



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
in Sviluppo Interculturale
dei Sistemi Turistici

(Ordinamento ex D.M. 270/2004)

Tesi di Laurea

**Generazione Z e turismo:
il caso “Vacanze studio
Estate INPSieme Estero”**

Relatore

Ch. Prof. Stefano Campostrini

Laureanda

Giulia Dalla Pria

Matricola 865331

Anno Accademico

2021 / 2022

INDICE

ABSTRACT.....	1
----------------------	----------

INTRODUZIONE.....	2
--------------------------	----------

CAPITOLO 1

EXCURSUS STORICO-TEMPORALE DEL TURISMO GIOVANILE....5

1.1 Una storia frammentata	7
1.2 Il turismo giovanile: dal passato...	12
1.2.1 Il <i>Grand Tour</i>	13
1.2.2 Verso il turismo di massa	20
1.2.3 Le colonie di vacanza	23
1.2.4 Il “turismo povero”	30
1.2.5 L’istruzione scolastica	35
1.3 Il turismo giovanile: ...al presente	41
1.3.1 “I giovani sono il futuro del viaggio”	41
1.3.2 Tipologie turistiche	46
1.3.3 Finanziamenti nazionali ed internazionali	50
1.3.4 I giovani: tra Covid-19 e guerra	53
1.4 Riflessioni sul cambiamento del turismo giovanile dal passato al presente	55

CAPITOLO 2

ANALISI ECONOMICO-STATISTICA DEL TURISMO GIOVANILE..57

2.1 Caratteristiche socio-demografiche	58
2.2 Tendenze turistico-giovanili	62
2.2.1 Canali <i>online</i> vs <i>offline</i>	63
2.2.2 Le destinazioni preferite	65
2.2.3 Attività ricreative	68
2.2.4 Soggiorno e ristorazione	69
2.3 Domanda e offerta	71
2.4 L’impatto economico	73
2.5 Il turismo giovanile nell’era del Covid-19	76

CAPITOLO 3

LE VACANZE STUDIO “ESTATE INPSIEME ESTERO”.....79

3.1 Che cos'è una vacanza studio?	79
3.2 Il ruolo del “Credito Welfare Dipendenti Pubblici”	81
3.3 Il bando di concorso “Estate INPSieme Estero”	83
3.3.1 Evoluzione	87
3.3.2 Covid-19: disagi tra famiglie e tour operator	89
3.3.3 Verso l'estate 2022	92
3.4 Le motivazioni dei ragazzi e dei genitori	93
3.5 I tour operator: tra reale e virtuale	96
3.5.1 Rapporto contrattuale con l'INPS	97
3.5.2 Pacchetto turistico <i>all inclusive</i>	99
3.5.2.1 Partenze e arrivi	100
3.5.2.2 Staff	102
3.5.2.3 Vitto e alloggio	104
3.5.2.4 Corso di lingua	106
3.5.2.5 Escursioni e attività ricreative	107
3.5.2.6 Descrizione di una giornata “tipo”	108
3.6 La comunicazione turistica	109
3.6.1 <i>Word of mouth</i>	111
3.6.2 Sito web	114
3.6.3 Social media	116
3.6.4 Altri canali comunicativi	120
3.7 Il ricordo <i>post viaggio</i>	121
3.8 Riflessioni conclusive	122

CAPITOLO 4

MICROINDAGINE SUI GIOVANI E LE VACANZE STUDIO E UN APPROFONDIMENTO SULLA PROPOSTA INPS.....123

4.1 Target e obiettivi di ricerca	123
4.2 Metodologia	125
4.3 Dati raccolti	130

4.4 Analisi dei risultati	131
4.4.1 Domande introduttive	135
4.4.2 Analisi dei partecipanti	139
4.4.3 Analisi dei non partecipanti	145
4.5 Analisi critica dell'esperienza	146
4.6 Riflessioni finali	149

CONCLUSIONI.....150

BIBLIOGRAFIA.....154

SITOGRAFIA.....157

VIDEOGRAFIA.....169

ABSTRACT

Il turismo giovanile all'estero rappresenta al giorno d'oggi uno dei settori di maggior sviluppo dell'industria turistica. I giovani e gli studenti sono sempre più allettati dal desiderio di vivere il più possibile esperienze ricreative ma allo stesso tempo formative. Ripercorrendo i cambiamenti sociali e l'evoluzione storica sulla nascita del turismo giovanile che toccano il passato (ad esempio il *Grand Tour* del '700, le colonie di vacanza dagli anni '20-'70, il cosiddetto "turismo povero" degli anni '70 e '80), e il presente (sottolineando, grazie anche al supporto di dati economico-statistici, come in questi ultimi vent'anni la *Generazione Z* ha incentrato la propria idea di viaggio all'estero nella personalizzazione, nella differenziazione esperienziale e nell'utilizzo di strumenti digitali); il seguente elaborato finale si pone l'obiettivo di analizzare la frontiera turistica delle vacanze studio dell'INPS "Estate INPSieme Estero". I figli dei dipendenti pubblici, frequentanti le scuole superiori, attraverso un bando di concorso e un contributo dell'INPS, hanno la possibilità di trascorrere una vacanza all'estero durante il periodo estivo e della durata di 15 giorni. L'organizzazione di tali soggiorni studio è affidata ai tour operator, i quali predispongono dei pacchetti turistici *all inclusive* coniugando l'apprendimento della lingua straniera alle attività culturali e ricreative. La comunicazione turistica dei tour operator, soprattutto digitale, si rivela la carta vincente verso la fidelizzazione del cliente. Per rendere il tutto più coinvolgente, è stata condotta un'indagine economico-statistica rivolta ai giovani utenti (13-30 anni) attraverso la compilazione di un questionario anonimo, al fine di valutare il grado di conoscenza e/o partecipazione a questi soggiorni studio all'estero e di analizzare le testimonianze dei partecipanti a supporto delle informazioni trattate precedentemente.

INTRODUZIONE

I giovani hanno una spiccata attitudine al viaggio e questo riflette anche un percorso di vita personale e pedagogico. Anche se le abitudini e i comportamenti dei giovani al viaggio sono cambiati notevolmente durante le epoche, parallelamente alle evoluzioni culturali e sociali, la caratterizzante di tipo ricreativa e formativa è rimasta pressoché invariata fino ai giorni nostri.

Le prime forme note di viaggio studentesco possono essere ricondotte al *Grand Tour* e alle colonie estive mussoliniane. Le controculture degli anni '60 aiutarono a trasformare il viaggio giovanile dall'indottrinamento politico ad un momento di libertà ed evasione personale. La consapevolezza dei giovani al viaggio iniziò a maturare grazie ad una serie di condizioni socio-culturali che coinvolsero tutto il mondo: la maggiore apertura mentale, la libera circolazione delle merci e delle persone, la digitalizzazione e l'innalzamento dell'obbligo scolastico, favorendo in questo modo la nascita dei programmi di mobilità internazionale.

Al giorno d'oggi, i giovani vivono in una società sempre più globalizzata ed interconnessa, dove intraprendere esperienze all'estero è fondamentale sia per una crescita personale sia per l'arricchimento del proprio bagaglio professionale. Stimolata dall'apprendere e migliorare una lingua straniera, socializzare in un contesto locale, viaggiare, visitare nuovi luoghi, essere indipendenti e approcciarsi a differenti culture, la *Generazione Z* è costantemente alla ricerca di particolari tipi di turismo che sappiano coniugare la parte ricreativa a quella formativa. Infatti, si è compreso come, in questi ultimi vent'anni, il "fare esperienza" giochi un ruolo fondamentale nella scelta del viaggio: i giovani, sempre più influenzati dalla presenza dei social media, vogliono spesso incentrare la propria idea di vacanza sull'intensità esperienziale, in modo da rendere il proprio viaggio unico e differente da quello di altri coetanei. Per questo motivo, il viaggio non rimarrà solo fine a sé stesso, bensì nel tempo potrà assumerne un ricordo memorabile.

La forma di turismo giovanile che rispecchia nel migliore dei modi il connubio ricreativo, formativo ed esperienziale è rappresentata dalle vacanze studio all'estero. Oltre a quelle organizzate da enti privati (quali i tour operator e le agenzie di viaggio), esistono altre iniziative turistiche promosse dal welfare aziendale, che permettono ai ragazzi di intraprendere lo stesso tipo di esperienza ad un costo più contenuto. Tra queste di particolar rilevanza sono le vacanze studio promosse dall'INPS. Nello specifico, le vacanze studio "Estate INPSieme Estero" offrono la possibilità ai figli dei dipendenti pubblici, frequentanti una scuola superiore, di

svolgere durante il periodo estivo un soggiorno studio della durata di quindici giorni presso un Paese europeo o extraeuropeo, con l'obiettivo di apprendere la lingua straniera nel paese ospitante. L'INPS, attraverso un bando di concorso nazionale, eroga un contributo economico alle famiglie secondo le fasce ISEE. Per quanto riguarda l'organizzazione pratica, l'INPS si avvale dei tour operator, i quali predispongono i pacchetti turistici conformi al viaggio.

«Attualmente quella del turismo giovanile è un'area di studio relativamente vuota anche se un'ampia serie di dati sui comportamenti del tempo libero dei giovani e sui comportamenti turistici di popolazioni nazionali e locali permettono di ipotizzare la rilevanza del segmento turistico costituito dalle giovani generazioni» (Martinengo, Savoja, 1993, p. 9).

Il presente elaborato si prefigge di analizzare il fenomeno turistico giovanile internazionale, con un focus particolare sulle vacanze studio "Estate INPSieme Estero". Sebbene siano delle forme turistiche ancora non molto conosciute e documentate sia tra la comunità scientifica sia tra la società civile giovanile e adulta, esse rappresentano uno dei settori di maggior sviluppo dell'intera industria turistica: infatti, i tour operator stanno sempre più ampliando la propria offerta attraverso pacchetti turistici "all inclusive" che mettono al centro le esigenze ludiche ed educative degli studenti e dei giovani. Tra gli obiettivi della tesi vi è anche quello di dare visibilità alle vacanze studio dell'INPS, conosciute solamente da una ristretta cerchia sociale, appartenente ai lavoratori del settore pubblico. L'elaborato si propone di fornire un contributo del tutto nuovo ed originale, acquisendo informazioni specifiche su un *target* di popolazione poco indagato (Staffieri, 2016), presentando anche i risultati di un'indagine statistica per fornire qualche indicazione relativamente alla conoscenza e alla partecipazione a questi soggiorni studio.

Le motivazioni che mi hanno spinto ad affrontare questa tematica si basano principalmente sulle mie esperienze di viaggio studio all'estero avvenute durante le scuole superiori e l'università (quali il MOVE for the future, il progetto Erasmus + KA1 VET e l'Erasmus + per studio); sulla mia partecipazione alle vacanze studio "Estate INPSieme Estero" durante il terzo e quinto anno scolastico, rispettivamente a Chatham (nei pressi di Londra) nel 2014 e a Liverpool nel 2016; e sul mio interesse generale circa le lingue straniere e il turismo giovanile internazionale.

Per quanto riguarda la struttura dell'elaborato, si è pensato ad un approccio deduttivo, andando ad analizzare in un primo luogo il contesto generale del turismo giovanile per poi giungere all'analisi dello specifico caso studio. Il primo capitolo presenta un excursus storico-temporale

sulle forme turistiche giovanili, volto a comprendere come le abitudini e i comportamenti al viaggio siano cambiati durante le varie epoche: i viaggi dei giovani studiosi nel Medioevo; il *Grand Tour* settecentesco dei rampolli aristocratici in Europa; le colonie di vacanza fasciste aventi finalità ludiche e propagandistiche e rivolte ai bambini dei ceti medi; il cosiddetto “*turismo povero*” degli anni ’70-’90 caratterizzato da maggiori libertà sociali ed individuali e da una serie di tipologie turistiche alternative quali l’autostop, l’interrail e il campeggio; fino ad arrivare al nuovo Millennio. In questo periodo i *Millennials* e la *Generazione Z* acquistano una piena consapevolezza del viaggio: grazie ai nuovi mezzi di comunicazione sempre più interattivi, essi sono una parte attiva dell’organizzazione del proprio viaggio, motivati dal desiderio di accrescere le competenze linguistiche e sviluppare capacità interpersonali. Inoltre, verrà dato un breve sguardo su come la pandemia da Covid-19 ha influito pesantemente sul turismo giovanile-studentesco.

Nel secondo capitolo verrà presentata un’analisi statistica sul turismo giovanile internazionale.

L’analisi del caso “Vacanze studio Estate INPSieme Estero” si concentra al terzo capitolo. Oltre al punto di vista della domanda turistica (concernente le esigenze dei beneficiari ai soggiorni), verrà illustrato anche quello dell’offerta: grazie a delle interviste rilasciate da due tour operator, si vedrà come il Digital Marketing, la comunicazione social e la predisposizione dei pacchetti turistici online costituiscono un ruolo assoluto nell’interazione con il potenziale cliente.

Con l’obiettivo di supportare in maniera concreta il caso studio appena discusso, nel quarto ed ultimo capitolo verranno riportati i risultati di un’analisi statistica, realizzata mediante un questionario online e condotta su un campione di 573 studenti e giovani di età compresa dai 13 ai 30 anni. Coinvolgendo in maniera attiva gli intervistati, si vuole comprendere la loro conoscenza e/o partecipazione a questi soggiorni studio, andando ad indagare su due aspetti distinti del viaggio: da un lato, informare gli studenti e i giovani circa questa nuova opportunità di viaggio; dall’altro, raccogliere dati statistici sui loro soggiorni effettivi, al fine di confermare le informazioni trattate nei capitoli precedenti.

Interessante sarà vedere come l’ente pubblico (INPS) e l’ente privato (tour operator) collaborano insieme, al fine di offrire un’esperienza turistica allo studente beneficiario.

CAPITOLO 1

1. EXCURSUS STORICO-TEMPORALE DEL TURISMO GIOVANILE

Attualmente considerato come uno dei settori più produttivi del sistema terziario, il turismo, tuttavia, ha conosciuto fin dal passato epoche di repentine trasformazioni riguardanti soprattutto l'ambito culturale e socio-economico. Grazie alla globalizzazione, che ha contribuito ad uno sviluppo cospicuo della mobilità internazionale e allo scambio di informazioni ed idee tra i vari popoli, il turismo si presenta al giorno d'oggi come uno dei settori più dinamici dell'economia di ogni Paese. Tale concetto viene perfettamente espresso in maniera concisa dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT)¹: «*Tourism is a social, cultural and economic phenomenon*»².

Varie definizioni di *turismo* si sono attribuite nel corso della storia, determinate sia dal continuo cambiamento sociale sia dal preponderante coinvolgimento multidisciplinare che ha interessato l'economia, la sociologia, la geografia, la statistica, l'urbanistica, la psicologia sociale ecc. Infatti, definire il concetto di *turismo* in maniera univoca è un compito piuttosto arduo, in quanto, trattandosi di un fenomeno complesso e multifattoriale, le maggiori istituzioni ed organizzazioni nazionali ed internazionali propongono continuamente schemi interpretativi differenti, considerandone di volta in volta i seguenti aspetti variabili: lo spostamento delle persone, il tempo di permanenza, il cambiamento di luogo, la presenza o assenza di relazioni con la comunità locale e le ragioni che inducono i turisti a viaggiare (Baldazzi, 2011; Savelli, 2003).

La definizione più "celebre" di *turismo*, riconosciuta fra i cultori del settore, è quella adottata dall'OMT (1994), secondo la quale il turismo si presenta come:

¹ L'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT), dall'inglese United Nations World Tourism Organization (UNWTO), è un'agenzia specializzata delle Nazioni Unite, nonché la principale organizzazione internazionale della filiera turistica. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere lo sviluppo del turismo sostenibile, responsabile e universalmente accessibile. Come organizzazione intergovernativa con sede a Madrid, l'OMT riunisce 159 Stati Membri, 2 osservatori, 6 membri associati e più di 500 Membri Affiliati (dati aggiornati al 2021).

² United Nations World Tourism Organization, *Glossary of Tourism Terms*, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

«l'insieme delle attività svolte dalle persone che viaggiano e alloggiano in luoghi diversi dall'ambiente abituale, per non più di un anno consecutivo, per motivi di vacanze, affari o altro motivo, diverso dall'esercizio di attività remunerata all'interno del luogo visitato»³.

Inoltre, i tre fattori fondamentali del turismo individuati dall'Osservatorio Nazionale del Turismo (ONT)⁴ sono:

- «lo spostamento sul territorio deve avvenire verso luoghi diversi da quelli abitualmente frequentati (vengono esclusi pertanto gli itinerari percorsi verso i luoghi di residenza tra domicilio e luogo di lavoro e di studio, per recarsi a fare acquisti, per obblighi di famiglia, ecc.);
- la durata dello spostamento non deve superare un certo limite oltre il quale il visitatore diventerebbe un residente del luogo: dal punto di vista statistico tale limite è fissato in sede ONU in un anno. La durata minima dello spostamento è di 24 ore o di un pernottamento e discrimina l'escursionismo (meno di 24 ore e nessun pernottamento) dal turismo;
- il motivo principale dello spostamento deve essere diverso dal trasferimento di residenza (definitivo o temporaneo) e dall'esercizio di un'attività lavorativa retribuita a carico dei fattori residenti nel luogo visitato.

Ciò esclude dal turismo i movimenti migratori, anche stagionali, legati al lavoro nonché i trasferimenti dei diplomatici e dei militari (e delle loro famiglie) in un paese diverso dal proprio, nonché i rifugiati, i nomadi ecc.»⁵.

Sulla base di quanto affermato, si intende, quindi, per *turista* colui che «si reca in un luogo diverso da quelli solitamente frequentati (ambiente abituale) e trascorre almeno una notte nel luogo visitato»⁶.

Anche se il fenomeno turistico riporta definizioni relativamente recenti, assecondato dallo sviluppo dei trasporti e delle comunicazioni e dal miglioramento delle condizioni di vita della

³ United Nations World Tourism Organisation, 1994, <https://www.unwto.org/>

⁴ L'Osservatorio Nazionale del Turismo (ONT) è un ente italiano gestito dall'ENIT con il compito di studiare, analizzare e monitorare qualitativamente e quantitativamente le dinamiche socio-economiche e tecnologiche del settore turistico, oltre a offrire strategie utili volte alla comunicazione, promozione e commercializzazione dell'offerta turistica italiana.

⁵ Osservatorio Nazionale del Turismo, *Glossario del Turismo*, <http://www.ontit.it/opencvms/opencvms/ont/it/glossario/glossario.html?lettera=T>

⁶ Osservatorio Nazionale del Turismo, *Glossario del Turismo*, <http://www.ontit.it/opencvms/opencvms/ont/it/glossario/glossario.html?lettera=T>

popolazione con il relativo aumento del tempo libero, in realtà ha radici molto antiche, come lo è la sua etimologia.

1.1 Una storia frammentata

Queste affermazioni teoriche sopracitate sono alla base di pratiche turistiche (ormai ben consolidate all'interno della società attuale), nate solamente in conseguenza di una serie di trasformazioni ed evoluzioni antropologiche, culturali, economiche e tecnologiche che a partire dal XIX secolo cambiarono i costumi, le tradizioni, i comportamenti e soprattutto i consumi insiti nelle comunità. Inoltre, anche la percezione del turista sul viaggio è cambiata notevolmente, tanto che nel corso dei secoli si è assistito ad una concettualizzazione schematica distorta: se da una parte il viaggiatore (così chiamato “positivamente” nel passato) amante della letteratura e delle arti figurative, era alla ricerca della cultura e dell'avventura (avvolto anche nella sua indole di esploratore di terre lontane); dall'altra il turista viene sempre di più attorniato da una connotazione negativa: come già nel 1849 John Ruskin lo aveva identificato nella metafora di “pacco postale vivente” (D'Eramo, 2017), anche al giorno d'oggi egli viene visto come un consumatore di un prodotto turistico standardizzato, indifferente sia alle persone sia ai luoghi, il quale impatta negativamente il territorio visitato. Se in passato la definizione di *turista* poteva essere facilmente circoscritta (ad esempio, l'aristocratico, il pellegrino, il viaggiatore, l'artista ecc.), nell'era della globalizzazione essa viene spesso sovrapposta a causa della nascita di tanti *tipi di turismo*⁷.

Sulla base della sua rilevanza economica e della sua propagazione nella società, Battilani (Battilani, 2001; 2003) delinea, dunque, quattro epoche di turismo, ciascuna delle quali caratterizzata da propri tratti qualificanti, anche se questi potrebbero in parte concernere alle altre:

1. L'epoca del *prototurismo*: periodo compreso fra la Roma Antica e la Rivoluzione Industriale, durante il quale il consumo di servizi turistici era riservato ad una ristretta élite (inizialmente destinato soltanto alle dinastie regnanti). Utilizzando le ville di

⁷ Attualmente il turista può scegliere una certa tipologia di viaggio che rispecchi le sue esigenze e le sue aspettative. Il turismo ha assunto e assumerà diverse sfaccettature, tanto da classificarsi in: turismo balneare, montano, lacustre, culturale, naturalistico, scolastico, termale, religioso, ludico, congressuale, d'affari, esperienziale, rurale, sostenibile, lento, della terza età, crocieristico, backpacking, LGBT, nero, del lusso, enogastronomico, giovanile, sessuale ecc. Tuttavia, tale classificazione può dirsi superata negli ultimi anni, in quanto le diverse motivazioni presenti tra le persone soprattutto di tipo esperienziale, inducono gli operatori ad unire più *turismi* in uno unico.

proprietà, gli aristocratici romani ed europei trascorrevano la villeggiatura in campagna assieme ai propri schiavi, con lo scopo di dedicare del tempo a sé stessi ritrovando la pace e la tranquillità interiore⁸, contemplando allo stesso tempo la magnificenza dei paesaggi. Il divertimento, la cura del corpo e il mito della bellezza erano, al contrario, le finalità principali della villeggiatura al mare o presso i centri termali⁹: basti pensare alle cittadine di Baia, Misero e Pozzuoli (situate lungo la costa campana) come le stazioni mondane più famose per trascorrere le proprie vacanze. Lo spostamento da parte delle civiltà antiche appartenenti alle classi superiori avviò quello che nella modernità verrà definito in seguito *viaggio turistico*. Data l'assenza di strutture turistiche specializzate, l'impatto economico sul territorio si presentava pressoché nullo. Diversamente, il Medioevo fu la culla del viaggio a scopo religioso, ovvero il pellegrinaggio, che coinvolse molte classi dei ceti medi, in quanto in quell'epoca la religione divenne parte integrante di tutti gli aspetti della vita politica e sociale. Anche se il turismo religioso fu legittimato presso le grandi religioni, furono tre le mete predilette del pellegrinaggio medievale cristiano: Gerusalemme, Roma e Santiago de Compostela. Per quanto riguarda le strutture ricettive, vennero messe a disposizione dei fedeli alloggi locati da privati, nonché foresterie di istituzioni religiose. Successivamente, le forme di viaggio continuarono a rinnovarsi grazie all'avvento nel XV secolo dei cosiddetti *viaggi di esplorazione*, i quali, attraverso l'introduzione della navigazione come apertura a nuovi mari e continenti, oltre a far continuare l'opera di evangelizzazione dei territori considerati primitivi, permisero di ampliare la mente a luoghi sconosciuti, di acquisire nuove ricchezze e risorse, ma anche di vivere forti emozioni accompagnate da avventure estreme, il tutto attorniato dalla conoscenza del "diverso ed etnico".

2. L'epoca del *turismo moderno*: si tratta del periodo delle grandi trasformazioni che va dal Cinquecento al Novecento in cui, seppure sempre contraddistinto dal fenomeno turistico d'élite, iniziarono a sorgere le prime strutture ricettive dedicate al turista. Le città, puntando sulla loro ristrutturazione urbanistica e territoriale, pian piano

⁸ Il concetto di villeggiatura, già ben definito nell'epoca romana, e il relativo benessere psico-fisico favorito anche dalla crescente passione per le terme, furono i precursori di quella che in seguito verrà definita la cosiddetta *pax romana*, ovvero la «dominazione romana sul mondo intesa come garanzia di universale pace e concordia» (Treccani, *Pax romana*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/pax-romana/>), quale preconditione necessaria per la diffusione dei viaggi.

