



UNICA

UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI CAGLIARI



Università di Cagliari

UNICA IRIS Institutional Research Information System

This is the Authors' [*accepted*] manuscript version of the following contribution:

Massidda C. and Piras R. (2022), La valorizzazione turistica delle aree costiere del sud Sardegna. *Economia & Ambiente*, Anno XLI - N. 1, pp. 17-33, Gennaio-Giugno, ISSN 1593-9499

The publisher's version is available at:

<https://www.economiaeambiente.it/wp-content/uploads/2023/06/Economia-e-Ambiente-2022-1.pdf>

When citing, please refer to the published version.

LA VALORIZZAZIONE TURISTICA DELLE AREE COSTIERE DEL SUD SARDEGNA

Abstract

Negli anni recenti, studiosi e operatori turistici hanno mostrato un interesse crescente verso lo studio delle determinanti della spesa turistica. Lo scopo principale è quello di profilare i mercati di origine dei flussi turistici ed evidenziare quali caratteristiche specifiche di una destinazione possano guidare le scelte di spesa.

Il presente studio offre un contributo al dibattito scientifico attraverso l'analisi di dati originali ottenuti per mezzo di un questionario distribuito in cinque destinazioni turistiche della Sardegna meridionale a forte vocazione turistico-balneare: Cagliari, Domus de Maria, Muravera, Pula e Villasimius. L'analisi è svolta per l'intero campione e per sotto campioni identificati in base a nazionalità, genere ed età. I risultati ottenuti per l'intero campione evidenziano come l'accessibilità, le attività di intrattenimento e ricreazione e il paesaggio incidano positivamente sulla spesa turistica. A livello disaggregato, l'accessibilità appare maggiormente rilevante per le donne, le attività di intrattenimento per gli uomini e per i giovani, il paesaggio per gli stranieri e le donne.

In recent years, scholars and practitioners have shown a growing interest in studying the determinants of tourism expenditure. The principal purpose is to profile the origin markets of tourism flows and highlight which specific characteristics at the destination can guide tourists' choices.

The present study contributes to the scientific debate by proposing the analysis of original data obtained through a questionnaire distributed in five tourist destinations in southern Sardinia with a prevailing sun-and-sand tourism vocation: Cagliari, Domus de Maria, Muravera, Pula, and Villasimius. The analysis considers the entire sample and sub-samples based on nationality, gender, and age. The aggregate results show how accessibility, entertainment and recreation activities, and the landscape positively affect tourist expenditure. At a disaggregated level, accessibility appears more relevant for women, entertainment activities for men and young people, and the landscape for foreigners and women.

Codici JEL: C13; C83; L83;

Introduzione

Nel corso degli ultimi decenni il mercato turistico internazionale è stato fortemente plasmato da un forte processo di globalizzazione, dalla comparsa di nuove destinazioni e dalla sempre più marcata diversificazione della domanda. Questi fenomeni nel loro insieme hanno accresciuto la concorrenza tra destinazioni e reso impellente un processo di diversificazione dell'offerta capace di catturare nuove quote di mercato e favorire le ricadute economiche positive della spesa turistica. Un tale percorso coinvolge la gestione pubblica e privata della destinazione e richiede un ampio set informativo su cui basare la costruzione di modelli di gestione e sviluppo turistico sostenibili e coerenti con gli indirizzi nazionali e comunitari.

Profilare i mercati e conoscere gusti e preferenze dei turisti diventa un momento essenziale nella costruzione di tali modelli. Non a caso, esiste una crescente letteratura che si occupa di studiare le determinanti della spesa turistica sfruttando, laddove possibile, le informazioni presenti nei micro-dati. L'obiettivo prioritario di questi studi è quello di analizzare i comportamenti di spesa dei turisti e individuare le variabili da cui tali comportamenti possano essere influenzati. Questi studi hanno già posto in luce il ruolo di una molteplicità di variabili, tra cui quelle economiche e sociodemografiche ricoprono certamente un ruolo chiave. Tuttavia, proprio perché su queste determinanti esiste una evidenza empirica ormai consolidata, una chiara tendenza degli studi più recenti è quella di ricercare quali delle caratteristiche specifiche di una certa destinazio-

ne possano svolgere il ruolo di “facilitatori” della spesa turistica. Per una completa revisione della letteratura sulle determinanti della spesa turistica si vedano, tra gli altri, i lavori di Wang e Davidson (2010), Sainaghi (2012), Brida e Scuderi (2013), Mudarra-Fernandez et al. (2019), Mehran e Olya (2019) e Park et al. (2020).

Secondo la revisione della letteratura proposta da Wang e Davidson (2010), gli studi basati sui micro-dati sono soliti considerare quattro categorie di determinanti della spesa turistica. La prima categoria è rappresentata dalle determinanti economiche che possono includere, oltre al reddito, le attività finanziarie e reali, nonché eventuali altri indicatori di difficoltà nella gestione delle finanze personali. La seconda categoria riguarda le variabili sociodemografiche che catturano aspetti quali età, livello di istruzione, genere, composizione del nucleo familiare, nazionalità e stato occupazionale. La terza categoria comprende un ampio set di variabili che catturano le caratteristiche del viaggio, tra cui si annoverano il tipo di alloggio, le attività svolte a destinazione, i costi del viaggio, i vari tipi di spesa a destinazione, la lunghezza della vacanza, la composizione del gruppo di vacanza, scopo della visita e molto altro. Infine, la quarta categoria riguarda le variabili psicografiche che ricomprende tutti quei fattori collegati alle percezioni dei turisti. Proprio relativamente a questa categoria di variabili, tra i diversi studi analizzati da Wang e Davidson (2010), e successivamente da Brida e Scuderi (2013), emerge molta eterogeneità certamente spiegabile in base al tipo di studio condotto e all’oggetto specifico della ricerca (si vedano anche i lavori recenti di Marrocu et al, 2015; Massidda et al., 2020). In generale, Brida e Scuderi (2013) parlano di opinioni sulla destinazione, opinioni sulla visita e di motivazioni della visita (*trip motivations*), quest’ultima vista come categoria distinta dallo scopo principale del viaggio (*main purpose of visit*). Nel loro studio, però, Brida e Scuderi (2013) spiegano come la categoria *trip motivations* non sia facilmente identificabile anche per-

ché negli studi precedenti viene spesso utilizzata una tassonomia differente e non riconducibile alle quattro categorie di Wang e Davidson (2010). In linea teorica, dovrebbe riguardare gli elementi intangibili della vacanza, ma spesso la distinzione tra elementi intangibili e tangibili è abbastanza complessa. Come esempi in cui si faccia esplicito riferimento alle *trip motivations* si possono citare i lavori di Tanana et al. (2022), Saayman e Saayman (2012), Alegre et al. (2011), Kruger et al. (2010) e Mehmetoglu (2007).

