



Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea in Marketing e Comunicazione

Ordinamento D.M. 270/2004

Tesi di Laurea Magistrale

*Il turismo e l'informazione mediatica in Italia come termometri delle crisi:
confronto tra la crisi finanziaria del 2008 e la crisi economica derivante
dalla pandemia da Covid-19*

Relatore

Prof. Michele Tamma

Correlatore

Prof. Leonardo Buzzavo

Laureando

Elia Ribon

Matricola 857431

Anno Accademico

2021/2022

Indice

Premessa...4

Capitolo 1: Le crisi e le implicazioni in turismo e comunicazione...6

Capitolo 2: Indicatori di crisi...20

- 2.1 Il concetto generale di crisi...20
- 2.2 Strumenti per categorizzare le crisi...20
- 2.3 Gli indicatori utilizzati per identificare una crisi economica nazionale...22
 - 2.3.1 Pil e debito pubblico...23
 - 2.3.2 La disoccupazione...25
 - 2.3.3 Reddito e consumi delle famiglie...27
 - 2.3.4 L'inflazione...28
- 2.4 I parametri scelti per la comparazione delle crisi: turismo e informazione mediatica...29

Capitolo 3: Metodologie e fonti...34

- 3.1 Provenienza dei dati turistici...34
- 3.2 Provenienza dei dati su informazione mediatica e ricerche online...36
 - 3.2.1 L'indice di correlazione di Pearson...37

Capitolo 4: La crisi finanziaria e la crisi dei debiti sovrani...40

- 4.1 Origine e conseguenze macroeconomiche globali...40
- 4.2 La crisi in Europa...42
- 4.3 Conseguenze sul turismo...43
 - 4.3.1 I dati a livello nazionale...43
 - 4.3.2 I dati a livello regionale: le strutture alberghiere...53
 - 4.3.3 I dati a livello regionale: le strutture extra alberghiere...58
- 4.4 Conseguenze sull'informazione e il dibattito pubblico...59

Capitolo 5: La crisi pandemico-economica...62

- 5.1 La portata dei flussi turistici prima e dopo la diffusione del virus...63
- 5.2 L'informazione mediatica durante la crisi e il dibattito pubblico...75
 - 5.2.1 L'indagine Media Cloud...76
 - 5.2.2 L'indagine Google Trends...81

Capitolo 6: Le crisi a confronto...83

6.1 Le premesse delle crisi...83	
6.2 Il confronto nel parametro turistico...85	
6.2.1 Le strutture alberghiere...86	
6.2.2 Le strutture extra alberghiere...88	
6.3 Il confronto nel parametro comunicativo...90	
Osservazioni conclusive...92	
Bibliografia e sitografia...96	
Ringraziamenti...109	

Premessa

Lo scopo di questo elaborato è quello di mettere a confronto due crisi: la crisi finanziaria generatasi dal crollo del mercato immobiliare statunitense e la crisi pandemica scatenata dal virus Covid-19. Il concetto di crisi si può applicare a molti contesti, in questa sede ci concentreremo su quello applicato al tema economico¹. L'analisi sarà rivolta al contesto italiano, rispetto ai dati dei principali Paesi occidentali (Europa e USA), utilizzando come parametri in primo luogo un'analisi quantitativa delle conseguenze sul turismo italiano in termini di presenze e arrivi (dati Istat e Banca d'Italia) e in secondo luogo, l'andamento dell'informazione fatta dai media durante le crisi, comprese le reazioni di ricerca online della popolazione. Quest'ultimo parametro verrà analizzato tramite interrogazione di query al database open source Media Cloud per la crisi pandemica, il quale permette di analizzare le principali fonti di informazione online (giornali, blog, siti di informazione) sull'argomento in oltre cento paesi (tra i quali l'Italia), estrarre i termini più utilizzati, mappare la rete di argomenti e tracciare l'interesse, per capire come sia cambiata la narrazione nel tempo. Per studiare le reazioni delle persone, l'analisi verrà condotta su dati Google Trends, riguardanti le ricerche da parte degli utenti durante i periodi di interesse sul motore di ricerca più utilizzato. Per ricostruire il rapporto tra media e percezione della crisi del 2008, si attingerà dalla ricerca di Squazzoni e Castellani (2011)², i quali hanno analizzato le notizie legate alla crisi sulle prime pagine del Wall Street Journal, Financial Times, Sole 24 Ore e Corriere della Sera (dal 1° settembre 2008 al 31 agosto 2009) e hanno indagato il loro legame con i dati Google Trends del periodo. Il contesto turistico è stato scelto per la sua sensibilità nei confronti delle congiunture economiche negative, in quanto in periodo di crisi la spesa media delle famiglie per i servizi non essenziali generalmente cala a favore del risparmio, mentre il contesto mediatico è stato scelto per l'influenza verso i comportamenti dei cittadini. La potenza della narrazione mediatica ha già causato, in passato, distorsioni rispetto alla realtà dei fatti, influenzando i comportamenti di popolazioni e Istituzioni, come risulta dallo studio

¹ Treccani: "Improvviso passaggio dalla prosperità alla depressione nella vita economica; anche il protrarsi di una situazione di ristagno degli affari, di disoccupazione e di basso livello dei prezzi, dei salari, dei profitti e dell'interesse."

² "Media e crisi economica: «instrumentum diaboli» o guardiani del faro?"

pubblicato da Roberts, Seymour, Fish II, Robinson e Zuckerman (2017) a proposito del dibattito pubblico sull'epidemia di Ebola negli USA.

La prima ipotesi che si intende verificare è se e in che misura, la crisi pandemica abbia condizionato il settore turistico rispetto a quella finanziaria; la seconda ipotesi da verificare è se i mezzi d'informazione, durante le crisi, ne abbiano seguito l'andamento e quanto tale fattore abbia influenzato le ricerche online delle persone.

Capitolo 1:

Le crisi e le implicazioni in turismo e comunicazione

Il turismo, più volte nella storia recente, è stato colpito da crisi o eventi catastrofici che ne hanno segnato il corso; questi eventi sono stati studiati per permettere un'evoluzione dell'approccio con la quale le persone che hanno a che fare con il turismo affrontano le crisi, visto che, fenomeni simili si ripetono in tempi e contesti diversi. Gli studiosi non concordano sul fatto che il numero di disastri naturali rispetto al passato sia aumentato, però una parte di questi ricollega a fattori quali crescita demografica, accresciuta urbanizzazione e pressioni economiche globali le cause di un aumento del rischio che si manifestino eventi estremi (Blaikie e al., 1994; Berke, 1998; Brammer, 1990; Burton, Kates & White, 1978; Donohue, 1982; Hartmann & Standing, 1989). L'approccio all'analisi delle conseguenze turistiche delle crisi è cambiato da quando la complessità dei sistemi basati sulla tecnologia ha aperto alla possibilità "dell'effetto farfalla" descritto da Edward Lorenz (1993) in relazione alla Teoria del Caos (Gleick, 1987). L'impatto di tali concetti ha portato molti studiosi da una visione meccanica ad una olistica, mentre l'aumento della complessità nello studio della materia ha spinto autori come B. Faulkner (2001) e B. W. Ritchie (2004) a definire basi e approcci strategici relativi alle crisi e a come affrontarle nell'ambito turistico, tramite i propri ed altrui studi. Faulkner, ad esempio, introduce una prospettiva sulla natura della crisi differente da quella di Selbst (1978), che si riferisce a una crisi come: "qualsiasi azione o mancata azione che interferisca con le funzioni in corso di una organizzazione, con il raggiungimento accettabile dei suoi obiettivi, la sua fattibilità o sopravvivenza, o che abbia un effetto negativo, effetto personale percepito dalla maggioranza dei suoi dipendenti, clienti o elettori", proponendo di utilizzare il termine "crisi" per descrivere una situazione in cui la causa principale di un evento è, in una certa misura, autoindotta attraverso problematiche come strutture e pratiche di gestione inadeguate o il mancato adattamento al cambiamento; mentre, il termine "disastro" viene usato per riferirsi a situazioni dove un'impresa, o un insieme di imprese nel caso di una destinazione turistica, si confrontano improvvisamente con cambiamenti catastrofici imprevedibili, sui quali si ha un controllo limitato. La distinzione fatta dall'autore è indicativa e non pretende di categorizzare ogni evento perché, in caso di calamità naturali, il danno subito è spesso in parte imputabile all'azione umana.

Una gestione accurata non può tutelare da fenomeni inattesi, tuttavia il rapido riconoscimento di una criticità può evitare che questa diventi cronica, come Booth (1993, p. 106) osserva: “le procedure standard tendono a bloccare o provare a ridefinire l’anormale come normale”; problemi simili sono diffusi nelle genesi delle crisi, nelle quali le organizzazioni non riescono ad adattarsi al graduale cambiamento, ma possono verificarsi anche in situazioni di disastro, nella misura in cui vengono ignorati i campanelli d’allarme di un evento imminente, il quale quando si verifica, lascia le comunità impreparate.

Crisi e disastri incarnano i fenomeni del caos descritti da Gleick (1987), Peat (1991), Prigogine e Stengers (1985), Faulkner e Russell (1997) in ambito turistico. Secondo tale teoria, anche i sistemi apparentemente stabili sono spesso “al limite del caos”, per cui un evento apparentemente insignificante è sufficiente a far precipitare nell’instabilità l’integrità e la coerenza del sistema.

Fink sottolinea l’ubiquità della condizione ai “confini del caos” nell’economia, quando suggerisce che le imprese generalmente sono in attesa che una crisi si manifesti e “ogni volta che non si è all’interno di una crisi, si è invece in una modalità pre-crisi, o prodromica” (Fink, 1986, p. 7). L’essenza della gestione della crisi diventa così: “l’arte di rimuovere gran parte del rischio e dell’incertezza per permetterti di ottenere un maggiore controllo sul tuo destino” (Fink, 1986, p. 15). Fink sostiene la definizione di crisi come punto di svolta, che può essere negativo ma anche positivo (es. stimolo all’innovazione, riconoscimento di nuovi mercati, ecc.), coerente con gli elementi di Teoria del Caos, che vedono il caos come essenzialmente creativo, piuttosto che un processo distruttivo. Il potenziale distruttivo e positivo associato al caos nei fenomeni distruttivi e di crisi viene illustrato da Berman e Roel (1993, p. 82) nella descrizione delle conseguenze del terremoto di Città del Messico nel 1985: “le crisi portano a marcate regressioni come a opportunità di creatività e nuove possibilità. Sono punti di svolta in cui si rivelano discriminazione e risentimento verso differenze etniche e socioeconomiche, ma innescano anche potenziali progressisti e di solidarietà”. Carter (1991, p. 23) definisce un disastro come: “un evento, naturale o provocato dall’uomo, improvviso o progressivo, che incide con tale gravità che la comunità colpita deve rispondere adottando misure eccezionali”. Booth (1993) pone un’enfasi simile sulla necessità di misure eccezionali nella risposta della comunità, riferendosi alla necessità di

risposte non convenzionali, aggiungendo che lo stress è creato dall'improvviso cambiamento e dalla pressione che esercita sulle capacità di adattamento. Pertanto, una crisi è descritta come: "una situazione affrontata da un individuo, un gruppo o un'organizzazione che non sono in grado di farlo con l'uso delle procedure ordinarie e in cui lo stress è creato da un cambiamento improvviso" (Booth, 1993, p. 86). Per altri autori (Fink, 1986, p. 20; Keown-McMullan, 1997, p. 9; Weiner e Kahn, 1972, p. 21) la crisi o disastro è: "un evento scatenante, così significativo da mettere in discussione la struttura esistente, le operazioni di routine o la sopravvivenza dell'organizzazione; una elevata minaccia, con tempi di decisione brevi e un elemento di sorpresa e urgenza; la percezione di un'incapacità di far fronte alle persone direttamente interessate; una svolta, quando è imminente un cambiamento decisivo, che può avere connotazioni sia positive che negative". Come sottolinea Keown-McMullan (1997, p. 9), "anche se la crisi è stata gestita con successo, l'organizzazione avrà subito cambiamenti significativi; caratterizzata da situazioni fluide, instabili, dinamiche (Fink, 1986, p. 20)".

Keller e Al-Madhari (1996, p. 20) invece hanno applicato parametri statistici arbitrari per categorizzare disastri e crisi: i disastri sono stati definiti in termini di numero soglia di vittime (10), danni costì (1 milione di dollari US) e numero di persone evacuate (50). Sulla base di questa definizione, contano 6000 disastri dal 1970, con 4 milioni di morti e costi economici diffusi. Questo approccio ha il vantaggio di fornire una base solida e inequivocabile per la definizione dei disastri, ed è appropriato nel contesto di studi che riguardano questioni statistiche; tuttavia, perde di vista i fattori qualitativi che sono presenti in situazioni di calamità, indipendentemente dal raggiungimento o meno delle soglie di mortalità, costo dei danni ed evacuazione.

Faulkner (2001) dopo aver definito crisi e disastri, concentra l'attenzione sulle reazioni delle comunità colpite e le possibili strategie adottabili. Da una prospettiva sociologica, è stato osservato che la risposta immediata a una situazione di disastro comprende diverse fasi (Arnold, 1980 in Booth, 1993, pp. 102-103): la prima comprende uno shock sia a livello individuale che collettivo, dove la natura inaspettata dell'evento e la gravità dei suoi impatti provocano stress e senso di impotenza e disorientamento. Sebbene lo stress della situazione possa inizialmente compromettere le risposte adattive, è anche un fattore di mobilitazione per le persone coinvolte; la seconda fase è di rifiuto o ritirata difensiva, dove la negazione funge come tentativo di tornare alla sicurezza di ciò che si conosce, o

come tentativo di evitare la crisi, reprimendola. La ritirata difensiva può comportare l'evacuazione dall'area colpita o un ritiro strategico in luoghi sicuri al suo interno. Viene intrapresa un'azione evasiva per garantire la sicurezza e ciò consente agli interessati di riorganizzarsi; infine, un riconoscimento del fenomeno rappresenta il punto di svolta per cui la comunità accetta la realtà del cambiamento e si adatta, imparando dalla crisi, sviluppando nuovi modi di far fronte comune e ricostruire.

Chan (1995) suggerisce una visione più ampia, fatta di numerosi possibili percorsi: come proteggere (prevenire o modificare disastri); accogliere (modificare i sistemi concepiti per l'essere umano per adattarli ai disastri); ritirarsi (reinsediamento altrove); oppure non fare nulla.

Non è facile prevedere come una comunità reagirà ad una crisi e Geipel (1982) ha dato una classificazione ai livelli di impatto sulla comunità in modo da formare una scala di gravità che parte dagli effetti minimi, fino ad arrivare al collasso totale: al livello iniziale sono presenti le comunità che non hanno sofferto e quindi hanno la capacità di sostenere quelle che stanno subendo; poi ci sono le comunità che accusano perdite limitate in termini di vite umane e proprietà. In questi casi i sistemi comunitari rimangono in gran parte intatti e la normale elasticità intrinseca delle persone consente il recupero in autonomia; il grado successivo si raggiunge quando i danni subiti superano una soglia critica per la quale le comunità possono riprendersi solo con un aiuto esterno.

Con tale aiuto i loro sistemi sono in grado di far fronte comune e di riprendersi definitivamente; infine, il livello massimo di gravità riguarda le comunità che sono così devastate da raggiungere il collasso dei sistemi.

Granot non è d'accordo con Geipel, affermando che l'effetto di un disastro su una comunità potrebbe essere rappresentato in modo più appropriato nei termini del principio di percolazione, che vede il cambiamento degli stati come non lineare. Egli suggerisce che: "una volta superata una certa soglia in un numero sufficiente di sottosistemi costituenti, si verifica un cambiamento di paradigma nel sistema comunitario nel suo complesso, che incide sulla sua capacità collettiva di cooperazione" (Granot, 1995, pag. 6). I fattori che secondo l'autore influenzano la capacità di una comunità di collaborare sono: elementi di contesto comunitario (caratteristiche demografiche, socioeconomiche, politiche, culturali, organizzative e di risorse rilevanti); fattori eventuali (fattori oggettivi

che fanno precipitare la causa o le cause dell'incidente); e fattori di impatto (immediatamente rilevabili, quali numero di vittime, danni alle proprietà, ecc.).

Richardson (1994) invece, propone un'analisi sulla gestione delle crisi nelle organizzazioni da un'altra prospettiva, che riguarda le capacità di adattamento della comunità distinguendo tra approcci di apprendimento a "ciclo singolo" e "doppio". Nei primi, la risposta ai disastri comporta un orientamento "più o meno conforme agli obiettivi e ai ruoli tradizionali" (Richardson, 1994, p. 5). In alternativa, l'approccio di apprendimento "a ciclo doppio" sfida le convinzioni tradizionali su cosa costituisce la società e la sua gestione e cosa si dovrebbe fare. Tale approccio riconosce che i sistemi di gestione in atto possono essi stessi generare gli ingredienti del caos e della catastrofe, suggerendo che "le organizzazioni devono essere preparate a gestire i periodi di crisi che, in un certo senso, vengono loro assegnati, ma anche i managers devono essere più consapevoli e preoccuparsi attivamente per le organizzazioni in quanto creatrici di crisi." (pag. 6).

Fink (1986) e Roberts (1994) hanno prodotto delle schematizzazioni volte a descrivere le fasi di risposta ai disastri da parte delle comunità. Il primo delinea quattro fasi: lo stato prodromico, dove diviene chiara l'inevitabilità della crisi; la fase acuta, ovvero il punto di non ritorno dal quale la limitazione dei danni è l'obiettivo maestro; lo stadio cronico, dove c'è la necessità di bonificare, ragionare sulle perdite, auto analizzare e guarire; la risoluzione, quando si ripristina la routine o nuove condizioni migliorative. Il secondo sceglie anch'esso quattro fasi: quella precedente all'evento, dove azioni possono ancora essere intraprese per prevenire i disastri; la fase di emergenza, quando sono evidenti gli effetti del disastro e si deve reagire per salvaguardare persone e proprietà; la fase intermedia, dove è necessario sopperire ai bisogni di breve termine delle comunità colpite, ripristinando beni e servizi essenziali per tornare alla normalità il prima possibile; la fase di lungo periodo, che continua l'intermedia, per risolvere le problematiche rimaste sospese.

Alcuni autori poi, fanno notare che non sempre la collaborazione tra persone e organismi diversi avviene facilmente, vista la presenza di frizioni (Comfort, 1990) che diventano ostacoli al coordinamento e alla capacità di risposta. Kouzmin, Jarman e Rosenthal (1995) ad esempio, hanno notato che nel terremoto di Newcastle del 1989 in Australia, le ambiguità nella divisione delle responsabilità e le rivalità tra le varie agenzie di servizi di

emergenza hanno minato l'efficacia della loro risposta. Questi problemi derivano e sono intensificati dalla scarsità di risorse pubbliche e dalla necessità di ogni organizzazione di giustificare la propria esistenza per ottenere una quota di queste risorse. Granot (1997, pp. 309-310) osserva che: “vecchie controversie giurisdizionali possono spesso essere accantonate e lasciate irrisolte in tempi ordinari, ma in caso di emergenza hanno un modo per ritornare come conflitti che impediscono il coordinamento” e “queste situazioni sono difficili da risolvere nella foga del momento, essendo chiaro che le relazioni inter-organizzative devono essere pianificate in anticipo ed esercitate prima dell'effettiva necessità”. Anche Quarantelli (1982) vede ciò come una sfida fondamentale nella preparazione ai disastri. Tuttavia, mentre è garantito il coordinamento tra i servizi di emergenza nello sviluppo e nell'attuazione delle strategie in caso di catastrofi a parole, è raramente riflesso nelle azioni (Hills, 1994). Il rovescio della medaglia, per lo stesso Granot (1997) paradossalmente è il fatto che risorse inadeguate spesso costringono le agenzie a un accordo di collaborazione in condizioni di emergenza.

La necessità di politiche e strutture decisionali ad hoc in caso di emergenza è sostenuta da Huque (1998), il quale osserva che le condizioni ordinarie potrebbero non essere appropriate in caso di situazioni critiche. A questo proposito anche Heath (1995) ha osservato come i tempi di risposta dei servizi di emergenza e delle agenzie governative nel caso del terremoto di Kobe del 1995, siano stati influenzati da procedure burocratiche. L'orientamento culturale giapponese verso il rispetto gerarchico nel processo decisionale ha influito sulla tempestività della risposta. Heath inoltre individua altri elementi che hanno rallentato la reazione giapponese, come: errori di comunicazione; disponibilità di risorse (un problema comune in quanto i governi e le agenzie raramente mettono da parte risorse in previsione di eventi straordinari); impiego di risorse distanti dall'area d'impatto, che possono rallentare ulteriormente le operazioni a causa di danni alle infrastrutture; l'attenzione e gli sforzi di molte persone colpite dal disastro si spostano dal quadro generale a quello immediato, impedendo di reindirizzare le azioni verso tentativi di coordinamento. Spesso la dispersione di risorse diventa un problema correlato; e “anche senza strade bloccate e dispersive richieste di intervento, l'impatto di tali entità creerà una domanda di servizi che supera le capacità di risposta.” (Heath, 1995, p. 17). Per questi motivi Heath ha sottolineato la necessità di incorporare un “profilo di priorità strategica a cascata” (CSPP), in previsione ai disastri. Questo approccio prevede “un ordine

gerarchico dei compiti e delle attività che devono essere intraprese, passando dalla priorità più alta a quella più bassa” (Heath, 1995, p. 18) in modo tale da pianificare quali organizzazioni sono preposte a fare cosa ed evitare sprechi di risorse, sovrapposizioni e antagonismo.

Anche il ruolo dei media è importante all'interno della gestione strategica di crisi, tanto da poter fare la differenza tra l'evoluzione o meno di una situazione difficile in un disastro (Fink, 1986; Keown-McMullan, 1997). I media possono contribuire ad avvisare la popolazione in vista di disastri imminenti (quando siano prevedibili) e fornendo informazioni durante fasi di recupero o salvataggio. Tuttavia, possono anche ostacolare le operazioni di emergenza diffondendo informazioni false o criticando tali operazioni in modo da distrarre il personale dei servizi di emergenza dal proprio compito. Fischer e Harr (1994) hanno scoperto che fino al 20 per cento del tempo del personale del centro operativo di emergenza nell'incidente del tornado di Andover, Kansas, è stato speso nel controllo dei messaggi dannosi dei media. In altri casi le conseguenze di un'informazione approssimativa condizionano anche le autorità preposte a fronteggiare l'emergenza, come testimonia Christine (1995) che in Australia ha notato gli effetti delle esagerazioni sull'estensione degli incendi boschivi di Sydney nel 1993; ciò si può limitare centralizzando la fonte principali di comunicazione (Riley e Meadows, 1997). Problematiche legate alle trattazioni mediatiche delle crisi sono presenti anche negli Stati Uniti d'America come segnala Quarantelli (1996): la pianificazione della preparazione alle catastrofi nei mass media è generalmente scarsa; alcuni dei problemi di coordinamento attribuiti alle agenzie di servizi di emergenza sono rispecchiati anche dalla stampa, in quanto “i sistemi mediatici locali considerano i disastri avvenuti nella propria comunità come “propri” e questo a volte si manifesta in tensioni tra i mass media locali e le reti nazionali” (Quarantelli, 1996, p. 6); c'è una tendenza a una segnalazione selettiva incentrata sulle attività delle organizzazioni formali (con le quali i media hanno stabilito legami), piuttosto che sui volontari emergenti e organizzati in modo informale; la televisione, in particolare, è incline a perpetuare miti sui disastri, come la persistenza di interruzioni, panico, saccheggi, eccetera.

Quarantelli (1984) prima e Turner (1994) poi, seppur con prospettive differenti, hanno stilato gli elementi essenziali di una strategia di sopravvivenza ai disastri. Il primo considera di: tenere esercitazioni, prove e simulazioni in caso di catastrofi; sviluppare

tecniche di formazione, trasferimento di conoscenze e valutazione; formulare protocolli d'intesa e accordi di mutuo soccorso; educare il pubblico e le altre persone coinvolte nel processo di pianificazione; ottenere, posizionare e mantenere le risorse materiali pertinenti; impegnarsi con il pubblico in attività educative; stabilire collegamenti informali tra i gruppi coinvolti; pensare e comunicare informazioni sui pericoli futuri; elaborare piani organizzativi anti-disastro e integrarli con piani globali di emergenza di massa della comunità; aggiornare di continuo materiali e strategie obsoleti.

Il secondo punta su: formare un comitato per il recupero delle situazioni di emergenza e convocare riunioni con lo scopo di condividere le informazioni; valutare il rischio (individuare potenziali minacce e disastri e dare priorità a possibili accadimenti di minacce reali, probabili e storiche); analizzare gli impatti previsti a breve e lungo termine; identificare strategie per evitare e ridurre al minimo gli impatti, le azioni critiche necessarie, la catena di comando per il coordinamento, le responsabilità e le risorse; preparare e diffondere il manuale e garantire l'impegno delle parti responsabili e delle agenzie competenti, includendo le informazioni di contatto pertinenti.

Le località turistiche non sono esenti da disastri naturali o crisi e gli attori interessati devono esserne consapevoli. Studi come quello di Cassedy (1991) indicano che poche organizzazioni turistiche a livello di impresa o destinazione, hanno sviluppato adeguate strategie a prova di catastrofe, come parte integrante dei piani aziendali. Drabek (1992, 1995) invece ha riportato che, seppur il grado di preparazione alle catastrofi tra i dirigenti del comparto turistico USA fosse alto, molti di loro avevano strategie informali, cioè non documentate e queste affrontavano solo una tipologia di pericolo. Il livello medio di preparazione delle organizzazioni turistiche, inoltre, scendeva progressivamente insieme alla dimensione di queste.

Nel contesto turistico poi, l'esagerazione e il sensazionalismo portato avanti dai media (Cassedy, 1991; Murphy e Bayley, 1989; Drabek, 1992) possono amplificare l'impatto dei disastri sul mercato rendendoli ancor più distruttivi. Come hanno osservato Young e Montgomery (1998, p. 4): "una crisi ha il potenziale per essere dannosa per la commerciabilità di qualsiasi destinazione turistica, in particolare se viene drammatizzata e distorta dalle dicerie e dai media". Le situazioni di disastro forniscono un terreno fertile per la disinformazione, che sfrutta interruzioni dei sistemi di comunicazione e scadenze

di pubblicazione per evitare la verifica dei rapporti e usa il gioco delle valutazioni a favore del sensazionalismo (Milo e Yoder, 1991).

Gonzalez-Herrero e Pratt (1998, p. 86) fanno notare su questo punto che: “la domanda turistica presenta un indice di elasticità per livello di rischio percepito più elevato rispetto a qualsiasi altro settore, a causa del carattere edonistico dei benefici che i clienti attribuiscono ai suoi prodotti e servizi”. Per questo aspetto e considerando la potenza dei media e la tendenza propria delle persone a ricordare soprattutto i fatti negativi, il recupero delle destinazioni richiede solitamente più tempo del periodo necessario per il ripristino dei servizi alla normalità. Numerosi casi di studio lo testimoniano, tra cui il colpo di Stato delle Fiji del 1987, il terremoto di San Francisco del 1989, l'incidente di piazza Tienanmen del 1989 (Cassedy, 1991) e l'eruzione vulcanica del monte Usu in Hokkaido (Hirose, 1982). La crisi e il recupero delle destinazioni turistiche dipende molto dalla comunicazione che viene fatta e dall'integrazione di questa con le strategie di gestione dei disastri. Per alcuni, comunicare è diventato così importante da precedere altri aspetti fondamentali; un esempio è testimoniato da Cammisa (1993) in merito alla risposta delle autorità turistiche della Florida all'uragano Andrew nel 1992: nella loro impazienza nell'accertare al mercato che le sistemazioni alberghiere della Florida non fossero state colpite dall'uragano, le autorità non hanno considerato il fatto che le altre infrastrutture turistiche della zona erano state devastate. In tale episodio, le autorità hanno scelto la politica della negazione piuttosto che affrontare la realtà delle cose (Cammisa, 1993, p. 294) e un fenomeno simile è accaduto nella risposta delle autorità agli incidenti di criminalità turistica a Miami nel 1992 e nel 1993.

Young e Montgomery (1998) hanno fornito un modello per un piano dettagliato di gestione della crisi in ambito turistico, enfatizzando gli aspetti comunicativi. Altri modelli meno concentrati sulla comunicazione sono stati sviluppati da Cassedy (1991) e Drabek (1995).

Faulkner (2001) fornisce una cornice, prendendo spunto dagli studi in materia di gestione dei disastri e crisi turistiche, per un'efficace pianificazione, tenendo conto che gli eventi straordinari non si possono facilmente evitare, ma si possono limitare; i punti fondamentali sono: un approccio coordinato e di squadra, con l'obiettivo di fare in modo che ogni organizzazione coinvolta nella gestione emergenziale lavori per raggiungere l'obiettivo comune; consultazione, necessaria per integrare la pianificazione strategica

delle diverse aree nel tempo e raggiungere coesione interna nella comunità colpita ed esterna verso il contesto circostante; impegno, senza il quale la pianificazione è impotente, proveniente da tutti gli attori coinvolti; valutazione del rischio, per comprendere la dimensione e le ripercussioni del disastro, analizzando la storia della regione e i possibili scenari; stabilire le priorità, ordinando i compiti da svolgere in risposta agli eventi, ricordando la vulnerabilità dei turisti in un ambiente a loro sconosciuto; stabilire i protocolli, per garantire la coordinazione delle diverse attività e autorità, agenzie, operatori; verificare le capacità della comunità, nell'affrontare determinate crisi, per capire di cosa si dispone e di cosa invece si ha bisogno; formare un centro di comando per l'emergenza, come fulcro operativo e gestionale; intraprendere attività di comunicazione e monitoraggio, per evitare disinformazione e confusione, informare la comunità degli sviluppi in tempo reale, del ripristino dei servizi, monitorare le conseguenze e gestire la sicurezza; segnalare allarmi, che attivano le procedure di emergenza in base alle caratteristiche del fenomeno e i sistemi di comunicazione per allertare la comunità; flessibilità, nonostante ci siano strategie e misure comuni o generali efficaci contro le emergenze, gli eventi straordinari sono imprevedibili, comprendendo molteplici possibilità, dunque le organizzazioni devono essere pronte ad agire anche fuori dagli schemi preparati; coinvolgere, educare e valutare le persone che formano la comunità per assicurarsi che siano pronte e rendano applicabili le linee stabilite in caso di necessità, inoltre è importante aggiornare le strategie e imparare dalle esperienze.

Anche Ritchie (2004) come Faulkner (2001) propone una cornice sul tema delle crisi e dei disastri turistici, che nel suo caso costituisce “un approccio strategico e olistico alla gestione delle crisi per l'industria del turismo”. Visto il numero crescente di crisi e disastri che colpiscono il mondo del turismo (Faulkner, 2001) come attacchi terroristici, instabilità politica, recessioni economiche, minacce alla salute collettiva e disastri naturali, l'impegno e gli sforzi rivolti ad evitare o arginare questi eventi sono sempre più necessari e fondamentali. La globalizzazione dell'industria turistica ha generato interdipendenza tra contesti prima separati e connesso economie geograficamente lontane tra loro, aumentando la complessità intrinseca ed estrinseca dei sistemi; in tal modo le crisi su piccola scala in una parte del mondo possono avere un impatto significativo su altre parti del mondo. L'instabilità politica o lo scoppio di una guerra in una parte A del mondo possono ridurre drasticamente i modelli di viaggio dei turisti in una parte B del

mondo, come sperimentato per la Guerra del Golfo del 1991 e dal conflitto in Iraq nel 2003. Il turismo è quindi altamente suscettibile ai fattori esterni e alle pressioni dell'ambiente nel quale è inserito. Numerosi autori hanno tentato di comprendere crisi e disastri dandone una definizione, per poi spiegarne la natura e il loro ciclo di vita per aiutare a migliorare la nostra comprensione di tali fenomeni; infine, hanno sottolineato la complessità e la natura caotica degli incidenti che pongono sfide nella gestione o prevenzione di crisi o disastri. Oltre alle già enunciate definizioni di Selbst (1978) e Faulkner (2001), Pauchant e Mitroff (1992, p. 15) ritengono che una crisi sia “un'interruzione che colpisce fisicamente un sistema nel suo insieme e minaccia i suoi presupposti di base, il suo senso soggettivo di sé, il suo nucleo esistenziale”. Mentre riguardo alla natura delle crisi, Ritchie si concentra sui fenomeni di larga scala con elevata capacità distruttiva che Parsons (1996) divide in tre tipi: crisi immediate, dove c'è poco o nessun preavviso, pertanto le organizzazioni non sono in grado di ricercare il problema o preparare un piano prima che la crisi colpisca; crisi emergenti, ovvero più lente a svilupparsi e forse in grado di essere fermate o limitate da un'azione organizzativa; infine le crisi sostenute, che possono durare settimane, mesi o anche anni. Al di là delle definizioni e dei modelli sul ciclo di vita delle crisi (Fink, 1986; Roberts, 1994) resta il fatto che, come ricorda Burnett (1998, p. 476) le crisi sono difficili da risolvere a causa di vincoli di tempo, del controllo limitato e dell'elevata incertezza. Ricerche hanno illustrato la difficoltà nell'individuare le fasi di una crisi, in particolare per quelle di lunga durata o prolungate, come nel caso dell'instabilità politica in Israele (Beirman, 2002b). Inoltre, è difficile identificare le fasi di una crisi quando queste sono distribuite geograficamente su una vasta area, come nel caso dell'afta epizootica nel Regno Unito, per la quale diverse regioni si trovavano simultaneamente nella fase emergenziale, intermedia e risolutiva della crisi, mentre altre ancora non erano interessate dalla malattia, complicando la gestione dell'epidemia (Miller e Ritchie, 2003).

Anche Ritchie considera la Teoria del Caos per spiegare la gestione di crisi nel settore turistico viste le complesse interrelazioni tra i sistemi umani e naturali (Faulkner, 2001) che vengono ribadite dalla diffusione nel mondo del virus della SARS. Heath (1998, p. 9) descrive questa crescente complessità sistemica come “un effetto ondoso per il quale una crisi è in grado di causare altre situazioni di crisi, grazie alla loro espansione verso l'esterno”, incidendo gravemente su altri sistemi attraverso la loro interdipendenza. Heath

(1998) riteneva che fossero necessarie strategie di gestione delle crisi efficaci e ben pianificate per prevenire o limitare “l’effetto a catena” o il caos associato agli incidenti di crisi, non solo tra organizzazioni, ma anche tra diversi settori industriali (agricoltura, turismo). Sempre più studiosi, infatti, hanno iniziato ad affermare che (Faulkner, 2001; Kash e Darling, 1998, p. 179) il tema non è più se l’organizzazione affronterà una crisi, bensì quando e come. Una volta all’interno della crisi è necessario reagire, ma prendere decisioni sotto pressione può rivelarsi controproducente; Miller e Ritchie (2003) hanno notato che nel caso dell’epidemia di afta epizootica, le autorità hanno discusso sulla possibilità di vaccinare gli animali una volta che la crisi era già scoppiata e non in precedenza; il dibattito ha portato ad un ritardo nella decisione e ad un conseguente inferiore contenimento del contagio. Altri esempi vengono portati da Hall (2002) nei casi degli attacchi terroristici negli USA dell’11 settembre 2001 e di Bali in Indonesia nel 2002, dove le minacce alle compagnie aeree e alle autorità sono state ignorate, fino ai drammatici episodi. Va aggiunto che in alcuni frangenti le organizzazioni non hanno la possibilità di gestire una crisi o un disastro, perché questi vengono affrontati da un’autorità esterna o lontana; considerando l’epidemia di afta epizootica Ritchie, Dorrell e Miller (2003) osservano che le decisioni gestionali prese a livello nazionale sono state lentamente filtrate a livello regionale e locale, modificandosi giorno per giorno, man mano che la comprensione del fenomeno ha permesso lo sviluppo di politiche di contrasto, illustrando la complessità e la natura caotica dell’incidente.