⁹ Le località marittime erano anche attrezzate come centri termali: infatti all'aristocrazia romana veniva proposto un prodotto che potesse combinare il mare con la presenza di numerosi stabilimenti termali.

cominciarono ad accogliere nuove professionalità lavorative e viaggiatori, generando in questo modo una vera e propria economia turistica. Se da una parte si intensificarono le osterie, locande e appartamenti in risposta alla domanda turistica, dall'altra invece si assistette ad una carenza dell'offerta ricettiva. Il turismo moderno, sebbene sia nato nel Cinquecento con il *Grand Tour*¹⁰ come viaggio di formazione compiuto da giovani aristocratici inglesi verso i Paesi mediterranei, vide il suo apogeo con il turismo termale sviluppatosi in Gran Bretagna tra la metà del Settecento e l'inizio dell'Ottocento, in concomitanza con la Rivoluzione Industriale. Bath divenne presto il simbolo delle città termali inglesi come luogo specializzato non più nelle terapie curative, bensì nel divertimento e nella ricezione turistica.

3. L'epoca del *turismo di massa*: periodo che si estende per tutto il Novecento dapprima negli anni Venti negli Stati Uniti e successivamente negli anni Cinquanta in Europa, durante il quale il turismo diventò accessibile a tutte le classi sociali. Motivazioni fondamentali sono state la nascita del tempo libero e un reddito più elevato che hanno favorito la diffusione del turismo anche presso le classi lavoratrici e i ceti medi. In una delle epoche più floride per il settore turistico nasce il cosiddetto *turismo di massa*, definito in questo modo per il grande aumento dei flussi turistici verso i paesi industrializzati, incoraggiato anche da una generale stabilità dei Paesi a livello internazionale. I servizi turistici si ampliarono e si diversificarono tra di loro, generando in questo modo una vera e propria espansione dei consumi, agevolata anche dalla crescita esponenziale del settore dei trasporti (in particolar modo del settore automobilistico e dell'aviazione civile), che ha permesso di raggiungere comodamente qualsiasi Paese del mondo. Quando il concetto di bene di consumo di massa prese il sopravvento anche sulla vacanza, il fordismo divenne quindi alla base del sistema di produzione: con questo termine ci si riferisce alla produzione in serie di beni e servizi turistici, denominati *viaggi organizzati*. Questa standardizzazione dell'offerta è avvenuta quando iniziarono ad emergere nuovi operatori turistici, i quali preconfezionavano un itinerario che il turista poteva "consumare" in tempi ristretti e a prezzi contenuti: si trattava quindi dell'epoca d'oro dei tour operator, delle catene alberghiere, delle società di voli charter e dei parchi tematici. L'avvento dell'attività sociale nel periodo compreso tra le due guerre mondiali, determinò la nascita di nuove

¹⁰ Vedasi paragrafo 1.2 *Il turismo giovanile: dal passato...*

forme turistiche, quali ad esempio il turismo dopolavoristico, il turismo giovanile e più in specifico quello scolastico e il turismo sportivo, favoriti anche dal continuo diffondersi delle agenzie di viaggio. Se da un lato il turismo diventa un fenomeno collettivo atto a segnare l'appartenenza alla società civile, dall'altro canto l'aristocrazia internazionale è sempre più propensa a cercare nuove destinazioni, contribuendo pertanto alla diffusione del turismo in tutti i continenti. Pertanto, «l'epoca del turismo di massa diventa allora quella del turismo di tutti e in tutti i luoghi» (Battilani, 2001, p. 14).

4. L'epoca del *turismo globale*: epoca in cui il turismo, verso la fine del Novecento, si presenta come un fenomeno complesso già scoperto dalle generazioni precedenti, i cui cambiamenti vertono sulla composizione del prodotto turistico, sul rapporto tra turista e destinazione e sul superamento del concetto di vacanza come evasione dalle abitudini. In questo nuovo contesto, una delle caratteristiche dominanti dell'industria turistica è la differenziazione delle esperienze offerte al turista, in quanto la domanda si presenta sempre di più variegata e al costante passo con la moda. La differenza esperienziale sta nel modo in cui si visita e si vive una determinata località. L'evoluzione, favorita dal maggior benessere sociale ed economico e anche dalla presenza di nuove innovazioni tecnologiche e organizzative, ha permesso che la percezione turistica assumesse nel corso del tempo una visione poliedrica. Incentivando nuove forme di fidelizzazione, il turista viene messo al centro della vacanza, nella quale viene offerta una molteplicità di esperienze che egli può rielaborare a seconda dei propri gusti ed esigenze. Inoltre, Internet, social media, TV e smartphones sono strumenti sempre più influenti, atti a far conoscere a più persone possibili luoghi inediti (associati alle numerose curiosità e tradizioni) come tappa di un futuro viaggio. Attornati dal contesto digitale, gli operatori turistici stanno costantemente incrementando la loro offerta attraverso accorte strategie di marketing, promozione e comunicazione.

Come affermato pocanzi, il turismo non è un fenomeno moderno o comunque di recente evoluzione, bensì è individuato come un fenomeno *storico* (Del Bò, 2017): infatti le sue origini molto antiche e frammentate hanno dato vita ad una fase di incertezza riguardante il suo collocamento in un preciso periodo storico e temporale e quindi la ragione per la quale nel corso della storia si è assistito ad un cambiamento radicale del modo di viaggiare nella nostra società. Queste controversie sulla nascita del turismo possono derivare da due distinte ragioni:

- l'incertezza «nell'individuare con sicurezza il momento storico prima del quale il turismo non esisteva e dopo il quale è esistito» (Del Bò, 2017, p. 23). Tale condizione è dettata dai fenomeni sociali, i quali sono sorti con gradualità all'interno di differenti contesti;
- il non sapere cosa considerare come *fenomeno turistico* e a *quale tipo di turismo* ci stiamo riferendo.

Inoltre, anche la diatriba del consumo turistico è risultata determinante per la concettualizzazione di tale fenomeno: «La “storia” e le modificazioni del turismo nelle società occidentali sembrano infatti coincidere alla trasformazione del consumo di turismo inessenziale a consumo che man mano acquista caratteri di necessità» (Martinengo, Savoja, 1993, p. 19-20).

Alle incertezze e alla difficile concettualizzazione della nascita del turismo, vi si affiancano quelle sulla nascita del turismo giovanile. Se da una parte disponiamo di una vasta letteratura scientifica riguardante l'ambito storico-sociale del turismo e più nello specifico del turismo culturale reperibile sia in lingua italiana che in lingua inglese, dall'altra sono pochi i contributi scientifici nazionali sufficienti a tratteggiare un quadro storico completo relativo alla nascita del turismo giovanile, anche se la letteratura scientifica inglese propone un buon approccio iniziale. Infatti, come affermano Martinengo e Savoja: «attualmente quella del turismo giovanile è un'area di studio relativamente vuota anche se un'ampia serie di dati sui comportamenti del tempo libero dei giovani e sui comportamenti turistici di popolazioni nazionali e locali permettono di ipotizzare la rilevanza del segmento turistico costituito dalle giovani generazioni» (Martinengo, Savoja, 1993, p.9).

Mettendo a confronto diverse generazioni, l'intento fondamentale è quello di delineare un excursus storico-temporale relativo all'evoluzione del turismo giovanile partendo dal passato (il cosiddetto “secolo d'oro” dei viaggi settecenteschi) per poter poi definire le nuove forme “digitali” nate nell'era della globalizzazione. Il seguente quadro sarà designato sulla base della storia generale del turismo, illustrata precedentemente.

Tenendo come riferimento le quattro epoche di turismo definite da Battilani (Battilani, 2001; 2003), si può dedurre che la pratica del turismo giovanile iniziò nel senso vero e proprio del termine con l'epoca del *turismo moderno*, caratterizzata prevalentemente dal fenomeno del *Grand Tour*, ovvero il viaggio pedagogico rivolto ai rampolli dell'élite britannica e in seguito a quella europea; per poi proseguire con l'epoca del *turismo di massa*, sviluppatasi per tutto il Novecento, in questo caso identificata con le colonie di vacanza, ovvero quelle vacanze estive

che potevano beneficiare i bambini appartenenti a tutti i ceti sociali, grazie ad una grande azione politica promossa dal *welfare state*. Dopo un breve cenno sul turismo degli anni '70 e '80, che potremmo definire *turismo povero*, caratterizzato dall'epoca d'oro delle compagnie *low cost* e dalla nascita di nuove forme di viaggio semplificate e alla portata di tutti i giovani, quali autostop e campeggi; si prosegue analizzando l'attuale fenomeno turistico giovanile. Nato nell'epoca del *turismo globale* dapprima con i *Millennials* e affermatosi durante questo ultimo ventennio degli anni 2000, ora vede la *Generazione Z*, protagonista di un nuovo fenomeno internazionale in costante espansione che coniuga il viaggio allo studio. Sempre più immersi nel contesto globalizzato, i giovani, grazie alla presenza di strumenti di interconnessione digitali, quali Internet e i social media, sono continuamente alla ricerca di nuovi stimoli ed esperienze insolite da vivere.

1.2 Il turismo giovanile: dal passato...

Un primordiale sviluppo di movimento turistico giovanile, che potremmo definire di tipo culturale, lo si può riscontrare verso la fine del II secolo a.C. durante i viaggi degli antichi romani all'avventura di terre lontane, quali la Grecia e i paesi orientali: queste nuove mete alimentarono pertanto una vera e propria corrente turistica di intellettuali, amanti delle arti figurative e uomini di politica. Caratterizzata dalla sua grande bellezza, in quanto tripudio storico-artistico, l'Italia dal Medioevo in poi si prospettava come la meta di giovani studiosi: Roma, Firenze, Venezia e Bologna divennero ben presto destinazioni predilette, in quanto la componente culturale della visita si coniugava perfettamente con la curiosità intellettuale e psicologica, volta a far acquisire una nuova sensibilità artistica.

Nel Medioevo, la fondazione delle prime università¹¹ nel Bel Paese e successivamente in tutta Europa risultò determinante sia per la formazione dei giovani sia per la nascita del fenomeno turistico a scopo educativo: ai già noti viaggi di artisti invitati presso le maggiori corti, vi si aggiunsero quelli di studenti e studiosi, durante i quali venne intensificata anche l'organizzazione ricettiva locale presso le istituzioni religiose. Anche se inizialmente riservata ai soli uomini di una ristretta élite, la quale si poteva mantenere gli studi, l'università si poneva

¹¹ L'università, dal latino *universitas* ovvero *universalità* (Treccani, *Università*, <https://www.treccani.it/vocabolario/universita/>), nacque nel primo Medioevo in Europa. Anche se l'organizzazione e l'offerta accademica hanno subito un cambiamento radicale nel corso dei secoli, l'obiettivo primario è rimasto sempre quello di formare i giovani ragazzi. Secondo le molteplici fonti, l'università più antica del mondo è l'università di Bologna seguita da quella di Padova.

l'obiettivo di formare con un certo rigore i giovani studenti provenienti da diverse parti d'Europa, insegnando almeno una delle tre discipline di base: teologia, legge, medicina¹². Rilevanti sono stati gli spostamenti di studenti e studiosi provenienti da sedi preesistenti che hanno determinato la nascita di alcune università: basti pensare a Cambridge, quale "filiazione" di Oxford, e a Padova, nata a seguito della migrazione di studenti provenienti dalla sede universitaria di Bologna¹³. Parallelamente all'università, proprio in quest'ultima città, cominciarono a sorgere i primi collegi di educazione, i quali mettevano a disposizione fondi o borse di studio a favore degli studenti meno abbienti. Successivamente, anch'essi divennero il luogo prediletto dagli studenti stranieri (soprattutto tedeschi) durante il soggiorno italiano.

Anche dopo il Medioevo, il viaggio a scopo educativo divenne ben presto parte della mentalità collettiva di ogni giovane aristocratico: il sapere e la conoscenza da un lato e il puro divertimento e il piacere dell'evasione dall'altro, alimentarono la voga del cosiddetto *viaggio in Italia*, diffusosi alla fine del XVI secolo. Questa pratica turistica permise all'Italia di essere, ancora una volta, la meta favorita tra i giovani studiosi europei. Il *giro* divenne una delle maggiori tendenze della fine del XVII secolo, tanto da meritarsi l'appellativo internazionale di *Grand Tour*¹⁴.

1.2.1 Il *Grand Tour*

Per comprendere nel miglior modo possibile il concetto di *Grand Tour*, è necessario, dunque, chiarire l'etimologia linguistica della parola *turismo*: attestata dal XIX secolo, deriva dal francese *tourisme* (1841), prestito dall'inglese *tourism* (1811), che a sua volta ricalca l'origine francese di *tour*¹⁵. Infatti, i vocaboli *travel*, *journey* e *voyage* sono stati sostituiti dal termine *tour*, inteso come l'idea del viaggio compiuta attorno ad un "giro", che doveva presentarsi prevalentemente lungo e ampio, discontinuo, in cui la partenza e l'arrivo si configuravano nello stesso luogo.

¹² Treccani, *Università*, https://www.treccani.it/enciclopedia/universita_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/

¹³ Treccani, *Università*, https://www.treccani.it/enciclopedia/universita_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/

¹⁴ «Il termine *Grand Tour* viene utilizzato per la prima volta da Lord Granborne per il suo viaggio in Francia nel 1636, mentre viene adottato per la prima volta nella trascrizione francese del *Voyage of Italy, or a complete Journey Trough Italy* (1670) dell'inglese Richiard Lassels». Cfr. Astolfi, *Ferrara nel Grand Tour dei viaggiatori francesi (secoli XVII e XVIII)*, Este Edition, Ferrara, 2011, p. 67.

¹⁵ Treccani, Etimologia di *turismo*
https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/domande_e_risposte/lessico/lessico_182.html
<https://www.treccani.it/vocabolario/turismo/>

Si tratta di un chiaro riferimento al *Grand Tour* (Del Bò, 2017): nato nell'epoca del *turismo moderno*, oltre ad essere identificato nel concetto vero e proprio di turismo culturale, esso può essere definito anche come il punto di partenza del fenomeno turistico giovanile.

«Il viaggio, nei più giovani, fa parte dell'educazione; nell'anziano fa parte dell'esperienza.

Chi viaggia in un paese prima di conoscerne un po' la lingua vada a scuola, e non in viaggio»¹⁶ (Francis Bacon, 1625)

Grazie alla tradizione scolastica medievale e alle correnti umanistiche e rinascimentali sviluppatasi dal Quattrocento in poi, che alimentarono nuove percezioni nella psiche umana quali arte, cultura e scienza, la formazione artistica e letteraria acquisì un nuovo ed importante ruolo all'interno della vita quotidiana delle classi aristocratiche: per tali ragioni, dalla seconda metà del Cinquecento cominciò a diffondersi progressivamente dalla Gran Bretagna all'Europa continentale, la moda del *Grand Tour*, che raggiunse il suo apice tra il Settecento e l'Ottocento. Si trattò di un viaggio “di nicchia” verso le maggiori città europee d'interesse artistico-culturale intrapreso da giovani rampolli maschi dell'aristocrazia britannica¹⁷ e in seguito da quella europea (per lo più francese e tedesca), per poi raggiungere l'alta borghesia, scrittori e artisti ed infine il ceto medio; le cui finalità erano l'istruzione, l'educazione e la formazione culturale del giovane gentiluomo sul piano artistico, politico, culturale e ricreativo, che permisero in questo modo il passaggio dalla giovinezza al mondo adulto, divenendo finalmente uomini saggi e maturi. Questo fu considerato il momento ideale di crescita e maturazione, identificato sotto la forma di prima esperienza di vita. Infatti, erano le nobili famiglie a spingere i giovani patrizi (solitamente con età media di 20 anni) ad intraprendere questo viaggio studio (con durata iniziale compresa tra i tre e quattro anni), in quanto completare gli studi, migliorare il proprio bagaglio culturale di base, commissionare in maniera autonoma e conoscere i costumi civili soprattutto politici anche del restante continente, significava poter prendere le redini e un domani saper governare saggiamente il proprio casato o la propria nazione. Soprattutto nel primo periodo, il *Grand Tour* divenne parte integrante del percorso formativo di ogni giovane aristocratico inglese, rappresentando, dunque, «l'occasione per costruirsi una rete di conoscenze e relazioni internazionali da poter sfruttare in una eventuale carriera politica o diplomatica» (Battilani, 2003, p. 44). Inoltre, secondo l'opinione pubblica inglese, attraverso il

¹⁶ Francis Bacon, Lord Verulam Viscount St. Albans, *Of Travel*, in *The Essays or Counsels, Civil and Moral*, London, 1625. Traduzione italiana del saggio in lingua inglese riadattata e consultata da Rocca Longo, Pierantonelli, Parrinello, *La comunicazione turistica. Viaggi reali e virtuali tra storia e futuro*, 2007, p. 158.

¹⁷ In Gran Bretagna la percentuale delle persone che poteva permettersi di compiere il *Grand Tour* si attestava attorno al 1% della popolazione: si trattava di una ristretta élite che possedeva i mezzi economici sufficienti per potersi mantenere senza dover lavorare (Del Bò, 2017).

Grand Tour i giovani potevano essere riconosciuti come “cittadini del mondo” (Battilani, 2001). Durante questo viaggio, la figura dei tutori risultava imprescindibile: essi avevano il compito di accompagnare il giovane studente durante il viaggio, di indottrinarlo secondo le buone maniere previste dai vari Paesi, oltre a guidarne l’apprendimento culturale progressivo attraverso la scelta dei maestri nelle varie città. Inoltre, ci si poteva anche avvalere della figura del servo di fiducia, per rendere il soggiorno più maneggevole.

Il piacere della cultura si affiancava al piacere del viaggio: l’itinerario consueto prevedeva la partenza dalla Gran Bretagna per giungere la Francia e poi l’Italia, mentre sulla via del ritorno si sostava in Germania o Olanda (Battilani, 2003). Attraversato il Canale della Manica, la prima grande meta era Parigi, considerata la patria dello stile, della sofisticazione e del galateo, per poi spostarsi verso il Mediterraneo.

Il Settecento fu il secolo d’oro dei *grandtourists* in Italia, la quale sottrasse il primato cinquecentesco alla Francia. Durante questo viaggio la penisola italiana divenne una delle principali destinazioni, la quale veniva attraversata da nord a sud: le due direttrici settentrionali seguivano da una parte le maggiori città quali Torino, Milano, Verona, Vicenza e Venezia e dall’altra l’asse della via Emilia con Piacenza, Parma, Reggio, Modena e Bologna, per poi scendere verso Firenze, Roma (considerata il “centro del mondo”), Napoli, meta aggiunta in questo secolo (Battilani, 2003) e nel secolo successivo in Sicilia. Il primato culturale dell’Italia rappresentava sicuramente l’elemento di spicco e di maggiore interesse e richiamo per i viaggiatori del nord Europa: il mito del Bel Paese nell’immaginario collettivo europeo consisteva nella vestigia del passato, la quale racchiudeva una molteplicità di testimonianze antiche risalenti all’epoca greco-romana visitabili nei siti archeologici; nella quantità esorbitante di opere d’arte, che facevano da scenario a questo grande museo a cielo aperto; nell’instimabile produzione letteraria ed architettonica; nell’articolazione della vita politica; nel clima mediterraneo così solare, mite e radioso agli occhi della maggior parte dei viaggiatori che proveniva dai cieli grigi e cupi dell’Europa settentrionale; nel collezionismo (sia culturale che naturalistico) e nell’ammirazione e curiosità per i luoghi “d’arte” d’eccellenza quali biblioteche, monumenti e teatri. Inoltre lo spirito culturale italiano permetteva ai viaggiatori di entrare quotidianamente in contatto con grandi uomini di scienza, quali artisti ed ingegneri, ampliando in questo modo anche la propria conoscenza linguistica e le relazioni interpersonali. In quest’ottica si può definire il *Grand Tour* come una entità sopranazionale e cosmopolita, in quanto nelle maggiori città italiane era in atto una vera e propria rivoluzione artistica ed antropologica di carattere internazionale. Infatti, uno degli aspetti che più affascinava gli stranieri

riguardava la natura così cosmopolita di Roma, definita “la città Santa e Profana”, che si distingueva da tutte le altre città del mondo. Tutti questi valori aggiunti consentivano al Bel Paese di primeggiare per la sua magnificenza di ricchezze passate, culminate soprattutto nell’epoca d’oro del Rinascimento. L’Italia è, dunque, di moda.

Questa formazione “teorica e visiva” veniva completata con quella più “pratica”, ovvero attraverso lo studio e l’applicazione di variegate discipline quali in primis le lingue dei paesi da visitare, la pittura, il disegno, la storia dell’arte, la botanica ecc. L’arte visiva doveva essere anche riprodotta: pertanto, ai rampolli, durante il loro soggiorno, veniva dato il compito di ritrarre (a tempera o acquerello) sul proprio blocco da disegno vedute di paesaggi o spettacoli naturali, anche come semplice ricordo della propria esperienza da portare a casa. Da qui deriva infatti il termine *pittoresco*, ovvero «ciò che è adatto ad essere dipinto» (D’Eramo, 2017, p. 18). Oltre al talento degli stessi viaggiatori, venivano ingaggiati su commissione dei veri e propri artisti (basti pensare a Tiepolo, Canaletto, Pompeo Batoni ecc.), i quali attraverso la rappresentazione di paesaggi nelle loro tele, alimentarono in seguito sia il commercio intellettuale sia il mercato del collezionismo, aprendo in tal modo a nuove forme di scambio intercontinentale. «Colui che non ha viaggiato in Italia soffrirà sempre di un senso di inferiorità perché non avrà visto ciò che ogni uomo dovrebbe vedere»¹⁸: così definisce Samuel Johnson il concetto di italianità durante il *Grand Tour*.

Tuttavia, l’Italia in quell’epoca mostrava due facce della medaglia: quella “idilliaca”, dettata dall’aspetto indubbiamente intellettuale e culturale (come già descritto precedentemente) e quella “reale”, caratterizzata dall’evidente ritardo nello sviluppo economico e civile (campagne e villaggi limitrofi impoveriti, bellezze paesaggistiche e architettoniche sottovalutate ecc.). Eppure, questa dissonanza non fece perdere coraggio ai viaggiatori, i quali continuarono a scegliere l’Italia come meta prediletta dei propri viaggi pedagogici, contribuendo in questo modo al mantenimento del flusso turistico internazionale.

Nonostante il numeroso via vai di visitatori, gli spostamenti prevedevano sempre un percorso ben definito e quasi invariato sulla base delle esperienze vissute dai precedenti viaggiatori. Infatti, i continui miglioramenti e i progressi nelle tecniche di costruzione dei veicoli e della rete viaria permisero una maggiore diffusione del viaggio: le strade cominciarono ad essere più percorribili e i mezzi di trasporto (oltre alle carrozze trainate da cavalli, protagoniste del *Grand*

¹⁸ Aforismo del poeta e letterato inglese Samuel Johnson (1709-1784), consultato dal sito Internet Cose di Napoli, *Il Grand Tour*, <https://cosedinapoli.com/culture/il-gran-tour/>

Tour) divennero più veloci ed efficienti grazie anche all'introduzione del vapore nel sistema ferroviario e marittimo. Inoltre, durante il soggiorno nelle varie città e Paesi, la scelta delle strutture turistico-ricettive si rivelava, dunque, determinante: infatti erano sempre gli amici o conoscenti, predecessori del viaggio, ad indicare ai *grandtourists* dove soggiornare. Sebbene le prime possibili soluzioni fossero i pernottamenti in alberghi, aventi prezzi troppo elevati per soggiorni prolungati, o in locande, considerate troppo spartane e piccole, una delle alternative più apprezzate risultava essere l'alloggio presso le case private (che in seguito divennero delle vere e proprie piccole pensioni), adatte alle lunghe permanenze sia per il rapporto qualità-prezzo sia per un maggiore *comfort*. Pertanto, si evince che con il *Grand Tour* nacque il primordiale comparto alberghiero. Tuttavia, gli inconvenienti durante questo lungo e faticoso viaggio erano sempre in agguato: per quanto riguarda gli spostamenti, uscire da questi circuiti significava incorrere al brigantaggio con il rischio di essere rapiti o derubati, oltre agli incidenti causati dalle avverse condizioni climatiche, quali naufragi, strade erose e aperte su precipizi che attendevano il passaggio delle carrozze, per non parlare delle malattie contratte durante il viaggio; mentre dal punto di vista alberghiero il problema sussisteva nelle pessime condizioni igieniche degli alloggi, quali camere sudice e letti infestati da insetti (in primis le cimici), e nella scarsa qualità del cibo, oltre all'inganno amoroso messo in atto dalle servette d'albergo. Per tale motivo, era importante che i giovani si affidassero o al parere di parenti o conoscenti, i quali, disponendo già di informazioni affidabili sui luoghi visitati, considerati "sicuri", riuscivano in parte a salvarli dai disagi legati al viaggio; oppure alle testimonianze scritte sotto forma di pubblicazioni lasciate da numerosi artisti e intellettuali, anch'essi partecipanti del "malagevole" viaggio.