Tra questi, di particolare interesse per il nostro studio sono i lavori di Alegre et al. (2011) e Tanana et al. (2022), entrambi focalizzati su una destinazione balneare. Alegre et al. (2011) analizzano le motivazioni della spesa turistica a Mallorca (Spagna). Lo scopo è quello di identificare le caratteristiche dei turisti e le motivazioni che consentono di identificare diversi segmenti di spesa come “*high spenders*” e “*low spenders*”. In particolare, insieme alle classiche determinanti della spesa (economiche, sociodemografiche, caratteristiche del viaggio), includono cinque categorie di fattori che definiscono “*sun-and-sand basics, local and cultural environment, fun and social life, tourist facilities, nature and sports*”. Il lavoro di Tanana et al. (2022), invece, riguarda le determinanti della spesa turistica nella località di Monte Hermoso, una destinazione situata a sud-ovest della provincia di Buenos Aires (Argentina). I risultati trovati mostrano come le principali variabili in grado di spiegare la spesa turistica siano il reddito, la provenienza dei turisti, la dimensione del gruppo turistico e il tipo di sistemazione.

L’obiettivo del presente studio è quello di offrire un contributo alla letteratura focalizzando l’analisi su alcuni aspetti della vacanza che possano condizionarne il buon esito e, quindi, fungere da facilitatori della spesa turistica. Abbiamo deciso di concentrare l’analisi su cinque destinazioni turistiche della Sardegna meridionale che hanno in comune un’offerta turistica fortemente incentrata sul turismo balneare e, al tempo stes-

so, una dichiarata attenzione ai temi della sostenibilità. Più in dettaglio, l'analisi riguarda Cagliari, Domus de Maria, Muravera, Pula e Villasimius, cinque destinazioni turistiche oggetto di un più ampio progetto di ricerca dal titolo “*Destinations’ Performance Measurement and the Role of Public Policies*”.¹

L'analisi si basa sui dati raccolti tramite un questionario rivolto ai visitatori che hanno frequentato i luoghi oggetto di indagine durante i mesi della stagione estiva. Con i dati raccolti, stimiamo un modello sulle determinanti della spesa turistica definita in termini di spesa turistica totale per *party size*, ovvero rispetto alla numerosità del gruppo con il quale si è viaggiato. Le determinanti riguardano le quattro categorie di variabili suggerite da Wang e Davidson (2010). La scelta delle variabili da inserire nelle diverse categorie è avvenuta da un lato sulla scia di quanto proposto dalla letteratura dominante e, dall'altro, sulla base dell'analisi descrittiva delle risposte date dai turisti intervistati. In particolare, nella categoria delle determinanti economiche abbiamo considerato il reddito pro-capite; nella categoria delle variabili socio-demografiche abbiamo incluso istruzione e stato occupazionale; tra le determinanti legate alle caratteristiche generali della vacanza abbiamo incluso la lunghezza della vacanza, il tipo di alloggio, il tipo di compagnia con la quale si è viaggiato e lo scopo della visita (*purpose of visit*) che riguarda la ragione principale per cui si è viaggiato (vacanza, lavoro, visite a parenti e amici e altro); infine, tra le determinanti psicografiche abbiamo considerato le risposte al quesito che chiedeva quali caratteristiche dell'area avessero determinato la scelta della destinazione, intendendole come pertinenti rispetto alla categoria delle “*trip motivations*” così come definite da Brida e Scuderi (2013). In particolare, abbiamo considerato la presenza di stabilimenti balneari, l'accessibilità ai luoghi, l'interesse storico, la pace e la tran-

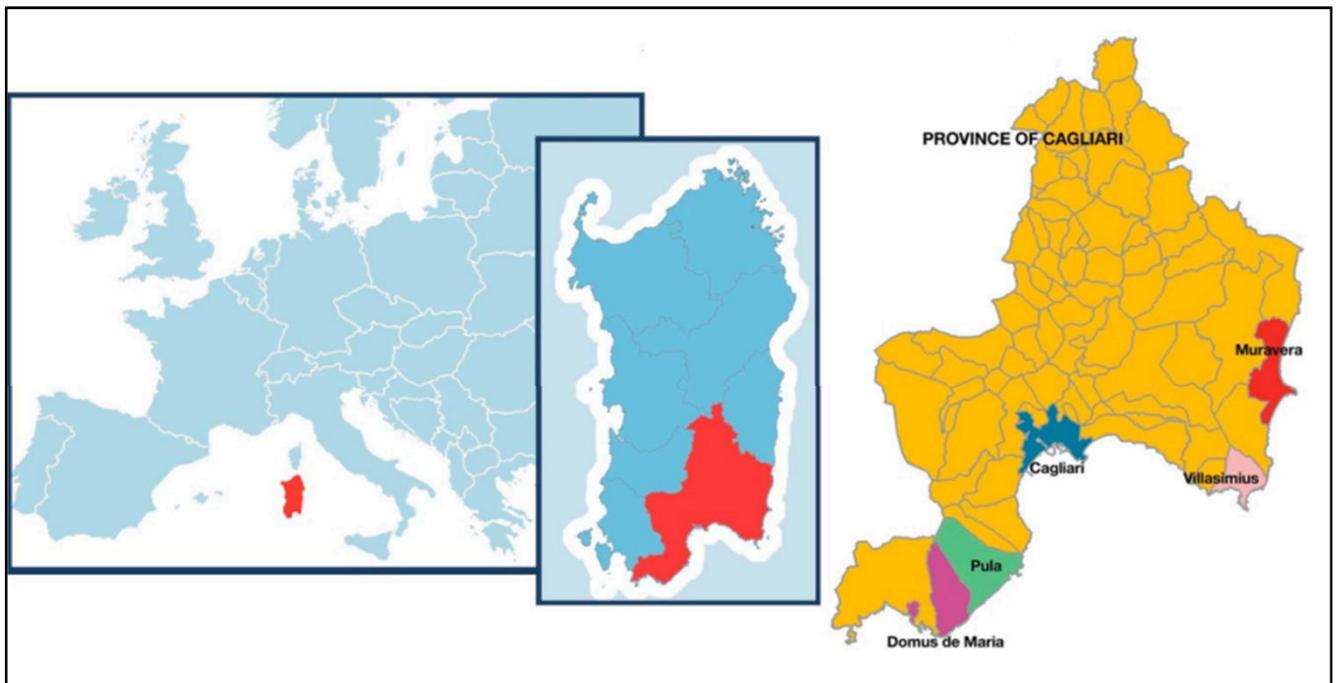
quillità, le attività di intrattenimento e ricreazione, il paesaggio, un evento specifico e, infine, l'ospitalità dei residenti. I risultati delle nostre stime confermano come la presenza di alcuni di questi elementi, fortemente ricercati dai turisti, incida positivamente sull'ammontare della loro spesa a destinazione. Infatti, tra le variabili legate all'area e per l'intero campione, l'accessibilità, le attività di intrattenimento e ricreazione e il paesaggio sono positivamente associate alla spesa turistica. A livello disaggregato, l'accessibilità appare maggiormente rilevante per le donne, le attività di intrattenimento per gli uomini e per i giovani, il paesaggio per gli stranieri e le donne. In maniera solo in parte inaspettata, l'interesse storico non si contraddistingue come elemento legato ad una maggiore spesa. Infatti, considerando la tipologia di prodotto turistico offerto dalle cinque località, principalmente balneare, questa caratteristica non appare spingere in favore di una maggiore spesa.

