittadini europei ritiene che trovare informazioni a riguardo sia “piuttosto facile”, con il 40.5% delle preferenze. Questa modalità di risposta, dunque, rappresenta la moda, ma anche la mediana; infatti, la percentuale cumulativa associata a questa modalità di risposta, includendo dunque le preferenze rivolte a “molto facile” e a “piuttosto facile”, è superiore al 50% delle preferenze. In generale, dai risultati ottenuti tramite la media EU27, pesata secondo le proporzioni conosciute della popolazione residente in ciascuno Stato membro, possiamo affermare che il 54% dei cittadini europei ritiene che reperire informazioni riguardo le attività ecocompatibili nei viaggi sia “facile”, mentre il 31.6% ritiene che sia “difficile”.

Non si rilevano grosse differenze tra quanto espresso dai cittadini e dalle cittadine dell'Unione Europea: infatti, in entrambi i casi, e così come per la media EU27 appena descritta, la modalità di risposta “piuttosto facile” rappresenta la moda e la mediana relativa alla variabile “difficoltà nel reperire informazioni riguardo le attività turistiche ecocompatibili nei viaggi”, rispettivamente con il 40.1% e 40.8% delle preferenze. Volendo riassumere le opinioni espresse dagli intervistati per l'Eurobarometro Flash 499, si può evincere dal grafico 22 che la maggioranza degli uomini e delle donne ritiene

che reperire informazioni riguardo le attività turistiche ecocompatibili sia più “facile” che “difficile”.

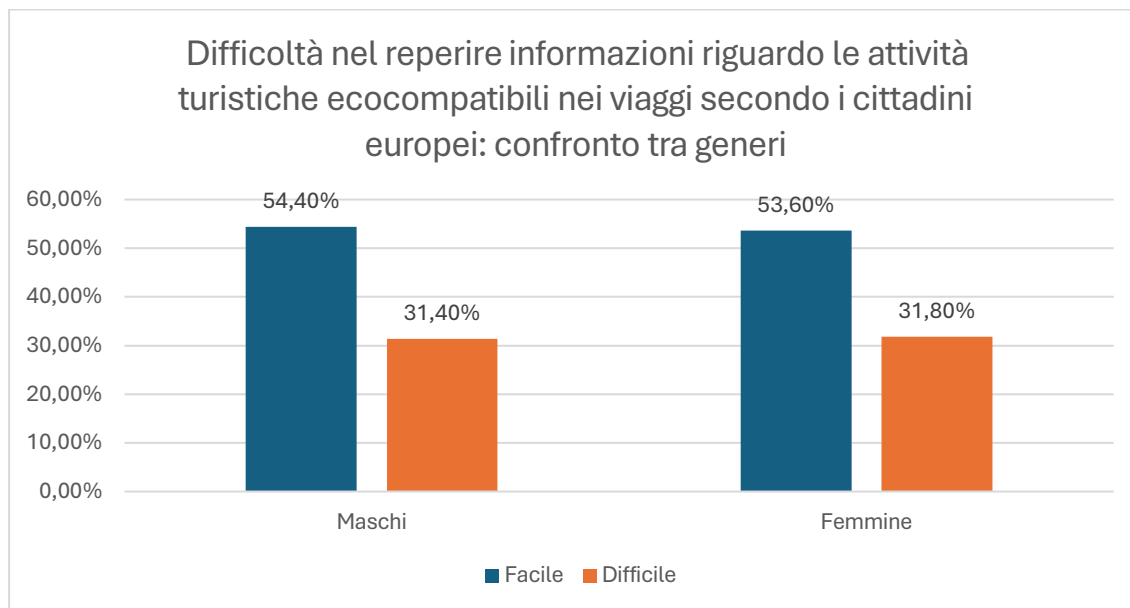


Grafico 22: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall' Eurobarometro Flash 499.

Come è possibile riscontrare tramite il grafico 23, l'opinione dei cittadini riguardo la difficoltà nel reperire informazioni relative alle attività turistiche ecocompatibili nei viaggi è invariante rispetto all'età; infatti, in tutte le fasce d'età che sono state intervistate per l' Eurobarometro Flash 499, la moda coincide con la modalità di risposta “facile”.

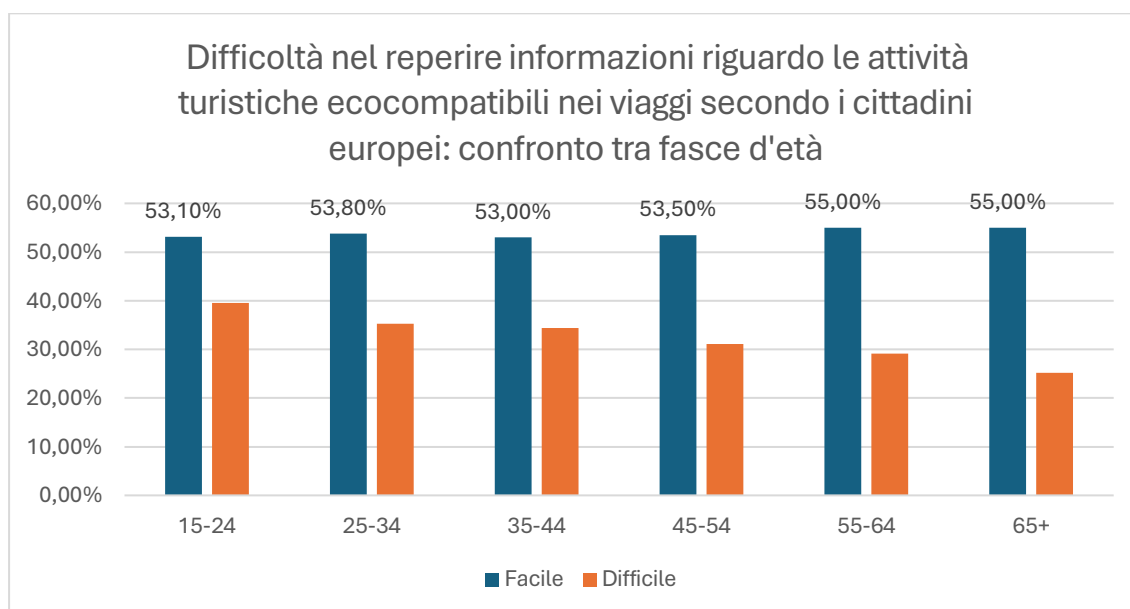


Grafico 23: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall' Eurobarometro Flash 499.

La situazione all'interno dell'UE è piuttosto omogenea, in relazione al tema trattato; i cittadini di 25 su 27 Paesi Membri concordano nell'affermare che reperire informazioni riguardo le attività turistiche ecocompatibili nei viaggi sia più "facile" che "difficile". Fanno eccezione solamente i cittadini di Svezia e Danimarca. Nel primo caso, la moda è rappresentata dall'opzione "piuttosto difficile", determinando così una maggiore propensione verso la modalità cumulativa "difficile", con il 49,1% delle preferenze, contro il 40% delle preferenze ottenute dall'opzione cumulativa "facile". Nel caso dei cittadini danesi, invece, la moda sarebbe rappresentata dall'opzione di risposta neutra "non so / non applicabile", che ha ottenuto il 38,2% delle preferenze; tra le opzioni "facile" e "difficile" risulta comunque essere più diffusa, con il 34,5% delle preferenze, l'opzione "difficile".

Poiché le preferenze dei cittadini europei non variano particolarmente di Stato in Stato, risulta essere più interessante, rispetto ai casi precedenti, indagare con quale grado di accordo i cittadini di ciascuno Stato membro si sono espressi a favore dell'opzione "facile", quando interrogati circa la difficoltà nel reperire informazioni riguardo le attività turistiche ecocompatibili nei viaggi. Pertanto, il grafico 24 riassume le preferenze espresse dai cittadini di ciascuno dei 25 Stati membri dell'UE, dove ha prevalso l'opzione "facile", nei confronti di questa modalità di risposta. Il paese che ha ottenuto il minor numero di preferenze verso l'opzione "facile" è l'Ungheria, con il 30,7%, mentre quello che ne ha ottenute di più è la Slovenia, con il 72,5%.

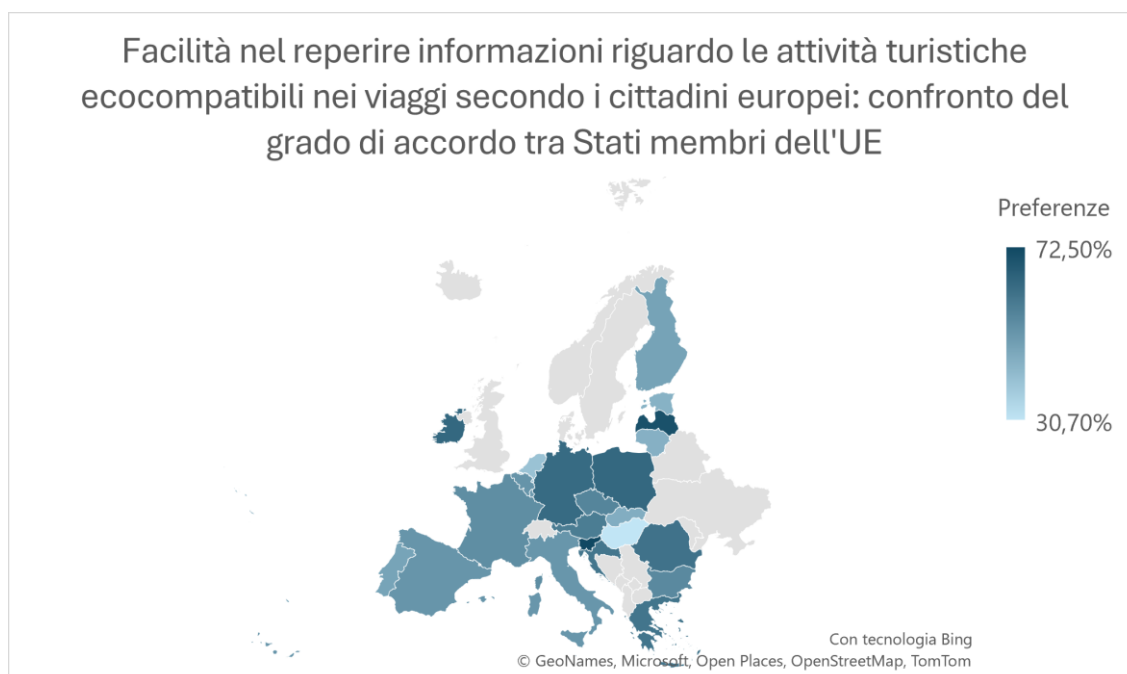


Grafico 24: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

### 6.3 Certificazioni di sostenibilità degli alloggi

Le opinioni espresse dai cittadini europei riguardo la disponibilità delle informazioni relative alle certificazioni di sostenibilità degli alloggi sono rappresentate tramite il grafico 25.

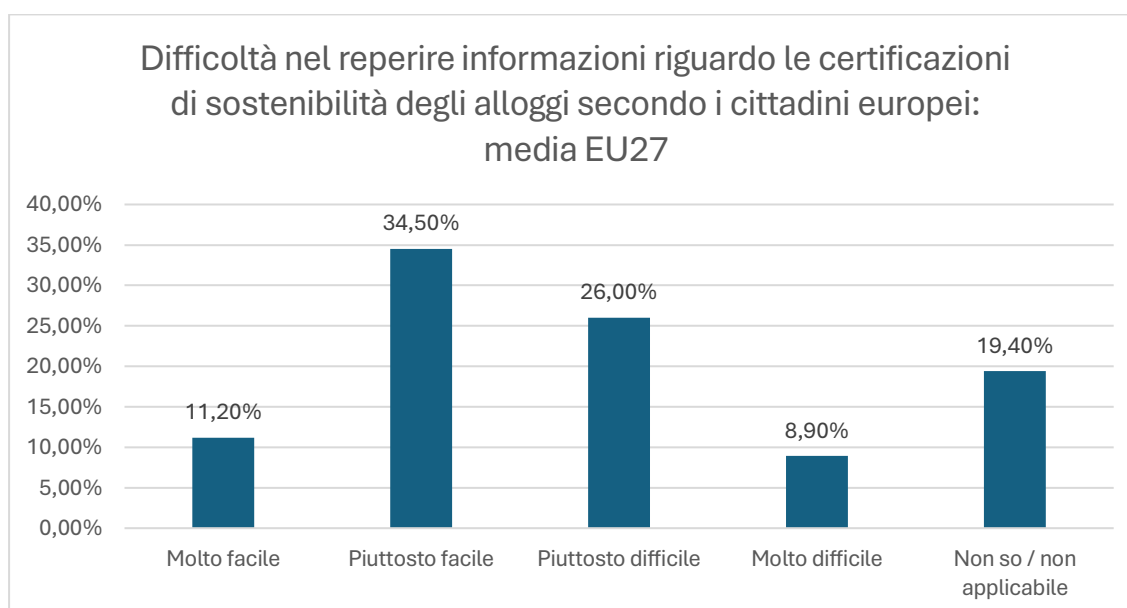
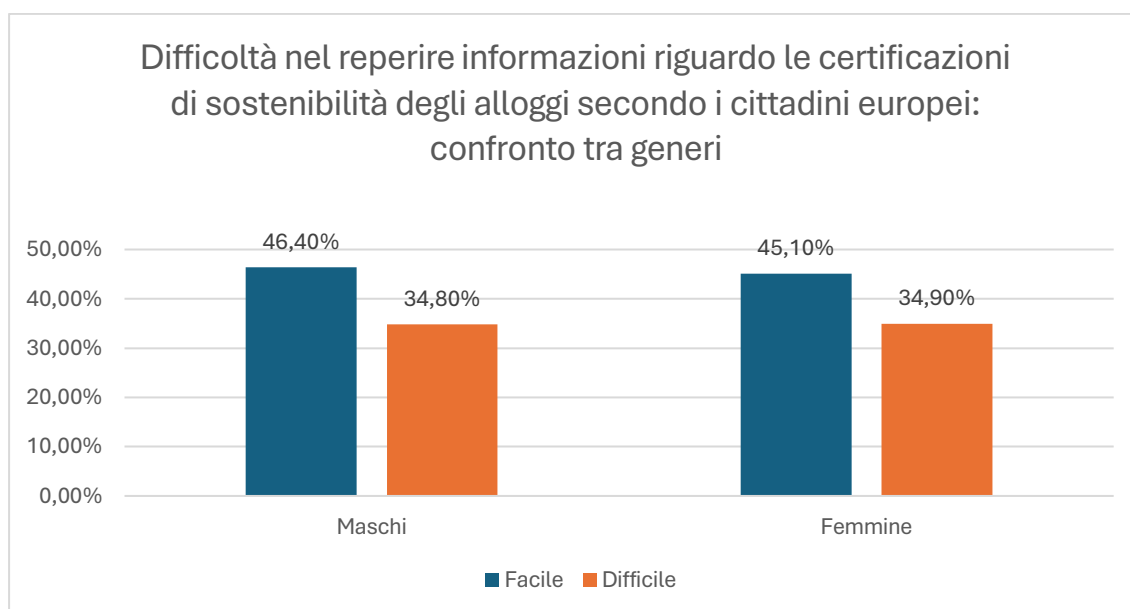


Grafico 25: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

La modalità di risposta che ha ottenuto il maggior numero di preferenze e che, dunque, coincide con la moda, è “piuttosto facile”, con il 34.5% delle preferenze. Volendo utilizzare una categorizzazione binaria per riassumere quanto espresso dai cittadini europei su questo tema, si giunge alla conclusione che il 45.7% dei cittadini ritiene che reperire informazioni riguardo le certificazioni di sostenibilità degli alloggi sia “facile”, mentre il 34.9% ritiene che sia “difficile”. Si può dunque dedurre che, per i cittadini europei, reperire informazioni riguardo le certificazioni di sostenibilità degli alloggi è più facile che difficile.