Infatti, quest'ultimi (da Adam Smith a Francis Bacon, da Goethe a Flaubert, da Byron a Stendhal¹⁹) diedero vita ad una vera e propria produzione editoriale: grazie alla scoperta della stampa (ormai già consolidatasi) i manuali e i diari del *Grand Tour* (considerati gli antenati delle guide turistiche) risultavano essere d'aiuto durante il viaggio, in quanto venivano indicati ai lettori dei consigli e resoconti pratici e funzionali di vario genere che spaziavano dagli itinerari da seguire, la tipologia di alloggio adeguata, fino all'organizzazione culturale-relazionale, puntando non quanto al *dove*, dato che le singole destinazioni erano già note, bensì sul *come* viaggiare e *come* guardare.

¹⁹ La sindrome di Stendhal, sulla rilevanza di quanto affermato dall'omonimo scrittore francese durante il suo *Grand Tour* a Firenze, rappresenta una manifestazione di disagio psichico-emozionale dovuta alla visione di luoghi culturali di una certa magnificenza storico-artistica, appartenente in primis all'Italia.

Secondo quanto riportato da Battilani (Battilani, 2001; 2003), le modalità organizzative del *Grand Tour* e parte delle sue caratteristiche, durante il corso dei secoli, subirono dei profondi cambiamenti. Innanzitutto, la durata del viaggio era compresa tra i tre e quattro anni, in quanto la formazione culturale dei giovani nobili era parte integrante del viaggio seicentesco, ideato sotto il concetto di scuola itinerante. Rappresentando, quindi, il percorso conclusivo scolastico, il *Grand Tour* prevedeva inizialmente un soggiorno piuttosto lungo nei vari Paesi al fine di apprendere una lingua straniera ed acquisire le nozioni fondamentali relative alle discipline artistiche. Successivamente, nell'Ottocento la durata del *Grand Tour* si ridusse drasticamente, non superando i quattro mesi di permanenza. Un altro cambiamento interessò la fascia d'età dei viaggiatori: se nel XVII secolo il *target* riguardò per lo più giovani ventenni e trentenni, due secoli dopo esso si rivolse a uomini adulti di 30-40 anni. Inoltre, una delle più notevoli evoluzioni la si avvertì nello status sociale, il quale non venne più visto come un viaggio di nicchia riservato ai soli pochi benestanti, bensì si allargò rapidamente interessando sempre di più molti strati della popolazione come grande momento di cultura collettiva. Ai giovani aristocratici inglesi e successivamente europei, protagonisti indiscussi del *Grand Tour*, ben presto vi si affiancarono i figli della classe alto-borghese e via via uomini di una certa dote intellettuale, quali scrittori, filosofi e artisti (talvolta raffigurati nei *tutors*), per poi infine raggiungere anche mercanti, uomini d'affari e intere famiglie, rappresentanti del ceto medio. Infine, anche le motivazioni del viaggio non furono escluse da queste grandi trasformazioni: se nel viaggio seicentesco la componente formativo-culturale risultava fortemente caratterizzante, nei secoli successivi essa venne progressivamente sostituita dall'aspetto più ludico e ricreativo²⁰: non più un viaggio come mezzo di scambio interculturale, bensì finalizzato al divertimento (ad esempio partecipazione a feste e a sontuosi banchetti) e alla ricerca naturalistica di paesaggi sublimi inconsueti, come momenti allettanti del soggiorno all'estero.

Tali evoluzioni sociali cominciarono ad andare di pari passo con quelle che si stavano per affermare a partire dall'Ottocento: anche se il *Grand Tour* continuava in parte a sopravvivere grazie all'arrivo degli americani nei maggiori centri europei, esso passò di moda sostituito progressivamente da nuove forme di viaggio ben più alla portata di tutti, che stavano per rivoluzionare la maniera di fare turismo e vacanza.

²⁰ Si può definire il *Grand Tour* come precursore del turismo giovanile contemporaneo: la connotazione culturale e ricreativa caratterizza al giorno d'oggi, nel terzo millennio, anche i soggiorni studenteschi identificati nell'*Erasmus*, *gap year* ecc., facendo riversare migliaia di giovani lungo le strade e scuole di tutto il mondo (vedasi paragrafo 1.3.2 *Tipologie turistiche*).

Un notevole cambiamento sociale attestato nella prima metà dell'Ottocento in Gran Bretagna avvenne per merito di Thomas Cook (1808-1892), considerato il primo organizzatore di viaggi comunitari nell'epoca del turismo moderno, oltre ad essere stato l'ideatore dell'omonimo tour operator consolidatosi nella più recente industria turistica²¹. Grazie al giorno libero di lavoro che le industrie concedettero ai propri operai, ma preoccupato del fatto che questo potesse diventare il momento per sperperare il salario ubriacandosi ai pub, egli decise di organizzare escursioni fuori città per le famiglie meno abbienti, avvalendosi pertanto dei primi mezzi di trasporto pubblici, quali ad esempio il treno, che da quasi metà Ottocento mise in collegamento gran parte del mondo: basti pensare «alla prima escursione organizzata (1841), al primo viaggio collettivo (1845), e al primo giro organizzato intorno al mondo (1872)» (D'Eramo, 2017, p. 12). Da qui l'idea di creare assieme a suo figlio il primo tour operator della storia *Thomas Cook and Son* (avente anche la funzione di agenzia di viaggio), che avviò una delle fasi più longeve del commercio turistico internazionale, attraverso l'adozione delle prime forme di *traveller's cheques* e filiali distribuite in tutto il mondo. La Gran Bretagna fu ancora una volta la testimonianza di come essa fu la precorritrice di significativi cambiamenti avvenuti in ambito turistico (Rocca Longo, Pierantonelli, Parrinello, 2007). Parallelamente a questo settore, cominciò a diffondersi l'industria delle guide turistiche in formato cartaceo (fra cui quelle del tedesco Baedeker e dell'inglese Murray III), alimentando ancora di più il fruttuoso mercato del mondo dei viaggi.

Pertanto, Del Bò definisce i viaggiatori del *Grand Tour* e gli escursionisti della Thomas Cook come «due esempi delle cosiddette *avanguardie storiche* del turismo di massa che caratterizza la nostra epoca: costoro erano, con le loro specificità, persone che sostanzialmente viaggiavano per il gusto di farlo» (Del Bò, 2017, p. 21).

²¹ Capostipite dei viaggi organizzati, la *Thomas Cook and Son* (ribattezzata nel 2007 con il nome di *Thomas Cook Group*), nazionalizzata e poi privatizzata, con l'avanzare degli anni consolidò sempre di più la sua egemonia tanto da diventare il terzo tour operator inglese. Tuttavia, travolta dall'ondata tecnologica che nel XX e XIX secolo vide protagoniste le OTA (*Online Travel Agencies*) e le compagnie *low cost*, il 23 settembre 2019 dichiarò bancarotta, chiudendo così un'era iniziata ben 180 anni fa.

1.2.2 Verso il turismo di massa

Anche se il quadro storico-sociale mondiale fu dilaniato da costanti e massacranti guerre, disordini politici e crisi economico-finanziarie, il settore turistico vide proprio dalla fine dell'Ottocento ai primi anni del Novecento una delle sue fasi più culminanti: se dapprima considerato come un fenomeno sporadico, in quell'epoca il turismo, oltre ad essere una questione sempre più insita nella vita individuale, si trasformò in un costume alquanto diffuso tra la società. Sulla base di solidi presupposti, avviati nel 1870 con la seconda Rivoluzione industriale in Europa, che toccarono il campo economico, culturale, sociale e tecnologico, il settore dei trasporti, il settore metallurgico e meccanico, la formazione di un nuovo assetto politico a livello internazionale, l'espansione coloniale, ma soprattutto la costante fiducia verso la scienza, il progresso e la velocità (quest'ultima concettualizzata in seguito anche attraverso teorie futuristiche); il turismo d'élite lasciò spazio alla nascita di un nuovo concetto di viaggio sempre più ampio, divenuto progressivamente alla portata di tutti i ceti sociali. Difatti, la velocità e l'affidabilità dei mezzi di locomozione più evoluti facilitarono gli spostamenti, rendendoli al tempo stesso sempre più economicamente accessibili alle masse (Rocca Longo, Pierantonelli, Parrinello, 2007). Inoltre, la celebrazione dell'industria e dell'architettura sofisticata avvenne attraverso l'inaugurazione delle esposizioni universali che, in particolare dal 1851 (con il Crystal Palace di Londra) a tutto il '900 (con la Tour Eiffel di Parigi), attrassero un crescendo di visitatori mondiali, generando in tal modo un flusso turistico legato, ancora tutt'oggi, agli eventi internazionali.

L'innovazione in tutte le sue sfaccettature è la parola chiave che caratterizza quest'epoca: dal punto di vista turistico, il viaggio poteva compiersi in tutta comodità, sicurezza e rapidità, grazie ai progressi tecnologici, produttivi ed organizzativi avvenuti nel settore dei trasporti e alla graduale apertura mentale del mondo circostante documentata da una maggiore conoscenza dei luoghi e dalla reperibilità di mappe sempre più dettagliate, senza dimenticare accanto a ciò gli accurati progetti di riqualificazione urbana ed edilizia che coinvolsero i centri cittadini, le strutture ricettive e le infrastrutture. Se nel XIX secolo il treno fu il simbolo del turismo d'élite; il XX secolo, grazie alla produzione in serie legata al fordismo e all'introduzione dei motori a reazione, fu il periodo d'oro dell'automobile (primo Novecento) e dell'aereo (secondo Novecento): essi permisero di cambiare il modo di viaggiare (che diventò più autonomo e flessibile) e di contrarre i tempi di percorrenza, creando, sull'onda della crescita dei consumi, il presupposto per la nascita delle vacanze di massa.

«Gli anni tra le due guerre segnano la vera esplosione del turismo che si avvia a diventare di massa» (Martinengo, Savoja, 1993, p. 25). Parallelamente alle innovazioni tecnologiche, concetti fondamentali per questo passaggio, che presero il sopravvento nella società industriale europea e che successivamente vennero tramutati in normative quali diritti inderogabili dei lavoratori, furono: la riduzione dell'orario di lavoro a otto ore giornaliere e l'introduzione di un periodo di ferie pagate²². Il primo Paese ad ottenerle fu la Francia, che, grazie alla promulgazione della legge avvenuta nel 1936 dal Fronte popolare, le fece diventare un diritto anche della classe operaia. Essa poteva cominciare a godere della pratica turistica, assieme alla piccola e media borghesia. Come riassume Del Bò: «nel Novecento, la giornata lavorativa giunse ad avere un numero fisso di ore, con una tendenza alla diminuzione; la settimana venne divisa in giorni feriali e giorni festivi, prima uno e poi anche due; l'anno lavorativo iniziò ad essere interrotto da alcune settimane di vacanza, con una tendenza a crescere» (Del Bò, 2017, p. 22). Pertanto, le conseguenze che ne derivarono furono: la maggiore flessibilità occupazionale, il miglioramento delle condizioni operative, l'arricchimento delle mansioni, il tutto scandito da un periodo di riposo individuale.

Accanto a ciò, l'aumento salariale e il relativo benessere psico-fisico hanno «progressivamente ampliato l'opportunità di godere di tempo libero e aumentato le alternative per goderne. Pertanto [...], con [...] lo sviluppo di nuove opportunità di svago [...] si rivoluzionarono anche i costumi sociali e l'impiego del tempo libero inizia ad essere un fenomeno di ampia rilevanza» (Resciniti, 2002, p. 22); evidenziando il fatto che «solo le vacanze per tutti hanno permesso alla maggioranza della popolazione di viaggiare» (D'Eramo, 2017, p. 20). «La nascita del *tempo libero*, inteso non semplicemente come tempo non occupato dal lavoro (dall'inglese *free time*), ma anche come tempo che ciascuno poteva destinare ad attività liberamente scelte (dall'inglese *leisure*)» (Del Bò, 2017, p. 21), fu cruciale per lo sviluppo turistico. Difatti, sulla base di questa scissione, la molteplicità delle occasioni e le disparate modalità di fruizione del tempo libero per fini creativi o ricreativi diedero vita ad un miglioramento qualitativo della vita, in quanto ciascun individuo poteva dedicarsi sia alla sfera privata (ovvero agli affetti familiari), sia a quella pubblica, facendosi coinvolgere tanto dalle relazioni sociali, quanto dalle variegate attività, quali *hobby*, svaghi e divertimenti (Resciniti, 2002).

²² Infatti, secondo l'art. 24 della *Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo (Universal Declaration of Human Rights, 1948)*: «*Everyone has the right to rest and leisure, including reasonable limitation of working hours and periodic holidays with pay*» (<https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>).

Tuttavia, il diritto al tempo libero sociale ed individuale venne negato con il sorgere, a cavallo tra le due guerre mondiali, dei regimi autoritari europei (in particolar modo della dittatura fascista e nazista), i quali ne reclamarono la propria sorveglianza, sotto un rigoroso programma politico. Infatti, il loro intento era quello «di incanalare le tendenze del “turista”, esercitando un controllo sull’intera giornata del cittadino teso a ricondurlo negli schemi propri dell’ideologia che esprimevano» (Rocca Longo, Pierantonelli, Parrinello, 2007, p. 114). Con particolare riferimento al fascismo italiano, Mussolini provvide a creare il proprio “diktat” centrato sull’organizzazione del tempo libero dei lavoratori attraverso un’attenta regolamentazione del cosiddetto *dopolavoro* e sulla programmazione delle attività di *loisir* e di ricreazione fisica, rivolte ai giovani²³, facendo della propaganda il proprio mezzo per il consenso sociale. Sulla stessa linea, Hitler convogliò le attività ludiche all’interno di un’unica ideologia dallo slogan “*Kraft durch Freude*” (“Forza attraverso la gioia”). In entrambi i casi, l’organizzazione turistica diventò difatti un’attività dominata a pieno titolo dai regimi.

Solamente dal secondo dopoguerra in poi, il diritto al tempo libero può dirsi effettivamente conquistato mediante un lungo processo sociale, avvenuto in concomitanza con lo sviluppo vero e proprio del turismo di massa. Quest’ultimo vide il proprio inserimento nel contesto nazionale e internazionale grazie anche ad una serie di nuovi elementi, assecondati dall’appartenenza del singolo alla società moderna: basti pensare al crescente livello di stabilità economico-politico dettato dai trattati internazionali che posero fine alle guerre, alla crescita demografica con la relativa nuclearizzazione della famiglia, all’educazione igienica delle masse, all’istruzione universale, ai continui progressi nel mondo economico-finanziario, all’aumento del PIL e del reddito pro capite, ai cambiamenti relativi ai modelli culturali (quali la famiglia, i divertimenti e le abitudini sessuali), ma soprattutto all’espansione del cosiddetto *boom economico italiano*, che segnerà dagli anni ’60 in poi la prosperosa epoca dei beni di consumo e delle vacanze di massa. Con riferimento alla mobilità turistica, la crescente domanda sul mercato di auto individuali avvenne in risposta al *boom* di vacanzieri, i quali, disponendo del medesimo periodo di ferie estivo, cominciarono a riversarsi sulle strade del Bel Paese. L’auto rappresentava una forma di maggior autonomia rispetto alle ferrovie: infatti, «adesso è il turista alla guida della propria auto che decide dove e quando fermarsi, è sua la libertà di vedere questa o quella città» (Rocca Longo, Pierantonelli, Parrinello, 2007, p. 112). La vera rivoluzione si ebbe quando iniziarono a circolare le utilitarie della Fiat e gli scooter della Piaggio, i quali, oltre a rappresentare dignitosamente l’italianità nel mondo, divennero sempre

²³ Vedasi paragrafo 1.2.3 *Le colonie di vacanza*.

di più un'icona di stile fra i cittadini. Altri cambiamenti importanti riguardarono anche il settore delle comunicazioni di massa come la nascita della TV, del telefono e della radio.

In quest'epoca di massificazione, il turismo si avviò ben presto a diventare una vera e propria industria regolata da esperti del settore (come tour operator e agenzie di viaggio), nonché accentrata sui principi di efficienza e di massimizzazione del profitto (Del Bò, 2017, p. 21) e sulla standardizzazione del cosiddetto *prodotto vacanza*.

1.2.3 Le colonie di vacanza

Alla luce di quanto emerso dal contesto storico-sociale, una forma di turismo giovanile di massa di tipo culturale, che si radicò in Italia dapprima nell'Ottocento, poi stabilmente nel primo Novecento all'interno della società fascista, per infine consolidarsi anche oltre gli anni del *boom* economico, la si può concettualizzare prettamente nelle colonie di vacanza. Esse rappresentarono la combinazione ottimale dell'uso educativo del *free time* al periodo dell'infanzia, trovando una sua cospicua affermazione all'interno della comunità civile, soprattutto tra gli strati più bassi della popolazione. Difatti, come affermano Maroni e Piraccini «l'infanzia, soggetto educabile, e il tempo libero, luogo dell'educazione, divengono un binomio per il consolidamento di categorie socio-culturali e creano le condizioni oggettive per lo sviluppo della società» (Maroni, Piraccini, 2001, p. 20). Se la maggior parte dei contributi scientifici riportano nozioni principalmente dal punto di vista storico, architettonico ed ambientale, il seguente intento sarà quello di analizzare le colonie di vacanza sotto il profilo turistico-educazionale giovanile.

Le colonie di vacanza, nate nell'Ottocento per ospitare inizialmente i bambini di strada, erano delle pratiche turistiche estive di gruppo rivolte ai fanciulli dell'infanzia, il cui scopo era principalmente di tipo medico-sanatoriale: i bambini delle famiglie povere urbane e contadine affetti da malattie tubercolari²⁴ e da «scrofola, rachitismo, denutrizione o anemia» (Maroni, Piraccini, 2001, p. 21), non avendo mezzi necessari per accedere alle terapie, potevano recarsi presso gli ospizi marini per beneficiare delle cure al sole, cosiddette climatiche. Per questo motivo esse vennero definite anche colonie elioterapiche, in quanto il concetto *elioterapia* basa la sua funzione terapeutica sull'azione salutare del sole e del mare sul corpo gracile dei più piccoli. Ciò è stato dimostrato dalla teoria predominante dell'epoca, ovvero l'igienismo a

²⁴ «Per tutto l'Ottocento, e per molti decenni ancora, la tubercolosi fu la protagonista della patologia presente nel nostro paese» (Maroni, Piraccini, 2001, p. 22).

carattere sociale (di cui Giuseppe Barellai ne era il precursore), che le ricerche e le grandi conoscenze mediche constatarono l'efficienza della balneoterapia e dei viaggi d'istruzione all'estero avvenuti nei luoghi di cura in Francia e in Inghilterra. Accanto a ciò, l'organizzazione e la gestione di tali istituti vennero affidati a benefattori privati, i quali si prestarono ad offrire aiuti a scopo caritatevole. D'altro canto, mancava, quindi, una vera e propria assistenza amministrativa statale diretta alla realizzazione di nuove strutture e al sostegno economico di tali iniziative, in quanto i contributi volontari non sempre risultavano sufficienti a coprire le spese totali.

Tuttavia, le colonie vennero successivamente sostenute attraverso il finanziamento economico garantito dal programma politico-sociale fascista: trattandosi di ceti meno abbienti, lo Stato si impegnava a colmare le spese infrastrutturali e a mettere a disposizione di tutti i bambini degli aiuti economici e sovvenzioni, cosicché essi potessero partecipare a questi campi sanitari ed educativi. Da questo presupposto nacque, quindi, una primordiale forma di politica pubblica denominata *welfare state*²⁵, concernente l'intervento dello Stato a favore dei cittadini più bisognosi, grazie anche all'istituzione di enti previdenziali, in particolar modo l'INPS (nato nel 1933 ad opera del partito fascista come INFPS), quale forma di sostegno e assistenza sociale.

Pertanto, fu l'avvento del regime fascista, nel corso degli anni Venti in poi, a dare un grande impulso alle colonie estive, individuando nella sua direttività politica la figura del dittatore Benito Mussolini, il quale, pur mantenendo limitatamente la funzione terapeutica, aggiunse e consolidò in modo dispotico quella educativa e propagandistica. Da questo concetto prese vita la distinzione tra colonie permanenti e temporanee: nelle prime (di tipo profilattico) vennero letteralmente isolati i bambini affetti da tubercolosi, una malattia estremamente infettiva e contagiosa; mentre le seconde vennero organizzate durante il periodo estivo al mare, in montagna o in campagna (in base alla sede delle colonie stesse) per irrobustire il corpo gracile dei giovani, con l'intento anche di fomentare in loro il valore civile, morale ed educativo, e l'apprendimento di costumi igienici, alimentari, estetici e fisici, tipici dell'ideologia fascista. Infatti, l'infanzia divenne protagonista di una precisa e chiara identità societaria, racchiusa sotto il controllo quale rappresentazione simbolica della gioventù: sebbene l'obiettivo fosse incanalato nel miglioramento delle condizioni sanitarie della popolazione, esso era

²⁵ Il concetto di *welfare state* (noto in italiano come “Stato sociale” o “Stato del benessere”), nato inizialmente nell'800, ma affermato solo dal secondo dopoguerra in poi, designa un sistema politico sotto il quale lo Stato si impegna a tutelare il benessere sociale ed economico dei cittadini. Al giorno d'oggi il *welfare state*, dal punto di vista educativo, può inquadrarsi come forma di sostegno alle vacanze studio offerte dall'INPS (Vedasi capitolo 3 *Le vacanze studio “Estate INPSieme Estero”*).

implicitamente diretto all'indottrinamento politico e pedagogico delle nuove generazioni. Il fascismo fece della "questione dei giovani" il punto cardine della propria trasformazione "rivoluzionaria", imperniando il mito della giovinezza come presupposto di una fausta rinascita della nazione (Bernhard, Klinkhammer, 2017). Dal punto di vista fascista, Maroni e Piraccini descrivono la colonia generalmente come la rappresentazione del laboratorio della società italiana futura, oltre a concettualizzarla nel vero e proprio senso del termine nel «luogo protetto ove si svolgono processi formativi, di integrazione sociale, di acculturazione valoriale e di omologazione comportamentale ed ideologica» (Maroni, Piraccini, 2001, p.20).

In quanto valido programma di interesse sociale, il fascismo affidò la gestione delle colonie temporanee estive alle federazioni locali del PNF, all'Opera nazionale per la protezione della maternità e dell'infanzia (OMNI) nel 1925 e all'Opera nazionale balilla (ONB), istituita nel 1926 per promuovere l'educazione morale e fisica dei «ragazzi dagli 8 ai 14 anni (detti Balilla), i giovani dai 14 anni compiuti ai 18 (gli Avanguardisti) e le Piccole e le Giovani italiane»²⁶, quest'ultima assorbita successivamente dalla GIL (Gioventù italiana del Littorio). In questo modo, i giovani, sempre più attratti da queste organizzazioni, vennero «plasmati per perseguire gli obiettivi politici e militari dello Stato totalitario» (Bernhard, Klinkhammer, 2017, p. 98). Esso, oltre ad assumere il pieno controllo di ogni aspetto della vita sociale del singolo individuo (dallo sport al lavoro), inglobato nel cosiddetto *dopolavoro*, si volle porre al centro dell'attenzione internazionale puntando sull'avanguardia delle politiche giovanili di massa (dallo studio al tempo libero), al fine di primeggiare su quelle proposte dagli altri Stati o partiti. Difatti, questa concezione pedagogica, definita da Bernhard e Klinkhammer «educazione integrale», ne indirizzò i comportamenti, i gusti e le scelte, in modo da «limitare il più possibile le interferenze esterne nel processo educativo guidato dal partito» (Bernhard, Klinkhammer, 2017, p. 116), ridimensionando drasticamente il ruolo educativo della famiglia. In tal contesto, «gli anni trenta furono una vera e propria "epoca di colonie" nella quale si sviluppò una proliferazione di soggiorni climatici estivi» (Maroni, Piraccini, 2001, p. 23), tanto da diventare il fiore all'occhiello del regime grazie anche all'intervento mediatico della propaganda. Quest'ultima, che fu uno strumento di vitale importanza per ottenere il successo e il consenso popolare, venne risaltata in maniera esorbitante sia dall'Istituto Luce attraverso la documentazione di filmati, riportanti oggi giorno testimonianze e immagini storiche inedite della vita dei ragazzi in colonia (soprattutto durante esibizioni ginniche in pubblico); sia

²⁶ Treccani, *Opera nazionale balilla*, https://www.treccani.it/enciclopedia/opera-nazionale-balilla_%28Dizionario-di-Storia%29/

dall'inno nazionale *Giovinetza*, quale esaltazione massima del piano ideologico fascista tra le giovani generazioni, oltre agli utilizzi assillanti della stampa giovanile, delle trasmissioni radiofoniche, del cinema e del teatro.