Questionario e raccolta dati

Come anticipato nell'Introduzione, l'analisi empirica proposta nel presente studio rappresenta un obiettivo di un più ampio progetto di ricerca riguardante cinque località della Sardegna meridionale: Cagliari, Domus de Maria, Pula, Muravera e Villasimius (Figura 1). Il progetto, dal titolo “*Destinations’ Performance Measurement and the Role of Public Policies*” prevedeva un'indagine basata sul sistema europeo degli indicatori per il turismo proposti dal toolkit ETIS per la gestione sostenibile delle destinazioni. Il toolkit ETIS rappresenta uno strumento di gestione e monitoraggio fornito dalla Commissione Europea alle destinazioni turistiche interessate alla sostenibilità di lungo termine. Tra gli strumenti di indagine propone quattro questionari (visitatori, residenti, gestione della destinazione e imprese) i cui quesiti sono abbinati a indicatori di sostenibilità (43 indicatori principali più ulteriori indicatori supplementari) suddivisi in quat-

¹ Il progetto è stato finanziato dalla Fondazione di Sardegna (annualità 2017).

Figura 1. Mappa della Sardegna e località oggetto di studio



Fonte: Modica et al. (2018).

tro aree: gestione della destinazione; impatto sociale e culturale, valore economico; impatto ambientale. Il monitoraggio dei suddetti indicatori è alla base di uno sviluppo turistico sostenibile frutto di una volontà precisa delle destinazioni, ma anche del continuo confronto a livello internazionale.

La presente analisi si basa sui micro-dati raccolti attraverso il questionario distribuito tra i visitatori delle cinque località. Il questionario si compone di 21 quesiti frutto della combinazione tra i quesiti proposti dal questionario ETIS nella versione del 2016 e alcune domande inserite dal gruppo di ricerca coinvolto nel sopramenzionato progetto. Le integrazioni sono state scelte in modo che il questionario finale fosse rappresentativo di tutte le quattro categorie di determinanti della spesa turistica così come classificate da Wang e Davidson (2010).

² L'elenco dei quesiti proposti per l'indagine è riportato in Appendice.

³ I quesiti proposti nel questionario ETIS si dividono in 8 principali e 10 opzionali.

Le interviste sono state condotte tra maggio e settembre 2019. Complessivamente, i questionari compilati sono stati 641. Dopo aver ripulito il data set dalle risposte incomplete o per altro verso non utilizzabili, quelle utili ai fini dell'analisi sono risultate 423.

Metodologia di stima e statistiche descrittive

La metodologia utilizzata per l'analisi econometrica si basa sul metodo dei minimi quadrati ordinari (OLS). Questo è uno dei principali metodi utilizzati nelle indagini empiriche per stimare il determinante della spesa turistica (Brida e Scuderi, 2013; Wang e Davidson, 2010). Come noto, tale metodologia consente di stimare l'impatto delle variabili esplicative sulla media condizionata della variabile dipendente. In relazione ai regressori, ad eccezione del numero di notti, essi sono introdotti sotto forma di variabile categoriale. In questo caso è opportuno ricordare che è irrilevante quale variabile venga presa come categoria di riferimento, poiché la modifica

della base non cambia le stime e le previsioni sono le stesse indipendentemente dalla base utilizzata (Wooldridge, 2012, p. 230). Il modello econometrico è specificato secondo la seguente equazione:

$$\ln ST_i = \alpha + EC'_i\beta_1 + SD'_i\beta_2 + TR'_i\beta_3 + PS'_i\beta_4 + s_i$$

dove $\ln ST_i$ è il logaritmo della spesa turistica per party size, α è una costante, β_s ($s = 1, 2, 3$ e 4) sono vettori di parametri da stimare e s_i è il termine di errore. Le variabili esplicative sono raggruppate in quattro categorie: economiche EC'_i , sociodemografiche SD'_i , legate al viaggio TR'_i e psicografiche PS'_i .

Come detto, la variabile dipendente utilizzata è la spesa per party size nella quale sono ricomprese tutte le voci di spesa dei turisti durante il loro soggiorno, comprese quelle dell'eventuale pacchetto turistico. Il valore medio della variabile dipendente è di circa 883 euro con un campo di variazione molto ampio compreso tra un minimo di poco meno di 5 euro e un massimo di 8 mila euro (si veda la Tabella 1 per le statistiche descrittive di tutte le variabili utilizzate nell'analisi).

Passando alle variabili esplicative, come rappresentativa delle variabili economiche si considera il reddito annuo lordo. Nel questionario veniva chiesto agli intervistati di indicare, tra le tre proposte, la fascia di reddito di appartenenza. La scelta di categorizzare il reddito per fasce deriva dal fatto che, come noto in letteratura (Brida e Scuderi, 2013), gli intervistati sono spesso restii a dare informazioni precise sul proprio livello di reddito, mentre lo sono di meno in relazione a fasce di reddito specifiche e ampie. La fascia di reddito inferiore a 30 mila euro è considerata bassa e presa come categoria di riferimento nelle regressioni. Valori compresi tra 30 mila e 60 mila e superiori a 60 mila euro rientrano, rispettivamente, nella fascia di reddito medio e alto. La distribuzione percentuale delle risposte rivela la maggiore concentrazione nella fascia media (38,98%), seguita da quella alta (29,47%) e da quella bassa (19,03%), mentre il 12,53%

non risponde.

Le variabili sociodemografiche utilizzate nell'analisi sono il livello di istruzione e lo stato occupazionale. Quasi la metà degli intervistati (48,96%) possiede un titolo di studio almeno pari alla scuola secondaria superiore. A seguire il 31,55% ha conseguito un titolo di studio universitario e oltre. Infine, poco meno del 20% non è andato oltre la scuola dell'obbligo. Quest'ultima è considerata come categoria di riferimento nell'analisi empirica. In relazione allo stato occupazionale, la stragrande maggioranza (77,26%) risulta occupata a vario titolo, e questa è la categoria di riferimento nelle stime, il 14,39% sono pensionati, il 5,10% studenti, il 3,25% disoccupati.

