



Università
Ca' Foscari

Venezia

Corso di Laurea Magistrale
in Marketing e
Comunicazione

Tesi di Laurea

Il trend dei nomadi digitali: il quadro italiano tra PNRR, iniziative ed opportunità

Relatore

Ch. Prof. Nicola Camatti

Laureando

Ionut Alexandru

Matei

Matricola 863715

Anno Accademico

2021 / 2022

Ringraziamenti

Ringrazio per prima cosa tutte le persone che hanno reso possibile in maniera diretta la produzione di questo elaborato. Quindi un ringraziamento al professore Camatti per la sua disponibilità, la sua professionalità ed il suo supporto costante, e ai tanti professionisti internazionali che hanno completato il questionario e partecipato in maniera attiva rispondendo alle domande. Ringrazio i miei amici, i miei compagni di corso e la mia famiglia che mi hanno sempre sostenuto ed aiutato nei momenti di difficoltà, ed infine ringrazio me stesso per la costanza e la dedizione nel portare a termine questo percorso.

ABSTRACT

Il nomade digitale è per definizione una tipologia di lavoratore da remoto che può eseguire la propria funzione a prescindere dal luogo fisico dove si trova, in quanto utilizza la tecnologia per adempiere al proprio lavoro, e per questo motivo viene chiamato “*knowledge worker*”, ossia lavoratore della conoscenza, professionista altamente specializzato a cui basta un computer portatile per essere produttivo. Negli ultimi anni, ed in particolare dopo la pandemia da COVID-19, il mondo del lavoro è cambiato, lasciando più spazio a soluzioni come il cosiddetto lavoro “ibrido” e al lavoro da remoto, e come conseguenza il tema dei nomadi digitali è tornato di moda, regalando una marea di nuove opportunità a lavoratori, strutture turistiche, e soprattutto Paesi ospitanti. In Italia tuttavia il concetto è ancora poco conosciuto. L’obiettivo dell’elaborato è quello di dare una infarinatura generale sull’argomento, cercando di fare un quadro sulla situazione a livello mondiale e su quella italiana, capire quali sono le analogie con il concetto di turismo intelligente, osservare quali iniziative recenti possono contribuire ad attirare questa categoria particolare di lavoratori nel nostro territorio, e portare dei casi studio che possano spiegare al meglio il fenomeno. Dopo questa analisi della letteratura sull’argomento, si procederà nell’ultima parte a confermare, confutare o aggiungere valore agli studi recenti sul tema attraverso una ricerca qualitativa che mira a mettere in luce l’opinione diffusa dei nomadi digitali sul nostro Paese ed indicare in maniera generale cosa servirebbe al settore turistico italiano per far diventare l’Italia una destinazione interessante per questi soggetti.

Indice

INTRODUZIONE

CAPITOLO I – Chi sono i nomadi digitali

- 1.1 Le origini dei nomadi digitali: un’overview
- 1.2 Un passo indietro: COVID-19 e smart working
- 1.3 Nomadi nel mondo: i numeri
 - 1.3.1 Anagrafica: età media, sesso, nazionalità*
 - 1.3.2 Occupazione, studi, reddito*
 - 1.3.3 Preferenze*
 - 1.3.4 In Italia*
- 1.4 Ultime dal 2022: il decreto Sostegni Ter per l’ottenimento del visto da nomade digitale
 - 1.4.1 Facciamo zoom-out: nomadi digitali in Europa e nel mondo*
- 1.5 Cosa dice la ricerca recente sul fenomeno? Alcuni brevi casi studio

CAPITOLO II – Lo Smart Tourism in Italia

- 2.1 Il concetto di smart: la tecnologia e le smart cities
- 2.2 Il turismo intelligente
- 2.3 Perché l’arrivo dei nomadi digitali potrebbe influenzare la diffusione di progetti di smart tourism?
- 2.4 Lo Human City report di Ernst & Young sulle maggiori città italiane
- 2.5 Difficoltà per il turismo intelligente italiano
- 2.6 Esempi virtuosi in Italia e all’estero

CAPITOLO III – Il PNRR e le iniziative italiane

- 3.1 Il PNRR e i fondi dedicati al turismo
 - 3.1.1 Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza*
 - 3.1.2 Focus sugli investimenti e le riforme nel settore turistico*
- 3.2 4 casi di iniziative private recenti e dedicate al nomadismo digitale
 - 3.2.1 Venywhere*
 - 3.2.2 SMACE*

3.2.3 *Southworking*

3.2.4 *Airbnb: “vivi e lavora ovunque”*

CAPITOLO IV – Ricerca qualitativa sui nomadi digitali in Italia

4.1 Gli obiettivi e il metodo utilizzato

4.2 Come si struttura il sondaggio

4.3 I risultati

CONCLUSIONI

BIBLIOGRAFIA

SITOGRAFIA

Introduzione

Il tema principale di questo elaborato è la spiegazione del fenomeno del nomadismo digitale, come si è sviluppato e quali possano essere i metodi e le iniziative per portarlo in Italia, facendo allo stesso tempo un quadro a livello internazionale. L'obiettivo principale è quello di mettere insieme diversi studi sull'argomento, ed esplorare la realtà italiana attraverso un questionario inviato ai nomadi digitali, facendo il punto sulla letteratura riguardante l'argomento, e tentando di raccontare il fenomeno nel nostro Paese, dove fino a poco fa si conosceva poco o nulla sul tema.

Le motivazioni che mi hanno portato a scrivere questo elaborato sul tema dei nomadi digitali sono in parte legate alla novità dell'argomento e al fatto che sia esploso solo di recente e soprattutto dopo la pandemia COVID-19. Nonostante non sia legato direttamente ai miei studi in Marketing e Comunicazione ho reputato interessante e doveroso fare più luce sul nomadismo digitale perché lo reputo come la rappresentazione del futuro del mondo lavorativo, e soprattutto è già il presente per tantissimi freelance e imprenditori digitali in tutto il mondo.

Il primo capitolo dunque indaga proprio su questa nuova figura di lavoratori, prova a spiegare che tipologia di persone siano, le loro occupazioni, interessi e preferenze in quanto turisti e professionisti. Dalle origini alle ultime statistiche, si completa poi un'overview dimostrando alcuni casi studio rilevanti di destinazioni che si sono attrezzate per attrarre i nomadi, e si parla dei recentissimi lavori per portare anche in Italia un visto ufficiale per nomadi digitali con il Decreto Sostegni Ter.

Nel secondo capitolo si passa all'analisi del turismo smart, dimostrando perché è una tipologia di turismo che si sposa molto bene con l'idea di nomadismo digitale e quali siano gli aspetti che lo rendono "intelligente". Si dimostra poi, elencando i fattori del turismo smart, come tutti questi abbiano una correlazione con le caratteristiche dei nomadi digitali, oltre a portare dei motivi per cui ci potrebbero essere delle frizioni nel portare lo smart tourism in Italia.

Il terzo capitolo è dedicato alla presentazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, una serie di investimenti e riforme che mirano a risollevarci l'Italia dopo la pandemia, e tutte le

implicazioni dei fondi che si andranno a dedicare al settore turistico. Oltre a questa panoramica, verranno discussi 4 casi di iniziative italiane private già avviate e che operano avendo come target proprio i nomadi digitali. L'idea nel proporre la revisione di queste idee di business sta proprio nel vedere in che modo agiscono già alcune startup e piattaforme sul nostro territorio.

L'ultimo capitolo contiene i risultati di una ricerca proposta con l'intenzione di capire più da vicino cosa ne pensano dell'ambiente italiano i diretti interessati. Un questionario è stato infatti somministrato a nomadi digitali provenienti da tutto il mondo: a coloro che hanno avuto modo di effettuare una esperienza lavorativa da remoto dall'Italia sono stati chiesti dettagli sulla permanenza, mentre a coloro che non hanno ancora avuto la possibilità di soggiornare sulla penisola per motivi di lavoro, sono stati domandati i motivi di ciò, per poter comprendere quali potenzialità ci siano e dove si possa ancora lavorare.

Capitolo I

CHI SONO I NOMADI DIGITALI

1.1 Le origini dei nomadi digitali: un'overview

Il concetto di nomade digitale nasce nel 1997 dal libro del *computer scientist* Tsugio Makimoto e da David Manners dal titolo “Digital Nomad”, un testo visionario che racchiudeva al proprio interno un futuro immaginario dove gli autori hanno immaginato che gli uomini del 21esimo secolo ad un certo punto si sarebbero chiesti: “ma io sono sedentario o nomade?”, e sognando al 2000 come un’era dove la tecnologia e la comunicazione si sarebbero espanse oltre i confini dell’immaginabile; e assieme ad esse dunque anche gli spostamenti dei lavoratori e il loro stile di vita. Questa concezione dunque di lavoro itinerante non è propriamente una novità degli ultimi 10 anni, nata all’interno di blog online di *Digital o Travel & Tourism*, ma è una tendenza che è già stata predetta in passato da diversi pensatori. In principio, agli inizi degli anni 2000 e dopo il boom del *dot-com*, il termine nomade digitale era già un trend (come ci mostra l’immagine riportata da Google Analytics che mostra un trend delle ricerche per “digital nomad” dal 2004 ad oggi). Bisognerà però aspettare qualche decina d’anni e la nascita del web 4.0 e la gig economy per notare un vero e proprio boom di questo stile di lavoro e della sua popolarità soprattutto sul web.

Grafico 1. La popolarità del termine “nomade digitale” nel tempo



Fonte: Google Trends

Pochi autori hanno saputo dare una definizione precisa di nomade digitale: questo probabilmente dovuto al fatto che la pratica in sé è ancora poco regolata e riconosciuta a livello internazionale, seppure stia crescendo di popolarità. Se dovessimo però tracciare dei

contorni e delineare cosa si intenda in generale per nomade digitale, potremmo dire che è una persona *location-independent*, ossia che può eseguire la propria funzione a prescindere dalla location fisica dove si trova, in quanto utilizza la tecnologia per adempiere al suo lavoro (Investopedia, 2021). Un altro fattore determinante questa figura è l'appartenenza alla *knowledge economy*, ossia lo svolgimento di compiti e mansioni ad alto capitale intellettuale, e per i quali per la grande maggioranza delle volte è richiesto una preparazione ed un percorso di studi superiore ed approfondito (Investopedia, 2021).

Questa tipologia di lavoratori appartiene solitamente a società altamente industrializzate e con un livello di istruzione molto alto. Provengono dunque da Paesi sviluppati dove lo share di lavoro appartenente alla grande branca dei servizi è molto alto (alcuni esempi di impieghi di tale genere possono essere il mondo della programmazione informatica, della ricerca e della consulenza). La globalizzazione e le innovazioni che ha portato l'industria 4.0 sono state fondamentali per l'esplosione definitiva di questo "fenomeno". Infine i nomadi digitali sono considerati oltretutto come dei veri e propri turisti, in quanto soggiornano per periodi di tempo più o meno estesi in un determinato luogo, partecipando alla vita sociale, acquistando prodotti e visitando le attrazioni locali. Da questo punto di vista probabilmente una grande ispirazione per i futuri digital nomads è stato il libro dell'autore Tim Ferris "*The 4 Hour Work Week*", che ha venduto più di 2 milioni di copie in giro per il mondo e ha convinto in molti a spostare le proprie priorità lavorative, privilegiando una *work-life balance* più equilibrata (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

Ed è proprio questo ciò che viene ricercato dai suddetti lavoratori da remoto, la libertà di lavorare da qualsiasi parte del mondo, da qualunque fuso orario e godendo delle bellezze della destinazione scelta senza essere confinati in un ufficio e limitati dai classici orari lavorativi. Sin dai primi anni 2000, la frenesia attorno all'espansione capillare del *World Wide Web*, e l'introduzione del concetto di "startup", ha fatto sì che lo spirito imprenditoriale esplodesse, facendo sognare ad occhi aperti migliaia di persone che intendevano liberarsi dalle catene del lavoro dipendente e facendo maturare la convinzione che bastasse solamente un laptop connesso ad Internet ed una idea geniale per fare successo.

La *gig-economy* è stata probabilmente la chiave di volta che ha permesso il consolidamento di questa convinzione.

Il concetto ha a che fare sia con produttività sia con modalità e tempi con cui il lavoro viene portato a termine: grazie ad un cloud, ossia un dispositivo virtuale attraverso il quale vengono condivise informazioni, *file* ed impostazioni, i diversi team comprendenti lavoratori presenti in ufficio, lavoratori da remoto e freelance in giro per tutto il globo, possono lavorare a specifici progetti condivisi con delle date di scadenza precise ma senza necessariamente dover presenziare nella stessa stanza o connettersi dal medesimo fuso orario. Successivamente gli stessi gruppi di progetto che hanno affrontato assieme la mansione e l'hanno portata a termine, verranno rimescolati e potranno iniziare una nuova task (Octara, s.d.). Questi progetti particolari a cui partecipano persone interne ed esterne all'azienda si chiamano proprio 'gigs', e da qui deriva proprio il termine *gig economy*. Questa sorta di mini contratti con i quali le aziende assumono temporaneamente freelance e liberi professionisti sono un elemento molto importante per quelle persone che scelgono di non lavorare come dipendenti ma piuttosto partecipare attraverso progetti alle task di aziende che necessitano di aiuto extra, dato che i lavoratori full-time e part-time appartenenti alle attività stesse mancano delle skills necessarie per portare a termine il progetto (Velocity Global, 2022).

Per dare un'idea di quanto importante sia questa tipologia di contratto, il dipartimento di ricerca di Statista ha calcolato che nel 2023 il mercato della gig economy varrà più di 450 miliardi di dollari solo negli Stati Uniti (Statista, 2022). Molte sono le piattaforme che consentono a freelance di lavorare come gig workers, come ad esempio Fiverr o Upwork, dove è possibile mettere in risalto facilmente le proprie abilità (dalla programmazione, alla fotografia, all'editing etc). Scegliere di ingaggiare un gig worker al giorno d'oggi è una scelta normale e tal volta anche necessaria, soprattutto per le piccole e medie imprese.

1.2 Un passo indietro: COVID-19 e smart working

Tornando ai principi del 2020, in seguito alla pandemia da COVID-19 esplosa durante il primo trimestre dell'anno, il mondo del lavoro è giunto ad una svolta radicale. Prima che il virus cambiasse la nostra quotidianità per due anni, il lavoro ad remoto era consentito in maniera molto minore e considerato un lusso per pochi. Solo il 7,9% dei lavoratori a livello mondiale eseguiva le proprie mansioni stabilmente da casa, e tra questi il 2,9% degli impiegati lavorava prevalentemente o esclusivamente seguendo gli schemi del telelavoro (Centre for Economic Policy Research, 2020). Nonostante ciò, il remote working fino al 2019 aveva iniziato a farsi strada ed essere sempre più popolare tra le fila delle grandi aziende ed in particolare per i *knowledge workers*.

In seguito allo scoppio della pandemia e la necessità di rivoluzionare gli ambienti di lavoro spostando i propri uffici all'interno delle mura di casa, soprattutto in EU e USA, da Marzo ed Aprile 2020 la percentuale di dipendenti che ha iniziato (e continuato) a lavorare da remoto è stata vertiginosa (Marcus, 2022). Secondo l'Eurofound ad esempio, le prime stime riguardanti il 2020 suggeriscono che quasi il 40% dei dipendenti nel UE abbiano iniziato a lavorare da remoto in seguito alla pandemia (Micaela, 2020).

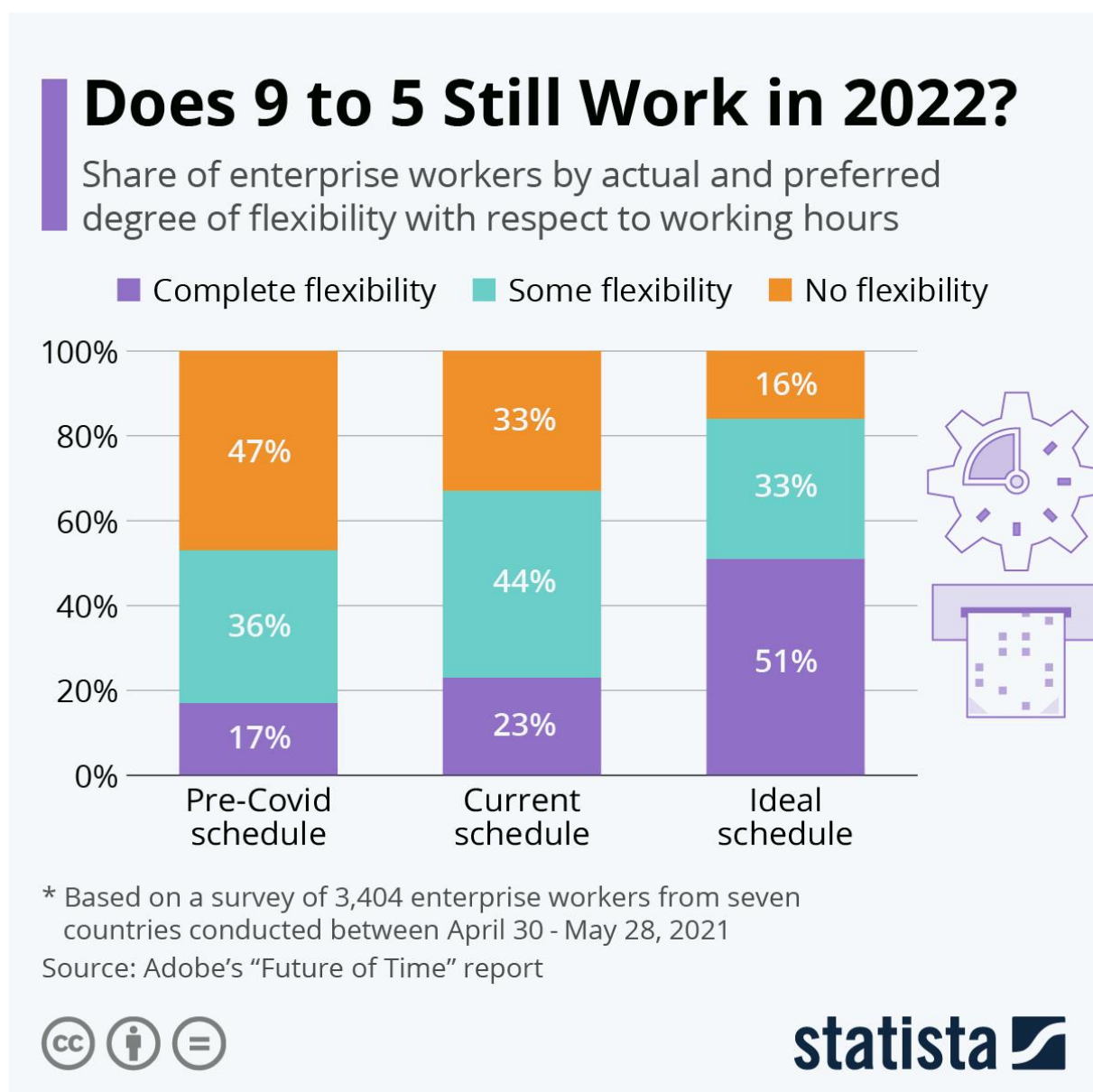
In alcuni Paesi la transizione è stata più brusca, in altri meno. Questo anche in base al bagaglio di skills digitali di ciascun impiegato, al numero di dipendenti dell'azienda per cui esso lavora, al settore specifico in cui si opera un'attività oppure il numero di freelance nello Stato in questione (i freelance infatti erano uno dei segmenti che aveva già adottato ampiamente il telelavoro anche prima della pandemia).

Il team di Adobe ha intervistato più di 3000 lavoratori provenienti da aziende con 1000 o più dipendenti, e che abitualmente trascorrono la propria giornata lavorativa secondo gli schemi del classico "9 to 5"*

*9 to 5: terminologia che allude alle occupazioni che seguono i classici orari d'ufficio, con i quali la giornata lavorativa comincia alle 9.00 e termina alle 17.00.

interrogandoli sul grado di flessibilità che seguono nel 2021, quello che avevano pre-pandemia, e quello che sarebbe ideale secondo i loro canoni di work-life balance. La maggior parte delle persone prese in considerazione, provenienti da Gran Bretagna, Stati Uniti, Australia, Nuova Zelanda, Giappone, Germania e Francia, hanno dichiarato che come conseguenza della pandemia le porte della flessibilità riguardo gli orari lavorativi si sono aperte e ciò ha maturato la convinzione di lavoratori e imprenditori che non solo sia fondamentale avere una giornata lavorativa malleabile con possibilità di spostare e modificare gli slot temporali in maniera autonoma, ma oltretutto organizzare la propria giornata lavorativa come meglio si abbina al proprio stile di vita e alle preferenze di ciascuno.

Grafico 2. Sondaggio sulla preferenza degli orari lavorativi prima durante e dopo il COVID-19



Fonte: Statista

In Italia invece, in epoca pre-pandemia, al 2019, il 4,8% dei lavoratori dipendenti lavorava da casa in smart working. Ad Aprile 2020 invece, più di un terzo dei lavoratori in UE risultava lavorare secondo questa modalità, e l'Italia ha reagito in maniera efficace arrivando a toccare il 40% di smart workers (Studi, 2021).

Al 2022, gli smart workers nel nostro Paese sono 3,6 milioni, con previsioni di un aumento anche nel 2023. Un dato interessante è la differenza però di approccio che si ha tra grandi corporate e PMI o Pubblica Amministrazione. Il 91% delle grandi imprese in Italia ha incorporato stabilmente lo smart working come modello di lavoro, garantendo ai propri dipendenti 9,5 giorni in media al mese per operare dalla propria abitazione o da remoto, e promuovendo progetti in linea col modello.

Leggermente meno i giorni a disposizione per i dipendenti pubblici, che ottengono 8 giorni mensili in smart working (anche se in futuro si prevede un aumento della media), mentre tra le fila delle PMI l'attività di lavoro da remoto è ancora vista come una procedura emergenziale e lo si capisce dalla diminuzione delle imprese che lo concedono (dal 53% dell'anno precedente al 48% odierno nel 2022), così come un numero molto più esiguo di giorni a disposizione per il telelavoro (4,5 in media) (Osservatori Digital Innovation, 2022).

1.3 Nomadi nel mondo: i numeri

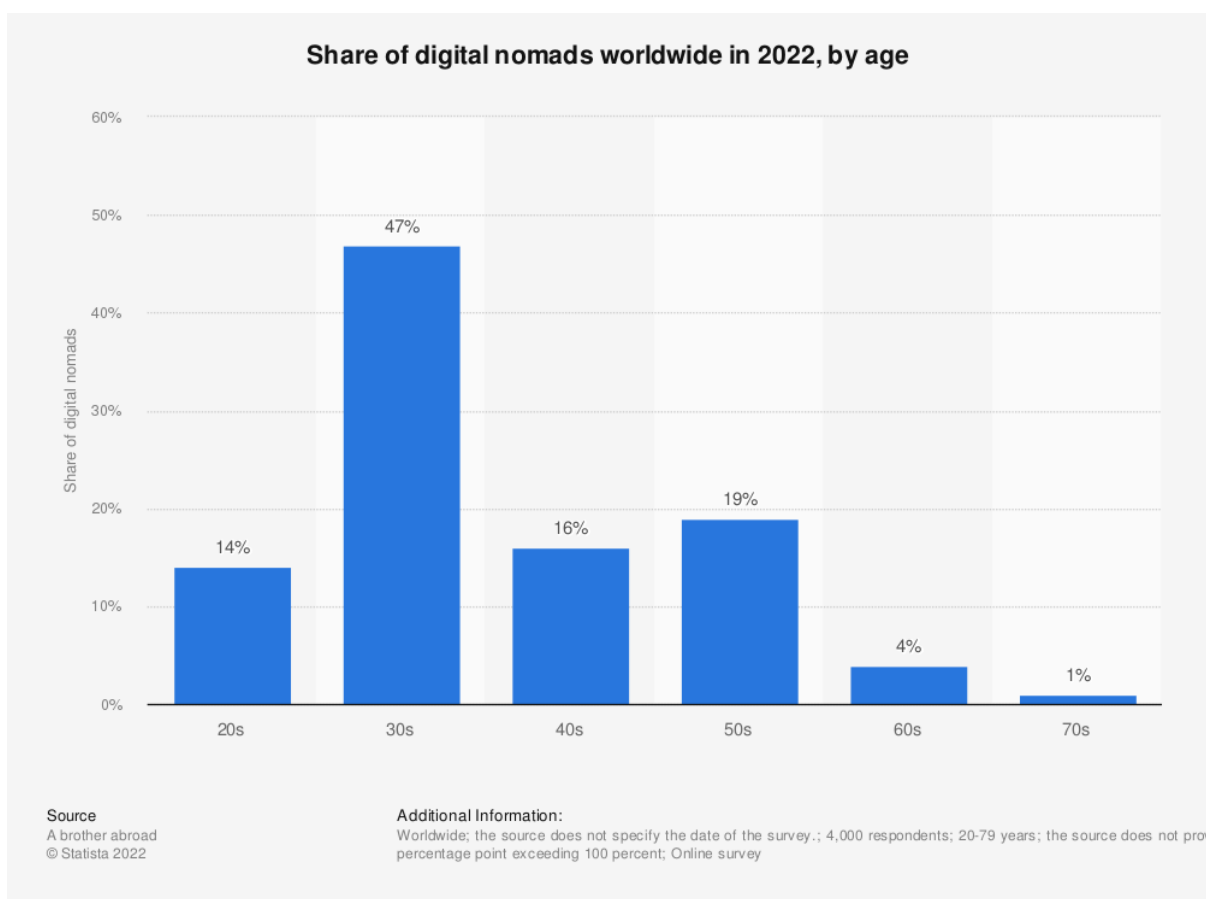
Per capire al meglio il fenomeno ed esplorare più a fondo che cosa significhi essere un digital nomad, è necessario entrare più nello specifico e tentare di delineare questa figura in modo più preciso e oggettivo possibile. In queste righe vogliamo fornire un identikit dei quasi 35 milioni di nomadi digitali nel mondo, capire come si comportano, ed avere una piccola overview dei nomadi in Italia e a livello globale.

Nomad List, una delle principali community al mondo di nomadi digitali, tiene conto in tempo reale di tutte le statistiche e trend riguardo questi lavoratori. Stiliamo dunque in base ai dati raccolti Nomad List, da Statista ed altre fonti, delle “user persona” per capire con che tipo di individui abbiamo a che fare quando parliamo di *digital nomads*.

Prenderemo in considerazione in particolare i dati anagrafici generali, le informazioni riguardanti l’occupazione degli individui e il loro comportamento riguardante la scelta delle destinazioni.

1.3.1 Anagrafica: età media, sesso, nazionalità

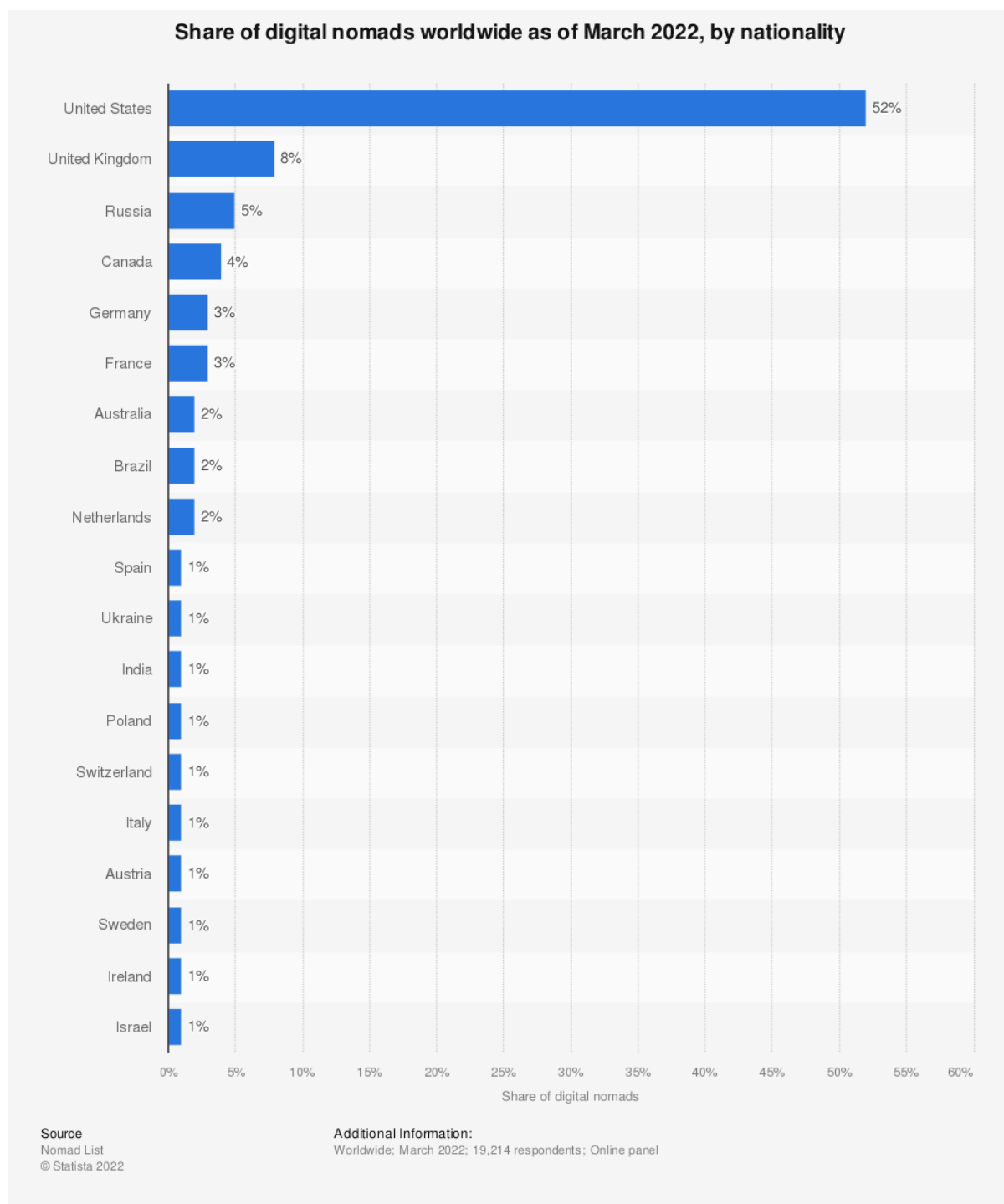
Grafico 3. Percentuale di nomadi digitali nel mondo al 2022, per età



Fonte: Statista

Dal punto di vista dell'età, una statistica di abrotherabroad.com riportata da Statista, evidenzia come la distribuzione d'età dei nomadi digitali sia maggiormente presente (per quasi il 50% del totale) nella sfera dai 30-39 anni. Il campione di 4000 rispondenti alla survey proposta dal travel magazine ha inoltre rivelato di essere composto per il 16% da persone con un'età compresa tra i 40 e i 49 anni, e per il 19% da 50 a 59 (Nomad List, 2022). Un dato questo estremamente interessante visto che probabilmente nell'immaginario collettivo il nomade remote worker è raffigurato sempre come il giovane da "zaino in spalla".