Innanzitutto, i bambini venivano scelti sulla base dei «componenti delle famiglie più legate al regime e negli anni trenta fu formalizzato l'obbligo di favorire i bambini di genitori "benemeriti della Patria"» (Maroni, Piraccini, 2001, p. 23). Una volta radunati nel centro città (sotto gli eguali vestiti e cappellini bianchi), trasportati a bordo di un pullman e infine approdati nelle strutture, la vita in colonia era incentrata imprescindibilmente sulla cura del sole e sulla loro formazione culturale, ludica e spirituale, basata su una disciplina minuziosa e molto ferrea e regolamentata dagli ufficiali del "Duce". Inoltre, una sana alimentazione veniva proposta dalle mense e dai refettori scolastici. In linea con il motto latino *mens sana in corpore sano*²⁷, le giornate erano scandite da un modello di tipo militare che incorporava sia conversazioni patriottiche tenute dalle vigilatrici, sia campeggi, attività sportive con esercizi ginnici (inseriti in seguito come parte integrante dell'istruzione scolastica) ed attività lavorative in campo artigianale, agricolo e meccanico; per farli irrobustire sempre di più «con l'intento di prepararli a diventare i futuri soldati ed operai, come imponevano le parole d'ordine di Mussolini» (Maroni, Piraccini, 2001, p. 24), cosicché potessero essere impiegati in un futuro equipaggiamento bellico a difesa dei confini italiani. Ciò, fu il presupposto per creare "l'uomo nuovo"²⁸ fascista forte e vigoroso, atto a dominare nella "stirpe" con la propria razza ariana. Inoltre, stessa sorte toccava alle bambine che dovevano «essere educate a diventare le buone madri dei futuri militi dell'impero» (Maroni, Piraccini, 2001, p. 24).

Trattandosi comunque di iniziative di tipo popolare che continuarono a far parte dell'immaginario collettivo, le colonie di vacanza riscossero un notevole successo anche dopo la seconda guerra mondiale: dagli anni '50 esse ebbero una nuova vita, in quanto venne eliminata la funzione propagandistica per fare spazio in un primo luogo a quella sanitaria (con la riconversione a ospedali e orfanotrofi per risollevare i ragazzi dal feroce conflitto) e successivamente a quella ricreativa, tipica degli anni '60 e '70. Il nuovo contesto delle colonie (concettualizzato in veri e propri viaggi in Italia) si prefigurava all'interno del turismo di massa, quale maggiore accessibilità vacanziera dettata dal periodo di benessere sociale e dal boom economico. Le colonie estive risultavano essere perfettamente conservate, grazie al rigido

²⁷ Locuzione latina (tradotta in italiano come "mente sana in corpo sano") che combina la sana educazione fisica all'esercizio intellettuale.

²⁸ Cfr. Gentile, *L'«uomo nuovo» del fascismo. Riflessioni su un esperimento di rivoluzione antropologica*, in Id., *Fascismo. Storia e interpretazione*, Edizioni Laterza, Roma-Bari, 2002.

controllo fascista, oltre a mantenere gli stessi vantaggi economici per le famiglie che non se lo potevano permettere. Tuttavia, un cambiamento importante riguardò la gestione e l'organizzazione di tali strutture, le quali vennero affidate alla competenza di enti locali pubblici e privati. Se da una parte vi erano enti pubblici, identificati nei Comuni e nelle Comunità montane, disposti ad organizzare e finanziare questi soggiorni mediante anche la riscossione di un ridotto contributo familiare; dall'altra parte, invece, iniziarono a sorgere sempre più enti privati, associazioni e parrocchie, i quali riuscirono a concretizzare molte delle loro iniziative nelle strutture coloniali preesistenti: i grandi gruppi industriali privati come Fiat, Enel, Agip e Olivetti, tutti accomunati dal sistema di *welfare aziendale*, istituirono le colonie estive (al mare o in montagna) per i figli dei propri dipendenti sotto il carattere formativo, ludico ed emancipante. Dopo aver raggiunto le strutture in automobile o in treno, lo scopo del soggiorno era quello di far divertire i bambini mediante giochi di gruppo e uscite didattiche.

Nelle seguenti fotografie (Figura 1 e Figura 2) si possono notare le differenze tra le colonie fasciste (a sinistra) e degli anni '60 (a destra), riguardanti il carattere pedagogico, i cambiamenti dei costumi civili, nonché le differenti località marine e montane.

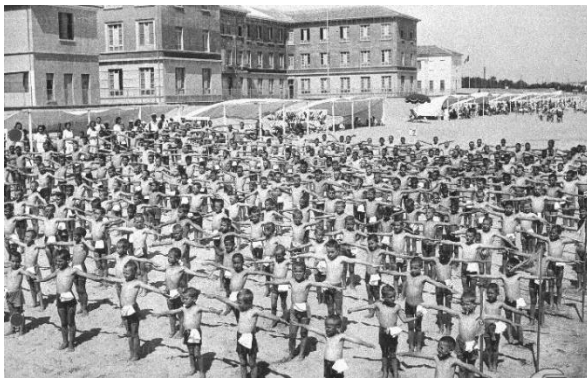


Figura 1: colonia fascista estiva al mare. Fonte: <https://www.chiamamicitta.it/perche-fascismo-volle-la-riviera-delle-colonie/>



Figura 2: colonia estiva degli anni 1963-1964 in montagna. Fonte: <https://www.rifugioscoutvicenza.com/storia/>

In questo contesto, una menzione particolare occorre farla per quanto riguarda l'edificazione e la fruizione delle strutture adibite a colonie. Con il fascismo iniziarono in modo capillare le costruzioni di colonie site al mare, in montagna e in campagna in tutto il territorio nazionale, ma concentrate principalmente lungo il litorale romagnolo (privilegiato dallo sviluppo edilizio, in quanto "terra del Duce") e toscano. Le strutture vennero progettate dai migliori architetti sotto il punto di vista futurista e avanguardista e che fossero in grado di comunicare l'eccellenza e la modernità attraverso un linguaggio architettonico in chiave razionalista e funzionalista,

racchiuso come elemento valorizzante per il regime stesso. Per questo motivo, le forme futuristiche dell'«architettura di molte colonie ricordava da vicino quella di navi od aerei da guerra» (Maroni, Piraccini, 2001, p. 24). Esse vennero ubicate in luoghi spettacolari sia per far accentuare all'orizzonte tutta l'imponenza funzionale e stilistica, con lo scopo di arricchire il patrimonio architettonico relativo alle opere pubbliche. Presero vita, dunque, numerosi edifici come la colonia Le Navi a Cattolica, la Novarese di Rimini, il complesso di Calambrone in Toscana e la Varesina di Milano Marittima, la Fara di Chiavari, la Torre Balilla di Massa Carrara ecc. Grazie ad una più agevole amministrazione, le strutture temporanee svolsero una triplice funzione (albergo, clinica e scuola), consentendo al tempo stesso lo svolgimento di tutte le attività.

Dopo il fascismo, la costruzione delle colonie si è rivelata più inarrestabile che mai, tanto da assumere nel tempo la forma di capacità ricettiva alberghiera. Tuttavia, il passaggio di queste strutture ad enti pubblici (specialmente ai Comuni), frutto di una bonifica su tutto il litorale, comportò non solo il dover fronteggiare costi aggiuntivi per il loro restauro o mantenimento, ma anche uno sgravio a livello nazionale mediante l'acquisizione di lotti locali svenduti a poche lire. Anche se alcune amministrazioni rivierasche riconvertirono le strutture situate nel loro territorio ad uso ricreativo, seguendo progetti di recupero (ad esempio l'Acquario di Cattolica Le Navi, la Novarese di Rimini come centro benessere ecc.), e di *gentrification* ad uso decorativo urbano; a partire dagli anni '70 la maggior parte di esse affondarono nel caos più totale delle istituzioni, segnando una vera e propria profonda crisi delle colonie estive. Le conseguenze che ne derivarono furono devastanti: la trasformazione in “monumenti drammatici” ormai ridotti a poco più di ruderi soprattutto lungo le spiagge, il sopraggiungimento dello stato di abbandono, di degrado e il relativo problema della dismissione; tutto ciò causato sia da una mala gestione nel prendere una soluzione comune allo smantellamento o alla riqualificazione urbana, sia dal frenetico sviluppo del turismo di massa che, necessitando sempre più di edifici, favorì in questo modo una duplice cementificazione (legata talvolta all'abusivismo edilizio), quale “divertimentificio”, riferito soprattutto alla vita notturna romagnola.

Pertanto, la connotazione negativa dell'impatto ambientale, causata in un primo luogo dal turismo di massa, può anche concernere ai fabbricati coloniali lasciati completamente in disuso: essi, non essendo stati collocati all'interno di un apposito reimpiego a finalità educative o ricreative ad uso delle nuove generazioni (ad esempio doposcuola, palestre, villaggi delle gioventù, sale convegni, cinema, esposizioni temporanee, poli universitari ecc.); continuano

ancora oggi a trovarsi allo stato brado e alla conseguente esposizione del rischio ambientale, quale dissesto idrogeologico, intemperie, perdita di biodiversità, crescita di boscaglia e sterpaglie attorno all'area ecc.; oltre a far incentivare diverse forme di inquinamento, come le discariche abusive e la corrosione di materiali tossici e pericolosi per l'uomo e l'ambiente (basti pensare all'amianto). Inoltre, trattandosi di luoghi incustoditi e nascosti, un altro problema riscontrato è il sorgere dell'attività criminale, caratterizzata dall'uso e traffico di alcol e/o di sostanze stupefacenti, di fenomeni di furto o di sciacallaggio da parte di delinquenti o la trasformazione di questi spazi in rifugi per senzatetto. Questo terribile quadro è stato riportato alla luce grazie a diverse inchieste realizzate a livello territoriale, per documentare la noncuranza da parte delle istituzioni statali.

Di fronte a questa significativa evidenza, le colonie cominciarono via via a dissolversi senza aver ottenuto una garanzia in termini di riqualificazione urbana da poter reimpiegare nel nascente turismo giovanile degli anni '80. Di pari passo al contesto del turismo di massa, cominciarono, d'altro canto, a crearsi sempre di più le condizioni per la comparsa di nuove forme di viaggio, ben più alla portata di tutte le famiglie, le quali si accinsero ad organizzare le vacanze estive in maniera del tutto indipendente e secondo le proprie esigenze individuali, che andarono letteralmente a sostituire le vacanze in colonia. Oltre alla famiglia, un ruolo chiave e decisivo negli aspetti didattici e ludici dei ragazzi, lo ebbe la scuola, che si preoccupò di introdurre gradualmente nuove pratiche turistiche concettualizzate come viaggio culturale, e in seguito di potenziare le possibilità di viaggio studio per tutti gli studenti, debitamente inserite all'interno dei programmi scolastici.

Tuttavia, al giorno d'oggi rimangono comunque alcune forme di vacanze giovanili di gruppo simili alle colonie, sostenute da un contributo statale, come le vacanze studio dell'INPS²⁹. Attualmente con il termine *colonia estiva* (identificata anche come sinonimo di *summer camp*, o più propriamente come campo o campus estivo) si può fare riferimento ad una vacanza tematica rivolta ai giovani presso le località marittime e/o montane della durata di più giorni, orientata allo sport, all'apprendimento delle lingue straniere o più in generale allo svago e alla coltivazione di passioni e hobby, atte a sviluppare quel sano rapporto di amicizia e di attività all'aria aperta.

²⁹ Vedasi capitolo 3 *Le vacanze studio "Estate INPSieme Estero"*.

1.2.4 Il “turismo povero”

Nonostante in passato la gioventù fosse controllata scrupolosamente dalle istituzioni o dalla famiglia stessa, venendo così svilita come una «fase di passaggio intermedia» tra l'infanzia e l'età adulta (Tomasi, 1998), libertà ed influenza; dalla fine degli anni '60 essa trovò finalmente una precisa identità all'interno della società, contrapposta ancora una volta da una percezione positiva (da esempio per altri giovani) e negativa (quale accusa degli adulti per la loro scostumatezza e la criminalità). In questo periodo, la «gioventù» diventa un vero e proprio costrutto sociale: essa «indica la situazione generica in cui la società colloca i giovani, e gli effetti su di loro che essa esercita o permette»³⁰ (Tomasi, 1998, p. 175). Infatti, queste reazioni che i giovani apportarono incisivamente sulla collettività si videro fin dal loro esordio: rinchiusi sempre di più in un clima di insofferenza generale nei confronti del contesto di appartenenza, sentirono, quindi, il bisogno di esprimere la loro oppressione e il loro disagio interiore, criticandone i valori e quell'idea di famiglia gerarchicamente ancora troppo patriarcale, attraverso l'adozione di atteggiamenti e comportamenti concreti a carattere interventistico. Grazie all'organizzazione di una serie di movimenti e manifestazioni, nati prevalentemente in luoghi di aggregazione giovanile, quali scuole, università e fabbriche, i ragazzi dell'epoca vollero rivendicare i propri diritti, doveri, libertà ed uguaglianze, ricorrendo anche se necessario a forme di violenza pubblica, quali scontri civili nelle piazze, con l'intento di ottenere un maggior ascolto e coinvolgimento a livello politico e sociale. L'opinione pubblica venne divisa e scossa profondamente: basti pensare al *Sessantotto* e al *Settantasette*, due importanti movimenti di massa giovanili che caratterizzarono queste due annate di protesta sociale e di ribellione di una generazione sempre più anticonformista.

I ragazzi, difatti, si dimostrarono costantemente attivi, informati ed influenti: sempre più consapevoli delle proprie azioni, i loro ideali comuni riguardarono la libertà di opinione ed espressione individuale, allo scopo di chiedere all'allora società austera maggiori diritti e doveri civili concernenti a tutti i giovani come parità di genere, emancipazione femminile, istruzione scolastica, libertà sessuale, sensibilizzazione ambientalista e il capovolgimento del ruolo genitore-figlio, aprendo le porte verso una società diversa, più liberale, pacifica e giusta.

La vera e propria rivoluzione sociale degli anni '60 e '70 fu caratterizzata dai movimenti giovanili, che sulla stessa onda (anche se in maniera più controllata), si sono protratti anche negli anni '80 e '90, durante i quali la società occidentale venne plasmata verso una apertura

³⁰ Friedrich Heinrich Tenbuck fu il primo a formulare questa definizione già negli anni Sessanta.

senza “confini” geografici e sociali, ampliandone sempre di più la visione, soprattutto per quanto riguarda la gestione del tempo libero e dei propri interessi. Ciò ne deriva anche il concetto di «cultura giovanile» come «l'intrinseca capacità che i giovani hanno di autodefinirsi nei loro comportamenti valoriali all'interno della società della quale sono parte» (Tomasi, 1998, quarta di copertina), in cui prevale «sempre più una fase “openended”, dove le scelte che il giovane compie sono sempre meno influenzate dai tradizionali obblighi, [...], e sempre più caratterizzate dall'influsso dei mass-media» (Tomasi, 1998, quarta di copertina). La cultura giovanile, condizionata in un primo luogo dalle tendenze inglesi e statunitensi e dalla costante crescita del consumo di massa, portò in questi quarant'anni una vera e propria ventata di freschezza termini di stili, costumi, mode e generi musicali, ma soprattutto di trasgressioni, fino all'approccio con le prime tecnologie digitali: i blue jeans, il *chiodo*, la musica punk, rock e pop, l'hip hop, le discoteche, l'uso e/o abuso di sostanze stupefacenti e di alcool, la sessualità, l'omosessualità, l'AIDS, Internet e i primi telefoni cellulari ecc., determinando in questo modo anche la nascita di “subculture” o “controculture”, quali rappresentazioni di specifici movimenti giovanili dettati da regole proprie come la *beat generation*, gli *hippie* (“i figli dei fiori”), i *punk*, i *rocker*, i *metallari*, gli *emo*, i *paninari* ecc., contraddistinti dalla frivolezza, stravaganza, scostumatezza, forte ricerca di sé stessi e dal superamento dei propri limiti.

I giovani, quindi, sono i veri protagonisti di questa forte epoca di transizione tra passato e presente, i quali rivoluzionarono in soli quarant'anni e in tutto il mondo gran parte degli aspetti sociali per sentirsi infine seriamente compresi e partecipi di realtà concrete. Data la vastità temporale e delle sempre più nascenti tipologie di subculture, la società ha voluto etichettare fin da subito i giovani raggruppandoli all'interno di specifiche «generazioni»³¹: i *Baby Boomers*, ovvero i giovani nati tra il 1945 e il 1965 che hanno vissuto il *boom* demografico, la ripresa economica e le prime rivoluzioni culturali; la *Generazione X* (quella più “indefinita”), raggruppa i giovani nati tra il 1966 e il 1976, schiacciati dagli eventi epocali come la caduta del muro di Berlino e la fine della guerra fredda e dall'avvento dell'era tecnologica di Internet; la *Generazione Y* o *Millennials*, ovvero quella nata tra il 1977 e il 1994 già sapendo utilizzare le nuove tecnologie, la rete e i media, oltre ad avere una maggiore familiarità con la comunicazione digitale, dimostrandosi una generazione molto aperta e tollerante verso l'intelligenza artificiale.

³¹ Tale classificazione viene elaborata secondo le definizioni proposte dalla WYSE Travel Confederation <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/definitions/>

In qualità di fautori del cambiamento della mentalità culturale dell'epoca, i giovani hanno avuto una grande influenza anche per quanto riguarda il tempo libero riversato nel contesto turistico. A tal proposito, è nata una nuova concezione che può essere considerata la fase intermedia tra il turismo passato (organizzato, come abbiamo visto, sotto una precisa ottica strumentalista) e presente (caratterizzato dalla personalizzazione *ad hoc* di una determinata vacanza o, meglio ancora, di un'esperienza), nonché il confine tra il turismo di massa e il turismo globale: è l'era del cosiddetto "turismo povero". In gergo, viene definito "turismo povero" quel tipo di turismo giovanile nato attorno agli anni '70 e '90, che si svolgeva con minori mezzi e con pochi soldi, in quanto il livello medio di benessere risultava decisamente ancora inferiore. Infatti, quest'idea di viaggio ruota attorno al risparmio, per il fatto che, in un mondo sempre più consumistico, «a tutti i giovani mancano i soldi» (Tomasi, 1998, p. 198). Inoltre, per la prima volta si assiste ad una vera e propria differenziazione sulla tipologia di viaggi e di alloggi, rivolgendo sempre di più una particolare attenzione verso il giovane turista.

In linea con la loro filosofia di vita non soggetta a regole, i giovani (che in tale contesto potremmo definire «spiriti liberi») prediligono un viaggio non organizzato all'insegna della libertà, dell'avventura, del "fai-da-te", della casualità, della spensieratezza e del dipendere dalle proprie forze; il tutto vissuto più come un "momento di evasione personale" alla ricerca di sé stessi, che di vacanza vera e propria dettata da vincoli di tempo, denaro e luogo. Presero vita, quindi, tra gli anni '70 e '90, nuove forme di viaggio in solitaria o con pochi amici (comunemente dettate dallo "zaino in spalla"), come il campeggio, l'autostop, il viaggio *on the road* e l'Interrail, che riscosero un vero e proprio successo. Inoltre, una condizione importante riguarda la crescente tranquillità e sicurezza nelle città e nelle strade, oltre al fatto che anche le donne iniziano a viaggiare da sole, sentendosi a loro volta sicure, frantumando quello che era lo stereotipo di donna casalinga. Il campeggio rappresenta il luogo ideale per vivere una vacanza all'aria aperta, per immergersi nella natura e godersi il totale relax, usufruendo comodamente delle aree attrezzate a disposizione dei campeggiatori. Ci si sposta autonomamente con il proprio mezzo (ovvero camper, roulotte, caravan, tenda, automobile ecc.), o può avvenire in forma organizzata dalle parrocchie, enti o associazioni, basti pensare agli scout. Una forma del tutto gratuita e molto in voga tra i giovani di questo periodo è l'autostop, ovvero un modo di viaggiare con lo zaino in spalla fermando e chiedendo passaggi ad altri automobilisti in transito, prevalentemente lungo le principali strade di comunicazione, per arrivare infine nel luogo desiderato. Il viaggio in macchina con uno sconosciuto diventa anche un momento relazionale e di condivisione personale. Il viaggio *on the road*, nato proprio

dai concetti giovanili di libertà, si propone come un lungo viaggio in macchina o in moto sostando presso strutture di passaggio quali ad esempio i motel, al fine di riscoprire sé stessi nel territorio visitato. Il viaggio *on the road* per eccellenza è la *Route 66* (il mito del *Coast to Coast* da Chicago a Santa Monica). Infine, l'Interrail permette soprattutto ai giovani di viaggiare in treno con lo zaino in spalla in più destinazioni europee e per un periodo di tempo limitato utilizzando un unico biglietto. Si tratta di un modo economico, autonomo ed ecologico di viaggiare, visitando numerose città e conoscendo altri ragazzi di nazionalità differente. Il vantaggio sta nella scelta tra una grande gamma di itinerari flessibili disponibili da Nord a Sud Europa. Nato nel 1972, il viaggio con Interrail ha subito un profondo adeguamento, dettato dall'apertura delle frontiere e dalla nascita dell'Unione Europea.

Il viaggio diventa sempre di più internazionale: grazie all'intensificazione dei collegamenti dei mezzi di trasporto per tutta Europa (e in seguito per tutto il mondo), alla crescente curiosità dei giovani verso quei luoghi considerati allora come "sconosciuti e lontani" e più propensi a fare nuove esperienze all'insegna dell'avventura e dell'insolito, all'abbassamento dei costi, all'accessibilità a tutti i ceti sociali, e alla serie di condizioni che hanno permesso lo sviluppo del settore della mobilità e della ricettività; il turismo (soprattutto giovanile) sta cominciando ad evolversi, puntando soprattutto verso destinazioni estere. Le condizioni che hanno fatto la differenza nel mercato turistico-internazionale possono essere individuate nei seguenti fattori: l'avvento dell'aviazione civile con la conseguente nascita dei voli *charter*³² (negli anni '70) e dei voli *low cost*³³ (negli anni '80), entrambi legati alla vendita dei biglietti a prezzi inferiori rispetto ai cosiddetti «voli di linea», favorendo in questo modo lo sviluppo di nuove compagnie aeree a basso costo come Ryanair (nata nel 1985), Easy Jet, Air Berlin, Vueling ecc. con nuove politiche di prezzo orientate a sconti e promozioni (come il *last minute*). Infatti, «con i voli low cost, il turismo si è globalizzato» (D'Eramo, 2017, p. 22), con l'obiettivo di far raggiungere alle persone paesi lontani in poco tempo e allo stesso tempo risparmiando. Collegato alla programmazione e alla descrizione delle destinazioni, il settore delle guide turistiche (come Michelin e Lonely Planet, quest'ultima nata nel 1973) e delle agenzie di viaggio riorganizzarono le loro proposte secondo un'ottica più internazionale, volte a far scoprire al potenziale cliente paesi ed itinerari suggestivi, esotici e talvolta sconosciuti, incoraggiandolo nella visita grazie ai preziosi e dettagliati consigli di viaggio o semplicemente lasciandogli quel

³² Per *volo charter* si intende un volo «noleggiato da un privato e [...] legato ad un soggiorno e venduto all'interno di un pacchetto di viaggio organizzato» (Il tuo agente di viaggi, *Voli charter, di linea e low cost*, <http://iltuoagentediviaggi.com/blog/voli-charter-di-linea-e-low-cost>)

³³ Un *volo low cost*, programmato come un volo di linea, prevede un minor prezzo e minori servizi.

senso di immaginazione. Inoltre, anche il comparto delle strutture ricettive si è adeguato: accanto alle classiche strutture ne sono nate di diverso tipo (gestite soprattutto da privati) per venire incontro alle esigenze della clientela, come nel caso di Airbnb che permette di far affittare alloggi a minori prezzi rispetto ai concorrenti. Questi concetti vennero amplificati in maniera notevole dall'imminente presenza del settore tecnologico e digitale nel mondo del turismo, che grazie all'avvento di Internet e dei motori di ricerca (come Google nato nel 1998), hanno trasformato (e talvolta sostituito) gli esercizi fisici in portali e/o piattaforme online e successivamente in App, come le OTA³⁴, identificati per esempio in Booking, TripAdvisor o Expedia; in quanto la clientela comincia a ricorrere sempre di più ad un viaggio "fai-da-te", preferendo consultare autonomamente più siti Internet, prenotare un biglietto aereo, una camera o delle escursioni di loro interesse ecc. La digitalizzazione, inoltre, ha permesso una rapida comunicazione con tutti i Paesi del mondo, intensificandosi sempre di più a partire dagli anni '90.