Nelle variabili legate al viaggio rientrano le notti trascorse in vacanza, la tipologia di alloggio, una variabile che cattura la tipologia di compagnia con la quale si è trascorsa la vacanza (compreso il caso del viaggio in solitudine) e lo scopo della visita. Il numero medio di notti trascorse in vacanza è pari a poco più di 12. La tipologia di alloggio largamente prevalente è la casa in affitto scelta da oltre il 50% degli intervistati, seguita dall'hotel (categoria di riferimento) scelta dal 37,82% e da casa di parenti o amici scelta dal restante 8,82%. Alla domanda "Con chi ha viaggiato", il 66,59% ha risposto con la famiglia, il 32,25% con amici (categoria di riferimento) e solo l'1,16% con un gruppo organizzato. Come atteso, lo scopo della visita è per la stragrande maggioranza (83,76%) la vacanza, per il 13,46% la visita a parenti e amici e per il 2,78% altro (categoria di riferimento).

Infine, le caratteristiche psicografiche sono sintetizzate nelle risposte date dagli intervistati in merito a caratteristiche principali dell'area che hanno determinato la scelta della meta. In questo caso era possibile indicare più di una caratteristica della destinazione e le più importanti risultano essere, nell'ordine, il paesaggio (48,72% delle risposte), la pace e la tranquillità (47,33%), gli stabilimenti balneari (40,14%), l'accessibilità (31,55%), l'interesse storico (26,91%), le attività

di intrattenimento e ricreazione (26,68%), l'ospitalità e le amicizie locali (7,19%) e, infine, la presenza di un evento specifico (1,86%).

Risultati empirici

Le stime del modello sono riportate nella Tabella 2. Nella colonna 1 è riportata la stima di base con le sole determinanti economiche rappresentate dal reddito annuo lordo. Nella colonna 2 è riportata la regressione che include, come variabili esplicative, oltre a quelle economiche anche quelle sociodemografiche. Nella colonna 3 si aggiungono le variabili legate al viaggio, ovvero il numero di notti, la tipologia di alloggio, la variabile che cattura il fatto che si sia viaggiato con amici, in famiglia o con un gruppo organizzato e lo scopo della vacanza. Infine, nella colonna 4, si considerano anche le variabili psicografiche legate alle caratteristiche dell'area. Per il commento dei risultati, è bene tenere presente che, per interpretare l'impatto delle variabili categorizzate rispetto a quella presa a riferimento, occorre utilizzare la formula $100 (e^{\beta_j} - 1)\%$ dove β_j è il coefficiente stimato rispetto alla variabile j -esima.

Partiamo dai risultati riportati nella prima colonna. Qui vediamo come il coefficiente stimato pari a 0,432 relativo al livello di reddito annuo lordo medio, statisticamente significativo all'1%, alla luce della formula richiamata sopra, implichi che rispetto alla categoria di riferimento rappresentata dal reddito basso, quella con il reddito medio spenda il 54,03% in più. Questo valore è, appunto, ottenuto tramite la formula $100 (e^{0,432} - 1)\% = 54,03\%$. In modo analogo si può calcolare che rispetto alla categoria di riferimento, quella con il reddito alto spende più del doppio, più precisamente spende il 100 $(e^{1,046} - 1)\% = 184,62\%$ in più. Questi risultati sono in linea con le attese e con quanto rilevato in letteratura.

Passando ai risultati riportati nella colonna 2 che aggiunge le variabili sociodemografiche alla

stima. Come si osserva, oltre al reddito, l'unica altra variabile statisticamente significativa, ancorché solo al 10%, è il titolo di studio. Rispetto a chi possiede un livello di istruzione pari alla scuola dell'obbligo, chi ha conseguito il diploma di scuola superiore o un titolo universitario, spende circa un quarto di meno. Lo status occupazionale, invece, non rileva ai fini della spesa. Entrambi questi risultati confermano quanto già noto in letteratura. Infatti, sia la relazione tra titolo di studio e spesa, sia quella tra status occupazionale e spesa non sono tra quelle maggiormente robuste. Nella revisione della letteratura di Brida e Scuderi (2013), in quasi la metà degli studi il titolo di studio non risulta statisticamente significativo, nella rimanente metà appare prevalente il segno positivo, ma in un numero non indifferente di lavori il segno è negativo. Analogamente, lo status occupazionale non è rilevante in oltre la metà degli studi analizzati.

La colonna 3 mostra i risultati del modello empirico integrato dalle variabili legate al viaggio. Si può notare come i risultati siano simili riguardo alla variabile reddito e ai possessori di titolo di studio di scuola superiore. Chi possiede un titolo di studi universitario, invece, non appare avere un comportamento di spesa differente rispetto a chi ha conseguito solo il titolo di studio corrispondente alla scuola dell'obbligo. Lo stato occupazionale si conferma non correlato con il comportamento di spesa dei turisti. Passando, poi, alle variabili legate al viaggio, come atteso, la relazione tra spesa e numero di notti è positiva e statisticamente significata, risultato questo in linea con la gran parte degli studi esistenti. Un ruolo importante è svolto anche dalla tipologia di alloggio e dal tipo di compagnia con la quale si viaggia. Rispetto all'Hotel come categoria di riferimento, chi si reca in casa d'affitto non mostra differenze di spesa, mentre chi si reca presso casa di parenti e amici spende meno (-0,595 è il coefficiente stimato, mentre in termini percentuali, la differenza è pari a -45% circa). In relazione al tipo di compagnia di viaggio, è interessante osservare che chi viaggia con la propria

famiglia non spende in modo diverso rispetto alla categoria di riferimento rappresentata dal viaggio con amici, mentre chi viaggia con gruppo organizzato spende circa il 77% in meno (il coefficiente stimato è -1,489). Infine, lo scopo della visita, come ultima variabile legata al viaggio, non sembra determinare differenze di spesa statisticamente significative. Dal confronto con l'evidenza empirica esistente, anche in questo caso non emergono differenze sostanziali con i nostri risultati. Brida e Scuderi (2013) riportano che le variabili che catturano la tipologia di alloggio e la compagnia con la quale si è viaggiato sono significative in oltre il 60 per cento degli studi analizzati, mentre lo scopo della visita lo è in circa la metà dei lavori.

Infine, la colonna 4 riporta le stime del modello completo che include le variabili psicografiche. In relazione alle variabili già prese in considerazione nelle colonne precedenti, non si osservano differenze apprezzabili. Infatti, il reddito è sempre la variabile più importante nello spiegare il comportamento di spesa. Si osserva solamente una minore differenza nel ruolo del reddito alto rispetto a quello basso, fermo restando il fatto che anche in colonna 4 l'impatto differenziale del reddito si conferma statisticamente significativo all'1%. Le variabili sociodemografiche incidono poco o per nulla, mentre le variabili legate al viaggio hanno un effetto simile a quanto rilevato nelle colonne precedenti. Per quanto riguarda le variabili psicografiche, possiamo osservare come non tutte riportino coefficienti statisticamente significativi. In dettaglio, osserviamo che l'accessibilità, le attività di intrattenimento e ricreazione e il paesaggio sono caratteristiche positivamente associate alla spesa turistica, al contrario dell'interesse storico il cui coefficiente stimato riporta un segno negativo. Infine, la presenza di stabilimenti balneari, la pace tranquillità, la presenza di un evento specifico e l'ospitalità e le amicizie locali non appaiono essere connesse alla spesa turistica. Questo è quanto suggerito dalla stima dei coefficienti che per le variabili psicografiche, così come per la varia-

bile notti, non sono espressi rispetto ad una particolare categoria. Pertanto, il coefficiente stimato esprime la relazione tra ciascuna specifica caratteristica dell'area visitata e il comportamento di spesa dei turisti.