Ritchie (2004) come Faulkner (2001) all’interno del suo approccio strategico ricorda l’importanza della comunicazione nella gestione emergenziale, tramite gli studi di Coombs (1999) che afferma: “se il team di crisi non riempie il vuoto informativo, qualcun altro lo farà” e Zerman (1995, p. 25) concorda dicendo che: “i mass media possono fare di una mancanza un’occasione di guadagno”. Esempi in questo senso riguardano il disastro del Monte St. Helen nel 1980 e gli incendi boschivi di East Kootenay del 1985, nei quali il sensazionalismo mediatico ha contribuito a creare confusione durante la fase di emergenza, fuorviando l’opinione pubblica riguardo la gravità dei disastri. Ciò ha influito anche sulla fase di recupero a lungo termine della destinazione (Murphey e Bayley, 1989). Beirman invece (2002a, p. 169) osserva che i resoconti dei media sul conflitto palestinese-israeliano hanno dato la falsa impressione che Israele abbia contribuito alle violenze, danneggiando gravemente l’industria del turismo in un

momento importante per il turismo religioso, tra il 2000 e il 2001. D'altra parte, ci sono autori come Hall (2002) che ricordano l'efficacia dei media nel focalizzare l'attenzione delle autorità competenti su determinate problematiche che affliggono le comunità, grazie alla loro influenza sull'opinione pubblica. Soñmez, Apostolopoulos e Tarlow (1999) concordano, notando che i media hanno il potere di aiutare a ricostruire l'immagine turistica di una destinazione e ripristinare la fiducia in una organizzazione: "è imperativo che le destinazioni aumentino i loro piani di gestione della crisi con sforzi di marketing, per recuperare il turismo perduto ricostruendo un'immagine positiva" (1999, p. 8). La cooperazione con i media è quindi vitale secondo Berry (1999) per fornire informazioni al pubblico, in modo da ridurre la disinformazione; la comunicazione regolare a due vie è il modo migliore per sviluppare un rapporto favorevole con il pubblico (Coombs, 1999, p. 134). Per gestire le risorse durante il processo di gestione di crisi, autori come Marra (1998, p. 472) ricordano l'importanza di una leadership: "una buona strategia, nella maggior parte dei casi, conduce a una gestione efficace delle crisi. Una strategia scadente, a sua volta, aggraverà una crisi. Tuttavia, eccellenti capacità di pubbliche relazioni, in caso di crisi, non possono salvare una cattiva gestione, politiche scadenti e una strategia debole" e anche Faulkner (2001), Turner (1994) e Cassedy (1991) discutono il tema. La costituzione di una squadra di comando per Soñmez e al. (1999) può dividersi in gruppi quali: un team di pubbliche relazioni per rappresentare la destinazione e fornire informazioni accurate; un team di marketing per gestire il processo di ripristino, comprese eventuali attività per delineare una nuova immagine o un nuovo brand; un team di informazione e coordinamento per valutare i danni arrecati e assistere nel recupero la comunità; e un team finanziario o di raccolta fondi, per stimare il costo della ripresa e raccogliere o richiedere al governo le risorse necessarie a finanziare le attività di gestione della crisi in corso.

Heath (1995) individua nelle capacità finanziarie una preziosa risorsa per affrontare i disastri, mentre Smallman e Weir (1999) osservano che una gestione olistica e collettiva dei fenomeni può portare a una comunicazione più efficace tra organizzazioni.

Una volta superata la crisi rimane la fase di analisi e valutazione posteriori per imparare da ciò che si ha affrontato; Richie e al. (2003) hanno notato che ciò non porta sempre ad un effettivo apprendimento o cambiamento, come nel caso dell'epidemia di afta epizootica in Gran Bretagna, dove sono state apportate modifiche alle politiche turistiche

nazionali, ma non a quelle locali, giustificate dal fatto che incidenti di tale tipologia sono imprevedibili e fuori dal controllo delle comunità, dimostrando incapacità di ragionare su lungo periodo. Una spiegazione provano a darla autori come Kolb (1984) e Richardson (1994) tramite la distinzione tra crisi e disastri e l'approccio tramite il quale le persone li affrontano: mentre chi attraversa una crisi viene stimolato a riflettere sugli errori per evitarli in futuro e quindi evolve il proprio paradigma in un apprendimento a ciclo doppio, chi subisce una catastrofe non modifica il proprio approccio perché ritiene di non avere influenza nella possibilità futura che l'evento si ripeta, rimanendo in un apprendimento a circolo singolo.

Capitolo 2:

Indicatori di crisi

2.1 Il concetto generale di crisi

Il cuore di questa trattazione sarà il confronto tra due periodi di crisi recenti sul contesto italiano e in funzione di parametro, sul contesto europeo. Il punto di partenza è il concetto di crisi: come abbiamo visto, gli studiosi della materia non hanno formulato una definizione univoca per descrivere crisi e disastri e tutt'oggi non ne esiste una; tuttavia ci sono diversi concetti in comune e in questa sede vorremmo partire dal concetto più ampio di crisi come termine che si può tradurre come “scelta” o “decisione” con diverse accezioni in base al campo (Enciclopedia Treccani); in medicina la parola si riferisce ad un repentino cambiamento, positivo o negativo, di uno stato di malattia; se riferito ad uno o più individui si tratta di uno stato di forte perturbazione nella vita, con effetti più o meno gravi; oppure in riferimento a fenomeni economici, sociali o politici il termine, per suggestione delle teorie positiviste, ha assunto il significato di squilibrio traumatico, uno stato di disorganicità. La definizione che più ci interessa è quella economica, tuttavia è evidente la presenza di un filo comune: ogni accezione, che sia positiva o negativa, parte dal concetto di cambiamento; il termine crisi suggerisce una modifica delle condizioni interne o esterne e implica quindi una reazione conseguente. Autori come Faulkner (2001) e Ritchie (2004) hanno fornito una cornice a diversi studi sul tema delle crisi (e disastri) in ambito turistico, elaborando un approccio strategico che può essere adattato a molteplici casistiche; tali ricerche sono utili per imparare dal passato e potersi preparare a eventi simili futuri, visto che come afferma Fink (1986) è probabile che, in caso non si sia già all'interno di una crisi, si sia in una fase precedente la stessa. Quali possono essere dunque, gli strumenti utili a riconoscere una crisi e le sue caratteristiche? Vorremmo integrare gli autori già citati con la categorizzazione fatta da una parte della letteratura d'impresa (Pastore, Vernuccio, 2008, *Impresa e comunicazione* 66-72).

2.2 Strumenti per categorizzare le crisi

Una prima distinzione tra le crisi può essere fatta in base all'origine di esse; in tale modo le crisi vengono divise in traumatiche e gestionali: le prime sono riconducibili a eventi catastrofici di origine naturale, ad azioni delittuose compiute da terzi o ad errori umani

gravi, nascono da un evento sconvolgente e richiedono una reazione immediata; le seconde sono riconducibili a squilibri di carattere economico finanziario, i quali dipendono dalla gestione dirigenziale nel tempo dell'impresa. Le crisi traumatiche possono essere affrontate tramite un processo di crisis management, mentre quelle gestionali possono essere risolte attraverso un percorso di risanamento. La prevedibilità della crisi è legata alla natura della stessa e in generale la crisi è caratterizzata da tre aspetti: l'eccezionalità dell'evento critico; la visibilità dell'evento negativo e dei suoi effetti, legata all'importanza dell'apparato colpito, l'immagine di questo, l'area geografica interessata, le conseguenze pratiche e la concomitanza o meno con fatti rilevanti che possono distogliere l'attenzione; la necessità di una risposta rapida. Il crisis management risponde definendo un metodo di previsione, gestione e superamento con l'obiettivo di apprendere per evitare eventi analoghi futuri: nella fase di prevenzione è necessario un sistema di analisi dei rischi che può basarsi su indicatori economici, sociali o ambientali, oltre all'elaborazione di un piano di crisi che preveda procedure di emergenza; nella fase di gestione è importante costituire un team che gestisca la comunicazione, applichi le direttive prestabilite e raccolga i feedback dei pubblici interessati, correggendo la strategia in base all'evoluzione della situazione; infine nella fase di superamento è utile verificare l'efficacia delle misure applicate e comunicare i risultati, per poter migliorare ed evitare nuovi fenomeni negativi. La migliore strategia contro le crisi è di certo la prevenzione, tramite periodica analisi dei rischi e verifica di campanelli d'allarme premonitori; tuttavia, data l'impossibilità statistica nel considerare ogni variabile, è fondamentale la preparazione di piani di crisi per fronteggiare con prontezza e organizzazione le emergenze. La sociologia insegna che per l'essere umano è complicato ragionare razionalmente durante un evento traumatico, perché in un primo momento c'è il rifiuto della situazione e solo in un secondo momento subentrano accettazione e reazione, di conseguenza in mancanza di pianificazione, le probabilità di aggravare una crisi salgono. Oltretutto, il fattore spesso fondamentale nella gestione di una crisi è il tempo: quando l'evento critico si manifesta, il tempo di risposta è cruciale per determinare le sorti degli attori coinvolti; la velocità richiesta in queste situazioni spiega l'importanza di una serie di contromisure stabilite in precedenza, che in caso di necessità, devono solamente essere attuate meccanicamente, per annullare la componente emotiva dell'essere umano che porta all'improvvisazione. Nei casi studiati, trattandosi di

crisi estese su scala nazionale e internazionale, i campanelli d'allarme utilizzati sono macroeconomici.

2.3 Gli indicatori utilizzati per identificare una crisi economica nazionale

Gli indicatori presi in considerazione hanno l'obiettivo di inquadrare la crisi a livello macroeconomico, trattandosi di una dimensione nazionale, come nel caso dello studio di Cellini e Cuccia (2015) nella quale, per verificare l'evoluzione della situazione turistica in Italia negli anni della Grande recessione (2008-2012), gli autori hanno evidenziato le principali variazioni sia dal lato della domanda che dell'offerta turistica, partendo dal calo subito dal Prodotto Interno Lordo. Massidda e Mattana (2013), invece, hanno condotto un'indagine al fine di investigare le relazioni di breve e lungo periodo tra gli arrivi turistici internazionali, il Pil in termini reali e il totale delle transazioni commerciali internazionali nell'economia italiana. Diversi altri autori hanno provato a dimostrare legami di causalità tra crescita economica in termini di Pil e crescita turistica (Oh, 2005; Katircioglu, 2009b; Gunduz e Hatemi, 2005; Eugenio-Martin e Morales, 2004; Cortés-Jiménez e Pulina, 2006; Lee and Chang, 2008; Narayan, 2004), o tra i traffici commerciali internazionali e la crescita turistica, senza però ottenere risultati concordi (Khan, Toh, e Chua 2005; Santana-Gallego, Ledesma-Rodríguez, and Pérez-Rodríguez 2011). Gli indici macroeconomici scelti, partendo dal Pil, vengono integrati per questo studio, da alcuni di quelli presenti sul bollettino trimestrale e dal rapporto mensile sull'economia italiana in breve della Banca d'Italia, che delineano l'andamento dell'economia nel tempo, inquadrandola in un più ampio contesto europeo ed internazionale. Alcuni di questi indicatori formano degli indici usati dalla stessa Banca d'Italia e dal Centre for Economic Policy Research per stimare l'evoluzione tendenziale dell'attività economica³; il Pil rappresenta il risultato finale dell'attività produttiva dei residenti di un Paese in un dato periodo e viene anche declinato nella dimensione pro-capite, utilizzata per stimare il livello medio di ricchezza per abitante, dividendo il Pil nazionale per il numero di abitanti. Il Pil è un ottimo indicatore di sintesi che, per completare il quadro descrittivo sulla

³ Gli indicatori ITA-coin ed EURO-coin sono indicatori ciclici coincidenti dell'economia italiana ed europea che forniscono in tempo reale una stima mensile dell'evoluzione tendenziale dell'attività economica sfruttando l'informazione proveniente da un ampio insieme di variabili, di natura sia quantitativa (produzione industriale, inflazione, vendite al dettaglio, flussi di interscambio, indici azionari) sia qualitativa (fiducia di famiglie e imprese, indicatori PMI).

situazione economica italiana, verrà integrato in un quadro più ampio, insieme al tasso di disoccupazione, alla spesa per consumi delle famiglie, all'inflazione e al debito pubblico. Questi indicatori sono interconnessi e si influenzano a vicenda, di conseguenza la loro lettura non può prescindere da un'analisi meramente individuale, ma necessita una visione d'insieme. Introduciamo quindi gli indicatori economici che verranno utilizzati nei capitoli successivi per identificare le crisi e comprenderne le dimensioni, partendo proprio dal Pil.

2.3.1 Pil e debito pubblico

Il rapporto debito/Pil mette in relazione le giacenze contabili negative di uno Stato con la sua capacità di crescita economica; è una misura di sostenibilità finanziaria che incide sul futuro di un'economia, perché se il tasso di crescita economica non produce introiti sufficienti a ripagare i creditori, il Paese rischia di finire in una spirale di indebitamento, culminante nell'insolvenza. Gli indicatori di rapporto deficit/Pil e debito/Pil, in particolare, risalgono alla fondazione dell'Unione Europea (*Equilibrio di bilancio e vincoli europei, Treccani*): con il Trattato di Maastricht del 1992 dodici paesi, tra i quali l'Italia, decidono di gettare le basi per una Comunità Europea, una politica estera e di sicurezza comune e una cooperazione giudiziari e di polizia in materia penale; inoltre, gli Stati si impegnano a convergere collettivamente su determinati parametri di bilancio per adottare una politica monetaria unica. Tra i parametri sono presenti un rapporto deficit pubblico/Pil inferiore al 3 per cento e un rapporto debito pubblico/Pil inferiore al 60 per cento (l'Italia non ha mai raggiunto tale traguardo ed è stata esentata). Nel 1997 il percorso di allineamento continua, con lo stipulo del Patto di stabilità e crescita: al fine di consolidare le politiche di vigilanza introdotte dal trattato di Maastricht si introduce la procedura di infrazione, che viene attivata dalla Commissione in caso un paese membro superi i livelli di controllo stabiliti. Le soglie percentuali derivano dalla volontà di convergenza a fini fiscali e monetario, infatti l'indice debito/Pil è stato fissato al 60 per cento per una ragione pratica: negli anni dell'unificazione europea la maggioranza dei paesi membri presentavano una media debito/Pil di tale entità; il rapporto deficit/Pil al 3 per cento deriva da un'equazione di matematica finanziaria, che mette in relazione il rapporto debito/Pil con il tasso di crescita nominale stimato in quel periodo (5 per cento), ottenendo il risultato che per mantenere il rapporto debito/Pil sotto al 60 per cento è necessario conservare il deficit annuale al di sotto del 3 per cento del Pil (A. Magnani, *Il*

Sole 24 Ore, 15 maggio 2019). La procedura di infrazione costituisce uno strumento indispensabile per garantire il rispetto e l'effettività del diritto dell'Unione; la decisione relativa al suo avvio è una competenza esclusiva della Commissione, la quale, esercitando un potere discrezionale, può agire su denuncia di privati, sulla base di un'interrogazione parlamentare o di propria iniziativa (*Dipartimento per le Politiche Europee*). Il Patto è stato modificato nel 2005, confermando le soglie quantitative, ma ridefinendo gli obiettivi di finanza pubblica a medio termine; dopo la crisi iniziata nel 2007 si è scelta la strada di procedere nel consolidamento degli strumenti europei di controllo e di coordinamento delle politiche di bilancio ed economiche nazionali, ritenendo che si dovesse accrescere la responsabilità dei singoli Stati nella gestione dei propri flussi finanziari. Non si è, però, stabilita la corresponsabilità e garanzia europea sull'indebitamento pubblico, né è stata assicurata la convergenza delle politiche fiscali, che sono rimaste appannaggio degli Stati e strumento di concorrenza economica. Soltanto con ritardo, la BCE ha iniziato ad agire sui mercati finanziari non solo a difesa della stabilità dell'euro, ma anche in relazione alla promozione di condizioni più favorevoli per l'economia. Si è giunti così nel 2011 all'approvazione del "Six pack", un insieme di regolamenti che ha irrobustito i vincoli già imposti, rafforzando gli strumenti a disposizione delle istituzioni europee e consolidando le procedure giurisdizionali di applicazione delle sanzioni irrogabili in caso di violazione (*Enciclopedia Treccani: equilibrio di bilancio e vincoli europei, Salerno, 2018*). In particolare, è stato accentuato il coordinamento europeo delle politiche economiche degli Stati mediante il "semestre europeo", strumento di serrato confronto tra le istituzioni nazionali e quelle europee (*Consiglio dell'Unione Europea*) per un miglior coordinamento delle politiche sociali, economiche, di bilancio e del lavoro tra gli stati membri dell'UE. Sul fronte delle politiche meramente di bilancio, per far fronte alla crisi dei debiti sovrani nel 2012 è stato sottoscritto, da 25 Paesi dell'Unione, il Fiscal Compact; un nuovo trattato internazionale è stato necessario a causa dell'opposizione della Gran Bretagna nel modificare il Trattato di Lisbona; lo scopo è che gli Stati mantengano un bilancio pubblico in pareggio o in avanzo, quantificato da un disavanzo, al netto dei fattori ciclici e accidentali, non superiore allo 0,5 per cento del Pil (1 per cento qualora il debito e i rischi sulla sua sostenibilità siano particolarmente bassi). In caso di scostamenti significativi, i meccanismi di correzione devono attivarsi automaticamente, senza interventi discrezionali delle autorità nazionali, in virtù di disposizioni legislative

permanenti e preferibilmente costituzionali (*Angeloni, Dizionario di Economia e Finanza, 2012*). L'Italia ha ratificato il Fiscal Compact nello stesso anno inserendolo in Costituzione (*Camera dei deputati, 17 aprile 2012*) e potendo così accedere al Meccanismo Europeo di Stabilità.

Nonostante le misure delle autorità, il debito lordo delle Amministrazioni pubbliche ha continuato a crescere, mentre il Pil ha rallentato (*figure 1 e 2*).

Figura 1

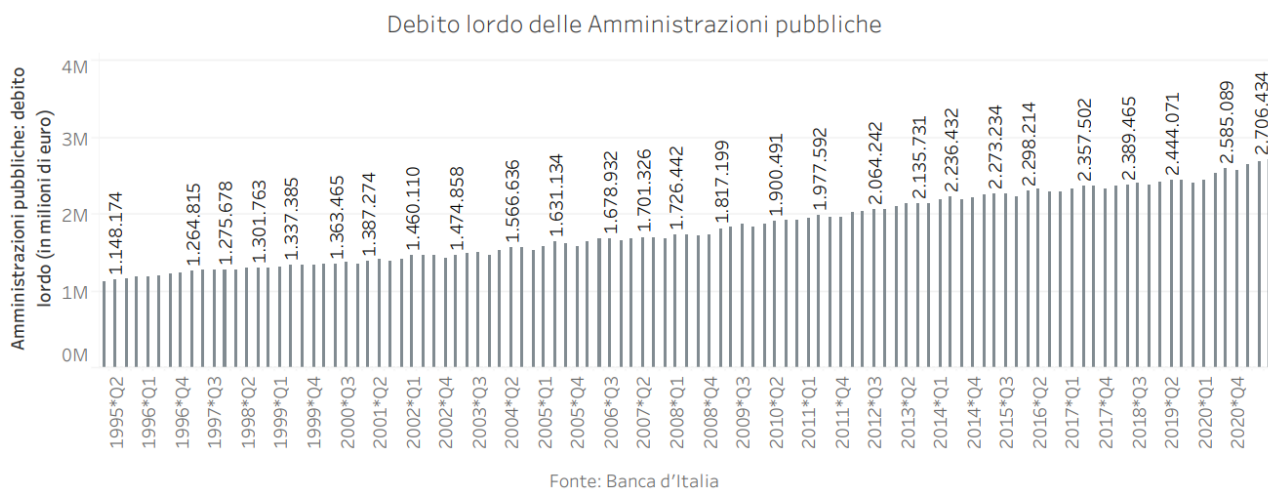
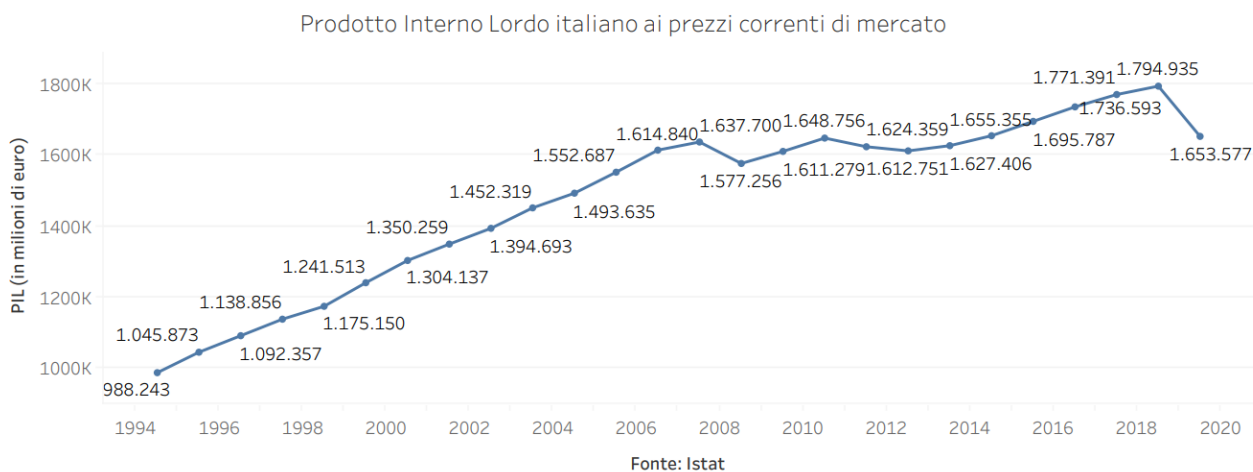


Figura 2



2.3.2 La disoccupazione

La disoccupazione viene definita come: “mancanza permanente o temporanea di un lavoro retribuito, dovuta a cause indipendenti dalla volontà del soggetto privo di occupazione (d. involontaria), oppure al rifiuto di un lavoro ritenuto inadeguato alle proprie condizioni fisiche, sociali e morali (d. volontaria), sia come situazione

individuale, di singoli, sia, più spesso, come fenomeno sociale e collettivo” (*Treccani*). Il dato in genere viene espresso in percentuale, mettendo in rapporto il numero dei disoccupati e il totale della popolazione attiva. La disoccupazione sarà sempre presente nel mercato del lavoro perché, anche in condizioni di uguaglianza tra domanda e offerta, esiste la disoccupazione frizionale, dovuta dal tempo necessario ad incontrarsi per imprese e lavoratori⁴. Se invece, il mercato è in equilibrio, ma le competenze degli inoccupati non combaciano con le richieste delle imprese, la disoccupazione si definisce strutturale⁵. Quando invece, il numero di persone in cerca di lavoro è maggiore rispetto ai posti disponibili, si è in presenza di disoccupazione ciclica, che può essere causata da fenomeni recessivi, con contrazione della domanda di beni e servizi e conseguente riduzione della domanda di lavoro. Infine, la disoccupazione può essere tecnologica, quando l’introduzione di nuove tecnologie sostituisce il lavoro umano. Riassumendo, nell’economia di un Paese l’occupazione indica quanto è efficiente l’allocazione della forza lavoro rispetto alla domanda delle imprese. La disoccupazione non tiene conto del tasso di inattività, che rappresenta le persone che non hanno un lavoro e che non lo stanno nemmeno cercando. Dal 2004 la divisione in classi d’età Istat si è uniformata alle direttive europee, che considerano l’età lavorativa dai 15 ai 64 anni. Il tasso dal 2007 è cresciuto rapidamente (*figura 3*) e solo dal 2014 a iniziato a calare.

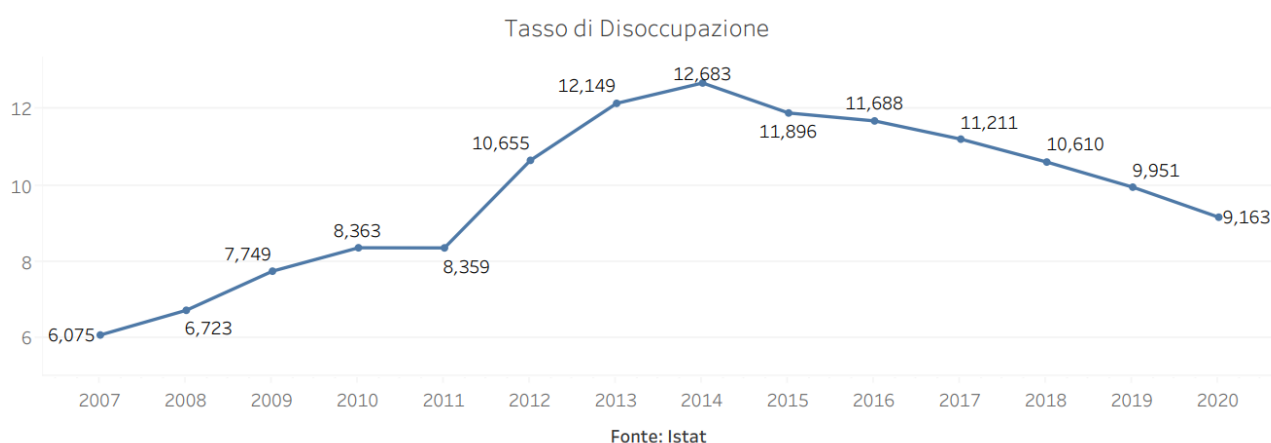


Figura 3

⁴ In questo caso la disoccupazione è di breve periodo ed è dovuta da asimmetrie informative e distanze geografiche.

⁵ Si verifica in caso di contrazione ed espansione di settori dell’economia, nei quali non è possibile trasferire la forza lavoro senza prima formarla nuovamente.

2.3.3 Reddito e consumi delle famiglie

La spesa familiare per beni e servizi è un dato che dipende dal reddito e fornisce informazioni su quali siano le categorie di beni e servizi sulla quale gli italiani spendono e in che dimensione, al fine di sopperire al proprio fabbisogno. Il dato viene espresso dall'Istat in spesa media mensile, che può essere divisa in “per alimentari e bevande analcoliche” e “per beni e servizi non essenziali”; all'interno dell'Italia sono presenti ampie differenze quantitative sulla componente di reddito medio e di conseguenza anche sulla componente di spesa, tra Centro-Nord e Sud-Isole (figure 4 e 5).

Figura 4

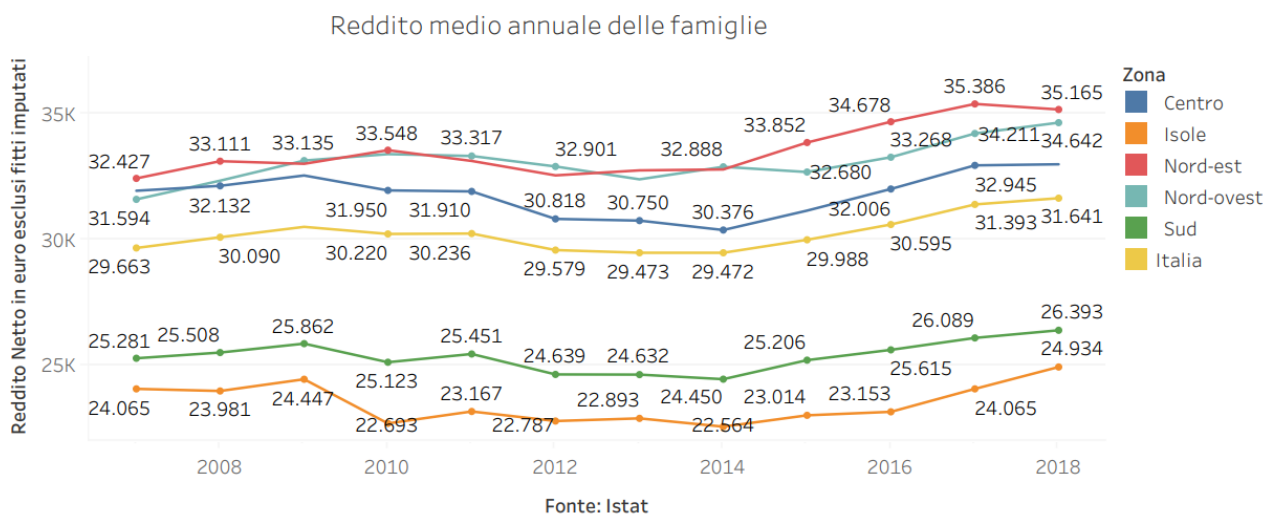
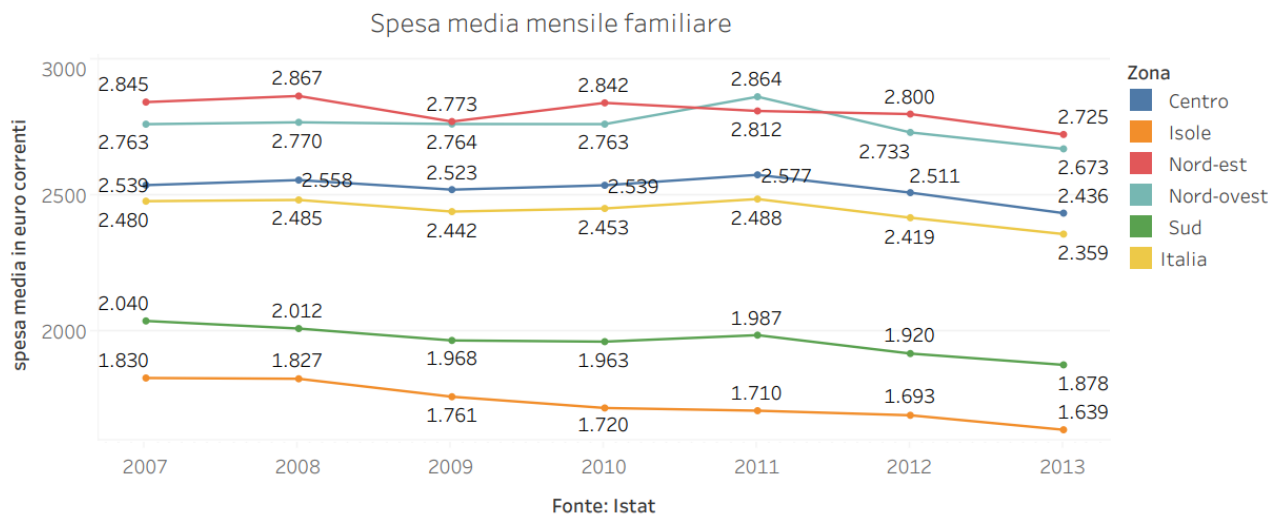


Figura 5



2.3.4 L'inflazione

Il livello di inflazione rappresenta “l'aumento progressivo del livello medio generale dei prezzi, o anche diminuzione progressiva del potere di acquisto (cioè del valore) della moneta” (*Enciclopedia Treccani*), riporta quindi la variabilità dei prezzi e influenza il potere di acquisto dei consumatori e di conseguenza i consumi. Secondo la Banca Centrale Europea, per avere stabilità economica è indicato un livello di inflazione attorno al 2 per cento; non prossimo allo zero, per evitare l'innescò di fenomeni di deflazione, ovvero diminuzione generalizzata della produzione e stagnazione economica, dovuta dal calo dei prezzi e non superiore, per evitare erosione del potere d'acquisto. L'inflazione può essere calcolata su qualsiasi paniere di beni e servizi conoscendone l'indice di prezzi al consumo (calcolati dall'Istat per l'Italia) in un determinato periodo; le variazioni dei prezzi nel tempo possono avere diverse origini: secondo gli studiosi della scuola monetarista, l'inflazione nasce dall'aumento eccessivo della quantità di moneta circolante rispetto all'aumento della produzione di beni o servizi, la quale porta ad una domanda superiore all'offerta e quindi all'aumento generale dei prezzi. Secondo la scuola keynesiana, invece, l'inflazione dipende dall'eccesso di domanda globale sull'offerta globale, a prescindere dalla moneta immessa, a causa della maggiore velocità con cui circola la stessa. C'è poi la teoria dell'inflazione da costi, che si basa sull'esperienza europea tra gli anni '60 e '70 durante i quali gli aumenti di prezzo sono stati trainati dagli aumenti dei costi di produzione per aumento dei salari e costi delle materie prime (crisi petrolifera); questa teoria si collega a quella dell'economista inglese Phillips, secondo cui le cause inflattive provengono dal mercato del lavoro e in particolare dal livello di disoccupazione: l'aumento dei salari è direttamente proporzionale all'aumento del livello occupazionale. La teoria di Phillips è stata tuttavia confutata dall'esperienza degli anni '70, dove i salari sono aumentati anche in presenza di alta disoccupazione, perché le imprese al fine di evitare battaglie sindacali, hanno concesso aumenti dei salari e scaricato i costi sul prezzo del prodotto finito (operando in oligopolio) attivando fenomeni di inflazione recessiva o stagflazione, ovvero aumento dell'inflazione pur in contesti di stagnazione della produzione. Infine, l'inflazione può essere importata dai Paesi che hanno un elevato grado di interdipendenza; ad esempio, i paesi trasformatori di materie prime (come l'Italia) subiscono l'aumento dei prezzi che si traduce in inflazione da costi. Il controllo dell'inflazione è una priorità delle Banche Centrali e viene attuato in due

modi: attraverso le riserve obbligatorie, con riflesso sulla quantità di moneta circolante e attraverso i tassi di interesse di riferimento. L'Italia, da quando è entrata a far parte dell'Unione Europea, ha ceduto la sovranità della politica monetaria alla Banca Centrale Europea: “la decisione di politica monetaria più importante della BCE è solitamente quella sui tassi di interesse di riferimento, perché qualsiasi modifica dei tassi di riferimento incide, a sua volta, sui tassi di interesse che le banche commerciali applicano ai prestiti concessi alla clientela. Questa decisione influisce sulla spesa per consumi e sugli investimenti delle imprese. Per la BCE l'obiettivo della politica monetaria è preservare la stabilità dei prezzi, ossia mantenere l'inflazione al 2 per cento nel medio termine” (*BCE, 10 luglio 2015*). Oltre al controllo dei tassi, la BCE ha tra gli strumenti a sua disposizione il Programma di acquisto attività dal 2015: “la BCE acquista una serie di strumenti finanziari quali titoli di Stato, titoli emessi da istituzioni sovranazionali europee, obbligazioni societarie, titoli derivanti da cartolarizzazioni e obbligazioni garantite a un ritmo compreso tra 80 e 15 miliardi di euro al mese. Gli acquisti influenzano le condizioni finanziarie più generali e infine la crescita economica e l'inflazione attraverso tre canali principali” (*BCE, 22 gennaio 2016*). I mezzi non convenzionali, come il PAA, sono stati introdotti per far fronte agli shock causati dalla crisi finanziaria.