Un ruolo decisivo internazionale lo ha avuto l'Unione Europea, nata nel 1993 con l'obiettivo generale di regolare il mercato comunitario secondo i principi di libera circolazione di persone e cose e con una coesione politica ed economica, rendendo i Paesi interconnessi tra di loro, oltre ad avere obiettivi specifici declinati nei vari contesti sociali, come in questo caso l'incentivazione all'istruzione, all'educazione e all'inclusione di tutti i ragazzi. In tale contesto, il turismo giovanile ha beneficiato notevolmente degli aiuti europei, erogati in termini di contributi quali borse studio, indirizzati alla creazione di numerosi progetti scolastici ed accademici a carattere internazionale, dove i giovani possono vivere ed interagire in un ambiente multietnico e conviviale e sentirsi parte della stessa realtà. Difatti, i giovani si sono dimostrati immediatamente sensibili alle tematiche riguardanti i viaggi europei ed extraeuropei. In maniera particolare, il turismo di studio ha subito una notevole e costante evoluzione su scala internazionale: se inizialmente le gite scolastiche si svolgevano sempre in Italia, volte esclusivamente alla visita del patrimonio culturale ed artistico delle grandi città (come Roma e Firenze); dagli anni '90 in poi le uscite didattiche si sono orientate maggiormente verso i Paesi stranieri, grazie ad una collaborazione sempre più salda tra scuola, mezzi informatici e il comparto delle agenzie di viaggio, il tutto finalizzato a trovare un budget congruo per tutti gli studenti partecipanti. Parallelamente, anche il turismo di studio universitario ha visto l'ampliamento dei progetti di mobilità internazionale, come il Programma Erasmus +, nato

³⁴ Le OTA (dall'acronimo inglese *Online Travel Agencies*) sono delle agenzie di viaggio online che offrono e vendono prodotti e servizi turistici (come hotel, voli, attività ecc., inclusa anche la possibilità di prenotazione sul proprio sito Internet) ai consumatori.

proprio nel 1987 (su proposta dell'allora universitaria Sofia Corradi) per permettere ai giovani universitari di studiare presso università partner. Lo scopo è quello di promuovere «l'inclusione sociale, la sostenibilità ambientale, la transizione verso il digitale e la [...] partecipazione alla vita democratica da parte delle generazioni più giovani»³⁵, e le politiche giovanile, all'interno di quelle attività definite dallo «Spazio Europeo dell'Istruzione».

1.2.5 L'istruzione scolastica

La necessità di dedicare una parte dell'elaborato all'istruzione si rivela di notevole importanza, per il fatto che il sistema scolastico italiano ha subito profondi cambiamenti normativi nel corso delle epoche (specialmente negli ultimi anni), prima di diventare quello conosciuto e adottato attualmente. Il seguente intento sarà quello di trattare brevemente come le continue riforme scolastiche, elaborate sul fronte politico, siano state accolte positivamente dalla società italiana, e come queste abbiano permesso di contestualizzare i cambiamenti relativi all'offerta turistica culturale per giovani in età scolare, che, come abbiamo visto, a partire dagli anni '80 si sono sempre più intensificati. Infatti, al giorno d'oggi si assiste ad una vera e propria differenziazione turistica basata, non solo sul *target*, ma anche sull'ordine e grado d'istruzione dei singoli ragazzi.

Le riforme adottate in campo scolastico dal 1800 al 1900, che si videro destreggiare tra le numerose forze politiche di destra e di sinistra al potere, hanno segnato un periodo storico importante sia per l'ambito dell'istruzione sia per la sua indiretta applicazione nel settore turistico-studentesco. In tal senso, la scuola può essere considerata come il perno del turismo giovanile tra il contesto passato e presente.

Nei termini del sociologo francese Pierre Bourdieu, D'Eramo afferma sinteticamente come il "concetto scuola" sia cambiato nel corso dei secoli all'interno della società stessa: «la lotta di classe si manifesta spesso sotto forma d'inseguimento temporale: inseguimento nell'istruzione secondaria e poi superiore: prima solo le classi dominanti ricevevano un'istruzione, poi quelle agiate, infine la scuola diventa "dell'obbligo" e la sua durata si accresce; [...]» (D'Eramo, 2017, p. 14). L'istruzione, dunque, passò da essere una pratica esclusivamente elitaria ad una pratica considerata "di massa", in quanto essa venne sempre più estesa anche ai ceti medi. Per di più, emerse il continuo interesse da parte della popolazione ad essere istruita, al fine di sentirsi

³⁵ Erasmus Plus, *Cos'è Erasmus +*, <https://www.erasmusplus.it/programma/cose-erasmus/>

anch'essa parte integrante della vita civile. Pertanto, in Italia a partire da fine Ottocento il tasso di analfabetismo cominciò a scendere, grazie sia alla costituzione del Regno d'Italia nel 1861 (che eliminò le profonde differenze territoriali), sia successivamente al costante impegno da parte delle istituzioni nel promuovere una concezione culturale e scolastica universale, attraverso l'adozione di apposite normative, a partire dalla legge Casati del 1859.

Una delle principali riforme regolate dalla Sinistra storica, atte ad estendere l'alfabetizzazione su scala nazionale, fu la legge Coppino del 1877, «che rendeva effettivamente obbligatoria l'istruzione elementare inferiore (corrispondente al primo biennio, frequentato da bambini dai 6 ai 9 anni)»³⁶, sanzionando per la prima volta i genitori inadempienti. Nel primo Novecento, quindi, il sistema scolastico elementare vide i suoi primi effetti produttivi sotto l'egemonia dello Stato (legge Daneo-Credaro del 1911), seppur questi si rivelarono limitati a causa della Prima guerra mondiale. Sulla stessa linea, l'istruzione fu oggetto di notevole attenzione soprattutto da parte del regime fascista, il quale la enfatizzò sotto la propria ideologia propagandistica: infatti, come abbiamo visto precedentemente³⁷, «la fascistizzazione della scuola costituì il presupposto logico e organizzativo per realizzare l'opera di educazione dei nuovi italiani» (Bernhard, Klinkhammer, 2017, p. 100). Sostanziali cambiamenti normativi vennero apportati a partire dalla riforma Gentile del 1923³⁸, secondo Mussolini «la più fascista delle riforme» (Bernhard, Klinkhammer, 2017, p. 101), nonché «la più importante delle riforme scolastiche italiane del 20° sec. [...]»³⁹. In vigore fino al 1962, essa prevedeva una triplice partizione, dedicata alle classi dirigenziali; e una duplice partizione, rivolta, invece, alla massa dei giovani italiani: la prima era caratterizzata dal percorso elementari-ginnasio-liceo classico (le cosiddette «scuole di cultura»), l'unica che permetteva l'accesso agli studi universitari; mentre nella seconda, dopo le elementari, i giovani potevano scegliere se lavorare o terminare gli studi presso le scuole triennali (ovvero gli istituti tecnici), senza poter proseguire con un'università (Bernhard, Klinkhammer, 2017). Una particolare divisione scolastica venne riservata alle ragazze, che, in quanto escluse dall'istruzione standard e dalla carriera universitaria, «furono instradate verso il

³⁶ Treccani, *Coppino*, Michele, https://www.treccani.it/enciclopedia/michele-coppino_%28L%27Unificazione%29/

³⁷ Vedasi paragrafo 1.2.3 *Le colonie di vacanza*.

³⁸ La riforma Gentile, elaborata dall'allora Ministro della Pubblica Istruzione, nonché filosofo neoidealista, Giovanni Gentile, convogliò la scuola all'interno di «un sistema di comando centralistico, gerarchico e autoritario, [...]» (Bernhard, Klinkhammer, 2017, p. 102), eliminando ogni possibile forma di influenza esterna non compatibile con il fascismo. La rivoluzione in ambito educativo riguardò principalmente: gli insegnamenti di educazione fisica e di religione, l'obbligo di una valutazione con voti di profitto e di condotta, agevolazioni economiche per i più bisognosi e la creazione del cosiddetto *liceo femminile*.

³⁹ Treccani, *La riforma Gentile*, https://www.treccani.it/enciclopedia/la-riforma-gentile_%28Croce-e-Gentile%29/

liceo femminile, pensato per fornire loro un'educazione sommaria» (Bernhard, Klinkhammer, 2017, pp. 101-102), in ambito domestico o presso gli istituti magistrali. Inoltre, «per ampliare il raggio d'azione della formazione pubblica, dal 1926 si innalzò l'obbligo scolastico a quattordici anni» (Bernhard, Klinkhammer, 2017, p. 103). L'influenza fascista risultò, dunque, decisiva sull'istruzione scolastica, in quanto apportò nei giovani un significativo accrescimento culturale, permettendo l'acquisizione di quelle conoscenze tali da essere investite nel proprio futuro lavorativo; anche se gli antifascisti pretesero rivendicare le libertà individuali e familiari.

Dopo la caduta del fascismo, la famiglia ebbe un ruolo decisivo sull'educazione dei propri figli nella combinazione autonoma dell'aspetto didattico con quello più ludico secondo le loro esigenze (come le colonie di vacanza), pur non rinunciando all'assoluzione obbligatoria e gratuita dei diritti e doveri scolastici loro spettanti. Quest'ultimi vennero concretizzati dalla Costituzione della Repubblica Italiana del 1948, la quale li sancisce agli articoli 33 e 34⁴⁰, tutelando la dignità dei giovani a livello individuale e sociale, oltre a stabilirne la gerarchia didattica.

Il 1962, contraddistinto dalle divisioni politiche del DC e PSI, portò all'unificazione della scuola media, consentendo di fatto l'ammissione a tutte le scuole superiori. Inoltre, si assistette ad una prima parità di genere scolastico, grazie alla formazione di classi miste maschili e femminili, anche se quest'ultime cominciarono a costituire la maggioranza degli iscritti. Come abbiamo visto, il '68 provocò una vera e propria rivoluzione sociale anche all'interno del mondo scolastico ed accademico: dall'anno successivo, infatti, la nuova normativa prevede lo

⁴⁰ La Costituzione

Parte I: Diritti e doveri dei cittadini

Titolo II: Rapporti etico-sociali

«Articolo 33

L'arte e la scienza sono libere e libero ne è l'insegnamento.

La Repubblica detta le norme generali sull'istruzione ed istituisce scuole statali per tutti gli ordini e gradi.

Enti e privati hanno il diritto di istituire scuole ed istituti di educazione, senza oneri per lo Stato.

La legge, nel fissare i diritti e gli obblighi delle scuole non statali che chiedono la parità, deve assicurare ad esse piena libertà e ai loro alunni un trattamento scolastico equipollente a quello degli alunni di scuole statali.

È prescritto un esame di Stato per l'ammissione ai vari ordini e gradi di scuole o per la conclusione di essi e per l'abilitazione all'esercizio professionale.

Le istituzioni di alta cultura, università ed accademie, hanno il diritto di darsi ordinamenti autonomi nei limiti stabiliti dalle leggi dello Stato» (Senato della Repubblica, *La Costituzione*, <https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione/parte-i/titolo-ii/articolo-33>).

«Articolo 34

La scuola è aperta a tutti.

L'istruzione inferiore, impartita per almeno otto anni, è obbligatoria e gratuita.

I capaci e meritevoli, anche se privi di mezzi, hanno diritto di raggiungere i gradi più alti degli studi.

La Repubblica rende effettivo questo diritto con borse di studio, assegni alle famiglie ed altre provvidenze, che devono essere attribuite per concorso». (Senato della Repubblica, *La Costituzione*, <https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione/parte-i/titolo-ii/articolo-34>).

svolgimento dell'esame di maturità con due prove scritte e una prova orale e la liberalizzazione degli accessi universitari. Tuttavia, gli anni Settanta portarono una grave dispersione scolastica a causa delle selettive bocciature. Dopo un nulla di fatto degli anni '80 e '90, negli anni 2000 vennero presentate delle riforme drastiche, a causa dell'altalenante salita al potere dei partiti di sinistra e di destra: se la riforma Berlinguer⁴¹, presentata tra il 1997 e il 2000, doveva creare il presupposto legislativo a carattere europeo per l'avvento nel nuovo Millennio; essa venne abrogata e sostituita tempestivamente dalla riforma Moratti del 2003⁴², a sua volta completata dalla riforma Gelmini del 2008⁴³, ambedue con l'intento di riorganizzare sistemicamente l'istruzione scolastica italiana. Fra i punti salienti della riforma Moratti ricordiamo: l'innalzamento dell'obbligo scolastico a 18 anni, la suddivisione in tre cicli d'istruzione (scuola primaria, scuola secondaria di primo grado e scuola secondaria di secondo grado), l'insegnamento delle tecnologie informatiche e la presenza di due esami di Stato al termine delle scuole medie e superiori. Inoltre, questa riforma risultò particolarmente essenziale dal punto di vista linguistico e turistico, grazie all'insegnamento obbligatorio di una lingua straniera comunitaria (in Italia prevalentemente l'inglese) a partire dai 6 anni, mentre dagli 11 anni si dovrà studiare obbligatoriamente anche una seconda lingua straniera (ad esempio francese, tedesco o spagnolo). Difatti, l'approccio degli studenti alle lingue straniere è aumentato notevolmente, grazie anche alla nascita dell'Unione Europea, che consentì in questo modo la crescente espansione dei mercati globali, la comunicazione interculturale tra popoli differenti e l'abbattimento delle barriere linguistiche. Per questo motivo, dal 2008 è stata resa necessaria l'estensione dell'insegnamento della lingua inglese per tutto il quinquennio superiore. Si attribuisce, invece, l'articolazione degli istituti e dei vari indirizzi delle scuole secondarie di secondo grado alla riforma Gelmini, tutt'ora in vigore. Essa prevede principalmente: l'introduzione di due nuovi licei, l'assestamento radicale dell'intero comparto degli indirizzi degli istituti tecnici e degli istituti professionali, volti a soddisfare le più svariate esigenze lavorative odierne.

Attualmente, il sistema scolastico ed accademico italiano, regolamentato dal Ministero dell'Istruzione e dal Ministero dell'Università e della Ricerca, definisce che «è obbligatoria l'istruzione impartita per almeno 10 anni e riguarda la fascia di età compresa tra i 6 e i 16 anni. L'adempimento dell'obbligo di istruzione è finalizzato al conseguimento di un titolo di studio

⁴¹ Dal suo fondatore Luigi Berlinguer, Ministro dell'Istruzione dal 1996 al 2000 e deputato del PCI.

⁴² La riforma Moratti prese il nome dal Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (2001-2006), Letizia Moratti, parte del governo di centro-destra guidato da Berlusconi.

⁴³ La riforma Gelmini riporta il nome di Mariastella Gelmini, Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (2008-2011), parte del mandato berlusconiano.

di scuola secondaria superiore o di una qualifica professionale di durata almeno triennale entro il 18° anno di età. L'istruzione obbligatoria è gratuita»⁴⁴. Il sistema educativo è organizzato secondo la seguente classificazione⁴⁵: asilo nido (0-6 anni); scuola dell'infanzia (3-6 anni), entrambi facoltativi; mentre le scuole dell'obbligo sono la scuola primaria (ovvero le elementari da 6 a 11 anni con durata di 5 anni); la scuola secondaria di primo grado (chiamata comunemente «scuola media», dagli 11 ai 14 anni con durata di 3 anni); e la scuola secondaria di secondo grado (chiamata comunemente «scuola superiore» che va dai 14 ai 19 anni e della durata quinquennale, dopo la quale si otterrà un diploma di maturità). Quest'ultima si divide a seconda di molteplici indirizzi, scelti dagli studenti in base ai loro interessi di tipo professionale: liceo (classico, scientifico, scienze umane, linguistico, artistico, musicale); istituto tecnico (a settore economico come AFM, RIM, turismo ecc. e a settore tecnologico come informatica, agraria ecc.); e istituto professionale (settore dei servizi e settore dell'industria e dell'artigianato). Al giorno d'oggi, dopo le scuole superiori, cresce in maniera costante la tendenza dei giovani ad iscriversi ad un percorso universitario, volto ad un apprendimento specifico ed approfondito, inclinato verso una maggiore prospettiva lavorativa. I corsi di laurea, previsti e regolamentati già nel 1999/2000, si suddividono in: laurea triennale (3 anni), master di I livello (1 anno), laurea magistrale (2 anni), master di II livello (1 anno), laurea a ciclo unico (5 anni), dottorato di ricerca (3 anni). Si può affermare, quindi, che l'istruzione impartita ai giovani d'oggi è maggiore rispetto al passato, anche se ultimamente le iniziative extrascolastiche possono fare la differenza «sul piano della formazione generale della personalità degli alunni o sul piano del complemento delle preparazioni specifiche in vista del futuro ingresso nel mondo del lavoro»⁴⁶.

In entrambi gli ambiti scolastici ed accademici, grazie alla spinta europeista e al contesto globalizzato che permisero un maggior dialogo e riflessione interculturale tra i Paesi; cominciò ad emergere la necessità sia degli studenti sia delle istituzioni di coniugare nelle scuole e nelle università l'aspetto didattico con quello più ludico attraverso le esperienze all'estero. L'obiettivo è di rendere tali enti degli ambienti dinamici, stimolanti e aperti alle molteplici possibilità di apprendimento anche all'esterno, oltre ad incoraggiare i giovani verso un nuovo approccio culturale e lavorativo, facendoli vivere un'esperienza unica nel suo genere. Perciò,

⁴⁴ Ministero dell'Istruzione, *Obbligo scolastico*, <https://www.miur.gov.it/obbligo-scolastico>

⁴⁵ Questa classificazione ci aiuterà successivamente a capire come il bando di concorso dell'INPS suddivide le vacanze studio, nonché le varie proposte di viaggio, in base all'ordinamento scolastico italiano, più che all'età dei singoli partecipanti.

⁴⁶ Ministero della Pubblica Istruzione, *Circolare Ministeriale 14 ottobre 1992, n. 291*, https://www.istruzione.it/dg_studente/allegati/Circolare-ministeriale-141092-n291.pdf, p. 1.

entra in campo il settore turistico che, adattandosi sempre di più alle esigenze dei giovani studenti, propone un'interessante e variegata offerta extra-didattica in forma personalizzata ed esperienziale, nella quale i ragazzi possono mettere in pratica direttamente sul campo le nozioni teoriche apprese in classe, oltre a godere della componente più ludica del viaggio stesso (come il relax o la visita della città). La collaborazione tra scuola/università e turismo determina la nascita del cosiddetto *turismo scolastico/universitario*⁴⁷, differenziato a sua volta in base al ciclo d'istruzione di appartenenza. Per quanto riguarda le scuole, soprattutto per quelle secondarie di secondo grado, i viaggi d'istruzione sono regolamentati dalla Circolare Ministeriale n. 291 del 14 ottobre 1992⁴⁸, con la quale vengono definite le regole generali in merito a gite scolastiche in Italia e all'estero, visite guidate, viaggi di integrazione culturale e della preparazione di indirizzo. Attraverso altre disposizioni, viene lasciato spazio anche ad ulteriori esperienze all'estero come stage e scambi culturali. Anche le università giovano di particolari programmi di mobilità internazionale (come il già citato Programma Erasmus +), che, grazie alla stretta collaborazione mondiale con vari atenei, riescono a coinvolgere ogni anno milioni di studenti di nazionalità differente.

In questo modo, entrambi i sistemi istituzionali promuovono sia «l'arricchimento culturale e professionale degli studenti che vi partecipano [...]»⁴⁹, sia lo sviluppo delle cosiddette *soft skills*, ovvero quelle competenze trasversali che si acquisiscono in ambito relazionale, come nel caso del miglioramento della lingua straniera, quale capacità comunicativa. Sulla base di questo contesto a carattere internazionale, il fenomeno turistico giovanile riesce ad emergere sia grazie al ruolo chiave dei giovani all'interno della società, sia alla costante collaborazione tra i due settori (anche se per molti aspetti ancora complessa), facendo riflettere ancora di più su quelli che sono i bisogni degli studenti al giorno d'oggi.

La nuova era del turismo giovanile è appena cominciata.

⁴⁷ Vedasi paragrafo 1.3.2 *Tipologie turistiche*

⁴⁸ Ministero della Pubblica Istruzione, *Circolare Ministeriale 14 ottobre 1992, n. 291*, https://www.istruzione.it/dg_studente/allegati/Circolare-ministeriale-141092-n291.pdf

⁴⁹ Ministero della Pubblica Istruzione, *Circolare Ministeriale 14 ottobre 1992, n. 291*, https://www.istruzione.it/dg_studente/allegati/Circolare-ministeriale-141092-n291.pdf p. 2.

1.3 Il turismo giovanile: ...al presente

1.3.1 “I giovani sono il futuro del viaggio”

«*Youth tourism is becoming increasingly more important within global tourism*»⁵⁰

(*Yunusovich, 2018, p. 1*)

Gli anni 2000 (e soprattutto questo ultimo ventennio) hanno rappresentato un periodo storico decisivo per la coesione dei rapporti geopolitici internazionali. Per potersi riadattare, l'assetto mondiale ha subito una serie di notevoli mutamenti, dettati sia dalla nascita di nuovi fattori che hanno reso i Paesi più interconnessi, sia dalla continua ricerca di stimolanti sfide per il futuro. Questi processi vennero accelerati dal fenomeno della globalizzazione, che ha permesso di intensificare gli scambi economico-commerciali e le relazioni internazionali tra persone e Stati, e da altri eventi ad essa correlati, quali: il potenziamento delle alleanze strategiche e delle organizzazioni internazionali; l'accelerazione delle comunicazioni e delle informazioni assecondate dallo sviluppo dei mezzi tecnologici, quali computer, Internet, social media, telefonia mobile, sistemi di pagamento elettronico ecc., appartenenti alle cosiddette ICT⁵¹, al fine di far sentire le persone sempre più unite e farle interagire tra di loro abolendo le distanze spazio-temporali; la propensione verso le tecnologie all'avanguardia, come l'intelligenza artificiale e via dicendo. Inoltre, il mercato economico sta giovando di nuove opportunità collaborative, in quanto sempre più nuovo e flessibile, capace di creare relazioni tra ICT, società e cultura locale, educazione, viaggio, lavoro e gli *stakeholders* e/o altri settori economici, in modo tale che questi elementi siano integrati all'interno dei vari network e inseriti sia nella tradizionale «*tourism value chain*» sia nella nuova «*value web*» (UNWTO-WYSE, 2011) (Figura 3).

⁵⁰ <https://www.longdom.org/open-access-pdfs/youth-tourism-as-a-scientific-research-object-2167-0269-1000378.pdf>

⁵¹ Con il termine ICT (acronimo inglese di *Information and Communication Technologies*) si intendono quei sistemi di telecomunicazione integrati tra loro, che permettono la creazione e lo scambio di informazioni. Possono essere applicate in numerosi settori, tra cui quello turistico, rivelandosi uno strumento imprescindibile di gestione, comunicazione e promozione, oltre a favorire la formazione di network virtuali.

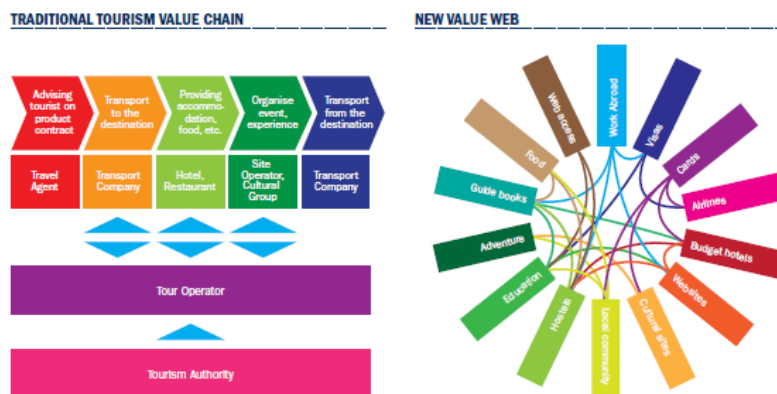


Figura 3: traditional tourism value chain e new value web. Fonte: UNWTO-WYSE, *The power of youth travel*, 2011, https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2014/12/wysetc-unwto-report-english_the-power-of-youth.pdf, p. 5.