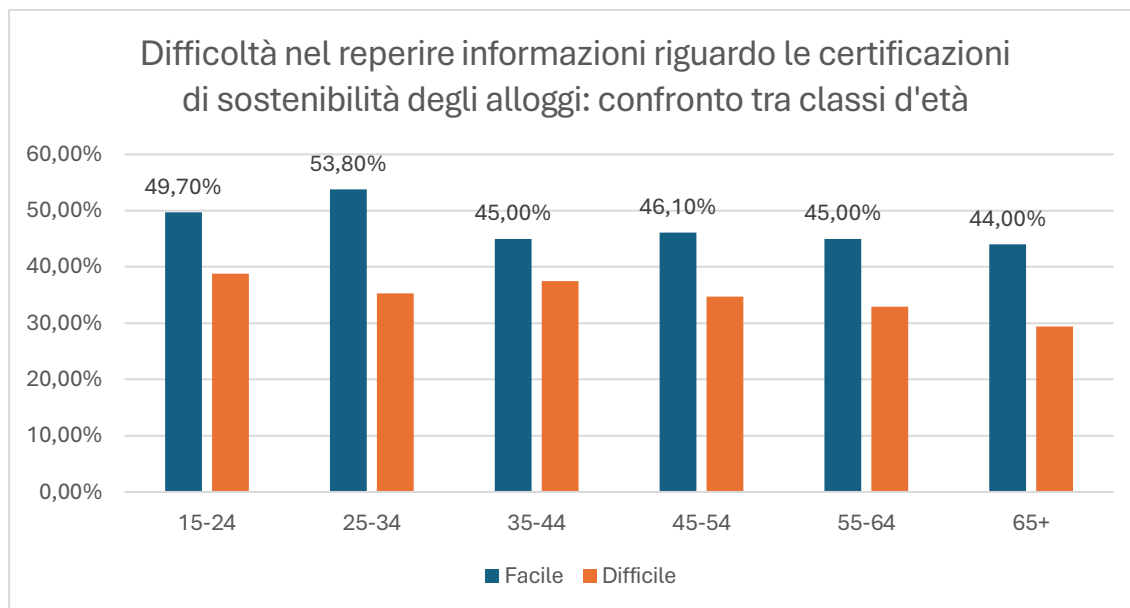


*Grafico 26: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

L'opzione di risposta “piuttosto facile” rappresenta la moda anche nella popolazione maschile e femminile; ciononostante, come per la media EU27, non rappresenta la mediana. Volendo riassumere le opinioni di maschi e femmine, si può affermare che, così come rappresentato tramite il grafico 26, il 46.4% dei maschi e il 45.1% delle femmine ritiene che reperire informazioni riguardo le certificazioni di sostenibilità degli alloggi sia “facile”, mentre il 34.8% dei maschi e il 34.9% delle femmine ritiene che sia “difficile”.

Non risultano esserci particolari differenze tra le opinioni espresse dai cittadini più giovani e quelle espresse dai cittadini più anziani: tutte le fasce d'età coinvolte nell'indagine concordano nell'affermare che reperire informazioni riguardo le certificazioni di sostenibilità degli alloggi sia più facile che difficile. In

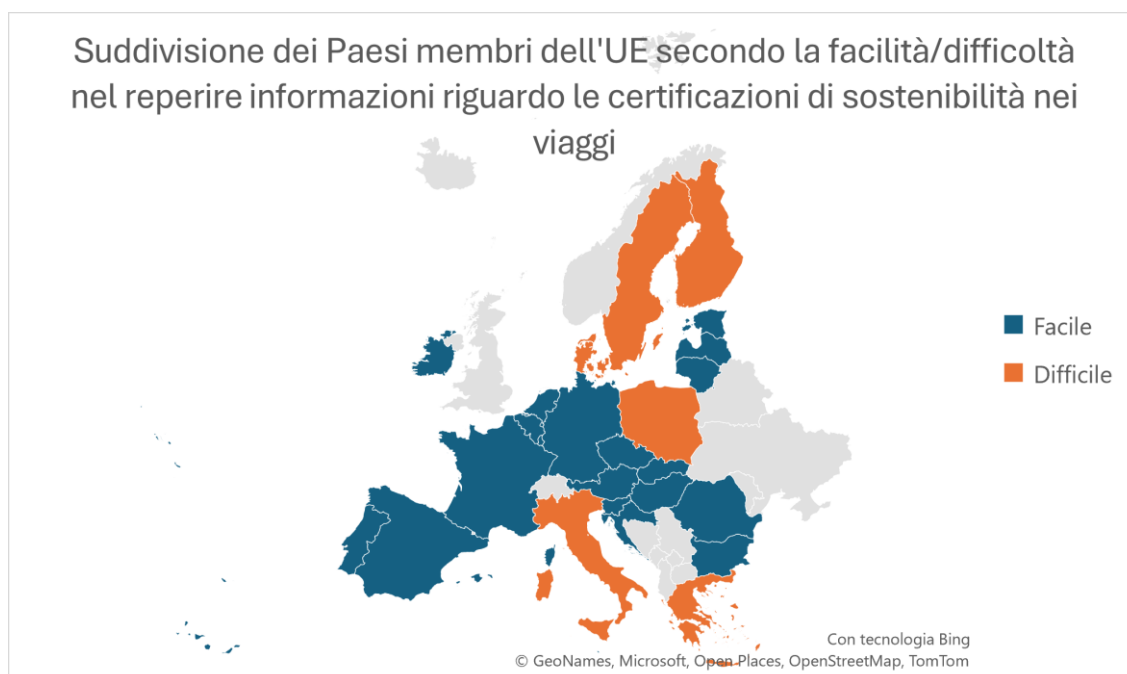
particolare, le preferenze espresse verso l'opzione "facile" vanno da un minimo del 44%, tra i cittadini di 65 anni o più, a un massimo di 53.8%, tra i cittadini con età compresa tra 25 e 34 anni. Quanto appena descritto è rappresentato nel grafico 27.



*Grafico 27: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

I cittadini di 20 su 27 Paesi membri dell'Unione Europea reputano, così come emerso dalla media EU27, pesata secondo le proporzioni conosciute di ogni Stato, che reperire informazioni riguardo le certificazioni di sostenibilità degli alloggi sia più facile che difficile; le percentuali più basse sono state riscontrate in Estonia, con il 35.9% delle preferenze, mentre le più alte in Romania, con il 65.9% delle preferenze.

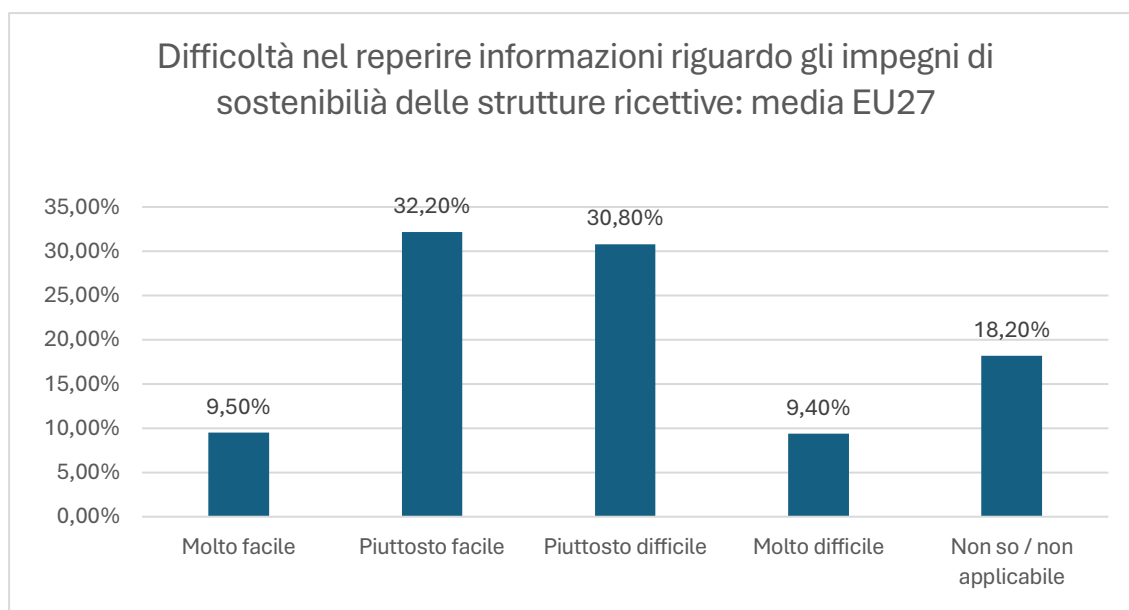
Si discostano dalla media europea, invece, 7 Paesi: Cipro, Italia, Grecia, Finlandia, Danimarca, Polonia e Svezia. Tra questi, le percentuali più basse espresse verso l'opzione di risposta "difficile" sono state rilevate in Danimarca, con il 33.8% di preferenze, mentre quelle più alte sono state rilevate in Grecia, con il 55.7% delle preferenze.



*Grafico 28: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

## 6.4 Impegni di sostenibilità delle strutture ricettive

Volendo analizzare la difficoltà nel reperire informazioni riguardo gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive, è possibile notare che per la maggior parte dei cittadini, ciò risulta “piuttosto facile”, ottenendo il 32.2% delle preferenze, come dimostrato dalla media europea pesata EU27 rappresentata tramite il grafico 29. Ciononostante, questa modalità non corrisponde alla mediana; infatti, la percentuale cumulativa delle preferenze supera il 50% solo in corrispondenza della modalità “piuttosto difficile”. In generale, risulta che, per il 41.7% dei cittadini europei, reperire informazioni riguardo gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive è “facile”, mentre per il 40.2% risulta “difficile”.



*Grafico 29: grafico a barre, dati provenienti dall'eurobarometro Flash 499.*

Per la prima volta nell'analizzare una variabile relativa alle informazioni riguardanti la sostenibilità nel viaggio, si nota una certa discrepanza tra cittadini e cittadine. I primi, infatti, ritengono, per la maggior parte, che reperire informazioni riguardo gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive sia "facile", mentre la maggioranza delle femmine ritiene, per la maggior parte, che ciò sia "difficile". Nonostante si tratti di differenze minime in termini percentuali, va evidenziata una situazione inusuale rispetto a quanto analizzato fin ora. Inoltre, se nei maschi la moda corrisponde alla modalità "piuttosto facile", ovvero alla stessa modalità osservata nella popolazione totale, tramite la media pesata EU27, nelle femmine, invece, non esiste una moda univoca. Infatti, le modalità "piuttosto facile" e "piuttosto difficile" hanno ottenuto entrambe il 31.8% delle preferenze tra le femmine.