2.4 I parametri scelti per la comparazione delle crisi: turismo e informazione mediatica

In questa sede verranno utilizzati come strumenti di confronto: l'andamento turistico e l'informazione compiuta da una parte dei media, con relative conseguenze sul dibattito pubblico, durante le crisi nel contesto italiano. L'industria turistica è stata scelta per il peso che costituisce nell'economia del Paese, come ricordano Cellini e Cuccia (2015) rifacendosi ai dati Istat: il comparto turistico in Italia rappresenta il 10 per cento del Pil e un 11 per cento di occupazione totali (2014). Inoltre, diversi studi hanno dimostrato la modifica delle preferenze dei consumatori, che considerano sempre più la vacanza come un'esperienza difficilmente rinunciabile (Smeral e Song 2015), con la tendenza a ridurre il periodo di viaggio, piuttosto che evitarlo (Bronner e de Hoog, 2012). Morrison (1996), Nicolau e Mas (2006) evidenziano come il turismo è generalmente riconosciuto come un bene primario, la cui sensibilità della domanda al prezzo è limitata. L'informazione fatta dai media durante le crisi è stata scelta per la sua capacità, provata da studi come quello

di Wahlberg e Sjoberg (2000), di influenzare la percezione del rischio nelle persone; quanto tale influenza sia forte non è chiaro, tuttavia, una delle ragioni potrebbe riguardare il fatto che i media si esprimono in termini qualitativi e non quantitativi, come osserva Konheim (1988). La storica controversia tra esperti e la percezione di rischio del pubblico potrebbe essere legata a tale concetto (Fischer, 1991 e Hornig, 1993).

L'importanza assunta dai canali di informazione nelle crisi moderne deriva dal processo di comunicazione⁶. Il modello, dal punto di vista strutturale, è stato impostato dai matematici statunitensi Shannon e Weaver nel 1949 e si basa sullo scambio di messaggi tra una fonte emittente e un destinatario ricevente: l'emittente codifica un messaggio e lo veicola attraverso un canale, il ricevente decodifica il messaggio, attribuendogli un significato e reagendo di risposta, che, se colta dal mittente, costituisce un feedback; la risposta rappresenta una nuova comunicazione, innescando un modello dinamico e circolare. Va tenuto presente che il meccanismo è inserito in un contesto, all'interno del quale il rumore, ovvero tutto ciò che circonda il messaggio, può influenzare la trasmissione di questo; l'informazione infatti, più che trasmessa, viene trasformata. Approfondendo le componenti, la fonte è il soggetto che dà origine al processo; la comunicazione da parte sua può essere volontaria o involontaria: la prima esprime un atto consapevole volto a raggiungere un obiettivo, mentre nella seconda la fonte ha un ruolo passivo perché in mancanza di pianificazione. Il requisito fondamentale di una fonte è l'autorevolezza, che è dipendente dal ruolo, dalle competenze, dalla credibilità e dall'affidabilità ed influenza il grado di accettazione dei destinatari. La codifica del messaggio viene fatta dalla stessa fonte utilizzando determinati segni (simboli, linguaggio, immagini, suoni) per trasmettere un significato; il contenuto può essere informativo, persuasivo o simbolico, basarsi sulla logica o sull'emotività, a seconda di chi sia il destinatario, perché ognuno compie il proprio processo di significazione, ovvero l'interpretazione del messaggio. Una volta codificato il messaggio, la fonte sceglie il canale di trasmissione, il quale è fondamentale per una comunicazione efficace: ogni target ha caratteristiche adatte a un mezzo piuttosto che ad un altro. A questo punto avviene la decodifica del messaggio da parte del destinatario, in due fasi: la prima è la denotazione, ovvero l'interpretazione dei segni nel loro significato letterale; la seconda è

⁶ A. Pastore, Il processo di comunicazione: soggetti e attività, da "Impresa e comunicazione" p. 33-40.

la connotazione, ossia una interpretazione soggettiva, legata all'esperienza, alle conoscenze, ai valori, alle aspettative e alle motivazioni del ricevente. Il successo del mittente dipende da questo, perché il messaggio finale non è quello che viene emesso, ma è quello che viene compreso. La comunicazione della fonte è altresì influenzata dai filtri posti dai destinatari preventivamente: ancor prima di ricevere informazioni le persone selezionano ciò che le colpisce tramite esposizione selettiva e ignorano ciò che ritengono non interessante; durante la ricezione usano l'attenzione selettiva, regolando il grado di effettiva comprensione in base alla priorità; in fase di elaborazione interpretano, condizionando la propria focalizzazione e significazione in base alla propria esperienza; infine in fase di ricordo, tramite la ritenzione selettiva, ricordano solo ciò che interessa loro. Il destinatario è quindi colui che riceve il messaggio, ma nel caso in cui il flusso comunicativo sia rivolto ad un insieme di soggetti è fisiologico che questo arrivi anche a soggetti alle quali non era destinato, generando il cosiddetto effetto alone; le conseguenze possono essere positive in caso di ininfluenza e negative in caso di effetti controproducenti. Il rapporto circolare si chiude con il feedback del destinatario, nel momento in cui la risposta viene rilevata dalla fonte, diventando una nuova comunicazione di direzione opposta alla precedente; questo permette al mittente di verificare l'efficacia del messaggio (Pastore, Vernuccio, 2008, pag. 33-38). Il rapporto sopradescritto va calato all'interno del contesto generale, con componenti sociali, culturali, ideologiche, economiche che lo influenzano in modo determinante; inoltre, il "rumore" ovvero condizioni di disturbo dei processi comunicativi, incide negativamente sull'efficienza e sull'efficacia del risultato. Il processo di comunicazione stesso cambia a seconda della forma prescelta e le diverse forme possono essere distinte in funzione di variabili fondamentali: la natura del contatto, la tipologia di flusso, il modello di comunicazione, la tempistica di interazione. Il contatto è di natura personale quando la fonte e il ricevente hanno un rapporto diretto, che può essere faccia a faccia o attraverso un mezzo di comunicazione; il contatto è impersonale quando il rapporto avviene attraverso un canale e non prevede rapporto diretto, scontando in termini di efficacia ma guadagnando in termini di costi e capacità di raggiungere target ampi, rispetto alla forma personale. Le tipologie di flusso possono essere bidirezionali o unidirezionali, la differenza sta nella ricezione della risposta del ricevente: le prime prevedono una interazione circolare mentre le seconde no. Un esempio di flusso unidirezionale è il

modello one to many, tipico della comunicazione di massa (televisione, radio, stampa, affissioni) che in questo caso è pacchettizzata e ad una via; i flussi bidirezionali trovano esempi nei modelli one to one e many to many, come la comunicazione interpersonale e quella mediata dalla tecnologia digitale, che ha permesso di integrare in un unico mezzo l'interattività di testo con quella interpersonale. I tempi di interazione sono sincroni quando sono in tempo reale (comunicazione face to face) e asincroni quando avvengono in momenti diversi (SMS o e-mail), (Pastore, Vernuccio, 2008, pag. 38-40). Quando si manifesta una crisi, la teoria di crisis management afferma che, tra le contromisure da adottare, è importante per chi amministra un'impresa o un'Istituzione, informare tutti i portatori di interesse sulla natura di questa, le aree coinvolte, le responsabilità, l'entità dei danni e chi e quanto ne è interessato. Gestire la comunicazione significa limitare gli effetti negativi sull'immagine pubblica e mantenere un rapporto di fiducia con i portatori di interessi. La complessità è insita nel comprendere, da parte dei mittenti, quali siano le percezioni della crisi da parte dei pubblici di riferimento, a chi indirizzare i diversi messaggi, con quali contenuti e con quali modalità. In generale la comunicazione, per supportare la gestione della crisi, è bene che sia: immediata e completa, per evitare che si creino incomprensioni o false notizie; centralizzata, per garantire coerenza e chiarezza, in modo da evitare messaggi discordanti; aggiornata, per informare di ogni avanzamento verso una risoluzione della crisi; trasparente, per dare agli interessati la consapevolezza del fenomeno e assegnare le responsabilità delle cause; multidirezionale, al fine di coinvolgere ogni portatore di interesse. È importante che il comitato di crisi non interrompa la comunicazione periodica e che monitori i media, i quali focalizzandosi sull'evento negativo hanno la facoltà di allarmare oltre misura gli interessati. In ultimo, l'organizzazione deve considerare il fatto che durante una crisi ci saranno attori collaborativi, i quali hanno interesse a risolvere nel minor tempo possibile la situazione, attori non collaborativi, i quali ad esempio, hanno subito un danno e premono per un risarcimento ed infine gli approfittatori, i quali vogliono sfruttare il momento di difficoltà altrui per interessi personali. Il comitato di crisi dovrà monitorare l'attività delle categorie, per evitare che vanifichino il processo di comunicazione. I mezzi di comunicazione utilizzabili, in base ai destinatari, sono: i comunicati stampa, la conferenza stampa, le interviste e i mezzi digitali che, a differenza dei veicoli precedenti, raccolgono feedback diretti del pubblico (Pastore, Vernuccio, 2008, La comunicazione della crisi, pag. 70-72).

Dall'efficacia di comunicazione e dalle politiche di reazione alla crisi dipendono le sorti dell'organizzazione, in particolare la misura del contenimento dei danni; l'ambiente circostante è complesso e diversi elementi non sono sotto il controllo degli amministratori, dunque, è fondamentale concentrare le energie su ciò che si può prevedere e arginare. L'obiettivo della teoria di gestione delle crisi è quella di considerare tutti gli strumenti a disposizione dell'organizzazione per superare la stessa, a seconda della sua natura. Applicando i modelli teorici ai casi pratici in questione risulta evidente la centralità delle figure Istituzionali, le quali rappresentano fonti singole o plurali e che quindi impostano la comunicazione su livelli one-to-many o many-to-many; i messaggi vengono trasmessi attraverso i media, il che fa assumere loro un ruolo determinante nella diffusione e nella comprensione delle informazioni da parte della popolazione, la quale riceve i messaggi e restituisce feedback, attraverso la rete e i social network. Nei nostri casi le risposte dirette e indirette dei destinatari vengono intercettate tramite le ricerche online su Google (tramite Google Trends) e i termini più utilizzati sui social attraverso lo strumento di spidering Media Cloud. In questo modo è possibile verificare se le informazioni che i media decidono di riportare o su cui si concentrano fanno la differenza sulla percezione che le persone hanno della crisi⁷.

⁷ Com'è risultato dallo studio di Hal Roberts, Brittany Seymour, Sands Alden Fish II, Emily Robinson, Ethan Zuckerman (2017). Digital Health Communication and Global Public Influence: A Study of the Ebola Epidemic, *Journal of Health Communication*, 22:sup1, 51-58.

Capitolo 3:

Metodologie e fonti

Il seguente capitolo si prefigge di approfondire le metodologie coinvolte nella trattazione e le fonti dei dati utilizzate nel confronto. Si ricorda che la struttura portante dell'elaborato è la comparazione.

3.1 Provenienza dei dati turistici

Autori come Susana Cró e António Miguel Martins (2017) hanno indagato la coincidenza tra le date di eventi di rottura strutturale e le crisi o disastri in ambito turistico, per verificare se effettivamente si verificano corrispondenze; tra i vari casi, hanno considerato gli effetti della crisi finanziaria in Irlanda e in alcuni Paesi del sud Europa, tra i quali l'Italia, prendendo come riferimento gli arrivi turistici. Cellini e Cuccia (2015) a loro volta, utilizzano i dati di arrivi e presenze per verificare le conseguenze della crisi finanziaria sul turismo italiano. Tali dati non considerano altri aspetti importanti del sistema turistico, come i trasporti, la spesa turistica o il numero di escursionisti, tuttavia, danno un'informazione sintetica e confrontabile rispetto agli anni precedenti sulla gran parte di flussi, permettendo un'analisi macroeconomica. Gli arrivi e le presenze verranno prese in considerazione anche nella crisi pandemica, per permettere il confronto; in questi termini hanno operato Kuo e al. (2008) indagando gli effetti dell'influenza Aviaria e della SARS sugli arrivi turistici in Asia, McAleer e al. (2010) analizzando le medesime malattie e scoprendo che la SARS ha avuto un impatto maggiore dell'Aviaria; Rossello e al. (2017) invece, si sono concentrati su Malaria, Febbre Gialla, Dengue ed Ebola misurandone gli impatti sugli arrivi turistici nei rispettivi Paesi. La fonte primaria riguardo i dati per il settore turistico è l'Istat: i report annuali dell'Annuario statistico italiano consentono un'analisi delle variazioni di arrivi e presenze e una suddivisione di queste per residenti e non residenti, tipologia di strutture ricettive (alberghiere ed extra alberghiere), paese di residenza, ripartizione geografica, durata media del viaggio, motivazione del viaggio e dettaglio regionale. Specificando i termini sopraenunciati, secondo il glossario Istat: gli arrivi negli esercizi ricettivi sono il numero di clienti che ha effettuato il check-in negli esercizi ricettivi (alberghieri o extra-alberghieri) nel periodo considerato; le presenze sono il numero di notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi nel periodo considerato. La categoria esercizi alberghieri include gli alberghi da una a cinque stelle, i villaggi

albergo, le residenze turistico-alberghiere, le pensioni, i motel, le residenze d'epoca, gli alberghi meubl  o garn , le dimore storiche, gli alberghi diffusi, i centri benessere (beauty farm), i centri congressi e conferenze e tutte le altre tipologie di alloggio che in base alle normative regionali sono assimilabili agli alberghi; la categoria esercizi extra alberghieri include i campeggi e le aree attrezzate per camper e roulotte, i villaggi turistici, le forme miste di campeggi e villaggi turistici, gli agriturismi, gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, gli ostelli per la giovent , le case per ferie, i rifugi di montagna, i bed and breakfast e gli altri esercizi ricettivi non altrove classificati. Il Paese di residenza   quello dal quale provengono i clienti che si recano negli esercizi ricettivi; la durata media del viaggio   il rapporto tra il numero di notti trascorse in viaggio e il numero di viaggi. Le motivazioni del viaggio possono essere di vacanza, svolto per motivi prevalenti di relax, piacere, svago o riposo, per visita a parenti o amici, per motivi religiosi/pellegrinaggio, per cure termali o trattamenti di salute; oppure di lavoro, svolto per motivi quali missioni, partecipazione a congressi, riunioni d'affari o esercizio di attivit  di rappresentanza, docenza o altre attivit  professionali, sono esclusi gli impieghi presso il luogo di destinazione (lavoro stagionale, supplenze, altri lavori temporanei). Le ripartizioni geografiche sono costituite da: Nord-Ovest (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia), Nord-Est (Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna), Centro (Toscana, Umbria, Marche, Lazio), Sud (Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria) e Isole (Sicilia, Sardegna). Le note metodologiche dell'Annuario statistico indicano che l'indagine multiscopo su viaggi, vacanze e vita quotidiana segue la direttiva comunitaria e tramite un campionamento casuale stratificato esegue un'intervista telefonica assistita da computer (Cati). Le indagini su capacit  degli esercizi ricettivi e movimento dei clienti negli esercizi ricettivi sono rilevazioni totali e utilizzano la tecnica dell'auto compilazione con acquisizione telematica. Riguardo alle tavole riportate dagli annuari, i simboli (R) ed (E) indicano rilevazioni ed elaborazioni Istat. Eventuali specificazioni ulteriori verranno fatte a tempo debito. I report Istat sul turismo presi in considerazione per rilevare le conseguenze della crisi finanziaria vanno dal 2007 al 2015; il periodo comprende la crisi europea dei debiti sovrani, che   stata una diretta conseguenza della crisi finanziaria sul settore pubblico. Per la crisi pandemica gli Annuari considerati riportano le situazioni dal 2019 al 2020. Lo studio interpreter  le variazioni assolute e percentuali di ogni anno rispetto a quello

precedente per rilevare tendenze crescenti o decrescenti di tutte le categorie a disposizione ed individuare eventuali fenomeni correlati alla crisi.

3.2 Provenienza dei dati su informazione mediatica e ricerche online

La metodologia relativa al parametro della comunicazione, nel caso della crisi finanziaria, si appoggia alla ricerca di Squazzoni e Castellani (2011): l'obiettivo del saggio proposto è quello di capire se media e mercati finanziari si siano influenzati a vicenda nel determinare l'esito della crisi e se vi siano differenze tra i principali quotidiani nella ricostruzione della stessa. Gli autori hanno analizzato le prime pagine dei quotidiani finanziari Wall Street Journal, Financial Times, Il Sole 24 Ore e del generalista Corriere della Sera, dal 1° settembre 2008 al 31 agosto 2009, oltre a creare un indicatore di percezione utilizzando le statistiche Google a proposito delle ricerche compiute dagli utenti sul medesimo argomento di crisi. L'indicatore ha fornito riscontri sull'impatto delle notizie sull'opinione pubblica. Le prime pagine sono state analizzate registrando le notizie legate alla crisi e misurando lo spazio dedicato a tali notizie, utilizzando indicatori basati sulle parole negative ricorrenti; la scelta dei termini a connotazione negativa è basata su studi di matrice cognitivista e sociologica, che hanno provato un'influenza della cornice negativa nell'interpretazione dei destinatari, favorendo uno stimolo selettivo negativo. Al di là dei risultati sull'influenza reciproca tra mercati e media, ciò da cui questa trattazione vuole partire è il metodo di analisi empirica delle prime pagine dei quotidiani, in particolare di quelli italiani; per valutare la qualità dell'informazione e non soltanto la quantità di notizie, è stato costruito un indicatore di misurazione della negatività, neutralità o positività delle notizie pubblicate su base trimestrale, da rapportare con l'andamento dei mercati. La ricerca prosegue comparando l'informazione giornalistica con le reazioni di ricerca degli utenti su Google; tramite la messa appunto di un Subprime Google Index, gli autori misurano la necessità di approfondimento del pubblico, che ricerca termini tecnici come "mutui subprime" e "crisi dei mutui subprime". Ciò verrà ripetuto in questa sede per la crisi sanitaria, dove verranno messi a confronto i dati epidemiologici, che descrivono l'andamento pandemico, con i dati quantitativi e qualitativi sulle notizie legate alla query "covid" in Media Cloud e con la numerosità delle ricerche Google degli utenti sullo stesso termine, nel 2020 e 2021. L'intensità del legame tra le variabili verrà misurato attraverso l'indice di correlazione di Pearson e sarà possibile verificare se ci siano andamenti linearmente dipendenti; inoltre verrà compiuta un'analisi

dei termini più utilizzati dopo il tema principale “covid” per indagare la qualità dell’informazione e delle ricerche.

Ricerche che hanno indagato l’interrelazione tra copertura mediatica e le epidemie sono state condotte da Ritchie e Jiang (2019) e da Luo e Zhai (2017); inoltre, autori come Vasterman e al. (2005) ricordano il doppio ruolo dei media nel selezionare e presentare le notizie, rifacendosi alle parole di Cohen (1963, p. 13) che hanno ispirato la Agenda setting theory: “la stampa spesso non avrà molto successo nel dire alle persone cosa pensare, ma ha decisamente successo nel dire ai lettori a cosa pensare”. Tali parole alludono al potere che esercitano i media nel formare l’opinione pubblica su determinati temi, selezionando e decidendo come presentare le notizie. Voorhees, Vick, e Perkins (2007) studiando i contesti di disastro, accusano i media di concentrarsi sulle notizie negative, mentre Nisbet e Mooney (2007) si concentrano su un’altra teoria della comunicazione: il framing; questo viene definito come le lenti attraverso le quali il pubblico vede la copertura mediatica, un processo di “selezione ed esposizione di alcuni aspetti o criticità degli eventi e l’apporto di collegamenti tra loro, in modo tale da promuovere una particolare interpretazione, valutazione e/o soluzione” (Entman, 2004, p. 5). A questi aspetti si aggiunge l’uso del sensazionalismo, spesso presente durante le crisi, per catturare più attenzione possibile; alcuni ricercatori hanno rilevato che ciò può portare a conseguenze negative per la salute delle persone, come disturbi da stress post-traumatico (Ahern, Galea, Resnick e Vlavhov, 2002), malattie psicogene di massa (Wessely, 1987) e perfino suicidio (Stack, 2003).

3.2.1 L’indice di correlazione di Pearson

Un’analisi della correlazione di Pearson tra i titoli delle testate e le ricerche su Google indaga il legame lineare tra questi e quanto i secondi siano dipendenti dai primi; l’indice di correlazione in particolare, è utile nel riassumere in un intervallo tra -1 e +1 la forza tra due variabili, che nel nostro caso sono gli accoppiamenti tra andamenti di crisi, notizie giornalistiche e ricerche online degli utenti. Spieghiamo brevemente i concetti legati al significato di correlazione per poter commentare i risultati, prendendo come esempio pratico il caso delle prime pagine di giornale. Premessa: per facilitare il processo di analisi

ordiniamo i dati raccolti secondo uno schema matriciale⁸ di dimensioni generiche $n \times p$, dove n sono il numero di righe e p il numero di colonne e li esprimiamo in termini quantitativi, altrimenti non è possibile utilizzare il modello di regressione lineare. Tale modello ha lo scopo, in situazioni di elevata numerosità dei dati, di trovare dei coefficienti, di correlazione appunto, che riescano ad esprimere la maggior parte delle informazioni iniziali, tramite combinazioni lineari delle misure originarie tra loro non correlate, riducendo la numerosità delle variabili, in modo tale da poterle rappresentare graficamente e riassumerle; questa trasformazione delle variabili porta ad una funzione lineare nella quale le nuove variabili vengono espresse in funzione di una variabile dipendente del tipo:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k$$

Dove β_0, \dots, β_k sono coefficienti reali da determinare.

Per arrivare a ridurre la dimensione delle nostre informazioni è necessario innanzitutto aggiustare i dati rispetto alla media (delle variabili) in caso abbiano la stessa unità di misura, o standardizzarli (sottraendogli la media e dividendo per lo scarto quadratico medio) in caso abbiano unità di misura differenti, in modo tale da poterli confrontare tra loro. Una volta fatto ciò, si passa al calcolo della matrice di varianze e covarianze che, nel caso si lavori con dati standardizzati, corrisponde alla matrice di correlazione⁹; suddetta matrice è quadrata di dimensioni $p \times p$ ¹⁰, ovvero con un numero di righe pari al numero di colonne, inoltre è simmetrica, ovvero con la proprietà di essere la trasposta di sé stessa¹¹. La matrice ha lo scopo di calcolare in che misura le variabili co-variano tra loro, per individuare quale siano quelle che hanno le relazioni più forti tra loro; la matrice di correlazione, come anticipato, ha il vantaggio di contenere al suo interno valori compresi tra -1 e +1, fattore che la rende maggiormente leggibile rispetto ad una di varianza e covarianza, nella quale l'intervallo di valori va da $-\infty$ a $+\infty$.

⁸ Le righe della nostra matrice costituiscono le unità statistiche (le testate giornalistiche) e le colonne rappresentano le variabili (i titoli di ogni prima pagina).

⁹ Per questo motivo standardizzare i dati non è mai sbagliato.

¹⁰ Perché si riferisce al numero di variabili.

¹¹ Riconoscibile dal fatto che la diagonale principale è formata da valori tutti pari a uno.

Esempio di matrice dei dati grezzi:

	titoli di testa	parole negative nei titoli	colonne dedicate	articolisti coinvolti
Sole 24 Ore	254	114	75	109
Corriere della Sera	89	57	32	34
Financial Times	306	211	102	73
Wall Street Journal	278	67	93	72

¹²

Esempio di matrice di correlazione:

	titoli di testa	parole negative nei titoli	colonne dedicate	articolisti coinvolti
titoli di testa	1			
parole negative nei titoli	0,835	1		
colonne dedicate	0,318	0,671	1	
articolisti coinvolti	-0,406	0,295	-0,198	1

¹³

La matrice viene compilata solamente al di sopra o al di sotto della diagonale principale perché è simmetrica. I valori rispecchiano la forza del legame lineare tra le variabili: se il valore è prossimo allo zero le variabili sono non correlate, quando si avvicina al valore intermedio 0,5 significa che la dipendenza inizia ad essere rilevante, infine più il valore si avvicina all'unità, più la dipendenza è forte. Il segno invece indica se le variabili siano direttamente o inversamente correlate.

L'indice di correlazione di Pearson è calcolato come rapporto tra la covarianza delle due variabili e il prodotto delle loro deviazioni standard:

$$-1 \leq \rho_{xy} = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x \sigma_y} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \mu_x)(y_i - \mu_y)}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \mu_x)^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \mu_y)^2}} \leq +1$$

La deviazione standard non è altro che la radice quadrata della varianza e nel caso dei dati standardizzati la varianza è uguale ad uno; quindi, semplificando il denominatore la correlazione è uguale alla covarianza in caso di dati standardizzati. La correlazione è un indice utile a sintetizzare e a confrontare l'entità del legame lineare tra due o più variabili in un solo valore, compreso tra -1 e +1; tali valori aiuteranno a capire quanto sono forti le dipendenze lineari tra le variabili considerate nella comunicazione di crisi.

¹² Fonte: elaborazione personale.

¹³ Fonte: elaborazione personale.

Capitolo 4:

La crisi finanziaria e la crisi dei debiti sovrani

4.1 Origine e conseguenze macroeconomiche globali

La prima crisi in ordine cronologico sotto la lente d'ingrandimento è quella finanziaria, partita dagli Stati Uniti d'America nel 2007 e diffusasi poi in Europa dal 2008. Facciamo quindi un salto indietro nel tempo per poter analizzare i dati e il contesto: la crisi finanziaria ha origine da un insieme di fattori; in primo luogo, la politica economica della Federal Reserve, la banca centrale USA, nei primi anni 2000, è caratterizzata da bassi tassi di interesse per favorire la crescita dopo lo scoppio di un'altra bolla, quella delle Dot-com (società attive nell'ambito di Internet). In secondo luogo, parallelamente al contesto espansivo cresce l'uso nei mercati finanziari di prodotti innovativi, alcuni di questi legati al mercato immobiliare americano, i quali permettono agli istituti di credito di cavalcare la crescita economica, immettendo continuamente liquidità nell'economia reale. Ciò che i principali operatori del credito americano fanno è prestare denaro a chiunque, anche a chi non ha l'affidabilità necessaria, grazie ad una pratica chiamata cartolarizzazione (*Treccani, dizionario di Economia e Finanza*) del debito, generato dai prestiti. L'obiettivo per cui è nata la suddetta pratica, era quello di trarre beneficio dalle attività reali, di credito o non negoziabili, trasformandole in titoli obbligazionari, a reddito fisso garantiti da attività finanziarie o collaterali; tuttavia, lo strumento, nato come rendita a basso rischio, è finito per degenerare in una pratica speculativa (v. L. Spaventa, *La grande crisi del nuovo secolo*, 2009). Grazie a questo sistema i mutui emessi dalle banche possono essere ceduti tramite compenso a società veicolo (Special Purpose Vehicle, SPV) preposte alle operazioni di cartolarizzazione e al collocamento sul mercato dei titoli obbligazionari; gli investitori, sottoscrivendo i titoli accettano la corresponsione delle cedole al rimborso del credito dal quale dipendono. Di prodotti cartolarizzati ne esistono diverse tipologie e con diversi gradi di rischio; questo viene valutato dalle agenzie di rating specializzate che, in base al merito creditizio subordinato alla probabilità di restituzione del debito obbligazionario, assegnano un grado. I titoli garantiti da crediti su mutui ipotecari sono chiamati Mortgage Backed Securities (MBS) e dipendono dal pagamento delle rate mensili; i mutui concessi a persone con bassa affidabilità creditizia vengono chiamati subprime (*Treccani, Enciclopedia online*) e hanno un rischio alto, che

si riflette su interessi e oneri. Un alto rischio legato ad un mutuo non è però un problema per i titoli cartolarizzati perché, grazie all'aggregazione di diversi tipi di attività, il grado complessivo si riduce drasticamente visto che le eventuali perdite, derivanti dall'insolvenza dei debitori, non si ripartiscono proporzionalmente, ma innanzitutto sulle classi junior (rischio maggiore) e poi su quelle intermedie e solo successivamente sulle classi senior e super senior. Di conseguenza, titoli formati da attività di rischio diverso abbassano il rischio complessivo e ottengono valutazioni elevate dalle agenzie, anche se al loro interno sono presenti componenti ad alto rischio. Così facendo, gli istituti vanno a scaricare il rischio del mutuo a coloro che acquistavano i titoli cartolarizzati sul mercato e non solo guadagnano dalla vendita dei prodotti legati ai mutui, ma si liberano anche dei debiti finanziari, potendo così continuare ad erogare prestiti senza dover fornire garanzie di liquidità. Gli investitori dal canto loro, si assumono il rischio di rimborso dei mutui, i quali essendo legati al mercato immobiliare e godendo della diversificazione vengono considerati tra i più sicuri, certificati dalle agenzie di rating. Il sistema sembra premiare tutti: i mutui vengono concessi anche alle persone meno facoltose, permettendo loro di acquistare un'abitazione senza merito creditizio, gli istituti guadagnano dall'erogazione di prestiti e vendono il rischio agli investitori, che a loro volta guadagnano dagli interessi sui titoli. Il meccanismo permette una erogazione continua di denaro, rovesciato continuamente nel mercato immobiliare, aumentandone anno dopo anno il valore e facendo la fortuna delle società del settore. La bolla speculativa scoppia quando tra il 2004 e il 2006 la Federal Reserve alza i tassi di interesse dal 1 al 5 per cento, al fine di mettere un freno all'inflazione, aumentata dopo anni di politiche espansive che hanno riversato liquidità nell'economia reale; l'eccesso di moneta ha trovato nel settore dell'edilizia uno dei suoi maggiori canali di sfogo, portando i prezzi medi di mercato ad un livello decisamente superiore rispetto a quelli reali. Le conseguenze all'aumento dei tassi sono disastrose: milioni di americani, ai quali sono stati concessi mutui subprime a tassi variabili, non riescono più a pagare le rate; nel caso dei subprime, il credito spesso viene garantito da ipoteca, di conseguenza molte persone vengono sfrattate. Se fino al giorno precedente il valore di mercato degli immobili continuava a salire, di punto in bianco il mercato statunitense crolla, a causa delle centinaia di migliaia di abitazioni invendute. I prodotti collegati ai mutui fanno il resto, diffondendo la crisi attraverso i mercati finanziari: miliardi di investimenti azzerano il proprio valore perché milioni di

americani non rimborsano più i mutui; i prodotti cartolarizzati e derivati espongono alle perdite anche i titoli “sicuri” colpendo istituti di credito, fondi di investimento e in generale l’intero sistema bancario. Nei primi mesi del 2007 il panico e la sfiducia si diffondono tra gli operatori, causando un aumento vertiginoso dei tassi interbancari e una crisi di liquidità. Diversi istituti finanziari americani vanno in default, così la Fed interviene, salvando i principali istituti tramite nazionalizzazioni, come nel caso dei colossi immobiliari Fannie Mae e Freddie Mac, o acquisizione da parte di concorrenti, ad eccezione di Lehman Brothers che viene lasciata fallire (v. *Consob, crisi finanziaria del 2007-2009*).

La crisi generata ha colpito anche il settore turistico, dove l’andamento negativo in termini di arrivi internazionali si è intensificato durante il primo semestre 2009, in linea con la prevalente situazione finanziaria osservata dal UNWTO e approfondita dagli studi di autori come Papatheodorou, Rosselló e Xiao (2010) e Ritchie, Molinar e Frechtling (2010). Nell’Eurozona, come negli altri continenti, si sono registrate cifre negative riguardo ai Pil in termini reali, oltre a una crescita della disoccupazione.

4.2 La crisi in Europa

In breve tempo la crisi viene trasmessa dagli istituti di credito americani a quelli europei, obbligando gli Stati ad intervenire con risorse pubbliche per tamponare le perdite, generando un aumento vertiginoso dell’indebitamento, che in Europa culmina nel 2010 in una crisi dei debiti sovrani. Il primo Stato a veder precipitare la propria situazione è la Grecia nell’ottobre 2009, quando il nuovo Governo rende noto un buco di bilancio nascosto alle autorità europee, che fa salire il deficit al 12,7% del Pil; l’entità delle difficoltà economiche elleniche aumentano la diffidenza degli investitori, impedendo al Paese di poter finanziare il proprio debito sul mercato e prospettando un rischio di default. Le istituzioni europee intervengono per tutelare la moneta unica e impongono severe misure di bilancio per ridurre il deficit in cambio dei prestiti necessari, dando inizio alle politiche di austerità e a pesanti ripercussioni economico-sociali. Come la Grecia, anche Irlanda, Portogallo, Spagna e Italia accusano livelli di indebitamento pubblico in rapporto al Pil preoccupanti e difficili da sopportare nel lungo periodo, soprattutto con livelli di crescita economica poco sopra allo zero; le difficoltà nel risarcire i debiti costringono le amministrazioni nazionali a chiedere l’intervento della Ue. La Commissione Europea

reagisce istituendo nel 2010 il Fondo europeo di stabilità finanziaria (EFSF), un fondo di garanzia provvisorio con lo scopo di sostenere gli Stati membri che ne fanno richiesta; l'EFSD del 2011 viene sostituito progressivamente dal Meccanismo europeo di stabilità (MES), il quale prevede assistenza finanziaria condizionata al rispetto di misure correttive per chi ne faccia richiesta. L'equilibrio precario delle economie mediterranee viene minato anche dagli attacchi speculativi, i quali si concentrano sui titoli di Stato, sfruttando i differenziali di rendimento (Spread); tali differenze distorcono il meccanismo di trasmissione della politica monetaria e lasciano spazio al rischio di ridenominazione, ovvero il rischio che un Paese esca dall'unione monetaria o collassi la moneta unica¹⁴. La consapevolezza di queste criticità spinge la Banca Centrale Europea nel 2012 a intervenire con il programma Outright monetary transactions per poter acquisire sul mercato secondario titoli di debito pubblico a breve termine (1-3 anni), in modo tale da ridurre l'incertezza e stabilizzare i mercati che speculano sulle fluttuazioni dello Spread (v. *Consob, crisi del debito sovrano*).

4.3 Conseguenze sul turismo

Cellini e Cuccia (2015) osservano come la recessione economica, nel contesto italiano, sia stata particolarmente lunga e severa; il Pil aggregato infatti, è diminuito dell'8 per cento in termini reali tra il 2008 e il 2012, con una decrescita della produzione industriale del 20 per cento, e un calo degli investimenti del 15 per cento. Anche il settore turistico ha subito le conseguenze della recessione, ma l'impatto, rispetto ai dati economici aggregati, è differente.