Grafico 4. Percentuale di nomadi digitali nel mondo al 2022, per nazionalità



Fonte: Statista

Lo Statista Research Department in seguito pubblica inoltre una statistica molto interessante riguardante la nazionalità dei nostri soggetti di ricerca (grafico 4). Da una indagine online attraverso *panel*, comprendente quasi 20.000 partecipanti, scopriamo che all'interno del campione la stragrande maggioranza proviene dagli USA, addirittura il 52% di tutti i

rispondenti. Questo dato può o meno rispecchiare la realtà dei fatti, ma quello che è sicuro è che il movimento dei *digital nomads* negli Stati Uniti ha avuto grandissimo seguito e si è espanso a macchia d'olio negli ultimi anni. Dopo il Regno Unito e la Russia rispettivamente in seconda e terza posizione per numero di nomadi rappresentati dall'8% e il 5%, l'Europa è anch'essa ben presente con lavoratori provenienti da Germania, Francia, Olanda, Polonia, Spagna, Italia, Austria, Svezia e Irlanda (in ordine di numero). Assolutamente simmetrici i dati di Nomad List da questo punto di vista, con Stati Uniti, UK, Russia, Canada e Germania i Paesi più rappresentati.

Sempre Nomad List poi ci indica che che i digital nomads sono per la maggior parte uomini, in base a dati molto recenti, ma non si presenta a seguito della loro ricerca una grande differenza con la quota di donne o altri generi (Nomad List, 2022). Molto marcata invece la percentuale riportata ancora una volta da Statista, con la frazione di donne rappresentanti il totale dei remote workers pari al 20%, rispetto agli uomini con l'80% (Statista, 2022).

1.3.2 Occupazione, studi, reddito

I nomadi digitali sono cosiddetti *knowledge workers*, ovvero lavoratori della conoscenza. Questo vuol dire che la loro occupazione dunque solitamente presuppone una medio/alta preparazione accademica: secondo una ricerca svolta su quasi 8000 partecipanti, più della metà di essi avevano un livello almeno pari alla laurea triennale (Statista, 2022). Allo stesso modo NomadList aggiunge che di quelli con un titolo di studi universitario il 54% di essi sono in possesso di una laurea triennale, il 33% hanno un Master o una magistrale, mentre il 3% hanno un PhD (Nomad List, 2022).

Dal punto di vista occupazionale dunque l'impiego per un nomade digitale sarà necessariamente influenzato dal fatto che debba essere necessariamente indipendente dalla location e/o dal fuso orario del Paese in cui si sta vivendo. Nomad List ci dice che le modalità più comuni sono lavoro dipendente full-time, lavoro da freelance oppure *founder* di start-up. Oltre a ciò, molto interessante sapere che nel campione preso come studio di quelle che sono le abitudini dei nomads, la maggior parte predilige lavorare in *home offices*, e poi a seguire coloro che preferiscono invece gli spazi di coworking o i *café* (Nomad List, 2022).

Come abbiamo già discusso, essendo *knowledge workers* e lavorando dunque da un laptop o PC, quasi tutti saranno legati al mondo digital. Le 17000 persone intervistate da Nomadlist si occupa di *Software e development*, Marketing, sono dei creativi, UX/UI designer oppure fondatori di startup. Tra le altre occupazioni ci sono *product management*, *mobile software developer*, analista, blogger, commerciale, *education e coaching* (Nomad List, 2022).

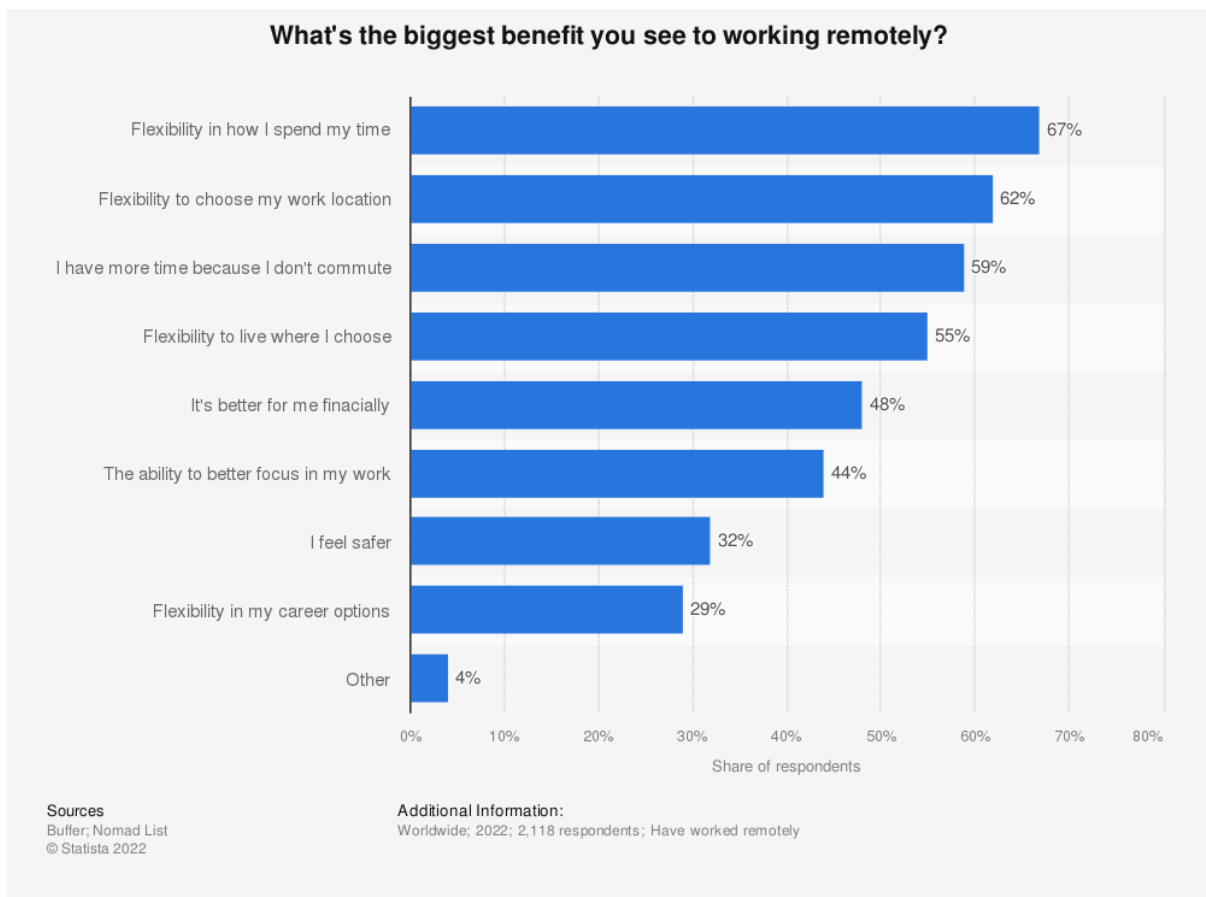
Per quanto riguarda il reddito annuo di ciascuno dei remote workers, è importante capire questo dato in quanto uno dei parametri per ottenere un visto è proprio arrivare ad un reddito minimo per il quale venire accettati per il rilascio di tale documento. Dalle stime rilevate si nota che per la maggior parte dei remote workers il range di reddito va dai 50 k ai 100 k oppure dai 100 k ai 250 k annui (Nomad List, 2022). Ricordiamoci di considerare oltretutto che i remote workers che prendono parte a questi sondaggi provengono da tutto il mondo e le stime sul reddito risultano sempre un po' incomplete e superficiali.

1.3.3 Preferenze

Essendo il nomade digitale una sorta di ibrido, tra lavoratore e viaggiatore/turista, dovremo tenere conto delle sue preferenze in quanto tale, e non tanto quanto semplice remote worker. Da quanto si evince dalle statistiche online, pare che le principali mete siano Paesi esotici dove il costo della vita è basso e si ha accesso ad una connessione ad Internet mediamente buona (Statista, 2022).

Il parametro più comune dopo questi è generalmente il livello di sicurezza del Paese che si va a visitare.

Grafico 5. I maggiori benefici del lavoro da remoto



Fonte: Statista

Prima di passare a quali Paesi sono più gettonati, possiamo osservare dal grafico i benefici positivi che i nostri soggetti di ricerca considerano maggiormente quando decidono di intraprendere il loro percorso di lavoro da remoto. In particolare osserviamo un ricerca di libertà data dalla flessibilità nell'organizzazione della propria giornata lavorativa e del tempo libero, oltre che la scelta del luogo da dove lavorare. Oltre a ciò, il tempo guadagnato non dovendo spostarsi con un mezzo per andare a lavoro, e l'opportunità di vivere dove più si preferisce sono altri fattori fondamentali nella scelta di lavoro remoto.

Secondo le fonti prese in considerazione, in particolare appunto Nomad List, su un campione di più di 200.000 rispondenti le città maggiormente visitate nel 2022 sono state:

-Tokyo (Giappone)

-Zagabria (Croazia)

-Ko Pha Ngan (Thailandia)

-Medellin (Colombia)

-Madrid (Spagna)

-Siviglia (Spagna)

In generale comunque le mete più visitate si trovano negli Stati Uniti, Spagna e Thailandia (Nomad List, 2022).

Secondo Club Med invece le destinazioni asiatiche e tropicali sono state le più gettonate, secondo uno studio basato su 8 parametri molto importanti e influenti nella decisione di un nomade (in particolare temperatura locale, costo della vita, velocità della banda larga, e altro) (Club Med, s.d.).

Si può dunque quasi dedurre un leggero *shift* di preferenze: lo scorso anno i remote workers hanno privilegiato destinazioni low cost e che permettessero di lavorare con una buona connessione ad Internet, scegliendo la Thailandia, lo Sri Lanka, Cambogia, Indonesia, e molti altri Paesi asiatici e del Sudamerica. Altri invece, una piccolissima fetta, hanno preferito destinazioni con costo della vita più alto ma una qualità di vita e di servizi decisamente più alta, come Singapore.

1.3.4 In Italia

L'Associazione Italiana Nomadi Digitali è un ente del Terzo settore che, in collaborazione con Airbnb, ha stilato finora due report estremamente interessanti proprio sul nomadismo digitale in Italia, basandosi per la maggior parte su ricerche di settore avvalorate da dati primari.

I dati raccolti tramite interviste, questionari e altri metodi di ricerca, hanno dato una *overview* sul nostro Paese tramite il punto di vista 8000 di soggetti internazionali che hanno fatto o vorrebbero fare un'esperienza di nomadismo digitale, e hanno fatto capire molto la potenzialità del fenomeno in Italia. Da questi dati possiamo estrarre una *user persona* più

specifica, andando ad evidenziare quali remote workers scelgono l'Italia e il perché della loro scelta.

Come dicono gli autori della ricerca, i nomadi digitali in sé non sono una tipologia di persona ben definita, ma sono rappresentati da un gruppo eterogeneo. Il remote worker medio secondo loro ha 37 anni, senza differenze nette di genere (l'età media si aggira tra i 25 e i 44 anni). La maggior parte di loro viaggerebbe con partner e amici, mentre meno di un terzo da soli. Un po' di meno quelli che viaggerebbero con un animale domestico (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

Anche secondo l'associazione, i nomadi in generale sarebbero dipendenti o freelance, la maggior parte di loro aventi almeno una laurea di primo livello. I settori per cui lavorano e sono altamente qualificati sono prevalentemente quelli del Marketing e della Comunicazione, dell'IT, della formazione, del design e dell'e-commerce (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

Il quesito di nostro interesse però è il seguente: verrebbero mai a soggiornare in Italia? La maggior parte di loro è convinto di voler fare almeno una esperienza sul suolo italiano:

-il 33% soggiornerebbe in tutta Italia, indipendentemente da dove

-il 10% al Nord

-il 14% al Centro

-il 25% al Sud

-il 18% sulle Isole

In relazione invece al contesto, più della metà dei rispondenti scelgono le località di mare e naturali, le città d'arte e tutti i territori dal grande patrimonio nazionale e culturale (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

Oltre ai bisogni "primari" dei nomads menzionati precedentemente, ossia internet veloce e costo della vita basso, i nomads intervistati hanno citato bisogni legati alla cultura, all'arte, alla cucina e alla qualità della vita. Ci sono tutti i presupposti quindi per accogliere queste persone nei piccoli borghi italiani, in quanto il 93% ha espresso chiaramente la volontà di

allontanarsi dalle grandi città, e soggiornando dagli 1 ai 3 mesi (42%/totale), o addirittura di più, dai 3 ai 6 mesi (25%/totale) (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

La maggior parte dei soggetti si è inoltre espressa riguardo il periodo di permanenza, e la maggior parte di loro era indifferente rispetto al periodo dell'anno nel quale viaggiare in Italia (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

Parlando di strutture ricettive, le preferenze dei nomadi vanno verso appartamenti e case in affitto, B&B e un crescente interesse per il co-living. Questo può essere dato dal fatto che il nomade medio solitamente non ha una capacità di spesa maggiore ai 2000€ mensili, dunque uno spazio condiviso potrebbe rivelarsi ideale per dividere i costi in modo più efficace (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

Si evince dal report l'interesse manifestato a favore di esperienze di arricchimento personale come la partecipazione ad eventi di vario genere, da quelli culturali a quelli enogastronomici, con un particolare ed evidente interessamento all'inclusione sociale e far parte della comunità locale (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022). Questo aspetto in particolare differenzia i nomadi digitali dal turista medio, interessato alla vacanza ma solitamente non intenzionato a dare un apporto umano e arricchire sé stesso e la comunità facendo parte di quest'ultima, seppur per un breve o medio lasso di tempo.

Altra informazione molto utile alla nostra analisi è inoltre la lista della criticità che vengono fornite dai nostri soggetti di studio verso quella che è l'appetibilità dell'Italia come possibile meta.

L'Italia come abbiamo visto non è ancora tra le mete preferite dei nomadi di tutto il mondo, e questo lo deve a delle ragioni ben precise. I problemi principali riguardano soprattutto 3 sfere:

1. **INFRASTRUTTURALE:** connessione a reti internet e telefonica non adeguate e inefficienza dei trasporti (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

La Commissione Europea ha adottato il DESI, ossia "Indice di digitalizzazione dell'economia e della società", per comparare gli Stati membri e seguire il loro progresso relativo a digitalizzazione e *digital divide*. Nell'edizione 2022 di questo indice, l'Italia è al 18 posto su 27 membri UE, nonostante sia la terza economia per dimensioni, e con un punteggio inferiore alla media europea (Commissione Europea, 2022).

Tuttavia il PNRR* (che verrà trattato nel terzo capitolo) offre le risorse per accelerare la digitalizzazione del Paese e potrebbe essere un elemento chiave per dare una svolta moderna all'economia italiana.

Secondo il rapporto Istat “Noi Italia” per quanto riguarda il trasporto interno, in particolare la rete ferroviaria, al 2022 l'alta velocità risulta ancora assente in ben 14 regioni, e complessivamente la dotazione ferroviaria in Italia risulta sotto la media europea (ISTAT, 2022).

Il 6o Rapporto sulla *sharing mobility* invece ci fornisce un altro dato che conferma la tesi dei nomadi intervistati dall'Associazione Italiana Nomadi Digitali: i servizi di *sharing mobility*, seppure stiano lentamente aumentando il proprio raggio e la propria estensione sulla superficie italiana, restano confinati per il momento solamente in 17 regioni italiane su 20, e con 62 province con almeno un servizio, mentre 46 province sono ancora senza. In particolare, nel Mezzogiorno e al Sud, le province con servizi di *sharing mobility* attivi sono meno della metà (Ciuffini et al, 2022).

La nota azienda di *car sharing* Uber inoltre ha da sempre avuto non poche difficoltà nell'espandersi in Italia. Sbarcata nel nostro Paese nel 2013, è stata accolta fin da subito dalle proteste dei tassisti, e al 2022 è presente solo a Roma, Milano, Bologna, Torino, Firenze, Palermo e Catania (La Repubblica, 2022).

2. ECONOMICA: costo della vita troppo alto, così come la spesa per un soggiorno a lungo termine (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

Dal punto di vista economico quest'anno non è un buon periodo per costo della vita in Italia: al terzo trimestre 2022 l'inflazione è ancora a livelli superiori all'8%, dovuta soprattutto all'aumento dei prezzi dei beni alimentari e dell'energia. Un po' come tutti i settori, anche quello degli affitti è stato influenzato e ciò è dimostrato dai prezzi degli affitti nelle principali province italiane: a Settembre 2022 i prezzi per i soggiorni in tutta Italia infatti sono aumentati di diversi punti percentuali a confronto con lo stesso mese nel 2021, in particolare in a Nord-Est, Nord-Ovest e nelle Isole (Immobiliare.it, 2022).

*PNRR: Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

3. CULTURALE/COMUNICATIVA: poca familiarità degli addetti ai lavori e dei cittadini con i concetti di remote worker e digital nomad, e oltre a ciò, nessuna presenza di community di nomadi digitali ufficiali (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

I margini di miglioramento infatti non finiscono qui, e le opportunità di sviluppare un'offerta dedicata e su misura per questi lavoratori da parte dei soggetti facenti parte dell'industria del turismo sono tante. Tra queste, citate dagli intervistati, il desiderio di avere delle opzioni mirate su alloggi, convenzioni per trasporto pubblico (auto, bike sharing e servizi di share mobility come Uber o Lyft), offerte vantaggiose per attività ristorative e servizi locali, agevolazioni particolari per apertura di start-up o altre attività specifiche, consultazioni con esperti e professionisti per ottenere il visto d'ingresso in maniera più semplice e veloce.

Secondo l'associazione i nomadi le soluzioni consistono nel risolvere queste criticità aumentando l'awareness verso queste "nuove figure" di lavoratori-turisti con formazione e sensibilizzazione, ideare un'offerta locale coesa e uniforme per rispondere a tutte le necessità dei nomads, migliorare la comunicazione per plasmare le aspettative dei remote workers verso l'Italia per quanto riguarda qualità di vita, inclusione ed esperienze di valore, coordinare intervento pubblico e privato per creare un sistema turistico adatto ad assottigliare o eliminare le disparità economiche e territoriali in Italia (Associazione Italiana Nomadi Digitali, 2022).

1.4 Ultime dal 2022: il Decreto Sostegni-Ter per l'ottenimento del visto da nomade digitale

Nell'anno 2022 l'Italia ha fatto un enorme passo avanti, che in futuro si rivelerà probabilmente cruciale per determinare una serie di provvedimenti che porteranno nuovi arrivi in Italia. È stato Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale la legge del 28 Marzo 2022 di conversione del Decreto Sostegni-Ter (DL n. 4/2022), che porta provvedimenti per quanto riguarda il sostegno alle imprese e ai lavoratori per i temi di lavoro, servizi al territorio e salute, collegati alla pandemia COVID-19. Il decreto in particolare interviene a sostenere quei settori particolarmente danneggiati dalla pandemia, e tra le diverse misure, viene anche dato

spazio alla definizione giuridica di nomade digitale. Oltre a ciò si indica inoltre che potranno entrare nel nostro Paese i suddetti e i lavoratori da remoto extra-UE, fuori dalle quote indicate all'interno del precedente Decreto Flussi (quasi 70 mila unità) (Il Sole 24 Ore, 2022).

Ma andiamo per ordine: chi sono i nomadi digitali? Secondo la Gazzetta Ufficiale sono persone che “svolgono attività lavorativa altamente qualificata attraverso l'utilizzo di strumenti tecnologici che consentono di lavorare da remoto, in via autonoma ovvero per un'impresa anche non residente nel territorio dello Stato italiano”. Questa definizione viene data per riconoscere a tutti gli effetti il fenomeno e cercare di trovare un'identità a questi soggetti. Queste lavoratori, grazie appunto alla conversione del Sostegni Ter, potranno avere accesso ad un permesso di soggiorno, rilasciato per un lasso di tempo della durata massima di un anno, con la condizione che il beneficiario sia in possesso di una assicurazione sanitaria e che rispetti le disposizioni fiscali e contributive dell'ordinamento nazionale. Un elemento di novità è portato sicuramente dalla mancanza dell'obbligo di “nulla osta”, richiesto usualmente per ingressi, soprattutto in ambito lavorativo.

Al Ministero del Lavoro dunque andrà il complicato ma fondamentale compito di elaborare le modalità e i requisiti per l'ottenimento del visto³⁹, tenendo conto anche dei cavilli burocratici e riguardanti normative fiscali che potrebbero mettere i bastoni tra le ruote ai nomadi e remote workers in ingresso, e ad un'opportunità incredibile per l'Italia di attrarre knowledge workers che hanno il potenziale di trasformare anche in minima parte i trends turistici nel Bel Paese (IPSOA, 2022)

1.4.1 Facciamo zoom out: nomadi digitali in Europa e nel mondo

Il visto per remote workers è dunque una buona idea tutto sommato? Più di 40 Paesi si sono dotati di ciò (Global Citizen Solutions, 2023): alcuni di questi l'hanno solamente introdotto, mentre altri l'hanno pure implementato ed è tutt'oggi attivo. Negli Stati Uniti non esiste ancora un visto ufficiale per nomadi digitali, ma è possibile soggiornare nel territorio come lavoratore freelance con un permesso differente.

Nel frattempo molti Stati come la Spagna, già molto gettonata da tantissimi remote workers provenienti da tutto il mondo, si sta attrezzando per espandersi anche sul mercato dei lavoratori da remoto: il governo di Madrid infatti sta decidendo negli ultimi mesi del 2022 di presentare un visto apposito per digital nomads, e oltre questo incentivare l'arrivo in Spagna di questi individui con un'ambiziosa *flat tax* al 15% per i primi 4 anni della loro residenza all'interno del Paese (di ben 10 punti percentuali inferiore all'aliquota attuale valevole per tutti i lavoratori) (Esquire, 2022).

Il visto sarà valido per un anno ed estendibile a 5 anni, con la possibilità di portare anche i propri familiari all'interno del Paese (Europa Today, 2022).

Figura 1. Lista dei Paesi con programmi per il visto da nomade digitale

Digital Nomad Visa Programs

A summary of digital nomad visa programs issued by countries, along with visa programs that are close alternatives.

While all countries require some sort of health insurance, the degrees are variable. Some countries require a full-fledged personal health insurance policy, while others may ask workers to buy some sort of prepaid health policy that the country offers to tourists.

Country	Duration (months)	Fees for individuals (in US\$ as of exchange rate on May 17, 2022)	Income tax liability	Income minimum	Proof of health insurance required
● FORMAL DIGITAL NOMAD VISA PROGRAM	■ RENEWABLE ■ NOT RENEWABLE		YES ● NO ○	YES ● NO ○	YES ● NO ○
● Anguilla	12	\$2,000	○	●	●
● Antigua & Barbuda	24	1,500	○	●	●
● Aruba	3	73	○	○	●
● Australia	12	347	●	●	●
● Barbados	12	2,000	○	●	●
Belize	1	0	○	●	●
● Bermuda	12	263	○	●	●
Brazil	12	70	●	●	●
Cambodia	1	421	●	●	●
● Cape Verde	6	57	○	●	●
● Cayman Islands	24	1,469	○	●	●
Colombia	3	52	○*	●	●
● Costa Rica	24	550	○	●	●
● Croatia	12	155	○	●	●
● Curaçao	6	297	○	○	●
● Cyprus	12	63	○	●	●
● Czech Republic	12	163	●	●	●
● Dominica	18	900	○	●	●
● Dubai (UAE)	12	611	○	●	●
● Ecuador	24	450	○†	●	●
● Estonia	12	100	●	●	●
● Georgia	12	33	●	●	●
● Germany	36	100	●	●	●
● Greece	12	88	○†	●	●
● Grenada	12	1,500	○	●	●
● Iceland	6	60	○	●	●
Indonesia	1	50	○	●	●
Italy	24	57	●	●	●
Jamaica	12	100	●	●	●
● Malta	6	315	○	●	●
● Mauritius	12	0	○†	●	●
● Mexico	12	45	●	●	○§
Montenegro	12	205	●	●	●
● Montserrat	12	500	○	●	●
● Norway	48	630	○†	●	●
● Panama	9	300	○	●	●
● Portugal	12	163	○	●	●
● Romania	12	126	○	●	●
Serbia	6	95	○	●	●
● Seychelles	12	47	○	●	●
Spain	12	90	○	●	●
● Sri Lanka	12	500	○	●	●
● St. Lucia	12	70	○	●	●
Taiwan	36	160	○‡	●	●
Thailand	48	30	○	●	●
Vietnam	1	50	○	●	●

*Up to 6 months †For 180 days ‡Up to 90 days §Only for specific parts

Source: Country visa information compiled by Prithwiraj (Raj) Choudhury



Fonte: Harvard Business Review

Come riporta l'Harvard Business Review, alla metà del 2022 in diversi Stati nel mondo c'è già un programma formale e concreto riguardo ai visti, mentre in altri Paesi si sta lavorando per implementare un'efficace proposta riguardo il tema.

In generale come è possibile vedere dallo schema, i parametri che solitamente si prendono in considerazione per quanto riguarda il rilascio di un visto ai digital nomads sono quelli della durata, del costo, delle questioni legate al pagamento di tasse locali o meno, salario minimo, e assicurazione sanitaria minima richiesta (che come possiamo vedere è domandata praticamente in tutti i Paesi della lista).

Da una ricerca del professor Prithwiraj Choudjry pubblicata proprio sul magazine statunitense (Harvard Business Review, 2022), i benefici a livello economico, sociale e tecnologico derivanti dall'entrata di remote workers all'interno del proprio Paese sarebbero considerevoli. Dapprima si considerano i visti come una possibile soluzione alle limitazioni sulle entrate in certe Paesi (come ad esempio gli Stati Uniti e il Canada), in quanto queste tipologie di soggiorni di solito non durano più di 6 mesi o un anno all'interno dello stesso Paese. In secondo luogo, il tema fondamentale della contaminazione. Persone derivanti da background diversi interagiscono all'interno di uno spazio di lavoro condiviso e si arricchiscono a vicenda di informazioni, risorse, idee e progetti, e da queste pian piano, anche con l'aiuto e supporto degli attori locali, possono nascere delle start-up o comunque delle attività che fanno bene all'ecosistema locale. Si formano dunque *technology clusters* che giovano sia a livello di skills, in quanto lavorando ed entrando a contatto con knowledge workers internazionali si incentiva uno scambio di *know-how* non indifferente, che a livello collaborativo, grazie ai possibili progetti e rapporti di lavoro che potrebbero nascere.

Tutto ciò, avvicinando la lente di nuovo sopra in nostro Paese, ha il grandissimo potenziale di accelerare la digitalizzazione del Paese ed oltretutto dare un bel *boost* a questa particolare tipologia di turismo fino ad ora poco considerata.

1.5 Cosa dice la ricerca recente sul fenomeno? Alcuni brevi casi studio

Secondo uno studio effettuato su diversi nomadi qualificati come *content creators*, notiamo come l'autore ammetta che sia necessario capovolgere la piramide di Maslow dei bisogni per

parlare di questi soggetti. Il bisogno di realizzazione personale, di scoperta dell'ignoto e di avventura è molto più forte di quello che può essere il trovare semplicemente una stabilità economica, soddisfacendo quindi i bisogni primari di base. Persino durante la pandemia COVID-19, i nomads, spinti da un *confirmation bias* che li portava a voler seguire i rischi e le scelte di altri nomadi digitali, hanno continuato a viaggiare e perseguire quell'eccitazione derivante da un'estrema libertà in termini di mobilità e di scelta di una propria routine auto-gestita e che si discosta fortemente dalla monotonia di un lavoro sedentario. In questo senso quindi, come la ricerca dell'autore evidenzia, proprio per come questi individui gestiscono il rischio e le strutture organizzative del lavoro e della loro vita, essi si allontanano dalla moderna volontà di gestione e quasi annullamento totale del rischio. Questa inclinazione al risk-taking si può giustificare anche grazie all'influenza positiva delle *communities* online di *followers* che questi *content creators* sono riusciti a creare grazie al proprio lavoro, ma può essere tutto sommato anche attribuita ad un credo sociale, un qualcosa autoalimentato dal lavoro e le convinzioni individuali che agiscono su ciascun membro di un gruppo come ad esempio possono essere gli hub di nomadi digitali, gli spazi di co-working e gli eventi dedicati alla community (Ehn et al, 2022).

Questo concetto è ribadito da Bianca de Loryn, che ha effettuato una ricerca su alcuni nomadi digitali che hanno soggiornato a Chiang Mai, ossia una delle capitali mondiali per quanto riguarda il nomadismo digitale, e seconda città della Thailandia dopo Bangkok. La destinazione che l'autore ha preso in causa è una meta molto ambita dai nomadi non solo per gli incredibili paesaggi naturali che offre, ma anche e soprattutto perché nel tempo si sono creati una serie di servizi e vantaggi sorprendenti e molto invitanti per i nomads: alloggi low cost, uffici e coffee shop per il co-working, oltre a tantissimi eventi dedicati e meeting per alimentare il networking. Letteralmente una miniera d'oro per freelance e "startupper". Ribadito ulteriormente nelle conclusioni della ricerca, in base al feedback dei lavoratori, per loro la dimora in senso geografico non esiste: questi soggetti privilegiano anzi l'aspetto piuttosto legato all'ambiente circostante, alla socialità e alle persone che compongono l'ecosistema attorno ad essi (De Loryn, 2022).

Questi benefici tuttavia si realizzano anche nell'altro senso: i nomadi digitali non sono solo turisti escursionisti che si riversano in determinate città per sfruttarne le risorse. Il rapporto tra remote workers e le destinazioni che li ospitano è di mutuo beneficio. In un articolo sulla rivista TeMa, l'autore commenta esattamente riguardo a questo topic, facendo l'esempio del

caso di Madeira, un gruppo di isole portoghesi che sono da molti anni “invase” dai nomads di tutto il mondo. I motivi sono gli stessi del successo di questo arcipelago dal punto di vista turistico sono sempre gli stessi: una temperatura ed un clima ideale, eventi, attività sociali e culturali. Nel 2021 è stato lanciato il progetto “Digital Nomads Madeira Islands”, con l’obiettivo specifico di attirare nomadi digitali attraverso la creazione di un “Digital Nomad Village”, ossia un grande hub dove queste persone potessero soggiornare, avere a propria disposizione spazi di co-working ad hoc, e soprattutto con l’intento di creare una grande comunità coesa. Il progetto è stato attivo per circa 5 mesi e si è rivelato un successo, tanto che il governo regionale di Madeira ha deciso di aprire altri 3 nuovi villaggi e sta impiegando risorse per la creazione di:

- spazi di lavoro condivisi, conference rooms, servizi per start-up e PMI (tutto gratuito per gli imprenditori digitali che riescono a consolidare il proprio business sull’isola per un mese o più)
- agevolazioni fiscali per attività attive a Madeira (il cosiddetto “Madeira Free Zone”)
- investimenti mirati per portare la fibra ottica su tutta l’isola, che ad oggi ha il 100% della copertura Internet a banda larga su tutto il proprio territorio e una velocità di download media complessiva eccezionale. Il centro storico di Funchal è oltretutto una zona con Wi-Fi gratuito e ad accesso libero.