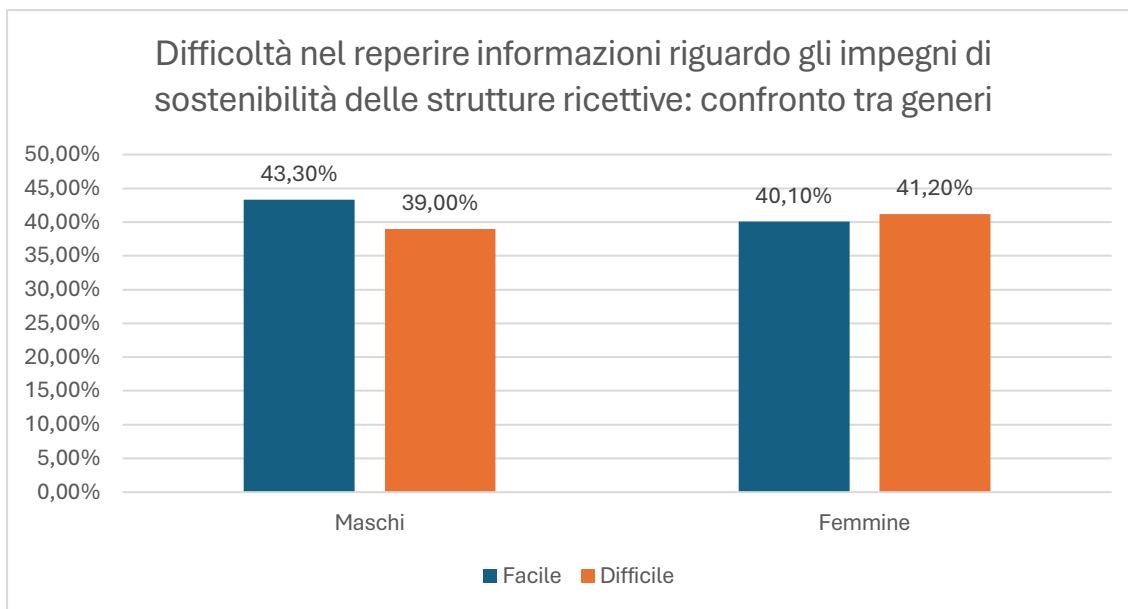


Grafico 30: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

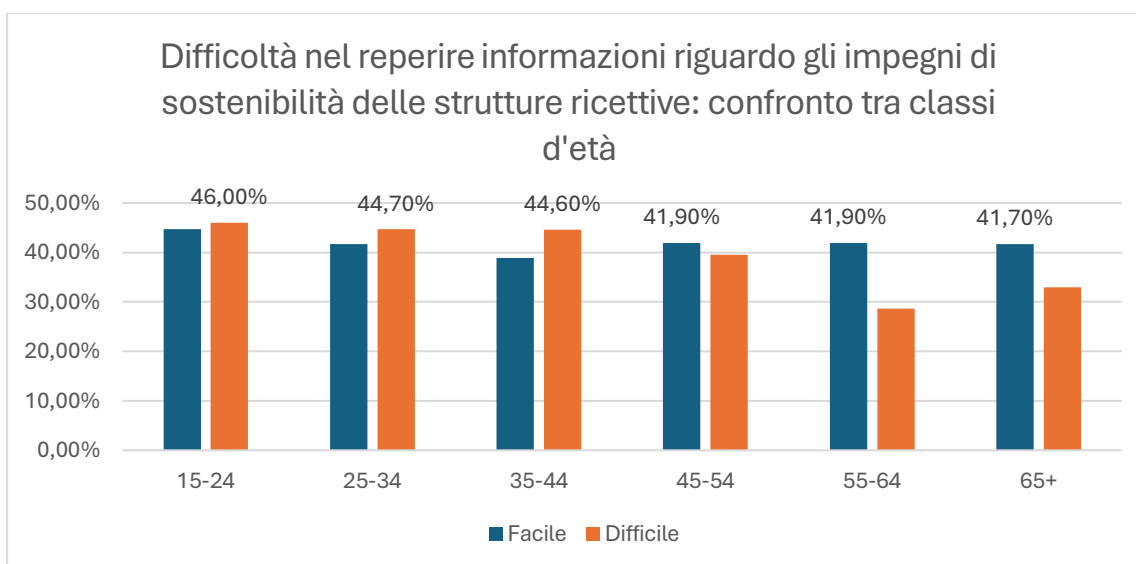
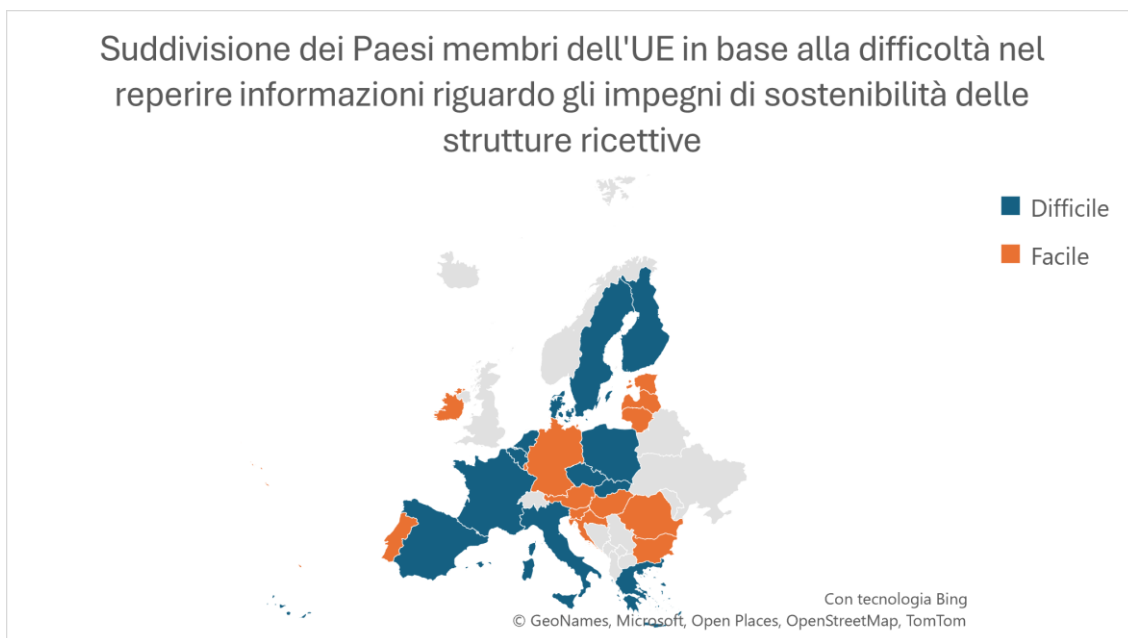


Grafico 31: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

La variabile che viene qui analizzata non risulta essere invariante rispetto all'età, come è successo in precedenza. In questo caso è possibile notare, tramite il grafico 31, che l'atteggiamento nel reperire informazioni riguardo gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive, è simile entro le prime tre classi d'età ed entro le ultime tre, mentre è differente tra i due raggruppamenti. Infatti, nelle classi d'età più giovani, cioè tra i cittadini di età compresa tra 15 e 44 anni, la moda corrisponde alla modalità "difficile", mentre nelle classi d'età

successive, cioè tra i cittadini di età superiore a 45 anni, la moda corrisponde alla modalità “facile”. Ciò deriva dal fatto che, prima dell’aggregazione delle modalità di risposta, la moda nelle prime tre classi d’età corrispondeva a “piuttosto difficile” e la moda nelle successive classi d’età corrispondeva a “piuttosto facile”; viene pertanto mantenuta la diversa tendenza dei due gruppi.

L’argomento trattato risulta essere piuttosto variabile, oltre che a livello anagrafico, anche sul piano geografico. Esiste in questo caso una divisione netta tra gli Stati i cui cittadini reputano che reperire informazioni riguardo gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive sia “facile” e quelli i cui cittadini reputano che sia “difficile”. La situazione è piuttosto divisiva, in quanto 14 Paesi membri dell’UE seguono la media EU27, dichiarando, dunque, una propensione verso la modalità di risposta “facile”, mentre gli altri 13 Paesi propendono verso la modalità “difficile”. La suddivisione dei Paesi, secondo quanto appena detto, è rappresentata tramite il grafico 32.



*Grafico 32: grafico a mappa, dati provenienti dall’eurobarometro Flash 499.*

## 6.5 La sostenibilità del viaggio: una misura riassuntiva

Volendo analizzare, più genericamente, gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della difficoltà nel reperire informazioni circa la sostenibilità nel viaggio, è possibile, dopo aver analizzato individualmente ciascuno degli aspetti coinvolti, valutarli nel loro insieme, tramite una media pensata per evidenziare esclusivamente le risposte valide. Questa media terrà dunque conto delle tematiche appena affrontate: l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto, le attività turistiche ecocompatibili nella destinazione, le certificazioni di sostenibilità degli alloggi e gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive.

Le risposte "non so / non applicabile" date alle domande analizzate in precedenza, riguardanti la sostenibilità, sono state, in media, 4.702, cioè il 18.3% del totale. Volendo analizzare solamente le risposte valide, si può considerare il totale delle risposte date, al netto delle risposte non valide, e rapportando il numero di risposte date a ciascuna modalità valida, a questo nuovo totale. Si ottengono così delle nuove percentuali, rappresentate tramite il grafico 33.

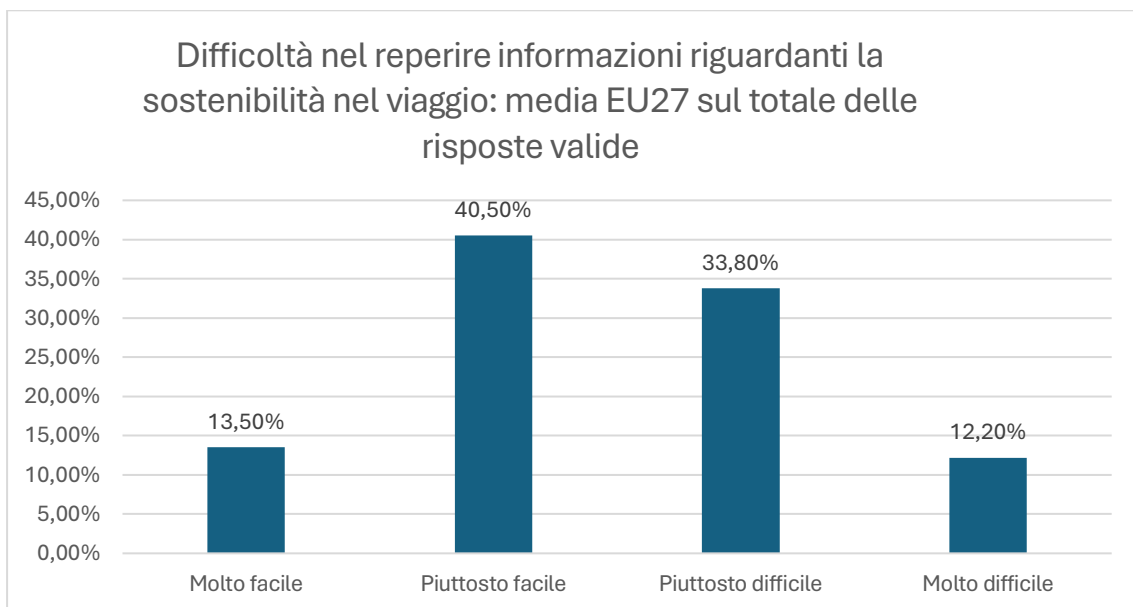


Grafico 33: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

Risulta dunque evidente che, per la maggior parte, i cittadini europei ritengono che reperire informazioni riguardanti la sostenibilità nel viaggio sia "piuttosto

facile”; si è ottenuto che il 54% dei rispondenti, tra quelli che hanno espresso risposte valide, ritiene che ciò sia “facile” e il restante 46% ritiene che ciò sia “difficile”.

Il grafico 34 permette di approfondire eventuali differenze nell’atteggiamento tenuto da maschi e femmine circa la difficoltà nel reperire informazioni riguardanti la sostenibilità nel viaggio; tuttavia, non si scorgono particolari discrepanze. Le risposte non valide sono state, in media, 2.184 tra i maschi, pari al 17.7% del totale, e 2.492 tra le femmine, pari al 18.9% delle risposte espresse. In entrambi i casi, così come per la media appena presentata nel grafico 33, la moda corrisponde alla modalità di risposta “piuttosto facile”, che è anche mediana; pertanto, per entrambi i generi, reperire informazioni circa la sostenibilità nel viaggio risulta essere più facile che difficile.

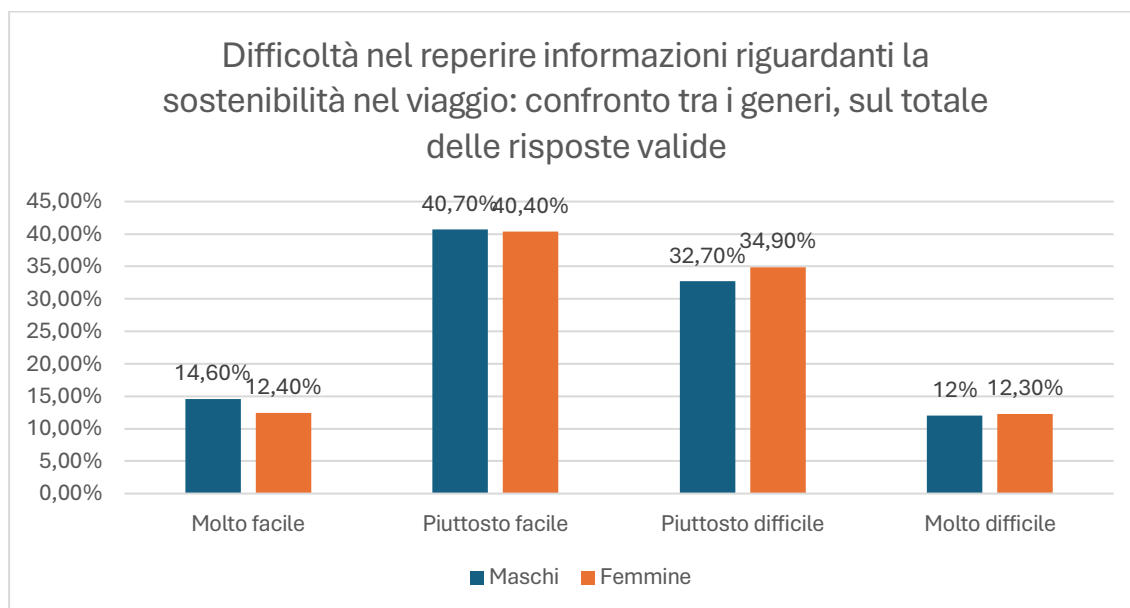


Grafico 34: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall’Eurobarometro Flash 499.

Così come accaduto per la media EU27 riferita al totale degli intervistati, anche la suddivisione tra maschi e femmine mostra una maggiore propensione dei rispondenti verso le modalità più moderate (“piuttosto facile” e “piuttosto difficile”), rispetto a quelle più estreme (“molto facile” e “molto difficile”); ciò spiega, in parte, lo scarto ridotto tra le due modalità di risposta “facile” e “difficile”.

## 7. Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della difficoltà nel reperire informazioni riguardanti l'autenticità del viaggio

Dopo aver analizzato gli aspetti riguardanti la disponibilità di informazioni circa la sostenibilità del viaggio, risulta interessante approfondire un nuovo ambito, quello dell'autenticità del viaggio. Si tratta di un titolo utile a descrivere la disponibilità delle informazioni circa sia la possibilità di impegnarsi in autentiche attività locali, sia l'approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti. Rimane infatti una priorità, per alcuni, vivere durante un viaggio un'esperienza quanto più autentica e rispettosa dei costumi e delle tradizioni del posto. Pertanto, le due variabili che verranno analizzate in seguito, rappresentano solo una dimensione di questo tema, che risulta essere molto rilevante per quanto riguarda l'esperienza del viaggio.