4.3.1 I dati a livello nazionale

La diffusa crisi di liquidità partita dal settore del credito privato ed estesa poi a quello pubblico in Europa, ha portato inevitabilmente ad una contrazione della spesa media delle famiglie in Italia e in Europa, a causa dell'aumento dell'incertezza, andando a coinvolgere anche il mercato turistico. I dati Istat indicano i bienni 2008-09 e 2012-13 come gli intervalli con cali su arrivi e presenze rispetto all'anno precedente, indicando una

¹⁴ “*La crisi dei debiti sovrani e il processo di integrazione europea*”: Intervento del Governatore della Banca d'Italia Ignazio Visco, Ventotene 1° settembre 2013.

possibile correlazione tra la recessione dell'economia turistica e la crisi finanziaria prima e dei debiti sovrani poi (tabelle 3.1 e 3.2).

Tabella 3.1

Arrivi, presenze e permanenza media negli esercizi ricettivi - Anni 2008-2012
(in migliaia)

ANNI	Arrivi	Variazione % sull'anno precedente	Presenze	Variazione % sull'anno precedente	Permanenza media
2008	95.546	-0,6	373.667	-0,8	3,91
2009	95.500	0,0	370.762	-0,8	3,88
2010	98.814	3,5	375.543	1,3	3,80
2011	103.724	5,0	386.895	3,0	3,73
2012 (a)	103.867	0,1	381.412	-1,4	3,67

Fonte: Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

a) Dato provvisorio.

Tabella 3.2

Arrivi, presenze e permanenza media negli esercizi ricettivi
Anni 2011-2015, valori assoluti in migliaia

ANNI	Arrivi		Presenze		Permanenza media
	Valori assoluti	Variazioni % sull'anno precedente	Valori assoluti	Variazioni % sull'anno precedente	
2011	103.724	4,97	386.895	3,02	3,73
2012	103.733	0,01	380.711	-1,60	3,67
2013	103.863	0,13	376.786	-1,03	3,63
2014	106.552	2,59	377.771	0,26	3,55
2015	113.355	6,38	392.764	3,97	3,46

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

La figura uno evidenzia un calo degli arrivi nel 2008, rispetto all'anno precedente, di un -0,6 per cento e una variazione nulla nel 2009, mentre le presenze variano negativamente sull'anno passato sia nel 2008 che nel 2009 di un -0,8 per cento; la figura due denota una variazione positiva di arrivi vicina allo zero per gli anni 2012-13 a fronte invece di un calo delle presenze del -1,60 per cento nel 2012 e del -1,03 per cento nel 2013. In valori assoluti le perdite delle presenze sono attorno ai sei milioni nel 2009 rispetto al 2007 e ai dieci milioni nel 2013 rispetto al 2011. A differenza degli andamenti altalenanti di arrivi e presenze, il dato della permanenza media risulta in diminuzione costante dal 2008 al 2015, con una perdita di quasi mezzo punto. È lecito chiedersi se queste variazioni siano

determinate dalle crisi in Europa e, in caso, in che misura; gli studi di Barros & Machado (2010), Wang, Little, & DelHomme-Little (2012) fanno presente che il fenomeno della riduzione della permanenza media non è direttamente connesso alle congiunture economiche negative, ma invece costituisce un fenomeno allargato al turismo di molti paesi. Differenziando i flussi turistici per tipologia di esercizio ricettivo (alberghiero ed extra-alberghiero) e provenienza dei turisti (residenti e non residenti) è possibile commentare un secondo livello di profondità analitica.

Tabella 3.3

Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri per residenza dei clienti - Anni 2008-2012
(variazioni percentuali rispetto all'anno precedente)

ANNI	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2008	0,5	-3,2	-1,1	-0,1	-2,2	-1,0
2009	0,5	-3,1	-1,1	-1,0	-3,3	-2,0
2010	1,5	7,3	4,0	-0,2	4,4	1,8
2011	1,6	8,5	4,6	0,3	7,6	3,5
2012 (a)	-2,6	2,4	-0,3	-4,3	2,3	-1,3

Fonte: Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)
(a) Dato provvisorio.

Tabella 3.4

Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri per residenza dei clienti
Anni 2011-2015, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

ANNI	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2011	1,6	8,5	4,6	0,3	7,6	3,5
2012	-2,9	2,3	-0,5	-5,0	2,2	-1,7
2013	-2,6	2,9	..	-3,4	3,0	-0,3
2014	1,9	2,0	1,9	-0,7	0,8	0,1
2015	5,6	5,7	5,6	4,5	1,8	3,1

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Per quanto riguarda le strutture alberghiere (*tabelle 3.3 e 3.4*) nel biennio 2008-09 gli arrivi dei residenti hanno avuto una crescita di mezzo punto percentuale (sempre sull'anno precedente) e delle presenze in leggerissimo calo; i dati più significativi si sono registrati per gli arrivi e le presenze dei non residenti, tra i 2 e i 3 punti percentuali in negativo. Le tendenze del biennio 2012-2013 invece rovesciano la situazione: il calo

rilevante riguarda i residenti, con flessioni negli arrivi del -2,9 e -2,6 per cento e del -5,0 e -3,4 per cento nelle presenze; i non residenti invece registrano variazioni positive tra i 2 e i 3 punti percentuali. Una prima osservazione denota una diminuzione dei turisti non residenti l'anno successivo lo scoppio della crisi finanziaria, mentre una stabilità dei residenti che non sembrano colpiti nel medesimo periodo. La reazione alla crisi europea dei debiti sovrani (2012-13) invece, è evidente nei residenti, i quali si dimostrano più conservativi nel viaggiare, diminuendo in modo marcato le presenze. A proposito invece delle strutture extra- alberghiere (*tabelle 3.5 e 3.6*), i dati Istat indicano andamenti meno netti rispetto ai periodi di maggior recessione economica:

Tabella 3.5

Arrivi e presenze negli esercizi extra-alberghieri per residenza dei clienti - Anni 2008-2012 (a) (variazioni percentuali rispetto all'anno precedente)

ANNI	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2008	2,6	0,3	1,6	-1,6	1,7	-0,3
2009	4,2	4,5	4,3	1,1	2,6	1,8
2010	-0,1	3,3	1,4	-1,0	1,9	0,2
2011	4,9	8,0	6,3	-0,4	5,2	2,0
2012 (a)	0,3	4,0	2,0	-4,8	2,2	-1,7

Fonte: Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)
(a) Dato provvisorio.

Tabella 3.6

Arrivi e presenze negli esercizi extra-alberghieri per residenza dei clienti
Anni 2011-2015, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

ANNI	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2011	4,9	8,0	6,3	-0,4	5,2	2,0
2012	0,2	4,2	2,0	-4,7	2,5	-1,5
2013	-2,4	4,1	0,6	-5,4	1,0	-2,5
2014	4,5	5,8	5,1	-0,2	1,6	0,7
2015	8,5	9,9	9,2	5,5	5,9	5,7

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

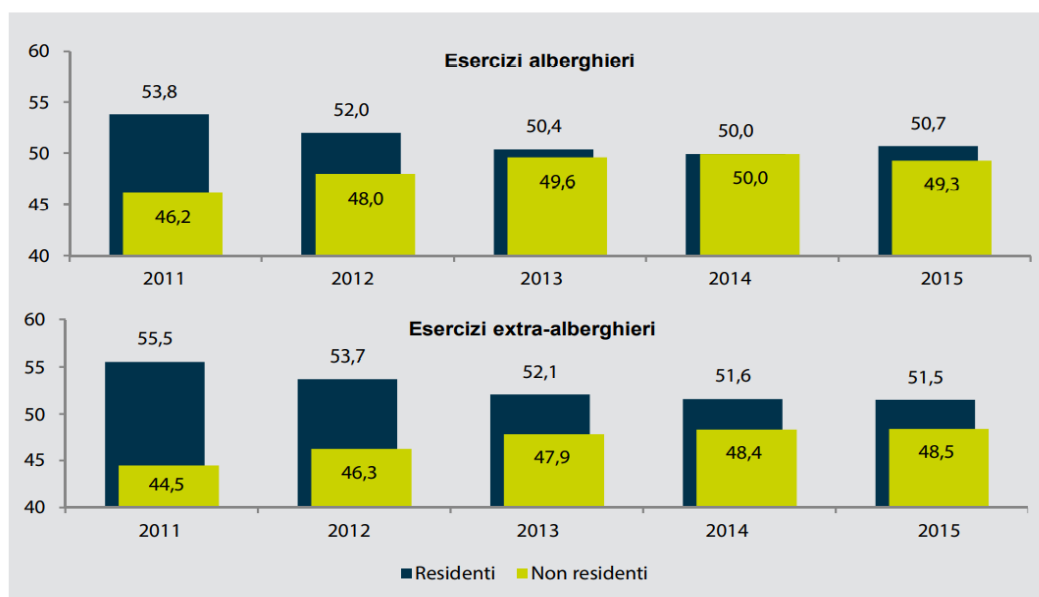
Gli arrivi dei residenti risultano in crescita media annuale del 2,8 per cento e subiscono una battuta d'arresto solo nel 2010 e tra il 2012-13, mentre gli arrivi dei non residenti sono costantemente positivi con una crescita media annuale del 5,0 per cento. Le presenze

dei residenti invece, sono in diminuzione del 1,7 per cento medio annuo dal 2008 al 2014, con eccezione per il 2009 e il 2015: in quest'ultimo anno la tendenza sembra essersi finalmente invertita grazie alla ripresa economica; le presenze dei non residenti, al contrario, sono sempre positive con una crescita media annua del 2,8 per cento e registrano le crescite unitarie minori negli anni 2010, 2013 e 2014. I segni opposti tra arrivi (positivi) e presenze (negative) dei residenti indicano che questi hanno preferito ridurre la durata media del viaggio invece di rinunciare a partire¹⁵; mentre i non residenti hanno continuato ad aumentare in arrivi, senza ridurre le notti di permanenza media nella misura tale da influenzare negativamente le presenze, registrando quindi una crescita. Gli andamenti opposti di arrivi e presenze dei residenti ci suggeriscono che sono loro i principali responsabili dell'abbassamento della permanenza media dei viaggi in Italia, nonostante ci sia una progressiva riduzione annuale del differenziale tra le quote di turisti residenti e non residenti: mentre i primi rimangono stabili, i secondi aumentano, incrementando il proprio peso percentuale e raggiungendo le presenze dei residenti negli esercizi alberghieri nel 2014 e avvicinandosi sempre più a quelle nelle strutture extra alberghiere (*figura 6*).

¹⁵ Le presenze si calcolano come numero di arrivi moltiplicato il numero di notti di permanenza.

Figura 6

Presenze negli esercizi ricettivi per residenza dei clienti e tipologia di esercizio
Anni 2011-2015, composizioni percentuali



Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Scendendo nel dettaglio dall'anno 2008 all'anno 2014, si può notare come la distinzione tra residenti e non residenti, con le rispettive permanenze medie, risulti esplicativa del fenomeno (tabella 3.7).

Tabella 3.7

ANNI	Residenti			Non residenti			Totale		
	Arrivi	Presenze	Permanenza media (a)	Arrivi	Presenze	Permanenza media (a)	Arrivi	Presenze	Permanenza media (a)
2008	53.749.362	211.869.278	3,94	41.796.724	161.797.434	3,87	95.546.086	373.666.712	3,91
2009	54.375.079	211.268.511	3,89	41.124.722	159.493.866	3,88	95.499.801	370.762.377	3,88
2010	55.019.507	210.340.052	3,82	43.794.338	165.202.498	3,77	98.813.845	375.542.550	3,80
2011	56.263.060	210.420.670	3,74	47.460.809	176.474.062	3,72	103.723.869	386.894.732	3,73
2012	54.994.582	200.116.495	3,64	48.738.575	180.594.988	3,71	103.733.157	380.711.483	3,67
2013	53.599.294	191.992.233	3,58	50.263.236	184.793.382	3,68	103.862.530	376.785.615	3,63
2014	54.916.852	190.978.299	3,48	51.635.500	186.792.507	3,62	106.552.352	377.770.806	3,55

Fonte: elaborazione su dati Istat

Seppure sia i residenti che i non residenti diminuiscano la permanenza media anno dopo anno, quella dei primi, cala più velocemente fino ad essere inferiore a quella dei secondi dal 2012, comprovando il calo di presenze dei residenti. La diminuzione costante della permanenza media costituisce dunque, un fenomeno accentuato dalle crisi, soprattutto dal 2011 in poi per i residenti, ma già presente prima della crisi e soprattutto non invertito dal termine del periodo recessivo, oltre che presente nei turisti stranieri, come rilevano gli

studi di Barros e Machado (2010) e Wang, Little, e DelHomme-Little (2012). Al di là della permanenza media, sono stati rilevati dei cali percentuali in arrivi e presenze (sugli anni precedenti) dopo gli eventi principali legati alle crisi; il primo, in ordine cronologico, riguarda in particolare gli arrivi e le presenze dei non residenti nelle strutture alberghiere, tra il 2008 e il 2009. Analizzando i dati secondo i Paesi di provenienza si distinguono i flussi in entrata, identificando gli andamenti principali (figure 7 e 8).

Figura 7

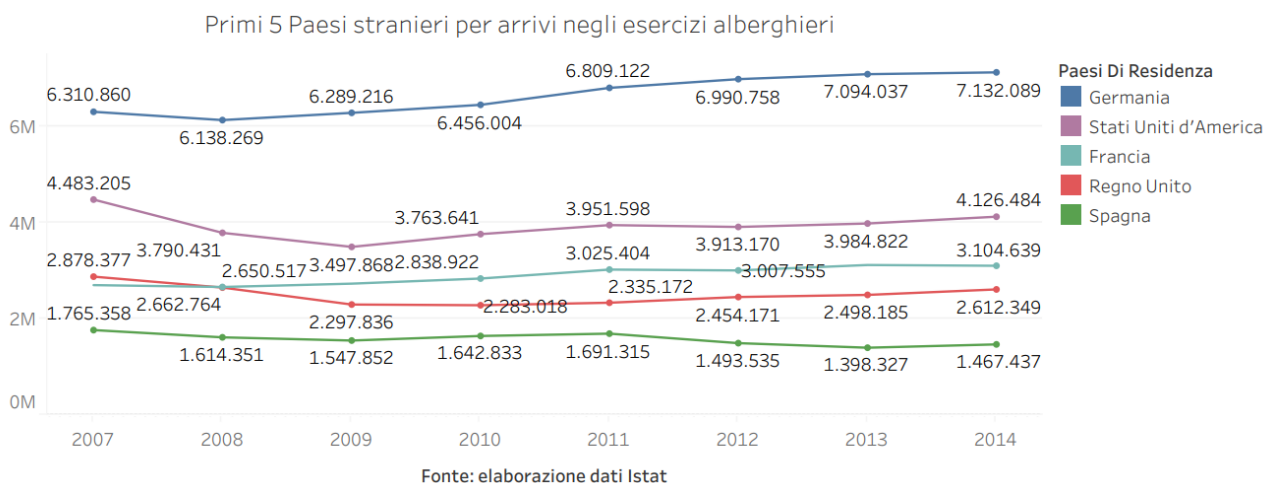
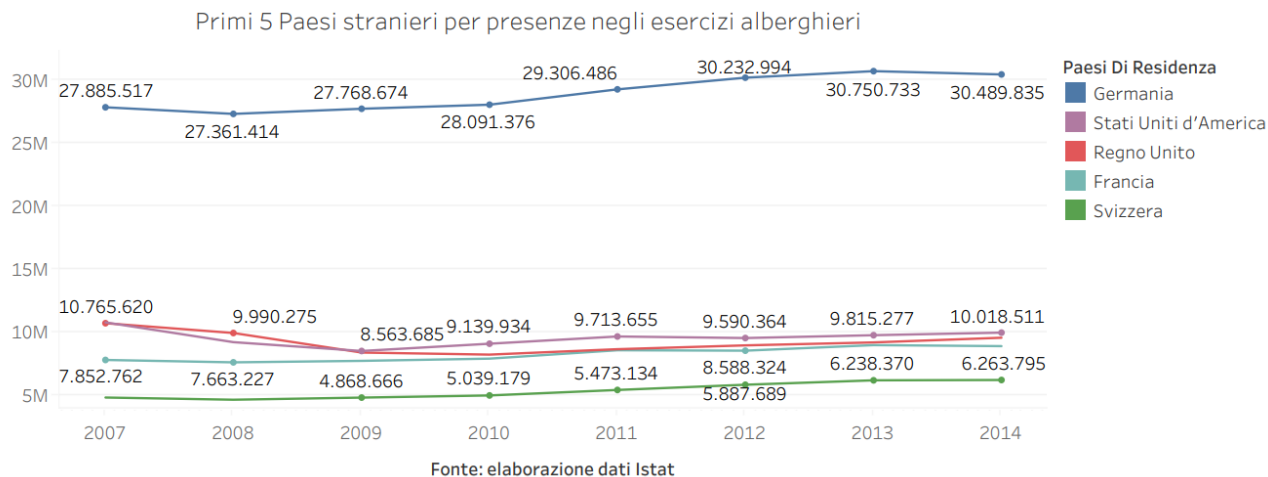
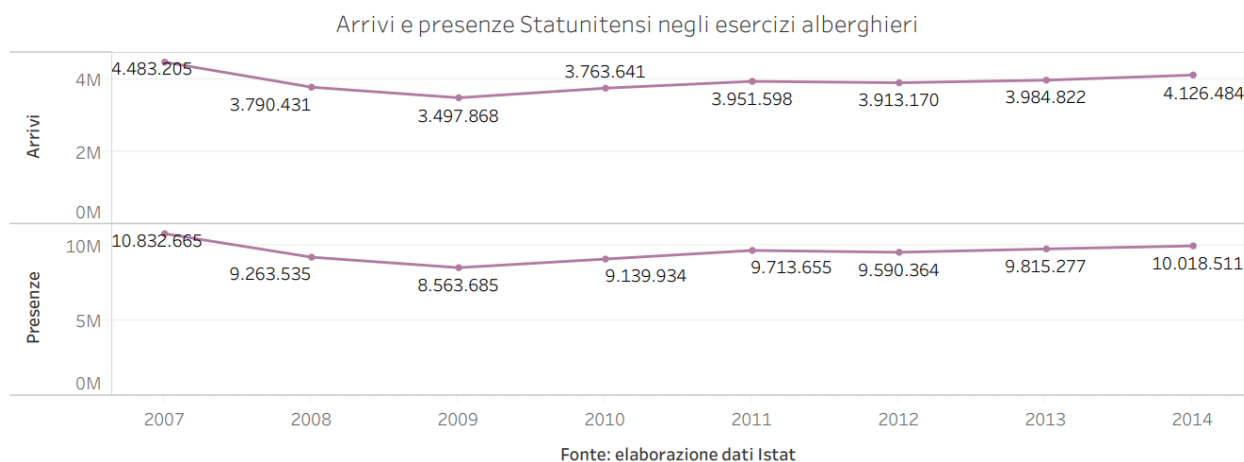


Figura 8



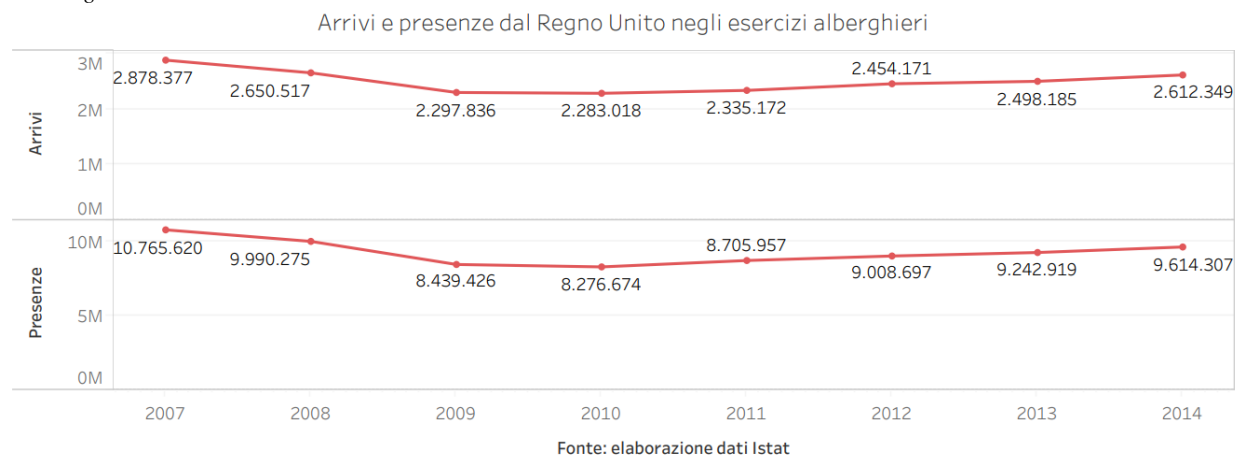
Filtrando i flussi internazionali in ordine decrescente per presenze e arrivi si nota che la componente principale del calo proviene dai territori anglo-americani, oltre che dalla Germania. Nel dettaglio appaiono evidenti le ripercussioni della crisi finanziaria soprattutto su Stati Uniti d'America e Regno Unito (figure 9 e 10).

Figura 9



Nel caso statunitense il calo degli arrivi dal 2007 al 2008 è quasi di settecentomila unità, mentre quello delle presenze supera il milione e mezzo, attestando una perdita di circa il 15 per cento sull'anno precedente. La tendenza discendente continua anche nel 2009, con una perdita del 7 per cento sull'anno precedente, portando a un deficit di un milione di arrivi e 2,3 milioni di presenze in due anni (tra 2008 e 2009 rispetto al 2007), per poi invertirsi nel biennio successivo e stabilizzarsi dal 2011 al 2014.

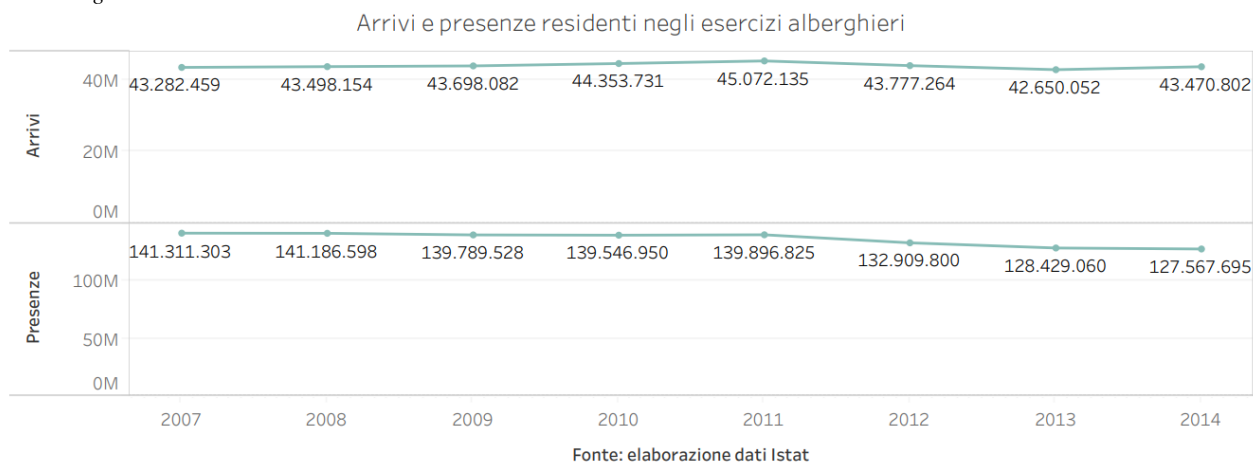
Figura 10



I dati riguardo il Regno Unito invece, mostrano un calo meno accentuato dal 2007 al 2008, ma più evidente nell'anno successivo, con una perdita di quasi seicentomila arrivi e 2,3 milioni di presenze in due anni, dal 2007 al 2009. Questo significa che molti turisti provenienti da USA e Regno Unito hanno rinunciato a viaggiare verso l'Italia dopo lo scoppio della crisi dei mutui subprime; al contrario, i turisti residenti hanno dimostrato

una propensione alla riduzione della permanenza media, rispetto alla rinuncia al viaggio, come constatato dagli arrivi stabili e dal leggero calo delle presenze (figura 11).

Figura 11



La diminuzione di arrivi e presenze, in questo caso, si evidenzia dopo il 2011, con un calo di quasi due milioni e mezzo di arrivi e undici milioni e mezzo di presenze nel biennio 2011-2013; le presenze scendono ulteriormente nel 2014 mentre gli arrivi riprendono leggermente quota. Gli esercizi alberghieri e le famiglie italiane hanno quindi sofferto maggiormente le conseguenze della fase di crisi dei debiti sovrani, rispetto a quelle del 2008, perché questa volta alcuni turisti hanno rinunciato a viaggiare, seppur il loro numero risulta inferiore a coloro che preferiscono ridurre la durata della vacanza invece di non partire (Bronner & de Hoog, 2012). Va tenuto presente che un calo del turismo interno testimonia difficoltà economiche differenti rispetto al turismo estero; la spesa media per viaggio da parte di stranieri è circa il doppio rispetto alla spesa media per viaggio dei residenti (v. Istat, *Viaggi e Vacanze*), di conseguenza rinunciare a viaggiare in patria è un segnale di difficoltà maggiore rispetto a non viaggiare all'estero. Di contro gli arrivi e le presenze straniere nelle strutture alberghiere tra il 2011 e il 2014 risalgono, dimostrando una minor sofferenza dei Paesi, anche europei, rispetto all'Italia, alla crisi dei debiti sovrani; questo in primis perché gli Stati che hanno riscontrato le situazioni più gravi, come Grecia e Spagna, seppur registrando tendenze negative, non hanno il peso nella bilancia turistica italiana di Paesi come Germania, Stati Uniti, Francia e Regno Unito; in secondo luogo, tali Stati, o grazie alle loro condizioni di bilancio solide, o grazie

alle politiche di contrasto alla recessione, sono riusciti a superare prima di altri il periodo economico negativo.

Per quanto riguarda le strutture extra alberghiere i dati Istat rilevano tendenze discordanti tra residenti e non residenti; i primi dal 2007 al 2014 sono cresciuti per arrivi ma calati per presenze, soprattutto dal 2011 al 2014 (*figura 12*); i secondi invece sono cresciuti sia in arrivi che in presenze, trainati dai flussi provenienti dalla Germania (*figura 13*). Tutto ciò rispecchia l'avvicinamento progressivo tra la quota di residenti e quella di non residenti nelle strutture extra alberghiere, che prosegue da diversi anni; tale fenomeno, come nel precedente caso della riduzione della permanenza media di viaggio, non è direttamente imputabile alla crisi, ma fa parte di una transizione che coinvolge i flussi turistici nel suo complesso, perché inizia prima del periodo di crisi e non si esaurisce al termine di questo.

Figura 12

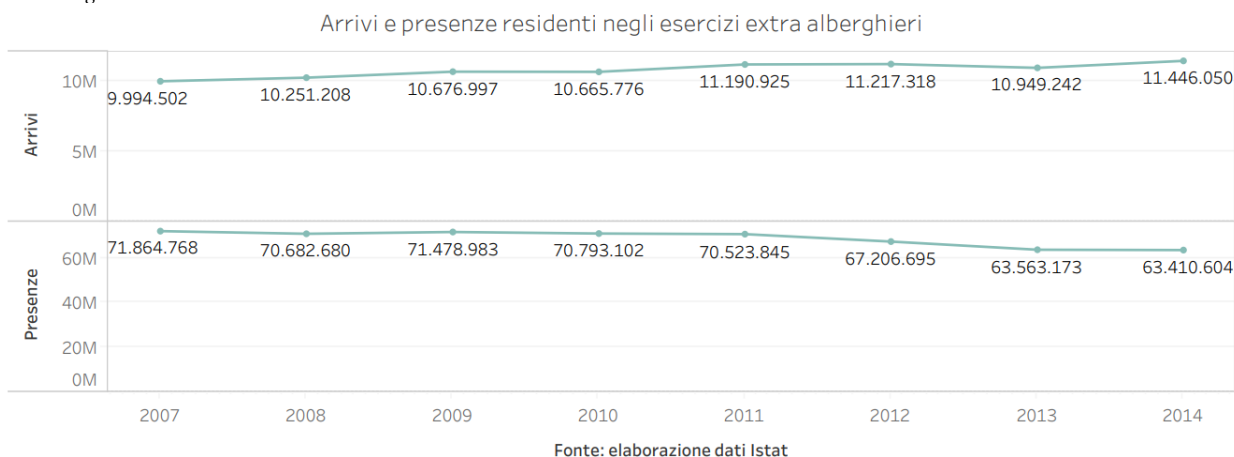
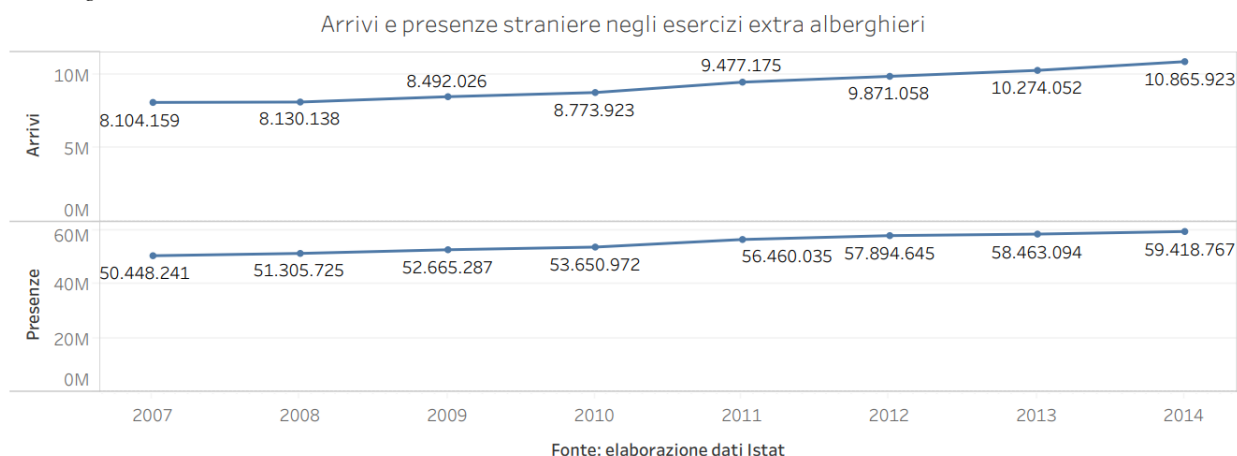


Figura 13



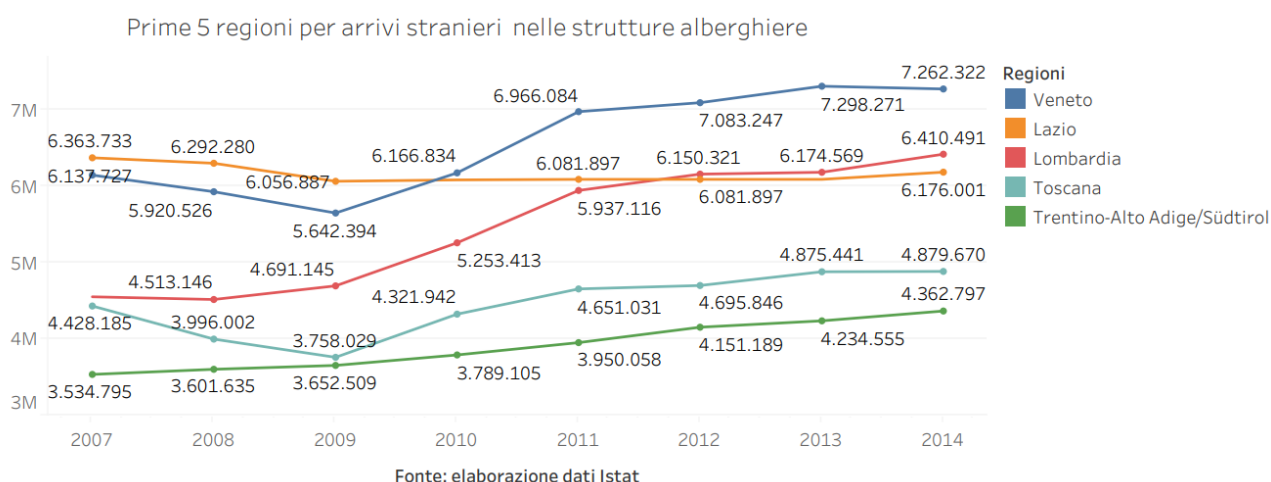
Le tendenze di segno opposto tra arrivi e presenze dei residenti confermano il dato sul calo della permanenza media, come le difficoltà maggiori dopo il 2011. Dal 2007 al 2014 gli arrivi dei residenti sono aumentati di un milione e mezzo di unità, mentre le presenze hanno perso otto milioni e mezzo circa di unità. Ciò che si evince è la preferenza crescente dei turisti stranieri verso le strutture extra alberghiere, nonostante la crisi; i residenti, invece, nel periodo di maggiori difficoltà, risparmiano accorciando la durata del viaggio, senza rinunciare a partire. Una differenza questa, rispetto alle strutture alberghiere, che può trovare motivazione nel costo del soggiorno: la spesa media annuale per vacanza negli esercizi alberghieri è circa del 20 per cento più alta rispetto alla spesa media per vacanza negli esercizi extra alberghieri (v. *Istat, Prospetti turismo*).

4.3.2 I dati a livello regionale: le strutture alberghiere

Una volta individuati i pattern nazionali, vorremmo capire se ogni territorio italiano abbia subito gli effetti recessivi nella stessa misura; per questo motivo analizziamo i dati regionali e la provenienza dei flussi, individuando le località italiane più dipendenti dal turismo colpito dalle fasi della crisi. Le premesse da fare in questo caso riguardano la distribuzione degli arrivi e delle presenze turistiche, perché storicamente in Italia la maggior parte dei flussi si concentra in Veneto, Trentino-Alto Adige, Lazio, Toscana e Emilia-Romagna. Nel 2007 ad esempio, i turisti stranieri si concentrano per il 60,5 per cento delle presenze in Veneto, Trentino-Alto Adige, Lazio e Toscana; mentre i turisti residenti si distribuiscono in maniera più omogenea: Emilia-Romagna, Veneto, Toscana e Trentino-Alto Adige assorbono il 44,9 per cento delle presenze (v. *Annuario statistico*

italiano, Istat, 2009, p.467). Inoltre, sono presenti differenze di preferenza tra residenti e non residenti riguardo le tipologie di strutture ricettive alberghiere: i primi si rivolgono in percentuale inferiore rispetto ai secondi alle strutture di lusso (alberghi a 4 e 5 stelle), preferendo le strutture di fascia media (alberghi a 3 stelle e residenze turistico-alberghiere)¹⁶. Le preferenze in tema di residenze extra alberghiere (o complementari) per tipo di esercizio, invece, tra residenti e non residenti sono simili. Analizzando i flussi regionali tra il 2007 e il 2014, è possibile identificare quali siano le regioni italiane che abbiano assorbito le perdite in arrivi e presenze anglo-americane, per le strutture alberghiere, in particolare tra il 2008 e il 2009 post crisi finanziaria (figure 14 e 15).