I risultati di queste iniziative sono stati sorprendenti, con migliaia di lavoratori arrivati da 105 diversi Paesi e una costante crescita economica, culturale e sociale da fine 2020, e definisce Madeira come caso di successo tra le destinazioni che hanno implementato queste tipologie di azioni rivolte a portare all’interno del proprio territorio i lavoratori da remoto. Come afferma anche l’autore, questi interventi possono cambiare il volto di moltissime mete turistiche, differenziarne il *target* ed andarne a cambiare il patrimonio sia fisico in termini di strutture, infrastrutture e connessione di rete, che immateriale, come garantire un visto per nomadi, dei piani di agevolazione per il pagamento delle tasse nel Paese di riferimento e un’assicurazione sanitaria adeguata al lavoratore (Angiello, 2022).

Un altro caso è quello della mega-regione di Parigi, dove dallo studio “The COVID-19 Pandemic and the Future of Working Spaces” (Leducq et al, 2022), si evince che i governi e le autorità locali stanno investendo molto e continueranno a farlo nei prossimi anni per la creazione di spazi di lavoro condivisi, sia per quei lavoratori locali che intendono lavorare da remoto senza dover entrare all’interno del traffico che porta alla capitale francese, sia per i

nomadi digitali. In questo modo questi ultimi potranno infatti sfruttare la vicinanza ad una grande megalopoli come Parigi per questioni riguardanti partecipazione ad eventi o molto semplicemente godere di opportunità invitanti a livello turistico, ed oltretutto poter visitare e sfruttare le piccole cittadine limitrofe, in cui lavoreranno in spazi adibiti a dipendenti e freelance, e potranno così oltretutto interagire con professionisti del posto. La domanda per questi uffici decentralizzati dalle grandi città è attualmente in crescita soprattutto a Parigi, ed inoltre la possibilità di lavorare da remoto dagli uffici di coworking è argomento di trattativa in sede di colloquio, potendo determinare l'accettazione del posto o meno da parte del candidato (per figure quali ad esempio sviluppatori informatici e consulenti specializzati).

Ancora sugli spazi di co-working e co-living: Ekaterina Chevtaeva ha portato avanti una ricerca, effettuata ottenendo dati qualitativi attraverso interviste a nomadi da tutto il mondo, con l'obiettivo di capire quali fossero i vantaggi e gli svantaggi che questi ultimi attribuiscono ai due ambienti sopracitati, e in che modo le destinazioni possano servirsi di questi spazi condivisi per attirare i lavoratori da remoto come target principale (Chevtaeva, 2021). Dallo studio si parla di un trend che è quello della cosiddetta *co-workation*, ossia la ricerca di posti di lavoro condiviso in Paesi tropicali ed esotici, dove sfruttare il tempo libero per rilassarsi e godersi una vacanza vera e propria. Oltre a ciò, in base ai dati raccolti si evince che secondo l'opinione dei soggetti di ricerca, le osservazioni sono le seguenti: in questi spazi sicuramente un vantaggio è quello di poter effettuare un networking molto efficace, conoscere persone nuove e stringere legami è all'ordine del giorno, soprattutto partecipando ad eventi. La convenienza e la positività dell'esperienza è inoltre molto maggiore quando co-working e co-living sono vicini, c'è prossimità alla natura o alla spiaggia, sono presenti cibo e servizi extra (non banali, come ad esempio il trasporto dall'aeroporto, assistenza alla ricerca di mezzi di trasporto e noleggio, etc.), oppure uffici aperti 24/7. Molti partecipanti fanno notare che nonostante in alcune città siano facili da trovare i workspace di lavoro condiviso, gli spazi di co-living siano ancora un problema in termini di disponibilità. Un altro aspetto degno di nota, questa volta indirizzato agli imprenditori proprietari di questi spazi, è che essi devono delimitarne i contorni, ossia definire al meglio come questi spazi funzionino e cosa sia incluso, per facilitare il lavoro promozionale e guadagnare una reputazione positiva in termini di recensioni e passaparola. Un'altra opportunità di partnership potrebbe essere quella tra aziende e attività locali, soprattutto enogastronomiche: all'interno degli spazi condivisi i nomadi parlano e scambiano consigli, anche e soprattutto turistici. Dal punto di vista dei prezzi invece, i co-living devono lavorare per cercare di abbassare i prezzi in quanto la

maggior parte degli intervistati ha affermato che il prezzo per questi alloggi è pari a quello di un hotel. In sintesi tutti questi sono spunti estremamente interessanti per capire la mentalità generale di questa fascia di lavoratori e come sarà possibile per le attività targettarli in modo efficace esaudendo i loro bisogni.

L'esempio più famoso dal punto di vista di un caso reale aziendale che possiamo fornire è quello di Selina, brand di *hospitality* che mescola co-working, wellness, vacanze ed esperienze locali per le nuove generazioni soprattutto (*millennial* e *Gen Z*). Fondata nel 2014, i CEO Museri e Rudasevski hanno affermato di aver seguito il fenomeno del co-working e del nomadismo digitale, e affermano che con la pandemia si è capito finalmente il potenziale del lavoro da remoto, che può essere implementato e dà gli stessi risultati del lavoro in ufficio. Come azienda del settore turistico Selina si propone di monitorare il mercato in modo costante, e fino ad ora ha investito in proprietà situate in aree montane, spiagge, location esclusive, mentre si è concentrata molto meno sul settore urbano. Al momento la piattaforma è presente con gli headquarters a Londra, ed opera 155 destinazioni in tutto il globo. Oltre a ciò, il board di Selina ha già annunciato che diventerà presto un'azienda pubblica, ampliando così gli orizzonti di crescita di questa startup ultra innovativa e che conosce molto bene il proprio target (Costar, 2022).

Questo è un caso emblematico di piattaforma che ha trovato il proprio successo intercettando la propria nicchia di riferimento in modo ottimale: osservando il mercato i founder hanno saputo infatti cavalcare l'onda dei nomads, che rispetto ai turisti che solitamente soggiornano per un paio di settimane, hanno bisogni e necessità diverse, soprattutto di medio-lungo termine. La lungimiranza nella gestione di questo tipo di platform tuttavia non finisce qui: oltre all'espansione in termini di apertura di nuovi alloggi nel Q2 del 2022, la startup ha inoltre rilasciato un applicazione da cui migliorare l'esperienza utente e la connettività multiplatforma, e stretto una partnership con TechnoArt, un incubatore ed acceleratore di startup per fornire ai nomadi digitali i mezzi e il supporto per far crescere i propri business digitali (Traveling Lifestyle, 2022).

Inutile dire come un'azienda del genere sia un caso emblematico di business che punta a essere uno dei player principali in un mercato neonato, un "oceano blu" come lo è quello dell'*hospitality* per i digital nomads. La gamma di servizi integrati che è in grado di offrire e la forza del brand saranno fondamentali per farsi riconoscere in questa nicchia; ma soprattutto il modello di business si sposa benissimo con quelli che sono gli interessi delle destinazioni in

cui ha aperto le proprie sedi: attirare una clientela *high-tech* e di qualità da una parte, cercare uno sviluppo integrato dei business locali a servizio della clientela in questione dall'altro.

Capitolo II

SMART TOURISM IN ITALIA

2.1 Il concetto di smart: la tecnologia e le smart cities

Questo capitolo ha l'obiettivo di capire e spiegare il concetto di turismo intelligente, come l'approccio smart può essere associato alle città e al turismo, e soprattutto ragionare sulle analogie con il nomadismo digitale, considerato come un movimento sociale all'avanguardia ed altamente innovativo sotto gli aspetti della tecnologia e della mobilità. Si intende dunque dimostrare come i nomadi digitali possano andare molto d'accordo con un ecosistema che proponga soluzioni smart, ed inoltre indagare sulla fattibilità di una tipologia di turismo simile in Italia.

Tra i nuovi trend turistici degli ultimi anni abbiamo il turismo smart, derivante dalle destinazioni smart, originanti dagli studi e la fondazione delle smart cities. Per poter spiegare tutto ciò è necessario pensare all'etimologia di questi termini, ed in particolare parlare di una parola molto gettonata negli ultimi anni: "smart".

Il concetto di smart negli ultimi anni è esploso e diventato un must, un "jolly" da utilizzare in tutti i casi in cui si parla di apparecchiature e tecnologie connesse ad internet. "Il termine smart sta diventando sinonimo della parola internet e permette di ampliarlo a tutto il settore digitale, includendo i telefoni cellulari connessi, le applicazioni, le diverse tecnologie e il digitale in genere" (Martel, 2015). Dall'arrivo del primissimo smartphone prodotto da BlackBerry nel 2008, letteralmente un telefono "intelligente" in grado di connettersi alla rete internet (Techfor, 2021), alle prime SmartTV (letteralmente chiamate "Internet TV" e poi rinominate con l'aggettivo Smart) e addirittura agli elettrodomestici Smart come ad esempio lo Smart Fridge, e più generalmente la Smart Home, letteralmente tutto attorno a noi sta iniziando ad essere Smart, ossia intelligente, veloce, integrato e connesso.

Più nello specifico sarà importante capire e definire il concetto di smart city e soprattutto di smart tourism, apprendere come questi vengano implementati nel mondo ed in Italia, e soprattutto come questi si sposino con l'argomento nomadi digitali e perché possono andare a braccetto.

Smart city ormai da molti anni è diventato sinonimo di “città del futuro”, e si contraddistingue per essere un ramo applicativo dell’*Internet of Things* che si definisce come “riferimento al monitoraggio e alla gestione degli elementi di una città (come mezzi di trasporto, illuminazione pubblica e parcheggi) e dell’ambiente circostante (ad esempio fiumi, boschi, montagne) per migliorarne vivibilità, sostenibilità e competitività” (Osservatori.net, 2022). Quindi da questa definizione possiamo osservare l’evoluzione del concetto di smart, che ora non si identifica solamente come integrazione e condivisione ma attraverso questi mezzi di connessione e innovazione si punta al fine ultimo del benessere dell’ambiente e dei cittadini che vivono all’interno della città stessa.

La letteratura presenta diverse definizioni di smart city e nessuna di queste sembra essere universalmente accettata come definizione ultima. Tra le varie interpretazioni tuttavia uno studio del Centre of Regional Science sembra aver trovato la formula per contestualizzare le città intelligenti classificandole secondo diverse dimensioni (Giffinger et al, 2007).

Le città smart in questo senso sono coinvolte e contraddistinte per progetti innovativi e strategici riguardo le seguenti sfere:

- **SMART ECONOMY:** include fattori di competitività, come ad esempio la tendenza e la volontà ad innovare, l’imprenditorialità, il brand proprio di una città e come sfrutta i propri trademark, la produttività, la flessibilità e la dinamicità del mercato del lavoro, le connessioni con l’estero e il grado di internazionalità, e l’abilità di trasformarsi ed innovarsi.
- **SMART PEOPLE:** include fattori di capitale umano e sociale come il livello di qualificazione dei lavoratori, il grado di studi e gli studi post-laurea, la pluralità etnica sociale e culturale, la flessibilità, creatività, apertura mentale e partecipazione alla vita sociale.
- **SMART GOVERNANCE:** include fattori riguardanti la partecipazione cittadina, come quelli inerenti alla direzione generale politica e sociale della città, rispetto a servizi pubblici, sociali e riguardanti strategie e prospettive.
- **SMART MOBILITY:** include fattori riguardanti i trasporti e le *ICT*, come il livello di accessibilità locale, nazionale ed internazionale, la presenza di una struttura efficace di

infrastrutture legate alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, e la sostenibilità, l'innovazione e la sicurezza dei trasporti pubblici.

- SMART ENVIRONMENT: include fattori riguardanti le risorse naturali, come le condizioni naturali di parchi ed aree verdi, il livello di inquinamento e la qualità dell'aria, le misure adottate per la protezione dell'ambiente naturale locale, il management delle risorse aziendali e pubbliche in modo sostenibile.
- SMART LIVING: include fattori riguardanti la qualità della vita in generale, ossia i servizi e le iniziative a livello culturale, la sanità pubblica della popolazione, la sicurezza personale, la qualità del settore abitativo e immobiliare, la qualità di scuole ed università, attrattività a livello turistico e la coesione sociale.

2.2 Il turismo intelligente

Il turismo è uno dei settori più sviluppati e più produttivi a livello mondiale, è parte integrante dell'economia della maggior parte dei Paesi ed è un fenomeno sociale, culturale ed economico, che comprende persone che viaggiano per una moltitudine di motivi, ed è in costante evoluzione. Nonostante una grande flessione nel 2020, il turismo costituisce una percentuale enorme del prodotto interno lordo a livello mondiale, contando nel 2021 per 5,81 trilioni di dollari USA in tutto il globo (Statista, 2022), e per quanto riguarda il turismo ricreativo si sono spesi nello stesso anno quasi 3 trilioni di dollari (Statista, 2022). Ma il turismo non è solo ricreativo, esistono diverse sfaccettature di questa industria e tanti modi di metterlo in pratica, come ad esempio quello culturale, religioso o esperienziale, può essere *incoming* o *outgoing*, e i viaggi si fanno oltre che per svago anche per motivi lavorativi.

E così come le città, anche la pratica del turismo è diventata smart, ossia intelligente, interconnessa. Sebbene la ricerca e le pubblicazioni rispetto all'argomento *smart tourism* siano molto recenti, diversi autori hanno espresso la propria opinione al riguardo dando definizioni ed interpretazioni leggermente differenti.

Il turismo smart ha radici tecnologiche profonde, e per questo motivo è giusto menzionare il concetto di *Smart Technology* (Journal of Tourism, 2015), ossia un termine utilizzato per descrivere tecnologie e innovazioni che rendono possibile la raccolta di dati e la connettività in maniera mai vista prima. Allo stesso modo il turismo smart si serve di queste tecnologie attraverso l'interconnettività con i social media ed il *cloud computing*, emergenti con il web 2.0, e si può addirittura affermare che lo smart tourism sia un'estensione dell'*e-tourism*, in quanto entrambi utilizzano le stesse tecnologie di fondo. La differenza sostanziale tra i due è che lo smart tourism riesce a portare nuovi livelli di connettività, includendo oggetti e luoghi fisici, ed ha come obiettivo sostanziale di implementare nuovi metodi di *IoT (Internet of Things)*, integrando l'infrastruttura Web all'infrastruttura fisica. L'*e-tourism* invece consente esclusivamente la connettività online tra aziende e utenti, raccogliendo le informazioni rendendole accessibili e facilitando le transazioni elettroniche (Gretzel et al, 2015). In questo senso quindi si può dire che lo *smart tourism* non riguarda solo la connettività digitale, ma anche quella materiale.

Cosa unisce città smart e turismo smart? Il concetto di destinazione smart, definita da Lopez de Avila come “una destinazione turistica innovativa, sostenuta da una moderna infrastruttura tecnologica che garantisce lo sviluppo sostenibile di un'area turistica, accessibile a tutti, e che facilita l'interazione e l'integrazione del visitatore con i propri dintorni, aumenta la qualità delle esperienze presso la destinazione, e aumenta la qualità della vita dei residenti” (Lopez De Avila, 2015).

Non essendoci una definizione accettata da tutti di smart tourism, territori e governi hanno dato la propria interpretazione e lo stanno promuovendo a modo proprio: in Asia, specialmente Cina e Korea del Sud, i governi stanno cercando di incentivare e finanziare le iniziative di turismo smart ampliando l'infrastruttura tecnologica dei Paesi. In Europa di contro le attività di turismo intelligente sono nate dai progetti sulle smart cities, e che successivamente si sono evolute anche come destinazioni smart. Nel nostro continente il focus riguarda più l'innovazione e lo sviluppo di applicazioni smart per l'utente finale che supportano ed arricchiscono l'esperienza dei turisti usando dati già esistenti ma elaborandoli in modi diversi. In Australia, altra situazione diversa dove si dà più importanza alla smart governance e gli open data (Gretzel et al, 2015).

In un ecosistema smart tuttavia, la presenza della tecnologia è un fattore importante ma non fondamentale per il successo dello stesso in quanto la co-creazione assume un valore che va

oltre e si antepone alla caratteristica dell'innovazione tecnologica: tutto questo sta a significare che in questa tipologia di ecosistemi, il processo di creazione di valore e le relazioni che si instaurano tra i soggetti (ossia i turisti, le aziende, i cittadini e la pubblica amministrazione) rimangono le variabili ultime che generano il valore.

Riprendendo il pensiero dell'autore, la destinazione smart è quella che riesce ad unire e coinvolgere le persone, ossia il capitale umano e sociale, le tecnologie *ICT* ossia sistemi all'avanguardia in fatto di *cloud computing*, *big data* ed *Internet of Things* e la leadership di aziende e pubblica amministrazione locale, facendo sì che tutti gli stakeholder si muovano all'unisono per il bene della comunità. Aggiunge inoltre, dopo una ricerca su 3 città europee cosiddette smart come Barcellona, Helsinki ed Amsterdam, si è constatato che una smart destination dovrebbe oltretutto puntare ad elevare l'istruzione dei cittadini attraverso piattaforme online, corsi ed università, ed anche attirare persone competenti, che possano portare del *know-how* importante e ricercato ed in cambio ricevere una serie di servizi (Boes, 2016).

Qui calza a pennello il concetto di nomade digitale: attraverso soggiorni in co-living e lavoro in coworking, il nomade ambizioso porta un valore aggiunto alla sua comunità ospitante, attraverso il networking, le imposte da versare, e la vita da turista, ed inoltre è attirato da tutte le iniziative, i laboratori e gli eventi culturali, di formazione e sociali. Una città o destinazione turistica smart infatti sa integrare al meglio il lavoro e la presenza di questi ospiti temporanei, ed anzi, i nomadi digitali potrebbero rivelarsi proprio l'audience determinante e fondamentale per portare le pratiche smart anche nelle medie e grandi città italiane e dare il via ad una rivoluzione turistica, sociale e digitale, rendendo al contempo l'Italia un Paese ancor più internazionale.

Come ripresa dalle difficoltà scaturite dall'esplosione della pandemia COVID-19, la Commissione Europea ha deciso anche quest'anno di organizzare il concorso "*European Capital of Smart Tourism 2023*", un progetto che è partito dal 2018 ed ogni anno tiene una nuova competizione, con nuove città partecipanti (Commissione Europea, 2022). L'iniziativa è volta a riconoscere e premiare le città europee che più si sono contraddistinte nelle categorie di sostenibilità, accessibilità, digitalizzazione e patrimonio culturale/creatività, e fa parte del programma *COSME* ("Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises"), sempre a cura della Commissione Europea, che aiuta le piccole e medie imprese ad accedere nuovi mercati, con l'obiettivo di diffondere la cultura imprenditoriale e

di creare condizioni favorevoli per la creazione di business e crescita di aziende e territori (Commissione Europea, 2022).

Tornando alla competizione per la migliore città intelligente europea, questa è una grande occasione da sfruttare per mettere in mostra i progressi e i progetti all'attivo e conclusi, riguardanti i parametri smart sopracitati, oltre ad essere una grande vetrina per promuovere il turismo di qualsiasi tipo, migliorare le opinioni di viaggiatori, consumatori e locali sulle città partecipanti, stabilire dei framework di best practice tra le città con opportunità di collaborazione e partnership tra esse, rinforzare lo sviluppo relativo all'ambito turistico ed economico, aumentare l'attrattività delle destinazioni ed incentivare cambiamenti sostenibili da tutti i punti di vista.

2.3 Perché l'arrivo dei nomadi digitali potrebbe influenzare la diffusione di progetti di smart tourism?

Come dimostrato dai casi studio sopracitati e dall'importanza del trend, nomadi digitali e turismo intelligente hanno potenziale per agire sullo stesso piano e dare vita a delle innovazioni importanti.

I nomadi digitali arrivando in Italia portano grandi benefici all'assetto turistico del nostro Paese, caratterizzato da grande stagionalità. Le strutture italiane inoltre, in moltissimi casi sono poco digitalizzate e non al passo coi tempi, i business e le filiere sono rimasti gli stessi per anni senza volontà di innovare.

L'approccio di smart tourism applicato non solo alle grandi città italiane come Roma e Milano, ma anche e soprattutto ai piccoli borghi, può essere una rivisitazione in chiave italiana al concetto in sé di turismo intelligente, che non deve essere tale come fine ultimo, ma come mezzo per fare il passo avanti tecnologico di cui il nostro Paese ha bisogno e allo stesso tempo raccontare le proprie radici e la propria storia. La platea di nomadi digitali che visitano l'Italia saranno attirati proprio da questo, curiosi di conoscere la tradizione italiana e con tanta voglia di mettersi in gioco e instaurare rapporti sociali a livello locale. La tecnologia può

diventare il nostro strumento per attirare un target altamente qualificato che in cambio può non solo soggiornare per un periodo di tempo esteso, pagando le tasse sul suolo italiano e contribuendo in maniera importante all'economia locale, ma anche portare competenze che in Italia mancano, e stringere preziosi legami a livello di business, tessendo una network internazionale ed aprendo le porte a collaborazioni.

Ecco come in questo modo i nomadi digitali vengono inseriti nella sfera del turismo *bleisure*^{*}, quindi in sostanza un mix tra business e svago dove la persona si trova sia in veste di turista, attraverso il pernottamento prolungato presso la destinazione e il consumo di risorse locali, ma anche il lavoro, che comporta dunque il pagamento delle imposte sul territorio "ospitante" e la necessità di spazi dedicati all'attività lavorativa, dotati di strumenti adatti (Nomadi Digitali, 2019).

Oltre a questa tuttavia, il nomade digitale si può inserire in aggiunta all'universo smart tourism, in veste di uno dei soggetti trainanti per quanto riguarda la domanda di servizi turistici inerenti alla pratica. Le dimensioni ed il concetto di *smart tourism* si sposano benissimo con gli ideali e le necessità del nomade, e gli sforzi che un territorio può fare per integrare ed attirare nomadi possono essere ripagati da un aumento del livello qualitativo di diversi fattori, già enunciati in precedenza parlando della fattispecie del turismo intelligente secondo i canoni disposti dall'UE (Commissione Europea, 2022). Associando il nomade in base all'identikit che abbiamo fornito nel capitolo 1, si possono identificare diverse associazioni alle dimensioni del turismo smart:

-nomadi-digitalizzazione: tornando a far riferimento a quello che emerge dal documento introduttivo sul Turismo Smart delle città UE, cerchiamo ora di unire i due concetti focali di cui ci stiamo occupando, ossia la pratica del nomadismo digitale, o meglio i soggetti che si identificano come nomadi digitali, e il turismo intelligente, che appunto come già elencato prima si può convenientemente dividere in 4 diverse sfere, ognuna con un peso specifico fondamentale nel valutare una determinata destinazione come smart.

* una fusione tra le parole *business* e *leisure*

Proviamo dunque ad associare il primo fattore ossia il livello di digitalizzazione, che nel report viene concepito come il supporto dato dalla città alle aziende coinvolte in ecosistemi turistici nell'implementazione e sviluppo di strumenti, competenze digitali e digitalizzazione dei servizi turistici in generale. Come visto nel capitolo 1, tutto ciò è in linea con le richieste dei nomadi, che richiedono una buona copertura di banda larga e servizi digitali integrati e informazioni sulla destinazione, l'*housing*, gli spazi di lavoro condiviso e le condizioni da soddisfare per poter effettuare un soggiorno nella destinazione scelta, possibilmente attraverso un unico portale.

-nomadi-accessibilità: per accessibilità si intendono diverse concezioni. Da una parte può essere accesso dal punto di vista fisico/materiale, quindi ad esempio la presenza di infrastruttura all'avanguardia, trasporti efficienti e affidabili, possibilità di accedere a qualsiasi spazio pubblico a chiunque senza discriminazioni; dall'altra parte accessibilità significa facilitare l'accesso alla vita sociale e culturale attraverso servizi che siano multilingua, disponibili online a tutti e minimizzando barriere dal punto di vista politico, burocratico, economico e sociale. Ancora una volta abbiamo dei parallelismi con tutto quello che è stato detto sui nomadi digitali, ed in particolare per le questioni riguardanti la distanza culturale e linguistica, la burocrazia e la disponibilità sia online che fisica dei servizi.

-nomadi-patrimonio culturale e creatività: concentrarsi sul patrimonio culturale è una mossa fondamentale per un Paese come l'Italia che vanta una quantità innumerevole di centri storici incantevoli e pregni di storia e tradizione. La loro valorizzazione attraverso la protezione e conservazione del patrimonio è d'obbligo per una città che voglia definirsi smart, così come la promozione di iniziative creative come eventi, spettacoli e progetti di carattere sociale. Come si è già visto dai dati raccolti, il nomade in veste di turista è interessato al repertorio di arte, cultura e spettacolo italiani,

-nomadi-sostenibilità: alla voce sostenibilità invece una destinazione per essere smart può contraddistinguersi per progetti mirati a preservare le risorse locali, e all'utilizzo di risorse naturali e non, all'indirizzo della destinazione turistica in modo ecosostenibile ed eco-friendly, con azioni mirate a combattere il cambiamento climatico, e raggiungere soprattutto la sostenibilità anche a livello economico e sociale. Interessante dal punto di vista del nomadismo digitale il concetto di destagionalizzazione, che andrebbe ad incidere sulla

valutazione di sostenibilità di una destinazione, e si trova direttamente correlato alla tipologia di turismo messo in pratica con l'arrivo dei nomadi: la maggior parte di essi, non essendo vincolata da un calendario fisso e con ferie prestabilite, può permettersi di viaggiare durante tutto l'arco dell'anno, andando ad impattare in maniera più omogenea gli arrivi turistici nei 365 giorni.

Oltre a ciò, un'integrazione di queste piccole comunità di nomadi al contesto lavorativo locale può dare un valore aggiunto nella contaminazione intellettuale e lo scambio di *know-how* con i locali: trattandosi di soggetti altamente competenti e per natura inclini al networking, i lavoratori italiani, le aziende e l'ecosistema di business locale può trarre vantaggio dalla formazione di una rete.

2.4 Lo Human City report di Ernst & Young sulle maggiori città italiane

La società di consulenza Ernst & Young ha proposto con il proprio report 2022 intitolato *Human Smart City Index 2022*, un altro approccio interessante che vuole ridare importanza alle città di media grandezza italiane e discute la nuova visione di città intelligente che si vede nascere dopo la pandemia COVID-19, ossia la città smart che da "ipertecnologica" vuole diventare a misura di persona.

Gli autori si concentrano in particolare sull'evoluzione che ha avuto l'ambito urbano, dicendo che in Europa e nel nostro Paese i centri residenziali e gli spazi di lavoro si ritrovano ad essere sempre più integrati, e che sempre più frequentemente si vedranno costruiti ambienti di lavoro intermedi (in altre parole i cosiddetti co-working di cui abbiamo già parlato) (Ernst & Young, 2022). Collaborando con le medie e grandi aziende dunque si potranno costruire spazi dedicati al lavoro condiviso ed in particolare lavoro smart, al di fuori delle grandi città, riducendo il pendolarismo e magari dando nuova linfa ad aree industriali dismesse oppure facendo nascere nuovi business proprio su questo fronte. Questo sarà importante soprattutto per le cosiddette professioni "ibride", che possono operare in modo indifferente dall'ufficio, da casa o da qualsiasi altra area dedicata.

Gli spazi di co-working sono infatti un altro degli argomenti più caldi del post pandemia ed i numeri degli anni passati sono impossibili da ignorare. In tutto il mondo si stima che i co-working e gli uffici flessibili entro il 2024 cresceranno di più del 100% raggiungendo quota 41.975 strutture (Coworking Insights, 2020).

Gli Stati Uniti sono estremamente attivi in questo campo, e la domanda di spazi sta aumentando a vista d'occhio: al 2022, più di 6000 spazi dedicati alle attività lavorative condivise, e quasi un milione di americani che lavorano settimanalmente da lì (Zippia, 2022).

I vastissimi spazi sul suolo americano non sono il solo motivo della nascita di tali strutture, ma si può andare a ricercare anche in un discorso di *work-life balance*. Una ricerca di Citrix infatti ci dimostra come ormai per i dipendenti d'ufficio, sia diventato normalissimo ricercare quell'equilibrio fondamentale tra impiego e vita privata, tanto che il 76% dei dipendenti partecipanti al sondaggio hanno affermato che per loro è molto più importante ricercare la *work-life balance* e quindi valorizzare maggiormente la propria sfera personale piuttosto della ricerca della prossimità al luogo di lavoro, e quindi all'ufficio (Harvard Business Review, 2021).

Per quanto riguarda l'Europa invece, quest'anno nei Paesi Bassi c'è stata una vera e propria rivoluzione, dove il governo ha approvato una proposta di legge per obbligare le aziende a concedere ai dipendenti la flessibilità nella decisione se lavorare da casa o dall'ufficio in presenza. Da ricordare che già dal 2018 comunque più del 10% degli olandesi lavorava da casa, il tasso più alto in Europa (Millionaire, 2022).

Nel nostro continente, si contano invece al momento più di 6800 strutture, e un numero vicino ai 150 operatori che gestiscono questi spazi (Corporate Suites, 2022).

Ad oggi un 42% degli utilizzatori dei co-working sono *freelancers*, e tra di essi, come già riportato nel capitolo precedente, un grandissimo numero di nomadi digitali (Zippia, 2022).

Ma tornando al report di EY, la riprogettazione degli spazi urbani quindi sarà fortemente influenzata da queste dinamiche, oltre che dalla nascita di start-up ed aziende innovative, soprattutto digitali. “La tecnologia rende possibile un «lavoro diffuso», che è addirittura uscito dalla dicotomia «casa-ufficio», per allargarsi a bar, parchi e altri luoghi di ritrovo. E la tecnologia è ovviamente un fattore abilitante. I cosiddetti «*working hubs*» diventeranno parte integrante della vita lavorativa di milioni di persone” (Ernst & Young, 2022).

Quindi all'interno delle neonate “*human city*”, diventano fondamentali gli equilibri tra cittadini, aziende e spazi, e si possono creare solamente attraverso il rispetto delle richieste e delle esigenze di tutti i “*city users*” (includendo ad esempio anche turisti e consumatori), favorendo l'integrazione attraverso la digitalizzazione, e ricercando sostenibilità ambientale ed economica. Tra gli interventi dedicati al digitale ci sono appunto la ricerca di competenze tecnologiche all'avanguardia, la creazione di ecosistemi digitali garantendo una presenza integrata online della destinazione, e proprio la presenza di co-working, incubatori e centri di ricerca.

Cosa si evince dunque da questo documento?