### 7.1 Come impegnarsi in autentiche attività locali

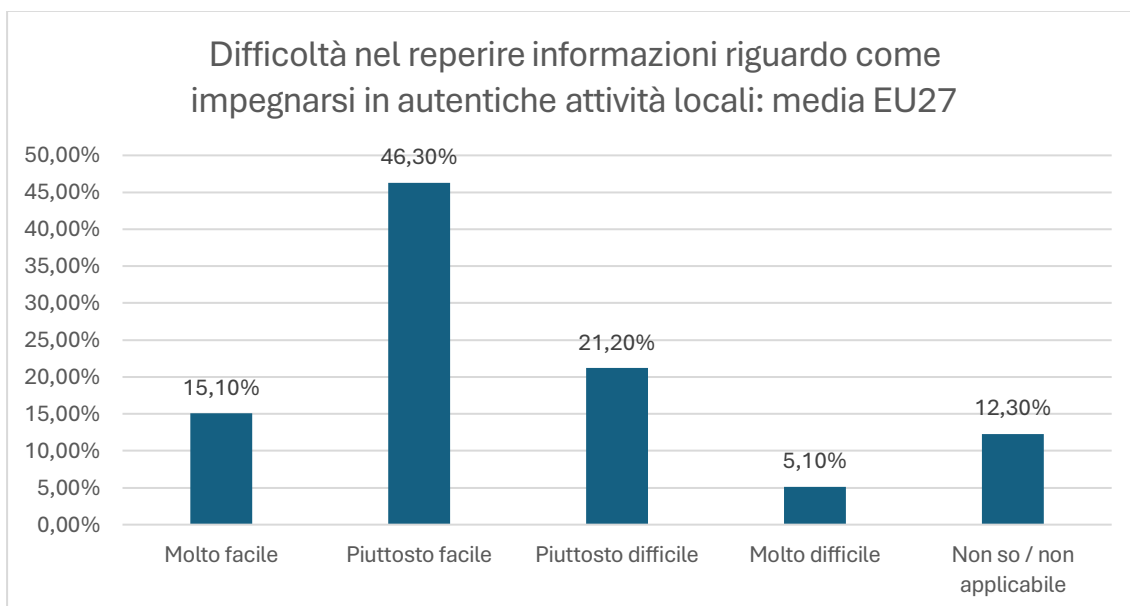
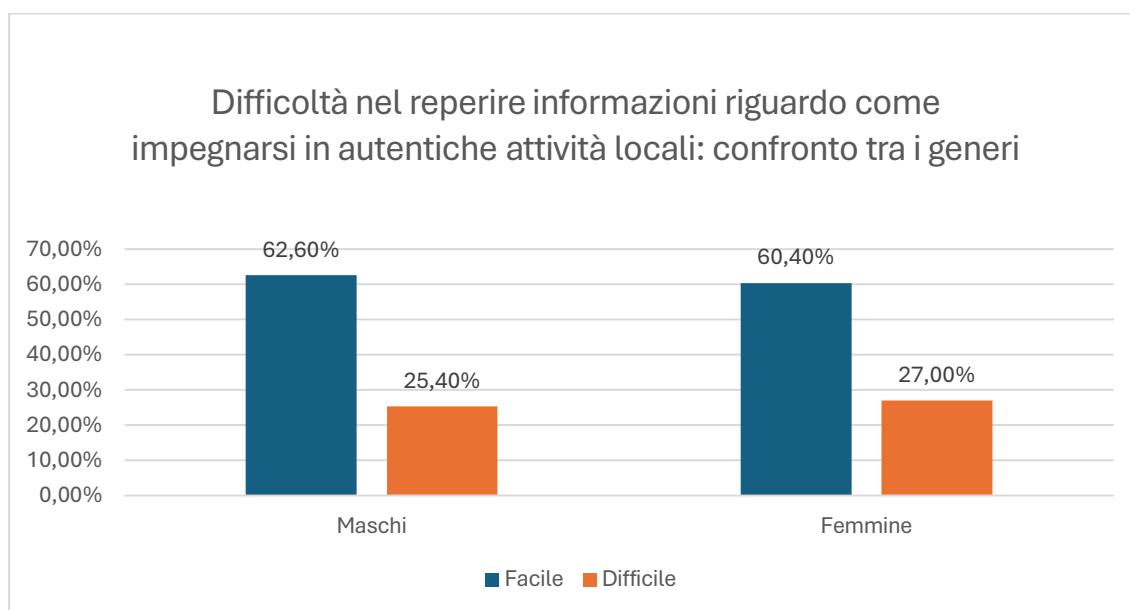


Grafico 35: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

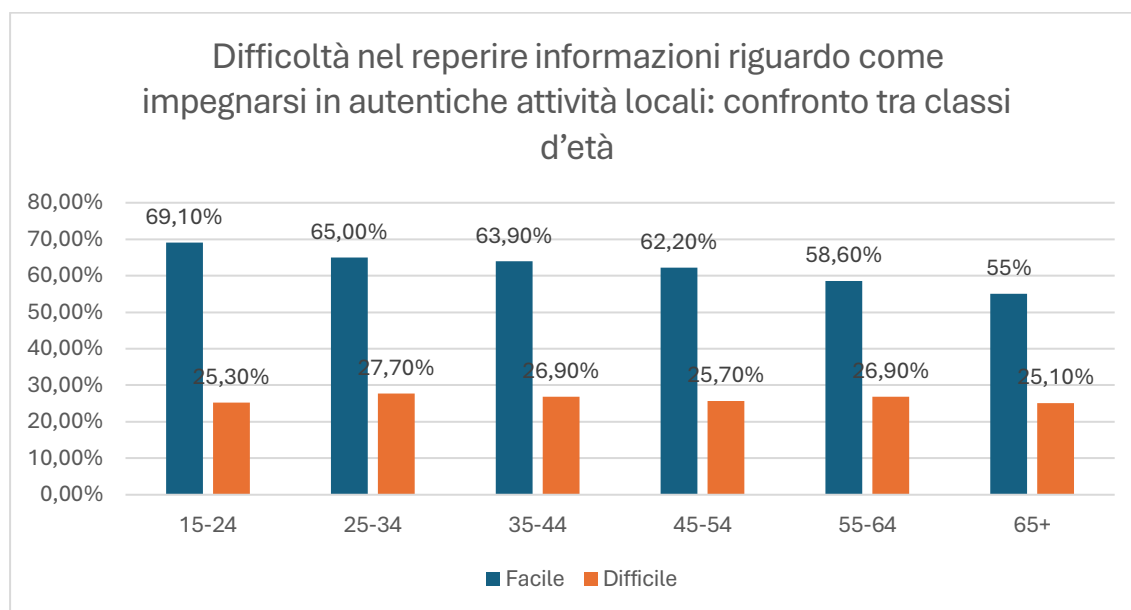
Il grafico 35 rappresenta la media ponderata EU27 relativa alla variabile “quanto è facile o difficile per te trovare informazioni affidabili per il tuo viaggio, riguardo a come impegnarsi in autentiche attività locali?”. Emerge, dunque, il fatto che, per la maggior parte dei cittadini europei (precisamente il 46.3%), reperire informazioni circa come impegnarsi in autentiche attività locali è “piuttosto facile”. Questa modalità di risposta rappresenta dunque la moda, ma anche la mediana. Da ciò si può dedurre che, in una categorizzazione di risposta binaria “facile” / “difficile”, la modalità di risposta “facile” rappresenta anch’essa sia la moda sia la mediana, ottenendo il 61.4% delle preferenze, contro la modalità “difficile”, che ha invece ottenuto il 26.3%. Pertanto, per i cittadini europei, risulta che reperire informazioni circa come impegnarsi in autentiche attività locali è più facile che difficile.



*Grafico 36: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurometro Flash 499.*

Non risultano esserci particolari differenze nell'atteggiamento dei cittadini maschi e femmine circa il reperire informazioni riguardo come impegnarsi in autentiche attività locali; anche per i sottogruppi maschi e femmine, così come per la popolazione totale degli intervistati, rappresentata dal grafico 34, la moda coincide con la modalità “piuttosto facile”. Anche utilizzando la categorizzazione riassuntiva “facile” / “difficile”, non emergono particolari diversità tra i generi; il 62.6% dei maschi e il 60.4% delle femmine ritiene che reperire informazioni riguardo come impegnarsi in autentiche attività locali sia “facile”, mentre il

25.4% dei maschi e il 27% delle femmine ritiene che sia “difficile”. Sia per i cittadini che per le cittadine dell’Unione Europea, reperire informazioni riguardo come impegnarsi in autentiche attività locali è più facile che difficile.



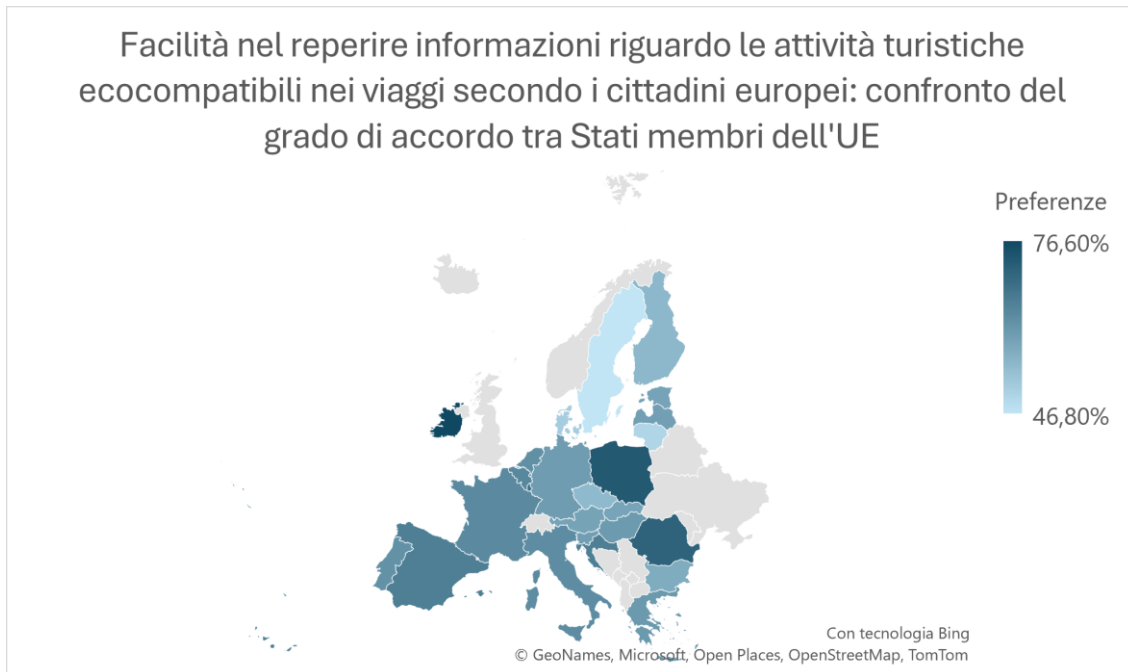
*Grafico 37: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall’Eurobarometro Flash 499.*

Tramite il grafico 37, è possibile notare che la variabile in esame e la variabile età, qui espressa in classi, hanno un tipo di associazione inversa; al crescere dell’età diminuisce la “facilità” nel reperire informazioni circa come impegnarsi in autentiche attività locali. Infatti, la percentuale più alta si rileva in corrispondenza della classe d’età più giovane e quella più bassa nella fascia d’età più anziana.

Ciononostante, così come per i maschi e le femmine, anche in questo caso, per tutte le classi di età, la moda è rappresentata inizialmente dalla modalità “piuttosto facile”, e, dopo la categorizzazione, dalla modalità “facile”.

Per la prima volta in questo tipo di analisi, la variabile in esame non risulta essere associata con la nazionalità del rispondente. Infatti, in tutti i 27 Paesi membri dell’Unione Europea, la maggior parte dei cittadini ha espresso la propria preferenza verso la modalità di risposta “facile”. Ciò significa che in tutti gli Stati membri dell’UE, i cittadini reputano che reperire informazioni circa la possibilità di impegnarsi in autentiche attività locali sia più facile che difficile.

Risulta perciò più interessante analizzare il grado con cui i cittadini di ciascuno Stato hanno espresso questa preferenza.



*Grafico 38: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Il grafico 38 mostra come le preferenze espresse a favore dell'opzione "facile" variano in ciascuno Stato, partendo da un minimo del 46.8%, in corrispondenza della Svezia, fino ad un massimo del 76.6%, in corrispondenza dell'Irlanda.



## 7.2 Approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti

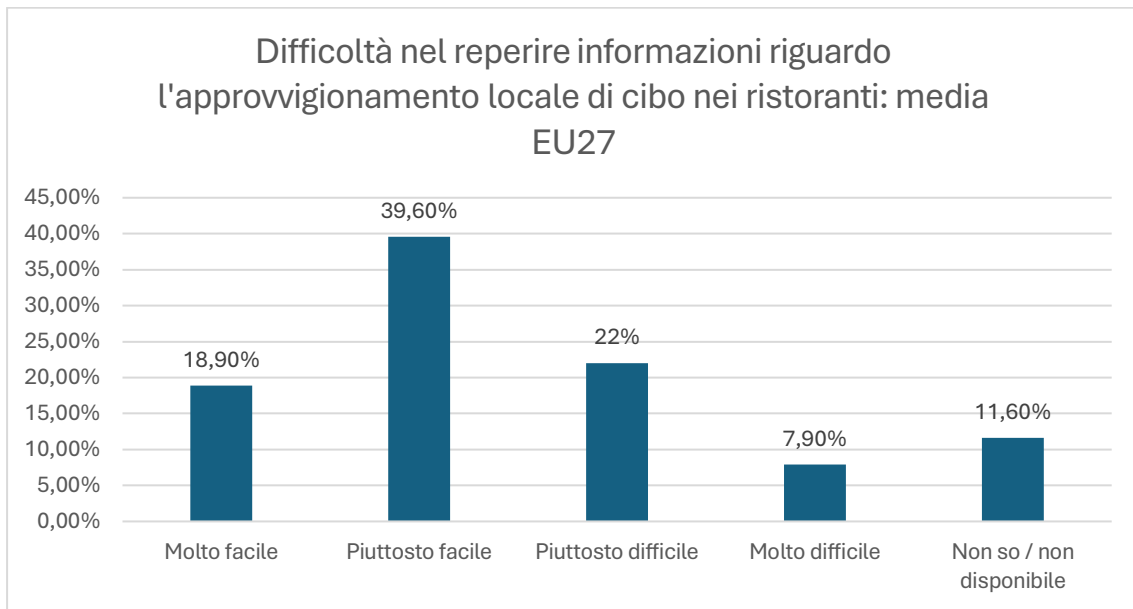
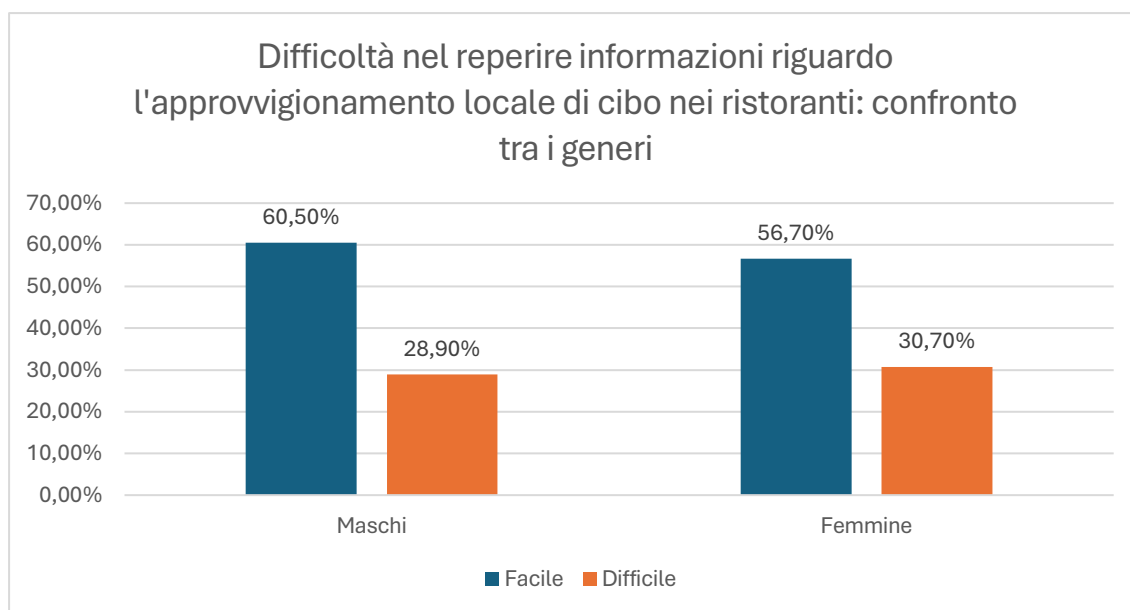