Figura 14

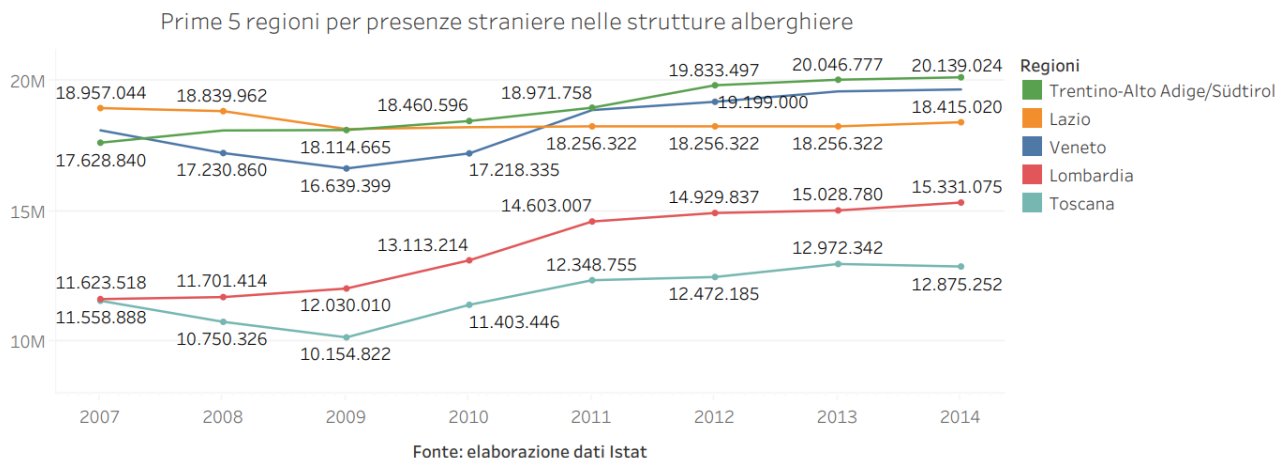


Le regioni come Toscana e Veneto registrano i cali più pronunciati negli arrivi, Lazio e Emilia-Romagna hanno perdite più contenute, mentre per Lombardia e Trentino-Alto Adige il dato è addirittura positivo. È evidente che nei flussi verso Toscana e Veneto è presente una componente rilevante di stranieri provenienti da Usa e Regno Unito (oltre che Germania per il Veneto), i quali hanno rinunciato a viaggiare nel biennio 2008-2009. In Emilia-Romagna il flusso diminuisce leggermente, ma la regione dimostra di non essere scossa dalla crisi, come d'altronde Trentino e Lombardia, dove le componenti straniere aumentano progressivamente il loro peso; tale controtendenza, fa pensare ad un elevato tasso di varietà riguardo la provenienza di viaggiatori stranieri o quantomeno la scarsa dipendenza dai flussi anglo-americani. La situazione del Lazio mostra un calo che

¹⁶ Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, 2014.

va oltre il biennio incriminato, denotando una tendenza leggera ma pur sempre negativa, di medio periodo; il proseguo negativo non rispetta gli andamenti in recupero delle altre principali regioni dopo il 2009¹⁷, in tal senso anche Cellini e Cuccia (2015) hanno definito la regione Lazio come “incapace di recuperare” i livelli precedenti la recessione, rispetto ad altre regioni italiane.

Figura 15

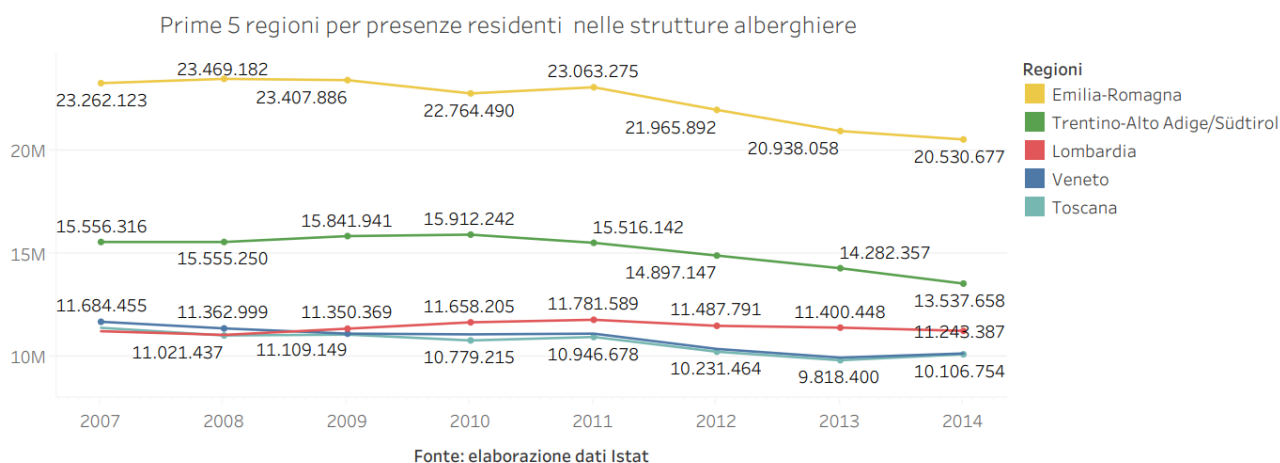


Le presenze confermano le tendenze degli arrivi senza evidenziare particolari differenze dovute a variazioni di permanenza media; l'unica differenza riguarda la posizione del Trentino, che per presenze nel 2007 è superiore a Lombardia e Toscana.

Passando alla seconda fase di crisi, quella dei debiti sovrani, il periodo di riferimento va dal 2011 al 2014; come visto precedentemente a livello nazionale, il flusso coinvolto in questo caso è quello residente e nello specifico, le presenze più degli arrivi, per i motivi già spiegati. Per osservare al meglio gli andamenti regionali si formeranno tre gruppi in ordine decrescente di presenze; le principali regioni per presenze sono tutte in negativo (figura 16), come pure le altre tra il 2011 e il 2014.

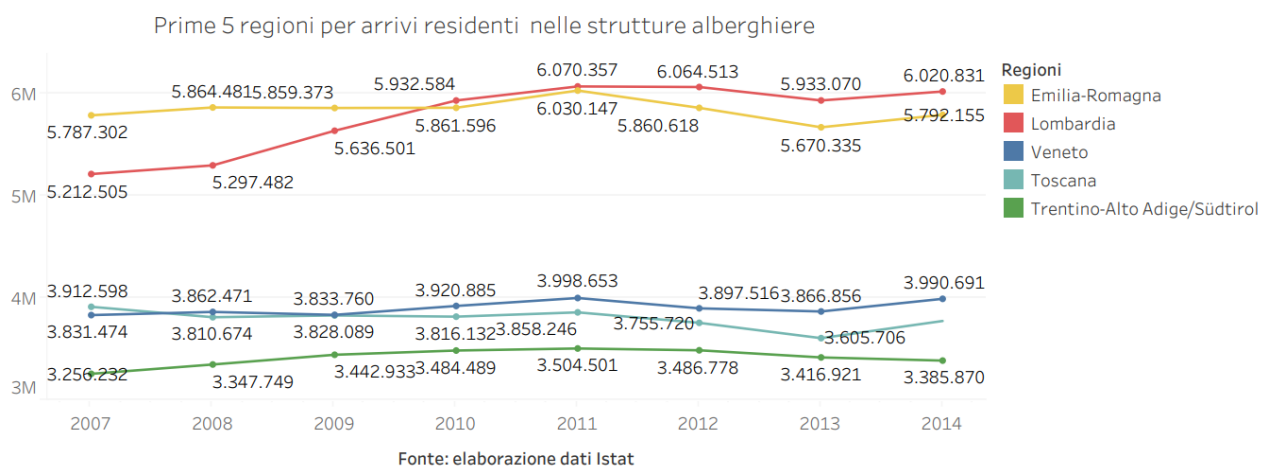
¹⁷ Da segnalare che i dati Istat sul Lazio sono incompleti: i dati 2014 della provincia di Rieti, della provincia di Viterbo e del Comune di Roma sono stati imputati con quelli dell'ultimo anno disponibile (2013), in quanto non trasmessi dall'organo regionale competente. Non ci sono i dati per esprimere un'analisi completa.

Figura 16



L'Emilia-Romagna, si dimostra la regione italiana a trazione residente per eccellenza, staccando tutte le altre; nonostante le regioni abbiano tipologie di turismo differenti al loro interno (mare, montagna, lago, città d'arte) subiscono indistintamente cali, segno che la recessione non ha risparmiato alcun territorio. Solo il Lazio, tra le regioni maggiori in termini di presenze, riesce a rimanere stabile per presenze¹⁸. Le tendenze degli arrivi, invece, presentano cali meno pronunciati come previsto (figura 17).

Figura 17



Il secondo gruppo di regioni per presenze (figura 18) mostra variazioni comunque negative nel complesso e solo nel 2014 si iniziano a vedere i primi dati di ripresa. Infine,

¹⁸ Ricordiamo l'anomalia nei dati del Lazio, in questo caso il valore 2012 è uguale a quello 2011.

il terzo gruppo per presenze (figura 19) è quello per peso inferiore e ad eccezione della Basilicata, le bilance sono tutte negative.

Figura 18

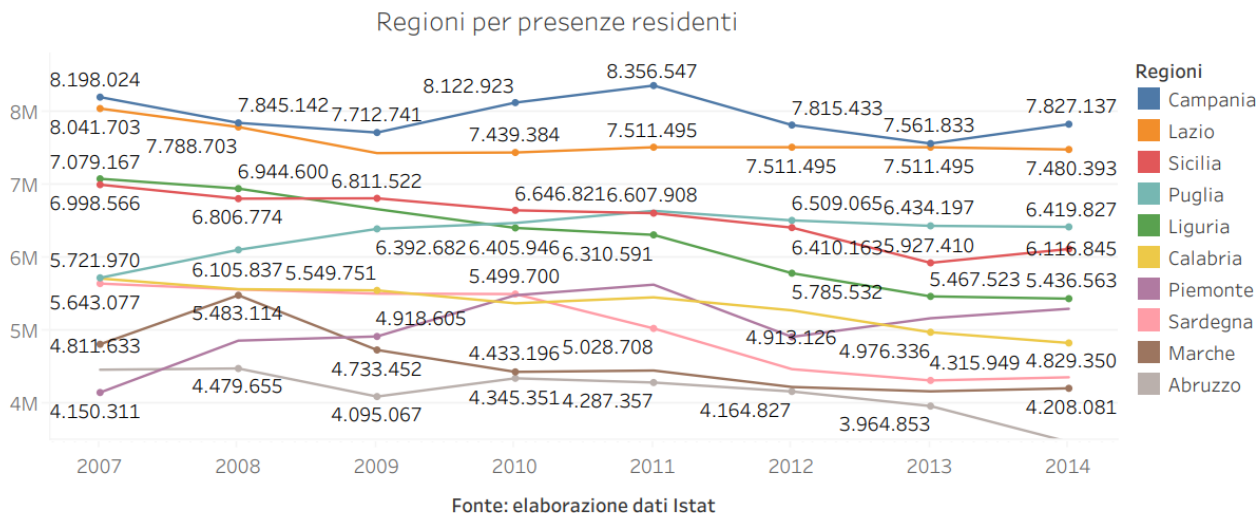
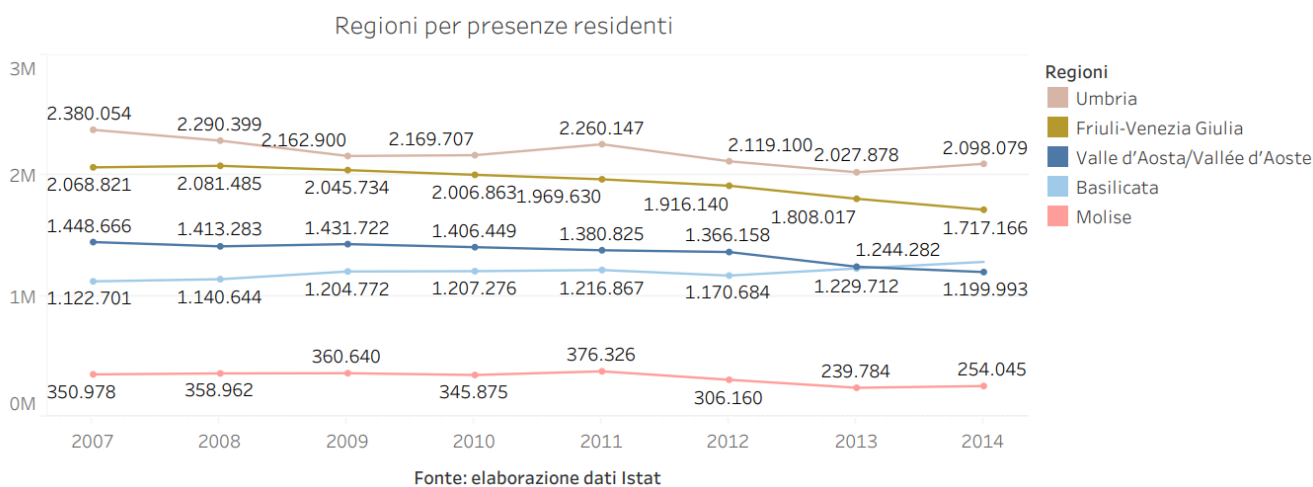


Figura 19



A livello complessivo, le regioni italiane nella crisi dei debiti sovrani, hanno perduto circa 14,31 milioni di presenze, a fronte di una diminuzione degli arrivi di soli 1,72 milioni. A livello macroregionale¹⁹ il Nord-Ovest perde 1,92 milioni di presenze, il Nord-Est ben

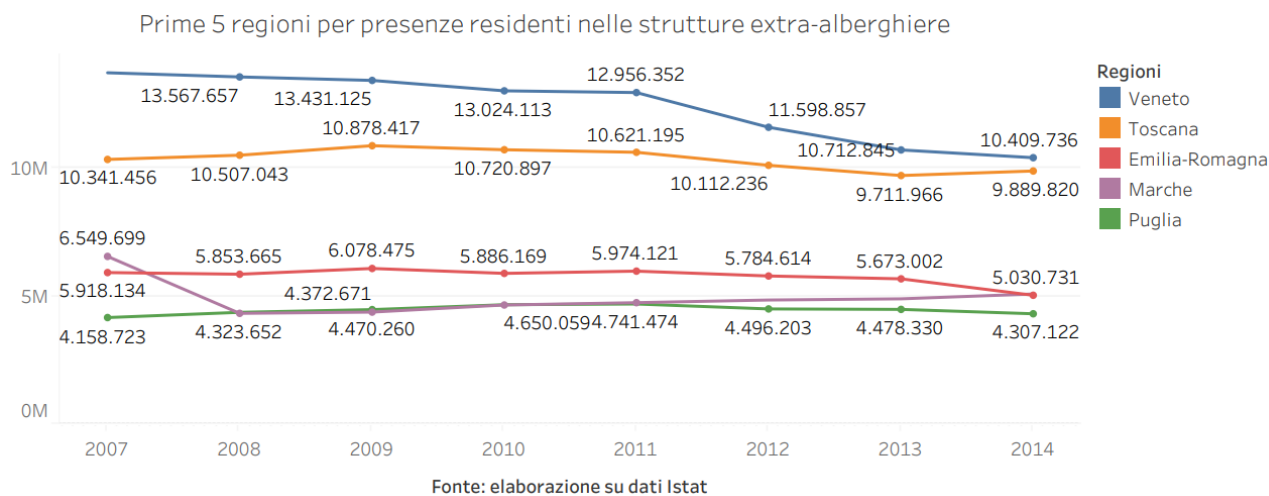
¹⁹ Ripartizioni geografiche Istat: Nord-ovest (Piemonte, Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste, Lombardia, Liguria); Nord-est (Trentino-Alto Adige/Südtirol, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna); Centro (Toscana, Umbria, Marche, Lazio); Sud (Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria); Isole (Sicilia, Sardegna).

5,72 milioni, il Centro 1,28 milioni, il Sud 2,24 milioni e le Isole 1,16 milioni. Il Nord-Est è il territorio più colpito perché raccoglie al suo interno alcune delle regioni con le quote di turisti più alte in assoluto a livello nazionale e per turisti residenti, come Emilia-Romagna, Veneto e Trentino-Alto Adige; basti osservare che le presenze di turisti residenti nel 2011 nel Nord-Est superano i 50 milioni contro la metà di Nord-Ovest, Centro e Sud che si aggirano sui 25 milioni a testa e gli 11 milioni e mezzo delle Isole. Le suddette perdite si sono concentrate sulle strutture alberghiere le quali hanno patito la prima fase della crisi tramite i mancati flussi stranieri (2008-2009) e la seconda tramite i mancati flussi residenti (2011-2014); Cellini e Cuccia (2015) hanno notato che, per ragioni diverse, le destinazioni di mare e montagna sono quelle che hanno registrato le performance peggiori sia per flussi residenti che stranieri, rispetto alle destinazioni di interesse storico e artistico che si dimostrano le migliori in entrambi i flussi, mentre le località di lago e termali si posizionano sopra la media nel segmento straniero e sotto la media nel segmento domestico. Cuccia e Rizzo (2010) evidenziano come non tutte le regioni siano in grado di sostituire l'offerta balneare con una culturale, spiegando le difficoltà delle regioni adriatiche centrali rispetto a Veneto, Toscana e Sicilia.

4.3.3 I dati a livello regionale: le strutture extra alberghiere

L'andamento nelle strutture extra alberghiere, come anticipato, registra flessioni negative solo nelle presenze dei residenti, soprattutto nella seconda fase della crisi; a livello regionale queste perdite vengono assorbite maggiormente, in termini assoluti, dal Veneto, che registra 2,5 milioni di presenze in meno (*figura 20*); a seguire Toscana ed Emilia-Romagna, completano il podio delle regioni con le quote più elevate di presenze residenti e comprensibilmente sono anche tra le regioni con i differenziali negativi più alti. Rilevanti, in valori assoluti, anche le cifre negative di Campania e Friuli-Venezia Giulia, vicine al milione a testa nel 2014 rispetto al 2011.

Figura 20



Complessivamente, le strutture extra alberghiere hanno registrato una perdita di 7,26 milioni di presenze, in tre anni, dimostrando la trasversalità del fenomeno recessivo (crisi dei debiti sovrani) sulle scelte dei turisti residenti rispetto alle tipologie di strutture; trasversalità che non appartiene nella prima fase (crisi finanziaria) nella quale i turisti non residenti hanno rinunciato alle strutture alberghiere, ma non a quelle complementari.

4.4 Conseguenze sull'informazione e il dibattito pubblico

Il secondo termine di paragone riguarda l'informazione compiuta dai media nelle crisi e le reazioni di ricerca online della popolazione; la selezione e la trasmissione di messaggi da parte di canali mediatici può influenzare la percezione che l'opinione pubblica ha su un determinato tema. Durante un evento negativo cresce la necessità di notizie e la narrazione che viene fatta cambia l'elaborazione della situazione da parte dei cittadini; in questi casi i canali di trasmissione del messaggio, come le televisioni, i giornali, le radio, internet, assumono un ruolo attivo nel processo di comunicazione: non sono più semplici trasmettitori, bensì diventano essi stessi fonti, decidendo su quali notizie concentrare l'attenzione e in che modo diffonderle; un esempio utile è la ricerca pubblicata sul Journal of Health Communication²⁰ (agosto 2017). Per valutare l'informazione sulla crisi finanziaria in Italia, in questa sede, si prende come riferimento lo studio di Squazzoni e

²⁰ Hal Roberts, Brittany Seymour, Sands Alden Fish II, Emily Robinson & Ethan Zuckerman (2017) Digital Health Communication and Global Public Influence: A Study of the Ebola Epidemic, Journal of Health Communication, 22:sup1, 51-58.

Castellani²¹ (2011), nel quale gli autori, tra le varie cose, calcolano la correlazione di Pearson, tra i titoli in prima pagina del *Il Sole 24 Ore* e *Corriere della Sera* sulla crisi e le ricerche su Google degli utenti. Va premesso che, il *Sole 24 Ore* è un quotidiano finanziario, mentre il *Corriere della Sera* è generalista; di conseguenza la copertura della crisi da parte delle due testate è stata differente. Il *Sole* ha titolato il 69,9 per cento delle edizioni, tra il 1° settembre 2008 e il 31 agosto 2009, sulla crisi, il *Corriere* il 40,6 per cento; le colonne medie dedicate al fenomeno sono state il 24 per cento del totale per *Il Sole*, il doppio del *Corriere*, che si ferma al 13 per cento; infine, *Il Sole* ha usato il doppio di parole negative rispetto al *Corriere*, 114 contro 57. A livello di qualità dell'informazione, tra i quotidiani finanziari, *Il Sole 24 Ore*, si è dimostrato quello che ha raccontato la crisi con i toni più conformi alla situazione di mercato; su base trimestrale, questi ha pubblicato notizie correlate maggiormente, dal punto di vista della negatività, neutralità o positività, con il principale indice finanziario italiano, il FTSE MIB. Nonostante la puntualità dell'informazione di *Il Sole*, le statistiche Google Trends hanno registrato, nel medesimo periodo, un'impennata di ricerche online riguardo “mutui subprime” e “crisi dei mutui subprime” più in Italia che nei paesi anglosassoni, dimostrando la necessità di integrare l'informazione dei canali tradizionali, da parte degli utenti. Questa esigenza è stata misurata creando il Subprime Google Index e può trovare spiegazione nella diffusione di internet a livello capillare e nella scarsa alfabetizzazione finanziaria della popolazione italiana. Improbabile che l'informazione tradizionale non raggiunga l'opinione pubblica o che sia di scarsa qualità, appurata la correlazione tra i titoli del *Il Sole 24 Ore* e gli andamenti di mercato; inoltre, la correlazione di Pearson²² su media settimanale, tra il Subprime Google Index e i titoli dei quotidiani italiani, risulta uguale a 0,799 per *Il Sole 24 Ore*, ovvero quasi all'80 per cento, mentre per il *Corriere della Sera* corrisponde a 0,643. A sostegno di tali valori si aggiunge la correlazione tra il Subprime Google Index, (che può essere interpretato come la necessità di informazioni più dettagliate sul significato di alcuni termini specialistici utilizzati dai media) e la negatività dell'informazione pubblicata, che nel caso del *Il Sole 24 Ore* è di 0,738 ($p < 0,001$). Correlazioni così vicine al valore unitario indicano, in primo luogo, una forte

²¹ Flaminio Squazzoni e Marco Castellani, *Media e crisi economica: «instrumentum diaboli» o guardiani del faro?*

²² Con un livello di significatività $p < 0,001$.

dipendenza tra prime pagine dei quotidiani e ricerche online; in secondo luogo, una dipendenza tra la negatività delle notizie e la volontà di approfondimento della popolazione. Gli autori ipotizzano che, tale propensione all'approfondimento tecnico in Italia, derivi dalla bassa educazione finanziaria posseduta dai cittadini, rispetto ai più informati americani e inglesi, che di conseguenza non hanno reazioni di ricerca così diffuse. I dati di ricerca online consentono di avere un feedback indiretto, che nel rapporto comunicativo one to many non è presente; ciò significa che la ricezione delle notizie da parte del pubblico italiano in questo caso avviene, ma per la difficoltà dell'argomento queste non vengono comprese del tutto, altrimenti non ci sarebbe un'impennata di ricerche sui canali alternativi. Da escludere, nel caso del *Il Sole 24 Ore* e del *Corriere della Sera*, una tendenza all'esagerazione o minimizzazione della situazione di crisi o una narrazione fuorviante; il quotidiano finanziario, in particolare, ha raccontato l'evolversi del fenomeno osservando i mercati e la negatività delle notizie è stata in linea con i fatti, coinvolgendo più articolisti dei quotidiani anglo-americani, 109 contro i 72 del *Wall Street Journal* e i 73 del *Financial Times*. Molti di questi articolisti sono economisti, autorevoli rappresentanti delle istituzioni finanziarie, oppure politici con responsabilità ministeriali nel campo economico-finanziario. A differenza del caso USA sull'epidemia di Ebola nel 2014-2015 proveniente dall'Africa, non c'è stato un disallineamento tra le autorità politiche, l'opinione pubblica e la comunità scientifica, dettato dalla superficialità nell'analisi dei fatti. Nel 2008, l'alienazione della maggioranza dei cittadini italiani rispetto ai temi finanziari ha contribuito, in un primo momento, a non vedere le conseguenze sulla propria dimensione, arrivate una volta che la crisi si è rovesciata sull'economia reale.

Capitolo 5:

La crisi pandemico-economica

La seconda crisi presa in analisi è quella scatenata dal Coronavirus-2 da sindrome respiratoria acuta grave, anche chiamata pandemia da Covid-19; al momento di stesura dell'elaborato, tra l'ultimo trimestre del 2021 e il primo trimestre del 2022, la pandemia è ancora in corso. Il virus in questione fa parte della famiglia dei virus respiratori, comuni in molte specie animali, ma che in alcuni casi possono evolversi infettando la specie umana; il virus Covid-19 in particolare è stato isolato per la prima volta in Cina centrale, precisamente nella città di Wuhan, tra la fine del 2019 e l'inizio del 2020 e la malattia è stata associata a casi di polmonite. Il giorno 11 marzo 2020, il direttore generale dell'Organizzazione Mondiale della Sanità ha dichiarato che il focolaio internazionale di infezione da nuovo coronavirus può essere considerato una pandemia, perché si tratta di una diffusione mondiale di nuova malattia, molto contagiosa e ad alta mortalità, per la quale le persone non hanno immunità. I risvolti sulla salute della popolazione mondiale sono stati da subito allarmanti; l'alta contagiosità del virus e la facile trasmissibilità attraverso le vie aeree hanno permesso una rapida diffusione in tutti i continenti grazie agli spostamenti internazionali; inoltre, l'alto tasso di complicazioni e mortalità tra le persone fragili, anziane, o con patologie pregresse ha portato ad una rapida saturazione delle strutture ospedaliere e ad una paralisi dei sistemi sanitari di diversi Paesi. Le tragedie in termini di vite umane che si sono consumate in poche settimane hanno portato Nazioni ad imporre severe e stringenti restrizioni alla libertà di spostamento e movimento delle persone, per arginare il propagarsi della pandemia e rallentare il virus. Le prime misure in Italia sono andate a fermare i voli internazionali provenienti dalla Cina dal 30 gennaio 2020, dopodiché, la rapida degenerazione del fenomeno ha imposto soluzioni drastiche, con l'annuncio da parte del Presidente del Consiglio dei ministri Conte, prima di zone di quarantena tra Veneto e Lombardia e poi di un lockdown nazionale dal 9 marzo al 4 maggio 2020; le restrizioni sono state allentate nel periodo estivo per poi tornare nell'autunno-inverno, con il peggioramento della situazione epidemiologica. Tutto ciò ha portato logicamente ad un taglio drastico degli spostamenti delle persone sia all'interno che all'esterno del Paese e ad una sospensione delle attività non essenziali durante i periodi più critici. In passati contesti epidemici, diversi studiosi hanno rilevato come i

trasporti aerei possano facilitare la diffusione di pandemie attraverso il mondo (Tatem, Rogers, & Hay, 2006; Wilder-Smith, Paton, & Goh, 2003) mentre altri hanno scoperto che i viaggi aerei possono inficiare nella diffusione di virus come influenza (Grais, Ellis, & Glass, 2003), SARS (McLean, May, Pattison, & Weiss, 2005), Ebola (Bogoch e al., 2015), Zika (Bogoch e al., 2016) e Dengue (Tian e al., 2017). La pandemia da Covid-19 ha dimostrato di sorpassare ogni crisi sanitaria precedente, diffondendosi in oltre duecento paesi; il blocco del traffico aereo, pur rappresentando una catastrofe per i comparti del trasporto e del turismo internazionale, ha permesso di salvare numerose vite umane, limitando e rallentando la diffusione del virus, come dimostrano le ricerche di Luo, Imai, & Dorigatti (2020), Vaidya, Herten-Crabb, Spenser, Moon, & Lillywhite (2020) e Liu, Kim & O'Connell (2021).

Per comprendere quanto abbia impattato la pandemia sui flussi turistici confronteremo i dati degli anni precedenti a quelli del 2020, come fatto per la crisi finanziaria; infine, si discuterà l'impatto dell'informazione mediatica sull'opinione pubblica, monitorando le reazioni di ricerca online rispetto all'andamento sanitario e alle notizie pubblicate a proposito dei principali temi pandemici.

5.1 La portata dei flussi turistici prima e dopo la diffusione del virus

Anche in questo caso i dati Istat, provenienti dagli Annuari statistici, ci permettono di delineare una situazione prima e dopo lo scoppio della pandemia; fino al 2019, l'Italia si posiziona quarta in Europa per numero di presenze turistiche dopo Regno Unito, Spagna e Francia. I dati Istat indicano un calo del numero di viaggi annuali da parte dei residenti italiani che continua dal 2008, confermando gli strascichi della crisi finanziaria; tuttavia, grazie all'aumento dei turisti provenienti dall'estero, il flusso turistico complessivo in Italia (*tabella 4.1*) continua ad aumentare dal 2015, uniformandosi alla tendenza internazionale e raggiungendo un nuovo picco nel 2019, mentre la permanenza media continua a decrescere, a conferma degli studi che dimostrano si tratti di un fenomeno strutturale.

Tabella 4.1

Arrivi, presenze e permanenza media negli esercizi ricettivi
Anni 2015-2019, valori assoluti in migliaia

ANNI	Arrivi		Presenze		Permanenza media
	Valori assoluti	Variazioni % sull'anno precedente	Valori assoluti	Variazioni % sull'anno precedente	
2015	113.392	6,4	392.874	4,0	3,46
2016	116.944	3,2	402.962	2,6	3,45
2017	123.196	5,3	420.629	4,4	3,41
2018	128.101	4,0	428.845	2,0	3,35
2019	131.382	2,6	436.739	1,8	3,32

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Le presenze dei turisti stranieri nel 2017, per la prima volta, superano leggermente quelle dei turisti italiani (210,66 milioni per i non residenti e 209,97 milioni per i residenti) e sia queste che gli arrivi sono in crescita costante. Dal 2015 continuano a crescere arrivi e presenze negli esercizi extra alberghieri più che in quelli alberghieri come scelta di pernottamento (*tabelle 4.2 e 4.3*); per gli esercizi alberghieri le quote di presenza residenti e non residenti rimangono quasi invariate negli anni (50 e 50), mentre negli esercizi extra alberghieri si assiste ad una rapida crescita e sorpasso della quota presenze non residente (51,2) rispetto a quella residente (48,8) già nel 2017.

Tabella 4.2

Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri per residenza dei clienti
Anni 2015-2019, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

ANNI	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2015	5,6	5,7	5,7	4,5	1,8	3,2
2016	2,0	0,7	1,4	1,8	1,8	1,8
2017	3,4	4,5	3,9	2,5	3,1	2,8
2018	3,1	3,2	3,2	0,8	2,3	1,6
2019	0,9	1,2	1,1	0,1	0,9	0,5

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Nel quinquennio preso in considerazione, le presenze dei residenti e dei non residenti nelle strutture alberghiere sono cresciute mediamente del 2 per cento l'anno; mentre nelle strutture extra alberghiere le presenze residenti sono aumentate del 3,64 per cento medio annuo e quelle non residenti del 6,18 per cento medio annuo.

Tabella 4.3

Arrivi e presenze negli esercizi extra-alberghieri per residenza dei clienti
Anni 2015-2019, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

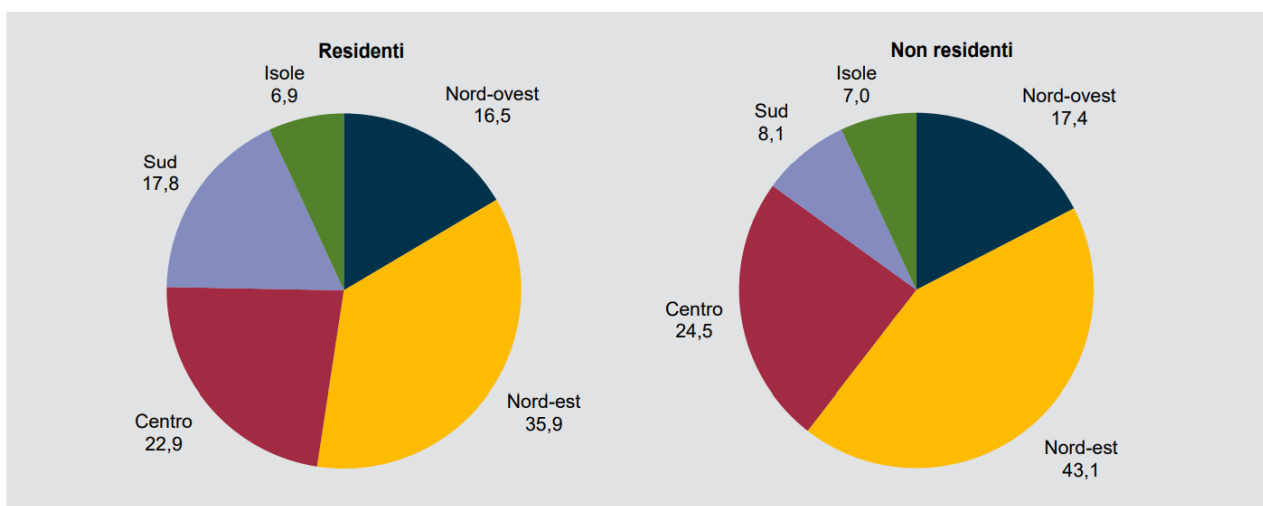
ANNI	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2015	8,6	9,9	9,2	5,6	5,9	5,7
2016	7,2	11,9	9,5	1,4	7,2	4,2
2017	6,9	13,5	10,2	4,6	10,5	7,5
2018	5,0	8,0	6,5	1,7	3,6	2,7
2019	6,6	7,7	7,2	4,9	3,7	4,3

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

I flussi di non residenti nel 2019 sono composti principalmente da turisti provenienti dalla Germania (26,6 per cento), seguiti da Stati Uniti d’America (7,4 per cento), Francia (6,3 per cento) e Regno Unito (6,2 per cento). A livello macro-territoriale (*figura 21*) i non residenti si concentrano nel Nord-est e nel Centro; i residenti, invece, si distribuiscono maggiormente, prediligendo comunque il Nord-est e il Centro, ma scegliendo molto più il Sud rispetto ai non residenti.

Figura 21

Presenze negli esercizi ricettivi per residenza dei clienti e ripartizione geografica
Anno 2019, composizioni percentuali



Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Difatti le regioni italiane che raccolgono la maggior parte delle presenze residenti sono Emilia-Romagna, Veneto, Toscana, Trentino-Alto Adige e Lombardia, che nell’insieme assorbono il 52,0 per cento del totale delle presenze dei clienti residenti; mentre le presenze non residenti si concentrano in Veneto, Trentino-Alto Adige, Toscana, Lazio e

Lombardia, che rappresentano nel 2019 il 69,7 per cento del totale presenze straniere in Italia. I territori come la provincia autonoma di Bolzano, il Veneto, il Lazio e la Lombardia costituiscono mete a prevalenza straniera, mentre Molise, Basilicata, Abruzzo, Marche, Calabria e Puglia attraggono soprattutto turisti italiani.