In tutto questo contesto, il settore turistico si è inserito perfettamente, in quanto ha potuto potenziare fin da subito la sua offerta e ampliare così la sua industria, assumendo il carattere *globale*⁵² (Battilani, 2001; 2003). Dopo una prima divisione del concetto univoco di *turismo* in *turismi* che si è rivelata alquanto limitata, attualmente il settore sta puntando sempre di più verso una differenziazione esperienziale, basata sull'emozione, esperienza e sensorialità, in quanto più l'individuo sarà coinvolto all'interno del processo di interazione, più il viaggio da lui vissuto rimarrà a lungo nella sua memoria (Addis, 2007). L'esperienza in sé, far suscitare emozioni, sensazioni e percezioni all'individuo diventano quindi elementi essenziali su cui basare l'organizzazione dell'intera vacanza, al fine di renderla «memorabile».

Una particolare forma di viaggio, sviluppata rapidamente nell'era della globalizzazione e in particolar modo nell'ultimo decennio, che riesce a racchiudere perfettamente questi concetti, è il turismo giovanile, definito come «*one of the most important sectors of the tourism industry*» (Yunusovich, 2018, p. 1). Sebbene originariamente svolgesse il ruolo di turismo di nicchia, esso sta trovando sempre di più l'appoggio dei maggiori organismi internazionali: la UNWTO e la WYSE Travel Confederation⁵³ (in quanto suo membro affiliato) sono sempre più convinte del fatto che «[...] il turismo giovanile rappresenti non solo un importante segmento di mercato, ma anche una risorsa vitale per l'innovazione e il cambiamento» (UNWTO-WYSE, 2011, p. 5). Sviluppato dalla costante formazione impartita ai giovani nelle scuole (al punto di riversarsi

⁵² In questo paragrafo, faremo riferimento al *turismo globale*, ovvero all'ultimo quadro illustrato da Battilani (Battilani, 2001; 2003).

⁵³ La World Youth Student and Educational Travel Confederation (WYSE Travel Confederation) è l'unica organizzazione mondiale senza scopo di lucro con sede ad Amsterdam. Rappresenta l'intera industria dei viaggi per studenti e giovani, promuovendo le opportunità educazionali e offrendo esperienze di viaggio internazionali. Riunisce oltre 600 membri di 120 paesi, servendo più di 10 milioni di giovani e studenti di tutto il mondo ogni anno (dati aggiornati al 2022).

nel concetto di «turismo culturale»), esso si adatta perfettamente al mondo adulto e ai cambiamenti futuri, apportando una serie di numerosi vantaggi socio-culturali, grazie alla consapevolezza dei giovani riguardo il mondo circostante. Inoltre, esso rappresenta un mix perfetto da integrare nelle destinazioni turistiche per potenziare l'industria turistica stessa. Per questo motivo, il turismo giovanile ha la capacità di distinguersi dagli altri tipi di turismo per una serie di fattori:

- «l'effetto della stagionalità diminuisce;
- il turismo si estende a nuovi territori;
- il mercato turistico diventa più stabile;
- l'innovazione è stimolata» (Yunusovich, 2018, p. 3).

Data la varietà degli elementi che lo compongono, il faticoso inserimento in uno specifico contesto turistico (es. turismo culturale, turismo internazionale, turismo studentesco ecc.), i particolari tipi di comportamenti, stili di vita ed interessi mostrati dai giovani e oltre al fatto di essere un segmento turistico molto sottovalutato e indefinito rispetto a quelli “standard”; il turismo giovanile mostra molteplici e differenti definizioni. Partendo dalla definizione proposta dalla WYSE Travel Confederation, il turismo giovanile è un: «*international independent travel for periods of less than one year by people aged 15 to 29 motivated, in part or in full, by a desire to experience other cultures (including cultural exchange visits), build life experience and/or benefit from formal and informal learning opportunities outside one's usual environment*»⁵⁴. Come settore si sta sviluppando con estremo successo e sta prendendo sempre di più una leadership all'interno del mercato mondiale, accrescendo conseguentemente il valore sociale, economico e culturale sia dell'industria educativa, sia dei singoli giovani e studenti. Infatti, per i giovani il viaggio è una combinazione dei seguenti elementi: una forma di apprendimento, un modo per incontrare nuove persone, un modo per rimanere in contatto con altre culture, accrescere la propria carriera professionale e personale, oltre ad essere parte della propria identità (UNWTO-WYSE, 2011).

Concordando con entrambe le definizioni di turismo (UNWTO) e turismo giovanile (WYSE Travel Confederation), Staffieri afferma che per potersi identificare nei «giovani», essi devono aver «intrapreso uno o più viaggi autonomamente, cioè senza essere accompagnati da un genitore o da un tutore, per ragioni di piacere, svago, relax, studio o per altri motivi e per un periodo di tempo superiore ad una notte e inferiore ad un anno, al di fuori della loro area di

⁵⁴ WYSE Travel Confederation, *Definitions*, <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/definitions/>

residenza abituale» (Staffieri, 2016, p. 16)⁵⁵. Inoltre, è importante sottolineare come l'ampio *target* giovanile preso in considerazione, è costituito attualmente da due «generazioni»: la *Generazione Y* o *Millennials* comprende le persone nate tra il 1977 e il 1994 e la *Generazione Z* tra il 1995 e il 2012⁵⁶. La prima, rappresentata dalle «tre C (*Confident, Connected e Open to Change*)» (Staffieri, 2016, p. 17), vede la pratica turistica come un modo per emergere, considerando la rete e Internet validi alleati per il proprio cambiamento; mentre identifichiamo la *Generazione Z* come i “nativi digitali” per l'uso delle nuove tecnologiche e proiettata verso nuove esperienze.

Quest'ultima sarà proprio al centro dell'intera analisi dell'elaborato: i giovani appartenenti alla *Generazione Z* (oltre a battersi per i temi a loro cari, quali il cambiamento climatico, la parità di genere, l'orientamento sessuale, l'immagine di sé stessi ecc.) sono considerati i «pionieri nell'uso dei social network e media nella ricerca di informazioni di viaggio e nell'acquisto di prodotti turistici» (UNWTO-WYSE, 2011, p. 5). Rispetto ai mezzi tradizionali quali tour operator e agenzie di viaggi (utilizzati per la maggior parte dal *target* adulto), Internet e i social media giocano un ruolo importante nella vita quotidiana dei giovani, assuefatti ed influenzati anche nelle future scelte di viaggio. Il tema del “viaggio”, che punta verso il cosiddetto «*digital marketing*» come strumento di comunicazione, sta diventando molto importante all'interno dei social, fino all'identificazione nel fenomeno del *Travel bragging*, letteralmente “vantarsi per viaggiare”. I singoli ragazzi, ma soprattutto i *travel and content creators* (professionisti ed esperti del settore turistico coniugato al digitale) o generalmente gli *influencers*, propongono sempre di più nuovi ed insoliti contenuti, quali video, post, foto, *reels*, le dirette ecc., nei quali altre persone possono trarre ispirazione per un futuro viaggio: Instagram, Facebook, Tik Tok, YouTube, Telegram, Pinterest ecc. sono alcune delle piattaforme più utilizzate per postare e condividere sul proprio profilo questo tipo di contenuti, che possono essere visti da tutti, in qualunque momento e comodamente dal proprio smartphone, con l'intento di far scattare una forte motivazione a vivere quell'esperienza, a vedere quella particolare attrazione, a cimentarsi in una nuova attività ecc. Questo è possibile soprattutto all'estero rispetto all'Italia: generalmente, i giovani se hanno a disposizione più di sette giorni, puntano di più su un viaggio all'estero; mentre oggi giorno essi vedono le città italiane finalizzate ad una breve vacanza (solitamente un weekend) con lo scopo di visitare alcune bellezze territoriali, o per trasferirsi per motivi di studi universitari o lavorativi. I giovani quando vanno in vacanza sono sempre più

⁵⁵ http://www.editricesapienza.it/sites/default/files/5411_Staffieri_EsperienzaTuristicaGiovaniItaliani.pdf

⁵⁶ Tale classificazione è proposta dalla WYSE Travel Confederation, <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/definitions/>

attenti all'aspetto "social": *selfie*, post e status pubblicati con gli *hashtag*, caratterizzano le loro giornate; interagiscono con le persone; sono sempre più attivi nelle decisioni; vogliono documentarsi per avere tutto sotto controllo ed effettuare una ricerca autonoma online per poter includere la maggior parte delle esperienze che desiderano fare (rispetto ad un pacchetto *all inclusive*, basato su uno "schema pre-confezionato"), diventando quindi molto flessibili. I social media, utilizzati dalla stragrande maggioranza dei giovani, sono i promotori di un turismo sempre più dinamico, capaci di influenzare costantemente i vari trend di mercato. Inoltre, le esperienze uniche, ovvero quelle meno scontate e inconsuete, coniugate alla cosiddetta "instagrammabilità" rendono ancora più alto l'*appeal*.

Si può, dunque, affermare che i giovani sono «il futuro del viaggio» (UNWTO-WYSE, 2011): la generazione attuale (rispetto a quella precedente) si dimostra molto più informata, più avventurosa e propensa ad affrontare nuove sfide personali e «alla ricerca di rapporti interpersonali di valore, [...], autenticità, identità, ma anche di appartenenza a una comunità» (Addis, 2007, p. 8). Infatti, secondo una ricerca apportata dalla WYSE Travel Confederation, i giovani viaggiatori:

- «spendono di più rispetto ad altri turisti;
- è probabile che ritornino e diano più valore alla destinazione nel corso della loro vita;
- sono un mercato in crescita a livello globale, mentre il potere d'acquisto delle generazioni più anziane nelle economie occidentali può diminuire a lungo;
- è meno probabile che siano scoraggiati dal viaggiare a causa del terrorismo, disordini politici e civili, malattie e catastrofi naturali;
- sono i pionieri nella scoperta di nuove destinazioni;
- sono all'avanguardia nell'utilizzo di nuove tecnologie;
- traggono benefici culturali dai loro viaggi e contribuiscono ai luoghi che visitano» (UNWTO-WYSE, 2011, p. 6).

Le motivazioni che spingono i giovani a viaggiare sono le seguenti: un momento di crescita personale, in quanto, rappresentando la prima esperienza senza i genitori, imparano ad essere più indipendenti ed uscire dalla propria *comfort zone*, dimostrando un atteggiamento tollerante nei confronti degli altri, e ad essere più fiduciosi in sé stessi; la crescita professionale; l'apprendimento e l'approfondimento di una lingua straniera; la ricerca di nuove sensazioni e dell'autenticità; nonché l'aspetto ludico come momento di sospensione dalla realtà quotidiana. Attraverso le motivazioni espresse, la sfida più grande dell'industria turistica è quella di creare

per i ragazzi «un'esperienza straordinaria»: «tanto più l'esperienza si connota come straordinaria, tanto più il suo valore perdurerà, o addirittura aumenterà nel tempo attraverso il ricordo» (Addis, 2007, p. 54).

Non a caso, i giovani sono sempre più attratti dall'estero anche per quanto riguarda il profilo lavorativo: negli ultimi anni si è assistita alla cosiddetta “fuga dei cervelli”. Si tratta di ragazzi (per la maggior parte laureati) che vedono in un Paese straniero la loro opportunità professionale: lo stile di vita, le condizioni lavorative e remunerative migliori, la possibilità di far carriera, lavorare con una mentalità aperta ecc. sono alcune delle aspettative per poter emigrare. I giovani, sempre più consapevoli delle loro scelte, si inseriscono fin da subito in un contesto straniero, grazie alla loro capacità di adattamento e di intraprendenza.

1.3.2 Tipologie turistiche

Come affermato, attualmente il *target* “giovani”, in quanto gruppo socio-demografico non omogeneo, presenta notevoli differenze anche al suo interno per via dell'età e degli interessi eterogenei: pertanto, si possono distinguere le fasce d'età di 5-10 anni, dagli adolescenti di 12-18 anni, rispetto ai giovani adulti di 20-30 anni. In modo particolare, i bambini preferiscono fare poche attività vicino casa sotto un'attenta sorveglianza del personale; mentre i ragazzi, tenendo in considerazione il periodo adolescenziale caratterizzato dalla conoscenza di nuove persone e dalla volontà di sentirsi parte di un gruppo, sentono il bisogno di vivere nuove avventure fuori casa. I ragazzi tra i 20 e i 30 anni (più proiettati verso il mondo del lavoro), invece, preferiscono svolgere un'esperienza di viaggio all'estero soprattutto legata alla formazione, coniugando la crescita personale a quella professionale. Inoltre, i ragazzi, soprattutto durante il periodo estivo, sono soliti a viaggiare in famiglia, in gruppo, da soli, conoscendo altre persone direttamente nella destinazione.

Sulla base di questo presupposto, il turismo giovanile può essere suddiviso in specifiche sottocategorie, ma, data la miriade di classificazioni presenti al suo interno, illustreremo alcune delle principali tipologie di vacanze studio per giovani (2000-2020), con uno sguardo particolare all'estero, nonché quelle più diffuse tra la *Generazione Z*.

1. Centri estivi: identificati nei Grest, accolgono durante il periodo estivo i bambini delle elementari e delle medie, dove si svolgono delle attività ricreative e di svago presso gli oratori o gli immobili gestiti dal Comune, sotto l'attenta supervisione degli animatori.

2. Campi estivi: quale momento per stare in gruppo tra coetanei dai 10 ai 18 anni, vengono organizzate attività ludiche coniugate alla finalità didattica, creando quella perfetta full immersion delle cosiddette “vacanze tematiche”. Tali soggiorni sono focalizzati su un preciso argomento volto ad accrescere le passioni dei ragazzi, ad esempio l’apprendimento della lingua inglese, fotografia, disegno, musica, praticare uno sport ecc. Inoltre, può essere anche previsto il pernottamento presso una struttura montana o marina. I *Summer Camp* sono molto in voga anche negli Stati Uniti, siti in paesaggi mozzafiato tra laghi e boschi⁵⁷.
3. Scout: sono delle organizzazioni che, durante il periodo estivo, coinvolgono bambini e ragazzi. Imparano le regole, a stare in gruppo e a divertirsi, fanno escursioni ecc.
4. Turismo scolastico: riguarda i ragazzi frequentanti una scuola secondaria di secondo grado (dalla prima alla quinta), che, su approvazione del Dirigente Scolastico, vengono coinvolti all’interno di veri e propri progetti didattici a carattere internazionale, oltre alle “classiche” gite scolastiche in Italia e all’estero. Si tratta di un primo passo verso il quale lo studente viene a conoscenza e partecipa generalmente a programmi di mobilità europea. L’appoggio organizzativo di un’agenzia di viaggi è indispensabile per stilare i dettagli del programma giornaliero. Durante il soggiorno, i professori (preferibilmente di lingua straniera, per poterli aiutare nelle conversazioni) accompagnano all’estero gli studenti, disponendo anche della fiducia dei loro genitori. I contributi solitamente sono a carico delle singole famiglie, ma qualora la scuola disponesse di un finanziamento europeo, questo viene garantito per tutti i partecipanti. Tra i progetti internazionali rientrano: la settimana linguistica, lo scambio culturale, l’alternanza scuola-lavoro in Italia e all’estero, e alcuni progetti come il “*Move For The Future*”⁵⁸ e il progetto THREE -Erasmus + KA1 VET⁵⁹.
5. Exchange student: i tour operator offrono agli studenti delle scuole superiori l’opportunità di partire per un trimestre, semestre o per l’intero anno scolastico, frequentando una scuola superiore all’estero riconosciuta in Italia. Il vantaggio, oltre all’esperienza complessiva e al miglioramento della lingua straniera, sta nel fatto che le

⁵⁷ L’immagine idillica dei *Summer Camps* viene proposta dai film americani per adolescenti della Disney, come *Camp Rock*, *Una scatenata dozzina*, *Genitori in trappola* ecc.

⁵⁸ Cofinanziato dalla Regione del Veneto e dal Fondo Sociale Europeo nel 2014, il progetto prevede la formazione linguistica all’estero degli studenti di classe terza per la durata di due settimane.

⁵⁹ Il progetto, ex Leonardo da Vinci, finanziato dall’Unione Europea, prevede di far svolgere agli studenti di quarta superiore un tirocinio formativo all’estero (in Inghilterra, Irlanda, Germania, Spagna, Francia ecc.) della durata di cinque settimane, con lo scopo anche di migliorare la lingua straniera, grazie ad un corso di lingua impartito durante la prima settimana.

materie scolastiche vengono convalidate in Italia, senza dover rimanere indietro con gli studi e/o essere bocciati. D'altra parte, trattandosi di enti privati, il costo a carico della famiglia è ingente, senza beneficiare di un contributo. Gli studenti intenzionati a partire possono rivolgersi ai tour operator che forniscono tutte le informazioni in merito al pacchetto, alla procedura, alla scuola straniera, alla famiglia ospitante ecc. È richiesta la piena motivazione dello studente e dalla famiglia, in quanto lo studente è ancora minorenne.

6. Corsi di lingua all'estero: lo scopo del viaggio linguistico è quello di migliorare la lingua straniera nel paese di origine, potendo anche conseguire, attraverso un esame finale, la certificazione linguistica internazionale (livello B1-B2- C1- C2). Durante il corso, gli studenti stranieri faranno una vera e propria *full immersion* linguistica, apprendendo tutte le strutture grammaticali (interazione scritta, orale, auditiva e testuale). Il pacchetto, solitamente individuale, comprende molte ore di corso intensive con docenti madrelingua focalizzato sul livello linguistico richiesto dal partecipante, la sistemazione in famiglia ospitante, materiali scolastici ecc.
7. Vacanze studio all'estero: è una delle frontiere turistiche tra le più apprezzate oggi dai ragazzi, in quanto danno la possibilità di viaggiare e soggiornare all'estero durante l'estate per un periodo di quindici giorni: organizzate principalmente dai tour operator, coniugano lo spirito culturale e linguistico a quello ludico, alternando visite alla città a momenti di relax. Se da una parte, i costi relativi ad una vacanza studio all'estero proposti da un tour operator risultano essere ingenti per le famiglie; dall'altra, un modo più economico è sicuramente rappresentato dalle cosiddette vacanze studio dell'INPS⁶⁰.
8. Stage all'estero: si tratta di un'esperienza professionale all'estero che possono svolgere gli studenti, gli universitari e i giovani adulti, con l'obiettivo di arricchire il proprio CV.
9. Ragazza alla pari (Au Pair): si tratta di un programma internazionale di scambio culturale rivolto alle ragazze tra i 18 e i 30 anni, le quali, affidandosi ad un tour operator, vengono ospitate presso una famiglia straniera dove si occupano dei bambini e delle faccende domestiche, in cambio di un piccolo stipendio, che permette loro di studiare presso un college e di viaggiare. Solitamente, quest'esperienza viene fatta dai 19 anni in poi, ovvero una volta finiti gli studi scolastici, prendendosi un anno sabbatico

⁶⁰ Vedasi capitolo 3 *Le vacanze studio "Estate INPSieme Estero"*.

all'estero (il cosiddetto *gap year*). Le ragazze hanno la possibilità di “vivere il paese a 360 gradi”, sentendosi totalmente parte di una comunità locale.

10. Viaggi in solitaria: vengono svolti solitamente da giovani adulti (i cosiddetti *backpackers*, “i viaggiatori con lo zaino in spalla”) con l'obiettivo sia di riscoprire sé stessi, sia di conoscere altri ragazzi provenienti da tutto il mondo, instaurando amicizie basate sui valori. Le caratteristiche di questi viaggi sono: uscire dalla propria *comfort zone*, esseri indipendenti e riuscire a cavarsela da soli in qualunque momento. Un classico esempio sono i pellegrinaggi, come nel caso del Camino de Santiago, attualmente molto in voga tra i giovani.
11. Volontariato: si tratta di giovani impegnati in situazioni umanitarie prestando un'attività caritatevole e volontaria alle popolazioni povere e in difficoltà (es. Africa, Lesbo ecc.), per conto di un'organizzazione senza scopo di lucro.
12. Turismo religioso: sono dei programmi proposti dalla comunità religiosa rivolti ai giovani durante il periodo estivo, con la finalità di diffondere la fede cristiana tra i ragazzi sotto il profilo educativo, conviviale e ricreativo. Un rilevante incontro mondiale spirituale, che ogni circa tre anni attira in una città i giovani provenienti da ogni Paese per vedere il Papa, è sicuramente il GMG, ovvero la “Giornata Mondiale della Gioventù”. La prossima destinazione fissata al 2023 sarà Lisbona.
13. Turismo universitario: riguarda i programmi di mobilità internazionale rivolti agli studenti universitari di età inferiore ai 30 anni. Essi hanno la possibilità di studiare all'estero presso un'università partner attraverso una borsa studio. L'esperienza all'estero è legata più all'apprendimento accademico che all'aspetto ludico (anche se di certo non mancano feste e viaggi). I vantaggi sono: apprendere una lingua straniera; studiare le stesse materie nella lingua del Paese ospitante (o quantomeno in inglese) convalidate infine dall'università italiana; svolgere un'esperienza professionale; sentirsi parte della comunità ospitante; conoscere studenti locali ed internazionali con cui praticare la lingua; lo scambio interculturale e linguistico ecc. Tra i programmi universitari internazionali rientrano: Erasmus + per studio, Erasmus + traineeship, Overseas, lo stage all'estero, Double Joint Degree ecc. Gli studenti all'estero possono beneficiare delle attività offerte da ESN, un'associazione senza scopo di lucro di giovani volontari locali.
14. Travel Blogger: si tratta di una tipologia di turismo praticata da giovani professionisti del settore raccontata attraverso i social media: infatti, i loro contenuti digitali ed interattivi (quali blog, *vlogs*, *reels*, post ecc.) dedicati ad esperienze turistiche e consigli

pratici (es. alloggio, mezzi pubblici, creazione di un itinerario ecc.) sono alla portata dei “followers”. L’impatto visivo dei contenuti esercita un’influenza importante sui giovani d’oggi, sempre più affascinati da questi viaggi.

Si può affermare che, al giorno d’oggi la *Generazione Z* gioca un ruolo sempre più importante negli scenari internazionali, grazie agli interventi nazionali ed internazionali messi in campo dalle istituzioni turistiche, scolastiche e politiche.

1.3.3 Finanziamenti nazionali ed internazionali

La realizzazione concreta dei numerosi progetti di mobilità che coinvolgono milioni di giovani di tutto il mondo avviene soprattutto grazie al sostegno economico, giuridico e politico da parte delle istituzioni pubbliche e/o private, atte ad incentivare l’esperienza giovanile all’estero soprattutto dal punto di vista culturale, favorendo l’equilibrio dei mercati globali e l’espansione del settore. Pertanto, le varie tipologie turistiche giovanili vengono finanziate attraverso fondi sociali, sovvenzioni, borse di studio per gli studenti meritevoli, iniziative, tessere, promozioni e sconti ecc. di carattere nazionale o internazionale, con l’intento di dare agli studenti un beneficio economico (in quanto tale la maggior parte di loro non ha reddito autonomo), in modo da non gravare eccessivamente sulle famiglie.

Partendo dal settore privato (identificato in questo caso nei tour operator e agenzie di viaggio), il turismo giovanile viene incentivato attraverso sconti e promozioni dedicati ai viaggi. Per tale motivo, sono nate delle nuove startup sempre più dinamiche, con lo scopo di proporre esclusivamente ai giovani dai 16 ai 30 anni delle offerte vantaggiose e flessibili per viaggi singoli o di gruppo: l’organizzazione autonoma, il *mood* del viaggio, le esperienze indimenticabili da vivere tra “sconosciuti” ecc. diventano elementi imprescindibili. Negli ultimi anni un vero successo turistico lo si è riscontrato con *ScuolaZoo*⁶¹ e *Utravel*⁶², due tour operator creati da giovani per i giovani con lo scopo di proporre pacchetti turistici adattati secondo esigenze specifiche tra cui proprio il prezzo; oltre ai classici voucher dei coupon, Smartbox, sconti speciali delle principali compagnie aeree, hotel, associazioni private ecc.

Dall’altra parte, il settore pubblico nazionale ed internazionale dà molta importanza al turismo giovanile attraverso l’intervento mirato di politiche, regolamenti e finanziamenti economici.