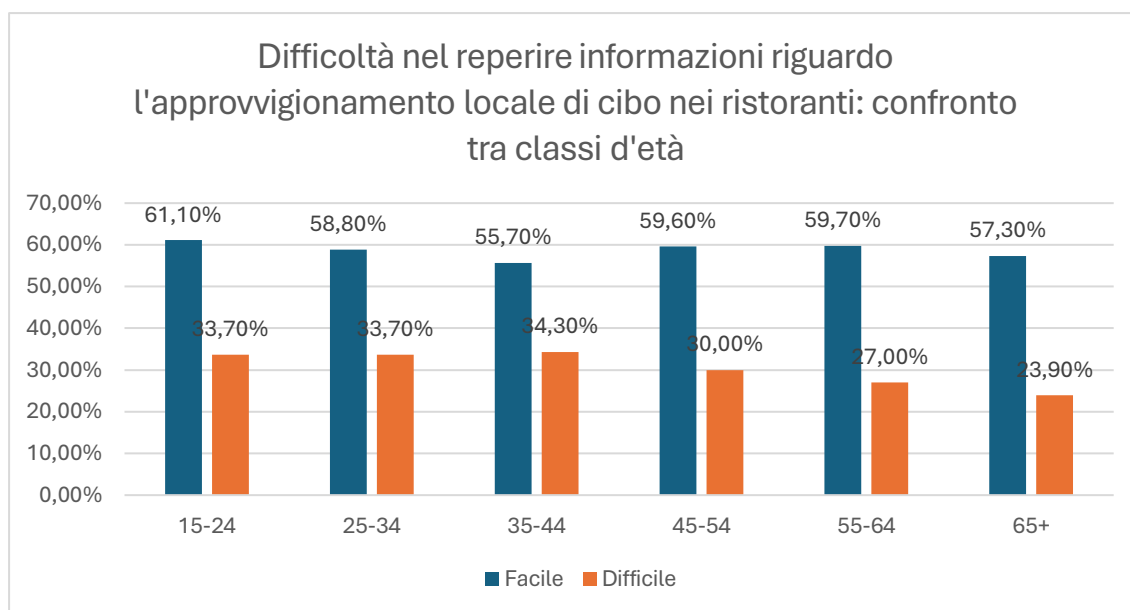
Grafico 39: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

Il grafico 39 riassume le preferenze espresse dai cittadini europei circa la difficoltà riscontrata nel reperire informazioni relative all'approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti. La media ponderata EU27 esprime una certa facilità per i cittadini europei nel reperire le suddette informazioni: infatti, il 58.5% dei rispondenti reputa che reperire informazioni circa l'approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti sia "facile", mentre il 29.9% dei cittadini reputa che sia "difficile". A pesare molto su questa distinzione c'è la modalità "piuttosto facile", che rappresenta moda e mediana della variabile in esame.



*Grafico 40: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

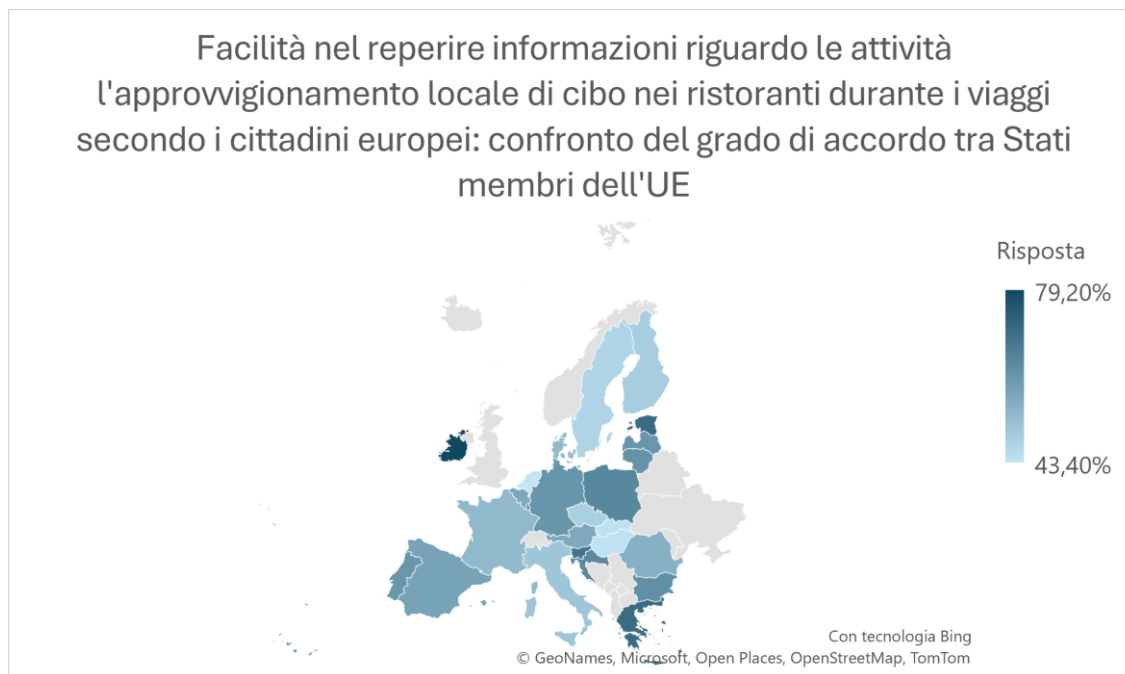
Il grafico 40 permette di approfondire il tema della disponibilità di informazioni relative all'approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti, analizzando gli atteggiamenti di maschi e femmine separatamente. Ciò che emerge è che non sussistono differenze rilevanti nel comportamento tenuto dai due generi circa l'argomento trattato. Per entrambi i sottogruppi di rispondenti, in linea con la media EU27, reperire informazioni circa l'approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti risulta più facile che difficile. Anche in questo caso, a decretare che la moda corrisponda alla modalità "facile" è la precedente modalità "piuttosto facile", che ha ottenuto il 40.2% di preferenze tra i maschi e il 39.2% di preferenze tra le femmine.



*Grafico 41: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Dal grafico 41 non risultano differenze sostanziali nelle risposte espresse dalle varie fasce d'età, circa la disponibilità di informazioni riguardanti l'approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti; in tutte le fasce d'età la modalità "facile" rappresenta la moda e la mediana. Si può pertanto affermare che la difficoltà nel reperire informazioni riguardanti l'approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti non sia strettamente legata alla variabile età, qui espressa in classi.

Poiché in tutti i 27 Paesi membri dell'Unione Europea i cittadini hanno espresso la loro preferenza verso la modalità di risposta "facile", risulta particolarmente interessante valutare il grado di accordo espresso in ciascuno Stato. Tramite il grafico 42 è possibile notare come le percentuali espresse a favore della modalità "facile" variano tra il 43.4%, rilevato nei Paesi Bassi, e il 79.2%, rilevato in Irlanda.



*Grafico 42: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

### 7.3 L'autenticità del viaggio: una misura riassuntiva

Da quanto è stato analizzato nei precedenti paragrafi, è emerso che la disponibilità delle informazioni relative all'autenticità del viaggio, in entrambe le sue sfaccettature analizzate, non è un tema particolarmente divisivo per i cittadini europei. Si tratta, infatti, di un aspetto che risulta essere affrontato in modo piuttosto simile nelle varie classi d'età, così come fra i generi, e nei diversi Paesi membri dell'Unione Europea.

Il grafico 43 mostra la media delle risposte ottenute alle variabili precedenti, calcolate come percentuale sul totale delle sole risposte valide, escludendo dunque quelle a favore della modalità "non so / non applicabile". Come è evidente, sia dal grafico sia dalle precedenti analisi delle singole variabili, il tema dell'autenticità del viaggio è, per la maggior parte dei cittadini europei, un ambito per il quale è "piuttosto facile" trovare informazioni. In generale, il 68.2% dei cittadini che hanno espresso la loro preferenza verso una modalità di risposta valida, reputa che reperire informazioni circa l'autenticità del viaggio sia "facile".

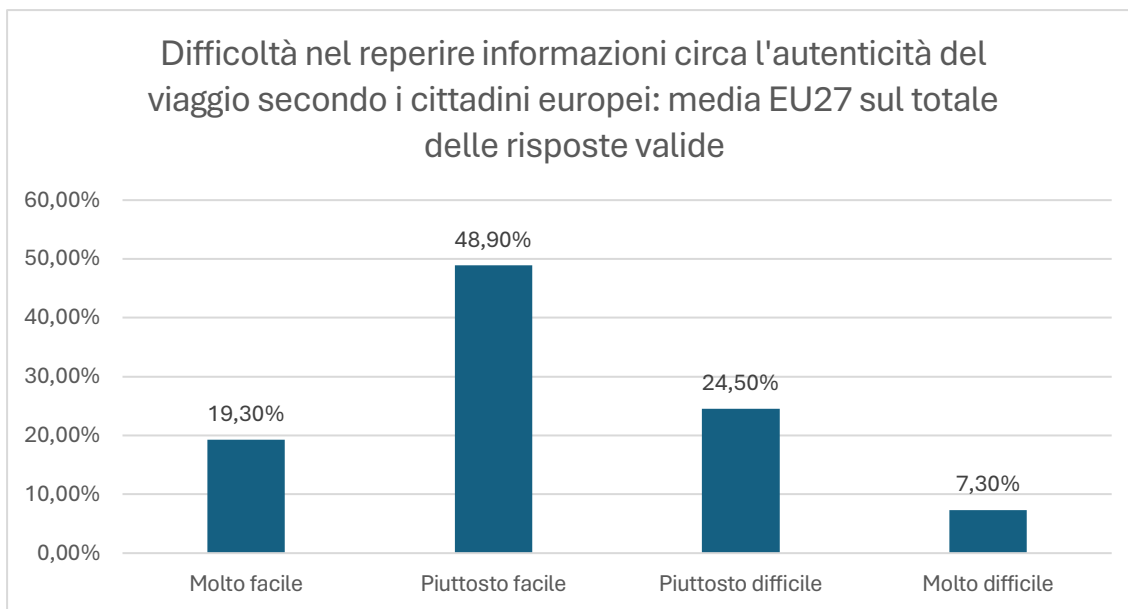


Grafico 43: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

## 8. Gli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti della difficoltà nel reperire informazioni riguardanti l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili

Come ultimo aspetto relativo agli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti del viaggio, tramite l'Eurobarometro Flash 499, si è voluta indagare la difficoltà nel reperire informazioni riguardanti l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili. Con quest'ultima definizione si intendono sia i bambini sia le persone con disabilità o a mobilità ridotta, i quali saranno i protagonisti dei seguenti paragrafi, relativi all'accessibilità della destinazione di viaggio.

### 8.1 Adeguatezza delle destinazioni/attrazioni per i bambini

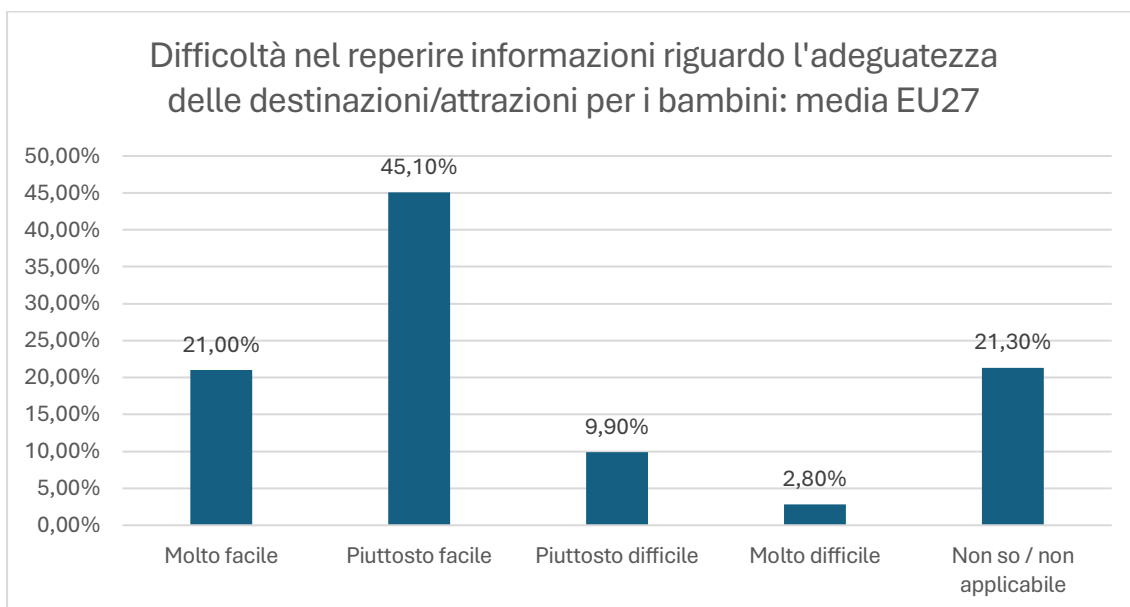


Grafico 44: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

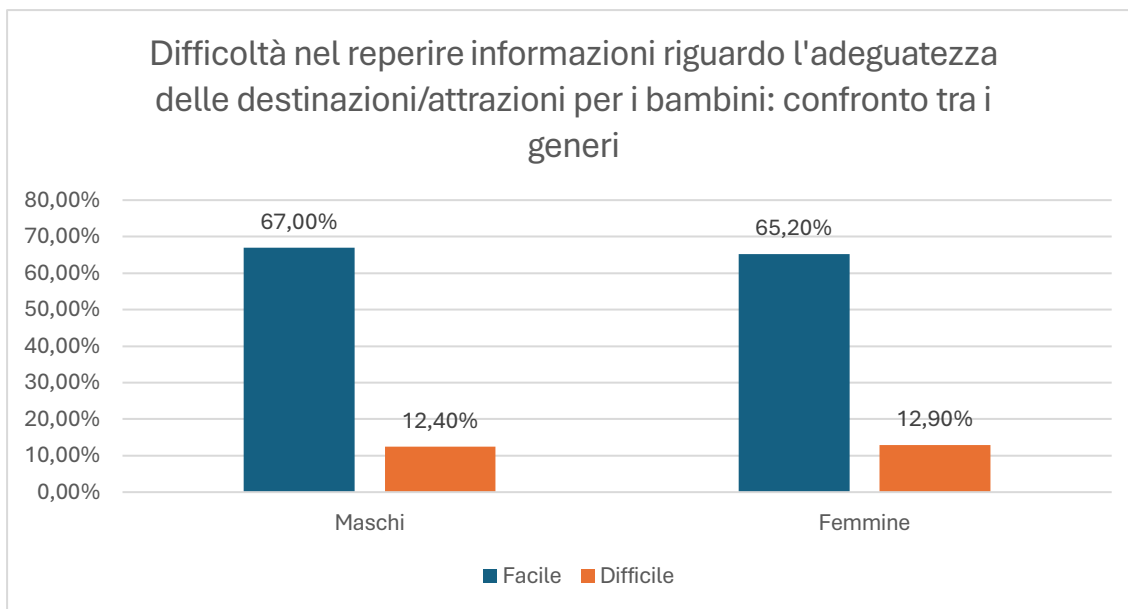
Il grafico 44 riassume le preferenze espresse dai cittadini europei circa il livello di difficoltà riscontrato nel reperire informazioni riguardo l'adeguatezza delle destinazioni/attrazioni per i bambini. Com'è evidente, per la maggior parte degli