Analisi disaggregata per tipologia di turisti

Al fine di approfondire l'analisi e cercare di individuare eventuali comportamenti di spesa eterogenei rispetto a determinate caratteristiche dei turisti, nella Tabella 3 si è proceduto a ristimare il modello completo disaggregando i turisti per nazionalità, genere ed età. Procedendo in questo modo la dimensione del campione si riduce, ma non scende mai al di sotto di 188 unità, un numero che comunque appare congruo per procedere ad una disamina più specifica del comportamento di spesa dei turisti.

Italiani e stranieri

Dal confronto fra italiani e stranieri (si vedano le colonne 1 e 2 della Tabella 3) appare che il differenziale di reddito influenzi il comportamento di spesa degli italiani sia con reddito medio, sia con reddito alto. Al contrario, per gli stranieri il differenziale appare statisticamente significativo solo in relazione al reddito alto. Quando statisticamente significativi, i coefficienti stimati indicherebbero, in particolare, che gli italiani con un reddito medio spendono oltre il 75% in più rispetto agli italiani con reddito basso. Inoltre, sia per gli italiani che per gli stranieri, coloro i quali dichiarano un reddito alto spendono oltre il 100% in più rispetto alla categoria di riferimento.

Passiamo ora alle variabili sociodemografiche. In relazione al titolo di studio, per gli italiani la differenza (negativa rispetto alla categoria di riferimento della scuola dell'obbligo) è significativa rispetto ad entrambe le categorie. Viceversa, per gli stranieri la differenza è statisticamente significativa solo rispetto al titolo di scuola secondaria superiore ed è positiva. Quindi, in

relazione al titolo di studio emerge come italiani e stranieri abbiano un comportamento di segno opposto: all'aumentare del titolo di studio gli italiani spendono meno, gli stranieri spendono di più. Dal confronto con i risultati della colonna 3 della Tabella 2 per il totale dei turisti appare più chiaro il motivo per il quale, in quella circostanza, la variabile in questione presentasse solo una debole significatività statistica negativa per il titolo di studio scuola superiore. La seconda variabile sociodemografica, lo stato occupazionale, non appare svolgere alcun ruolo rilevante nel differenziare gli italiani dagli stranieri.

Le variabili legate al viaggio sembrano anch'esse avere in parte un ruolo differente tra italiani e stranieri. Innanzitutto, le notti trascorse in vacanza non hanno un ruolo statisticamente significativo per gli italiani, mentre lo hanno per gli stranieri. Conseguentemente, l'impatto positivo rilevato nella colonna 3 della Tabella 2 è ascrivibile esclusivamente a questi ultimi. La tipologia di alloggio, al contrario, non appare influenzare le due categorie di turisti in maniera differente: rispetto alla categoria di riferimento (hotel), aver alloggiato in affitto non incide sulla spesa né degli italiani, né degli stranieri; essere ospiti di parenti e amici riduce la spesa di entrambi, peraltro in misura maggiore per gli stranieri. Rispetto al gruppo di riferimento degli amici, aver viaggiato con la famiglia non differenzia il comportamento di spesa nei due sotto campioni, mentre aver viaggiato con un gruppo organizzato riduce la spesa, in modo rilevante, solo per gli italiani. L'ultima variabile legata al viaggio, lo scopo della visita, rivela anch'essa un atteggiamento di spesa diverso degli italiani rispetto agli stranieri: per i primi non vi è alcun ruolo, per i secondi, invece, se lo scopo della visita è la vacanza o la visita di parenti o amici, allora essi spendono di meno rispetto alla categoria di riferimento per la quale in motivo della visita è altro.

In relazione alle variabili psicografiche, le differenze tra questi due gruppi di turisti non appaiono rilevanti. Tra le caratteristiche dell'area

visitata, solo la presenza di pace e tranquillità induce gli stranieri a spendere di più rispetto agli italiani. Per il resto, le attività di intrattenimento e ricreazione influenzano positivamente la spesa per entrambi, mentre le altre caratteristiche dell'area non sono rilevanti né per gli uni, né per gli altri.

Uomini e donne

Le colonne 3 e 4 della Tabella 3 riportano i risultati separati per uomini e donne. Un livello di reddito più elevato influenza positivamente la spesa turistica di entrambi, ma in misura più evidente quella delle donne, le quali spendono il 75% (coefficiente stimato 0,560) in più e quasi il 140% (coefficiente stimato 0,862) in più in presenza, rispettivamente, di un reddito medio e alto. Per gli uomini, il differenziale di reddito è statisticamente significativo solo per il reddito medio ed è pari a circa il 64% in più (coefficiente stimato 0,494).

Tra le variabili sociodemografiche, solo lo status di studente identifica una spesa inferiore e statisticamente significativa per le donne rispetto agli uomini.

Viceversa, le variabili legate al viaggio appaiono operare in maniera abbastanza diversa tra le due categorie. Il numero di notti incide positivamente sulla spesa solo per gli uomini. Rispetto alla categoria di riferimento dell'hotel, andare ospiti da parenti o amici riduce la spesa per gli uomini (coefficiente stimato 0,907, variazione percentuale rispetto ad hotel poco al di sotto del 150%), ma non per le donne. Aver fatto parte di un gruppo organizzato, al contrario, influenza la spesa delle donne, ma non degli uomini. Infine, lo scopo della visita torna ad essere una variabile determinante per gli uomini, ma non per le donne.

Continuando con le variabili psicografiche, emergono altre differenze tra queste categorie di turisti. Infatti, per gli uomini la presenza di stabilimenti balneari, di attività di intrattenimento e ricreazione e l'ospitalità e le amicizie locali sono elementi statisticamente significativi e positivamente correlati con la spesa, mentre non lo sono

per le donne. Per queste ultime, viceversa, l'accessibilità e il paesaggio in termini positivi e l'interesse storico, l'ospitalità e le amicizie locali in termini negativi sono gli elementi che influenzano la spesa.

Giovani e meno giovani

L'ultima disaggregazione del comportamento di spesa turistica riguarda i giovani (sotto i 50 anni) e i meno giovani (al di sopra dei 50 anni). In relazione al reddito, mentre un livello alto influisce in egual misura su queste due categorie, un livello medio è statisticamente significativo solo per gli under 50.

Tra le variabili sociodemografiche non compaiono, proprio per questioni anagrafiche, pensionati tra i più giovani, né studenti tra gli over 50 e, nel complesso, esse sono poco significative nella loro relazione con la spesa turistica.