- In Italia lo “*smart human divide*” tra Nord e Sud è molto alto, con le regioni del Nord che surclassano quelle di Centro e Sud. Questo significa che secondo i parametri stilati da EY, ed utilizzando lo “*Smart Human Index*” che ha come variabili da una parte le iniziative e i progetti che una città ha implementato o sta implementando per la costruzione di infrastrutture digitali, sostenibili e di inclusione sociale, e dall'altra il comportamento dei city user, sempre attinente alle 3 sfere. Dai risultati della ricerca, in media, i capoluoghi del Nord hanno avuto un indice più alto rispetto a quelli del Mezzogiorno e del Meridione.
- Il distacco tra progetti in atto per rendere le città più smart, ed il comportamento degli utenti (cittadini, turisti, imprenditori, lavoratori, consumatori) è meno significativo nelle città medie e piccole (ossia con un numero inferiore agli 80 mila abitanti), rispetto alle grandi metropoli. Questo significa che potenzialmente queste città possono cavalcare il trend e diventare smart più velocemente rispetto a grandi città, che investono molto ma hanno oltretutto un bacino di utenza molto più ampio da gestire.

2.5 Difficoltà per il turismo intelligente italiano

L'Italia ha un patrimonio artistico e culturale incredibile, ed è tutt'oggi il Paese con il maggior numero di siti UNESCO, che ammontano a circa il 5% del totale a livello mondiale, e che hanno aiutato fino al 2019 l'Italia ad essere il Paese più visitato dai visitatori internazionali (Italia in Dati, s.d.).

Ora il patrimonio millenario italiano non basta per attirare turisti in quanto al 2022 ci si ritrova in una realtà veloce, globalizzata ed ultra connessa. Se si parla di turismo intelligente, le istituzioni hanno fatto ben poco per lo sviluppo di tecnologie in grado di stare al passo coi tempi. Nel 2014 un report su *Smart Culture & Travel* pubblicato dall'azienda Between e Agenda Digitale Italiana ha commentato come poco più del 10% delle municipalità offrirono servizi di prenotazione online per alloggi (hotel e bed and breakfast), solo il 20% rendevano disponibili ai turisti delle *tourist card* utili all'accesso a servizi di mobilità e cittadini, il 60% dei capoluoghi di provincia aveva pagine social media ufficiali dove poter comunicare con i propri followers in modo olistico su tutti gli aspetti della vita cittadina, ed in particolare solo il 29% era presente su Facebook, Twitter o Youtube per comunicare aspetti legati al turismo (Graziano, 2014).

Cosa più importante, solo la metà delle 107 province era provvista di un portale online dedicato al turismo, il che significa che per un turista interessato a soggiorni prolungati e non vacanze brevi, oltre che ad aspetti quali informazioni sugli alloggi ed i servizi turistici e cittadini, avrebbe dovuto cercare separatamente ciascuna di queste informazioni. Sempre nello stesso anno, la mole di turisti che arrivavano dai canali web del territorio era poco più di un quarto del totale. L'autrice conclude commentando sull'uso delle *ICT*, dicendo che non servono solo all'utente finale per ottenere un'esperienza turistica a 360 gradi, ma anche e soprattutto durante il momento antecedente della pianificazione, ossia elaborando una strategia per una crescita sostenibile delle città smart, che possano sfruttare appieno le proprie risorse culturali ed il proprio patrimonio (Graziano, 2014). A causa di un problema diffuso di mancanza di digitalizzazione, l'Italia non è molto presente online, oltretutto a causa di un'assenza di standard condivisi tra regioni e coordinamento tra le istituzioni. Un altro motivo

lo troviamo nel fatto che la maggior parte del tessuto imprenditoriale riguardante il settore turistico sia formato da piccole e medie imprese, magari oltretutto a gestione familiare.

Altre difficoltà possono derivare ad esempio dal fatto che il più delle volte i turisti, soprattutto in Italia, e a maggior ragione i nomadi digitali, vorrebbero diminuire l'utilizzo di *ICT* ed evitare l'*information overload*, ossia sostanzialmente "staccare la spina". Oltretutto il turismo non è al momento un settore che attrae molti *knowledge workers* (nomadi ad esempio), nonostante sia comunque un settore che si basa in modo preponderante sulle *information technologies*. Sarà necessario quindi adattare le pratiche di turismo smart al nostro territorio, e trovando un compromesso tra sovraccarico di informazioni e la bellezza di a volte essere offline completamente. Dare la possibilità al turista di vivere un'esperienza su misura, personalizzata e facilitata da servizi online, ma al contempo lasciar la libertà agli stessi di non essere reperibili da dispositivi fissi e mobili.

Un'altra questione importante è che per il momento non esiste nella letteratura una visione che cerchi di criticare il turismo intelligente e monitorarne i risultati a livello esperienziale, economico e sociale (Gretzel et al, 2015). In sostanza tutti gli investimenti per modernizzare le strutture andrebbero ponderati alla luce di piani estremamente complessi per le piccole realtà cittadine italiane, ed i cosiddetti ecosistemi smart restano qualcosa di probabilmente realizzabile solo nelle città più grandi e già altamente industrializzate.

2.6 Esempi virtuosi in Italia e all'estero

Per dare un'idea più chiara di come venga applicato nella realtà dei fatti e come si sia sviluppato il concetto di destinazione smart e turismo intelligente, diamo di seguito alcuni esempi di città che si sono impegnate attivamente nella realizzazione di progetti di questo tipo.

In Italia la prima *smart city* e quindi anche *smart destination* è Milano, che ha beneficiato enormemente delle iniziative proposte all'evento dell'"*Expo2015*", e dove sono stati presentati oltre 800 progetti ed idee per modernizzare Milano da tutti i punti di vista. Tra

questi, alcuni input hanno contribuito a migliorare i servizi dedicati ai turisti e ad espandere l'industria turistica. Tra i tanti progetti alcuni sono stati più innovativi e smart di altri: una piattaforma business to business per i turisti incoming, che potesse attirare i turisti in arrivo in Italia in occasione dell'Expo e ed accoglierli durante la permanenza, un menù (chiamato *Smart Menù*) che traducesse al consumatore in tempo reale il menù del ristorante nella lingua preferita con un QR code, ed iniziative per valorizzare le opere d'arte e il patrimonio culinario, con esposizioni dal vivo e online (Dalla Corte et al, 2017).

Molto più recentemente Milano continua ad essere tra le città italiane più dinamiche dal punto di vista smart. YesMilano ad esempio è una piattaforma digitale che appartiene a Milano&Partners e sostenuta dal Comune di Milano e la Camera di Commercio di Milano, MonzaBrianza e Lodi, che fa da hub e racchiude tutte le informazioni sulla metropoli per “attrarre nuovi visitatori, talenti e investimenti per la città”¹.

Tra gli obiettivi dell'iniziativa quello di rendere la destinazione una meta internazionale: da questo punto di vista, come indicato nel loro report 2022, si evince che il *Convention Bureau* ha lavorato per posizionare al meglio la città a livello globale nella cosiddetta industria MICE, ossia quella dei “meeting, incentivi, conferenze, ed esibizioni”, portandola quest'anno al terzo posto in Europa per eventi internazionali con più di un migliaio di partecipanti. Oltre a ciò la città si è fatta conoscere anche all'estero con investimenti diretti esteri, ed ha ingaggiato una campagna di marketing ad Helsinki, per presentare Milano come centro di innovazione e far conoscere la metropoli oltre i confini italiani. Quindi da una visione di marketing della città per migliorare la propria *brand awareness, reputation* e il posizionamento. con la campagna “*Based in Milano*” si è cercato di raggiungere in Europa e Stati Uniti la “classe creativa globale”. E' stato promosso inoltre il consumo locale con la Restaurant Week e gli eventi dal vivo. Altro punto fondamentale però che rende la città di Milano più smart di tante altre è la presenza online di YesMilano: Instagram, TikTok, Youtube, WeChat, Spotify e addirittura Tinder, raggiungendo 10 milioni di followers totali a fine Novembre 2022. Si dà la possibilità a tutti di seguire gli ultimi aggiornamenti su novità ed eventi attraverso la newsletter ufficiale che conta 30mila iscritti, ed il prezioso lavoro di pubbliche relazioni ha fatto un ottimo lavoro sulla *reputation*, raggiungendo le principali destinazioni europee, UK e Stati Uniti.

¹ YesMilano.it, < <https://www.yesmilano.it/about-milano-partners> >

Le previsioni sugli arrivi turistici sono molto ottimistiche: se gli arrivi sono stati frenati bruscamente dalla pandemia da COVID-19, che ha impattato tutta la mobilità a livello globale, dalla guerra in Ucraina e dalla crisi che ha costituito un aumento dell'inflazione, nel 2022 la situazione pare essersi stabilizzata, e si stima che nel 2024 gli arrivi supereranno quelli precedenti la pandemia. Hanno a che vedere con le altre dimensioni smart inoltre le opere di riqualificazione urbana e l'incentivo a visitare i quartieri meno centrali della città, metodo molto efficace per la gestione dei flussi.

Figura 1. Pagina “Scopri” sul sito YesMilano



Fonte: yesmilano.it

Milano dunque, oltre a collocarsi prima nel contesto delle città fatte “su misura per l'uomo”, secondo il report di EY del 2022, è anche una città che sa valorizzare i propri attributi, rendendoli disponibili sulla piattaforma YesMilano ed a portata di click. Il dinamismo che si è venuto a creare in questo modo ha fatto sì che gli stakeholders potessero incontrarsi in un unico portale digitale, ed è un po' questo ciò che devono ambire le cosiddette smart cities e smart destinations, per garantire un'esperienza turistica intelligente, ossia integrata, digitalizzata e senza frizioni. E da qui tantissime opportunità per accogliere nomadi digitali, che incontrano un'offerta che combacia con la loro domanda di servizi: degli hub dove ricercare le informazioni in modo olistico e integrato, una città con una forte presenza online ed estremamente interconnessa, e tanti altri servizi su misura per chi vuole viaggiare, ma anche per chi vuole fare business come:

- incentivi per startup estremamente innovative e specializzate
- spazi di coworking con zone adibite alla socializzazione e al networking
- connessione con università e studenti italiani e internazionali

Più recentemente, secondo il rapporto *ICityRank 2022*, stilato da ForumPA, che cataloga 108 Comuni Capoluogo italiani sulla base dell'indice di trasformazione digitale, proprio Milano e Firenze sarebbero le città più tecnologiche ed innovative, sulla base di indici che vanno dai servizi online, agli open data, ai Wi-Fi pubblici ed alle tecnologie di *Internet of Things* (IoT). Dai dati del report si evince una notizia incoraggiante per le realtà italiane: la copertura di servizi internet, che nel 2019 ammontava a circa il 40%, nel 2022 è arrivata all'82%, anche grazie all'apertura di tantissimi servizi online che prime non esistevano in numerose amministrazioni, e la svolta nell'utilizzo del servizio di identificazione SPID e di PagoPA. Molto interessante come all'interno del report nella top 10 per punteggio si inseriscano anche città non metropolitane come Cremona, Bergamo, Modena, Trento e Cagliari, a testimonianza dei passi da gigante compiuti dalle municipalità di media grandezza negli ultimi anni (ForumPA, 2022).

Il fenomeno tuttavia non riguarda solo le città: la Regione Sardegna infatti si è impegnata per elevare i propri standard in termini smart, con progetti ed iniziative dinamiche. Tra le azioni volte alla modernizzazione del territorio, il Piano Regionale di Sviluppo, durato dal 2014 al 2019, pone grande accento sui servizi ICT e alla loro disponibilità per tutti gli stakeholder, dalle aziende, alle PA, fino ai cittadini e i turisti. L'obiettivo della regione è dunque stato garantire la presenza di un'infrastruttura e una copertura internet che raggiungano una velocità uguale o superiore ai 30Mbps, soprattutto nelle aree rurali fuori dalle grandi città. Altri piani come la promozione e lo sviluppo delle competenze digitali nei cittadini testimoniano come la Regione Sardegna abbia tentato attivamente di colmare il divario che la separava da altri distretti in Italia. Al momento la Sardegna sta inoltre tentando di implementare una *DMO** regionale efficace, che possa integrare e creare una rete tra aziende e pubblica amministrazione in modo da fornire un'offerta turistica di qualità.

* Destination Management Organization

Come riporta il lavoro degli autori: “proporre offerte e soluzioni coerenti e capaci di andare incontro a una effettiva destagionalizzazione dei flussi, ampliare il ventaglio delle offerte territoriali e puntare su modelli turistici sostenibili alternativi o complementari a quello balneare, si rivela quanto mai indispensabile rafforzare reti e relazioni necessarie a costruire prodotti turistici concretamente capaci di rispondere alle esigenze di utenti diversi e di generare esternalità positive per i territori” (Battino Lampreu, 2018). In questo caso le soluzioni di *Information and Communication Technology*, e la presenza di open data saranno fondamentali per agevolare questo processo. Tessere una rete coesa ed implementare queste novità porterà decisamente all’arrivo di nomadi digitali: un territorio come la Sardegna è (secondo le preferenze riportate all’interno del capitolo primo) in linea con i gusti dei nostri soggetti di ricerca, e le iniziative mosse dal governo sardo vanno ad integrare con i pezzi del puzzle mancanti: connessione a banda larga veloce ed offerta turistica integrata.

A Trento invece (altra città che si classifica molto in alto nella graduatoria smart in Italia), è stato realizzato il quartiere “Le Albere”, ossia un esempio di riqualificazione urbana che è diventato il cuore smart del capoluogo trentino. Immaginato da “*RPBW-Renzo Piano Building Workshop*”, il quartiere si erge su un’ex area Industriale, ove negli anni Novanta era presente la vecchia fabbrica della Michelin. Le 300 abitazioni presenti nella zona sono raggiunte da fibra ottica e sono all’avanguardia, mentre i loro interni sono sostenibili ed in legno, marmo e ceramica. Si divide in due settori, quello settentrionale residenziale con attività commerciali, uffici ed il Museo delle Scienze di Trento, mentre quella a Sud ospita un centro congressi dove è oltretutto possibile pernottare in un hotel (Malvasi, 2013). L’impegno di Trento nell’essere una città ed una destinazione sostenibile si evince inoltre dagli eventi organizzati riguardo il tema, come la *Smart City Week* (arrivata alla terza edizione nel 2019), che intavola workshop, presentazioni e dibattiti².

La Puglia, per concludere gli esempi italiani, è ancora un work in progress. Come altre regioni in Europa, anch’essa è impegnata nella transizione a destinazione smart, un processo promosso dalla *EU2020*, una campagna dell’Unione Europea per investire in aree di Paesi Europei per raggiungere obiettivi intelligenti sostenibili e di inclusione sociale³³. Anche la Puglia ha sviluppato un proprio piano e sta attualmente lavorando per realizzarlo, e di seguito alcuni punti su cui è necessario fare focus (Del Vecchio Passiante, 2017):

² Trento Smart City, < <https://2019.smartcityweek.it/> >

- Come per molte regioni italiane, anche la Puglia ha una alta vocazione turistica: essendo circondata dall'Adriatico e dallo Ionio ha una stagionalità estremamente alta durante il periodo estivo. Destagionalizzare significherebbe portare un costante afflusso di visitatori, e per fare ciò sarebbe opportuno differenziare l'offerta (al momento costituita maggiormente da turismo balneare) e portare un turismo ad esempio di alta gamma e ad alto valore aggiunto.
- Generare awareness verso la Regione e soprattutto costruire il brand Puglia, per far sì che possa essere riconoscibile non solo a livello nazionale ma anche oltremare. Per questo motivo è nata infatti l'ente regionale per il turismo Puglia Promozione, che si è già adoperata per istituire strategie di promozione e marketing territoriale, attraverso la partecipazione ad eventi e l'apertura di un portale dedicato online.
- La scarsa comunicazione ed eccessiva frammentazione tra stakeholders a livello locale non permetteva la realizzazione di legami costruttivi tra le imprese: a questo proposito è nato un distretto del turismo, per rappresentare le attività del territorio³.

Dall'UE invece, riprendendo in mano il discorso sulle capitali dello *Smart Tourism EU*, da un estratto del report ufficiale del 2022 abbiamo degli ottimi esempi di come alcune città possano caratterizzarsi per alcune iniziative intelligenti che poi andranno anche ad impattare positivamente l'immagine di ciascuna, facendo anche sì che possano essere riconosciute attraverso gli stessi progetti (Commissione Europea, 2022). Quindi quali esempi migliori se non direttamente quelli selezionati dalla Commissione Europea?

Dal punto di vista dell'accessibilità smart Bordeaux è una delle città più intelligenti d'Europa: i mezzi di trasporto sono tutti accessibili da persone con disabilità grazie a porte scorrevoli, può essere interamente percorsa a piedi in quanto dotata di percorsi per pedoni che si estendono per 160km, ed i mezzi di trasporto coprono la città in modo efficiente (Commissione Europea, 2022).

³ Puglia Promozione, < <https://www.dms.puglia.it/portal/regione-puglia-govdrnance-turismo> >

Anche Valencia secondo questa prospettiva è una città all'avanguardia: sulla accessibilità alle informazioni ad esempio, la città spagnola ha un sito interamente dedicato a tutte le informazioni su attrazioni turistiche, ricettività e ristoranti, ed è inoltre possibile scaricare una guida personalizzabile che aiuta i visitatori a sfruttare al massimo i 3 giorni da trascorrere nella città. La guida può essere oltretutto personalizzabile per persone diversamente abili o con difficoltà uditive, motorie o di comunicazione⁴.

Parlando di sostenibilità invece, Marbella (Spagna) offre un sistema di trasporto pubblico gratuito, e una buona parte delle linee di autobus che la attraversano sono ibridi con bassissime emissioni (Commissione Europea, 2022). Helsingborg, città del sud della Svezia, ha invece chiuso le agenzie turistiche fisiche e gli info point per investire in piattaforme online dove fornire informazioni specifiche. Questa iniziativa di *digital transformation* è stata portata avanti dalla DMO locale, dopo aver scoperto da una ricerca del 2014 che i visitatori cercavano info dettagliate, senza però riuscire a trovarle in rete (CityNationPlace, 2020).

Le due dimensioni del turismo intelligente più in linea con la possibile “appetibilità” di una destinazione per un nomade digital sono però il patrimonio culturale e la creatività nell’“esporlo” al pubblico, e la digitalizzazione. Super interessante l’iniziativa di Dublino, che ha reso accessibili a tutti alcuni data set riguardanti diversi aspetti della città. Accedendo a “*Dublinked*” infatti, locali e turisti possono personalizzare la propria esperienza di permanenza nella città⁵. Valencia, presente anche su questo fronte, offre invece agli stakeholders del settore turistico i dati relativi alla domanda sugli alloggi, la frequenza di arrivo tramite trasporto aereo e molte altre indicazioni utili che facilitino la produzione di un’offerta ad hoc ed ottimizzabile in tempo reale dagli operatori (Commissione Europea, 2022).

⁴ VisitValencia.com, < <https://www.visitvalencia.com/en/valencia-accessible> >

⁵ Smart Dublin, < <https://data.smartdublin.ie/> >

Alcune iniziative sono state addirittura finalizzate ad attrarre proprio i nomadi digitali:

Nel 2021 a Dubrovnik è stato lanciato il programma “*Digital Nomads-in-Residence*”, che ha l’obiettivo di rendere la città più attrattiva proprio per i lavoratori “*location independent*”. Sono stati invitati 10 nomadi, con un seguito abbastanza vasto sui social media, a stare a Dubrovnik per un mese. In questa occasione oltre al lavoro abituale gli ospiti hanno seguito corsi di *design thinking* e hanno dato il loro parere su come la città debba lavorare in modo strategico per poterla rendere una destinazione ideale per i nomadi di tutto il mondo (Total Croatia News, 2021). Una iniziativa decisamente interessante che utilizza un approccio inverso ed esprime al massimo il concetto di co-creazione: il turista lavoratore, in base ai propri bisogni e necessità, esprime la propria opinione sull’offerta della città che lo ospita, viene ascoltato e i dati raccolti, con l’intenzione poi di implementare attivamente questi consigli.

A Porto, le fermate degli autobus sono invece degli *infopoint*: con dei QR code posizionati ad ogni singola stazione, il visitatore può accedere facilmente alla piattaforma turistica online che fornisce tutte le informazioni su itinerari, trasporti, ed attrazioni raggiungibili tramite trasporto pubblico (Commissione Europea, 2022). Una bella pensata per facilitare la vita a tutti coloro che non hanno accesso ad un proprio mezzo di trasporto privato oppure fa difficoltà a reperire le indicazioni di cui ha bisogno durante la propria permanenza nella città portoghese.

Infine probabilmente l’idea più innovativa e per certi versi un po’ controversa è stata l’apertura della BTC City a Ljubljana. Localizzata a soli 3 km dal centro città, è uno dei centri ricreativi, di shopping, e business più grandi d’Europa, che attrae 21 milioni di visitatori all’anno. 475 mila m² che pullulano di posti di parcheggio, sono interamente attraversati da linee di trasporto pubblico e dove è possibile fare uso di servizi di car sharing elettrici e di bike sharing⁶.

⁶ Visit Ljubljana, < <https://www.visitljubljana.com/en/poi/btc-city/> >

Capitolo III

IL PNRR E LE INIZIATIVE ITALIANE

3.1 Il PNRR e i fondi destinati al turismo

Questo capitolo tratterà delle più recenti svolte e iniziative riguardanti l'industria turistica nel nostro Paese. Progetti, piani, strategie che hanno delineato in tempi recenti la situazione del turismo italiano, le ambizioni a breve e lungo termine, e le prospettive di queste azioni. Particolare focus sul Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, argomento clou dall'inizio della pandemia, e tutte le leve che si muovono attorno ad esso. Oltre ai piani del governo e dell'Unione Europea si parlerà oltretutto di 4 iniziative private decisamente degne di nota, che interessano in maniera diretta l'argomento ospitalità e quello dei nomadi digitali.

3.1.1 Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

La pandemia da COVID-19, scoppiata durante i primi mesi del 2020, ha avuto in tutto il mondo un impatto disastroso a livello sociale ed economico, ha sconvolto la vita quotidiana di miliardi di persone ed ha messo in difficoltà la stabilità di tutti gli Stati, che hanno dovuto mettere in pratica misure speciali di contenimento del virus.

L'Unione Europea doveva necessariamente pensare ad un piano per riprendersi da tutti i punti di vista ed investire sul futuro, per tornare alla situazione pre-pandemica ed anzi, migliorare e consolidare lo sviluppo di ciascuna realtà nazionale. E questo piano si chiama NextGenerationEU: "NextGenerationEU is more than a recovery plan – it is a once in a lifetime chance to emerge stronger from the pandemic, transform our economies and societies, and design a Europe that works for everyone."¹

¹ NextGenerationEU, < https://next-generation-eu.europa.eu/index_en >

Verso la fine di Dicembre 2020 il Parlamento ed il Consiglio Europeo si sono accordati sul NextGenerationEU, ossia un mega investimento di 750 miliardi di euro* per aiutare tutti i membri dell'Unione a riprendersi economicamente². Questo piano si divide in diversi ambiti, ai quali verranno dedicati i fondi messi da parte:

- *Make it green*: racchiusi qui tutti gli aspetti dedicati all'incentivo alla sostenibilità ambientale. L'Europa ha intenzione di diventare il primo continente *carbon-neutral* entro l'anno 2050, e per farlo ha intenzione di investire pesantemente in soluzioni eco-sostenibili come tecnologie *eco-friendly*, mezzi di trasporto green e senza emissioni, e la riconfigurazione degli spazi pubblici in modo da renderli più efficienti. Oltre a ciò si propone di proteggere gli ecosistemi e l'ambiente, con azioni riguardanti la purificazione dell'acqua, l'incentivo all'uso delle risorse rinnovabili e all'agricoltura sostenibile.
- *Make it digital*: tutti gli aspetti dedicati all'avanzamento tecnologico e la digitalizzazione dei Paesi. In questa serie di provvedimento sono elencati direttive sulla distribuzione delle reti 5G e la banda larga ultra veloce, identità digitale, shopping online, intelligenza artificiale per migliorare i servizi pubblici e miglioramento delle competenze digitali dei cittadini.
- *Make it healthy*: fondamentale dopo la pandemia pensare a tutte le misure per garantire degli alti standard dal punto di vista sanitario (tecnologie su vaccini, ospedali e sanità pubblica).
- *Make it strong*: in questa categoria verranno introdotti i provvedimenti per incoraggiare i giovani a studiare le discipline STEM e tecnologiche, per supportare il raggiungimento di titoli di studio di alto livello, e per offrire prestiti e borse di studio ai giovani universitari.
- *Make it equal*: legato al garantire pari opportunità a tutti e celebrare le diversità.

* calcolati al cambio euro-dollaro del 2018

² Italia Domani, "Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza"

All'Italia sono stati destinati ben 235,12 miliardi, più di un quarto dei fondi totali del piano, ed è uno dei Paesi che ha ricevuto gli aiuti maggiori dal punto di vista monetario. Questa dunque si presenta come un'occasione unica per mettere in gioco investimenti a lungo termine e modernizzare il Paese da tutti i punti di vista, con riforme da attuare per innovare la Pubblica Amministrazione, le aziende, i servizi e i diritti dei cittadini. Le risorse economiche a disposizione fanno parte dei due strumenti del NextGenerationEU, ossia il Dispositivo per la Ripresa e Resilienza (RRF) e il Pacchetto di Assistenza alla Ripresa per la Coesione e i Territori d'Europa (REACT-EU). In particolare per accedere ai fondi del primo, ossia il RRF, l'Italia ha dovuto presentare un piano fatto di riforme ed investimenti. E qui si arriva al famoso Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza. "Il Presidente Mario Draghi ha confermato che l'Italia intende utilizzare appieno la disponibilità di finanziamenti tramite i prestiti della RRF stimata in 122,6 miliardi." (Agenda Digitale, 2022)

Il PNRR si divide in 6 missioni diverse, per area di interesse:

1. digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo
2. rivoluzione verde e transizione ecologica
3. infrastrutture per una mobilità sostenibile
4. istruzione e ricerca
5. inclusione e coesione
6. salute

Per attuare il PNRR in ciascuna fase e realizzare gli interventi , provvederanno i Ministeri (per area di interesse), assieme agli altri enti pubblici territoriali. Affinché ci sia un controllo sulle azioni da compiere e i risultati di investimenti e riforme, si intende istituire un organo, presente presso il Ministero dell'economia e delle finanze, che sia al tempo stesso un punto di collegamento con la Commissione Europea, e una Cabina di Regia del PNRR³.

³ Italia Domani, "Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza #NextGenerationItalia"

In particolare ci concentreremo sulla prima componente, ossia i fondi dedicati alla Digitalizzazione, Innovazione, Competitività e alla Cultura e Turismo, che ammontano a circa 50 miliardi, tra quelli appartenenti al Dispositivo per la Ripresa e la Resilienza, al Fondo Complementare e infine al *React EU* (Camera di Commercio di Genova, 2022).

La Digitalizzazione della PA punta ad una modernizzazione senza precedenti del comparto della pubblica amministrazione: dopo l'approvazione del PNRR infatti, è stato confermato anche il piano strategico Italia Digitale 2026, che prevede investimenti per 13 miliardi. Di questi, 6,74 saranno dedicati alla digitalizzazione della pubblica amministrazione, ed è un percorso già iniziato da Novembre 2021. I beneficiari del piano sono le Amministrazioni Locali (Comuni, Regioni etc.), gli istituti di ricerca ed istruzione come Università ed altri centri, le PA centrali, le aziende ospedaliere e sanitarie e gli enti del Terzo Settore. Dal sito ufficiale, appartenente al Dipartimento per la trasformazione digitale del Governo Italiano, si possono vedere tutte le misure del piano, e gli attori che collaborano con gli istituti pubblici per portarle a termine. Tra questi, oltre al dipartimento per la Trasformazione digitale, anche:

-Agenzia Digitale Italiana: organo responsabile per la buona riuscita degli obiettivi dell'Agenda Digitale Italiana, contribuisce a facilitare l'accesso ai servizi pubblici digitali.

-PagoPA S.P.A.: deve attuare le proposte per digitalizzare servizi e piattaforme.

-Agenzia per la Cybersicurezza Nazionale: si occupa della Strategia Nazionale di Cybersicurezza e l'implementazione del cloud.

-Consip: ossia la centrale acquisti della PA, agevolerà il processo di acquisti dell'Amministrazione Pubblica attraverso contratti ad hoc.

Tutti insieme provvederanno a dar vita ad un'infrastruttura cloud di ultima generazione, il "Polo Strategico Nazionale", a fornire supporto e facilitare la migrazione dei vecchi sistemi verso il cloud, e creare un database univoco dove custodire i dati dei cittadini forniti "once only". Oltretutto l'ambizione è quella di fornire uno "Sportello Digitale Unico" ai cittadini per garantire l'accesso ai servizi da un portale univoco, migliorare l'esperienza dei cittadini con i servizi digitali, accelerare l'adozione dell'app IO e di PagoPA, oltre che di tutti i sistemi di identità digitale come ad esempio SPID. Tutto questo e molto altro, incluse azioni rivolte alla cybersecurity e alla formazione dei cittadini⁴.

⁴ Dipartimento per la trasformazione digitale, < <https://padiigitale2026.gov.it/misure/> >

Non solo PA: il governo vuole implementare i fondi ottenuti dall'UE anche per ricoprire il territorio italiano con reti 5G, e fornire a 8 milioni e mezzo di famiglie, enti ed attività in Italia, una velocità di connessione ad Internet pari ad 1 Gbps. Stanziati a questo proposito quasi 7 miliardi di euro, con un termine per l'attuazione del piano individuato per Giugno 2026⁵.

Per quanto riguarda la transizione 4.0, l'investimento di più di 13 miliardi determina un'evoluzione del programma Industria 4.0, e sarà interamente dedicato alle imprese. Il fulcro di questa iniziativa saranno la ricerca e sviluppo, beni materiali e immateriali 4.0, l'innovazione e le attività di digitalizzazione e generazione di competenze di settore. Allo stesso modo verranno potenziati i settori ad alto contenuto tecnologico, ed investite risorse in macchinari ed altre attrezzature produttive, così come per il sostegno del Made in Italy e delle piccole e medie imprese⁶.

3.1.2 Focus sugli investimenti e le riforme nel settore turistico

Una parte considerevole dei fondi infine, sono e saranno dedicati al settore turistico. Durante la pandemia il turismo italiano ha subito una flessione senza precedenti, un vero peccato perché negli ultimi 10 anni il settore si era sviluppato ampiamente in quanto a peso specifico per il prodotto interno lordo italiano, in quanto a numero di occupati complessivi e si rifletteva inoltre su un aumento del reddito delle aziende turistiche (maggiormente nelle Regioni del Centro Italia e del Meridione). I flussi nel decennio precedente al 2020 crescevano annualmente di quasi due punti percentuali; dopo aver messo in atto le misure per contenere la pandemia, chiudendo temporaneamente attività ricreative e turistiche e limitando la mobilità, si è determinato un crollo drastico degli arrivi a livello nazionale (circa un terzo in meno rispetto al 2019) e soprattutto a quelli esteri, che si sono ridotti del 70% (Demma, 2021).