intervistati, ciò risulta “piuttosto facile”. Volendo utilizzare la categorizzazione “facile” / “difficile”, si può affermare che per il 66.1% degli intervistati reperire informazioni riguardo l'adeguatezza delle destinazioni/attrazioni per i bambini è “facile”, mentre risulta “difficile” per il 12.7%. Si tratta di uno scarto piuttosto elevato tra le due modalità, specialmente se raffrontato con quanto emerso in altre variabili. Ciò è da attribuirsi anche alla grossa presenza di risposte “non so / non applicabile”; sembra logico immaginare che chi non viaggia con bambini non ha effettivamente occasione di verificare quanto richiesto dalla domanda. A riprova di quanto appena detto, la tabella seguente rappresenta le percentuali a favore della modalità “non so / non applicabile” ottenute a seconda della dimensione della famiglia.

Preferenze \ dimensione della famiglia	1	2	3	4+
Percentuale di risposte a favore della modalità “non so/non applicabile”	27.5%	21.2%	16.4%	15.6%

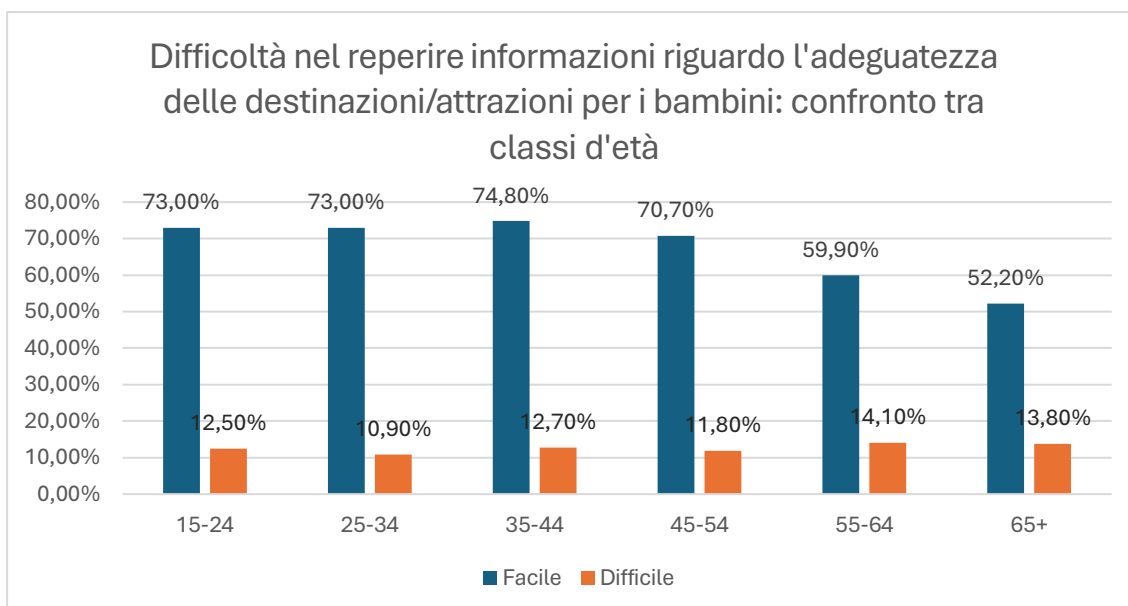
*Tabella 2: preferenze ottenute (in percentuale) alla modalità “non so / non disponibile”, in base alla dimensione del nucleo familiare.*

I risultati riassunti nella tabella suggeriscono che le famiglie composte da 1 o 2 componenti non abbiano una grossa esperienza diretta del tema trattato, a differenza delle famiglie più numerose, dove è più probabile che siano presenti anche bambini; le percentuali di mancata risposta, infatti, diminuiscono al crescere della dimensione familiare.



*Grafico 45: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

L'atteggiamento dei cittadini e delle cittadine intervistate non risulta discostarsi di molto dalla media europea EU27; per entrambi i generi, reperire informazioni riguardo l'adeguatezza delle destinazioni / attrazioni per i bambini risulta essere molto più “facile” che “difficile”.



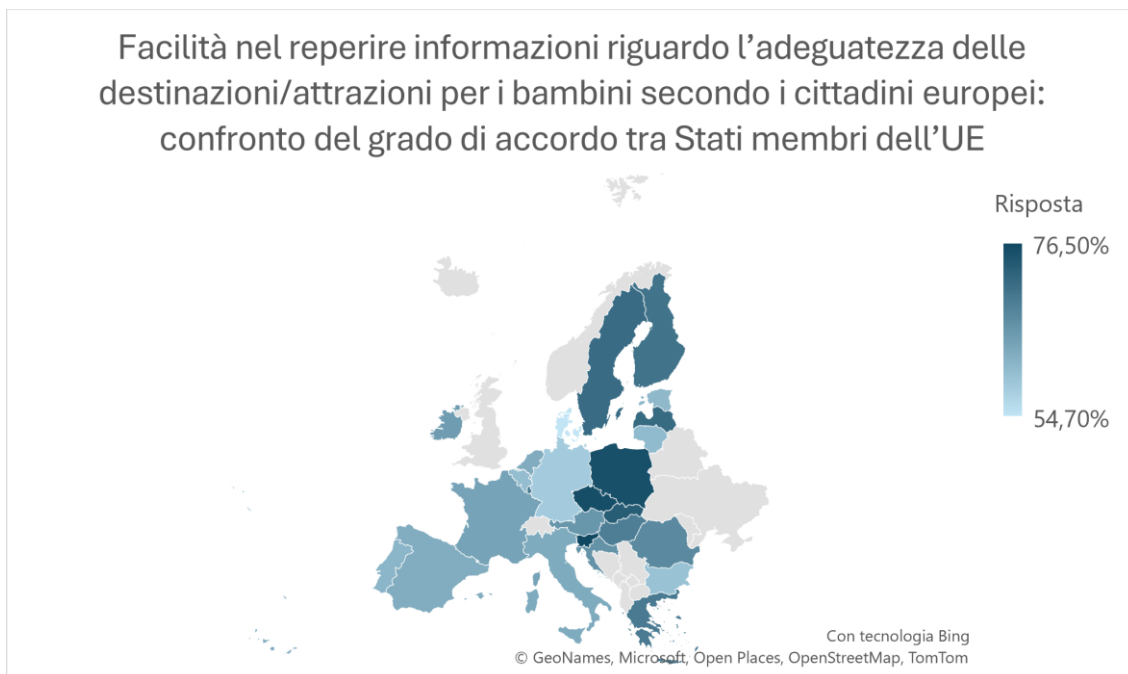
*Grafico 46: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Anche nelle varie fasce d'età, la situazione della variabile in esame non risulta essere particolarmente diversa da quella della media europea. Si scorgono,



infatti, grosse percentuali a favore della modalità di risposta “facile” e percentuali piuttosto ridotte a favore della modalità “difficile”; rimane, dunque, in tutte le classi d’età, un grosso divario tra le due opzioni di risposta.

La tematica trattata, relativa alla difficoltà nel reperire informazioni circa l’adeguatezza delle destinazioni / attrazioni per i bambini, risulta essere poco divisiva sia tra le fasce d’età che tra i generi, ma anche tra gli Stati membri dell’Unione Europea; infatti, i cittadini di tutti i 27 Paesi membri dell’UE hanno espresso la propria preferenza verso la modalità di risposta “facile”. Pertanto, risulta interessante approfondire con quale grado d’accordo i cittadini di ciascun Stato reputano che reperire informazioni circa l’adeguatezza delle destinazioni / attrazioni per i bambini sia “facile”. Come espresso dal grafico 47, le percentuali osservate variano dal 54.7%, rilevato in Danimarca, al 76.5%, rilevato in Slovenia.



*Grafico 47: grafico a mappa, dati provenienti dall’Eurobarometro Flash 499.*

## 8.2 Accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta

Il secondo aspetto relativo all'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili, investigato dall'Eurobarometro Flash 499, è stato indagato tramite la domanda "quanto è facile o difficile per te trovare informazioni affidabili per la pianificazione del tuo viaggio, circa l'accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta?". Le risposte dei cittadini europei sono rappresentate nel grafico 48, nella forma di media pesata secondo le proporzioni conosciute della popolazione di ciascuno Stato membro dell'Unione Europea.

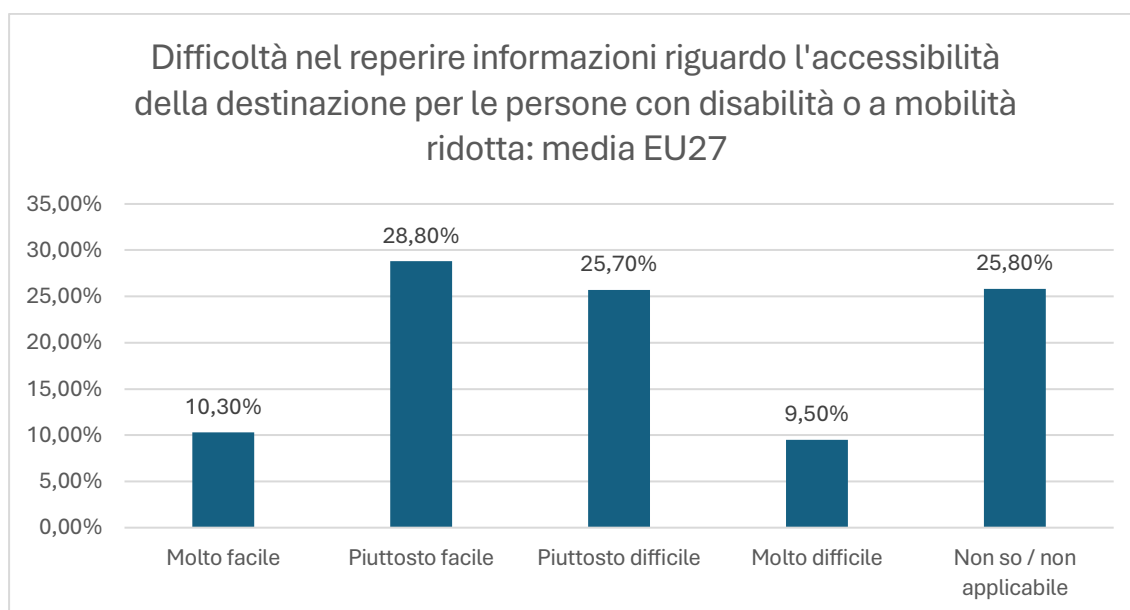


Grafico 48: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

Risulta evidente la preferenza espressa dai cittadini europei; la maggior parte dei rispondenti ritiene che reperire informazioni riguardo l'accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta sia "piuttosto facile". Questa modalità di risposta rappresenta la moda, ma non la mediana: infatti, la percentuale cumulativa ad essa associata non supera il 50%. Ciononostante, è possibile affermare che i cittadini dell'Unione Europea reputano che reperire informazioni circa l'accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta sia più facile che difficile, rispettivamente con il 39.1% e il 35.2% delle preferenze.

Risulta particolarmente rilevante, in questa analisi, la modalità di risposta “non so / non applicabile” in quanto è la seconda modalità più votata dai cittadini europei. Similmente a quanto ipotizzato per la variabile precedente, percentuali così elevate possono essere giustificate dal fatto che serve un’esperienza diretta per poter rispondere a tale domanda; in questo caso, un quarto degli intervistati non ha saputo o potuto rispondere a questa domanda.