⁶¹ <https://www.scuolazooviaggi.com/>

⁶² <https://utrael.it/>

L'incentivazione giovanile dello Stato Italiano soprattutto dal punto di vista culturale si basa su due fronti: a livello regionale, nel quale le singole Regioni stanziavano fondi per determinati progetti scolastici; e a livello governativo, che grazie all'intervento dei Ministeri patrocinava diverse iniziative presenti in tutto il territorio. In particolare modo, il Ministero della Cultura⁶³ promuove ed incentiva il turismo giovanile soprattutto nei luoghi culturali: «l'ingresso nei musei, monumenti, gallerie ed aree archeologiche dello Stato è gratuito:

- per tutti i cittadini appartenenti all'Unione Europea, di età inferiore a 18 anni, [...];
- a gruppi o comitive di studenti delle scuole pubbliche e private dell'Unione Europea, accompagnati dai loro insegnanti, previa prenotazione [...];
- [...] agli studenti iscritti alle accademie di belle arti o a corrispondenti istituti dell'Unione Europea [...];
- [...] agli studenti dei corsi di laurea, laurea specialistica o perfezionamento post-universitario e dottorati di ricerca delle seguenti facoltà: architettura, conservazione dei beni culturali, scienze della formazione o lettere e filosofia con indirizzo archeologico o storico-artistico. [...];
- per motivi di studio, ricerca attestata da Istituzioni scolastiche o universitarie, da accademie, da istituti di ricerca e di cultura italiani o stranieri, [...]»⁶⁴.

«Dal 28 febbraio 2019, per ogni giorno che non prevede gratuità ai giovani dai 18 ai 25 anni, il biglietto è di 2,00 euro»⁶⁵.

Inoltre, un'importante iniziativa del Ministero per accrescere il turismo culturale tra i giovani e studenti è rappresentata dal "Bonus Cultura" *18App*, un buono di 500 euro che i ragazzi di 18 anni possono usufruire per acquistare: «biglietti per cinema, teatri, concerti, eventi culturali, musei, monumenti e parchi archeologici; musica, libri, abbonamenti a quotidiani e periodici, anche in formato digitale; corsi di teatro, musica, danza e lingue straniere»⁶⁶, quest'ultime riferite anche alle vacanze studio. La conformità del bonus è dettata dalla presenza del seguente simbolo (Figura 4):

⁶³ <https://www.beniculturali.it/>

⁶⁴ Ministero della Cultura, *Agevolazioni*, <https://www.beniculturali.it/agevolazioni>

⁶⁵ Ministero della Cultura, *Agevolazioni*, <https://www.beniculturali.it/agevolazioni>

⁶⁶ Bonus Cultura, *18App*, <https://www.18app.italia.it/#/>



Figura 4: Bonus Cultura 18App. Fonte:
<https://tgvercelli.it/18app-lapp-neomaggiorenni-richiedere-bonus-cultura/>

Dal punto di vista internazionale, i maggiori contributi economici per i giovani vengono dall'Unione Europea, la quale finanzia la maggior parte dei progetti internazionali di carattere scolastico e universitario, attraverso borse studio. Inoltre, anche gli altri Stati promuovono il turismo giovanile straniero nel proprio Paese: ad esempio nei musei e attrazioni turistiche spagnole e francesi, i giovani di età compresa tra i 18 e i 25 anni compiuti residenti in uno dei Paesi dell'Unione Europea possono entrare gratuitamente.

Un'altra possibilità di promozione turistica viene data dall'emissione di carte e tessere valide sia in Italia che all'estero, utili per far viaggiare i giovani e studenti con sconti e agevolazioni vantaggiose. Alcuni esempi sono: la Carta Verde Trenitalia (con uno sconto sui viaggi in treno per i giovani dai 12 ai 26 anni); la Tessera AIG (sconto negli ostelli per la gioventù); la Carta dello Studente *IoStudio* (agevolazione per gli studenti delle scuole superiori in ambito culturale e delle vacanze studio); la Carta Giovani Europea e la Carta Internazionale dello Studente (la prima valida in 38 Paesi europei mentre la seconda in 129 Stati del mondo, entrambe con offerte sui viaggi e su molti servizi turistici); e la Tessera Touring Giovani e la Tessera CTG (Centro Turistico Giovanile).

Di fronte a questo evidente e concreto sostegno economico da parte di tutte le istituzioni, i giovani sono sempre più propensi a viaggiare in Italia e all'estero, vivendo esperienze di tipo culturale uniche nel loro genere ma a prezzo minore, anche se negli ultimi due anni la situazione pandemica ha messo a dura prova il settore turistico.

1.3.4 I giovani: tra Covid-19 e guerra

Da febbraio 2020 ad oggi, la pandemia da Covid-19 è l'evento mondiale che ha letteralmente stravolto le vite di migliaia di persone. In particolar modo, la situazione sanitaria ha influito negativamente sulle condizioni di studio e di viaggio giovanile. I bambini, gli studenti e i giovani sono stati coloro che hanno sofferto in silenzio, colpiti psicologicamente dalla pandemia e dalle conseguenze da essa derivate: si sono sentiti più "isolati" e stressati, in quanto si sono visti privare dei loro contatti quotidiani e allontanati dagli amici, compagni di scuola e affetti familiari; della loro libertà di uscire; senza una possibilità futura di lavoro ecc., vivendo così in un periodo di stallo profondo. L'unico modo per tenersi in contatto tra di loro sono stati la rete, la TV, i social media, i servizi di messaggistica, le App ecc., i quali hanno consentito di accorciare le distanze spazio-temporali, diventando così parte integrante della loro vita quotidiana e relazionale. L'incremento della digitalizzazione durante tutto il lockdown ha avuto un effetto molto positivo tra i giovani, in quanto essendo "nativi digitali" non hanno riscontrato alcun tipo di problema e difficoltà nell'utilizzare questi strumenti, rispetto alle persone adulte, le quali si sono dovute approcciare improvvisamente, non avendo un'indole particolarmente tecnologica. Secondo una ricerca effettuata dalla European Travel Commission (ETC)⁶⁷, a causa del Covid-19 la Generazione Z è diventata molto nervosa e sempre più consapevole dell'importanza della propria salute mentale e fisica. Il cambiamento sociale dei giovani è stato evidente, sconvolgendo ogni area della loro vita pubblica, soprattutto per quanto riguarda i loro anni formativi. Infatti, il settore scolastico è stato quello che ne ha risentito maggiormente, subendo nel primo periodo una brusca interruzione e facendo così emergere i problemi per poter garantire un'istruzione adeguata a tutti gli studenti. Grazie alle nuove tecnologie e ai sistemi di interconnessione, gli studenti hanno potuto continuare la propria formazione scolastica ed accademica attraverso la cosiddetta DAD (acronimo di "Didattica a Distanza"), che ha consentito di svolgere le lezioni in videochiamata per tutta la classe su una piattaforma digitale, facendo venir meno però l'interazione umana. Questa recente "riforma scolastica" è stata attuata in emergenza durante il periodo pandemico, soprattutto per il fatto che gli studenti non potevano recarsi fisicamente a scuola o all'università. Accanto a ciò, il Governo italiano ha dovuto sospendere (mediante un decreto varato il 23 febbraio 2020) le gite scolastiche e i viaggi

⁶⁷ European Travel Commission, *Study on Generation Z Travellers*, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf

La European Travel Commission, con sede a Bruxelles, è un'organizzazione non-profit che si occupa della promozione dell'Europa come meta turistica. Riunisce in qualità di membri 34 organizzazioni turistiche nazionali, che cooperano per valorizzare il mercato del turismo europeo.

d'istruzione in Italia e all'estero, i programmi di mobilità internazionale ecc.: pertanto, gli studenti si sono visti privare delle loro possibilità di svolgere esperienze formative all'estero.

Difatti, uno dei settori economici che ha più sofferto della crisi sanitaria è stato proprio il settore turistico. Il blocco ha coinvolto tutti i comparti, ovvero quelli ricettivi, dell'accoglienza, dei trasporti a medio-lungo raggio, delle imprese commerciali ecc., a causa della mancanza di turisti e dei loro relativi spostamenti. La questione del viaggio durante la pandemia è stata molto sentita dai giovani: oltre al fatto di non poter andare in vacanza con i loro amici o con la famiglia, essi non hanno potuto vivere le esperienze di crescita personale e professionale in un contesto straniero, in quanto tutti i confini nazionali risultavano bloccati dalle autorità. I giovani in questi due anni hanno dovuto rinunciare alle opportunità di studio e di svago per via della pandemia, che li avrebbe messi in pericolo in un contesto straniero e quindi sconosciuto, rispetto a quello familiare, inteso invece come luogo di protezione.

In entrambi i fronti, ora la situazione sanitaria sembra essere migliorata attraverso l'introduzione delle misure Anti-Covid: distanziamento sociale, divieto di assembramento, sanificazione delle mani, utilizzo delle mascherine, tamponi, vaccini e il controllo del *Green Pass* hanno fatto la differenza per contenere la diffusione del virus. Tutti questi comportamenti, il rispetto alle regole da parte di tutte le persone e il conseguente allentamento delle misure sanitarie hanno reso possibile una maggiore apertura ai viaggi all'estero e il ritorno (si spera) verso la normalità.

Un'altra riflessione doverosa da fare riguarda l'attuale macro-evento che sta mettendo a rischio da fine febbraio 2022 i rapporti economico-commerciali e le relazioni internazionali: si tratta della guerra russo-ucraina⁶⁸. Oltre alla guerra tra i due Stati, il coinvolgimento riguarda anche tutti i Paesi mondiali: la dipendenza energetica ed economica, gli obiettivi militari e strategici, il traffico di armi, l'accoglienza dei profughi ecc. sono al certo dei continui dibattiti. La situazione attuale è, quindi, dettata dall'incertezza e dall'instabilità politica, economica e sociale, nonché dalla crescente probabilità verso il terzo conflitto mondiale. Alla luce dei recenti avvenimenti, anche il turismo giovanile internazionale ne sarà notevolmente impattato, oltre alle conseguenze generali riguardo i minori viaggi verso l'Europa Orientale e la relativa crisi del comparto turistico. Si può dedurre, quindi, che i giovani non prenderanno in considerazione

⁶⁸ Il conflitto tra Russia e Ucraina si è aperto il 24 febbraio 2022: il presidente russo Putin ha dichiarato guerra all'Ucraina, invadendone il territorio sotto il profilo militare. Tra le cause ci sono: l'intervento degli Stati Uniti e dell'Unione Europea in Europa Orientale, con il timore che l'Ucraina (ex Repubblica sovietica) entri a far parte della NATO. La presenza sempre più massiccia di queste due Superpotenze all'interno del suo spazio ha fatto scattare l'ostilità russa.

i Paesi dell'Est e del Nord Europa per i loro futuri viaggi e gli studenti di lingua russa saranno scoraggiati nel partire per studiare e/o migliorare la lingua nel Paese nativo.

Questi due eventi mondiali stanno avendo un effetto molto importante sulle vacanze studio all'estero, determinandone la realizzazione o meno. Questa situazione di instabilità si sta ripercuotendo ancora una volta sui giovani e sulle loro scelte di intraprendere esperienze formative o professionali all'estero.

1.4 Riflessioni sul cambiamento del turismo giovanile dal passato al presente

In questo primo capitolo è stato analizzato come il turismo giovanile, partendo dal contesto storico di carattere generale, ha subito un notevole cambiamento dal passato al presente: dalle rivoluzioni socio-economiche e il miglioramento delle condizioni di vita della popolazione, fino ad arrivare alla personalizzazione dell'esperienza e allo sviluppo tecnologico. È opportuno, quindi, concludere mettendo in evidenza alcuni concetti chiave per questo passaggio, con un focus particolare sul modo in cui i giovani si approcciano al viaggio, fino a poter vivere in piena autonomia e libertà le esperienze internazionali.

- Passato: l'Italia fu la meta prediletta dei giovani stranieri durante il *Grand Tour* per i suoi valori culturali, formativi e paesaggistici. Gli studiosi europei la consideravano come tappa obbligatoria del proprio viaggio d'istruzione. Anche durante il fascismo, le vacanze giovanili venivano realizzate solo nel Bel Paese, grazie alla presenza di numerose strutture adibite a colonie. Nel territorio italiano, quindi, lo studio e il relax si fusero perfettamente.
- Presente: i giovani italiani sono sempre meno attratti dall'Italia e molto più propensi a fare nuove esperienze all'estero, a cominciare dalle molteplici proposte scolastiche ed accademiche. Essi viaggiano prevalentemente in Paesi stranieri per migliorare la lingua, oltre ad apprendere le diversità culturali. Nella società lavorativa odierna vengono molto richieste le esperienze all'estero, le quali rispecchiano un bagaglio culturale maggiore.
- Passato: la pratica turistica giovanile era rivolta solo ed esclusivamente alle classi sociali aristocratiche, le uniche che si potevano permettere questo "lusso". Inoltre, i viaggi venivano organizzati nei minimi dettagli, in cui venivano concordati scupolosamente il periodo di soggiorno e i luoghi di villeggiatura.

- Presente: grazie alla crescita del tempo libero, la pratica turistica si estende anche alle classi medio-borghesi, fino a coinvolgere tutti i giovani indipendentemente dal reddito e dallo status sociale. L'organizzazione del viaggio è dettata da una libera scelta individuale, anche se viene dato spazio un maggior spazio all'esperienza stessa e all'imprevedibilità.
- Passato: soprattutto con il "turismo povero", il modo di viaggiare era molto più avventuroso, libero e talvolta senza dove saper andare. I giovani potevano documentarsi a mala pena su guide turistiche e mappe cartacee o chiedendo informazioni alla gente.
- Presente: gli strumenti tecnologici e digitali rappresentano per i giovani un mezzo di sicurezza per i loro viaggi all'estero. Lo smartphone diventa indispensabile anche per poter svolgere quasi tutte le funzioni organizzative legate al viaggio: prenotazioni, biglietti elettronici, controllo del *Green Pass*, pagamenti ecc. Si può affermare che l'approccio digitale dei giovani d'oggi al viaggio è cambiato radicalmente.
- Passato: per accedere alle colonie e in generale ai viaggi studio, la procedura burocratica era molto facilitata e non venivano richiesti particolari requisiti, se non di reddito.
- Presente: per poter partecipare alle vacanze studio e ai progetti di mobilità scolastica ed accademica, la procedura burocratica è assai complicata, tanto da poter compromettere l'esito di ammissione. Alcuni di questi requisiti prevedono: il possesso dell'ISEE, voti scolastici e/o accademici, punteggi aggiuntivi ed eventuali bonus ecc., oltre alle rigide scadenze, alle quali il giovane deve adempiere.

CAPITOLO 2

2. ANALISI ECONOMICO-STATISTICA DEL TURISMO GIOVANILE

Tenendo come riferimento l'intero e ultimo paragrafo del primo capitolo concernente il turismo giovanile attuale⁶⁹, il presente capitolo si pone di continuare lo studio di tale fenomeno, adottando una metodologia economica e statistica. Lo scopo, infatti, è quello di analizzarlo in maniera più completa e dettagliata attraverso il supporto di dati e grafici aggiornati, presenti all'interno di report redatti meticolosamente dalle principali istituzioni ed organizzazioni nazionali (come l'Istat e l'ONT) ed internazionali (come Eurostat, European Travel Commission, UNWTO, WYSE Travel Confederation, DESA ecc.); anche se, trattandosi di un segmento di nicchia, la reperibilità di tali fonti economiche ufficiali (riguardanti soprattutto le performance turistiche giovanili italiane) risulta ardua e complicata. Ciò nonostante, verranno messe in luce le diverse caratteristiche demografiche, economiche e sociali del segmento "giovani", per poi indagare sulle loro tendenze generali di viaggio (ad esempio, quali sono le mete che preferiscono, con chi viaggiano maggiormente ecc.). L'analisi, quindi, verterà attorno alla domanda e offerta turistica giovanile e come queste avranno un notevole impatto non solo positivo su tutto il mercato globale, ma anche negativo a causa della pandemia da Covid-19. Infatti, la WYSE Travel Confederation presenta «*various case studies illustrating global trends and the multiple benefits generated from Youth Tourism*» (UNWTO-WYSE, 2016, p. 8).

«I ricercatori mondiali stanno prendendo atto di questa tendenza e utilizzando questa popolazione come base della loro ricerca sul turismo» (UNWTO-WYSE, 2016, p. 8): difatti, l'analisi riguarderà i giovani di tutto il mondo, quale segmento di mercato, considerando in modo particolare il campione d'età 15-29 anni, appartenente alla *Generazione Z*, analizzandone le performance turistiche. Dal punto di vista temporale, anche in questo capitolo, verrà preso come riferimento il ventennio 2000-2020, con uno sguardo particolare ai cambiamenti sociali relativi alle seguenti annate: 2015-2019 (ovvero il periodo più florido del settore turistico giovanile), il 2020 (quale impatto del Covid-19 sul tutto il settore) e il 2021, rappresentante di una lenta ripresa verso la normalità.

⁶⁹ Vedasi paragrafo 1.3 *Il turismo giovanile: ...al presente*.

2.1 Caratteristiche socio-demografiche

Prima di approfondire l'analisi economico-statistica legata all'ambito turistico, è necessario, in primo luogo, tracciare un quadro completo concernente le caratteristiche demografiche e sociali del segmento indagato, prendendo come riferimento la popolazione suddivisa per sesso e fascia d'età a livello nazionale ed internazionale.

Partendo dal contesto italiano, basato su una popolazione complessiva pari a circa 59 milioni di abitanti⁷⁰ nell'anno 2021, secondo l'Istat, tra gli anni 2019, 2020 e 2021, i giovani residenti nello Stato italiano di età compresa tra i 15 e i 29 anni sono poco meno di 9 milioni, con una tendenza (come mostrano la Tabella 1 e la Tabella 2) alla diminuzione. Si può affermare che, in questi ultimi anni, si sta andando incontro al processo di “degiovanimento”, «ossia ad una diminuzione significativa della consistenza demografica dei giovani a seguito della riduzione delle nascite nell'ultimo ventennio» (Staffieri, 2016, p. 17), causato anche dall'avvento del Covid-19. Il rapporto di genere appare abbastanza bilanciato in tutti e tre gli anni, anche se il genere maschile tende a prevalere su quello femminile. La classe di età prevalente è rappresentata dai giovani di età compresa tra i 22 e i 29 anni, con una tendenza alla crescita verso l'età adulta.

[Dataset:Popolazione residente al 1° gennaio](#)

Territorio		Italia					
Stato civile		totale					
Tipo di indicatore demografico		popolazione al 1° gennaio					
Selezione periodo		2019			2020		
Sesso		maschi	femmine	totale	maschi	femmine	totale
Età							
15 anni		292016	274845	566861	294506	277704	572210
16 anni		290476	273141	563617	292771	275235	568006
17 anni		295127	275663	570790	291807	273582	565389
18 anni		306068	280805	586873	298000	276707	574707
19 anni		307554	277981	585535	308381	282363	590744
20 anni		313559	278559	592118	308189	279269	587458
21 anni		310367	279760	590127	313182	279835	593017
22 anni		310066	281529	591595	309970	281029	590999
23 anni		308282	282222	590504	309688	283094	592782
24 anni		310034	287929	597963	307991	283641	591632
25 anni		314552	295813	610365	309378	289242	598620
26 anni		327377	309013	636390	313758	296568	610326
27 anni		325160	309439	634599	326635	310107	636742
28 anni		331737	315976	647713	324590	310423	635013
29 anni		328580	317952	646532	331083	316710	647793
totale		4670955	4340627	9011582	4639929	4315509	8955438

Dati estratti il 04 Apr 2022 13:59 UTC (GMT) da I.Stat

Tabella 1: elaborazione personale della popolazione giovanile (15-29 anni) residente in Italia negli anni 2019-2020.

Fonte: Istat, *Popolazione e famiglia*, “Popolazione residente al 1° gennaio -Per fascia d’età”, http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_PREVDEMI#

⁷⁰ Secondo l'Istat, la popolazione complessiva italiana residente al primo gennaio 2021 è costituita da 59 236 213 milioni di abitanti (dati aggiornati al 2021). Istat, *Popolazione e famiglia*, “Popolazione residente al 1° gennaio - Italia, regioni e province”, http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPRES1

Dataset: Popolazione residente al 1° gennaio			
Territorio	Italia		
Stato civile	totale		
Tipo di indicatore demografico	popolazione al 1° gennaio		
Selezione periodo	2021		
Sesso	maschi	femmine	totale
Età			
15 anni	294449	275666	570115
16 anni	296085	278695	574780
17 anni	294149	275524	569673
18 anni	292774	273389	566163
19 anni	299358	276924	576282
20 anni	309949	282960	592909
21 anni	308471	279574	588045
22 anni	313052	280705	593757
23 anni	309342	281499	590841
24 anni	308686	283102	591788
25 anni	306234	282947	589181
26 anni	306729	287493	594222
27 anni	310129	294211	604340
28 anni	323025	307046	630071
29 anni	320148	307617	627765
totale	4592580	4267352	8859932

Dati estratti il 04 Apr. 2022 12:16 UTC (GMT) da I.Stat

Tabella 2: elaborazione personale della popolazione giovanile (15-29 anni) residente in Italia nel 2021.
 Fonte: Istat, Popolazione e famiglia, "Popolazione residente al 1° gennaio -Per fascia d'età",
http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_PREVDEM1#

Secondo l'Organizzazione delle Nazioni Unite, la popolazione mondiale giovanile (compresa tra i 15 e i 24 anni) nel 2021 si attesta attorno ai 1,2 miliardi, rappresentando il 16% del totale complessivo⁷¹. In particolar modo, sulla base di uno studio condotto dalla European Travel Commission relativo alla distribuzione d'età della popolazione mondiale nell'anno 2020, grazie ai dati raccolti dalla DESA⁷² (Figura 5), è possibile affermare che la fascia d'età (sia maschile sia femminile) presente maggiormente nel contesto mondiale è quella compresa dai 0-4 ai 30-34 anni: pertanto, «*the world's population is youthful*» (ETC, 2020, p. 15).

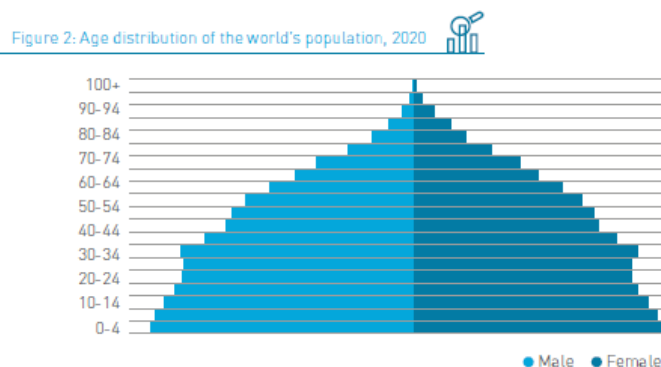


Figura 5: distribuzione della popolazione mondiale per sesso ed età (2020). Fonte: European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 15.

⁷¹ Traduzione personale inglese-italiano del sito web United Nations, *Global Issues -Youth*, <https://www.un.org/en/global-issues/youth>

⁷² Il Department of Economics and Social Affairs (DESA) è un dipartimento delle Nazioni Unite che si occupa di analizzare ed esaminare le questioni economiche, sociali ed ambientali di tutto il mondo, ricercando possibili soluzioni.

Tuttavia, la popolazione nel suo insieme varia significativamente da Paese a Paese, a seconda di determinati fattori socioculturali, economici, istituzionali e politici: i grafici sottostanti mostrano come nel 2020 la distribuzione della popolazione relativamente al continente europeo, asiatico, africano e latino-americano (considerando sempre l'indicatore sesso ed età) risulti disomogenea, soprattutto nella fascia d'età giovanile. Infatti, le quattro piramidi della Figura 7 presentano un contrasto evidente: l'Europa appare il continente più "vecchio" (con un'età media tra i 30-50 anni), se paragonato agli altri. L'Asia, l'Africa e l'America Latina sono i continenti più "giovani": la popolazione asiatica è rappresentata maggiormente da ragazzi sotto i 30 anni; quella africana al di sotto dei 20 anni; mentre quella latino-americana dai ragazzi tra i 14 e i 24 anni. Parallelamente, la Figura 6 mostra la variazione percentuale mondiale all'anno 2020 della Generazione Z (7-24 anni): l'Africa, con un bel 40%, si aggiudica il primato giovanile, accanto ad America Latina (29%), Asia (28%) e Oceania (27%); mentre in Europa e in Nord America della Generazione Z resta solo una piccola porzione (18% e 23%).