⁵ Dipartimento per la trasformazione digitale, < <https://www.italiadomani.gov.it/content/sogei-ng/it/Interventi/investimenti/reti-ultraveloci-banda-ultra-larga-e-5G.html> >

⁶ Italia Domani, < <https://www.italiadomani.gov.it/content/sogei-ng/it/Interventi/investimenti/transizione-4-0.html> >

Grafico 1. Totale arrivi negli esercizi ricettivi italiani dal 2019 al 2022



Fonte: Istat ed elaborazione personale

Purtroppo al 2022 non siamo ancora ai livelli precedenti l'emergenza sanitaria: a confronto con il 2019, nei primi tre quarti del 2022 le presenze presso le strutture turistiche sono quasi 40 milioni in meno, con una riduzione di più del 10%. I turisti stranieri continuano ad essere inoltre in percentuale inferiore rispetto a quelli interni, mentre uno dei dati più preoccupanti è quello riferito all'occupazione: esaminando infatti il numero di lavoratori del settore turistico allargato, da Gennaio a Giugno 2022 questi risultano essere quasi 90 mila unità in meno rispetto ai corrispondenti mesi dell'anno pre-pandemia (Il Sole 24 Ore, 2022).

Per la ripresa e il rinforzo del turismo, sono stati stilati degli interventi dal Ministero del Turismo, che ha inoltre previsto, fino al 2026, un impatto pari allo 0,5% del PIL italiano. In particolare, si pone l'accento su 3 linee guida principali, accompagnate da un altro intervento minore, puramente legislativo, che prevede una riforma dell'ordinamento professionale delle guide turistiche all'interno del Codice del Turismo (Ministero del Turismo, 2022).

Partendo dal primo intervento per importanza e rilevanza verso questo elaborato, il Ministero del Turismo ha deciso con i fondi legati al Piano di Rinascita e Resilienza di ottimizzare

l'esperienza dei turisti ed anche degli altri *stakeholders* di settore, creando un *Hub* del turismo digitale ed interamente integrato. L'ambizioso piano consentirà quindi di racchiudere in una piattaforma web unica tutte le informazioni rilevanti riguardanti imprese, operatori ed istituzioni, fornendo in questo modo assistenza ai futuri visitatori che dovranno pianificare la propria permanenza nel Paese, e mantenendo il tutto a portata di click (presentazione PDF). Una prima versione beta di *italia.it* è stata lanciata a Giugno 2022, con il tentativo di fornire valore aggiunto al portale con nuove funzioni interessanti. In particolare con questa prima versione si è andata ad aggiornare la veste grafica e la UX, iniziando già a definire un'idea di *user-centricity* mostrando all'utente i contenuti in base ai propri interessi (Ministero del Turismo, 2022).

Figura 1. Interfaccia “Crea il tuo viaggio ideale”



Fonte: *italia.it*

Inoltre, in collaborazione con l'ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo), è stata implementata la campagna di comunicazione #liveitalian, per dare un volto nuovo al brand del settore turistico, e con lo scopo di internazionalizzare e mettere in luce le risorse del nostro patrimonio.

Sempre riguardante l'aggiornamento, una nuova funzionalità è quella della possibilità per gli operatori economici privati di chiedere la pubblicazione di contenuti promozionali o editoriali, e di richiedere rapporti di fornitura direttamente sulla piattaforma. Per la gestione del portale saranno inoltre implementate tecnologie sulla base di dati e si punterà sull'omnicanalità. In questo modo quindi sarà possibile aiutare le aziende di piccola dimensione ed i soggetti che hanno poco spazio per poter promuovere i propri contenuti,

dando ancora di più l'idea di ecosistema ed aiutando la digitalizzazione di realtà minori. I 114 miliardi dedicati all'implementazione del *Digital Tourism Hub* servono inoltre a capire e studiare i dati sui flussi turistici, attraverso un sistema affidato all'IA⁷.

Il portale italia.it nelle ultime settimane del 2022 si presenta quindi come una piattaforma ampiamente *user friendly* per i nomadi digitali, tradotta in inglese e spagnolo, e colma di informazioni ed info utili. Tuttavia al momento la proposta di destinazioni, eventi e servizi per l'utente è ancora scarsa e dovrà essere ampliata in modo da coprire in maniera più approfondita il territorio (nella sezione "*Where to go*" ad esempio vengono listate solamente 33 destinazioni). Un buon punto di partenza invece la sezione "*Plan your trip*", dove vengono raccolte tutte le info utili per il viaggio verso l'Italia. Qui il visitatore può farsi un'idea generale di come funzionano le cose a livello amministrativo, ma per saperne di più si viene reindirizzati ai siti utili⁸ (ad esempio Ministero degli Esteri per questioni legate al visto, oppure Trenitalia e Italo per trasporti su rotaia, etc.).

Un'altra azione proposta dal governo è quella di valorizzare il patrimonio culturale creando un modello di turismo sostenibile incentivando la visita alle aree meno note ed affollate. La maggiore interessata è la città di Roma, a cui verranno dedicate la maggior parte delle iniziative. Si punterà sul restauro delle opere d'arte e la riqualificazione delle aree verdi, degli edifici storici e delle aree abbandonate, creando oltretutto nuovi posti di lavoro.

Una porzione consistente dei fondi mira quindi a sviluppare un piano per ripristinare l'attrattività dei piccoli borghi italiani, attraverso il "Piano Nazionale Borghi". In questi centri lontano dalle grandi città, ossia 250 realtà locali, il Ministero della Cultura ha deciso che andranno investiti in totale un miliardo di euro, prima a 21 borghi decisi dalle Regioni e dalle Province dotate di autonomia, mentre l'altra parte attraverso un concorso, a cui hanno partecipato 1800 Comuni. Per quanto riguarda i primi 21, questi vanno a formare il progetto pilota: a ciascuno di essi andranno circa 20 milioni di euro, con l'intento di riqualificarli economicamente e socialmente, in quanto paesi in stato di declino e abbandono. Verrà dunque data nuova linfa a borghi in difficoltà, rendendoli più attraenti dal punto di vista turistico, sociale, culturale e della ricerca.

⁷ Ministeroturismo.gov.it, < <https://www.ministeroturismo.gov.it/tourism-digital-hub/> >

⁸ italia.it, < <https://www.italia.it/en> >

Secondo l'ex Ministro della Cultura Franceschini "Le potenzialità della rete e della banda larga renderanno questi borghi luoghi di possibile lavoro": questa tipologia di intervento infatti è integrata al potenziamento delle reti a banda larga e all'aumento della velocità media di Internet in Italia, e risponde in modo diretto ad un'esigenza primaria dei nomadi digitali, ossia la garanzia di una connessione Internet sicura ed efficiente. La seconda tranche di investimenti invece andrà all'indirizzo di altri 229 borghi storici che verranno scelti dai comitati tecnici del Ministero della Cultura tra le quasi 2000 candidature. L'aiuto economico fornito a queste realtà servirà a finanziare la tutela delle opere artistiche, culturali ed architettoniche, e tutto ciò avrà effetti a livello occupazionale e si rifletterà anche sul tasso di spopolamento, rallentandolo (Ministero della Cultura, 2022).

Dunque tra attività produttive ed innovazioni culturali e turistiche, verrà dato spazio anche ai piccoli centri italiani, che tanto hanno da offrire ma non sempre hanno le possibilità monetarie ed industriali di una grande città.

Gli interventi proposti da questa ampia sezione del PNRR sono tanti, e l'ultimo degno di nota è quello dedicato al sostegno alla competitività delle imprese turistiche, attraverso un fondo integrato. Un mega finanziamento da 1.78 miliardi che va a sostenere tutte le attività del nostro territorio, con azioni mirate quali:

- Un *Tax Credit* fino all'80% e un contributo a fondo perduto, per migliorare le infrastrutture di ricettività, con interventi di ristrutturazione e digitalizzazione ed investimenti a rendere le strutture più ecosostenibili. Più di 3000 alberghi, hotel, agenzie di viaggio e tour operator aiutati entro il 2025.
- Finanziamenti a basso tasso di interesse per quelle attività turistiche che presentano progetti di investimento sostenibili. Con questo si intendono tutti gli interventi volti a modernizzare le infrastrutture turistiche che si occupano di diverse tipologie di visite (per motivi culturali, per affari e congressi, o turismo invernale).
- Incentivi per l'innovazione e la digitalizzazione di attività già esistenti o nuove attività per incoraggiare l'imprenditorialità, in particolare le PMI.
- Il Fondo rotativo per imprese per sostenere il settore turistico e fieristico

- Un potenziamento del Fondo Nazionale del Turismo per rilanciare l'ospitalità di alto livello e creare un network nazionale di alta qualità di intermediari turistici (Ministero del Turismo, 2022)

La missione 1, che si concentra sulla Digitalizzazione, Innovazione, Competitività e Turismo, ha anche l'obiettivo di appiattare divari ed disuguaglianze di vario tipo: per ridurre il *digital divide* esistente tra le Regioni settentrionali e quelle del Sud, sono stati dedicati quasi la metà dei fondi destinati alla connettività ultraveloce ai territori del Meridione e alle isole. Allo stesso modo gioverà molto alle aree in questione la modernizzazione della Pubblica Amministrazione, dei servizi digitali al cittadino e le agevolazioni fiscali alle attività che spenderanno per innovare e diventare sostenibili. Il Sud Italia per questioni logistiche ed economiche aveva bisogno di tutte queste azioni a favore del proprio tessuto imprenditoriale e pubblico, ed ora potrà essere ancora più attrattivo, anche come zona dedicata all'export e polo turistico di rilievo a livello internazionale. La prima parte del PNRR oltretutto può giovare anche nel riequilibrio delle disuguaglianze di genere sul mercato del lavoro, e grazie alle riforme e gli investimenti per la PA, un maggior numero di donne potrà avere spazio e soprattutto un ruolo più centrale per quanto riguarda assunzioni, promozioni e impiego in posizioni di alto management. L'incentivo allo smart working grazie alla garanzia di una rete sicura, capillare e alla portata di tutti può dare una svolta al bilanciamento tra vita e lavoro, mentre il potenziamento del turismo aprirà nuovi sbocchi lavorativi e fungerà da riequilibrio di genere in settori come la ristorazione e la ricettività. Si punterà inoltre fortemente sui giovani e sulla creazione di opportunità: mai come ora si è investito sul garantire pari opportunità a tutti, sulla formazione e la valorizzazione del capitale umano. I poli che sul nostro territorio si occuperanno di ampliare competenze digitali, innovare e coltivare risorse umane preparate sono in aumento, mentre la Pubblica Amministrazione si dedicherà a facilitare tutte quelle operazioni burocratiche che consentono di elargire i servizi ai cittadini⁹.

La seconda missione si occuperà di tutte quelle misure dedicate alla lotta al cambiamento climatico e alla conservazione dei nostri paesaggi ed ecosistemi, promuovendo agricoltura sostenibile, energie rinnovabili e l'efficienza energetica¹⁰.

⁹ Italia Domani, "Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza", pp. 118

¹⁰ Italia Domani, "Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza", pp. 120

La terza sezione, dedicata alle infrastrutture ed alla mobilità, sarà di vitale importanza per rendere il nostro sistema di reti di trasporti più all'avanguardia, sostenibile e digitalizzato. Prima di tutto si investirà sulla linea ferroviaria, soprattutto sull'alta velocità, sull'aumentare la capacità di treni regionali e nazionali, e sulla possibilità di ulteriori collegamenti verso altri Paesi europei. Un secondo ambito è quello della logistica e nello specifico si propone di modernizzare e digitalizzarne il sistema. Si punterà sempre di più su una rete di trasporto moderna, capillare e digitalizzata, con particolare riguardo verso le Regioni del Sud Italia¹¹.

Il quarto settore a cui dedicare i fondi è quello della ricerca e dell'istruzione, dove sarà necessario ampliare l'offerta di servizi di educazione, ridurre il tasso di abbandono scolastico ad esempio colmando il gap di competenze di base richieste per gli studi superiori, ed incentivare i titoli di studio universitari potenziando innovazione e condizioni. Allo stesso modo, verrà aiutata la ricerca all'interno delle aziende, con sostegni e finanziamenti per *R&D*, e premendo per l'assunzione di giovani ricercatori nelle imprese¹².

La quinta missione riguarda tutti quegli interventi che sono predisposti per avere effetto sulle politiche del lavoro, anche a sostegno delle assunzioni, sui servizi civili in aiuto alle famiglie in difficoltà, ai membri con disabilità e per combattere l'emarginazione sociale¹³.

L'ultimo ambito dove avrà effetto il PNRR è quello sanitario: mai come adesso è necessario un potenziamento delle strutture, dei protocolli e del capitale umano negli ospedali a livello territoriale e locale. Il Sistema Sanitario Nazionale sarà dunque aiutato da investimenti per più di 15 miliardi di euro, un cifra consistente e necessaria a sostenere il settore, che negli anni ha ricevuto porzioni di PIL inferiori (in percentuale) a quelle dei primi 10 Paesi Europei¹⁴.

^{11,12,13,14} Italia Domani, "Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza", pp. 158-225

3.2 4 casi di iniziative italiane recenti e dedicate al nomadismo digitale

3.2.1 Venywhere

Il progetto comprende una piattaforma realizzata da privati in collaborazione con l'Università Ca' Foscari di Venezia e Fondazione Venezia, ed è attualmente l'iniziativa veneta più in linea con le richieste dei nomadi digitali. Con l'aiuto di 16 lavoratori di Cisco, il colosso americano e una delle aziende di *IT* più famose al mondo, è stato lanciato lo scorso anno il progetto pilota per capire le prospettive e le capacità innovative e di crescita dell'iniziativa: "In Cisco sperimentiamo il lavoro in modalità ibrida da oltre un decennio e con questo progetto pilota vogliamo fare un passo in più. Vale a dire aiutare questo gruppo di pionieri con le nostre tecnologie e capire in che modo la nostra idea di lavoro e di futuro può entrare nella realtà e trasformarla, facendola crescere" (Gianmatteo Manghi, ad di Cisco Italia) (Cisco, 2022). Questi dipendenti, provenienti da Cisco Grecia, Italia, Spagna e Francia, sono stati invitati a stare a Venezia per 3 mesi da Maggio 2022, e in quel lasso di tempo oltre ad adempiere alle proprie mansioni i remote workers hanno partecipato a sondaggi, interviste e in generale alla ricerca inerente alla loro esperienza. In questo modo i soggetti hanno in qualche modo partecipato alla co-creazione e al co-design delle soluzioni per poter rendere Venezia una città ospitale per i nomadi digitali (esattamente come è successo a Dubrovnik in Croazia, caso citato nel capitolo precedente).

La vera mission dell'iniziativa sarebbe quella di creare un *hub* internazionale per i lavoratori da remoto, e questo potrà essere portato a termine attraverso le connessioni locali tra nomadi e la comunità che li ospita, e allo stesso modo con connessioni digitali, che collegano i nomadi al resto del mondo. Grazie al progetto i professionisti porteranno dunque il proprio *know-how* e la loro cultura, ed influenzeranno positivamente la comunità veneziana (Forbes, 2022).

L'altro obiettivo è quello di contrastare la crescente diminuzione della popolazione cittadina a Venezia, e al contempo promuovere una grande alternativa al turismo di massa, destagionalizzando in questo modo l'offerta e variandola, promuovendo oltretutto soggiorni prolungati a discapito di una tipologia di turismo essenzialmente escursionistica.

A Febbraio 2022 la piattaforma, in fase di pre-lancio, aveva accumulato già un migliaio di adesioni e decine di migliaia di visite, testimone del potenziale attrattivo di Venezia e dell'interessamento di lavoratori da remoto da tutto il mondo (Università Ca' Foscari di Venezia, 2022).

Ma come funziona Venywhere?

La piattaforma si propone di garantire un supporto nell'individuazione dell'alloggio a Venezia, così come di un adeguato spazio da dove svolgere la propria professione ma non solo: intende inoltre garantire un set di servizi per far sentire a casa i visitatori, come ad esempio la partecipazione ad attività sportive, a visite turistiche e alla scoperta del patrimonio artistico, e tante altre opportunità per far avvicinare i lavoratori ospiti alla cultura italiana e soprattutto veneziana. Infine, si propone di essere un metodo attraverso il quale i lavoratori da remoto possano partecipare attivamente come cittadini al servizio per la comunità.

Dal sito possiamo vedere come il menù sia suddiviso in 4 sezioni principali, che evidenziano i principali servizi forniti:

Figura 2. La barra del menù di Venywhere



Fonte: venywhere.it

- *Venice Soft Landing*: tutto l'occorrente per far sì che l'arrivo a Venezia sia più frictionless possibile. Qui alcune informazioni fondamentali in generale per chi intende sbarcare in Italia, come ad esempio le questioni burocratiche legate al visto e le tasse da pagare sul suolo italiano. Oltre a ciò, altro dettaglio importante per i

nomadi è l'assicurazione sanitaria, e la piattaforma provvederà a fornire informazioni in base al migliore piano per cittadini UE o extra-UE. I lavoratori inoltre saranno aiutati nell'apertura di un conto bancario italiano, e verranno comunicate tutte le indicazioni sui trasporti e la logistica.

- *Workspaces*: lo spazio dedicato alle postazioni di lavoro. Decisamente utile in una città come Venezia sapere che esistono uffici adibiti al lavoro di *freelancers* e *startupper*, e in generale di persone a cui basta un laptop per essere produttivi. Il team sta al momento lavorando per ampliare l'offerta e portare sul sito anche location all'aperto.
- *Becoming Venetian*: ancora in fase di *beta-testing*, questa sezione del sito sarà utile a portare un'esperienza a 360 gradi all'utente, che potrà trovare tante interessanti attività da svolgere nel tempo libero e dunque immergersi nella cultura della serenissima. Dai corsi di lingua italiana, all'arte e allo sport, le proposte sembrano essere molto variegate.
- *Accommodation*: il servizio che Venywhere offre ai lavoratori da remoto per trovare un alloggio ad hoc, su misura per le loro necessità e preferenze (velocità della connessione a internet, condizioni ambientali di rumore e luce, periodi di disponibilità di camere etc).

La piattaforma è inoltre presente sui principali canali social, ed è stata citata da giornali come Forbes, Internazionale, Bloomberg, Il Fatto Quotidiano, La Repubblica e Le Figaro, per citarne alcuni¹⁵.

Riassumendo, la piattaforma è ancora un *work in progress*, ma presenta grandi potenzialità: al momento Venezia attira per lo più visitatori stranieri come evidenziato dal report annuale del Comune di Venezia sul Turismo, che registra tutti i dati sugli arrivi e la loro composizione.

¹⁵ Venywhere, < <https://www.venywhere.it/about> >

Nel 2019 infatti (consideriamo il 2019 e non il 2020 in quanto durante quest'ultimo erano in vigore le misure di restrizione agli arrivi internazionali) gli arrivi di turisti stranieri ammontavano a circa l'85% del totale annuo. Il totale degli arrivi inoltre si concentravano nel secondo e terzo trimestre, con una differenza ancora più marcata rispetto a primo e quarto per quanto riguarda il mercato straniero (Assessorato al Turismo Città di Venezia, 2020). L'*overtourism*, ossia un turismo di massa ed esagerato rispetto all'attuale popolazione veneziana (circa 50 mila abitanti nel centro storico), ha provocato anno dopo anno un esodo degli abitanti di Venezia. E questo fenomeno ha ripercussioni oltretutto sulla composizione degli spazi e delle attività presenti a Venezia, che essendo estremamente turistiche saranno dedicate per lo più ai visitatori rispetto che ai residenti (The Bottom Up, 2022).

Al momento il team di Venywhere sta continuando a raccogliere adesioni e c'è molto entusiasmo. Il progetto è innovativo, interessante e può avere effetti positivi influenzando anche altre città italiane a fare lo stesso. D'altra parte la vision si propone di "costruire un modello di networking, know-how e branding che può essere replicato anche da altre destinazioni in Italia"¹⁶

3.2.2 SMACE

SMACE nasce nel 2020 a Ferrara, e si tratta di una startup il cui motto è "*Smart Work in a Smart Place*" (da cui deriva il nome). L'azienda si autodefinisce il "punto di riferimento per l'*Hybrid Workplace* in Italia"¹⁷, ed ambisce ad offrire un servizio per facilitare la *workation* a lavoratori dipendenti e freelance, che viaggiano da soli o in gruppo (con colleghi o famiglie). La piattaforma dunque consente di trovare degli spazi di lavoro e co-living in location esclusive e in tantissimi borghi italiani, e si propone di trovare soluzioni facendo da intermediario tra aziende, location e freelance. L'audience a cui parla questa iniziativa non si limita al suolo italiano: l'ambizione è quella di espandersi anche a livello europeo.

¹⁶ Venywhere, < <https://www.venywhere.it/about> >

¹⁷ SMACE, < <https://www.smace.com/scopri-smace-smart-working/> >

A detta dei fondatori, la startup si basa su 3 principi fondamentali (Il Sole 24 Ore, 2021):

1. Per gli ospiti, un aumento del benessere fisico e psichico grazie alla componente “vacanza” in una location accuratamente scelta per stimolare il relax.
2. Per le aziende, un incremento della produttività, ed un cambiamento positivo dell’immagine delle stesse, che strizza oltretutto l’occhio al concetto di “*employer branding*” ossia l’azione volontaria delle aziende volta a migliorare ed ottimizzare le condizioni del luogo di lavoro in modo da attirare i talenti migliori sul mercato e quindi aumentare le vendite ed il profitto come conseguenza. Una scelta intelligente ed al passo coi tempi con gli attuali trend in fatto di politiche rivolte alla tutela delle risorse umane¹⁸.
3. Per le strutture ricettive, l’obiettivo è quello di ridurre la stagionalità portando un afflusso di clienti costante nei 365 giorni, e in modo da non concentrare la domanda in alta stagione.

Ad oggi SMACE conta più di 150 location in tutta Italia, con tanti servizi aggiuntivi ed adatti anche a famiglie (come babysitting, formazione e centri wellness), e perfette oltretutto per il concetto di *workation*, con cui trovare il perfetto equilibrio tra lavoro e vacanza. Lo “*Smart Working as a Service*” ha già portato ad organizzare diversi soggiorni in collaborazione con aziende e startup, ed oltretutto sarà aiutato da iniziative sul territorio come l’associazione Borghi più belli d’Italia e tante altre, che sono nato con l’obiettivo di promuovere il turismo nelle piccole realtà italiane e conservare il patrimonio storico di tante cittadine e comuni.

Il fenomeno è molto in voga negli ultimi tempi da quando la pandemia ha costretto a casa migliaia di persone in tutta Italia, che hanno avuto anche la necessità di ripensare alla propria *work-life balance*. Al momento, 2 anni dopo lo scoppio della pandemia e le misure di contenimento relative all’emergenza sanitaria, lo *smart working* è leggermente calante ma resta decisamente diffuso in ambiti dove il nomadismo digitale ed il *remote working* è prevalente. Il lavoro a distanza è prevalentemente implementato infatti nei servizi, dove il 10% delle imprese in media ne fa uso, ma è particolarmente adottato nel settore informazione e comunicazione (34%), istruzione (19%) e finanziario/assicurativo (17%).

¹⁸ Qualtrics, < <https://www.qualtrics.com/it/experience-management/dipendente/employer-branding/> >

Da quando è stato diffuso inoltre nel 2020 le imprese hanno decretato effetti positivi sui dipendenti quali aumento del benessere personale, possibilità di adottare nuove tecnologie, incremento della produttività e contenimento dei costi operativi (Istat, 2022).

A Luglio 2022 la startup ha ricevuto 260 mila euro di fondi attraverso investimenti da parte di *business angels* e fondi di investimento, e mira a coinvolgere nel progetto più di 50 aziende italiane, che andranno ad ampliare il network di collaboratori (Innovation Nation, 2022). Più di recente a Ottobre 2022 è stata premiata da Marzotto Venture Accelerator all'interno del contest Innovate4SmarterWork, come una delle iniziative migliori nel campo delle risorse umane, a dimostrazione di quanto la startup sia al passo coi tempi ed innovativa (Economy Up, 2022).

3.2.3 Southworking

In parte legata a SMACE in quanto una dei maggiori collaboratori, Southworking è a tutti gli effetti il nome dell'associazione che ha derivato la propria denominazione dal termine coniato recentemente “*southworking*”, ossia “un progetto di promozione sociale che stimola e studia il fenomeno del lavoro agile da una sede diversa da quella del datore di lavoro o dell'azienda, in particolare dal Sud Italia e dalle aree marginalizzate”¹⁹.

Nata nel primo quarto del 2020, l'obiettivo di Southworking è legato alla riduzione e all'eliminazione delle disparità tra i territori settentrionali e meridionali del nostro Paese, e intende farlo attraverso 3 azioni fondamentali che delineano oltretutto la loro offerta di servizi:

1. *Advocacy*: South Working vuole proporre delle iniziative a livello pubblico per rendere possibile ed agile il lavoro da remoto dalle zone del Sud Italia, legate a infrastrutture digitali, mobilità, spazi di lavoro condiviso e molto altro.

¹⁹ Southworking, < <https://www.southworking.org/> >

2. Osservatorio: è in sostanza una collaborazione con studiosi e ricercatori per monitorare lo sviluppo recente del lavoro agile in Italia e al Sud, e quali risvolti hanno sui territori
3. Creazione di reti: facilita la connessione tra aziende, lavoratori, enti ed associazioni

Finora Southworking sembra essere l'iniziativa, tra quelle analizzate all'interno del terzo capitolo, che oltre a promuovere il lavoro agile da remoto, utilizza questa premessa per lo sviluppo da tutti i punti di vista delle Regioni del Sud. Utilizzando lo smart working dalle location idilliache del Sud Italia come proposta turistica la startup può così promuovere valori di sostenibilità ambientale, la creazione di relazioni commerciali e partnership tra gli stakeholders a livello locale, incoraggiare il dialogo orizzontale tra gli attori della rete e allo stesso modo proporre un approccio *bottom-up* per la realizzazione di iniziative locali includendo nei dibattiti strategici tutti gli stakeholders interessati, e infine la decentralizzazione della facoltà decisionale alla collettività.

Chiaramente, trattandosi di un progetto che interessa in maniera diretta i lavoratori che decidono di operare fuori dal proprio spazio aziendale, i primi interessati sono proprio questi ultimi. Per andare quindi incontro alle loro esigenze è stato somministrato un questionario agli stessi che ha evidenziato alcune necessità imprescindibili²⁰:

come prima cosa, vi è il bisogno di un'infrastruttura digitale adeguata con una connessione che raggiunga almeno la soglia minima di 30 Mbps dappertutto (in linea con il piano della Commissione Europea per portare la soglia di download alle 30 unità) (Euractiv, 2021).

Purtroppo in tante zone al Sud lontane dai grandi centri la velocità di scaricamento risulta ancora sotto la soglia fissata dall'UE, ed il *digital divide* più marcato in assoluto ce l'abbiamo tra la provincia di Frosinone, con 27 Mbps di download medi, e quella di Milano, che conta ben 122 Mbps (Il Sole 24 Ore, 2021).

²⁰ Southworking, < <https://www.southworking.org/cosa-e-sw/> >

I problemi sono legati a molteplici fattori, tra cui ad esempio la moltitudine di società che si spartiscono la rete in Italia: la costruzione di una rete unica infatti consentirebbe di investire e concentrare le risorse in un'unica società che può quindi integrare tutta l'infrastruttura della rete italiana a banda larga, rendendo efficiente la connessione ed ampliando il suo raggio (Il Post, 2022).

Oltre all'esigenza di una linea rapida, c'è anche il problema dei trasporti, ossia il bisogno di una mobilità che consenta di raggiungere aeroporti e stazioni in modo efficiente ed in poco tempo. Il divario tra Nord e Sud Italia sul tema infrastrutture infatti non è nuovo: basti pensare che il numero di treni che circolano in tutto il Sud Italia è minore rispetto a quelli che operano nella Regione Lombardia²¹, che i maggiori ed i più veloci collegamenti stradali e ferroviari li troviamo nelle centro-settentrionali (AGI, 2021), e in generale al Sud la rete di trasporto pubblico è molto poco utilizzata a causa di un numero maggiore di auto pro-capite e la difficoltà di reperire sistemi online di acquisto di biglietti²².

Infine uno dei desideri dei remote workers e dei nomadi digitali è l'appartenenza ad un'infrastruttura sociale che permetta a chiunque di inserirsi attraverso ad esempio la collaborazione lavorativa. In questo senso è in atto, da parte dell'associazione, la mappatura degli spazi di coworking, degli hub e di spazi pubblici e privati.

Questa iniziativa è particolarmente interessante non soltanto per quanto concerne il punto di vista turistico, la destagionalizzazione degli arrivi e la varietà della domanda: grazie al lavoro da remoto presso le Regioni del Meridione, l'incentivazione di *network* e l'attivazione di reti tra professionisti, i nomadi possono portare un *know-how* non indifferente e creare un valore aggiunto in termini di opportunità lavorative. Il networking potrebbe creare occasioni di incontro tra locali e visitatori stranieri, e da un connubio di condizioni favorevoli possono nascere startup ed occasioni lavorative. Oltretutto, mettendo in rete i territori e facendo cooperare gli *stakeholders* a livello locale l'uno con l'altro, attivando connessioni nella filiera turistica e non, potrebbe essere possibile favorire le aree più fragili del Paese.

²¹ IIRoma.net, < <https://www.ilroma.net/opinione/nord-e-sud-il-divario-anche-nei-trasporti> >

²² truenumbers.it, < <https://www.truenumbers.it/trasporto-pubblico-locale-nord-sud/> >

Secondo una indagine di Randstad infatti, l'esodo della popolazione del Sud Italia è un problema vero e molto attuale, non solo per motivi legati alla demografia ma anche e soprattutto per ricerca di lavoro qualificato. Dunque, nato come un progetto per riportare lavoro ad alta componente intellettuale al Sud e per ridurre le disuguaglianze tra Settentrione e Meridione, il South Working si sposa molto bene anche con i principi da attuare per attirare i nomadi digitali. I presupposti fondamentali perché questa strategia abbia successo sono infatti "la creazione di un'adeguata infrastruttura digitale, spazi adeguati e uno sforzo multilaterale tra aziende, agenzie per il lavoro, Comuni di riferimento e atenei universitari" (Forbes, 2022).

3.2.4 AirBnb: "vivi e lavora ovunque"

Avendo partecipato attivamente alla ricerca sui nomadi digitali, collaborando con l'Associazione Italiana Nomadi Digitali alla stesura del recente report sul nomadismo digitale italiano, AirBnb ha dimostrato ulteriormente il proprio interesse verso il tema con l'iniziativa "Vivi e lavora ovunque"²³. L'azienda intende collaborare con territori, amministrazioni locali ed agenzie turistiche e di promozione per fare di numerose destinazioni italiane degli "hub" turistici che possano essere attraenti agli occhi dei nomadi.

In Italia Airbnb è ben presente e il nostro Paese costituisce una porzione considerevole del fatturato dell'azienda. Nel 2021 in Italia ci sono stati quasi 500 mila annunci, che hanno generato transazioni pari a 3 miliardi di dollari in totale. Lo stesso anno è stato emblematico per l'aumento della domanda nelle aree rurali italiane, che hanno registrato stavolta quasi gli stessi ricavi rispetto alle aree urbane (Agenda Digitale, 2022). Oltre a ciò, in tutto il mondo l'87% degli annunci consentiva soggiorni a lungo termine, e più del 10% di chi li ha prenotati avevano uno stile di vita nomade (Passport Photo Online, 2022).