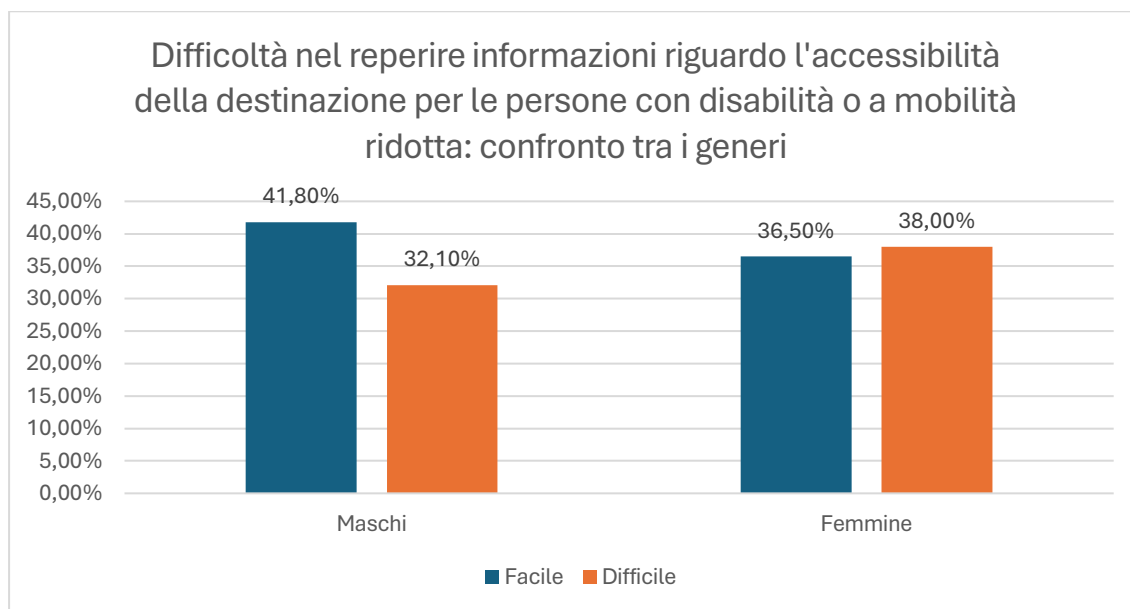
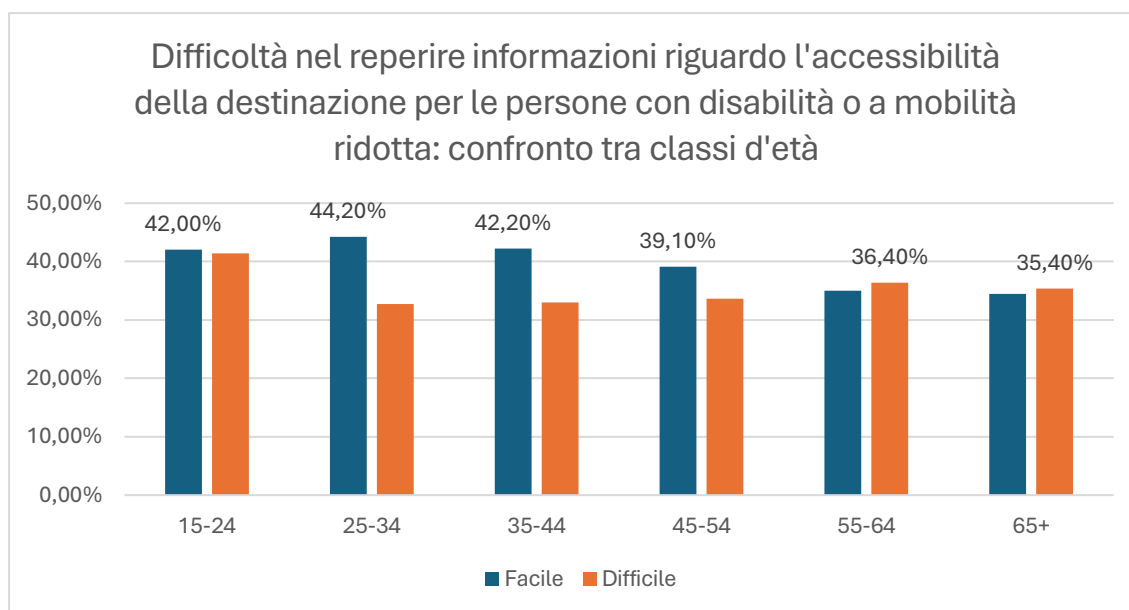


Grafico 49: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall’Eurobarometro Flash 499.

La differenza nell’atteggiamento espresso da maschi e femmine, circa la difficoltà nel reperire informazioni riguardo l’accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta, è riassunta tramite il grafico 49. In questo caso, la moda associata alla variabile in esame è diversa nei due sottogruppi; si tratta della modalità “piuttosto facile” tra i maschi e della modalità “piuttosto difficile” tra le femmine. Ciò si riflette nella nuova moda ottenuta dopo la categorizzazione; infatti, per la maggior parte dei maschi, reperire informazioni riguardo l’accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta risulta “facile”, mentre per la maggioranza delle femmine risulta “difficile”. Anche in questo caso, le percentuali di voti assegnati alla modalità “non so / non applicabile” è importante (supera il 25% in entrambi i casi) e, pertanto, più di un quarto delle risposte ottenute non sono valide.



*Grafico 50: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

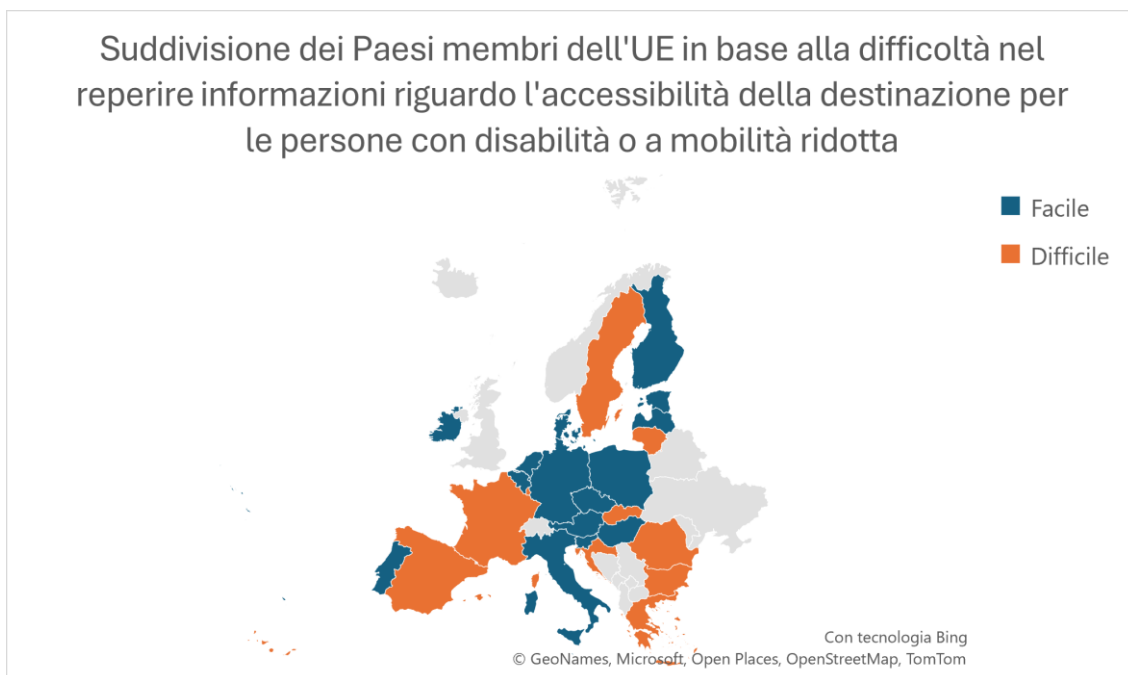
Tramite il grafico 50, è possibile scorgere una differenza nel comportamento dei cittadini europei legata all'età. Infatti, mentre i cittadini con meno di 54 anni ritengono che reperire informazioni riguardo l'accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta sia più facile che difficile, i cittadini di 55 anni o più ritengono che ciò sia più difficile che facile.

Anche in questo caso va sottolineata la percentuale di voti assegnati alla modalità "non so / non applicabile". Come mostrato dalla tabella 2, al crescere dell'età aumenta anche la percentuale di preferenze ottenute dalla modalità di risposta "non so / non applicabile".

Preferenze \ età	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65 anni o più
Percentuale di risposte a favore della modalità "non so/non applicabile"	16.6%	23.1%	24.8%	27.3%	28.6%	30.1%

*Tabella 3: preferenze ottenute (in percentuale) alla modalità "non so / non disponibile", in base all'età dei rispondenti.*

Il grafico 51 riassume le differenze emerse tra i Paesi membri dell'Unione Europea, in merito alla difficoltà riscontrata nel reperire informazioni riguardo l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone con disabilità o a mobilità ridotta. I cittadini di 17 su 27 Paesi membri ritengono, per la maggior parte, che ciò sia "facile". Le percentuali a favore di questa modalità di risposta variano dal 26%, rilevato in Estonia, al 49.5%, rilevato in Repubblica Ceca. I restanti 10 Paesi che ritengono che ciò sia "difficile", discostandosi dalla media EU27, sono, in ordine crescente di preferenze associate a tale modalità di risposta: Lituania, Svezia, Bulgaria, Spagna, Slovacchia, Lussemburgo, Francia, Romania, Croazia e Grecia.



*Grafico 51: grafico a mappa, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

### 8.3 L'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili: una misura riassuntiva

Poiché nell'ambito delle domande relative all'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili, la modalità di risposta "non so / non applicabile" ha ottenuto, in media, il 23.5% delle preferenze, risulta particolarmente interessante conoscere le percentuali delle altre modalità di risposta, al netto dei voti non validi. Così facendo, si ottengono delle nuove percentuali, riassunte nel grafico 52, relative alla media dei voti espressi nei due precedenti aspetti analizzati, al netto delle risposte non valide.

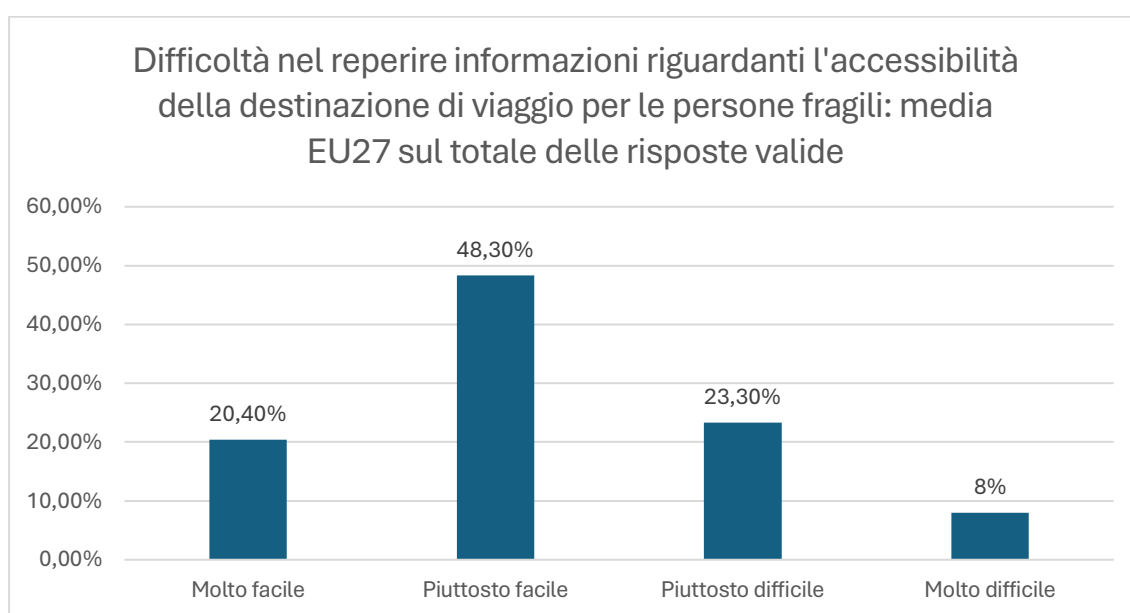
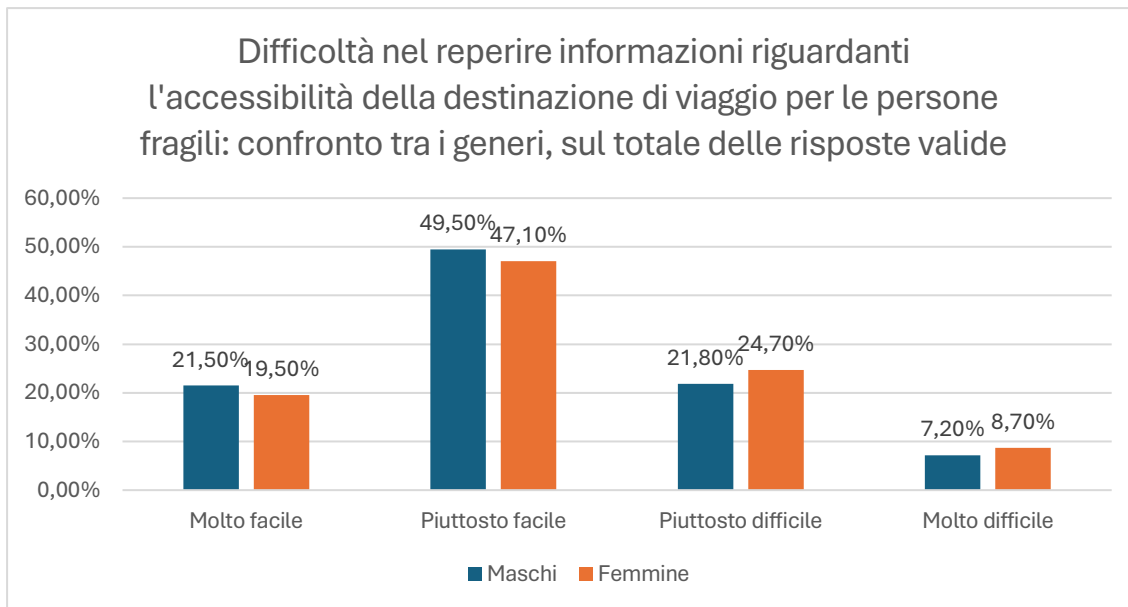


Grafico 52: grafico a barre, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.

In linea con quanto visto nell'analisi individuale dei due aspetti che compongono la tematica in esame, è evidente che, per la maggior parte dei cittadini, reperire informazioni riguardanti l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili, risulta essere "piuttosto facile". In generale, volendo utilizzare la categorizzazione "facile" / "difficile" è possibile affermare che, nel 68.7% dei casi, tra quelli validi, ciò risulta essere "facile" per i cittadini europei e, nel 31.3% dei casi, tra quelli validi, ciò risulta essere "difficile".



*Grafico 53: grafico a barre appaiate, dati provenienti dall'Eurobarometro Flash 499.*

Nonostante le discrepanze, nel caso dell'accessibilità della destinazione per le persone con disabilità o a mobilità ridotta, maschi e femmine hanno un comportamento simile e in linea con la precedente media. Per entrambi i generi, una volta esclusi i voti non validi, la moda associata alla variabile corrisponde alla modalità "piuttosto facile", determinando la nuova moda nella modalità "facile", una volta utilizzata la solita categorizzazione "facile"/ "difficile". Risulta dunque che per gli uomini, nel 71% dei casi validi, e per le donne, nel 66.6% dei casi validi, reperire informazioni riguardanti l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili è "facile".