Come è facile immaginare, lo scoppio della pandemia ha invertito le tendenze positive post recessione, facendo sprofondare l'economia italiana in una nuova crisi, nata dal blocco forzoso delle attività produttive e degli spostamenti per salvaguardare la salute pubblica; le conseguenze per il settore turistico sono state drammatiche: secondo l'Eurostat nei primi 8 mesi del 2020 il numero di notti trascorse nelle strutture ricettive dell'Unione Europea sono state circa 1,1 miliardi, ovvero la metà rispetto al 2019. I dati Istat, per i primi 9 mesi del 2020 sono in linea con quelli europei: un calo del -50,9 per cento, con 192 milioni di presenze in meno, dopo il record positivo del 2019 con 131,4 milioni di arrivi e 436,7 milioni di presenze. I flussi turistici sono risultati in crescita rispetto all'anno precedente a gennaio 2020 (+5,5 per cento degli arrivi e +3,3 delle presenze) andando poi a calare da febbraio in poi a causa degli effetti pandemici (-12 per cento degli arrivi e -5,8 per cento delle presenze a febbraio). I dati crollano nel periodo di lockdown, dall'11 marzo al 4 maggio 2020, arrivando al -95 per cento di presenze ad aprile, con 74 milioni di presenze perse e una presenza straniera quasi azzerata (-98 per cento in aprile e maggio). La situazione migliora leggermente da giugno con la possibilità di tornare a spostarsi, almeno in Italia, anche se l'incertezza genera solamente il 21 per cento delle presenze rispetto al 2019 (-93 per cento degli stranieri e -63 per cento dei residenti). È necessario aspettare i mesi estivi di alta stagione, luglio, agosto e settembre, per constatare una ripresa almeno del mercato interno con i pernottamenti dei clienti italiani che raggiungono l'86 per cento rispetto al 2019, contro il 40 per cento di quelli stranieri, per un totale del 64 per cento di presenze rispetto all'anno precedente. Su base annuale (*Istat, Annuario statistico italiano 2021*) gli arrivi e le presenze sono crollate rispettivamente del -57,6 per cento e del -52,3 per cento sull'anno precedente; solamente la permanenza media registra un aumento significativo, in controtendenza con il fenomeno di progressiva diminuzione discusso da autori come Barros & Machado (2010), Wang, Little, & DelHomme-Little (2012) (*tabella 4.4*).

Tabella 4.4

Arrivi, presenze e permanenza media negli esercizi ricettivi
Anni 2016-2020, valori assoluti in migliaia

ANNI	Arrivi		Presenze		Permanenza media
	Valori assoluti	Variazioni % sull'anno precedente	Valori assoluti	Variazioni % sull'anno precedente	
2016	116.944	3,2	402.962	2,6	3,45
2017	123.196	5,3	420.629	4,4	3,41
2018	128.101	4,0	428.845	2,0	3,35
2019	131.382	2,6	436.739	1,8	3,32
2020	55.702	-57,6	208.447	-52,3	3,74

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Le strutture ricettive hanno subito conseguenze disastrose in misure differenti; il comparto alberghiero risulta in maggiore sofferenza rispetto a quello extra-alberghiero (*tabella 4.5*), con un calo di presenze residenti che sfiora il -40 per cento e con quello dei non residenti che supera il -70 per cento.

Tabella 4.5

Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri per residenza dei clienti
Anni 2016-2020, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

ANNI	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2016	2,0	0,7	1,4	1,8	1,8	1,8
2017	3,4	4,5	3,9	2,5	3,1	2,8
2018	3,1	3,2	3,2	0,8	2,3	1,6
2019	0,9	1,2	1,1	0,1	0,9	0,5
2020	-44,4	-76,8	-60,1	-39,0	-73,2	-56,1

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

La caduta per il comparto extra alberghiero è meno pesante per le presenze residenti ma si avvicina alla situazione delle strutture alberghiere nelle cifre dei non residenti (*tabella 4.6*).

Tabella 4.6

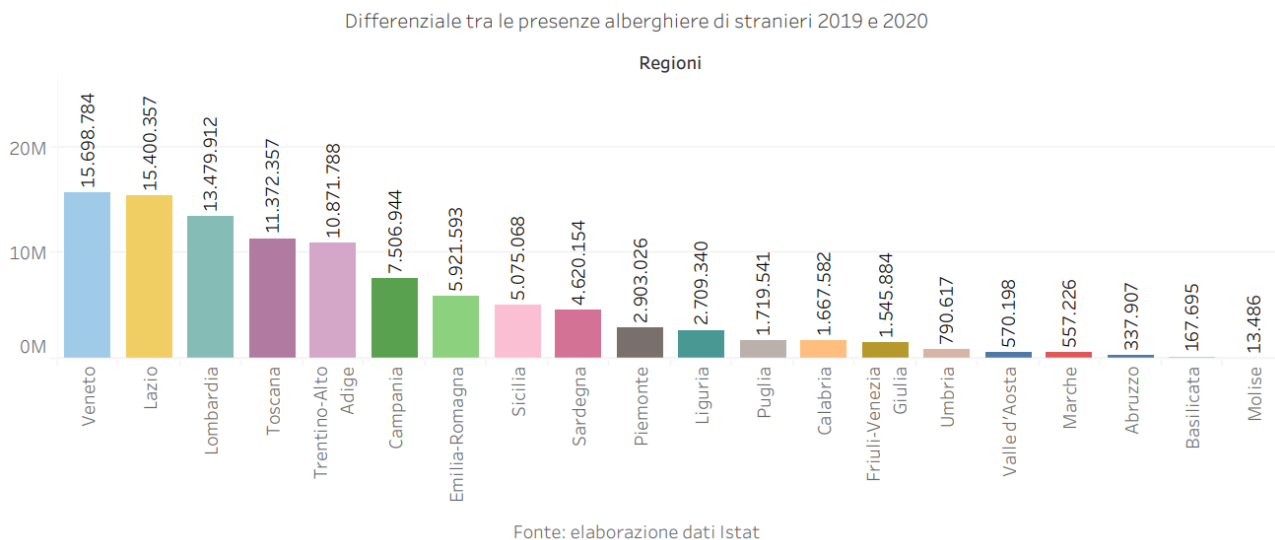
Arrivi e presenze negli esercizi extra-alberghieri per residenza dei clienti
Anni 2016-2020, variazioni percentuali rispetto all'anno precedente

ANNI	Arrivi			Presenze		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2016	7,2	11,9	9,5	1,4	7,2	4,2
2017	6,9	13,5	10,2	4,6	10,5	7,5
2018	5,0	8,0	6,5	1,7	3,6	2,7
2019	6,6	7,7	7,2	4,9	3,7	4,3
2020	-30,0	-68,8	-50,3	-24,2	-65,3	-45,3

Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

La limitazione dei viaggi internazionali ha generato un profondo mutamento delle quote percentuali tra presenze residenti e non residenti, fino al 2019 in pressoché parità; la proporzione è mutata verso un 70-30 negli esercizi alberghieri e un 67-33 negli esercizi extra alberghieri nel 2020, sempre a favore dei residenti. Ragionando su questo primo livello di dati, le regioni che dovrebbero aver assorbito le perdite maggiori sono quelle ad alta componente di flussi stranieri, mentre quelle propense ad accogliere soprattutto i residenti dovrebbero aver registrato perdite inferiori; per verificare tale ipotesi sono stati calcolati i differenziali assoluti e percentuali tra le presenze 2019 e 2020 nelle regioni italiane e per Paesi di provenienza dei flussi, in modo tale da poterli ordinare e avere una misura delle perdite in relazione agli anni precedenti e in rapporto al peso specifico di ciascuna quota sul totale. La differenza, in termini assoluti, tra presenze non residenti 2019 e 2020 nelle strutture alberghiere (*figura 22*) mostra come le regioni più dipendenti dai flussi stranieri come Trentino-Alto Adige, Veneto, Lombardia, Lazio e Toscana, complessivamente abbiano perso 66,8 milioni di presenze; il Trentino è l'unica regione che mantiene la perdita rispetto al 2019 sotto al -50 per cento, Veneto e Lombardia superano il -70 per cento e Lazio e Toscana addirittura oltre il -80 per cento. La perdita complessiva per le strutture alberghiere in presenze straniere è di 102,9 milioni in un solo anno. Veneto e Lazio hanno le perdite assolute più alte e insieme raccolgono il 31 per cento del crollo totale.

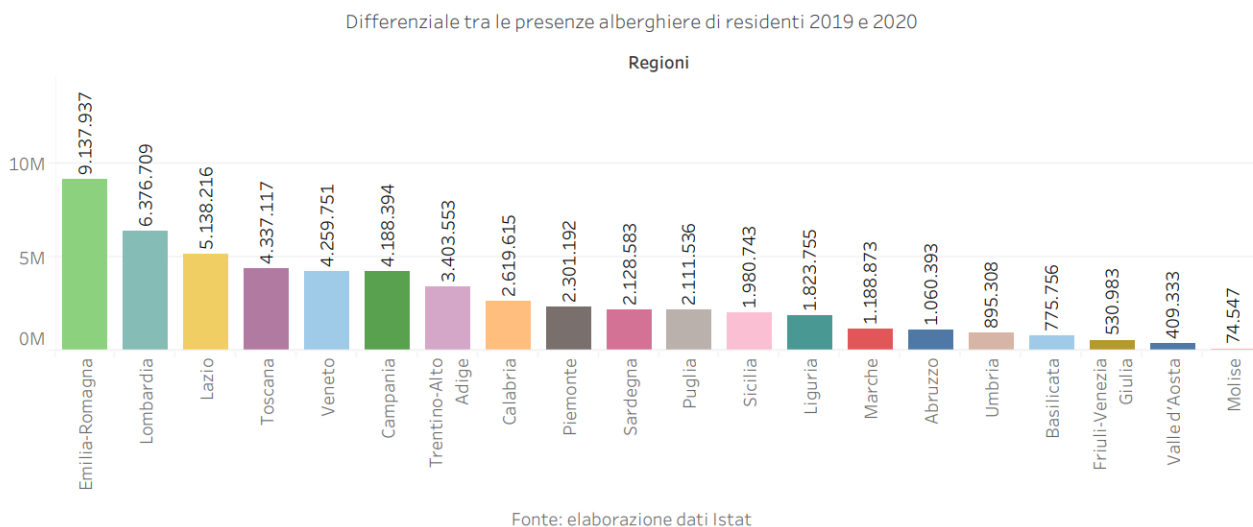
Figura 22



Le perdite di presenze residenti invece, nelle strutture alberghiere, sono state complessivamente di 54,7 milioni, quasi la metà di quelle straniere; le regioni maggiormente colpite in termini assoluti, in questo caso, sono Emilia-Romagna, Lombardia, Lazio, Toscana, Veneto e Campania (figura 23).

I tassi di calo maggiori sull'anno precedente si sono registrati in Lazio e Lombardia (oltre -50 per cento), mentre Emilia-Romagna e Toscana si aggirano attorno a un -40 per cento, seguite dal Veneto (-37 per cento). Ragionando sul totale delle presenze alberghiere, la regione, tra quelle con i flussi turistici più numerosi, che ha sofferto più di tutte è il Lazio che perde oltre 20 milioni di presenze in un anno, seguita da Veneto e Lombardia che sfiorano la stessa cifra; mentre la regione che riesce a difendersi meglio, tra le principali, è il Trentino-Alto Adige, che perde solo 14,2 milioni di presenze.

Figura 23



Riguardo alle strutture extra alberghiere, invece, i dati sono meno pronunciati ma comunque decisamente negativi; anche in questo frangente le cifre della componente residente attenuano parzialmente il tracollo dei non residenti. Le regioni più colpite in termini di presenze straniere sono Veneto, Toscana, Lazio, Lombardia e Trentino-Alto Adige (figura 24); il crollo per il Veneto supera quello delle strutture alberghiere, segnando un -64,1 per cento sul 2019. Rispetto all'anno precedente è però il Lazio a registrare il calo più alto, - 86,0 per cento; mentre il Trentino è ancora una volta la regione con il negativo inferiore tra le principali, -45,4 per cento. In totale, le presenze straniere perse sono state 52,3 milioni, contro i 18,3 milioni di presenze residenti; gli italiani hanno rinunciato in particolare al Lazio, che accusa le cifre peggiori sia in assoluto, sia sull'anno precedente, confermandosi la regione più colpita dalla crisi, mentre i residenti faticano a non visitare Veneto e Toscana, che calano rispetto al 2019, rispettivamente del -13,6 e -17,6 per cento (figura 25).

Figura 24

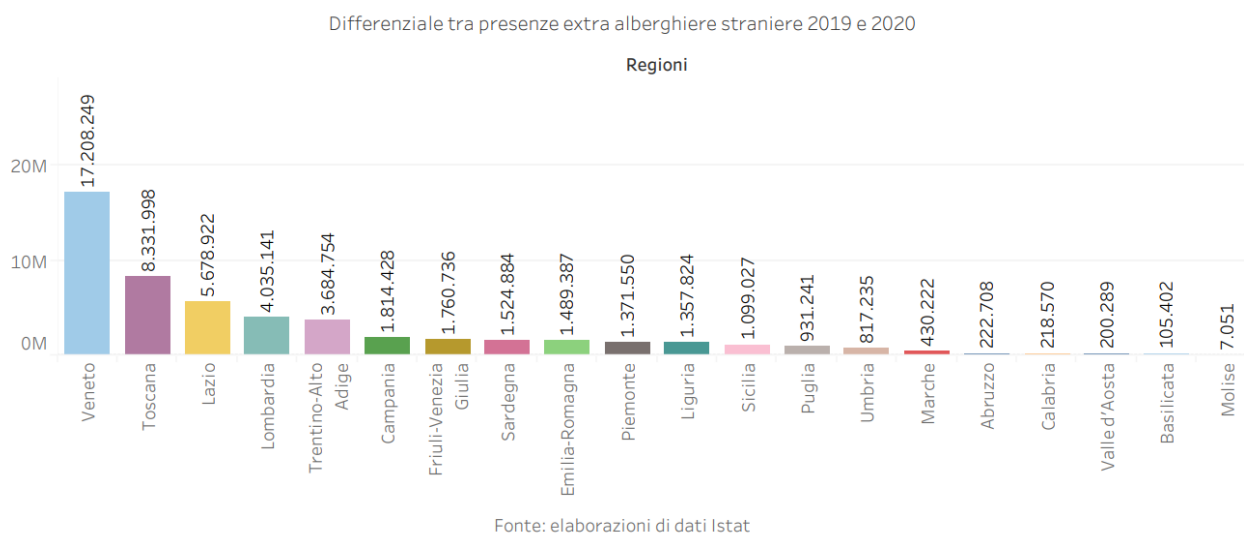
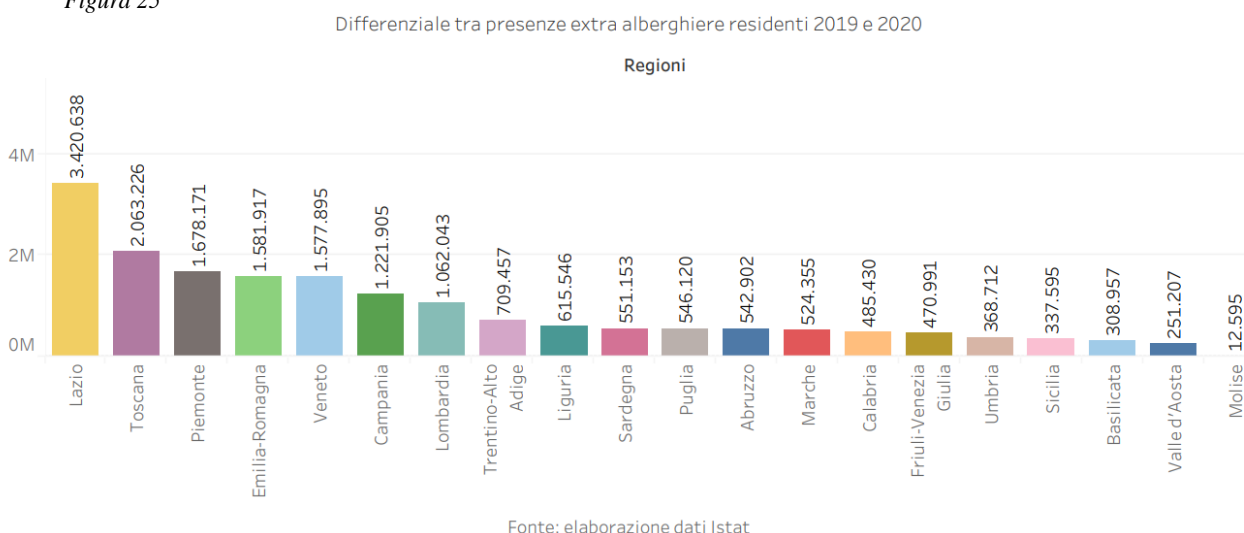


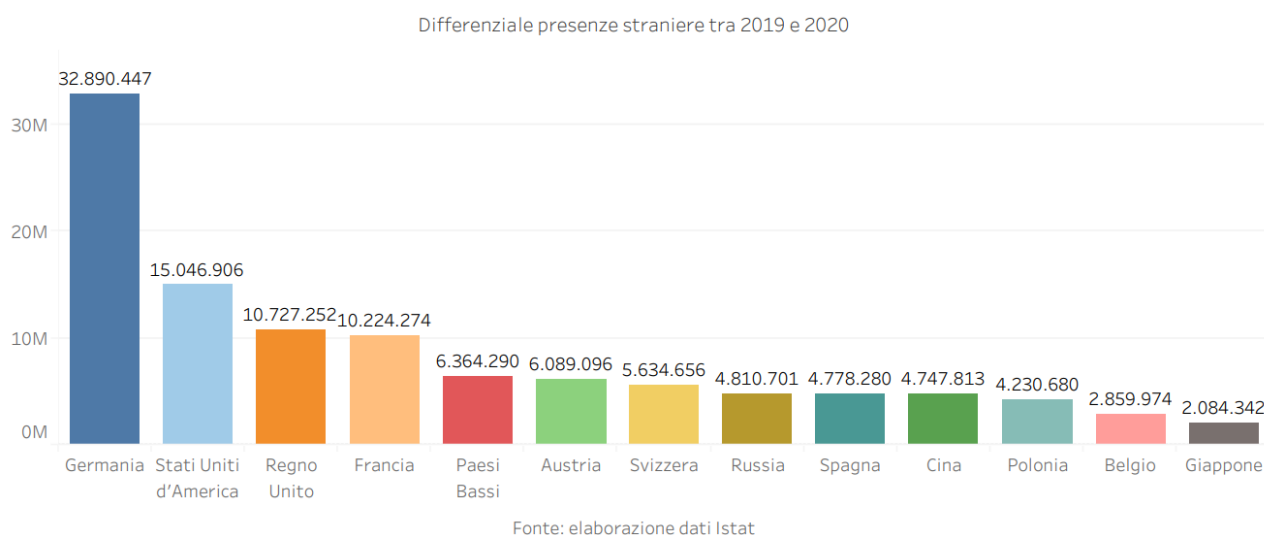
Figura 25



Valutando il calo di presenze complessivo, tra 2019 e 2020, la regione Lazio è quella che subisce più di tutte la crisi pandemica, con un -75,9 sull'anno precedente che, considerando il peso specifico della regione sui flussi nazionali, si traduce in 29,64 milioni di presenze perse. Il secondo posto sul podio del peggior risultato sull'anno precedente va alla Campania, -66,9 per cento con 14,73 milioni di presenze in meno; chiude il podio la Lombardia con -61,6 per cento sul 2019 e 24,95 milioni di presenze in meno. La differenza in termini assoluti più alta invece, la registra il Veneto, che vede mancare 38,74 milioni di presenze; da segnalare invece le perdite ridotte del Trentino-

Alto Adige, il quale perde “solamente” 18,67 milioni di presenze, ovvero -35,9 per cento sull’anno precedente, unica tra le principali regioni²³ a mantenere il differenziale sotto al 40 per cento. Come già appurato, le perdite maggiori provengono dall’estero, quindi analizzando i flussi per paese di provenienza è possibile comprendere quali e quanti siano i turisti stranieri che abbiano rinunciato a viaggiare verso l’Italia nel 2020. Ragionando in termini di presenze (*figura 26*), al primo posto per perdita in valore assoluto c’è la Germania, seguita da Stati Uniti d’America e Regno Unito; tuttavia, rapportando la perdita al 2019, la percentuale di calo nel caso tedesco è del 56,03 mentre nel caso statunitense è del 92,30 per cento. Tale percentuale mette in luce la gravità della situazione extra-europea, che rappresenta una grossa fetta del turismo straniero in Italia.

Figura 26



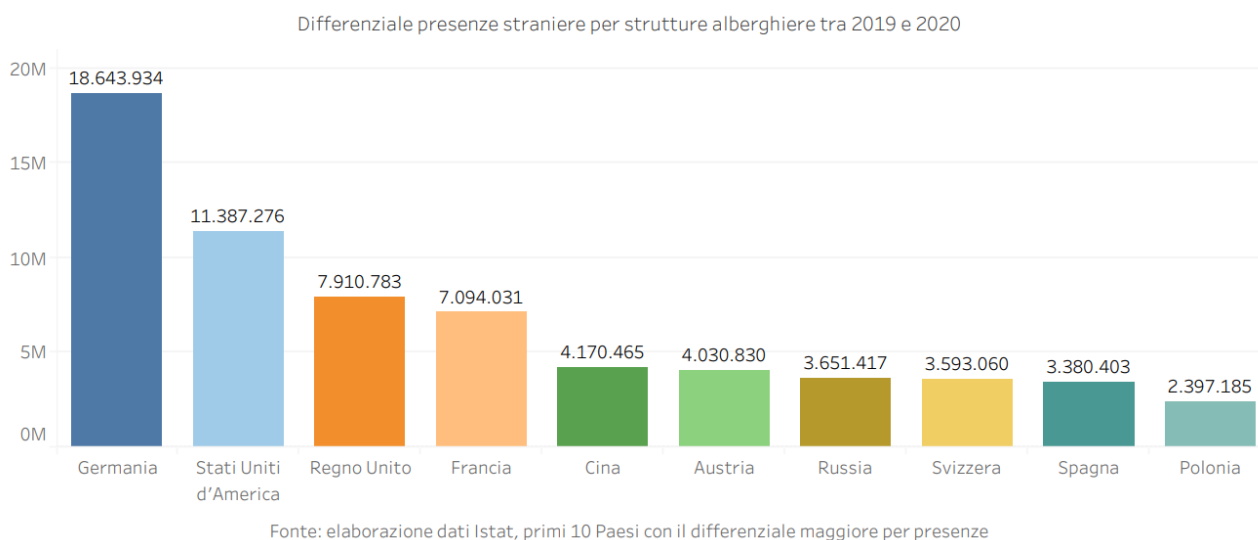
Ciò significa che il flusso proveniente dagli Stati Uniti d’America, secondo Paese per presenze turistiche in Italia, nel 2020 si è quasi azzerato a causa della pandemia. I flussi di Regno Unito e Francia calano del 78,45 e 73,86 per cento sul 2019, mentre quelli di Paesi Bassi (-61,67), Austria (-63,96) e Svizzera (-52,14) sono meno pronunciati. È evidente che i flussi provenienti dai Paesi geograficamente più distanti dall’Italia, sono quelli che hanno registrato le difficoltà più grandi a causa delle restrizioni agli spostamenti, a tale conclusione sono giunti anche A. Liu, L. Vici, V. Ramos e al. (2021)

²³ Il gruppo comprende: Veneto, Trentino-Alto Adige, Lombardia, Lazio, Toscana e Emilia-Romagna.

quando evidenziano come la velocità di recupero dalla pandemia di una destinazione turistica dipenda dall'importanza che per essa hanno i mercati di lunga distanza.

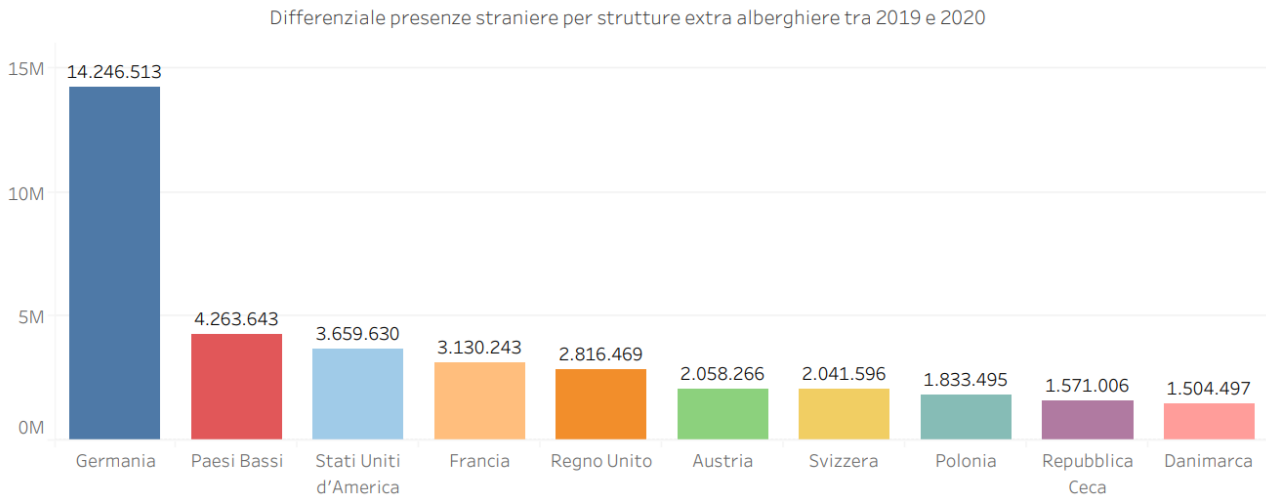
I flussi europei hanno registrato comunque crolli superiori al 50 per cento, ma grazie alla prossimità e alle regole comunitarie, i turisti hanno avuto la possibilità di viaggiare soprattutto nel periodo estivo. Dal punto di vista delle strutture, tra quelle alberghiere ed extra alberghiere (*figure 27 e 28*) non ci sono grandi differenze riguardo le cifre dei flussi provenienti da Germania, Stati Uniti d'America, Regno Unito e Francia dove i rispettivi cali rispecchiano le presenze totali; una differenza è presente nei flussi provenienti dalla Cina, che calano del 90,28 per cento nelle strutture alberghiere e del 78,41 in quelle extra alberghiere, specificando però che il peso di quest'ultime sul totale delle presenze cinesi è del 16 per cento.

Figura 27



Un'altra differenza, a livello di peso delle quote sul totale delle presenze straniere, riguarda il flusso proveniente dai Paesi Bassi nelle strutture extra alberghiere, che è superiore a quello statunitense, al secondo posto per presenze e differenziale rispetto al 2019 (*figura 29*).

Figura 28

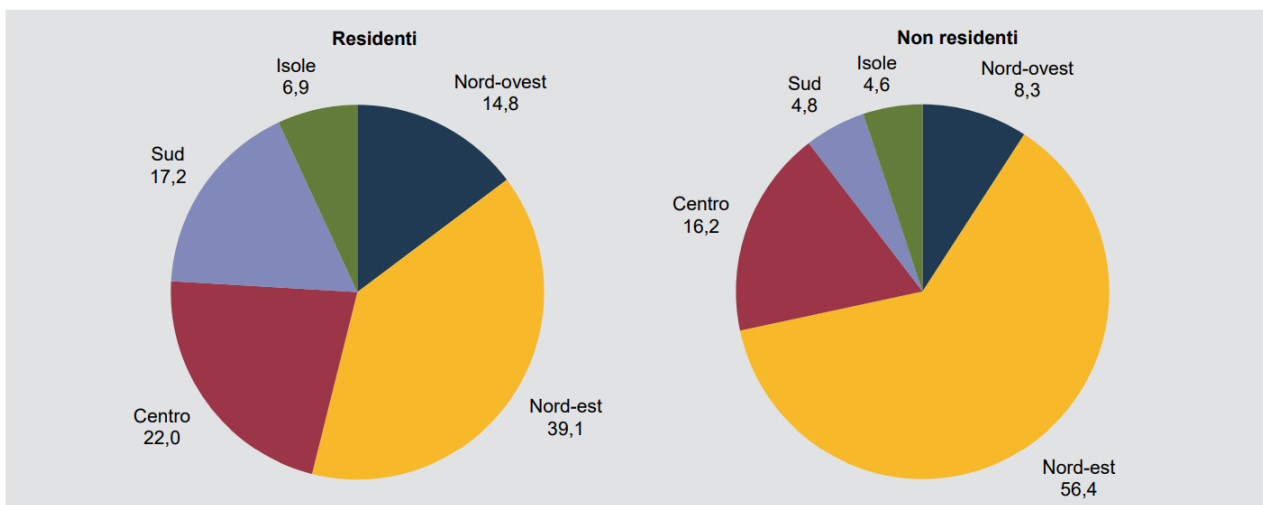


Fonte: elaborazione dati Istat, primi 10 Paesi con il differenziale maggiore per presenze

Calcolando i differenziali per presenze totali tra 2019 e 2020 e ordinandoli per decrescenza appare chiaro che, il caso del flusso proveniente dagli Stati Uniti d'America, al di là delle enormi perdite in termini di presenze, evidenzia le difficoltà comuni ai turisti geograficamente lontani dall'Europa e dall'Italia nello spostarsi tra continenti diversi durante la crisi pandemica. Non a caso, la presenza negli esercizi ricettivi per residenza dei clienti e ripartizione geografica (figura 29) mostra un considerevole aumento della quota Nord-est per i non residenti rispetto al 2019, a sfavore di tutte le altre macroregioni, cosa che non accade per i residenti.

Figura 29

Presenze negli esercizi ricettivi per residenza dei clienti e ripartizione geografica
Anno 2020, composizioni percentuali



Fonte: Istat, Indagine sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Mancando i flussi extraeuropei ed in particolare quello statunitense, il flusso proveniente dalla Germania acquista ancor più peso sulle presenze totali, raggiungendo quota 39,44 per cento delle presenze estere totali (25,81 milioni su 65,44), a indicare che per i turisti centroeuropei il Nord-est è una meta di prossimità.

5.2 L'informazione mediatica durante la crisi e il dibattito pubblico

La pandemia ha segnato la vita quotidiana delle persone, imponendo cambiamenti più o meno radicali; come anticipato nel capitolo introduttivo, la trasmissione di informazioni da parte degli organismi Istituzionali è una componente del processo di gestione di una crisi e la comunicazione avviene attraverso i media. Wen, Astona, Liu e Ying (2020) hanno osservato come alcuni media, in particolare nei primi mesi del 2020 con la diffusione mondiale della pandemia, associando il virus al popolo cinese, abbiano incrementato la discriminazione razziale verso persone di tale provenienza o presunta tale. I social media poi, secondo la ricerca di Schultz, Utz, & Göritz (2011), vengono utilizzati per aumentare la diffusione dei messaggi, fungendo da cassa di risonanza; durante una crisi come quella pandemica, messaggi poco chiari o sensazionalisti riportati dai media, possono raggiungere milioni di utenti in poco tempo, causando danni rilevanti. Il rovescio della medaglia è che in alcuni casi, messaggi sbagliati sono stati contrastati proprio da alcuni utenti social (Rich, 2020) grazie alla versatilità del mezzo di comunicazione digitale, rispetto ai media tradizionali.

Per capire, in questo caso, quali siano le caratteristiche principali dei messaggi riportati da una parte dei mezzi di informazione²⁴ italiani e quali reazioni di ricerca online abbiano generato nel pubblico, ci si serve dei dati raccolti dalla piattaforma opensource Media Cloud²⁵ e delle statistiche Google Trends²⁶. Confrontando l'andamento dell'informazione con l'andamento pandemico durante la crisi, vogliamo verificare se ci siano state difformità tra la narrazione mediatica e la situazione sanitaria, su esempio della ricerca di Squazzoni e Castellani (2011), compiuta per la crisi finanziaria precedentemente affrontata; inoltre, si prenderanno in considerazione i feedback forniti dagli utenti per

²⁴ Le fonti selezionate per l'Italia in Media Cloud sono le categorie *Italy-State & Local* e *Italy-National*. Gli elenchi di ogni testata coinvolta si possono consultare su [Italy - National | Source Manager | Media Cloud](#) e [Italy - State & Local | Source Manager | Media Cloud](#).

²⁵ <https://mediacloud.org/>.

²⁶ <https://trends.google.it/trends/?geo=IT>.

verificarne quanto questi siano dipendenti dall'andamento pandemico e quanto dall'andamento mediatico.

5.2.1 L'indagine Media Cloud

Partendo dall'analisi dei contenuti mediatici sulla pandemia, la query scelta per interrogare il database Media Cloud sulla crisi è il termine “covid”; le fonti di riferimento per l'Italia sono oltre un centinaio tra quotidiani nazionali e locali e il periodo temporale comprende gli anni 2020 e 2021²⁷. Gli strumenti che Media Cloud mette a disposizione misurano: l'attenzione che i media hanno dimostrato sull'argomento, attraverso il numero di notizie pubblicate; le parole principali collegate alla query e i relativi argomenti; inoltre, tramite la mappatura degli argomenti, è possibile allargare l'analisi alle fonti e alle condivisioni delle notizie raccolte. Il punto di partenza dell'indagine è il conteggio delle notizie contenenti la query proposta; nel caso “covid” il risultato è di 392 mila per il 2020 e 519 mila per il 2021, rispettivamente il 23,11 e il 19,79 per cento del totale. L'attenzione all'argomento nell'arco del 2020 è esplosa con lo scoppio della pandemia nel Paese, tra la fine di febbraio e l'inizio di marzo (*figura 30*), per raggiungere un primo picco tra aprile e maggio con il lockdown nazionale e un secondo tra ottobre-novembre con il peggioramento generalizzato della situazione sanitaria dopo i mesi estivi. La media di notizie “covid” settimanali rimane alta anche tra febbraio e marzo 2021, per poi calare leggermente nel periodo estivo.

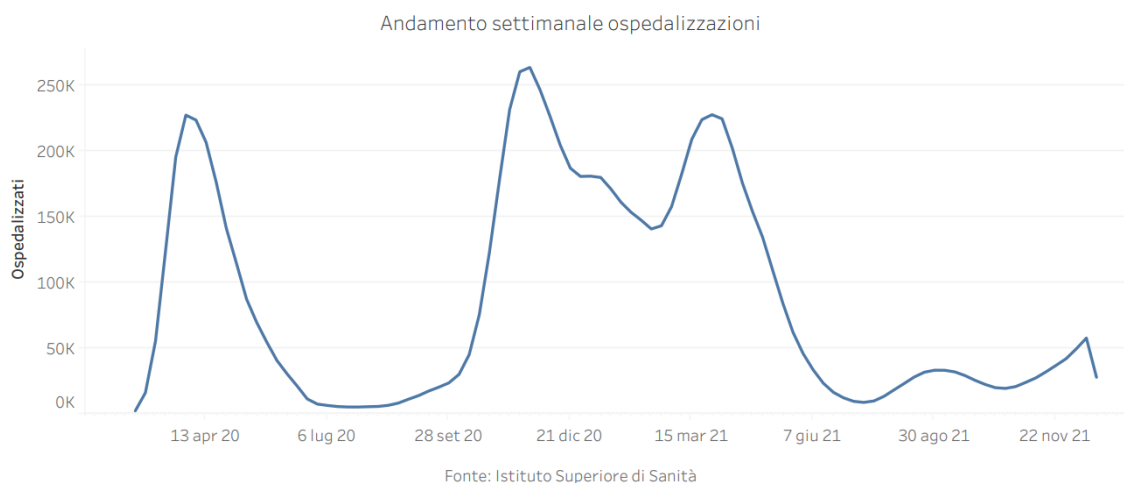
²⁷ Il periodo di interesse statistico inizia il 24 febbraio 2020 e termina il 22 dicembre 2021. L'inizio è determinato dal riscontro dei primi dati pandemici, la conclusione da limiti temporali di stesura dell'elaborato.