²³ Airbnb, < <https://www.airbnb.it/d/liveandworkanywhere> >

Tuttavia da alcuni dati particolarmente significativi, la piattaforma sta considerando di puntare proprio sui remote workers: nel 2021, durante il terzo quarto, il 20% dei soggiorni registrati sul portale erano di 4 o più settimane, quasi la metà degli utenti avevano prenotato per almeno una settimana, mentre sempre di recente almeno 100 mila users hanno scelto un Airbnb per almeno 90 giorni. Questi trend sono stati incorporati dalla piattaforma ed hanno scaturito la nascita dell'iniziativa "Work and live anywhere", ed in primis l'amministratore delegato di Airbnb, Brian Chesky, si è fatto ambasciatore di questo motto, decidendo di vivere per un paio di settimane alle volta in un Airbnb diverso.

Figura 3. L'annuncio del CEO di Twitter



Fonte: Twitter

Airbnb dunque si aspetta che in generale in futuro i viaggiatori/lavoratori effettueranno soggiorni sempre più lunghi, per settimane o addirittura mesi, e molti di loro inizieranno a vivere viaggiando, mettendo in affitto le proprie case per diventare appunto nomadi digitali. Le città turistiche di tutto il mondo saranno dunque in competizione per attirare questa categoria di persone, e gli Stati dovranno cooperare in questo proponendo un visto specifico e un regime di tassazione conveniente per chi lavora viaggiando (Airbnb, 2022).

Quindi si può dire che con la campagna "Live and work from anywhere" Airbnb stia puntando tutto su una previsione scaturita dai cambiamenti del mondo del lavoro e della mobilità turistica scaturiti a seguito della pandemia da COVID-19. Da allora la piattaforma ha

implementato nuovi aggiornamenti fatti apposta per i nomadi digitali, promuovendo una ricerca di alloggi “flessibile”, ossia con una feature che consente di trovare location in base alle proprie richieste molto più facilmente ed aprendo la possibilità di dare spazio anche ad *host* solitamente poco gettonati (TechCrunch, 2021).

In questo modo l’azienda spera di ottenere un incremento nell’offerta di host sulla propria piattaforma. L’altro grande update è la possibilità di utilizzare un tool per verificare la velocità della connessione a Internet. In sostanza i proprietari possono utilizzare lo strumento messo a disposizione da Airbnb per misurare la connessione Wi-Fi prima di postare la propria offerta. In questo modo i viaggiatori sono in grado di capire prima di partire se sia possibile lavorare dalla propria stanza o se sia necessario trovare altre destinazioni o spazi da cui adempiere alle proprie mansioni (Forbes, 2021).

Come si profila dunque l’iniziativa in concreto?

AirBnb vuole dedicare un sito, attraverso una landing page unica, da cui sarà possibile per i nomadi accedere al database delle destinazioni a cui sono interessati. Le adesioni dei partners sono state raccolte fino al 27 Maggio 2022, ed al momento la piattaforma sta lavorando proprio a questi portali e alle partnerships con gli enti locali. L’azienda ha inoltre disposto dei suggerimenti alle città che vogliono aderire al progetto con delle linee guida per andare incontro alle richieste dei lavoratori da remoto²⁴. Come già discusso diverse volte, anche i responsabili di Airbnb sono giunti alle nostre conclusioni:

1. Arrivo, soggiorno, mobilità: le informazioni sul visto in entrata, il costo della vita e la mobilità devono essere ben chiare e disponibili per i visitatori che intendono lavorare da remoto presso la destinazione.
2. Agevolare il lavoro: il governo locale della meta turistica scelta dal nomade digitale dovrebbe fornire una connessione a banda larga ad alta velocità, una buona copertura e degli spazi dedicati da cui i visitatori possano praticare il proprio impiego.
3. Vita sociale e cultura: luoghi da visitare, eventi a cui partecipare, corsi da seguire ed opere di volontariato. I nomadi sono soggetti che tendono a voler partecipare, nella maggior parte dei casi, attivamente alla vita cittadina locale, con l’ambizione di imparare qualcosa e creare una rete di relazioni con i cittadini e gli altri viaggiatori.

²⁴ Airbnb, < <https://www.airbnb.it/d/liveandworkanywhere> >

Due aree italiane hanno stretto la partnership e stanno attualmente lavorando con i responsabili di Airbnb per ottimizzare la propria offerta: il Salento (in particolare Brindisi) e la regione Friuli Venezia-Giulia.

Brindisi ad esempio si è candidata con il progetto *Sea Work & Live*, una ambiziosa campagna di marketing del comune per portare lavoratori da remoto nella provincia salentina, ed ora fa parte delle mete partner di Airbnb, accompagnata dalle associazioni di categoria locali e le imprese, e col patrocinio del Ministero per le Politiche Giovanili e la Regione Puglia (Puglia Eccellente, 2022). Dalla partnership è nato il portale gestito da Airbnb, mentre *Sea Work & Live* si è sviluppata come piattaforma per integrare un'offerta turistica ad hoc per lavoratori agili²⁵. All'interno si possono trovare molte informazioni utili a chi lavora viaggiando, ed è possibile iscriversi alla community ed avere accesso Sea Work & Live card per avere accesso alle agevolazioni su negozi ristoranti e centri wellness per i nomadi digitali (Italia.it, 2022); i requisiti per ottenere la card sono semplicemente la maggiore età, essere residente al di fuori della Regione Puglia e avere la disponibilità per trasferirsi per almeno 30 giorni a Brindisi o nella provincia.

Anche il Friuli, tra le prime regioni italiane per qualità della vita, è stato selezionato tra le 20 mete più appetibili per i nomadi digitali assieme al salentino, e la partecipazione al programma di Airbnb è stata preparata dalle Agenzie Lavoro e Sviluppo Impresa assieme al Ministero dello Sviluppo Economico e l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa. "Il Friuli Venezia Giulia è una regione con molto potenziale inesperto: mentre Airbnb è principalmente popolata da stranieri (con circa 80 per cento delle presenze proveniente dall'estero), in FVG il rapporto tra italiani e stranieri è più equilibrato: gli italiani sono circa un terzo. Se altrove gli stranieri provengono da nazioni lontane, qui arrivano da nazioni vicine. C'è la possibilità di crescere attraendo più stranieri e più stranieri che vengono da lontano, specificamente" (ANSA, 2022).

²⁵ sea.brindisi.it, < <https://www.sea.brindisi.it/work/> >

A breve sarà ampliata anche la pagina “Vivi e lavora in Friuli Venezia Giulia”, che già elenca tutti i motivi per cui il Friuli ha tutte le carte in regola per essere una destinazione ad hoc per i nomadi: paesaggi mozzafiato, tanto sport ed eventi all’aperto, così come un’ottima connessione a internet e un incentivo per chi decide di soggiornare per un periodo di tempo prolungato. La FVG card potrà essere infatti ottenuta gratuitamente (per i primi 500 iscritti) attraverso il portale della regione e darà accesso esclusivo ad eventi e visite culturali. Il sito TurismoFVG inoltre funziona come *hub* e aggrega tutte le info utili per i visitatori²⁶.

Il filo conduttore dunque tra tutti i casi studio riportati può essere riassunto in questo modo: l’offerta c’è e le condizioni sono presenti, la domanda allo stesso modo non manca. Il tutto però deve essere organizzato e i pacchetti ad hoc realizzati in collaborazione con l’ecosistema turistico locale, che dovrà lavorare in rete. La user persona del nomade digitale è stata compresa molto bene dagli addetti ai lavori di Venywhere, SMACE, South Working e delle realtà italiane che hanno aderito al progetto di Airbnb, in quanto i servizi dedicati rispecchiano completamente le richieste riportate nel documento riassuntivo di Associazione Italiana Nomadi Digitali. Dopo un primo periodo di assestamento e la ripresa completa del turismo ai livelli pre-pandemia si potrebbe assistere ad un aumento considerevole del volume di arrivi di turisti lavoratori, specialmente se a livello legislativo saranno ultimati i processi di implementazione del visto ufficiale per nomadi digitali targato Sostegni Ter. Come conclusione dell’elaborato, nel prossimo capitolo saranno esaminati i risultati di un sondaggio somministrato proprio ai lavoratori agili provenienti da tutto il mondo, con l’obiettivo di capire se effettivamente le nostre supposizioni tratte dalla ricerca e dalla consultazione della letteratura recente sul fenomeno del nomadismo digitale fossero fondate.

²⁶ TurismoFVG.it, < <https://www.turismofvg.it/en/friuli-venezia-giulia-digital-nomads> >

Capitolo IV

RICERCA QUALITATIVA SUI NOMADI DIGITALI IN ITALIA

Questo capitolo è dedicato ad una ricerca qualitativa effettuata attraverso sondaggio, iniziata il 21 Dicembre 2022 e terminata il 10 Gennaio 2023. Il questionario è stato condiviso con diversi nomadi digitali internazionali, con l'obiettivo di scoprire quale fosse la loro visione del nomadismo digitale e soprattutto quello praticato in Italia, e successivamente trarre delle conclusioni ed elaborare delle strategie in base a questi dati. Si è deciso infatti di utilizzare il sondaggio come metodo di raccolta dati per riuscire a raccogliere l'opinione e un numero consistente di *feedback*, che ci consentissero di effettuare una analisi leggermente più approfondita. Di seguito saranno evidenziati i dettagli sul metodo utilizzato, gli obiettivi della ricerca, la struttura del questionario, i risultati ottenuti ed infine le conclusioni basate sull'output.

4.1 Gli obiettivi e il metodo utilizzato

Il mondo dei nomadi digitali è variegato, ha diverse sfaccettature, e soprattutto i soggetti in sé sono ancora difficili da catalogare, in parte perché il fenomeno deve ancora essere inquadrato da specifiche regole e dimensioni proprio a causa del fatto che si tratti di un movimento nuovo, e di un trend che ha preso piede relativamente da poco, ed in parte dalla composizione delle persone che si definiscono “nomade digitale”. Numerose piattaforme ed associazioni hanno cercato di trarre delle user persona dalle ricerche in passato, ma non si è riuscito a definire bene un identikit che possa rappresentare al meglio il fenomeno, e per questo motivo questa tipologia di lavoratori agili sfuggono molto spesso a certe statistiche o comunque sono molto difficili da intercettare dalle indagini di mercato e soprattutto dalle aziende. Oltretutto, per quanto riguarda il territorio italiano, solo poche enti, tra cui l'Associazione Italiana Nomadi Digitali, in collaborazione col colosso Airbnb, si sono occupate di monitorare gli arrivi, la composizione e le attitudini dei nomadi digitali, riuscendo a proporre due report annuali. Il questionario mira dunque a confermare, confutare o aggiungere informazioni sui soggetti d'indagine, cercando di capire se sia cambiato qualcosa nell'ultimo anno e tentare di dare degli spunti sugli aspetti da migliorare dal punto di vista giuridico, economico, turistico e sociale riguardanti la nostra offerta turistica.

Il questionario, interamente in inglese, è stato realizzato con l'ausilio dell'applicazione Google Form, e somministrato tramite link, condividendo il collegamento con gruppi di nomadi digitali e remote workers provenienti da tutto il mondo, di tutte le età e con le occupazioni più diverse. Le piattaforme social utilizzate per selezionare i gruppi in questione sono Facebook (Meta) e LinkedIn: il primo consente di aver un ampio raggio di risposte da individui internazionali in quanto i gruppi dedicati al nomadismo sono molti e hanno un bacino d'utenza molto numeroso. Il secondo è considerato il social network del lavoro per eccellenza: un tratto infatti che accomuna quasi tutti i gruppi LinkedIn a cui aderiscono i lavoratori agili ed i nomadi è il fine del gruppo stesso, che rispecchia un po' anche il credo del nomade stesso, ossia l'utilizzo del networking online e del *job posting* per trovare opportunità nuove, accattivanti e soprattutto remunerative. Quindi se da una parte la piattaforma di Meta è utilizzata dai membri per cercare le informazioni più disparate, dai consigli sui luoghi da visitare di una determinata meta ai suggerimenti su come diventare un buon nomade digitale, il portale del lavoro si comporta più come un aggregatore di professionisti in cerca di relazioni lavorative e business partners. Accedendo ed esplorando le *communities* di questo genere si possono scoprire tantissime informazioni che dai report ufficiali non emergono, ma senza dubbio la quantità di dati e risorse generate e fornite dagli utenti è una miniera d'oro per chi intende effettuare ricerche approfondite sul tema o addirittura mira a fornire un servizio che ha la figura del remote worker come utente finale.

In alcuni casi infatti i membri stessi dei gruppi sono proprietari di abitazioni di co-living o spazi di co-working, e attraverso la community postano e pubblicizzano le proprie attività. Questo dimostra come sul nostro territorio la pratica del nomadismo digitale non sia ancora propriamente riconosciuta, in quanto i proprietari di servizi si sono orientati maggiormente verso una pubblicità a "circuito chiuso", e cercando di farsi conoscere all'interno della comunità attraverso appunto i gruppi specifici dedicati ai "*digital nomads*" e "*remote workers*", e cercando di alimentare un effetto passaparola.

Un altro metodo per aggiudicarsi risposte al questionario è stato quello di interpellare direttamente tutti quei professionisti che su LinkedIn si definiscono apertamente "*Digital Nomads*", molto spesso freelance appartenenti ai gruppi sopracitati. Per dare maggior valore ed affidabilità alla ricerca si è cercato di includere membri ed utenti scelti in maniera casuale, senza filtri di genere, origine o di occupazione lavorativa.

4.2 Come si struttura il sondaggio

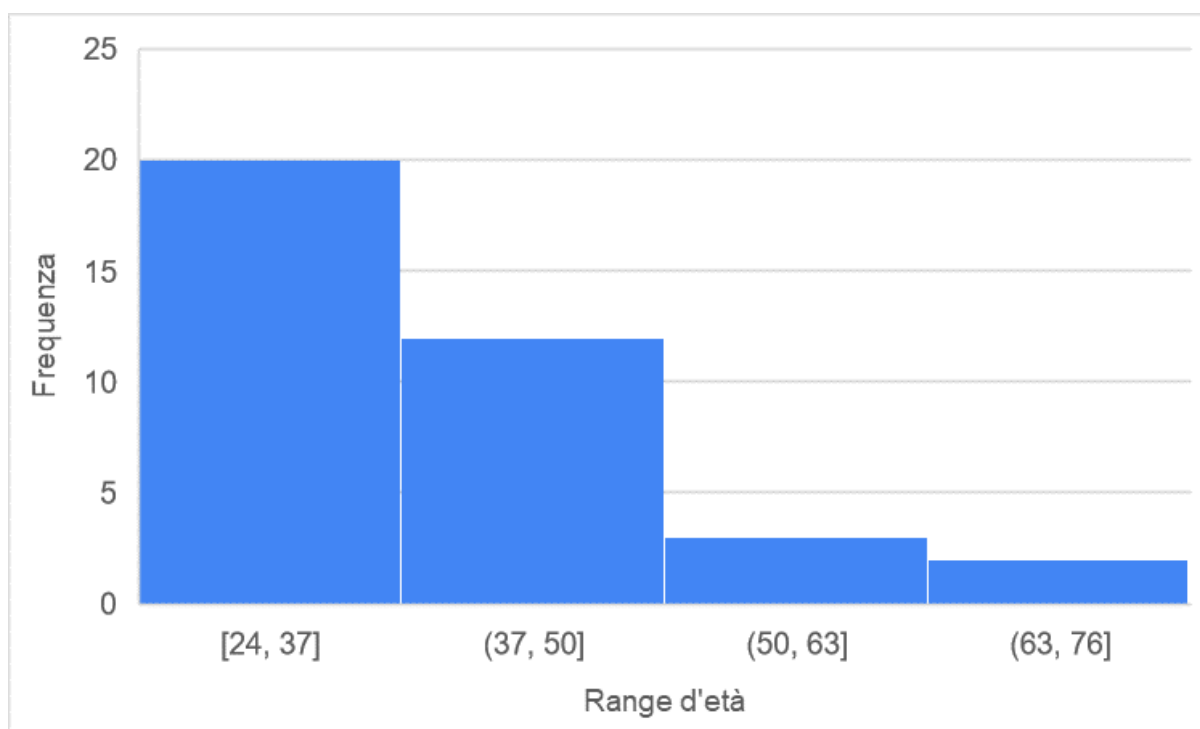
Il questionario si compone in totale di 6 sezioni, e prevede due percorsi alternativi in base all'esperienza lavorativa passata dei nomadi digitali.

1. La prima sezione si compone di una domanda sola “*Have you ever worked remotely from Italy?*”, ossia “hai mai lavorato da remoto dall'Italia?”. Questo funge da quesito spartiacque, che inquadra i nomadi verso due percorsi distinti sulla base di una esperienza pregressa di lavoro presso il nostro Paese oppure una probabile idea futura di remote working dall'Italia.
2. Nella seconda sezione della survey, come suggerito nelle righe precedenti, i nomadi che hanno risposto in modo affermativo alla prima domanda sono stati reindirizzati alla porzione di questionario dove hanno raccontato la propria permanenza in Italia sotto diversi punti di vista, elencando i punti forti, i punti deboli ed i dettagli del proprio soggiorno.
3. Rispondendo “No” al quesito “hai mai lavorato da remoto in Italia?” si procede con la terza sezione. In questa parte si cerca di capire le intenzioni future dei lavoratori, per capire se esiste la volontà di visitare l'Italia in un secondo momento, per quale motivo non hanno ancora valutato l'opzione di soggiornare nel nostro Paese e quali sono gli incentivi che farebbero crollare l'esitazione e potrebbero rafforzare la futura decisione di viaggiare e lavorare nella penisola.
4. I rispondenti, una volta terminato di compilare la seconda o la terza parte del questionario, vengono tutti indirizzati verso la prossima porzione, dedicata alle domande generali. Qui i quesiti sono predisposti per capire l'occupazione dei partecipanti, le abitudini di viaggio dei nomadi e per scoprire se lo scoppio della pandemia da COVID-19 abbia influito o meno sulla scelta di lavorare viaggiando.
5. L'ultima porzione riguarda le domande che hanno rilevanza solo a fini statistici, (età, sesso e Paese di provenienza), ma comunque interessanti per tentare il più possibile di inquadrare i nomadi ed i remote workers in un modello, o più modelli, di persona.

4.3 I risultati

Al 10 Gennaio 2023 il sondaggio è stato chiuso e le risposte salvate. Da un primo sguardo alla sezione dell'anagrafica possiamo già in parte vedere come la distribuzione della media d'età sia conforme alle ricerche effettuate in materia. La maggior parte degli individui intervistati infatti, come mostra la figura 1, appartiene all'intervallo compreso tra i 24 e i 37 anni d'età, mentre l'età media generale si aggira attorno ai 39 anni. Un dato interessante che si può osservare è il numero di partecipanti con età media maggiore di 50 anni, che fa ancora una volta capire come il nomadismo digitale non sia un fenomeno interamente dedicato a neolaureati e giovani adulti, ma si estende a tutte le fasce d'età.

Grafico 1. Distribuzione d'età



Fonte: elaborazione personale dei dati

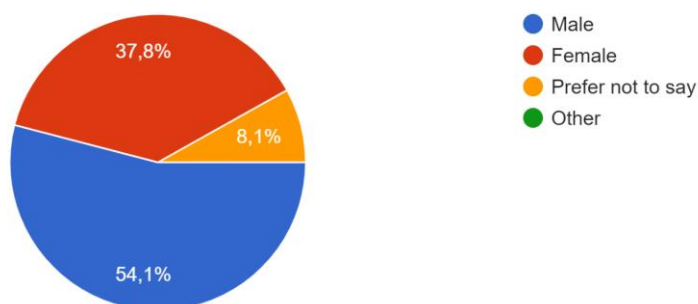
Tra questi, più della metà erano di genere maschile, e la maggior parte provenienti dagli Stati Uniti d'America. Queste considerazioni anagrafiche sono determinanti in quanto danno

ragione alle statistiche individuate sui nomadi da terzi, e quindi legittimano le azioni che potranno essere effettuate in futuro da governo, strutture ed enti locali, avendo in mente una figura il più possibile definita di nomade digitale. In ogni caso, trattandosi di un target estremamente ampio e variegato, senza nessuna classificazione di genere e d'età chiare, i nomadi possono essere piuttosto catalogati sulla base delle loro preferenze come viaggiatori, sul budget a disposizione e sugli strumenti e gli spazi necessari per compiere le proprie mansioni.

Grafico 2. Distribuzione di genere

What is your gender?

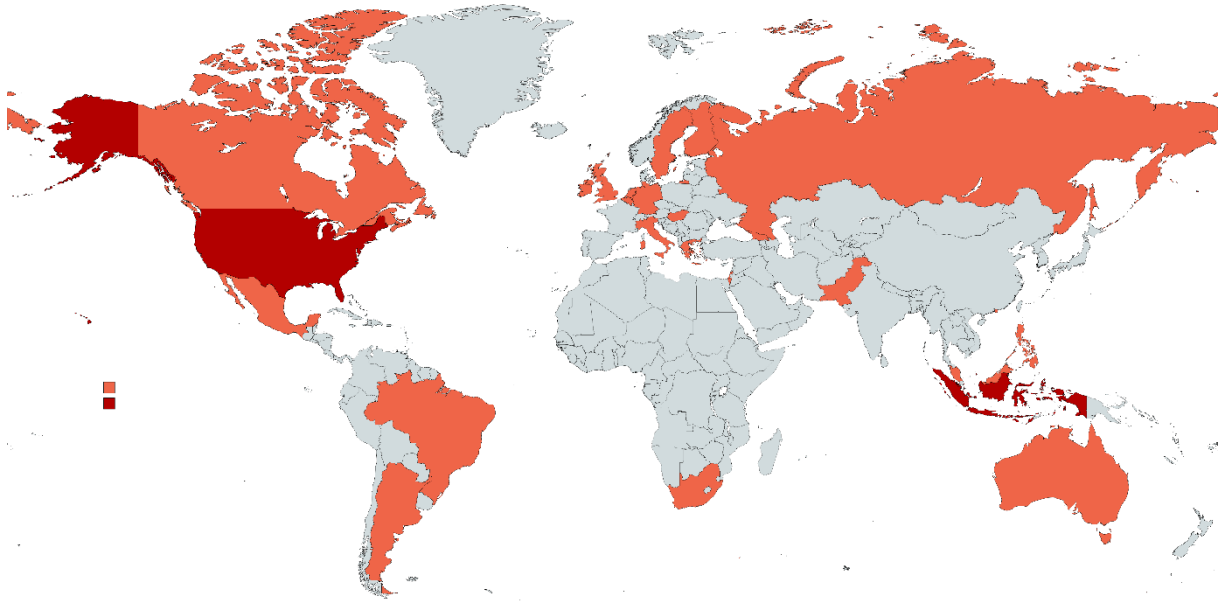
37 risposte



Fonte: elaborazione personale dei dati

Dai dati raccolti, conformi agli studi passati in materia, la grande maggioranza proviene dai Paesi industrializzati.

Grafico 3. Distribuzione geografica della nazionalità degli intervistati

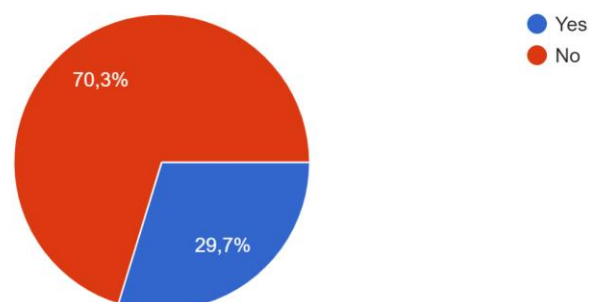


Fonte: elaborazione personale dei dati

Come possiamo vedere dalla mappa infatti, in rosso scuro sono segnati i due Paesi apparsi più frequentemente nella ricerca, ossia gli Stati Uniti d’America, e l’Indonesia. Appare evidente però come questo sia un trend a livello globale, che include la maggior parte del mondo civilizzato: sebbene questo sia un campione esiguo e indicativo, si è comunque riuscita a raggiungere una discreta copertura territoriale sulla cartina.

Grafico 4. Risposte alla domanda “hai mai lavorato da remoto dall’Italia?”

Have you ever worked remotely from Italy?
37 risposte



Fonte: elaborazione personale dei dati

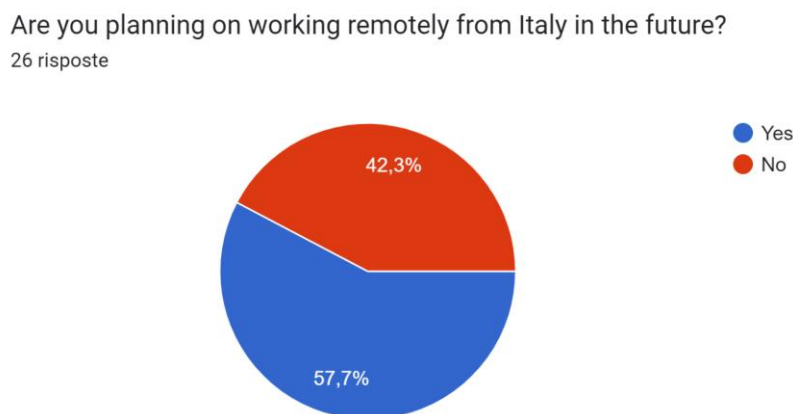
La domanda che determina il bivio del sondaggio è questa: “hai mai lavorato da remoto dall’Italia?”. Da come possiamo notare quasi il 70% dei partecipanti non ha mai partecipato ad un’esperienza lavorativa mentre fisicamente presente nel nostro Paese. Tuttavia questo non significa che essi non siano interessati a visitare la penisola: infatti dopo essere passati alla sezione successiva del questionario, alla domanda “è nei tuoi piani lavorare in futuro da remoto dall’Italia?”, la maggioranza (quasi il 58%) ha risposto affermativamente, dimostrando che la volontà ci sia e sia significativa. Per quelli che hanno nuovamente risposto in modo negativo, la domanda seguente “cosa ti ha impedito/bloccato fino ad ora?” (dal provare a venire in Italia) ha mirato quindi a spiegare le motivazioni dietro la scelta di non intraprendere un breve percorso di soggiorno e lavoro dall’Italia. Le risposte sono state le più disparate ma in parte toccano i temi citati già da altre ricerche:

- 3 risposte citano l’alto costo della vita, mentre uno spiega che la difficoltà risiede proprio nel calcolare questo valore
- 3 commenti si riferivano alla natura politica del problema, considerando la situazione politica italiana come rischiosa, oppure citando complessità riguardanti i permessi per lavoratori (esteri) e la mancata conoscenza dei requisiti per poter entrare in Italia come lavoratore da remoto
- Gli altri commenti più rilevanti includono motivi come: la barriera linguistica per chi non parla italiano, nessun hub o community presente ed attiva per nomadi digitali, le poche opportunità/occasioni che il nostro Paese presenta, il bisogno di mettere in pratica una ricerca estensiva (probabilmente troppo laboriosa), la volontà di non abbandonare famiglia amici e conoscenti nel territorio d’origine (in questo caso negli Stati Uniti, che probabilmente si rifà in parte anche alla barriera linguistica e culturale italiana), la preferenza verso Paesi con una temperatura media più elevata e verso Paesi extraeuropei per un candidato proveniente dall’Unione Europea.

In tutto ciò dunque, un incremento degli arrivi è auspicabile come conseguenza di un aumento di trasparenza sui requisiti per entrare in Italia: il rilascio ufficiale del visto in primis, ed un

iter chiaro sui procedimenti per richiedere il visto da lavoratore sono le priorità dal punto di vista burocratico. Riguardo invece i commenti che menzionano il costo della vita, sarebbe opportuno tentare di dare delle indicazioni circa il mercato degli alloggi locali, almeno in tutte le maggiori località turistiche. Riprendendo i rimanenti feedback, i corsi di lingua ed il potenziamento dell'inclusione attraverso attività ed eventi dedicati possono aiutare a cambiare la "brand identity" dell'Italia come destinazione nomad-friendly.

Grafico 5. Risposte alla domanda "è nei tuoi piani lavorare in futuro da remoto dall'Italia?"



Fonte: elaborazione personale dei dati

L'altro quesito appartenente a questa sezione del sondaggio recita "Cosa ti convincerebbe a voler venire a lavorare in Italia?", ed anche in questo caso è stato possibile estrarre alcune informazioni preziose:

- Numerose persone hanno menzionato il visto per nomadi digitali oppure la semplificazione delle procedure burocratiche come un fattore determinante per l'approdo in Italia. Si può dedurre ancora una volta anche da questo input che un ipotetico documento ufficiale che regolamenti l'entrata in Italia per i lavoratori da remoto potrà portare quasi sicuramente ad un aumento delle visite (da seguire a questo proposito gli sviluppi del Decreto Sostegni Ter).

- La velocità della connessione Internet si rivela per molti un elemento imprescindibile, e di fatto continua a essere un tassello che al momento non è garantito a livello sufficiente in tutto il Paese.
- Un ulteriore bisogno citato è quello di avere una community più consistente di nomadi digitali in Italia, oltre che una comunità locale accogliente verso i lavoratori dall'estero, ed eventualmente degli eventi particolari ed interessanti per i nomadi. Questi desideri dei nomadi derivano anche probabilmente dalla mancanza di una presenza rilevante di nomadi in Italia, e soprattutto nessun gruppo sul territorio nazionale di grande portata, ma solamente piccoli nuclei separati o arrivi individuali.
- Un grandissimo numero di nomadi invece cita il paesaggio, la cultura e le grandissime opportunità a livello turistico che contraddistinguono il nostro Paese, come motivazioni principali della eventuale scelta di intraprendere un soggiorno in Italia.

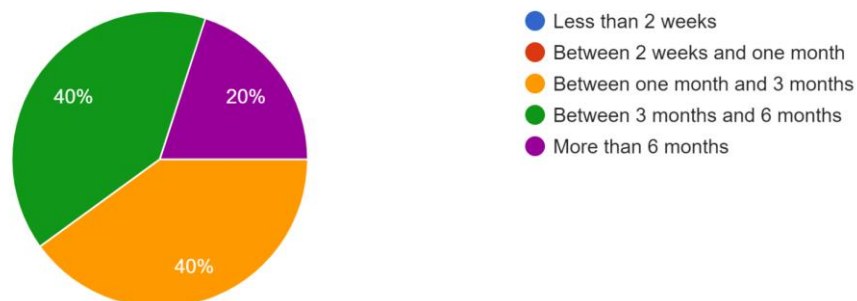
Il restante 30% circa che ha risposto di sì alla primissima domanda (grafico 4) è invece passato alla porzione di questionario che li interroga sulla loro esperienza in Italia, sui dettagli della loro permanenza e sulle opinioni maturate dal loro soggiorno.