Al contrario, le variabili legate al viaggio caratterizzano in modo differente queste due categorie di turisti, anche rispetto al totale dei turisti. In primo luogo, il numero di notti trascorse in vacanza è positivamente correlato esclusivamente con la spesa dei più giovani. In secondo luogo, anche la tipologia di alloggio presso casa di parenti o amici influenza la spesa turistica, in senso negativo, solo per i più giovani. In terzo luogo, rispetto alla categoria di riferimento degli amici, il gruppo con il quale si è viaggiato non influenza la spesa dei più giovani, mentre per i meno giovani si ha un effetto positivo se si è viaggiato con la famiglia, negativo se si è viaggiato con un gruppo organizzato. In quarto luogo, in relazione allo scopo della visita il comportamento di spesa dei due gruppi appare più simile nel senso che chi viaggia per vacanza o per visitare parenti o amici spende di più, sempre rispetto alla categoria di riferimento altro. Per questa categoria di spesa è opportuno evidenziare come il comportamento di spesa dei giovani e dei meno giovani, contrariamente a ciò che accade per gli altri sotto campioni e per il campione intero, sia molto simile.

Infine, la spesa veicolata dalle variabili psi-

cografiche mostra anch'essa delle similitudini tra questi due sotto campioni. Per entrambi, infatti, da un lato le caratteristiche di accessibilità influenzano positivamente la spesa, dall'altro l'interesse storico appare ridurla. L'unica differenza è rappresentata dalla presenza di attività di intrattenimento e ricreazione che incide positivamente sulla spesa solo dei più giovani.

Conclusioni

Lo sviluppo turistico di una destinazione rientra a pieno titolo nel quadro delineato dai 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 adottata nel 2015 dalle Nazioni Unite. Il turismo, infatti, grazie alle sue importanti ricadute economiche in termini di reddito e posti di lavoro, può essere uno strumento potentissimo per sconfiggere la povertà, la fame e le disuguaglianze, anche in termini di istruzione e capitale umano. Non solo. Il turismo può avere un ruolo molto importante anche nella lotta all'inquinamento, al cambiamento climatico e al depauperamento delle risorse ambientali proprio perché in grado di stimolare modelli sostenibili di produzione e di consumo. Al tempo stesso, però, sotto il profilo della sostenibilità, lo sviluppo turistico può rappresentare una minaccia per l'ambiente, i popoli e le loro culture. In altre parole, il turismo da un lato può contribuire a delineare un quadro di sviluppo sostenibile, ma dall'altro può indebolire la sostenibilità stessa dei percorsi di sviluppo.

Nella consapevolezza della natura potenzialmente opposta dei suoi impatti sulla sostenibilità, lo sviluppo turistico si conferma da decenni un obiettivo prioritario delle destinazioni che vogliono affidare al turismo il ruolo di motore di crescita e sviluppo sostenibile. In quest'ottica, l'obiettivo di molte destinazioni è proprio quello di accrescere le ricadute economiche delle attività turistiche nella prospettiva che queste virtuosamente inneschino effetti a catena su tutto il territorio e la popolazione che vi risie-

de. Tutto questo mantenendo fermo l'intento di preservare l'ambiente, i popoli e le loro culture.

In un quadro così complesso, emerge l'importante esigenza di individuare modelli di sviluppo che rispondano alle mutevoli esigenze della domanda turistica, ma anche capaci di indirizzarla verso percorsi virtuosi necessari per salvaguardare il futuro del nostro pianeta. In questa

chiave, lo studio delle determinanti della domanda turistica e, più in particolare, della spesa dei turisti a destinazione, diventa un tassello fondamentale di una progettualità sostenibile e consapevole. Profilare i mercati e conoscere gusti e preferenze dei turisti, infatti, non rappresen-

ta solo un modo per incrementare le ricadute economiche a destinazione, ma anche la via per valutare strategie che tengano conto delle esigenze di tutte le parti interessate. I turisti, infatti, insieme ai residenti, le imprese e le istituzioni locali, sono senz'altro interlocutori da privilegiare per una gestione sostenibile delle destinazioni.

In questa prospettiva nasce il progetto di ricerca "Destinations' Performance Measurement and the Role of Public Policies" precedentemente citato che ha coinvolto le destinazioni di Cagliari, Domus de Maria, Muravera, Pula e Villasimius e che ha consentito la raccolta di importanti micro-dati sulla base del sistema europeo degli indicatori ETIS. L'analisi proposta nel presente lavoro ha utilizzato la parte di dati raccolta per mezzo del questionario distribuito ai turisti giunti a destinazione. Il modello empirico proposto cerca di identificare le determinanti della spesa turistica suddivise nelle quattro categorie suggerite da Wang e Davidson (2010).

Ciò che rileva con riferimento alle destinazioni analizzate è che queste, al pari delle destinazioni balneari in generale, offrano un prodotto standardizzato e tendenzialmente rivolto ad un turismo caratterizzato da un elevato grado di concorrenza. Ne consegue che ai fini di uno sviluppo turistico, per queste destinazioni diventi quanto mai essenziale un'operazione di diversificazione e differenziazione che porti, da un lato, una crescita dell'attrattività e, dall'altro, la pos-

sibilità di essere distinguibili rispetto ai diretti competitors.

In tal senso, lo sforzo degli operatori pubblici e privati deve essere quello di individuare ulteriori elementi attrattivi delle località turistiche balneari diversi rispetto a quelli delle destinazioni rivali. Proprio questa esigenza rende interessanti i risultati del presente studio e li inquadra come fonte di possibili idee sulle quali riflettere. Oltre ai classici fattori che influenzano la spesa turistica, si è mostrato, infatti, come alcune caratteristiche della destinazione fungano da potenziali attrattori della domanda turistica. Tra questi, l'accessibilità, le attività di intrattenimento e ricreazione e il paesaggio sono positivamente associate alla spesa turistica. Peraltro, queste caratteristiche appaiono influenzare la spesa in maniera diversa per le differenti categorie di turisti: italiani e stranieri, uomini e donne e, infine, giovani e meno giovani.

In conclusione, i risultati del presente studio possono contribuire non solo a identificare il tipo di turista più redditizio, ma anche a fornire informazioni utili per una diversificazione del prodotto turistico progettata nell'ottica della sostenibilità di lungo termine. Infatti, grazie anche all'evidenza empirica prodotta dalle analisi sui micro-dati come la nostra, gli attori coinvolti nei processi di pianificazione, gestione e marketing delle destinazioni possono acquisire quella consapevolezza che è necessaria ai fini di una efficace diversificazione del prodotto turistico balneare che vada incontro a esigenze e gusti differenti.

Romano Piras

Carla Massidda

Carla Massidda è Professore Ordinario di Politica Economica, Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, Università degli Studi di Cagliari.

Romano Piras è Professore Ordinario di Economia Politica, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali, Università degli Studi di Cagliari.