Figura 30



Tali picchi rispecchiano quelli pandemici, se si osserva l'andamento settimanale della situazione sanitaria in base alle ospedalizzazioni (*figura 31*); i dati dell'Istituto Superiore di Sanità e della Protezione Civile sulla base delle segnalazioni regionali evidenziano picchi problematici tra aprile-maggio 2020, ottobre-novembre 2020 e marzo-aprile 2021.

Figura 31



Calcolando la correlazione di Pearson tra i dati giornalieri normalizzati riguardo la quantità di notizie pubblicate e la situazione sanitaria dal 24 febbraio 2020 al 22 dicembre 2021, per verificare se ci sia dipendenza tra la situazione epidemiologica e lo spazio mediatico dedicato alla pandemia, risulta che le variabili dalle quali il numero di “notizie”

è più dipendente (tabella 5.1) siano i “nuovi positivi” ($r = 0,306$)²⁸, il “totale positivi” ($r = 0,252$)²⁹ e “l’isolamento domiciliare” ($r = 0,265$)³⁰.

Tabella 5.1

correlazioni	ospedalizzazioni	notizie	nuovi positivi	ricoverati	terapia intensiva	tot positivi	isolamento domiciliare
ospedalizzazioni	1						
notizie	-0,037	1					
nuovi positivi	0,682	0,306	1				
ricoverati	1,000	-0,038	0,684	1			
terapia intensiva	0,985	-0,028	0,657	0,982	1		
tot positivi	0,829	0,252	0,828	0,831	0,805	1	
isolamento domiciliare	0,812	0,265	0,828	0,813	0,787	1,000	1

Elaborazione su dati dell'Istituto Superiore di Sanità e Media Cloud

Tali valori sono inferiori a 0,5 di conseguenza non si tratta di legami lineari forti; tuttavia, essendo positivi e riassumendo giornalmente ventuno mesi di crisi, dimostrano la presenza di una dipendenza: calcolando correlazioni su base settimanale, si registrano intervalli di elevata dipendenza tra le variabili “nuovi positivi-notizie”; in particolare 23 settimane su 96 hanno una correlazione superiore a quella totale; di queste, 11 hanno un valore superiore a 0,5 che si concentrano tra aprile-luglio 2020 e 2021. La correlazione tra “isolamento domiciliare-notizie” invece, ha 30 settimane con un valore maggiore a 0,5 e in questo caso i mesi con livelli di correlazione più alta sono da aprile a giugno in entrambi gli anni. C’è una correlazione superiore a 0,5 dalla seconda settimana di dicembre 2020 a inizio febbraio 2021 e dalla prima settimana di settembre 2021 alla seconda di ottobre. Infine, la correlazione tra “totale positivi-notizie” ottiene 32 valori rilevanti e i periodi con maggior dipendenza sono tra aprile e giugno 2020 e 2021, dicembre 2020-gennaio 2021 e settembre-ottobre 2021. La forza del legame lineare tra le variabili pandemiche e la variabile notizie “covid” si distingue anche per i valori negativi; i mesi in cui l’indipendenza raggiunge i valori più vicini all’unità sono marzo 2020, da agosto a novembre 2020, marzo 2021, agosto 2021 e novembre-dicembre 2021³¹. I trimestri primaverili del biennio studiato sono i periodi con la correlazione positiva più elevata e sono anche due dei tre periodi peggiori dal punto di vista sanitario; questo

²⁸ Con $p < 0,001$.

²⁹ Con $p < 0,001$.

³⁰ Con $p < 0,001$.

³¹ Precisando che i valori di Pearson tra “nuovi positivi” e “notizie” hanno una distribuzione più vicina al valore nullo; quindi, hanno meno valori estremi prossimi all’unità, rispetto alla correlazione tra “isolamento domiciliare” e “totale positivi” con “notizie”.

significa che nei momenti di emergenza, almeno quantitativamente, i media analizzati hanno seguito l'andamento pandemico, non riuscendo ad avere una correlazione significativa, (ovvero maggiore di 0,5) solo nel quarto trimestre 2020, come periodo di alto stress ospedaliero. Quando, invece, la correlazione ha superato la soglia di -0,5 significa che il numero di notizie pubblicate si è discostato fortemente dai dati ospedalieri; in tali settimane i canali di informazione hanno sottostimato o sovrastimato, in termini quantitativi, il fenomeno pandemico rispetto alla reale situazione. Le possibili spiegazioni ai periodi di forte indipendenza tra le variabili possono riguardare, tra febbraio e marzo 2020, il fatto che le informazioni relative al virus fossero poche e non rispecchiassero l'aumento repentino dei contagi, portando ad una sottoesposizione; nei mesi estivi del 2020 invece, la curva dei contagi si è quasi azzerata, mentre l'attenzione mediatica si è mantenuta attorno ad un 20 per cento delle notizie totali, secondo i dati Media Cloud, generando quindi una sovraesposizione; tra febbraio e marzo 2021 è avvenuto un altro rapido incremento dei casi ospedalieri, ma le notizie sono diminuite rispetto ai mesi precedenti, ottenendo nuovamente una sottoesposizione; infine nei mesi estivi del 2021 la situazione sanitaria è migliorata con l'apporto della campagna vaccinale, che ha iniziato a coprire la maggioranza della popolazione, sovraesponendo i cittadini come nell'anno precedente. Di certo, il compito dei giornali all'interno di una crisi così mutevole non è semplice ed è comprensibile che l'informazione non sia riuscita a mantenere il ritmo dell'emergenza in ogni sua fase. Tale analisi quantitativa fornisce un primo resoconto del grado di aderenza all'andamento sanitario da parte dei media online e anche se la correlazione generale non è elevata, ci sono degli intervalli temporali rilevanti nei quali i valori settimanali di dipendenza lineare si avvicinano all'unità. Volendo verificare la bontà dei risultati fino ad ora ottenuti riguardo la numerosità delle notizie, proseguiamo l'indagine su un livello qualitativo oltre che quantitativo, utilizzando lo strumento Media Cloud che permette di individuare i termini più utilizzati collegati alla query "covid". Classificando i dieci termini più utilizzati³² per ogni trimestre, si notano delle variazioni con l'evolversi della crisi e si ottengono indicazioni sui principali temi dibattuti dai canali d'informazione, oltre che sulla quantità delle notizie (*tabella 5.2*).

³² Su un campione di diecimila notizie, su base trimestrale.

Tabella 5.2

Primi 10 termini per trimestre dopo "covid"

Termine	2020 T1	2020 T2	2020 T3	2020 T4	2021 T1	2021 T2	2021 T3
positivi	2.535	1.613	2.552	2.755	2.054	1.711	1.941
casi	1.779	1.544	1.809	2.034	2.026	1.797	2.217
vaccino				1.408	3.681	3.513	3.259
pazienti	1.808	1.507		1.337	1.044	957	
contagi			1.141	1.360	1.208	1.227	1.530
rispetto		919	1.258	1.020		1.020	963
pandemia				1.019	1.156	1.143	861
coronavirus	2.355	1.240					
sanitaria	1.428	1.248	873				
lavoro	1.036	1.088	871				
dati					975	1.033	963
contagio	1.394	1.064					
anti-covid					1.252	1.174	
regione				952	1.116		
anti					1.057	1.003	
ricoverati				1.010			1.040
tamponi				962			873
causa		886	866				
misure	1.158						
risultato	1.119						
virus	1.015						
l'emergenza		947					
tampone			876				
ultime							852
scuola			850				
test			850				

Fonte: Media Cloud

Nel primo trimestre 2020, i media in questione si sono concentrati sui termini “pazienti”, “casi” e “positivi” che sono comuni a tutti i trimestri, ma essendo all’inizio della crisi, anche sulle parole “coronavirus” e “contagio” per spiegare l’origine del fenomeno; il secondo trimestre 2020 è simile al primo; nel terzo le notizie si concentrano sui “positivi” e “casi” lasciando indietro “coronavirus” che non appare più tra i primi dieci, mentre emerge il termine “scuola” seppur in fondo alla classifica, segno del dibattito attorno all’organizzazione scolastica; nel quarto trimestre 2020 avviene un cambiamento rilevante perché inizia la campagna di vaccinazione e i media iniziano a ripetere il termine “vaccino” quasi quanto quelli per raccontare la situazione sanitaria. Nel 2021 “vaccino” supera tutti gli altri, stabilendosi come argomento principale riportato dai media. Questa attenzione mediatica a determinati temi può aver influenzato la percezione della crisi da parte dei cittadini; per verificare questa ipotesi, vengono confrontati i dati Google Trends con quelli Media Cloud e con quelli sanitari, nuovamente attraverso la correlazione di Pearson.

5.2.2 L'indagine Google Trends

Interrogando le statistiche di ricerca Google³³ compiute in Italia nel biennio 2020-2021, che vengono fornite su base settimanale, è possibile sapere quali siano stati gli argomenti più digitati. Utilizzando la query “covid” come nel caso Media Cloud, i periodi di impennata nelle ricerche sono il trimestre di lockdown nazionale marzo-maggio 2020, il bimestre ottobre-novembre 2020 e il bimestre febbraio-marzo 2021. Nella prima fase della pandemia gli argomenti di ricerca correlati rispecchiano l'informazione mediatica perché “coronavirus” è il tema principale e di gran lunga il più digitato in assoluto; nei mesi invernali, con il peggioramento della situazione sanitaria dopo la tregua estiva, gli argomenti principali riguardano ancora la situazione epidemiologica e le implicazioni come “sintomi” e “tamponi”; nella prima metà del 2021 le ricerche si modificano, concentrandosi su “vaccino” e sulla sua prenotazione, in risposta al messaggio inviato dalle Istituzioni e trasmesso dai canali di informazione; il secondo semestre 2021 segue le tendenze del primo, con la vaccinazione sempre come argomento correlato principale. Calcolando l'indice di Pearson³⁴ tra le variabili “notizie covid e ricerche Google”, si ottiene un valore $r = 0,328$ usando la media settimanale mentre $r = 0,320$ usando la mediana settimanale; lo stesso indice tra “nuovi positivi e ricerche Google” è $r = 0,707$ usando i punteggi medi e $r = 0,708$ usando quelli mediani; questo significa che per l'argomento “covid”, più che all'andamento degli articoli online, le ricerche degli utenti sono dipendenti dall'andamento della pandemia. Ciò viene confermato dagli indici di correlazione tra “isolamento domiciliare e ricerche Google” e “totale positivi e ricerche Google”, entrambi di $r = 0,575$ con punteggi medi e di $r = 0,573$ con punteggi mediani. Le correlazioni sono state calcolate sia attraverso valori settimanali medi che mediani per verificare se le differenze tra le due fossero significative; questo perché la media è un indice di posizione influenzato dai valori estremi, mentre la mediana è più robusta rispetto a quest'ultimi. I margini tra correlazioni medie e mediane sono stati di $0,008$ nel caso “notizie covid e ricerche Google”, di $0,001$ in “nuovi positivi e ricerche Google” e di zero

³³ Le statistiche hanno un valore da zero a cento: il primo indica che non sono stati rilevati dati sufficienti, il secondo indica la maggiore frequenza di ricerca del termine raggiunta nell'intervallo di tempo selezionato.

³⁴ La correlazione in questo caso è stata calcolata sui dati settimanali, perché Google Trends riporta l'andamento su tale base, diversamente dall'andamento Media Cloud che lo fornisce giornaliero; quindi, è stata calcolata una media e mediana settimanale dei punteggi standardizzati sull'andamento pandemico, per permettere il confronto con i punteggi Google Trends; $p < 0,001$.

in “isolamento domiciliare e ricerche Google” e “totale positivi e ricerche Google”. Le notizie “covid” risultano influenzate dai valori estremi più dei dati sanitari; in ogni caso risulta che per il termine scelto come indicatore della crisi (covid), il legame lineare tra “andamento pandemico e andamento ricerche Google” è decisamente più rilevante del legame tra “andamento notizie covid e andamento ricerche Google”. L’influenza mediatica sul pubblico non è forte quanto quella compiuta dai dati sanitari, ma vale lo stesso per gli argomenti principali collegati alla crisi? Testando termini molto utilizzati dai media durante la crisi sanitaria, come “coronavirus” per il primo anno e “vaccino” per il secondo, si scopre che l’indice di Pearson³⁵ tra “notizie coronavirus e ricerche Google” e “notizie vaccino e ricerche Google” mostra legami rilevanti: nel primo test $r = 0,777$ con valori settimanali medi e $r = 0,764$ con valori settimanali mediani; nel secondo $r = 0,728$ con valori medi e $r = 0,724$ con valori mediani. Ciò dimostra che, mentre la numerosità di notizie legate al termine “covid” non abbia una dipendenza lineare rilevante rispetto ai principali parametri sanitari e alla numerosità delle ricerche Google, la numerosità di notizie legate ai termini “coronavirus” e “vaccino” presentano invece un forte legame con le rispettive numerosità di ricerche Google; più che sull’andamento generale della crisi, le notizie dei media considerati concentrano l’attenzione del pubblico sugli argomenti maggiormente collegati.

³⁵ Anche in questo caso sono stati calcolati i punteggi medi e mediani per permettere la comparazione tra i dati Media Cloud e i dati Google Trends. L’analisi è compiuta dal 1° gennaio 2020 al 31 dicembre 2021 e le query per entrambi i database sono “coronavirus” e “vaccino”; $p < 0,001$.

Capitolo 6:

Le crisi a confronto

6.1 Le premesse delle crisi

La crisi del 2008 è di matrice finanziaria perché nasce da una diffusa assenza di liquidità, generata dal crollo del mercato immobiliare statunitense; in questo caso l'economia reale ha subito il contraccolpo quando i circuiti di credito hanno ridotto o tagliato le erogazioni necessarie a sostenere la crescita, innescando la recessione. In Europa la recessione prolungata ha finito per portare alla luce una problematica che diversi Stati si portavano dietro da tempo: la sostenibilità del debito pubblico rispetto al prodotto interno lordo e quindi, alla capacità di ripagare i propri debiti; l'eccesso di indebitamento in alcuni casi era (ed è) così grave da rendere difficile perfino il rimborso del debito a breve termine, rendendo necessari interventi dell'Unione Europea e del Fondo Monetario Internazionale a salvaguardia della moneta unica. La crisi dei debiti sovrani in questa trattazione viene considerata come una seconda fase della crisi finanziaria e nel contesto italiano l'anno usato per identificarla è il 2011, per via dell'attivazione delle misure Ue; le origini del fenomeno, nel caso italiano, risalgono agli anni '80 e '90 del Novecento, ma l'inesco rappresentato dalla recessione si è dimostrato un punto di svolta, non solo per l'Italia, ma per l'Europa in generale.

La crisi generata dalla pandemia, invece, è di matrice economica, visto che nasce dallo stop improvviso della produzione, dei consumi e degli investimenti; in particolare l'impossibilità o la forte limitazione agli spostamenti imposti dal virus ha fatto precipitare la domanda di molti beni e servizi, svalutando i prezzi e la produzione. I grandi scompensi tra domanda e offerta hanno messo in difficoltà molti soggetti economici nel breve-medio termine, per cause sanitarie. La crisi iniziata nel 2020, inoltre, è ancora in corso mentre questo elaborato viene scritto e non è dato sapere quando finirà; una previsione di durata che si può fare rispetto alla crisi finanziaria è che, trattandosi di una recessione imposta per cause esterne all'economia e non strutturali, questa abbia i mezzi necessari a superarla in minor tempo, almeno in linea teorica. In secondo luogo, le crisi, avvengono in tempi diversi: le fotografie fornite dagli indici macroeconomici principali dicono che tra il 2008 e il 2009 l'Italia ha registrato un calo del Pil del 3,7 per cento sull'anno precedente, mentre dal 2019 al 2020 il calo è stato del 7,9 per cento; il tasso di disoccupazione nel 2008 era

del 6,7 per cento ed è salito fino al 12,7 per cento nel 2014, per tornare a scendere fino al 10 per cento nel 2019 e al 9,2 per cento nel 2020; l'inflazione media annua nel 2008 e tra il 2011-2012 è salita attorno al 3 per cento, mentre nel 2020 risulta negativa dello 0,2 per cento; la spesa media mensile delle famiglie è calata prima nel 2009 e poi nel 2012-2013, non riuscendo a tornare più ai livelli precedenti la recessione e nel 2020 si è registrato un altro forte calo dovuto alla pandemia.

Le condizioni macroeconomiche presentano quindi delle difformità e dei tratti comuni: in entrambi i casi, il Pil nazionale è calato di diversi punti percentuali, facendo regredire l'economia ai livelli degli anni precedenti³⁶; anche la spesa media mensile delle famiglie è calata in entrambe le crisi e maggiormente nel 2020³⁷. Il tasso di disoccupazione e inflazione invece, hanno andamenti opposti: il primo aumenta rapidamente durante la crisi finanziaria e dei debiti sovrani, mentre diminuisce nel caso pandemico, anche se non raggiunge il livello del 2008; il secondo invece è elevato negli anni peggiori della crisi dei debiti sovrani, mentre negativo durante il primo anno di pandemia.

I motivi dietro a questi dati sono diversi, ma provando a semplificare il ragionamento possiamo affermare che in entrambi i fenomeni c'è stato un rallentamento della macchina economica, rispettivamente causato da recessione e restrizioni, altrimenti Pil e spesa media non sarebbero calati; dopodiché la recessione prolungata ha favorito l'aumento della disoccupazione, cosa che non si è ancora manifestata nel periodo pandemico (almeno nel breve periodo, bisognerà verificare se la percentuale occupazionale sarà stabile); infine riguardo l'inflazione, l'Italia è sensibile a quella da costi, che importa dall'estero non producendo internamente le materie prime: nel 2012 l'aumento è stato generato principalmente da elettricità, combustibili, trasporti e bevande alcoliche (La Repubblica, *L'inflazione media del 2012 al 3% sale ai massimi dal 2008*, Milano, 4 gennaio 2013); il rincaro energetico e alimentare avverrà anche tra la fine del 2021 e l'inizio 2022 secondo le previsioni Istat (Il Sole 24 Ore, *Inflazione al 3%: mai così alta dal 2012. Energia e alimentare guidano i rincari*. 16 novembre 2021). Per ragioni diverse, le crisi in questione presentano le prime similitudini negli indici macroeconomici, ma

³⁶ Nel 2009 il Pil italiano (1.577,25 miliardi di euro) è tornato circa ai livelli del 2006 (1.552,69 miliardi), mentre nel 2020 (1.653,58 miliardi) si è tornati ai livelli del 2015 (1.655,35 miliardi).

³⁷ I cali più pronunciati avvengono nel 2014 con 2.471 euro medi mensili rispetto ai 2.640 euro del 2011 e nel 2020 con 2.328 euro medi mensili rispetto ai 2.560 del 2019.

questo basta per rigettare le ipotesi iniziali? Verifichiamolo entrando nel dettaglio dei parametri scelti per il confronto: flussi turistici e informazione di crisi.

6.2 Il confronto nel parametro turistico

Il confronto tra le crisi dal punto di vista dei flussi turistici si basa principalmente su tre dati: gli arrivi, le presenze e la permanenza media nelle strutture ricettive, declinati in base alla tipologia di strutture, le quali si categorizzano in alberghiere ed extra alberghiere, oltre che per la provenienza dei turisti, ovvero residenti o stranieri (v. *Glossario Istat*).

Su base numerica e considerando le rispettive finestre temporali, la crisi pandemica appare molto più grave di quella finanziaria³⁸; in un solo anno il turismo italiano ha visto sfumare 75,7 milioni di arrivi (-57,6 per cento) e 228,3 milioni di presenze (-52,3 per cento), mentre negli anni di recessione la massima perdita è stata di 6,2 milioni di presenze nel 2012 rispetto all'anno precedente (-1,6 per cento) e il dato di presenze minori in assoluto è nel 2009, con 370,8 milioni³⁹. Nonostante la crisi finanziaria abbia influito sulla crescita dell'economia italiana, il settore turistico si è dimostrato solido, minimizzando le perdite come dimostrano gli studi di Alivernini e Breda per Banca d'Italia e di Manente nel Rapporto sul turismo italiano 2008-09 a cura di Becheri. Gli studi di Susana Cró e António Miguel Martins (2017) hanno mostrato una maggiore resilienza da parte dei comparti turistici portoghese ed italiano, rispetto agli altri Stati del Sud Europa; in particolare nel caso italiano, una sostituzione dei flussi residenti con quelli stranieri, ha permesso di limitare i danni e sopperire alla crisi domestica (Cellini e Cuccia, 2015). Tra gli studi che hanno proposto modelli di calcolo previsionale, come quello di Smeral (2009) sia lo scenario ottimista (-8 per cento) che pessimista (-15 per cento) riguardo l'evoluzione della domanda turistica di 15 Paesi europei, in base alla variazione del Pil di questi dopo lo scoppio della crisi finanziaria sono stati in parte disattesi; l'Italia nei fatti, non è risultata in linea con la previsione europea: pur trovando nel 2009 uno degli anni peggiori, la perdita massima è stata del -5 per cento. Un altro studio, compiuto da Ana Ispas (2010) conferma il fatto che i Paesi mediterranei e dell'ovest Europa hanno

³⁸ Per brevità in riferimento all'Italia si intende sia la crisi finanziaria sia la crisi dei debiti sovrani.

³⁹ Nel 2020 le presenze sono state 208,4 milioni.

sofferto meno la crisi finanziaria rispetto a quelli del centro, nord ed est, analizzando i dati forniti dall'Organizzazione mondiale del turismo.

Mentre la Grande recessione ha amplificato, in Italia, la contrazione della permanenza media avvicinandola alla tendenza turistica mondiale (Barros e Machado, 2010), la pandemia ha più che dimezzato nel breve periodo il flusso turistico complessivo e ha anche invertito il processo di internazionalizzazione turistica, riportando l'Italia a dipendere soprattutto dal flusso interno residente. Nonostante ci siano state esperienze e studi di crisi sanitarie recenti, come SARS (Zeng e al. 2005; Yang and Chen, 2009), MERS (Choe e al. 2020; Shi e Li, 2017), Malaria, Febbre Gialla, Dengue ed Ebola (Rosselló e al. 2017) ciò non è bastato a preparare l'umanità ad una pandemia di scala globale. Mentre le crisi precedenti hanno avuto un impatto limitato sul turismo (Gallego & Font, 2020) secondo Gössling e al. (2020) in questo caso il settore potrebbe non essere sufficientemente pronto ad un evento di dimensioni come quelle del Covid-19.

6.2.1 Le strutture alberghiere

Le perdite turistiche si basano sull'anno precedente, quindi per contestualizzarle analizziamo i dati del 2007 e del 2019; prima della crisi finanziaria le prime cinque⁴⁰ regioni italiane con il maggior numero di presenze residenti, in ordine decrescente, sono: Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige, Veneto, Toscana e Lombardia, che insieme costituiscono il 28,7 per cento delle presenze alberghiere totali. Le prime cinque regioni per presenze straniere invece, sono: Lazio, Veneto, Trentino-Alto Adige, Lombardia e Toscana, che insieme rappresentano il 30,6 per cento delle presenze totali. Prima della crisi pandemica, le cinque regioni per presenze residenti sono: Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige, Lombardia, Veneto e Toscana, con il 26,1 per cento del totale; mentre le prime cinque per presenze straniere sono: Trentino-Alto Adige, Veneto, Lazio, Lombardia e Toscana, con il 33,3 per cento totale. Le regioni principali per flussi residenti e stranieri dal 2007 al 2019 sono le medesime, cambiano solamente alcune posizioni di classifica; una differenza rilevante riguarda il peso della quota di presenze straniere sul totale, che aumenta in numero assoluto e percentuale, mentre quella residente rimane stabile in termini assoluti e si abbassa in percentuale. Rispetto al 2007, nel 2019 il turismo

⁴⁰ Vengono scelte le prime cinque regioni come standard perché, secondo i dati Istat, cumulativamente si avvicinano o superano alla soglia del 50 per cento delle presenze totali.

del comparto alberghiero è più dipendente dai flussi stranieri e la differenza con la quota residente è pressoché nulla (140,4 milioni di presenze contro 140,6); tale dato consente di esprimere un ragionamento: in linea teorica, se la categoria alberghiera fosse stata meno influenzata dal peso della quota straniera, com'era nel 2007, i danni economici complessivi sarebbero stati uguali o inferiori? La risposta logica è: probabilmente inferiori. La ricerca di maggiori presenze straniere potrebbe nascere dal fatto che le presenze residenti, ormai da diversi anni non riescono più a crescere, per fattori che possono essere demografici o sociali; di conseguenza è comprensibile che gli operatori del settore abbiano preferito rivolgersi alla clientela estera per continuare a crescere. I Paesi di maggior provenienza dei suddetti flussi stranieri per presenze, prima della crisi finanziaria, erano Germania, Stati Uniti d'America, Regno Unito, Francia e Austria che insieme sono il 24,4 per cento delle presenze alberghiere totali, con 62,2 milioni di presenze; nel 2019 i Paesi esteri con le presenze maggiori in Italia sono Germania, Stati Uniti d'America, Regno Unito, Francia e Svizzera che insieme sono il 24,9 per cento del totale, con 70,1 milioni di presenze. La provenienza dei flussi esteri principali non si è modificata, ciò che è cambiato sono le cifre assolute, aumentate per alcuni Stati come già detto⁴¹. Appurato che le condizioni precedenti la crisi non siano diverse, se non nelle cifre assolute e nell'aumento della quota straniera, confrontiamo gli annali negativi di entrambi i periodi. Nella crisi finanziaria il primo calo si registra nel biennio 2008-2009 ed è generato principalmente dai mancati arrivi e presenze di turisti stranieri provenienti da Stati Uniti d'America e Regno Unito; il secondo calo appartiene alla fase di crisi dei debiti sovrani, tra il 2012 e il 2014, ma riguarda gli arrivi e le presenze dei residenti; il terzo calo, riguardando la crisi pandemica del 2020, comprende sia arrivi e presenze straniere che residenti. Il fatto che gli arrivi crollino nel 2020, rispetto agli anni precedenti, significa che molti turisti hanno rinunciato a viaggiare in Italia, andando inevitabilmente a peggiorare anche i dati di presenza. La flessione 2008-2009 di flussi stranieri nelle strutture alberghiere è stata assorbita soprattutto da Veneto e Toscana, come accade nel 2020, alla quale però si sono aggiunte le altre principali regioni per flussi turistici: Lazio, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Campania e Emilia-Romagna; riguardo invece i Paesi di provenienza dei flussi, in entrambi i casi ai primi posti delle classifiche negative ci sono Stati Uniti d'America e Regno Unito, per perdite percentuali e assolute sull'anno

⁴¹ Soprattutto Germania, Stati Uniti, Francia, Svizzera, Austria e Cina.

precedente, ai quali si aggiungono nel caso pandemico Germania (più in termini assoluti che percentuali), Francia e Cina. Il dato cinese è un elemento di novità: fino al 2009 le presenze alberghiere si aggiravano su 1,1 milioni mentre dal 2010 hanno cominciato a crescere costantemente fino a raggiungere i 4,6 milioni nel 2019. Riguardo i cali da parte dei residenti, le regioni che hanno accusato le perdite maggiori in termini assoluti, tra 2012 e 2014 sono Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige, Veneto, Liguria e Toscana; elemento di diversità in questo contesto, è il dato di Lazio e Lombardia, le quali non sentono particolarmente le conseguenze del 2011, mentre sono sul podio per perdite di presenze in termini assoluti e percentuali nel 2020.

La risposta all'ipotesi iniziale è dunque: sì, la crisi pandemica ha fortemente condizionato il settore turistico italiano rispetto a quella finanziaria; il comparto alberghiero nello specifico, non avendo subito evoluzioni dal punto di vista delle regioni di riferimento e dalla provenienza dei flussi rimarca l'abissale differenza tra i due fenomeni. Un elemento comune alle due crisi si individua nella fragilità dei flussi extra europei, i quali sono i primi a venir meno in caso le condizioni finanziarie o sanitarie si complicano.

6.2.2 Le strutture extra alberghiere

Nel caso del contesto complementare, le situazioni precedenti le crisi vedono situazioni differenti: nel 2007 le prime cinque regioni per presenze residenti sono Veneto, Toscana, Marche, Emilia-Romagna e Puglia, che rappresentano il 33,3 per cento del totale, mentre le cinque per presenze straniere sono Veneto, Toscana, Trentino-Alto Adige, Lombardia e Lazio, che comprendono il 30,1 per cento del totale. Nel 2019 invece, le prime cinque regioni per presenze residenti sono Toscana, Veneto, Emilia-Romagna, Lazio e Trentino-Alto Adige, che formano il 25,7 per cento del totale; mentre le cinque per presenze straniere sono Veneto, Toscana, Trentino-Alto Adige, Lazio e Lombardia, che costituiscono il 38,6 per cento del totale. In questo comparto appare più evidente come lo scorrere del tempo abbia portato ad un'evoluzione: dal 2007 al 2019 due delle cinque regioni per maggiori presenze residenti, Marche e Puglia, hanno ceduto il posto a Lazio e Trentino, avvicinando la classifica delle presenze residenti a quella delle straniere; inoltre, il peso della componente straniera è cresciuto da 50,4 milioni di presenze nel 2007 a 80,1 milioni nel 2019, mentre la componente residente è aumentata da 71,9 milioni di presenze nel 2007 a 75,7 milioni nel 2019. Anche in questo caso, in poco più di un decennio, i flussi stranieri hanno raggiunto e superato i flussi residenti, dunque il

ragionamento fatto per la categoria alberghiera può valere, sempre in linea teorica, anche per le strutture extra alberghiere; seppur la componente residente sia cresciuta in termini di presenze, quella proveniente dall'estero l'ha fatto decisamente di più, confermando la tendenza delle strutture nel puntare sui flussi stranieri e nella concentrazione di questi nelle principali regioni ad offerta turistica. I Paesi dalla quale provengono tali flussi nel 2007 sono principalmente Germania, Paesi Bassi, Austria, Francia e Svizzera che sommati sono il 26,9 per cento delle presenze extra alberghiere totali, con 32,9 milioni; nel 2019 i flussi principali vengono da Germania, Paesi Bassi, Francia, Svizzera e Stati Uniti d'America che insieme contano il 29,9 per cento di presenze totali, con 46,6 milioni. Il peso dei primi Paesi per flussi è aumentato, ma soprattutto Stati Uniti d'America e Regno Unito hanno quasi raddoppiato le proprie quote rispetto al 2007⁴², cosa che ha reso anche in questa categoria la crisi pandemica molto grave.

Nel caso del 2008 la categoria registra un calo limitato alla componente residente, cosa che non accade per la categoria alberghiera nello stesso periodo e per la crisi del 2020. Ad eccezione del 2013, le cifre negative riguardano solamente le presenze residenti e non gli arrivi, a prova del fatto che i soggiorni verso tali strutture sono diminuiti di durata, ma non di portata. In entrambi i periodi osservati⁴³, i turisti residenti e stranieri hanno rinunciato più facilmente alle strutture alberghiere rispetto a quelle extra alberghiere. Le regioni in maggior sofferenza in termini assoluti lato residenti, tra il 2008 e il 2014 sono Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Campania e Toscana; nel caso pandemico invece, non è presente tra i primi posti il Friuli che lascia spazio a Lazio e Piemonte. Sul lato flussi stranieri, nella crisi pandemica, sono presenti nei primi cinque posti per perdita di presenze in valori assoluti⁴⁴ Veneto, Toscana, Lazio, Lombardia e Trentino-Alto Adige, che insieme rappresentano il 74,5 per cento del totale con 38,94 milioni di presenze mancanti; è interessante notare come la pandemia abbia colpito indistintamente tali regioni nella componente turistica straniera, sia per le strutture alberghiere che extra alberghiere. I flussi stranieri mancanti, in termini assoluti, provengono principalmente da Germania, Paesi Bassi, Stati Uniti, Francia e Regno Unito, che insieme raccolgono il 39,8 per cento delle perdite con 28,11 milioni di presenze.

⁴² I due Paesi anglofoni contavano insieme 4,1 milioni di presenze nel 2007, arrivando a 7,6 nel 2019.

⁴³ Dal 2008 al 2014 e nel 2020.

⁴⁴ Rispetto al 2019.

Nella categoria complementare⁴⁵ risulta molto più ampia la differenza tra i due momenti temporali: nella crisi finanziaria, nonostante la recessione i flussi turistici stranieri sono cresciuti costantemente e l'unico dato negativo registrato riguarda la presenza residente, dunque l'impatto recessivo è stato irrilevante; nel caso pandemico invece, la categoria non è stata risparmiata, anche se i danni in termini percentuali sono inferiori a quelli riportati dalle strutture alberghiere, grazie alla componente residente. Tale fenomeno potrebbe essere legato alla componente di costo medio di un soggiorno nelle strutture extra alberghiere, che risulta inferiore al costo medio di un soggiorno nelle strutture alberghiere. Anche per questa categoria la risposta all'ipotesi iniziale è affermativa, fugando ogni dubbio sulla gravità della crisi da Covid-19 rispetto a quella finanziaria; il punto in comune riguardo il comparto complementare nelle congiunture negative è però positivo: si è dimostrato più solido rispetto a quello alberghiero, grazie al grado inferiore di dipendenza dai flussi extra europei e ad una capacità di attrazione superiore.

6.3 Il confronto nel parametro comunicativo

In entrambi i casi studiati, la correlazione di Pearson tra l'andamento della crisi⁴⁶ e i canali d'informazione è positiva; l'ipotesi di disallineamento tra stati di fatto e narrazione mediatica va dunque rigettata. Diverso è il discorso per la correlazione tra le notizie pubblicate e le ricerche effettuate su Google: nel caso del 2008-09 il valore è 0,799 mentre nel 2020-21 è uguale a 0,328; nel caso pandemico le ricerche Google sono fortemente correlate all'andamento della crisi sanitaria, in particolare al dato dei "nuovi positivi" con $r = 0,707$. Per la crisi finanziaria, la motivazione più plausibile si ipotizza essere la scarsa educazione finanziaria degli italiani, mentre sul fronte pandemico la necessità di aggiornamento continuo sui dati epidemiologici può essere motivata da una situazione in mutamento e di profonda instabilità ed incertezza. La correlazione tra notizie e ricerche Google nel 2020-21 risulta elevata per i principali argomenti legati al tema "covid", ossia "coronavirus" per la prima metà del 2020 e "vaccino" per l'ultimo trimestre del 2020 e il 2021; i motivi possono essere legati in primo luogo alla necessità di approfondimento e controllo delle informazioni, in secondo luogo nel caso del vaccino, di richiedere la prenotazione tramite i portali online. Come dimostrano lo studio di L. Mazzoli, F.