Per prima cosa è stato chiesto il tempo di permanenza, ed anche qui è stata confermata una caratteristica tipica del nomadismo digitale, ossia la predominanza di soggiorni medio-lunghi. La maggior parte dei partecipanti, corrispondente all'80%, ha infatti risposto di aver passato un tempo che va da almeno un mese ai 6 mesi, mentre nessuno ha passato meno di un mese in Italia. Una informazione che si potrebbe approfondire è dunque se questi soggetti abbiano deciso di restare prettamente localizzati in una location in particolare, oppure continuare il proprio nomadismo proprio all'interno del nostro Paese, e se questo sia dettato da quanti e quali fattori, come ad esempio la numerosità del gruppo/famiglia in viaggio, le disponibilità economiche e la facilità nello spostarsi da una destinazione all'altra.

Grafico 6. Risposte alla domanda “Quanto tempo hai trascorso in Italia?”

For how long did you stay in Italy?

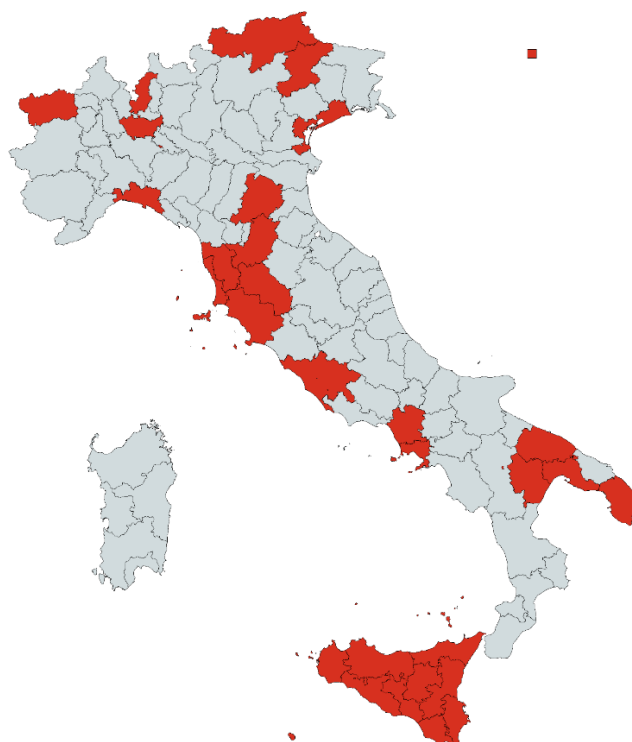
10 risposte



Fonte: elaborazione personale dei dati

E in quali città hanno soggiornato i nostri soggetti d'indagine?

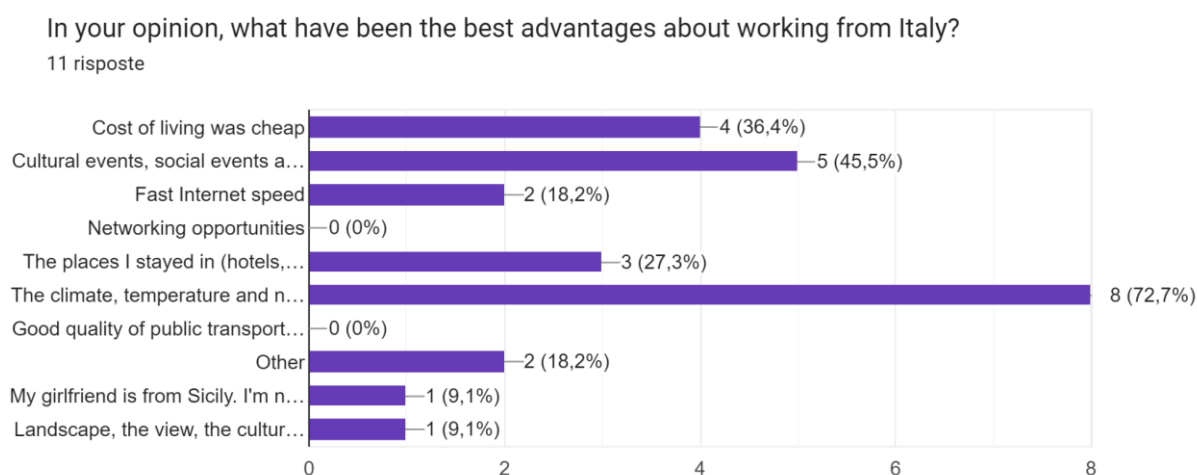
Grafico 7. Cartina che illustra le province italiane dove hanno soggiornato gli intervistati



Fonte: elaborazione personale dei dati

Dal grafico 7, che mostra la cartina italiana divisa in province, possiamo notare la predominanza del Centro e Sud Italia come destinazioni per gli intervistati, con una marcata predominanza in particolare di Toscana, Sicilia e Puglia. Dai feedback ricevuti, correlati alla scelta delle mete dei nomadi, pare evidente l'importanza dell'Italia per i nomadi come destinazione che ha una vocazione maggiormente leisure, più di "workation" rispetto ad altre città e Paesi che hanno meno da offrire dal punto di vista naturale e paesaggistico, ma un sistema di strutture alberghiere, infrastrutture di mobilità e velocità della connessione ad Internet qualitativamente superiori. Avrebbe senso determinare con degli studi approfonditi, il motivo che ha portato i nomadi a scegliere le mete citate, cercando di capire dagli occhi di un nomade, quale sia il processo usuale adottato per cercare informazioni e quanto influiscano effettivamente il passaparola e le community virtuali.

Grafico 8. Risposte alla domanda "Secondo te, quali sono stati i maggiori vantaggi del lavorare in Italia?"



Fonte: elaborazione personale dei dati

La domanda successiva infatti chiede: quali sono i vantaggi più rilevanti che i nostri ospiti hanno tratto dalla propria permanenza sul suolo italiano? Dalla figura 8 possiamo vedere la lista che è stata proposta ai partecipanti, creata in parte con riferimento alle caratteristiche menzionate nelle ricerche già effettuate da enti italiani ed esteri, ossia stilata tenendo conto

delle preferenze dei nomadi e cosa essi si aspettano di trovare nella destinazione scelta. La lista predisposta, con opportunità di scegliere molteplici opzioni alla volta, è questa:

- Costo della vita basso
- Eventi culturali, sociali e attività
- Internet veloce
- Opportunità di networking
- Gli alloggi frequentati (hotels, AirBnb, *co-living*)
- Clima, temperatura e ambiente naturale
- Trasporto pubblico di qualità e presenza di mobilità condivisa (*shared mobility*)

Ad “altro” si sono aggiunti poi:

- La cultura ed i paesaggi (che potremmo anettere al parametro “ambiente naturale”)
- Una persona della coppia proviene dalla Sicilia

Uno sguardo alla lista ci fa intendere i punti forti ed evidenzia allo stesso tempo gli aspetti da migliorare. In particolare infatti è possibile vedere quanto continuo e siano un valore aggiunto incredibile i fattori ambiente naturale, clima e gli eventi ed attività culturali. In molti hanno trovato oltretutto il costo della vita particolarmente vantaggioso, mentre i problemi che si possono individuare subito sono quelli riguardanti la connessione a Internet, le opportunità di networking e la qualità dei trasporti. Dunque rispetto a qualche domanda precedente, chi è stato in Italia ha trovato vantaggioso il costo della vita, che si dimostra essere uno degli aspetti positivi del soggiorno, anche se per chi non c'è stato, il calcolo del budget da tenere in considerazione per un periodo in Italia è un problema. Sarà dunque di fondamentale importanza consentire una programmazione dei costi oppure dare più spazio ai feedback di chi è già stato in Italia. Un'idea potrebbe essere quella di inserire delle testimonianze all'interno del futuro hub digitale del turismo, oppure, se il Ministero del Turismo deciderà di implementare una campagna per attirare attivamente i nomadi in determinate Regioni italiane, una collaborazione con influencer e bloggers che possano fare da *ambassadors*.

Alla domanda “Cosa cambieresti della tua esperienza e cosa pensi si potrebbe migliorare?” alcuni degli aspetti analizzati qualche riga sopra, sono emersi. Una delle risposte cita *“Transportation was very difficult, there's not much English info and local buses are scarce when going to the countryside”*, riassumendo in parte le debolezze già citate nell’esperienza dei visitatori, e le mancanze delle mobilità a livello pubblico e di informazioni pubblicamente condivise. La lingua in cui sono presentate le informazioni inoltre diventa di estrema importanza, soprattutto in quelle aree dove non sussiste una traduzione inglese, ed il nomade è costretto ad abbandonare l’idea di fruizione del servizio proprio a causa di questa asimmetria informativa. Un altro commento *“Increase the number of events, networking opportunities. Make accommodation easier to find and more affordable”* sottolinea un’altra volta la mancanza di occasioni per incontrare e conoscere altri professionisti e nomadi, e allo stesso modo la difficoltà nel trovare informazioni sugli alloggi, così come il loro prezzo.

Indagando invece sui motivi che hanno portato gli intervistati a voler scegliere l’Italia come destinazione per il loro lavoro, ci sono stati apprezzamenti generali sul clima, l’ambiente naturale e i paesaggi offerti in tutta la nostra penisola. Tuttavia un aspetto chiave è legato ad un piccolo collegamento che possiamo fare tra i restanti feedback dati in risposta a questo quesito, ed i risultati del sondaggio inerente ad un altro interrogativo. I feedback in questione sono i seguenti:

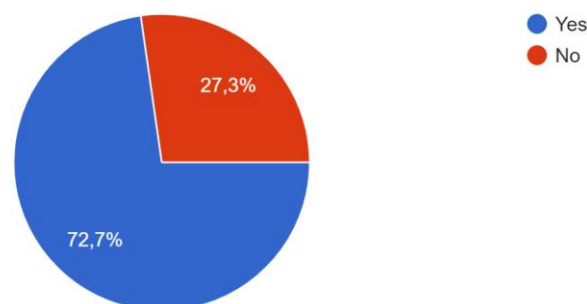
- *“Friends organized nomad projects”*
- *“Workation destination with girlfriend at the time”*
- *“Family”*
- *“My partner is Italian”*
- *“It was one of the only places that were open when I traveled there due to covid so I said why not :) Very happy I went there”*

Lasciando da parte l’ultimo commento, che evidenzia una decisione legata più all’opportunità che si è aperta in merito alle restrizioni appartenenti ai protocolli di sicurezza dei Paesi in risposta alla pandemia da COVID-19, gli altri 4 ci indicano che queste persone non siano arrivate in Italia alla ricerca di qualcosa di preciso (non sono stati attirati da qualche evento

particolare o condizioni di lavoro favorevoli) , e siano sempre stati accompagnati da altri individui, che in qualche circostanza hanno magari dovuto fare da intermediario perché l'approdo sul nostro territorio si verifici. A questo proposito è molto interessante vedere l'analogia con il quesito "Conoscevi già qualcuno quando sei arrivato in Italia per lavorare da remoto?", più del 70% ha risposto di sì, alimentando ulteriormente l'ipotesi che siano in pochi quelli che si avventurano da soli nel nostro Paese, e sia quindi più facile organizzare dei soggiorni di gruppo, per coppie o per famiglie, oppure che viaggiare in Italia da soli sia l'unica opzione al momento, o ancora che per entrare in Italia serva o sia preferibile avere un "aggancio", ossia qualcuno del luogo che faccia da intermediario, o altri nomadi che si sono già adattati alla vita italiana. L'incentivo a creare delle comunità per nomadi digitali e remote workers sparse in giro per l'Italia è ancora più forte, in quanto per la maggior parte delle volte un nomade è necessitato a compiere una ricerca intensiva su tutti gli aspetti legati alla vita da turista e da lavoratore, e nel nostro Paese essi potranno soprattutto affidarsi ai propri "peers", ossia simili, che hanno già trascorso del tempo in Italia. Lo scenario migliore sarebbe quello dove un potenziale lavoratore interessato ad un'avventura in Italia possa trovare tutto quello di cui ha bisogno attraverso un portale integrato e dedicato. Il *Digital Tourism Hub* che verrà implementato a seguito delle azioni di sviluppo del PNRR potrebbe e dovrebbe dedicare una sezione proprio a questa nuova categoria di viaggiatori.

Grafico 9. Risposte alla domanda "Conoscevi già qualcuno quando sei venuto in Italia per lavorare da remoto?"

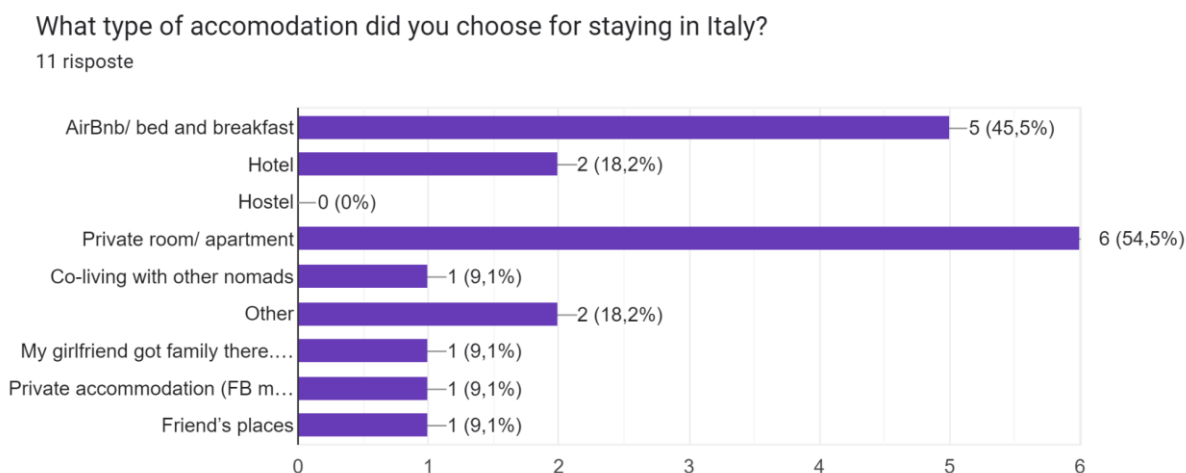
Did you already know someone when coming to Italy to work remotely?
11 risposte



Fonte: elaborazione personale dei dati

Il quesito seguente chiedeva di che tipologia di struttura ricettiva abbiano fatto uso i nomadi che sono stati in Italia. Notiamo come quasi tutti abbiano scelto alloggi privati, AirBnb o bed and breakfast, oppure appartamenti. Grandissime opportunità di sviluppo dunque per ostelli (numero di strutture in crescita secondo i numeri del 2021) ed hotel low cost che riescano in futuro a catturare la domanda di soggiorno dei nomadi mantenendo un prezzo basso ed offrendo servizi ad hoc, come aree dedicate al lavoro con postazioni per portatili e sale riunioni.

Grafico 10. Risposte alla domanda “Che tipologia di alloggio hai scelto?”

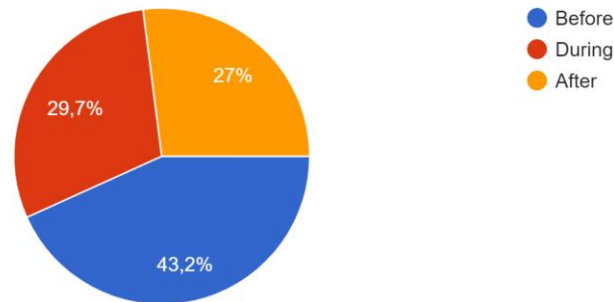


Fonte: elaborazione personale dei dati

Grafico 11. Risposte alla domanda “Quando hai iniziato a lavorare come nomade digitale? Prima/durante/dopo la pandemia da COVID-19?”

Did you start working as a digital nomad before/during/after the COVID-19 pandemic?

37 risposte



Fonte: elaborazione personale dei dati

Proseguendo con le domande generiche, è stato chiesto agli intervistati in che modo la pandemia da COVID-19 abbia influito sul proprio lavoro, ed in particolare se essi abbiano iniziato a lavorare come nomadi digitali prima, durante o successivamente all'emergenza sanitaria. La maggior parte di essi afferma che ha iniziato precedentemente allo scoppio della pandemia, dunque nel periodo antecedente all'anno 2020. Una parte consistente però ha iniziato durante l'emergenza (quasi il 30%), che indica una qualche causa scatenante avvenuta durante il biennio 2020-2021. I sospetti che saltano in mente sul motivo di questo cambio di routine ed abitudini lavorative sono 3 in particolare:

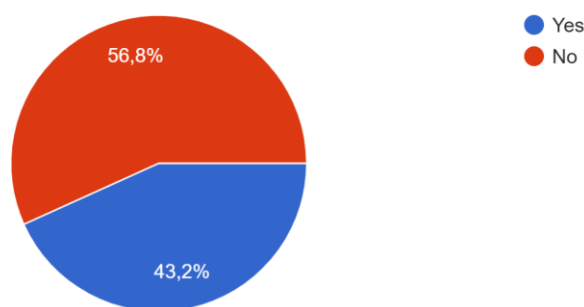
- l'azienda della quale il soggetto intervistato era dipendente ha dovuto effettuare una riduzione del personale. Il lavoratore si è messo in proprio diventando un freelance, ha fondato una startup, oppure ha iniziato una nuova esperienza lavorativa presso un'altra azienda
- il soggetto intervistato, grazie al permesso e all'implementazione da parte dell'azienda di cui è dipendente, ha potuto cambiare il proprio status da “lavoro in presenza/ibrido” a “lavoro full-remote”, ossia completamente da remoto

- il soggetto intervistato si è licenziato e ha intrapreso il percorso da nomade digitale per sua volontà. Il fenomeno della *Great Resignation* è infatti stato ampiamente discusso negli Stati Uniti e si è poi diffuso anche in Europa e nel resto del mondo: nel 2021 si stima che quasi 50 milioni di americani si siano volontariamente licenziati dal proprio impiego, un evento che si è originato in gran parte a causa delle difficoltà economiche e sociali provocate dall'emergenza sanitaria. Tuttavia questo non è un caso isolato ma piuttosto il frutto di un trend che ha poi raggiunto il suo picco con la pandemia. Le cause sono da ricercarsi in diversi aspetti della vita lavorativa. Molto spesso si tratta di sindrome da “*burn out*”, ossia un esaurimento fisico e psicologico, che porta a riconsiderare il proprio equilibrio vita-lavoro¹. Altre volte sono proprio quelli che hanno già “assaggiato” delle forme di lavoro agile, che ora richiedono ambienti sempre più flessibili, ed alcune volte decidono di licenziarsi per poter gestire al meglio la propria routine in completa autonomia, oppure hanno semplicemente deciso che trasferirsi avrebbe portato loro maggiori benefici a livello di benessere (Harvard Business Review, 2022).

Grafico 12. Risposte alla domanda “Il COVID-19 ha influenzato la tua decisione di diventare nomade digitale?”

Did the COVID-19 pandemic influence your decision to become a digital nomad?

37 risposte



Fonte: elaborazione personale dei dati

L'altro quesito collegato al precedente è: “il COVID-19 ha influenzato la tua decisione di diventare nomade digitale?”. La maggior parte ha risposto di no, indicando che comunque l'ondata di nomadi sia iniziata anche prima del virus, ma una grandissima fetta di grafico, più del 43%, è rappresentata da quelli che hanno deciso di diventarlo proprio a seguito della pandemia.

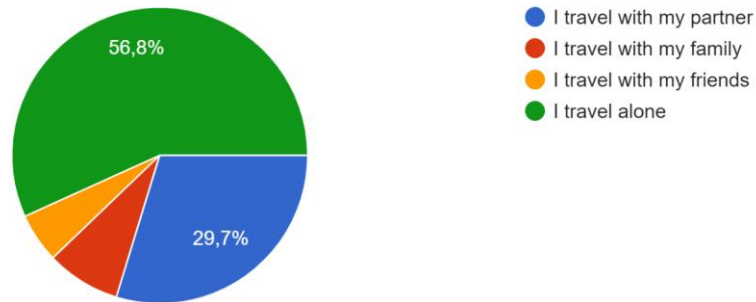
Abbiamo poi chiesto in che modo viaggiassero i nomadi digitali e soprattutto con chi, e confermando le aspettative le persone che viaggiano da sole sono state più della metà, mentre quasi il 30% dei partecipanti ha affermato di viaggiare con il proprio partner. Ci sarebbe quindi da chiedersi se effettivamente abbia più senso proporre solamente tipologie di alloggi e co-living per singoli o coppie, oppure per gruppi più numerosi di persone (che dal questionario risultano comporre quasi il 15% degli intervistati), in quanto potrebbe risultare più difficoltoso trovare una sistemazione economica per un intero nucleo familiare o un gruppo di amici/colleghi. Riprendendo il pensiero espresso qualche riga sopra, uno spunto per la ricerca d'ora in poi può essere chiedersi se i nomadi viaggino soli più per necessità o per altri motivi non espressi e che non sono ancora emersi da studi precedenti, e soprattutto se l'approccio sia diverso verso l'Italia. Riguardo invece la postazione da cui svolgere il proprio lavoro armati di laptop e connessione alla banda larga, i nomadi hanno rispettato più o meno le aspettative che si sono formate dalla consultazione della letteratura che parla delle loro abitudini. Tra i più gettonati infatti, sia per praticità che per il fatto di essere una tipologia di ambiente dedicato, sono gli spazi di lavoro condiviso e i locali come bar e coffee shops. Nell'immaginario collettivo infatti ci immaginiamo il classico freelance che acquista da Starbucks e utilizza lo spazio a sedere per adempiere alle proprie mansioni: questa immagine sembra essere più che mai veritiera nel caso dei nomadi.

Tra i più comuni come luoghi di lavoro sembrano essere quelle stesse abitazioni private che li ospitano, così come gli Airbnb ed altre tipologie di alloggi che consentono una bassa spesa e sono forniti di connessione Wi-Fi. Pochissimi di loro infine, meno del 10%, utilizza le *conference rooms* (sale per conferenze) come postazione di lavoro. Sarebbe interessante riuscire a capire se questi fattori persistono nella scelta del luogo fisico di lavoro durante le visite nel nostro Paese, quali siano i fattori che influenzano questa scelta, e quanto essa sia influenzata dal budget a disposizione, dagli obiettivi del soggiorno e dalla presenza/mancanza di community locali attive.

Grafico 13. Risposte alla domanda “Con chi viaggi quando lavori come nomade digitale?”

Who do you travel with when working as a digital nomad?

37 risposte

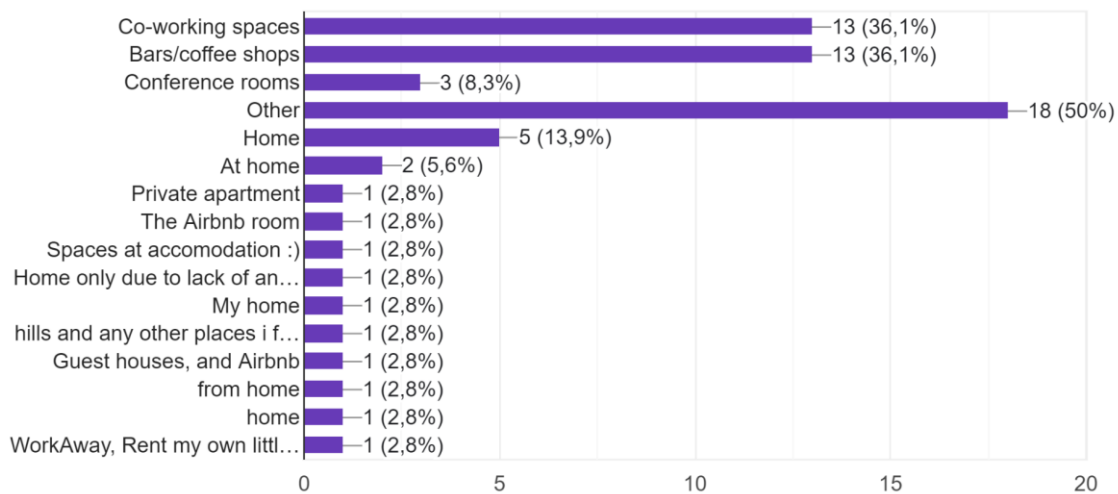


Fonte: elaborazione personale dei dati

Grafico 14. Risposte alla domanda “Da dove/che postazione lavori di solito?”

Where do you usually work from?

36 risposte



Fonte: elaborazione personale dei dati

I lavoratori da remoto provengono dai settori più disparati, ma come occupazione le più frequenti evidenziate dal sondaggio sono:

-Comunicazione e Marketing

-Design grafico

-Consulenza

-Imprenditore/startupper

Tutto in linea quindi con i dati che avevamo già raccolto dai report passati: la grande maggioranza sono ruoli tendenzialmente con estrema flessibilità d'orario, e le cui mansioni sono dedicate ai progetti in team oppure possono essere svolte in completa indipendenza da lavoratori autonomi. I creativi infatti, di cui si compone la grande maggioranza degli intervistati, sono virtualmente liberi nel completare i proprio compiti sulla base delle richieste del cliente (in caso si trattino di freelance) o del project manager/superiore (in caso di agenzia di comunicazione e marketing o azienda). Da queste assunzioni possono nascere almeno due idee per il futuro: viene naturale pensare quindi che gli eventi e le occasioni speciali di ritrovo con altri remote workers possano attirare una grandissima fetta di nomadi che non pensano al soggiorno meramente come una vacanza. Conferenze tech, seminari, expo, festival, l'idea è quella di investire per puntare i fari sull'Italia e differenziare volendo il "portfolio" di motivi per cui soggiornare. Tra gli eventi più attesi del 2023 per nomadi digitali ad esempio ci sono i cosiddetti "Nomad Fest", organizzati in più parti del mondo, che fanno incontrare lavoratori da tutto il mondo per giornate e addirittura settimane dedicate al networking, ai workshops, e alla socializzazione, con occasioni di lavoro e divertimento. Un chiaro esempio di ciò di cui si sta parlando è il Bansko Nomad Fest, che si tiene in Bulgaria, in una piccola cittadina che ormai da 6 anni è diventato un grande hub che attira nomadi da tutto il mondo. Per una settimana la località si popola di centinaia di nomadi ed appassionati, e l'evento genera un interesse incredibile per il Paese, dato che in molti scelgono di continuare a viaggiare in Bulgaria. Speaker, partners, collaborazioni, un'organizzazione impeccabile, la facilità di raggiungere l'evento anche per i meno pratici con transfer direttamente dall'aeroporto di Sofia, attività all'aperto prenotabili tramite applicazione, alloggi e cibo buffet per tutti i budget e spazi di co-working a non finire¹. E come l'evento di Bansko ce ne sono tanti altri negli Stati Uniti, in Portogallo e nelle Filippine².

¹ Bansko Nomad Fest, < <https://www.banskonomadfest.com/> >

² The Digital Nomad Asia, < <https://www.thedigitalnomad.asia/inspiration/digital-nomad-events/> >

Grafico 15. Risposte alla domanda “Qual è il tuo impiego?”

What do you do?
37 risposte



Fonte: elaborazione personale dei dati

Conclusioni

Da questa ricerca qualitativa abbiamo dunque dedotto che per certi versi il nostro campione di intervistati si comporta esattamente come riportato nei rapporti e nelle ricerche italiani ed internazionali sui nomadi digitali. In particolare però, è necessario fare delle precisazioni e portare le opportune proposte per ampliare la ricerca sui nomadi e fare potenzialmente dell'Italia una meta più gettonata. Prima di fare ciò, occorre riassumere quello che è stato detto nei capitoli precedenti, per avere un piccolo quadro dell'elaborato.

Nel primo capitolo abbiamo introdotto il concetto di nomade digitale, l'origine e le caratteristiche dei soggetti che fanno parte di questa categoria. Abbiamo poi delineato un identikit del nomade digitale standard e le sue preferenze in Italia e nel mondo. Si è parlato oltretutto di una notizia chiave del 2022, ossia quella del Decreto Sostegni Ter, e dei lavori in corso per introdurre un visto per nomadi digitali e delle grandi opportunità che questo potrebbe comportare. Infine, attraverso alcuni interessanti casi studio, il primo capitolo si è concluso facendo capire in che modo viene gestito l'approccio verso i nomadi e come delle iniziative private da parte di strutture turistiche ed enti locali abbiano consolidato certe destinazioni internazionali come mete con un appeal particolare per i nomadi, riuscendo a soddisfare gran parte dei loro bisogni primari.

Il secondo capitolo si è concentrato sul dimostrare un parallelismo tra il concetto di nomadismo digitale e di *smart tourism*: la pratica del turismo intelligente infatti presenta molte caratteristiche in comune con la tipologia di turismo innescata da un arrivo di nomadi digitali. Esplorando infatti le dimensioni del turismo intelligente abbiamo notato che molte caratteristiche su cui verte il turismo smart si sposano in maniera logica con gli ideali e le richieste dei lavoratori in questione, come ad esempio l'approccio digitale ai servizi, la tendenza a garantire accessibilità a tutti i cittadini e visitatori, la cura e la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, e la promozione dello sviluppo sostenibile dal lato ambientale e sociale. Sono state elencate le difficoltà che può incontrare il turismo intelligente nella sua espansione in Italia e infine mostrati alcuni casi studio interessanti che stanno funzionando in

Italia e all'estero, di come sia auspicabile che venga trattato l'approccio allo *smart tourism* sulla penisola.

Il PNRR e le attuali iniziative italiane dedicate interamente o in parte ai nomadi digitali sono state trattate nella terza sezione dell'elaborato. Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, un sistema di riforme ed investimenti che mirano a risollevarne il benessere economico e sociale in Italia, è stato analizzato e sono stati evidenziati i punti che potrebbero impattare in modo diretto o indiretto il settore turistico. In seguito sono state presentate alcune delle iniziative private più rilevanti in Italia, di aziende e startup che hanno come target i lavoratori da remoto ed i nomadi digitali. Entrando nel dettaglio e facendo zoom su questi business abbiamo potuto notare come stia prendendo piede un interesse molto forte nel targetizzare i nomadi, e mettere un piede come *first movers* in un mercato ancora poco strutturato e quasi inesistente in Italia.

Quindi tenendo in considerazione tutto ciò che è stato analizzato all'interno dell'elaborato, sulla base delle informazioni raccolte da terzi e dai dati primari provenienti dal questionario somministrato ai nomadi, le conclusioni che possiamo dare si articolano sulla base di una serie di azioni che è consigliato mettere in pratica per portare alla luce il nomadismo digitale come argomento di discussione in maniera più rilevante in Italia, ed eventualmente decidere di innescare un processo che porti alcuni piccoli poli turistici ad affermarsi come destinazioni internazionali, con il fine ultimo di rafforzare il brand Italia nella mente dei knowledge workers.