Bibliografia

- Alegre J., Cladera M., Sard M. (2011), *Analysing the influence of tourist motivations on tourist expenditure at a sun-and-sand destination*, "Tourism Economics", 17, pp. 813–832.
- Brida J.G., Scuderi R. (2013), *Determinants of tourist expenditure: a review of microeconomic models*, "Tourism Management Perspectives", 6, pp. 28–40.
- Kruger M., Saayman M., Ellis S.M. (2010), *Does loyalty pay? First-time versus repeat visitors at a national arts festival*, "Southern African Business Review", 14, pp. 79–104.
- Marrocu E., Paci R., Zara A. (2015), *Microeconomic determinants of tourist expenditure: a quantile regression approach*, "Tourism Management", 50, pp. 13–30.
- Massidda C., Seetaram N., Piras R. (2020), *A microeconomics analysis of the per diem expenditure of British travellers*, "Annals of Tourism Research", 82, n. 102877.
- Mehmetoglu M. (2007), *Nature-based tourists: The relationship between their trip expenditures and activities*, "Journal of Sustainable Tourism", 15, pp. 200–215.
- Mehran J., Olya H.G.T. (2019), *Progress on out-bound tourism expenditure research: A review*, "Current Issues in Tourism", 22, pp. 2511–2537.
- Modica P., Capocchi A., Foroni I., Zenga M. (2018), *An assessment of the implementation of the European tourism indicator system for sustainable destinations in Italy*, "Sustainability", 10, pp. 1–21.
- Mudarra-Fernández A.B., Carrillo-Hidalgo I., Pulido-Fernández J.I. (2019), *Factors influencing tourist expenditure by tourism typologies: a systematic review*, "Anatolia", 30, pp. 18–34.
- Park S., Woo M., Nicolau J.L. (2020), *Determinant factors of tourist expenses*, "Journal of Travel Research", 59, pp. 267–280.
- Sainaghi R. (2012), *Tourist expenditures: The state of art*, "Anatolia", 23, pp. 217–233.
- Saayman M., Saayman A. (2012), *Determinants of spending: an evaluation of three major sporting events*, "International Journal of Tourism Research", 14, pp. 124–138.
- Tanana A., Caruso M.J., Rodriguez C.A. (2022), *Determinants of tourist expenditure demand in coastal destinations*, "Advances in Hospitality and Tourism Research" (in press)
- Wang Y., Davidson M.C. (2010), *Chinese holiday makers' expenditure: implications for marketing and management*, "Journal of Hospitality Marketing and Management", 19, pp. 373–396.

Appendice.

Questionario utilizzato per le interviste

- 1 Qual è la sua nazione di provenienza?
 - 2 Pernotterà in questa città?
 - 3 Da dove è arrivato oggi?
 - 4 Quale è il motivo del suo viaggio?
 - 5 Con quante persone è venuto in questa destinazione?
 - 6 Qual è il principale mezzo di trasporto che ha usato per arrivare fin qui?
 - 7 Quale mezzo di trasporto ha usato o pensa di usare durante il suo soggiorno qui?
 - 8 È la prima volta che viene in questa destinazione?
 - 9 Quali sono le caratteristiche principali dell'area che hanno determinato la scelta della sua meta?
 - 10 In che tipo di sistemazione è stato e quante notti è stato in ogni tipo di sistemazione?
 - 11 Quanto ha speso per giorno durante il suo soggiorno?
 - 12 Può indicare approssimativamente quanto ha speso o ha intenzione di spendere nella destinazione durante il suo soggiorno per ogni categoria di spesa?
 - 13 Lei pensa che la spesa effettuata per questa vacanza sia stata o sarà nella cifra preventivata?
 - 14 Lei o qualcuno che viaggia con lei ha problemi di disabilità o mobilità ridotta?
 - 15 Questa destinazione presta molta attenzione ai bisogni speciali delle persone con disabilità?
 - 16 È consapevole degli sforzi e delle iniziative in termini di sostenibilità effettuati qui?
 - 17 Complessivamente è soddisfatto della sua vacanza in questa destinazione?
 - 18 Aspetti sociodemografici
 - 19 Può dirmi qual è il livello più alto di istruzione che ha conseguito?
 - 20 Attualmente la sua posizione professionale è...?
 - 21 Quale categoria di reddito rappresenta meglio la sua situazione?
-

Tabella 1. Statistiche descrittive

Variabile dipendente: Spesa per party size			
Media	Deviazione Standard	Valore minimo	Valore massimo
883,64	969,94	4,67	8000
Variabili indipendenti: economiche			%
Reddito annuo lordo:			
Basso (<30000€)			19,03
Medio (30000€ - 60000€)			38,98
Alto (>60000€)			29,47
Non risponde			12,53
Variabili indipendenti: sociodemografiche			
Livello di istruzione:			
Scuola dell'obbligo			19,49
Scuola secondaria superiore			48,96
Universitario			31,55
Stato occupazionale:			
Disoccupato			3,25
Pensionato			14,39
Studente			5,10
Occupato			77,26
Variabili indipendenti: legate al viaggio			
Notti (media)			12,40
Tipologia di alloggio:			
Affitto e altro			53,36
Hotel			37,82
Casa di parenti o amici			8,82
Con chi ha viaggiato:			
Amici			32,25
Famiglia			66,59
Gruppo organizzato			1,16
Scopo della visita:			
Vacanza			83,76
Visita parenti o amici			13,46
Altro			2,78
Variabili indipendenti: caratteristiche psicografiche			
Caratteristiche dell'area che hanno influenzato la scelta:			
Stabilimenti balneari			40,14
Accessibilità			31,55
Interesse storico			26,91
Pace e tranquillità			47,33
Attività di intrattenimento e ricreazione			26,68
Paesaggio			48,72
Evento specifico			1,86
Ospitalità e amicizie locali			7,19

Note: valore % sul totale se non diversamente specificato.

Tabella 2. Analisi empirica

	(1)	(2)	(3)	(4)
VARIABILI ECONOMICHE				
Reddito annuo lordo (rif.: Basso)				
Medio	0,432*** [0,142]	0,422*** [0,143]	0,497*** [0,143]	0,423*** [0,144]
Alto	1,046*** [0,142]	1,018*** [0,141]	0,975*** [0,142]	0,756*** [0,154]
Non risponde	-0,091 [0,206]	-0,021 [0,219]	-0,012 [0,206]	-0,051 [0,198]
VARIABILI SOCIODEMOGRAFICHE				
Titolo di studio (rif.: Scuola dell'obbligo)				
Scuola superiore		-0,286* [0,145]	-0,255* [0,139]	-0,256* [0,136]
Università		-0,264* [0,148]	-0,256 [0,173]	-0,216 [0,140]
Stato occupazionale (rif.: Occupato)				
Disoccupato		0,269 [0,229]	0,174 [0,228]	0,273 [0,234]
Pensionato		-0,072 [0,182]	-0,256 [0,173]	-0,109 [0,175]
Studente		-0,371 [0,242]	-0,329 [0,231]	-0,295 [0,237]
VARIABILI LEGATE AL VIAGGIO				
Notti			0,014** [0,006]	0,013** [0,006]
Tipologia di alloggio (rif.: Hotel)				
Affitto e altro			0,019 [0,118]	-0,002 [0,119]
Casa di parenti o amici			-0,595*** [0,200]	-0,582*** [0,218]
Con chi ha viaggiato (rif.: Amici)				
Famiglia			0,139 [0,107]	0,203* [0,104]
Gruppo organizzato			-1,489** [0,705]	-1,312* [0,702]
Scopo della visita (rif.: Altro)				
Vacanza			0,836 [0,518]	0,756 [0,488]
Visita parenti o amici			0,870 [0,540]	0,803 [0,508]