## 9. Conclusioni

L'indagine Eurobarometro Flash 499, commissionata dall'Unione Europea, ha reso possibile un approfondimento legato al tema del viaggio e alla relazione che i cittadini europei hanno con esso. La popolazione obiettivo dell'indagine è costituita da tutti i cittadini di almeno 15 anni residenti in uno dei 27 Stati membri dell'Unione Europea. I risultati considerati sono stati ottenuti tramite un sistema di ponderazione dei dati basato sulla dimensione della popolazione di riferimento in ciascuno Stato membro dell'UE; per farlo sono stati usati dei pesi ottenuti tramite la tecnica di post-stratificazione. Gli argomenti principali dell'indagine riguardano la scelta dell'alloggio, le fonti di informazioni più utilizzate, gli aspetti più rilevanti del viaggio, la sua organizzazione e la reperibilità di specifiche informazioni relative al viaggio. Per quanto riguarda i primi quattro quesiti analizzati, le opzioni di risposta predisposte dal questionario sono state molteplici, in quanto molteplici sono le opzioni a disposizione dei cittadini, relativamente all'alloggio, alle fonti di informazione, al metodo di prenotazione e agli aspetti caratterizzanti del viaggio. In questo caso, si è deciso di predisporre i quesiti come domande a risposta multipla, permettendo la scelta di più opzioni di risposta ritenute valide, fino ad un massimo di tre.

Dopo aver rilevato le principali variabili demografiche, tramite l'Eurobarometro Flash 499, è stato approfondito, per primo, il tema dell'alloggio. I risultati ottenuti a questa domanda mostrano come la prima scelta dei cittadini europei in fatto di alloggio sia costituita dalla tipologia "alloggio commerciale con vitto incluso", seguita da "alloggio privato" e "alloggio a casa di amici o parenti". La tipologia "alloggio commerciale con vitto incluso" è stata la più votata anche tra maschi e femmine e in tutte le classi d'età; non si scorgono a questo proposito associazioni rilevanti con le variabili demografiche principali. In 23 Paesi su 27 appartenenti all'Unione Europea, tra cui l'Italia, la scelta più comune in fatto di alloggio risulta essere "alloggio commerciale con vitto incluso"; altre opzioni popolari sono state "alloggio privato", "alloggio a casa di amici o parenti" e "alloggio commerciale senza vitto". Tra le opzioni meno votate si trovano "alloggio gratuito organizzato tramite piattaforma online", in 24 su 27 Paesi



membri dell'Unione Europea, "alloggio di proprietà o seconda casa" e "campeggio o villaggio vacanze".

Tra le fonti di informazione ritenute più importanti dai cittadini europei, per quanto riguarda l'organizzazione dei viaggi, si trovano, in ordine decrescente di preferenze, "consigli di amici, colleghi o parenti", "esperienza personale" e "siti web che raccolgono recensioni e valutazioni dei viaggiatori". L'opzione "consigli di amici, colleghi o parenti" risulta la più popolare anche per entrambi i generi e nelle varie classi d'età. La fonte d'informazione "consigli di amici, colleghi o parenti" risulta essere molto diffusa nell'Unione Europea; i cittadini di 24 Paesi membri su 27 sono infatti della stessa opinione. Le altre opzioni più votate sono state "esperienza personale" e "siti web che raccolgono recensioni e valutazioni dei viaggiatori". Tra le fonti di informazione meno utilizzate, a livello europeo, si trovano "campagne di promozione della destinazione", "guide e riviste a pagamento", "influencer e blog online" e "radio, televisione".

Quando si tratta di organizzare viaggi ed attività turistiche, i cittadini europei utilizzano principalmente "piattaforme online per servizi ricettivi professionali (hotel, B&B, ecc.)", "piattaforme online che combinano servizi di viaggio (alloggio, noleggio auto, voli, ecc.)" e la modalità "tramite qualcuno che conosci". La preferenza espressa verso l'opzione "piattaforme online per servizi ricettivi professionali (hotel, B&B, ecc.)" viene riconfermata per entrambi i generi e in tutte le categorie d'età, fatta eccezione per i cittadini di almeno 65 anni; questi ultimi hanno, infatti, preferito l'opzione "tramite qualcuno che conosci". Si nota, dunque, una spiccata predisposizione all'utilizzo di piattaforme online in tutte le fasce d'età, fatta eccezione per i cittadini più anziani (di 65 anni o più), che prediligono ancora l'interazione faccia a faccia in occasione dell'organizzazione dei propri viaggi. In 16 Paesi su 27 appartenenti all'Unione Europea, tra cui l'Italia, la soluzione più adottata, per quanto riguarda l'organizzazione dei viaggi, è "piattaforme online per servizi ricettivi professionali (hotel, B&B, ecc.)". Altre forme di prenotazione popolari negli altri Paesi sono state: "piattaforme online che combinano servizi di viaggio (alloggio, noleggio auto, voli, ecc.)", "sito web di un hotel, compagnia aerea", "tramite qualcuno che conosci" e "elenchi online di offerte di alloggi privati (camere, appartamenti)". In 13 Paesi membri dell'Unione Europea, tra cui anche l'Italia, il

metodo di organizzazione dei viaggi meno comune è stato “sul posto (a destinazione)”, alternativa che coincide con la soluzione meno utilizzata anche secondo la media europea pesata.

Quando si tratta di organizzare un viaggio, prima di giungere ad una scelta riguardante la destinazione, possono essere diversi gli aspetti che vengono esaminati e presi in considerazione. L'indagine Eurobarometro Flash 499, relativo agli atteggiamenti dei cittadini europei nei confronti del turismo, ha, dunque, indagato specificatamente quali aspetti vengono considerati più importanti dai cittadini europei, in relazione alla scelta della destinazione di viaggio. “Ambiente naturale nella destinazione” è risultato essere l'aspetto più popolare tra i cittadini europei, seguito dall'opzione “il prezzo del viaggio complessivo” e poi dall'alternativa “offerta culturale della destinazione (musei, eventi locali, gastronomia)”. L'opzione “ambiente naturale nella destinazione” rimane la più votata anche tra gli uomini; tra le donne questa opzione ha ottenuto lo stesso numero di preferenze dell'alternativa “il prezzo del viaggio complessivo”. L'alternativa “ambiente naturale nella destinazione” è la più votata tra i cittadini di almeno 35 anni. Fanno eccezione, rispetto alla media europea, le fasce d'età più giovani (corrispondenti ai cittadini con età compresa tra 15 e 34 anni); in entrambe, l'aspetto più rilevante del viaggio è stato “il prezzo del viaggio complessivo”, rendendo così evidente una certa necessità di contenere i costi tra i più giovani. Tra le famiglie composte da una o due persone, l'aspetto ritenuto più importante nella pianificazione del viaggio e nella scelta della destinazione rimane “ambiente naturale nella destinazione”, mentre nelle famiglie con più di tre componenti, l'aspetto più rilevante è “il prezzo del viaggio complessivo”, esprimendo quindi una maggiore attenzione per il lato economico nelle famiglie più numerose. L'aspetto “ambiente naturale nella destinazione”, pur essendo l'opzione che rappresenta la moda tra i cittadini europei, è stata votata come alternativa favorita soltanto in 9 Paesi membri su 27. Nei restanti 18 Paesi, le modalità di risposta più votate sono state varie: “offerta culturale della destinazione (musei, eventi locali, gastronomia)” in 10 Paesi (tra cui l'Italia), “il prezzo del viaggio complessivo”, “accessibilità dei servizi e delle attività per tutti: bambini, anziani, persone con disabilità” e “attività disponibili nella destinazione”. L'aspetto del viaggio ritenuto meno

rilevante secondo la media europea è stato “certificazioni di sostenibilità delle strutture ricettive e delle attrazioni”; si tratta dell’opzione meno votata in 14 Paesi membri, tra cui l’Italia. Altre opzioni poco votate sono state “popolazioni locali coinvolte nelle attività turistiche”, “la destinazione è raggiungibile con trasporti a basso impatto” e “la destinazione (città, regione) promuove pratiche eco-compatibili”. Pertanto, è possibile notare uno scarso interesse rivolto all’ambito della sostenibilità ambientale nella maggior parte dei Paesi membri, almeno per quanto riguarda la pianificazione dei viaggi e la scelta della destinazione finale.

Per i temi trattati in seguito, relativi alla difficoltà nel reperire specifiche informazioni, le domande sono state predisposte come quesiti a risposta singola, con modalità di risposta su scala intervallo semplice quali “molto facile”, “piuttosto facile”, “piuttosto difficile” e “molto difficile”.

Volendo portare avanti l’analisi della sostenibilità ambientale in relazione al viaggio, tramite l’indagine Eurobarometro Flash 499, è stata indagata anche la difficoltà nel reperire informazioni riguardanti la sostenibilità del viaggio. In questa categoria rientrano diversi aspetti, quali l’impronta ecologica delle opzioni di trasporto, le attività turistiche ecocompatibili nella destinazione, le certificazioni di sostenibilità degli alloggi e gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive.

Reperire informazioni riguardo l’impronta ecologica delle opzioni di trasporto risulta essere piuttosto difficile per la maggior parte dei cittadini europei e, in generale, più difficile che facile, anche tra i maschi e le femmine. Fa eccezione soltanto la fascia d’età più anziana (corrispondente ai cittadini di almeno 65 anni), dove la discrepanza tra facile e difficile è quasi nulla, ma la preferenza maggiore è comunque espressa verso l’opzione facile, contrariamente a quanto visto finora.

Reperire informazioni riguardo le attività turistiche ecocompatibili nei viaggi è risultato essere piuttosto facile per la maggior parte dei cittadini europei; per i cittadini maschi e femmine, di qualsiasi età, reperire informazioni riguardo le attività turistiche ecocompatibili nei viaggi è più facile che difficile.

Reperire informazioni circa le certificazioni di sostenibilità degli alloggi è risultato essere piuttosto facile, per la maggior parte dei cittadini europei; in generale, sia maschi che femmine, sia giovani che anziani, reputano che reperire informazioni riguardo le certificazioni di sostenibilità degli alloggi sia più facile che difficile.

Le informazioni circa gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive sono risultate essere piuttosto facili da reperire, per la maggior parte dei cittadini europei. I maschi ritengono che reperire informazioni riguardo gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive sia piuttosto facile, mentre le femmine ritengono che sia in egual modo “piuttosto facile” e “piuttosto difficile”. Fanno eccezione rispetto alla media europea le classi d'età più giovani, cioè i cittadini di età compresa tra 15 e 44 anni, per i quali reperire informazioni riguardo gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive risulta difficile.

È evidente che l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto è il tema legato alla sostenibilità per il quale è risultato essere più difficile trovare informazioni, a livello europeo. Per gli altri tre aspetti esaminati è risultato, invece, che reperire informazioni è piuttosto facile. In generale, l'aspetto che ha rilevato la maggior propensione verso la modalità “facile”, tra i cittadini europei, è legato alle attività turistiche ecocompatibili, con il 54% delle preferenze, seguito dalle certificazioni di sostenibilità degli alloggi, con il 45.7%, e dagli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive, con il 41.7%.

I cittadini di 25 Paesi Membri dell'Unione Europea concordano nell'affermare che reperire informazioni riguardo le attività turistiche ecocompatibili nei viaggi sia più facile che difficile.

I cittadini di 20 Paesi membri dell'UE reputano che reperire informazioni riguardo le certificazioni di sostenibilità degli alloggi sia più facile che difficile.

I cittadini di 14 Paesi membri dell'UE seguono la media europea, dichiarando una propensione verso la modalità di risposta facile, nel reperire informazioni circa gli impegni di sostenibilità delle strutture ricettive.

Infine, solamente i cittadini di 8 su 27 Stati membri dell'Unione Europea reputano che sia facile reperire informazioni riguardo l'impronta ecologica delle opzioni di trasporto nei viaggi.

Analizzando la difficoltà nel trovare informazioni circa l'autenticità del viaggio, è possibile notare come l'opinione dei cittadini sia omogeneamente diffusa, per entrambi gli aspetti presi in considerazione. Infatti, sia per l'impegno in autentiche attività locali, sia per l'approvvigionamento locale di cibo nei ristoranti, risulta essere piuttosto facile trovare informazioni per i cittadini europei. Non solo non si scorgono associazioni significative con le principali variabili demografiche, ma nemmeno si scorgono scostamenti a livello geografico: tutti e 27 i Paesi membri dell'Unione Europea reputano che reperire informazioni sia più facile che difficile, in riferimento ad entrambi gli aspetti esaminati, legati alla veridicità del viaggio.

Nonostante le numerose risposte non valide ottenute alla modalità di risposta "non so / non disponibile", si può affermare che l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili è un ambito per il quale i cittadini europei riescono a trovare informazioni piuttosto facilmente. Ciò viene confermato, con percentuali elevate a favore della modalità di risposta "facile", sia tra i maschi e le femmine, sia nelle varie classi d'età. L'adeguatezza delle destinazioni / attrazioni per bambini e l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone con disabilità o a mobilità ridotta sono i due aspetti che compongono il tema in esame; per quanto riguarda il primo, tutti e 27 i Paesi membri dell'Unione Europea concordano nel ritenere che reperire informazioni a questo proposito sia facile, mentre, per quanto riguarda il secondo, solo in 17 Paesi europei, i cittadini ritengono che ciò sia facile.

I cittadini italiani reputano che reperire informazioni circa la sostenibilità del viaggio sia facile solamente in relazione alle attività turistiche ecocompatibili nei viaggi; per gli altri tre aspetti della sostenibilità considerati reputano, per la maggior parte, che ciò sia più difficile che facile. Così come in tutti i Paesi europei, i cittadini italiani reputano che reperire informazioni circa l'autenticità del viaggio, in entrambi i suoi aspetti, sia facile. Gli italiani reputano, inoltre, che reperire informazioni circa l'accessibilità della destinazione di viaggio, sia per i bambini che per le persone con disabilità o a mobilità ridotta, sia facile. Pertanto, risulta che l'aspetto per il quale i cittadini italiani faticano maggiormente nel reperire informazioni, sia quello legato alla sostenibilità nel viaggio.

Il tema dell'autenticità del viaggio e il tema dell'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili, risultano essere aspetti per i quali è più facile reperire informazioni, rispetto alla sostenibilità del viaggio, anche a livello europeo. Infatti, considerando la media degli aspetti che compongono ciascuna tematica, al netto delle risposte non valide, risulta che; il 68.7% dei cittadini europei reputa che reperire informazioni circa l'accessibilità della destinazione di viaggio per le persone fragili sia facile, il 68.2% reputa che reperire informazioni circa l'autenticità del viaggio sia facile e solo il 54% reputa che sia facile reperire informazioni circa la sostenibilità nel viaggio.

## **Bibliografia**

Glasgow, G. (2005). *Encyclopedia of Social Measurement*. Kimberly Kempf-Leonard.  
Unione europea. (n.d.). *A proposito di Eurobarometro*. Retrieved from europa.eu:  
<https://europa.eu/eurobarometer/about/eurobarometer>