1. Una ricerca più approfondita, somministrata attraverso sondaggi ed interviste ad amministratori regionali e addetti ai lavori presso Regioni e Province, potrebbe aiutare a capire quali problemi ci siano nel raccogliere informazioni su flussi turistici e strategie. Al momento i dati sull'argomento nomadi digitali sono ancora pochi e si sono ottenuti da iniziative private come quella dell'Associazione Nomadi Digitali ed Airbnb: concentrare gli sforzi a livello locale per individuare i punti di forza e debolezza dei territori per rivelarsi fondamentale per riuscire in futuro ad attirare lavoratori da remoto in grandi quantità e in qualche modo innescare un meccanismo di

passaparola, attraverso lo stimolo di feedback positivi da parte dei nomadi stessi. L'esempio di Venywhere e di Dubrovnik in Croazia (capitolo 2) sono dei casi da replicare in molte altre realtà italiane, in quanto l'input degli stessi nomadi è il modo più prezioso per trarre dei giudizi sulla fattibilità dei progetti, ed agire sui punti di forza e debolezza delle nostre destinazioni. Seguire il medesimo approccio di sviluppo che hanno utilizzato altre mete a livello internazionale potrebbe essere controproducente in quanto dai report analizzati pare che vi siano interessi diversi da parte dei nomadi rispetto alla destinazione scelta (per esempio l'esperienza ricercata a Singapore sarà diversa da quella attesa in Spagna e diversa da ancora da quello che può essere un viaggio in UK).

2. Un collegamento diretto a questo presupposto è anche quello di creare delle community social media nazionali o regionali che aiuterebbe di molto la raccolta di informazioni aggiuntive e specifiche, e darebbero l'opportunità ai nomadi di scambiarsi info utili sul viaggio. Quello che è stato possibile capire infatti attraverso la progettazione del sondaggio, e oltretutto dalle risposte ricevute, è che le community online dedicate ai soggetti in questione esistono e sono prettamente autogestite. Talvolta i viaggi vengono organizzati in gruppo ma è tutto frutto del passaparola, non esiste una vera e propria reputation per l'Italia, al contrario di altre destinazioni (vedere i casi analizzati di Madeira in Portogallo e Chiang Mai in Thailandia). Anche se da questo punto di vista l'iniziativa di AirBnb presentata al capitolo 3 può essere un ottimo punto di partenza per dare inizio allo sviluppo di alcuni centri dedicati al turismo nomade come Brindisi, che possano fare da esempio ed acquisire interesse nazionale ed internazionale.
3. Su questo fronte le Camere di Commercio e gli enti locali, in collaborazione con privati, possono organizzare eventi internazionali che facciano da "magnete" (come quello di Bansko in Bulgaria), per suscitare interesse e dar vita a dei poli attrattivi per nomadi. Tra fiere di settore, congressi, workshops, esistono una miriade di opportunità che possono dare lustro alla componente lavorativa italiana, e da queste occasioni di incontro possono eventualmente nascere collaborazioni tra i partecipanti, dibattiti

produttivi e sinergie tra organizzatori e sponsors. Qualche esempio di ciò sono il *Remote Working Expo* che si terrà a Londra a Marzo 2023 e fa parte del *Business Revival Series*, una serie di eventi a Londra creati appositamente per riunire startupper e freelancers³. Oppure con uno stile diverso e più dedicato al leisure in Messico si terrà il *Nomad Jungle Fest*, a Tulum, una nota meta turistica che attira ogni anno milioni di turisti. La settimana all'insegna della crescita personale, organizzata da *The Nomad Escape*, ha l'intenzione di ricaricare di energie e dare un boost alla produttività, alimentare il networking e creare relazioni tra i professionisti coinvolti⁴.

4. Anche sul tema alloggi, sempre legato anche alla componente visibilità, si può pensare a trovare un metodo per aprire un corridoio a Selina, che si sta consolidando negli ultimi anni come uno dei brand più riconoscibili dai nomadi digitali nel settore *hospitality*. Fare spazio a un investimento del genere significherebbe attingere alla clientela già fedele all'azienda e mettersi in mostra a livello internazionale con un marchio in crescita ascendente. Le destinazioni dove potrebbe fare comodo al momento potrebbero essere una di quelle più citate dai nomadi nel nostro questionario come Toscana, Sicilia o Puglia.

5. Il potenziamento delle risorse disponibili, soprattutto di servizi alla persona, trasporto e guide, in più lingue (almeno in Inglese), può garantire una soddisfazione maggiore nell'esperienza degli utenti, così come diminuire la *friction* nella ricerca precedente la partenza. Dallo *smart tourism* prendiamo l'approccio digital ed integrato: i nomadi digitali, dai dati raccolti su di loro, sono soggetti che hanno bisogno di pianificare nel dettaglio gli aspetti del soggiorno all'estero, in quanto si tratta non più di una vacanza a breve termine, ma un'esperienza che li vede diventare parte integrante della comunità che li ospita per settimane e più verosimilmente mesi.

³ Business Revival Series, < <https://www.businessrevivalseries.co.uk/welcome> >

⁴ The Nomad Escape, < <https://thenomadescape.com/> >

6. A proposito di PNRR, i 3 interventi principali saranno sicuramente la digitalizzazione delle aree che necessitano di internet veloce, gli investimenti sul sistema di trasporti, e soprattutto il *Digital Tourism Hub*. Dedicare ed aggregare le informazioni destinate ai nomadi all'interno di una sezione del portale sarebbe un ottimo metodo per non solo facilitare la ricerca ai potenziali visitatori ma anche ufficializzare il riconoscimento dei nomadi come figura di turista.

7. Tutto ciò però sarebbe inutile senza prima ufficializzare e rilasciare il visto per nomadi digitali: molti altri Paesi UE che si stanno mobilitando durante la fine del 2022 e l'inizio del 2023, l'Italia dovrebbe fare lo stesso e velocizzare il rilascio del documento e delineare in maniera concreta e ufficiale i requisiti per ottenerlo.

Al momento la lista dei Paesi Schengen in cui il visto è attivo è relativamente corta:

Figura 1. Paesi che ufficialmente offrono il visto per nomadi digitali

Which EU Countries Offer Digital Nomad Visas?

The EU countries below offer digital nomad visas:

- Croatia
- Cyprus
- Estonia
- Greece
- Hungary
- Iceland
- Latvia
- Malta
- Romania
- The Netherlands
- Norway (only in Svalbard)

Fonte: schengenvisa.info

Un esempio di Paese estremamente simile all'Italia per caratteristiche e appeal è la Spagna, che nei primi mesi del 2023 è pronta già a lanciare il proprio visto per nomadi digitali, dopo che il governo spagnolo ha preso l'importante decisione di tagliare le tasse per nomadi e startups sul proprio territorio: la cosiddetta *Startup Law*, approvata dal parlamento spagnolo, contribuirà a portare avanti la Digital Spain 2026 Agenda. Con questa azione, congiunta al rilascio del visto, si mira a portare un gran numero di professionisti internazionali, ed innescare una cooperazione con università e centri di ricerca (Schengenvisa.info, 2022).

Da tutto ciò l'Italia deve prendere esempio e lavorare per facilitare l'ingresso di startups e nomadi, snellendo la burocrazia.

In conclusione il mondo dei nomadi digitali in Italia è ancora quasi tutto da esplorare, il mercato è sicuramente tuttora un oceano blu, e ci sono margini molto ampi per attirare i lavoratori da remoto parlando direttamente a loro. Nonostante infatti la parte "turistica" sia portata avanti dall'Italia senza alcun problema, aiutata dalle proprie bellezze naturali e culturali, una mancanza di comunicazione diretta con i soggetti, un brand chiaro ed identificato e la poca considerazione da parte delle strutture e degli enti riguardo l'opportunità sono i motivi che al momento ostacolano il loro approdo.

Bibliografia

- Angiello, G. (2022). European cities embracing digital nomads. *TeMA-Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 15(1)
- Associazione Italiana Nomadi Digitali (2022). Secondo Rapporto sul Nomadismo Digitale in Italia.
- Battino, S., & Lampreu, S. (2018). La regione Sardegna e il turismo 4.0 per lo sviluppo e la promozione smart del territorio. *Annali del turismo*, 2018.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2)
- Chevtaeva, E. (2021). Coworking and coliving: The attraction for digital nomad tourists. *In Information and Communication Technologies in Tourism 2021: Proceedings of the ENTER 2021 eTourism Conference*, January 19–22, 2021. Springer International Publishing.
- Ciuffini, M., Orsini, R., Asperti, S., Gentili, V., & Refrigeri L. (2022). 6 rapporto nazionale sulla sharing mobility. *Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile*, Roma.
- Commissione Europea (2022). Competition for the European Capital of Smart Tourism 2023: Guide for applicants.
- Commissione Europea (2022). Indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI) 2022. Italia.
- Commissione Europea (2022). LEADING EXAMPLES OF SMART TOURISM PRACTICES IN EUROPE
- de Loryn, B. (2022). Not necessarily a place: How mobile transnational online workers (digital nomads) construct and experience 'home'. *Global Networks*, 22(1)
- Del Vecchio, P., & Passiante, G. (2017). Is tourism a driver for smart specialization? Evidence from Apulia, an Italian region with a tourism vocation. *Journal of destination marketing & management*, 6(3).
- Della Corte, V., D'Andrea, C., Savastano, I., & Zamparelli, P. (2017). Smart cities and destination management: Impacts and opportunities for tourism competitiveness. *European Journal of Tourism Research*, 17.
- Demma, C. (2021). Il settore turistico e la pandemia di Covid-19. *Note Covid*, 28.
- Ehn, K., Jorge, A., & Marques-Pita, M. (2022). Digital nomads and the COVID-19 pandemic: Narratives about relocation in a time of lockdowns and reduced mobility. *Social Media+ Society*, 8(1), 20563051221084958.
- Giffinger, R., & Pichler-Milanović, N. (2007). *Smart cities: Ranking of European medium-sized cities*. Centre of Regional Science, Vienna University of Technology.
- Graziano, T. (2014). Boosting innovation and development: the Italian Smart Tourism, a critical perspective. *European Journal of Geography*, 5(4).

Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., & Koo, C. (2015). Smart tourism challenges. *Journal of Tourism*, 16(1).

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*.

Istat (2022). *Noi Italia 100 statistiche per capire il Paese in cui viviamo Edizione 2022*.

Leducq, D., Demazière, C., Abdo, É. B., & Ananian, P. (2022). Digital nomads and coworking spaces: Reshaped perspectives? The Paris mega city-region after COVID-19. In *The COVID-19 Pandemic and the Future of Working Spaces*. Routledge.

Lopez de Avila, A. (2015). Smart destinations: XXI century tourism. In *ENTER2015 conference on information and communication technologies in tourism*, Lugano, Switzerland.

Marcus, J. S. (2022). *COVID-19 and the shift to remote work*. Bruegel.

Micaela, B. A. L. L. A. R. I. O. (2020). Telework in the EU before and after the COVID-19: where we were, where we head to.

Marisa, M. (2013) LE CITTÀ INTELLIGENTI IN ITALIA. IL CASO DI TRENTO. *Annali del turismo*.

Martel, F. (2015). *Smart: Inchiesta sulle reti*. Feltrinelli Editore.

Studi, A. A. C. (2021). *Lo smart working in numeri*. Milano: Assolombarda.

Sitografia

Agenda Digitale, 30 Settembre 2022, PNRR – Piano nazionale di Ripresa e Resilienza: cos'è e novità, <https://www.agendadigitale.eu/infrastrutture/piano-nazionale-di-ripresa-e-resilienza-la-grande-scommessa-per-dare-un-futuro-allitalia/>

Agenda Digitale, 21 Dicembre 2022, *Airbnb e gli affitti brevi in Italia: le prospettive di un mercato in forte ascesa*, a cura di Milone F. L., Paolucci E., Raguseo E., <https://www.agendadigitale.eu/mercati-digitali/airbnb-e-gli-affitti-brevi-in-italia-le-prospettive-di-un-mercato-in-forse-ascesa/>

AGI, 12 Agosto 2021, *Per crescere l'Italia deve ridurre il divario tra Nord e Sud, dice Bankitalia*, a cura di Serrao G., <https://www.agi.it/economia/news/2021-08-12/infrastrutture-ridurre-divario-nord-sud-13552851/>

Airbnb, <https://www.airbnb.it/d/liveandworkanywhere>

Airbnb, 25 Gennaio 2022, *2022: The Live Anywhere Revolution becomes reality*, <https://news.airbnb.com/2022-the-live-anywhere-revolution-becomes-reality/>

Airbnb, <https://www.airbnb.it/d/liveandworkanywhere>

ANSA, 3 Ottobre 2022, *Airbnb, Fvg tra le 20 località al mondo per digital nomads*, https://www.ansa.it/friuliveneziagiulia/notizie/2022/10/03/airbnb-fvg-tra-le-20-localita-al-mondo-per-digital-nomads_6552c3cd-9d7a-4890-b4cb-aa2000150d8a.html

Assessorato al Turismo Città di Venezia, 2020, *Annuario del Turismo dati 2019*, <https://www.comune.venezia.it/sites/comune.venezia.it/files/immagini/Turismo/Annuario%20del%20turismo%202019.pdf>

Bansko Nomad Fest, <https://www.banskonomadfest.com/>

Business Revival Series, <https://www.businessrevivalseries.co.uk/welcome>

Camera di Commercio di Genova, 24 Febbraio 2022, *Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)*, <https://www.ge.camcom.gov.it/it/gestisci/finanziamenti-e-contributi-per-limpresa/il-piano-nazionale-di-ripresa-e-resilienza-pnrr>

Centre for Economic Policy Research, 11 Maggio 2020, *Working from home: Estimating the worldwide potential*, a cura di Bonnet F., Soares S., e Berg J., <https://www.investopedia.com/terms/k/knowledge-economy.asp>

Cisco, 13 Aprile 2022, *Cisco and Venywhere reimagine the future of hybrid work in Venice 'living lab'*, <https://newsroom.cisco.com/c/r/newsroom/en/us/a/y2022/m04/cisco-and-venywhere-reimagine-the-future-of-hybrid-work-in-venice-living-lab.html>

CityNationPlace, 4 Febbraio 2020, *Is digital transformation the key to successful place branding?*, <https://www.citynationplace.com/digital-transformation-place-branding>

Club Med, s.d., *Top countries for digital nomads: Where to work while travelling in 2021*, <https://www.clubmed.co.uk/l/blog/digital-nomad-index>

Commissione Europea, https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/cosme_en

Commissione Europea, https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index_en

Corporate Suites, 26 Maggio 2022, *Worldwide Coworking Statistics [2022]*, a cura di Corporate Suites Staff, <https://www.corporatesuites.com/worldwide-coworking-statistics-2022/>

Costar, 11 Luglio 2022, *Work, Stay, Explore: How Selina Built a Hotel Brand Catered to Digital Nomads*, a cura di Miller D., <https://www.costar.com/article/965776067/work-stay-explore-how-selina-built-a-hotel-brand-catered-to-digital-nomads>

Coworking Insights, 8 Luglio 2020, *Number of Coworking Spaces Worldwide to Reach 20k by 2021, New Growth Study Shows*, a cura di Konya K., <https://coworkinginsights.com/global-coworking-growth-study-2020/>

Dipartimento per la trasformazione digitale, <https://padigitale2026.gov.it/misure/>

Dipartimento per la trasformazione digitale, <https://www.italiadomani.gov.it/content/sogei-ng/it/it/Interventi/investimenti/reti-ultraveloci-banda-ultra-larga-e-5G.html>

Economy Up, 20 Ottobre 2022, *Innovate4SmarterWork, HuKnow e Smace vincono la call sul lavoro del futuro*, <https://www.economyup.it/innovazione/innovate4smarterwork-huknow-e-smace-vincono-la-call-sul-lavoro-del-futuro/>

Ernst & Young, Giugno 2022, *City of Humans. Human Smart City Index 2022*, https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/it_it/topics/workforce/humansmartcityindex_2022.pdf?mkt_tok=NTIwLVJYUC0wMDMAAAGFU-Yukx6BEuYXct7wBEBp2FmTWg8DipaRHaa065qNiQWj81GVBNycHpYYhw4caWMGPnazUwFNIYCUk0pfsrUhbJicQlzYbgkA4mL8Xj_Qs8UqTg

Esquire, 1 Ottobre 2022, *Questo paese europeo da sogno ti paga per fare smartworking da lì*, a cura di Redazione Esquire, <https://www.esquire.com/it/lifestyle/viaggi/a41429387/questo-paese-europeo-da-sogno-ti-paga-per-fare-smartworking-da-li/>

Euractiv, 11 Ottobre 2021, *Conessione internet, ancora grandi differenze di velocità in Ue. Italia sotto la media europea*, a cura di Follis A., <https://euractiv.it/section/5g-e-banda-larga/news/conessione-internet-ancora-grandi-differenze-di-velocita-in-ue-italia-sotto-la-media-europea/>

Europa Today, 26 Settembre 2022, *Visto per lavoro e tasse al 15%: così la Spagna vuole attrarre i nomadi digitali*, <https://europa.today.it/lavoro/lavoro-tasse-spagna-nomadi-digitali.html>

Forbes, 4 Maggio 2022, *Venezia punta allo smart working: così il progetto Venywhere vuole attrarre lavoratori da tutto il mondo*, a cura di Di Matteo G., <https://forbes.it/2022/05/04/venezia-punta-sullo-smart-working-cosi-il-progetto-venywhere-vuole-attrarre-lavoratori-da-tutto-il-mondo/>

Forbes, 9 Novembre 2021, *Now Airbnb Lets You Check The WiFi Speed In Your Vacation Rental Before Booking*, a cura di Kelleher Rowan S., <https://www.forbes.com/sites/suzannerowankelleher/2021/11/09/airbnb-check-wifi-speed-vacation-rental/?sh=3838edee3f53>

Forbes, 22 Agosto 2022, *Come il south working può rilanciare l'Italia: 2 aziende su 3 pronte ad aprire hub di lavoro al Sud*, <https://forbes.it/2022/08/22/come-il-south-working-puo-rilanciare-litalia-2-aziende-su-3-pronte-ad-aprire-hub-di-lavoro-al-sud/>

ForumPA, 29 Novembre 2022, *ICity Rank 2022: Firenze e Milano sono le città più digitali*, a cura di Redazione FPA, <https://www.forumpa.it/citta-territori/icity-rank-2022-firenze-e-milano-sono-le-citta-piu-digitali/>

Global Citizen Solutions, 11 Gennaio 2023, *Digital Nomad Visa: Countries Offering Visas for Digital Nomads*, <https://www.globalcitizensolutions.com/digital-nomad-visa-countries-offering-visas-for-digital-nomads/>

Harvard Business Review, 27 Maggio 2022, *How “Digital Nomad” Visas Can Boost Local Economies*, <https://hbr.org/2022/05/how-digital-nomad-visas-can-boost-local-economies>

Harvard Business Review, 31 Maggio 2021, *What Your Future Employees Want Most*, a cura di Manahan T., <https://hbr.org/2021/05/what-your-future-employees-want-most>

Harvard Business Review, 23 Marzo 2022, *The Great Resignation Didn't Start with the Pandemic*, a cura di Fuller J., e Kerr W., <https://hbr.org/2022/03/the-great-resignation-didnt-start-with-the-pandemic>

Il Post, 19 Settembre 2022, *Dove internet è più veloce in Europa*, <https://www.ilpost.it/2022/09/19/velocita-internet-europa/>

IRoma.net, (s.d.), *Nord e Sud: il divario anche nei trasporti*, a cura di Coppola A., <https://www.ilroma.net/opinione/nord-e-sud-il-divario-anche-nei-trasporti>

Il Sole 24 Ore, 25 Aprile 2022, «*Nomadi digitali*», *come funziona la nuova legge per venire a lavorare in Italia*, a cura di AA. VV., <https://www.ilssole24ore.com/art/nomadi-digitali-come-funziona-nuova-legge-trasferirsi-italia-AERHQPSB#commentsform>

Il Sole 24 Ore, 28 Dicembre 2022, *Due anni di Covid e 39 milioni di visitatori in meno. Come sta il turismo in Italia?*, <https://www.infodata.ilssole24ore.com/2022/12/28/due-anni-di-covid-e-39-milioni-di-visitatori-in-meno-come-sta-il-turismo-in-italia/>

Il Sole 24 Ore, 19 Febbraio 2021, *Smace, la startup del workation che trasforma il lavoro da remoto in un benefit aziendale*, a cura di Rusconi G., <https://www.ilssole24ore.com/art/smace-startup-workation-che-trasforma-lavoro-remoto-un-benefit-aziendale-ADWnYyKB>

Il Sole 24 Ore, 2 Aprile 2021, *La mappa regionale della velocità di Internet. L'Europa sempre più divisa*, a cura di Saporiti R., <https://www.infodata.ilssole24ore.com/2021/04/02/la-mappa-europea-della-velocita-di-internet/>

Immobiliare.it, 5 Ottobre 2022, *Affitti in Italia Settembre 2022: ecco l'andamento*, <https://www.immobiliare.it/news/affitti-in-italia-settembre-2022-ecco-l-andamento-106959/>

Innovation Nation, 19 Luglio 2022, *Round da 260k per Smace, la startup che mette in rete i luoghi dello smart working*, <https://www.innovation-nation.it/smace-smart-working-round/>

Investopedia, 27 Luglio 2021, *Digital Nomad*, a cura di Hayes A., <https://www.investopedia.com/terms/d/digital-nomad.asp>

Investopedia, 22 Gennaio 2021, *What Is the Knowledge Economy? Definition, Criteria, and Example*, a cura di Hayes A., <https://www.investopedia.com/terms/k/knowledge-economy.asp>

IPSOA, 4 Giugno 2022, *Nomadi digitali del lavoro. Un'opportunità da non perdere per le aziende*, a cura di Failla L., <https://www.ipsoa.it/documents/quotidiano/2022/06/04/nomadi-digitali-lavoro-opportunita-non-perdere-aziende>

Istat, http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCSC_TUR#

Istat, 4 Febbraio 2022, *SITUAZIONE E PROSPETTIVE DELLE IMPRESE DOPO L'EMERGENZA SANITARIA COVID-19*, https://www.istat.it/it/files//2022/02/REPORT-COVID-IMPRESSE_2022.pdf

Italia Domani, Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, <https://www.italiadomani.gov.it/content/dam/sogei-ng/documenti/PNRR%20Aggiornato.pdf>

Italia Domani, <https://www.italiadomani.gov.it/content/sogei-ng/it/it/Interventi/investimenti/transizione-4-0.html>

Italia in Dati, s.d., *Il settore del turismo in Italia*, <https://italiaindati.com/turismo-in-italia/>

Italia.it, 29 Dicembre 2022, *Brindisi è l'hub mondiale per i nomadi digitali in Italia*, <https://www.italia.it/it/puglia/cosa-fare/smart-working-in-puglia-scopri-brindisi>

Italia.it, <https://www.italia.it/en>

La Repubblica, 14 Luglio 2022, *Che differenza c'è tra un taxi e un Uber*, a cura di Rociola A., https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/07/14/news/uber_ncc_taxi_differenze-357750902/?_vfz=medium%3Dsharebar

Millionarie, 8 Luglio 2022, *Olanda: il lavoro da casa diventa legge. Italia: lo smartworking termina ad agosto.*, a cura di Guarda Ceccoli M., <https://www.millionaire.it/olanda-il-lavoro-da-casa-diventa-legge-italia-lo-smartworking-termina-ad-agosto/>

Ministero del Turismo, 30 Giugno 2022, *TOURISM DIGITAL HUB – E' ONLINE LA NUOVA VERSIONE "BETA" DEL PORTALE ITALIA.IT*, <https://www.ministeroturismo.gov.it/tourism-digital-hub-e-online-la-nuova-versione-beta-del-portale-italia-it/>

Ministero del Turismo, <https://www.ministeroturismo.gov.it/tourism-digital-hub/>

Ministero del Turismo, 2022, *Turismo 4.0 Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza* <https://www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2022/03/PNRR-MITUR.pdf>

Ministero della Cultura, 18 Marzo 2022, *Piano Nazionale Borghi, Franceschini: 21 progetti pilota e 1.800 candidature per vincere la sfida della crescita sostenibile*, <https://cultura.gov.it/pnrr-borghi>

NextGenerationEU, https://next-generation-eu.europa.eu/index_en

Nomad List, *The 2022 State of Digital Nomads*, <https://nomadlist.com/digital-nomad-statistics>

Nomadi Digitali, 29 Marzo 2019, *Nomadi Digitali: Il Nuovo Trend Emergente per il Settore dell'Ospitalità*, a cura di Messineo D., <https://www.nomadidigitali.it/lifestyle-e-nomadismo/nomadi-digitali-nuovo-trend-per-settore-ospitalita/>

Nomadi Digitali, 24 Maggio 2022, *Breve Storia e Origini del Nomadismo Digitale*, a cura di Mattei A., <https://www.nomadidigitali.it/lifestyle-e-nomadismo/breve-storia-e-origini-del-nomadismo-digitale/>

Octara, s.d., *Vlog - The Future of Work – Digital Nomads and the Gig Economy* by Dr. Frank Peter, <https://octara.com/the-future-of-work-digital-nomads-and-the-gig-economy/>

Osservatori Digital Innovation, 20 Ottobre 2022, *Gli smart worker italiani scendono a 3,6 milioni, previsioni di crescita nel 2023*, <https://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/smart-working-italia-numeri-trend>

Osservatori Digital Innovation, 28 Dicembre 2022, *Smart City in Italia: i progetti di successo*, https://blog.osservatori.net/it_it/smart-city-in-italia-progetti

Passport Photo Online, 29 Settembre 2022, *60+ Statistiche Airbnb [2022]: Utenti, fatturato e aneddoti divertenti*, a cura di Woolf M., <https://passport-photo.online/it-it/blog/statistiche-airbnb/>

Puglia Eccellente, 4 Novembre 2022, *Brindisi destinazione per i nomadi digitali*, <https://www.pugliaeccellente.info/brindisi-destinazione-per-i-nomadi-digitali/>

Puglia Promozione, <https://www.dms.puglia.it/portal/regione-puglia-governance-turismo>

Qualtrics, <https://www.qualtrics.com/it/experience-management/dipendente/employer-branding/>

Schengenvisainfo, 2 Dicembre 2022, *Spain Is Planning to Launch Digital Nomad Visa in January 2023*, <https://www.schengenvisainfo.com/news/spain-is-planning-to-launch-digital-nomad-visa-in-january-2023/>

Sea.brindisi.it, <https://www.sea.brindisi.it/work/>

SMACE, <https://www.smace.com/scopri-smace-smart-working/>

Smart Dublin, <https://data.smartdublin.ie/>

Southworking, <https://www.southworking.org/>

Southworking, <https://www.southworking.org/cosa-e-sw/>

Statista, 30 Settembre 2022, *Projected gross volume of the gig economy from 2018 to 2023* <https://www.statista.com/statistics/1034564/gig-economy-projected-gross-volume/>

Statista, 20 Aprile 2022, *Is 9 to 5 working in 2022?*, a cura di Fleck A., <https://www.statista.com/chart/27260/is-9-to-5-working-in-2022/>

Statista, Marzo 2022, *Share of digital nomads worldwide in 2022, by age*, <https://www.statista.com/statistics/1298807/digital-nomads-by-age-worldwide/>

Statista, Marzo 2022, *Share of digital nomads worldwide as of March 2022, by nationality*, <https://www.statista.com/statistics/1298849/digital-nomads-by-nationality-worldwide/>

Statista, Marzo 2022, *Share of digital nomads worldwide as of March 2022, by gender*, <https://www.statista.com/statistics/1298857/digital-nomads-by-gender-worldwide/>

Statista, Marzo 2022, *Share of digital nomads worldwide as of March 2022, by education level*, <https://www.statista.com/statistics/1298859/digital-nomads-by-education-level-worldwide/>

Statista, Gennaio 2022, *Leading factors in choosing a location for digital nomads worldwide in 2022*, <https://www.statista.com/statistics/1299228/factors-choosing-location-digital-nomads-worldwide/>

Statista, Aprile 2022, *What's the biggest benefit you see to working remotely?*, <https://www.statista.com/statistics/1111309/biggest-benefits-to-working-remotely-worldwide/>

Statista, Aprile 2022, *Total contribution of travel and tourism to gross domestic product (GDP) worldwide from 2019 to 2021*, <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/>

Statista, Ottobre 2022, *Leisure tourism spending worldwide from 2019 to 2021*, <https://www.statista.com/statistics/1093335/leisure-travel-spending-worldwide/>

TechCrunch, 24 Maggio 2021, *Airbnb doubles down on flexible search, improves the host flow in preparation for summer 2021*, a cura di Crook J., <https://techcrunch.com/2021/05/24/airbnb-doubles-down-on-flexible-search-improves-the-host-flow-in-preparation-for-summer-2021/>

Techfor, 4 Febbraio 2021, *Storia dello smartphone: com'è nato e quando?*,
<https://www.techfor.it/smartphone-e-tablet/storia-dello-smartphone-come-nato-e-quando/>

The Bottom Up, 19 Luglio 2022, *L'altra faccia del turismo: lo spopolamento di Venezia*,
<https://thebottomup.it/2022/07/19/altra-faccia-del-turismo-lo-spopolamento-di-venezias/>

The Digital Nomad Asia, <https://www.thedigitalnomad.asia/inspiration/digital-nomad-events/>

The Nomad Escape, <https://thenomadescape.com/>

Total Croatia News, 21 Maggio 2021, *Checking in with Dubrovnik Digital Nomads-in-Residence – Nomad Partners*, a cura di Jukic B., <https://www.total-croatia-news.com/digital-nomads-in-croatia/53143-nomad-partners>

Traveling Lifestyle, 3 Agosto 2022, *Selina Expands To 16 New Locations To Meet Digital Nomad Global Demand*, a cura di Vincej V., <https://www.travelinglifestyle.net/selina-expands-to-16-new-locations-to-meet-digital-nomad-global-demand/>

Trento Smart City, <https://2019.smartcityweek.it/>

Truenumbers.it, (s.d.), *Trasporto pubblico locale, che cosa non funziona al Sud*,
<https://www.truenumbers.it/trasporto-pubblico-locale-nord-sud/>

TurismoFVG.it, <https://www.turismofvg.it/en/friuli-venezia-giulia-digital-nomads>

Twitter, <https://twitter.com/bchesky>

Università Ca' Foscari di Venezia, 18 Febbraio 2022, *Nasce Venywhere, per un nuovo modo di vivere e lavorare a Venezia*,
https://www.unive.it/pag/14024/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=11967&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail

Velocity Global, 10 Maggio 2022, *44 Eye-Opening Gig Economy Statistics For 2022*,
<https://velocityglobal.com/blog/gig-economy-statistics/>

Venywhere, <https://www.venywhere.it/>

Venywhere, <https://www.venywhere.it/about>

Visit Ljubljana, <https://www.visitljubljana.com/en/poi/btc-city/>

VisitValencia.com, <https://www.visitvalencia.com/en/valencia-accessible>

YesMilano.it, <https://www.yesmilano.it/about-milano-partners>

YesMilano.it, <https://www.yesmilano.it>

Zippia. 2 Febbraio 2023, *33 Captivating Coworking Statistics [2023]: Facts And Trends You Need To Know*, a cura di McCain A., <https://www.zippia.com/advice/coworking-statistics/>