⁴⁵ Sinonimo di extra alberghiera.

⁴⁶ Per la crisi finanziaria sono i mercati, per la pandemia sono i dati epidemiologici.

Giglietto, A. Bellafiore e M. Orefice (2011) e il 55° Rapporto sulla situazione sociale del Paese (Censis 2021) gli italiani non hanno sostituito i canali di informazione tradizionali con quelli digitali, ma li hanno integrati; il fatto che gli utenti abbiano cercato maggiormente su Google i termini “coronavirus” e “vaccino” invece di “covid” non significa necessariamente che tali argomenti siano stati trattati con scarsa chiarezza da parte dei media. Una spiegazione potrebbe essere la tecnicità e la centralità dei temi nelle rispettive fasi di crisi: come i mutui subprime per la crisi finanziaria, l’origine del virus ha generato dibattito dentro e fuori la comunità di esperti e la complessità della materia ha reso difficile la comprensione da parte dei non addetti ai lavori; una volta scoperta la nuova sequenza e definito il nome, il termine “coronavirus” ha lasciato spazio a “Covid-19” ma intanto l’attenzione, nei mesi iniziali del 2020, è stata canalizzata verso la comprensione del fenomeno. Il termine “vaccino” è il più digitato dal 2021 perché rappresenta lo strumento più efficace, fino ad ora, che la comunità scientifica sia riuscita a mettere a disposizione per contrastare la crisi, di conseguenza l’attenzione si è spostata in questa direzione; questa potrebbe esaurirsi nel caso sopraggiungessero nuovi strumenti o condizioni, come successo per “coronavirus”. L’ipotesi di concentrazione dell’attenzione dell’opinione pubblica su determinati temi ad opera dei media è confermata per gli argomenti “mutui subprime” nel 2008-09 e per “coronavirus” e “vaccini” nel 2020-21, mentre è meno presente per il tema “covid”.

Osservazioni conclusive

L'elaborato è stato concepito per porre a confronto fenomeni di crisi, in particolare la crisi finanziaria anche rinominata dei "mutui subprime" generata dal crollo del mercato immobiliare USA e la crisi economica scaturita dalla pandemia da Covid-19, per quanto riguarda l'Italia.

Per confrontare tali eventi si è pensato a due parametri: il primo riguarda le conseguenze, in termini di arrivi, presenze e permanenza media, delle crisi sul comparto turistico seguendo l'esempio di autori come Kuo e al. (2008), McAleer e al. (2010) e Rossello e al. (2017) che hanno ragionato su frangenti di emergenza come epidemie (SARS, Ebola, Febbre Gialla, Aviaria, ecc.), disastri naturali (eruzioni vulcaniche, terremoti, incendi ecc.) o crisi provocate dagli esseri umani (attacchi terroristici, guerre, instabilità politica ecc.) con l'intento di trarre informazioni utili ad affrontare meglio fenomeni simili in futuro; il secondo riguarda l'informazione che viene fatta dai canali mediatici durante le crisi e le sue conseguenze sulle reazioni della popolazione, perché come spiegano autori come Cohen (1963), Vasterman e al. (2005), Ritchie e Jiang (2019), Luo e Zhai (2017) e Nisbet e Mooney (2007) la comunicazione in stato di emergenza è un fattore che influisce pesantemente sulla gestione di crisi. Oltre agli studi di crisi già menzionati, le ricerche alle quali si è fatto particolare riferimento per la loro focalizzazione sul contesto italiano sono quelle degli autori: Cellini e Cuccia (2015) per quanto riguarda il settore turistico e Squazzoni e Castellani (2011) per la comunicazione di crisi; da tali trattazioni si è avuta la possibilità di verificare i risultati riguardanti la componente turistica per la crisi finanziaria e di adottare il metodo di studio dei canali di informazione durante la stessa crisi; tale metodo è stato riportato nel caso pandemico. Nell'analisi della crisi finanziaria si sono evidenziati principalmente due cali nelle presenze turistiche: uno tra il 2008-2009 e l'altro tra il 2011-2014; nella prima fase sono stati registrati cali rilevanti nei flussi extra-europei, in particolare da Stati Uniti d'America e Regno Unito, cosa espressa solo in parte da altri autori (Bronner & de Hoog, 2012), i quali si riferiscono genericamente ad una maggiore elasticità della domanda turistica in caso di crisi rispetto alle destinazioni geograficamente distanti, in media più difficili e dispendiose da raggiungere. Cellini e Cuccia (2015) invece si concentrano sul calo delle presenze residenti dal 2011 e non fanno riferimento ai flussi stranieri tra 2008 e 2009; in tal senso le osservazioni presenti in questo elaborato, sul calo della quota percentuale residente nelle strutture alberghiere e il

progressivo aumento della quota straniera nella crisi finanziaria, vengono confermate dagli autori, che pongono l'attenzione su come l'offerta turistica italiana sia riuscita a sostituire gli ospiti residenti con quelli esteri; inoltre anche il ragionamento sulla diminuzione anno dopo anno della permanenza media, sia da parte dei flussi residenti che non residenti, ha trovato conferma negli studi che segnalato tale fenomeno come tendenza intrapresa dal turismo di diversi paesi (Barros e Machado, 2010; Wang, Little, e DelHomme-Little, 2012).

Sul parametro comunicativo invece, si è partiti dai risultati della ricerca di Squazzoni e Castellani (2011), per l'impossibilità di recuperare informazioni online sufficienti a integrare il numero di testate giornalistiche; purtroppo, il database opensource Media Cloud, utilizzato per analizzare le notizie pubblicate durante il periodo pandemico non possiede dati antecedenti al 2014 e questo ha rappresentato un limite di ricerca, quantomeno per la crisi dei mutui subprime. È probabilmente possibile recuperare informazioni relative al periodo 2008-2011 nei singoli archivi digitali delle principali testate, ma tale lavoro richiederebbe un ingente quantità di tempo; in alternativa future ricerche potrebbero avvalersi di database con scopi analitico-commerciali, disponibili tramite dispendio economico. Le informazioni sulle notizie di crisi riguardano quindi due quotidiani italiani nel caso subprime, mentre ne coprono più di un centinaio nel caso pandemico; ciò che è stato ripreso specularmente è il metodo di calcolo della correlazione di Pearson tra le notizie e le reazioni di ricerca online della popolazione. Nella crisi finanziaria gli autori hanno notato che Il Sole 24 Ore e il Corriere della Sera hanno seguito discretamente gli andamenti dei mercati, discostandosi meno rispetto al Financial Times e al Wall Street Journal; nonostante l'informazione risulti puntuale, gli italiani hanno cercato su Google in quantità numerose termini associati alla crisi come "mutui subprime" e ciò troverebbe spiegazione nella scarsa alfabetizzazione delle persone riguardo gli argomenti finanziari.

L'analisi della crisi pandemica, anche se è stata svolta sui soli dati 2020, mancando ancora la pubblicazione dell'Annuario statistico italiano 2022 dell'Istat, è risultata molto più grave e senza precedenti dal punto di vista turistico, rispetto ad eventi precedenti. Prima della diffusione su scala globale del virus, i fenomeni rilevati nel settore turistico tra il 2008 e il 2014 proseguivano il loro corso: fino al 2019 la quota di turisti stranieri ha continuato a crescere, mentre quella residente è rimasta stabile; la permanenza media ha

continuato a diminuire e il comparto extra alberghiero ha aumentato il suo peso, trainato dalle stesse regioni con le quote maggioritarie nel comparto alberghiero; nel 2020 l'inversione è stata netta: la sospensione delle principali rotte aeree passeggeri e la chiusura dei confini nazionali hanno prodotto un dimezzamento delle presenze turistiche complessive in Italia, in particolare un crollo dei flussi stranieri. La permanenza media, dopo diversi anni, è tornata a crescere e i turisti residenti sono tornati ad essere la clientela principale, salvando parzialmente il settore. Com'era successo tra 2008 e 2009, tra i principali flussi mancanti sono presenti Stati Uniti d'America e Regno Unito; questa volta non è dato sapere di quanto tempo avranno bisogno i turisti provenienti dall'estero, per superare le presenze residenti.

La pandemia è ancora in corso, è globale e attraversa stadi differenti in base ai contesti, per cui l'analisi è limitata alla fase dell'anno 2020 e visto che la portata dei flussi turistici dipendono dalle condizioni dei paesi di partenza oltre che di arrivo, prevedere tendenze anche di breve periodo risulta complesso. Un fattore fondamentale, nella velocità di recupero da parte delle destinazioni dei livelli precedenti alla pandemia, sarà costituito dal peso rappresentato dai collegamenti con l'estero e dalla capacità di ripristinare quei flussi o sostituirli, come fanno notare Liu, Vici, Ramos e al. (2021). I flussi esteri verso l'Italia, durante il 2020, crollati in percentuale minore provengono dai Paesi dell'Europa centrale: questi appartengono alla Comunità Europea, oppure sono geograficamente vicini alla penisola italiana. Puntare sul turismo straniero di prossimità potrebbe essere una soluzione per tamponare le perdite extra-europee nel medio-lungo periodo e il Nord-est può rappresentare un modello da seguire in tal senso; futuri studi potrebbero indagare tale fenomeno e verificare come il turismo italiano reagirà, una volta sorpassata la fase emergenziale.

Riguardo al parametro comunicativo, l'indagine Media Cloud sulle notizie "covid" ha evidenziato una correlazione positiva con i dati epidemiologici, escludendo un disallineamento tra andamento di crisi e narrazione mediatica, come nel caso della crisi dei mutui subprime (Squazzoni e Castellani, 2011); nella correlazione tra notizie e ricerche su Google degli utenti, il legame lineare risulta debole, mentre diviene rilevante tra alcuni dati epidemiologici e le stesse ricerche online. Secondo i parametri analizzati quindi, a differenza di altre emergenze sanitarie (Roberts e al. 2017) nel caso Covid-19 i media non hanno fuorviato l'opinione pubblica, che invece è stata influenzata nelle

ricerche soprattutto dalle informazioni giornaliere fornite dalle autorità sanitarie. La correlazione tra media e ricerche online è risultata rilevante a proposito di argomenti legati al tema covid, come “coronavirus” nei primi mesi di emergenza e “vaccino” dalla fine del 2020 e nel 2021. Una lettura simile a quella fatta nella crisi finanziaria da parte di Squazzoni e Castellani, riguardo la necessità del pubblico di integrare i canali di informazione tradizionali, può risiedere nella complessità e tecnicità di tali argomenti scientifici, oscuri a persone al di fuori dell’ambito e non necessariamente indica una superficiale informazione da parte dei giornali; questo punto tuttavia va approfondito e ulteriori studi andrebbero condotti, dato che gli utenti possono essere spinti a cercare informazioni su Google da altri canali di informazione, che in questo studio non vengono considerati, come la televisione, i canali social, eccetera. In tal senso studi condotti da Schultz, Utz & Göritz (2011) hanno dimostrato come le persone tendenzialmente non sostituiscono i media tradizionali con quelli digitali, ma li integrano, spiegando nel nostro caso, perché molti cerchino informazioni su Google nonostante la diffusa copertura che i media riservano alle crisi. Questo elaborato ha voluto fornire un esempio di confronto tra due crisi diverse, usando dei parametri comuni; è evidente che la pandemia da Covid-19 abbia invertito e forse cambiato radicalmente le tendenze del turismo italiano e internazionale, oltre a rappresentare una complessa sfida dal punto di vista della gestione della comunicazione di crisi, per la quale non ci sono esperienze precedenti a cui guardare, sul piano della portata. L’auspicio dell’autore è quello di stimolare ulteriori indagini sulle varie fasi di crisi, per verificare se le evidenze riportate si consolidino oppure mutino, con il risultato di tornare ad una situazione simile a quella presente precedentemente il 2020 o ad una nuova, dal punto di vista turistico e comunicativo.

Bibliografia e sitografia

Bibliografia

- Ahern, J., Galea, S., Resnick, H., & Vlavyov, D. (2002). Television images and probable post-traumatic stress disorder after September 1, 2001 terrorist attacks. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 19(2), 289-300.
- Arnold, W. (1980), in Booth, S. (1993). *Crisis Management strategy: Competition and change in modern enterprises*. New York: Routledge.
- Banca d'Italia, Eurosystema: "Il turismo internazionale dell'Italia nella crisi del 2008-09" a cura di Andrea Alivernini ed Emanuele Breda.
- Barros, C. P., & Machado, L. P. (2010). The length of stay in tourism. *Annals of Tourism Research*, 37, 692–706.
- Berke, P. R. (1998). Reducing natural hazard risks through state growth management. *Journal of the American Planning Association*, 64(1), 76-87.
- Berman, R., & Roel, G. (1993). Encounter with death and destruction: The 1985 Mexico City earthquake. *Group Analysis*, 26, 89-91.
- Berry, S. (1999). We have a problem...call the press! (crisis management plan). *Public Management*, 81(4), 4–15.
- Blaikie, P., Cannon, T., Davis, I., & Wisner, B. (1994). *At risk: Natural hazards, people's vulnerability and disasters*. London: Routledge.
- Bogoch, I., Brady, O., Kraemer, M., German, M., Creatore, M., Kulkarni, M., Brownstein, J., Mekaru, S., Hay, S., Groot, E., & Watts, A. (2016). Anticipating the international spread of Zika virus from Brazil. *Lancet*, 387, 335–336.
- Bogoch, I., Creatore, M. I., Cetron, M. S., Brownstein, J. S., Pesik, N., & Miniota, J. (2015). Assessment of the potential for international dissemination of Ebola virus via commercial air travel during the 2014 West African outbreak. *Lancet*, 385(9962), 29–35.
- Booth, S. (1993). *Crisis management strategy: Competition and change in modern enterprises*. New York: Routledge.
- Brammer, H. (1990). Floods in Bangladesh: A geographic background to the 1987 and 1988 floods. *Geographical Journal*, 156(1), 12-22.
- Bronner, F., & de Hoog, R. (2012). Economizing strategies during an economic crisis. *Annals of Tourism Research*, 39, 1048–1069.

- Burnett, J. J. (1998). A strategic approach to managing crises. *Public Relations Review*, 24(4), 475–488.
- Burton, I., Kates, R. W., & White, G. F. (1978). *The Environment as Hazard*. New York: Oxford University Press.
- Cammissa, J. V. (1993). The Miami experience: Natural and manmade disasters, 1992-93. In *Expanding responsibilities: A blueprint for the travel industry*. 24th annual conference proceedings of travel and tourism research association, Whistler, BC (pp. 294-295).
- Carter, W. N. (1991). *Disaster management: A disaster manager's handbook*. Manila: Asian Development Bank.
- Cassedy, K. (1991). *Crisis management planning in the travel and tourism industry: A study of three destinations and a crisis management planning manual*. San Francisco: PATA.
- Cellini, Cuccia (2015). The economic resilience of tourism industry in Italy: What the ‘great recession’ data show. *Tourism Management Perspectives* 16, 346–356.
- Chan, N. W. (1995). Flood disaster management in Malaysia: An evaluation of the effectiveness of government resettlement scheme. *Disaster Prevention and Management*, 4(4), 22-29.
- Choe, Y., Wang, J., & Song, H. (2020). The impact of the Middle East Respiratory Syndrome coronavirus on inbound tourism in South Korea toward sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Christine, B. (1995). Disaster management: Lessons learned. *Risk Management*, 42(10), 19-34.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and Foreign policy*. Princeton, New Jersey: Princeton.
- Comfort, L. K. (1990). Turning conflict into co-operation: Organizational designs for community response in disasters. *International Journal of Mental Health*, 19(1), 89-108.
- Coombs, T. (1999). *Ongoing crisis communication: Planning, managing and responding*. Thousand Oakes, CA: Sage.
- Cortés-Jiménez, I., and M. Pulina. (2006). “A Further Step into the ELGH and TLGH for Spain and Italy.” *Fondazione Eni Enrico Mattei. Nota di lavoro* 118.

- Cro, Martins (2017). Structural breaks in international tourism demand: Are they caused by crises or disasters? *Tourism Management* 63, 3-9.
- Cuccia, T., & Rizzo, I. (2010). Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*, 32, 589–595.
- Donohue, J. (1982). Some facts and figures on urbanisation in the developing world. *Assignment Children*, 57(8).
- Drabek, T. E. (1992). Variations in disaster evacuation behaviour: Public responses versus private sector executive decision-making. *Disasters*, 16(2), 105-118.
- Drabek, T. E. (1995). Disaster responses within the tourism industry. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 13(1), 7-23.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Eugenio-Martin, J. L., & N. M. Morales. (2004). *Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach*. Social Science Research Network Electronic Paper.
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135–147.
- Faulkner, B., & Russell, R. (1997). Chaos and complexity in tourism: In search of a new perspective. *Pacific Tourism Review*, 1(2), 91-106.
- Fink, S. (1986). *Crisis management*. New York: American Association of Management.
- Fischer, H. W., & Harr, V. J. (1994). Emergency operating centre response to media blame assignment: A case study of an emergent EOC. *Disaster Prevention and Management*, 3(3), 7-17.
- Fisher, A. (1991) Risk communication challenges, *Risk Analysis* 11, 173–79.
- Geipel, R. (1982). *Disaster and reconstruction*. London: Allen and Unwin.
- Gleick, J. (1987). *Chaos: Making a new science*. London: Heinemann.
- Gonzalez-Herrero, A., & Pratt, C. B. (1998). Marketing crises in tourism: Communication strategies in the United States and Spain. *Public Relations Review*, 24(1), 83-97.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20.

- Grais, R. F., Ellis, J. H., & Glass, G. E. (2003). Assessing the impact of airline travel on the geographic spread of pandemic influenza. *European Journal of Epidemiology*, 18, 1065–1072.
- Granot, H. (1995). Proposed scaling of communal consequences of disaster. *Disaster Prevention and Management*, 4(3), 5-13.
- Granot, H. (1997). Emergency inter-organisational relationships. *Disaster Prevention and Management*, 6(5), 305-310.
- Gunduz, L., and J. A. Hatemi. (2005). “Is the Tourism-Led Growth Hypothesis Valid for Turkey?” *Applied Economics Letters*, 12: 499-504.
- Hall, C. M. (2002). Travel safety, terrorism and the media: The significance of the issue-attention cycle. *Current Issues in Tourism*, 5(5), 458–466.
- Hartmann, B., & Standing, H. (1989). *The poverty of population control: Family planning and health policy in Bangladesh*. London: Bangladesh International Action Group.
- Heath, R. (1995). The Kobe earthquake: Some realities of strategic management of crises and disasters. *Disaster Prevention and Management*, 4(5), 11-24.
- Heath, R. (1998). *Crisis management for managers and executives*. London: Financial Times Management.
- Hills, A. E. (1994). Co-ordination and disaster response in the United Kingdom. *Disaster Prevention and Management*, 3(1), 66-71.
- Hirose, H. (1982). Volcanic eruption in northern Japan. *Disasters*, 6(2), 89-91.
- Hornig, S. (1993) Reading risk: public response to print media accounts of technological risk, *Public Understanding of Science* 2, 95–109.
- Huque, A. S. (1998). Disaster management and the inter-organizational imperative: The Hong Kong disaster plan. *Issues and Studies*, 34(2), 104-123.
- Ispas A. (2010). Implications of the financial crisis on the European tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, Vol. 3 (52).
- Kash, T. J., & Darling, J. (1998). Crisis management: Prevention, diagnosis and intervention. *Leadership & Organization Development Journal*, 19(4), 179–186.
- Katircioglu, S. T. (2009b). “Revisiting the Tourism-Led-Growth Hypothesis for Turkey Using the Bounds Test and Johansen Approach for Cointegration.” *Tourism Management*, 30: 17-20.

- Keller, A. Z., & Al-Madhari, A. F. (1996). Risk management and disasters. *Disaster Prevention and Management*, 5(5), 19-22.
- Keown-McMullan, C. (1997). Crisis: When does a molehill become a mountain? *Disaster Prevention and Management*, 6(1), 4-10.
- Khan, H., R. S. Toh, and L. Chua. (2005). "Tourism and Trade: Cointegration and Granger Causality Tests." *Journal of Travel Research*, 44: 171-76.
- Kolb, D. (1984). *Experiential learning*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Konheim, C. S. (1988). Risk communication in the real world, *Risk Analysis* 8, 367-73.
- Kouzmin, A., Jarman, A. M. G., & Rosenthal, U. (1995). Inter-organisational policy process in disaster management. *Disaster Prevention and Management*, 4(2), 20-37.
- Kuo, H. I., Chen, C. C., Tseng, W. C., Ju, L. F., & Huang, B. W. (2008). Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 29(5), 917-928.
- Lee, C. C., and C. P. Chang. (2008). "Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels." *Tourism Management*, 29: 180-92.
- Liu, A., Vici, L., Ramos, V., Giannoni, S., & Blake, A. (2021). Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Europe team. *Annals of Tourism Research*, 88.
- Liu, Kim, O'Connell (2021). COVID-19 and the aviation industry: The interrelationship between the spread of the COVID-19 pandemic and the frequency of flights on the EU market. *Annals of Tourism Research*, 91.
- Lorenz, E. (1993). *The essence of chaos*. Washington: University of Washington Press.
- Luo, Q., & Zhai, X. (2017). "I will never go to Hong Kong again!" How the secondary crisis communication of "occupy Central" on Weibo shifted to a tourism boycott. *Tourism Management*, 62, 159-172.
- Luo, X. S., Imai, N., & Dorigatti, I. (2020). Quantifying the risk of Zika virus spread in Asia during the 2015-16 epidemic in Latin America and the Caribbean: A modeling study. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 33.
- Marra, F. (1998). Crisis communication plans: Poor predictors of excellent crisis public relations. *Public Relations Review*, 24(4), 461-474.

- Massidda, C., & Mattana, P. (2013). A SVECM analysis of the relationship between international tourism arrivals, GDP and trade in Italy. *Journal of Travel Research*, 52, 93-105.
- Mazzoli, Giglietto, Bellafiore e Orefice: “L’informazione da rito a puzzle” Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, Dipartimento Scienze della Comunicazione, 2011.
- McAleer, M., Huang, B. W., Kuo, H. I., Chen, C. C., & Chang, C. L. (2010). An econometric analysis of SARS and Avian Flu on international tourist arrivals to Asia. *Environmental Modelling & Software*, 25(1), 100–106.
- McLean, A., May, R., Pattison, J., & Weiss, R. (2005). *SARS: A case study in emerging infections*. OUP Oxford Publishing.
- Miller, G., & Ritchie, B.W. (2003). A farming crisis or a tourism disaster? An analysis of the foot and mouth disease in the UK. *Current Issues in Tourism*, forthcoming.
- Milo, K. J., & Yoder, S. L. (1991). Recovery from natural disaster: Travel writers and tourist destinations. *Journal of Travel Research*, 30(1), 36-39.
- Morrison, A. M. (1996). *Hospitality and travel marketing*. New York: Delmar Publishing.
- Murphey, P., & Bayley, J. (1989). Tourism and disaster planning. *The Geographical Review*, 79, 26–46.
- Murphy, P. E., & Bayley, R. (1989). Tourism and disaster planning. *Geographical Review*, 79(1), 36-46.
- Narayan, P. K. (2004). “Economic Impact of Tourism on Fiji’s Economy: Empirical Evidence from the Computable General Equilibrium Model.” *Tourism Economics*, 10: 419-33.
- Nicolau, J. L., & Mas, F. J. (2006). The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: the moderating role of motivations. *Tourism Management*, 27, 982–996.
- Nisbet, M. C., & Mooney, C. (2007). *Framing science*. Science e New York and Washington, 316(5821), 56-69.
- Oh, C. K. (2005). “The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy.” *Tourism Management*, 26: 39-44.
- Papatheodorou, Rosselló e Xiao (2010). Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives. *Journal of Travel Research* 49(1) 39–45.

- Parsons, W. (1996). Crisis management. *Career Development International*, 1(5), 26–28.
- Pastore, Vernuccio (2008): “Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management”. Maggioli Editore.
- Pauchant, T., & Mitroff, I. (1992). *Transforming the crisis prone organization*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.
- Peat, F. D. (1991). *The philosopher's stone: Chaos, synchronicity and the hidden order of the world*. New York: Bantam.
- Prigogine, I., & Stengers, I. (1985). *Order out of chaos: Man's new dialogue with nature*. Hammersmith: Flamingo.
- Quarantelli, E. L. (1982). Social and organizational problems in a major emergency. *Emergency Planning Digest*, 9 (7-10), 21.
- Quarantelli, E. L. (1984). Organisational behaviour in disasters and implications for disaster planning. *Monographs of the National Emergency Training Center*, 1(2), 1-31.
- Quarantelli, E. L. (1996). Local mass media operations in disasters in the USA. *Disaster Prevention and Management*, 5(5), 5-10.
- Rich, M. (2020). As coronavirus spreads, so does anti-Chinese sentiments. *The New York Times*.
- Richardson, B. (1994). Crisis management and the management strategy: Time to “loop the loop”. *Disaster Prevention and Management*, 3(3), 59-80.
- Riley, J., & Meadows, J. (1997). The role of information in disaster planning: A case study approach. *Disaster Prevention and Management*, 6(5), 349-355.
- Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (2019). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*, 79.
- Ritchie, B.W., Dorrell, H., Miller, D., & Miller, G.A. (2003). Crisis communication and recovery for the tourism industry: Lessons from the 2001 foot and mouth disease outbreak in the United Kingdom. *Journal of Travel and Tourism, Marketing*, forthcoming.
- Ritchie, Molinar e Frechtling (2010). Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: North America. *Journal of Travel Research* 49(1) 5–15.

- Roberts, Brittany Seymour, Sands Alden Fish II, Emily Robinson & Ethan Zuckerman (2017). Digital Health Communication and Global Public Influence: A Study of the Ebola Epidemic. *Journal of Health Communication*, 22:sup1, 51-58.
- Roberts, Seymour, Sands Alden Fish II, Robinson, Zuckerman (2017). Digital Health communication and Global Public Influence: “A Study of the Ebola Epidemic”, *Journal of Health Communication*, n. 22 sup.1, p. 51-58.
- Roberts, V. (1994). Flood management: Bradford paper. *Disaster Prevention and Management*, 3(2), 44-60.
- Rosselló, J., Santana-Gallego, M., & Awan, W. (2017). Infectious disease risk and international tourism demand. *Health Policy and Planning*, 32(4), 538–548.
- Santana-Gallego, M., F. J. Ledesma-Rodríguez, and J. Pérez-Rodríguez. (2010). “On the Relationship between Trade and Tourism.” In: *Economics of Sustainable Tourism*, edited by F. Cerina, A. Markandya, and M. McAleer. New York: Routledge, pp. 92-107.
- Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. *Public Relations Review*, 37, 20–27.
- Selbst, P. (1978), in Booth, S. (1993). *Crisis management strategy: Competition and change in modern enterprises*. New York: Routledge.
- Shi, W., & Li, K. X. (2017). Impact of unexpected events on inbound tourism demand modeling: Evidence of Middle East Respiratory Syndrome outbreak in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(3), 344–356.
- Smallman, C., & Weir, D. (1999). Communication and cultural distortion during crises. *Disaster Prevention and Management*, 8(1), 33–41.
- Smeral E. (2009). The Impact of the Financial and Economic Crisis on European Tourism. *Journal of Travel Research*, Volume 48, N. 1.
- Smeral, E., & Song, H. (2015). Varying elasticities and forecasting performance. *International Journal of Tourism Research*, 17, 140–150.
- Soñmez, S. F., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. (1999). Tourism in crisis: Managing the effects of terrorism. *Journal of Travel Research*, 38(1), 13–18.
- Squazzoni & Castellani (2011). Media e crisi economica: “«instrumentum diaboli» o guardiani del faro?”.

- Stack, S. (2003). Media coverage as a risk factor in suicide. *Journal of Epidemiol Community Health*, 57, 238-240.
- Tatem, A. J., Rogers, D. J., & Hay, S. I. (2006). Global transport networks and infectious disease spread. *Advances in Parasitology*, 62, 293–343.
- Tian, H., Sun, Z., Faria, N. R., Yang, J., Cazelles, B., Huang, S., Xu, B., Yang, Q., Pybus, O. G., & Xu, B. (2017). Increasing airline travel may facilitate co-circulation of multiple dengue virus serotypes in Asia. *Tropical Disease*, 11, 1–15.
- Turner, D. (1994). Resources for disaster recovery. *Security Management*, 57-61. University Press.
- Vaidya, R., Herten-Crabb, A., Spenser, J., Moon, S., & Lillywhite, L. (2020). Travel restrictions and infectious disease outbreaks. *Journal of Travel Medicine*, 27(3), 1–10.
- Vasterman et al. The Role of the Media and Media Hypes in the Aftermath of Disasters. (2005) Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, Vol. 27.
- Voorhees, C. C. W., Vick, J., & Perkins, D. D. (2007). ‘Came hell and high water’: the intersection of Hurricane Katrina, the news media, race and poverty. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 17(6).
- Wählberg and Sjöberg (2000). Risk perception and the media. *Journal of Risk Research* 3(1), 31–50.
- Waldrop, M. (1992). *Complexity: The emerging science and the edge of order and chaos*. Penguin: Simon and Schuster.
- Wang, E., Little, B. B., & DelHomme-Little, A. (2012). Factors contributing to tourists' length of stay in Dalian north-eastern China: A survival model analysis. *Tourism Management Perspectives*, 4, 67–72.
- Weiner, A. J., & Kahn, H. (1972). Crisis and arms control. In C. F. Hermann, *International crises: Insights from behaviour research* (p. 21). New York, NY: The Free Press.
- Wen, Aston, Liu & Ying (2020). Effects of misleading media coverage on public health crisis: a case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China. *Anatolia*, 31:2, 331-336.
- Wessely, S. (1987). Mass hysteria: two syndromes? *Psychological Medicine*, 17, 109-120.

- Wilder-Smith, A., Paton, N. I., & Goh, K. T. (2003). Low risk of transmission of severe acute respiratory syndrome on airplanes: The Singapore experience. *Tropical Medicine and International Health*, 8(11), 1035–1037.
- Yang, H. Y., & Chen, K. H. (2009). General equilibrium analysis of the economic impact of a tourism crisis: A case study of the SARS epidemic in Taiwan. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1), 37–60.
- Young, W. B., & Montgomery, R. J. (1998). Crisis management and its impact on destination marketing: A guide to convention and visitors bureaus. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 1(1), 3-18.
- Zeng, B., Carter, R. W., & De Lacy, T. (2005). Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 8(4), 306–322.
- Zerman, D. (1995). Crisis communication: Managing the mass media. *Information and Computer Security*, 3(5), 25-28.

Sitografia

Banca centrale europea: [Come funziona il programma di acquisto di attività della BCE? \(europa.eu\)](#)

Banca centrale europea: [Cos'è la politica monetaria? \(europa.eu\)](#)

Banca d'Italia: [statistiche ITI 11062018.pdf \(bancaditalia.it\)](#)

Camera dei deputati: [Trattato Fiscal Compact \(camera.it\)](#)

Consiglio Europeo: [Semestre europeo - Consilium \(europa.eu\)](#)

[Coronavirus - Cosa sono i coronavirus \(iss.it\)](#)

Database Media Cloud: [Explorer | Media Cloud](#)

Dati che riassumono l'economia italiana: [Banca d'Italia - L'economia italiana in breve \(bancaditalia.it\)](#)

Google Trends, interrogazione query "covid", anni 2020 e 2021: [covid - Esplora - Google Trends](#)

I vincoli di bilancio europei: Magnani, ["Che cos'è il deficit al 3% del Pil e perché non solo Salvini vuole rivederlo" Il Sole 24 ORE, 15/05/2019](#)

Il Sole 24 Ore, inflazione 2021: [Inflazione al 3%: mai così alta dal 2012. Energia e alimentare guidano i rincari - Il Sole 24 ORE](#)

Indici macroeconomici per riconoscere una crisi: [Banca d'Italia - Bollettino Economico \(bancaditalia.it\)](#)

Infografiche e dati Covid-19, Il Sole 24 Ore: [Coronavirus in Italia, i dati e la mappa \(ilsole24ore.com\)](#)

Infografiche e dati vaccinazione, Il Sole 24 Ore: [Il vaccino anti covid in Italia in tempo reale | Il Sole 24 ORE](#)

Istat, Annuari statistici italiani: [Biblioteca Digitale ISTAT | Annuario statistico italiano](#)

Istat, le prospettive per l'economia italiana nel 2021-2022:

<https://www.istat.it/it/archivio/264303>

Istat, prezzi al consumo (dati provvisori) – novembre 2021:

<https://www.istat.it/it/archivio/264168>

Istat, Prodotto interno lordo: http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCCN_PILT#

Istat, Spese per consumi delle famiglie: <https://www.istat.it/it/archivio/258409>

Istat, Tasso di disoccupazione:

http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCCV_TAXDISOCCU1#

Istat: [Istat.it Annuario statistico italiano](#)

Istat: [Reddito netto: Regioni e tipo di comune \(istat.it\)](#)

Istat: [Tasso di disoccupazione \(istat.it\)](#)

[Istituto Superiore di Sanità \(ISS\) - ISS](#)

La Repubblica, inflazione 2012: [L'inflazione media del 2012 al 3%
Sale ai massimi dal 2008 - la Repubblica](#)

Presidenza del Consiglio dei ministri: [Coronavirus, le misure adottate dal Governo | www.governo.it \(palazzochigi.it\)](#)

Presidenza del Consiglio dei Ministri: [Dipartimento per le Politiche Europee - Cos'è una procedura d'infrazione](#)

Rapporto Censis 2021: [Il capitolo «Comunicazione e media» del 55° Rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese/2021 | CENSIS](#)

Statistiche di ricerca Google: [Google Trends](#)

Treccani: [CRISI ECONOMICHE in "Enciclopedia Italiana" \(treccani.it\)](#)

Treccani: [disoccupazione in Vocabolario - Treccani](#)

Treccani: Equilibrio di bilancio e vincoli europei in "Il Libro dell'anno del Diritto"
([treccani.it](http://www.treccani.it))

Treccani: fiscal compact in "Dizionario di Economia e Finanza" ([treccani.it](http://www.treccani.it))

Treccani: inflazione nell'Enciclopedia Treccani

Treccani: LA GRANDE CRISI DEL NUOVO SECOLO in "XXI Secolo" ([treccani.it](http://www.treccani.it))

Ringraziamenti

Ringrazio innanzitutto la mia famiglia e in particolare i miei genitori, che mi hanno permesso di studiare compiendo sacrifici e senza il quale sostegno non avrei potuto compiere questo lungo percorso accademico. Ringrazio il Professor Tamma, il quale ha contribuito con il suo tempo e le sue indicazioni precise e puntuali a confezionare l'elaborato, senza le quali quest'ultimo avrebbe un'altra forma. Ringrazio l'Università Ca' Foscari di Venezia, per avermi dato la possibilità e le competenze necessarie a completare il mio percorso, nonostante le grandi difficoltà accorse in questi anni imprevedibili. Infine, ringrazio la mia ragazza e tutte le persone che mi sono state accanto, dandomi qualcosa che spero di restituire, almeno in parte, con la soddisfazione nella conclusione di questa pagina. Grazie di cuore a tutti.