Tabella 2. Analisi empirica (continua)

	(1)	(2)	(3)	(4)
VARIABILI PSICOGRAFICHE				
Caratteristiche dell'area:				
Stabilimenti balneari				0,213 [0,133]
Accessibilità				0,376*** [0,142]
Interesse storico				-0,357*** [0,116]
Pace e tranquillità				0,036 [0,109]
Attività di intrattenimento e ricreazione				0,292** [0,113]
Paesaggio				0,319** [0,145]
Evento specifico				0,011 [0,108]
Ospitalità e amicizie locali				0,090 [0,422]
N. osservazioni	423	423	423	423
R ² corretto	0,135	0,134	0,210	0,266

Note: La variabile dipendente è il logaritmo della spesa totale per *party size*.

Errori standard robusti per eteroschedasticità riportati in parentesi.

Costante inclusa in tutte le regressioni ma non riportata in tabella.

***, **, * significatività statistica all'1%, 5% e 10%.

Tabella 3. Analisi empirica disaggregata per nazionalità, sesso ed età

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Italiani	Stranieri	Uomini	Donne	Under 50	Over 50
VARIABILI ECONOMICHE						
Reddito annuo lordo (rif: Basso)						
Medio	0.566*** [0.170]	0.379 [0.272]	0.041 [0.252]	0.560*** [0.171]	0.520*** [0.181]	0.298 [0.199]
Alto	0.783*** [0.209]	0.694** [0.281]	0.494** [0.218]	0.862*** [0.216]	0.722*** [0.210]	0.737*** [0.235]
Non risponde	0.219 [0.269]	-0.244 [0.302]	-0.338 [0.315]	0.097 [0.226]	0.235 [0.225]	-0.361 [0.336]
VARIABILI SOCIODEMOGRAFICHE						
Titolo di studio (rif.: Scuola dell'obbligo)						
Scuola superiore	-0.600*** [0.168]	0.414** [0.197]	-0.406 [0.246]	-0.247 [0.169]	-0.367* [0.217]	-0.212 [0.194]
Università	-0.515*** [0.175]	0.322 [0.204]	-0.324 [0.242]	-0.284 [0.180]	-0.314 [0.204]	-0.168 [0.214]
Stato occupazionale (rif.: Occupato)						
Disoccupato	0.823* [0.455]	0.219 [0.305]	0.508 [0.325]	0.083 [0.322]	-0.079 [0.449]	0.533* [0.279]
Pensionato	-0.140 [0.218]	0.039 [0.289]	0.040 [0.283]	-0.208 [0.222]		-0.022 [0.199]
Studente	-0.378 [0.352]	-0.151 [0.292]	-0.922*** [0.302]	0.062 [0.318]	-0.461* [0.240]	
VARIABILI LEGATE AL VIAGGIO						
Notti	0.006 [0.005]	0.059*** [0.010]	0.040*** [0.011]	0.007 [0.005]	0.025*** [0.009]	0.008 [0.006]
Tipologia di alloggio (rif.: Hotel)						
Affitto e altro	-0.073 [0.179]	-0.045 [0.142]	-0.180 [0.196]	0.147 [0.139]	-0.027 [0.164]	-0.154 [0.165]
Casa di parenti o amici	-0.615* [0.320]	-0.724** [0.342]	-0.907*** [0.329]	-0.317 [0.275]	-0.816*** [0.254]	-0.435 [0.360]
Con chi ha viaggiato (rif.: Amici)						
Famiglia	0.197 [0.154]	0.095 [0.142]	0.029 [0.161]	0.220 [0.138]	-0.176 [0.134]	0.641*** [0.167]
Gruppo organizzato	-2.824*** [0.247]	-0.972 [0.656]	-1.139 [0.821]	-2.289*** [0.839]	-0.263 [0.909]	-1.990*** [0.612]
Scopo della visita (rif.: Altro)						
Vacanza	0.813 [0.649]	1.503*** [0.462]	2.740*** [0.598]	0.212 [0.514]	1.507** [0.715]	1.229*** [0.303]
Visita parenti o amici	0.733 [0.693]	1.681*** [0.501]	2.949*** [0.643]	0.141 [0.540]	1.860** [0.730]	1.070*** [0.402]

continua

(continua) **Tabella 3. Analisi empirica disaggregata per nazionalità, sesso ed età**

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Italiani	Stranieri	Uomini	Donne	Under 50	Over 50
VARIABILI PSICOGRAFICHE						
Caratteristiche dell'area:						
Stabilimenti balneari	0.027 [0.236]	0.181 [0.154]	0.429** [0.213]	0.095 [0.172]	0.157 [0.175]	0.276 [0.225]
Accessibilità	0.440 [0.269]	0.070 [0.147]	0.035 [0.249]	0.578*** [0.170]	0.355* [0.210]	0.418** [0.203]
Interesse storico	-0.246 [0.164]	-0.239 [0.146]	-0.308 [0.209]	-0.423*** [0.140]	-0.323* [0.169]	-0.470*** [0.160]
Pace e tranquillità	-0.112 [0.167]	0.350** [0.139]	0.243 [0.168]	-0.139 [0.132]	0.109 [0.142]	-0.008 [0.175]
Attività di intrattenimento e ricreazione	0.417** [0.180]	0.397*** [0.151]	0.663*** [0.188]	0.035 [0.125]	0.343** [0.146]	0.251 [0.189]
Paesaggio	0.214 [0.190]	0.306* [0.157]	0.227 [0.292]	0.417** [0.163]	0.294 [0.227]	0.313 [0.229]
Evento specifico	0.173 [0.164]	-0.057 [0.183]	0.005 [0.159]	-0.053 [0.133]	0.083 [0.139]	-0.054 [0.176]
Ospitalità e amicizie locali	0.102 [0.594]	0.068 [0.533]	1.503*** [0.385]	-0.628* [0.355]	0.805 [0.557]	-0.650 [0.556]
N. osservazioni	233	190	188	235	233	190
R2 corretto	0.216	0.445	0.347	0.268	0.258	0.313

Note: La variabile dipendente è il logaritmo della spesa totale per *party size*.
Errori standard robusti per eteroschedasticità riportati in parentesi.
Costante inclusa in tutte le regressioni ma non riportata in tabella.
***, **, * significatività statistica all'1%, 5% e 10%.