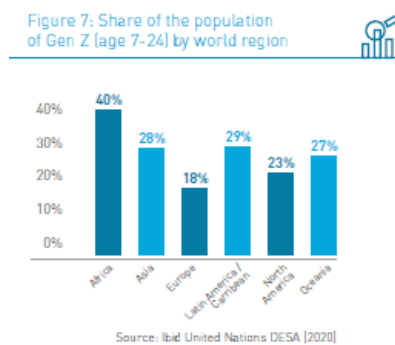


Figura 7: distribuzione della popolazione in Europa, Asia, Africa, LAC (2020). Fonte: European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 16.

Figura 6: variazione percentuale della Generazione Z nel mondo (2020). Fonte: European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 17.

Una considerazione importante da fare è che tra il 2030 e il 2050 si stima una crescita esponenziale della popolazione mondiale: infatti, secondo l'ONU essa passerà dagli attuali 8

miliardi ai 9,7 miliardi nel 2050, con un successivo picco di quasi 11 miliardi entro la fine del secolo⁷³. Questo raddoppiamento si verificherà soprattutto nell’Africa subsahariana, mentre la popolazione europea tenderà a diminuire. Per quanto riguarda la popolazione giovanile, l’ONU prevede che entro il 2030 (concordando con gli obiettivi di Sviluppo Sostenibile prefissati dall’Agenda 2030) il numero dei giovani aumenterà del 7% arrivando a quasi 1,3 miliardi⁷⁴. Inoltre, in alcuni Stati del mondo, i ragazzi tra i 15 e i 24 anni costituiscono una delle porzioni più ampie e in rapida crescita: infatti, l’Africa sarà la vera protagonista di questo sviluppo demografico giovanile.

Inoltre, un’altra caratteristica sociale della popolazione giovanile su cui indagare, per approfondire nel miglior modo possibile il settore turistico legato alle vacanze studio, è sicuramente il livello d’istruzione presente tra i giovani nel mondo. Il divario scolastico è preoccupante sia in Italia sia negli altri Stati: secondo l’Istat⁷⁵, i giovani italiani (tra i 18 e i 24 anni) che hanno abbandonato precocemente la scuola sono il 13,1%, a fronte del 27,8% di laureati (30-34enni). L’istruzione italiana completa (fino al diploma di maturità) è inferiore alla media europea (62,9% contro il 79% degli altri Paesi UE). Nel resto del mondo, la situazione è ancora più allarmante: secondo l’Unicef, nel 2022, sono 617 milioni di bambini e adolescenti in tutto il mondo che non raggiungono livelli minimi di competenza adeguati e 27 milioni quelli che nelle zone di conflitto non vanno a scuola. Il tutto è stato accentuato dalla pandemia da Covid-19, che ha escluso 1,6 miliardi di bambini dalla scuola.

Inoltre, la Generazione Z ha difficoltà anche ad accedere ed inserirsi nel mondo lavorativo, in quanto cresciuta nel pieno della crisi economica e pandemica. Secondo una ricerca stilata dalla Dell Technologies nel 2019 (Figura 8), i fattori che i giovani prendono in considerazione per una futura carriera lavorativa sono principalmente: avere una stabilità economica e acquisire nuove competenze ed abilità attraverso differenti esperienze. Inoltre, è la generazione che presenta il tasso di disoccupazione più alto: in Italia, secondo l’Istat a gennaio 2022, il tasso è sceso «al 25,3% tra i giovani (-1,3 punti)»⁷⁶, mentre nel resto del mondo la disoccupazione giovanile si attesta attorno al 13%. Tra le cause si possono riscontrare i contratti non

⁷³ United Nations, *UN 75 -I grandi temi: Una demografia che cambia*, <https://unric.org/it/un-75-i-grandi-temi-una-demografia-che-cambia/>

⁷⁴ Traduzione personale inglese-italiano del sito web United Nations, *Global Issues -Youth*, <https://www.un.org/en/global-issues/youth>

⁷⁵ Istat, *Livelli di istruzione e partecipazione alla formazione -anno 2020*, <https://www.istat.it/it/files/2021/10/REPORT-LIVELLI-DI-ISTRUZIONE-2020.pdf>

⁷⁶ Istat, *Occupati e disoccupati (dati provvisori) – gennaio 2022*, <https://www.istat.it/it/archivio/266914>

regolamentati (ad esempio il tirocinio), fino ad arrivare allo sfruttamento minorile, purtroppo ancora molto diffuso tra i Paesi più poveri.



Figura 8: L'importanza dei fattori legati al lavoro per la Generazione Z.
 Fonte: European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 22.

2.2 Tendenze turistico-giovanili

Prima di raccogliere e analizzare le informazioni riguardanti i viaggi giovanili e il loro relativo inserimento all'interno del mercato economico mondiale; è necessario definire (sempre attraverso l'approccio economico e statistico) quali sono le principali tendenze generali e gli interessi che spingono i giovani a scegliere una determinata tipologia di viaggio, rispetto ad un'altra, e i beni e i servizi turistici ad essa correlati, quali: l'utilizzo dei canali web o tradizionali per la ricerca delle informazioni, la scelta della destinazione, la tipologia di struttura ricettiva e di ristorazione, le attività ricreative ecc. Il comportamento psicologico dei giovani gioca un ruolo di primo piano nell'organizzazione del viaggio: «la propensione alla scoperta, la ricerca dell'avventura, l'iniziazione, il mettersi alla prova per “cercarsi” e, non ultima, la centralità della sfera ludica sono tratti tipici della personalità e dello stile di vita giovanili» (Martinengo, Savoja, 1993, p. 43). Anche se l'analisi statistica, trattata nei seguenti paragrafi, risulterà in alcuni tratti empirica, in quanto i caratteri e le esigenze della comunità giovanile appaiono differenziate e sempre in continua evoluzione; essa terrà conto dell'intero processo di acquisto

e consumo turistico (il *prima*, *durante* e il *dopo*) sulla base dei dati raccolti dalla European Travel Commission nel 2020⁷⁷, concernente uno studio sul settore turistico giovanile europeo.

2.2.1 Canali *online* vs *offline*

La pianificazione di un ipotetico viaggio inizia sempre dalla ricerca di varie informazioni. Trattandosi di “nativi digitali”, essa viene effettuata principalmente (come mostra la Figura 9) attraverso la rete Internet: vengono adoperati i canali web adibiti al settore turistico, come determinati siti di recensioni (ad esempio TripAdvisor, 49%), i siti Internet turistici ufficiali (36%), i social media (35%) ecc., senza tralasciare il passaparola tra amici e familiari (49%), il quale si rivela molto utile in caso di esperienze simili già vissute. Inoltre, per le ricerche vengono utilizzati gli strumenti tecnologici quali lo smartphone, il computer e l’IPad/Tablet, anche per apportare modifiche o aggiornamenti dell’ultimo minuto, aggiungere un’attività o cancellare l’intera prenotazione. Tuttavia, non verranno presi molto in considerazione gli strumenti cartacei tradizionali, ovvero le guide di viaggio e le brochures (attestati solo al 19%), in quanto non risultano molto pratici ed intuitivi per i giovani.

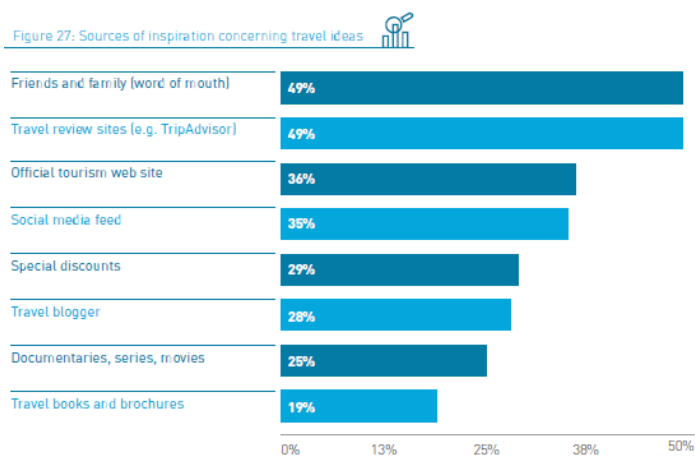


Figura 9: ricerca delle informazioni di viaggio. Fonte: European Travel Commission, *Study on Generation Z Travellers*, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 40.

⁷⁷ L’indagine della European Travel Commission dal titolo “*Study on Generation Z Travellers*” è stata condotta da dicembre 2019 a gennaio 2020 su un campione (non causale ma ragionato) di circa 700 intervistati della Generazione Z appartenenti a quattro mercati di riferimento mondiale: Cina, Germania, Gran Bretagna e Stati Uniti, per valutare le loro tendenze ed esperienze turistiche nella destinazione “Europa”. I risultati finali, quindi, sono stati raccolti ed analizzati prima dell’avvento della pandemia da Covid-19. Tale indagine verrà presa come riferimento per l’analisi del seguente paragrafo, in quanto rappresenta un quadro completo del turismo giovanile attuale, anche se non aggiornata agli anni 2020, 2021 e 2022.

European Travel Commission, *Study on Generation Z Travellers*, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf

Anche per quanto riguarda i sistemi di prenotazione, la Generazione Z preferisce sempre utilizzare i canali di distribuzione online rispetto a quelli offline (ovvero le agenzie fisiche che talvolta presentano un'offerta turistica non compatibile alle esigenze della comunità giovanile) per i seguenti settori turistici: voli, trasporto via terra, pernottamento e attività ricreative. Preferiscono, dunque, prenotare tramite le OTA, seguite dai siti Internet ufficiali che consentono la ricerca diretta, dai metamotori di ricerca e dai canali offline. Inoltre, durante la prenotazione, si predilige molto la ricerca di sconti o promozioni, con l'intento di risparmiare il più possibile: molte App (come TripAdvisor, Expedia, Booking, Skyscanner, Kayak ecc.), ormai alla portata della maggior parte dei giovani (in quanto "esperti di navigazione in rete"), offrono la possibilità di confrontare i prezzi o ottenere degli sconti sui propri viaggi. L'organizzazione del viaggio in tempo reale fa aumentare anche le aspettative tra i giovani di servizi altamente personalizzati.

Come noto, gli strumenti digitali (aventi un'immensa persuasione sulle loro scelte come consumatori) sono impiegati contestualmente anche durante l'esperienza turistica vera e propria (Figura 10): infatti, i social media vengono utilizzati principalmente per postare foto o video in tempo reale (53%) o dopo il viaggio stesso (52%) con lo scopo di creare un'*audience*, parlare con amici e familiari tramite messaggio (47%) o nella minore delle ipotesi non vengono proprio utilizzati, con lo scopo di disconnettersi il più possibile dalla realtà (27%). Inoltre, il 42% della Generazione Z ha dichiarato di aver scelto una destinazione in base alle proposte presentate dai social media.

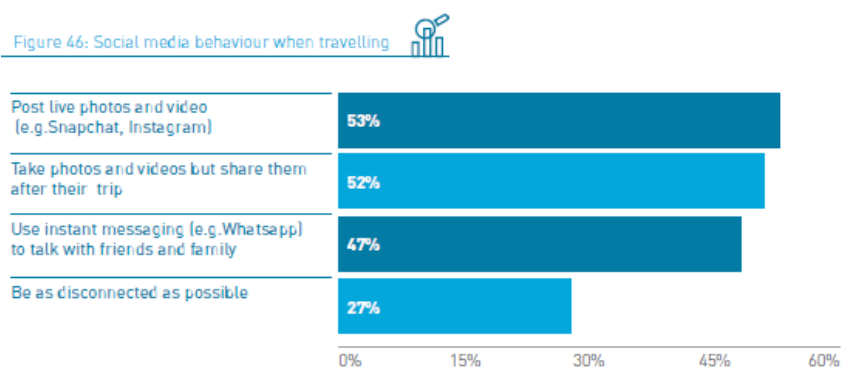


Figura 10: l'utilizzo dei social media durante un viaggio. Fonte: European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 61.

2.2.2 Le destinazioni preferite

La scelta della destinazione rappresenta l'emblema del viaggio, capace di coniugare tanto l'andamento del mercato turistico quanto le più insite motivazioni personali dei giovani: infatti, «*this target group is the major source market for numerous travel and tourism destinations. [...] Travel for educational purposes, gap years, volunteering, cultural exchanges or simply leisure are just a few motivations behind this powerful target base that gains mutual benefits for both the destination and the youth traveller*» (UNWTO-WYSE, 2016, p. 8). Oltre allo studio effettuato dalla European Travel Commission in merito alle destinazioni europee preferite dai giovani, cercheremo di analizzare anche quelle mondiali, entrambe dal punto di vista formativo e culturale, tralasciando invece l'aspetto puramente ludico e mondano, quale solitamente rappresentazione di mete balneari come Ibiza, Lloret de Mar, Santorini, Mykonos ecc. molto gettonate durante il periodo estivo.

Secondo una ricerca proposta dalla Dell Technologies nel 2018 (Figura 11), le principali motivazioni che spingono i giovani a visitare l'Europa sono: in primis la vacanza (70%), seguita dagli eventi di divertimento quali festival e concerti (7%), dalle esperienze di lavoro (6%), dal soggiorno studio di lungo termine ad esempio l'Erasmus (5%) ecc. Infatti, anche secondo i dati aggiornati della WYSE Travel Confederation, circa il 50% della Generazione Z viaggia per motivi di vacanza, mentre il restante 50% è più propensa ad intraprendere viaggi di tipo esperienziale come studiare una lingua, lavorare all'estero, fare volontariato ecc. Optando per questi ultimi, i giovani saranno disposti a rimanere più a lungo e a spendere di più.

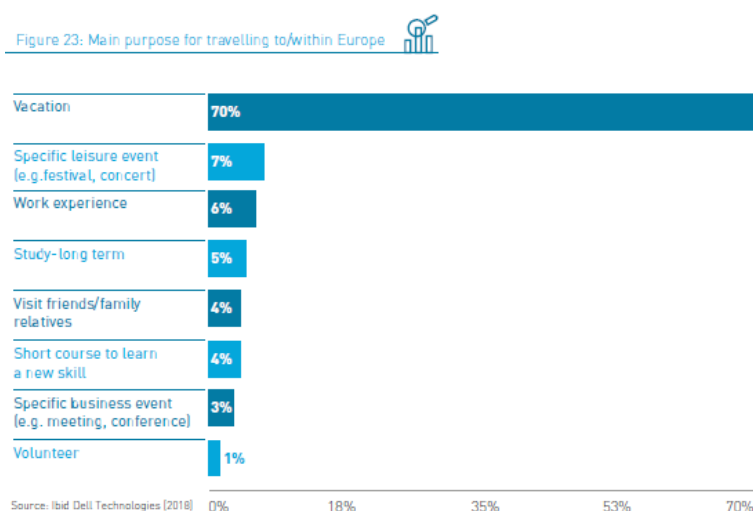


Figura 11: le principali motivazioni giovanili di viaggio in Europa.
Fonte: European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 36.

Proseguendo con l'analisi delle motivazioni giovanili (ETC, 2020, p. 38), la scelta delle destinazioni europee si rivela migliore soprattutto per il rapporto qualità-prezzo (47%): infatti, i giovani, avendo una capacità di spesa limitata prediligono il vecchio continente per voli (45%), alloggi (32%) e spese per le attività extra a prezzi minori (20%) rispetto ad esempio ai “nuovi continenti”, per un fattore di sicurezza (42%), per visitare numerose attrazioni ecc.

Sulla base di questi propositi, la Figura 12 chiarisce che la «Gen Zers show the strongest preference for visiting Western European countries: France, Italy and Spain (showing approximate alignment with the European countries seeing the highest overall numbers of international arrivals), followed by Germany, Greece and the UK» (ETC, 2020, p. 45). Difatti, secondo una classifica proposta da The Light Canvas nel 2020⁷⁸, i luoghi d'interesse europei più visitati dai giovani sono: Parigi, Mont Saint Michel, Lione, Nizza e la Costa Azzurra per la Francia; le città culturali italiane come Roma, Firenze e Venezia oltre all'aspetto gastronomico; Berlino, Amburgo e la vita mondana dell'Oktoberfest per la Germania, Amsterdam e Copenaghen per il Nord Europa ecc.



Figura 12: elenco delle destinazioni europee che la Generazione Z vuole visitare.
 Fonte: European Travel Commission, Generation Z Traveller -Infographic, 2020,
<https://etc-corporate.org/uploads/2020/06/ETC-Study-Generation-Z-Travellers-Infographic-1.pdf>

Diversamente, per quanto riguarda le destinazioni extraeuropee (di lungo raggio), i giovani preferiscono viaggiare nelle grandi città degli Stati Uniti come New York o Los Angeles, del Medio Oriente come Dubai o dell'Oriente come Hong Kong o Tokio, avvolti dall'aspetto culturale e cosmopolita. Oltre a questi luoghi già conosciuti e consolidati come mete turistiche internazionali, si affiancano quelli che stanno vivendo una crescita esponenziale, adatti per lo

⁷⁸ The Light Canvas, *Il turismo dei Millennials (e della Generazione Z)*, 2020, <https://www.thelightcanvas.com/il-turismo-dei-millennials-e-della-generazione-z/>

più al turismo dei *backpackers*: secondo una ricerca stilata da *hostelworld.com* nel 2018⁷⁹, stanno emergendo mete alternative e allo stesso tempo avventurose quali Thailandia, Israele, Sudafrica, Colombia, Sri Lanka, Messico, Filippine ecc. Infatti, i giovani, sempre più attratti da questo universo turistico quasi primordiale, si stupiscono di fronte alle bellezze naturali e paesaggi incontaminati, ricercando esperienze uniche ma allo stesso tempo complete, lontane dal turismo di massa.

Relativamente al turismo giovanile di tipo studentesco, le destinazioni più gettonate sono le capitali sia europee sia mondiali, soprattutto per il fatto di essere città sicure, a “misura d’uomo” e adatte all’immersione linguistica e culturale. Per un soggiorno studio le mete ideali sono solitamente Londra, Dublino, New York o le piccole città universitarie come Cambridge e Oxford per la lingua inglese; Madrid o Valencia per la lingua spagnola; Parigi per la lingua francese; Berlino e Monaco per la lingua tedesca; Mosca e San Pietroburgo per la lingua russa ecc.

Un altro aspetto importante delle destinazioni da prendere in considerazione riguarda il “con chi andare”: sempre secondo la European Travel Commission (2020, p. 44), le principali modalità con cui i ragazzi scelgono di intraprendere un viaggio sono in compagnia, ovvero con i propri familiari (43%), con il proprio gruppo di amici (40%), con un viaggio organizzato (4%) o da soli (13%). Questo dipende soprattutto dall’età dei singoli partecipanti e dalla tipologia di viaggio che preferiscono fare.

Per quanto riguarda i mezzi necessari per raggiungere la destinazione, i giovani (oltre ad optare per i classici trasporti, prediligendo l’aereo, il treno o la propria autovettura) sono maggiormente aperti a soluzioni alternative, dettate dal risparmio e dall’aspetto *green*: negli ultimi anni si è visto un notevole aumento dei servizi di noleggio auto, car sharing e Uber. Si tratta di servizi a portata di smartphone, dove bastano pochi click per potersi assicurare un mezzo anche per il giorno stesso.

⁷⁹ Hostelworld, *18 Imperdibili destinazioni per i backpackers per il 2018, 2017*, <https://www.hostelworld.com/blog/it/migliori-destinazioni-2018/>

2.2.3 Attività ricreative

Il turismo esperienziale può fare la differenza nella scelta della destinazione stessa: «i giovani della Generazione Z sono la prima generazione *mobile-first* della storia, che dà importanza centrale alla personalizzazione e alla rilevanza»⁸⁰. Prima della partenza, i giovani cercano meticolosamente tutte quelle attività complementari da poter svolgere durante il viaggio, capaci di rendere l'esperienza completa, memorabile e differente da un individuo all'altro. Infatti, come si può notare dalla Figura 13, «*Gen Zers have a strong interest in localism and authenticity*» (ETC, 2020, p. 47): le attività più amate da fare nella destinazione sono provare cibi e bevande prodotti localmente (75%), apprendere la cultura urbana (67%), fare attività culturali e shopping (62%), conoscere le tradizioni locali e il patrimonio e visitare i luoghi che hanno fatto la memoria (56%), frequentare eventi culturali locali (55%) ecc. Meno richieste invece sono le attività sportive, in quanto viene preferito un maggior relax coniugato alla visita delle attrazioni.

Le differenti tipologie di attività, quindi, caratterizzano la destinazione stessa, essa sia una metropoli o una località incontaminata: ad esempio, visitare il parco divertimenti di Disneyland a Parigi o gli Universal Studios a Orlando, assistere alla fioritura dei ciliegi in Giappone o dei tulipani nei Paesi Bassi, fare surf a Tenerife, fare snorkeling lungo la barriera corallina, ammirare il Grand Canyon in elicottero ecc. La Generazione Z è disposta a sperimentare attività nuove e inconsuete, con l'obiettivo di vivere, attraverso queste esperienze, la destinazione in maniera più autentica possibile.

⁸⁰ The Light Canvas, *Il turismo dei Millennials (e della Generazione Z)*, 2020, <https://www.thelightcanvas.com/il-turismo-dei-millennials-e-della-generazione-z/>

Figure 34: Most popular in-destination activities for Gen Zers 

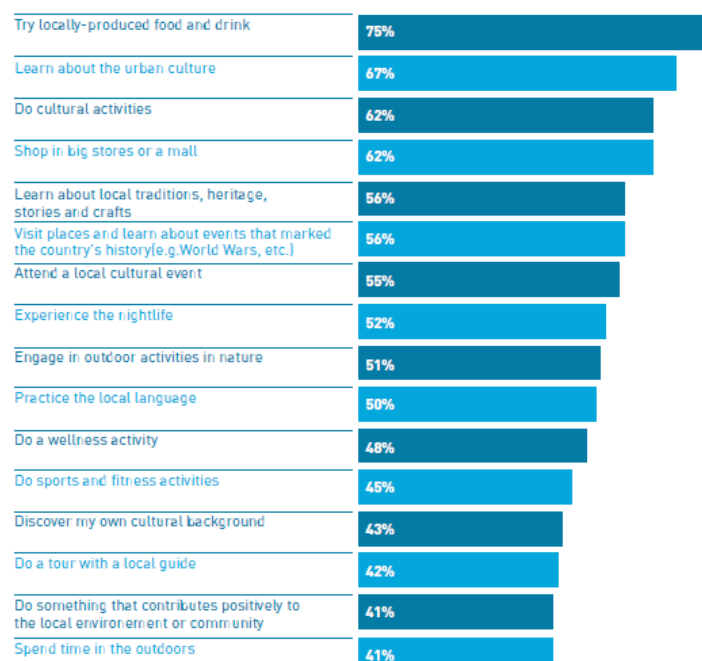


Figura 13: attività più popolari nella destinazione per la Generazione Z. Fonte: European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 47.

2.2.4 Soggiorno e ristorazione

La ricerca della destinazione ideale e delle attività vanno di pari passo con quella della struttura turistica ricettiva: per la Generazione Z, quest'ultima scelta (effettuata anch'essa prima della partenza) si rivela fondamentale per il pernottamento e per tutta la durata del soggiorno stesso. Anche se la scelta dell'alloggio è orientata principalmente verso un budget minore (così da investire il restante denaro in attività da svolgere nella destinazione), i giovani non vogliono rinunciare al *comfort* della stanza e ai servizi proposti dalla struttura ricettiva stessa. La strategia adottata è anche in questo caso quella del risparmio, cercando sconti o promozioni nei siti web o avvalendosi di piattaforme che comparano i vari prezzi (come ad esempio Booking o TripAdvisor). Come si può vedere dalla Figura 14, gli hotel di lusso (4-5 stelle) sono i preferiti dai ragazzi soprattutto tedeschi e britannici (36%), seguiti dagli hotel aventi un budget minore (ad esempio gli hotel 2-3 stelle, attestati attorno al 30%), dagli appartamenti affittati per brevi periodi, in questo caso per vacanze (16%), basti pensare a Airbnb, una piattaforma molto in voga tra i giovani, e dagli ostelli della gioventù (9%). Verranno presi con minore considerazione l'alloggio presso parenti o amici (6%) e il campeggio (4%). Inoltre, un'altra tipologia turistica

molto apprezzata dai giovani è la residenza universitaria, in quanto ritenuta molto sicura per un soggiorno studio all'estero. La sistemazione ricettiva si rivela molto ampia tra il target giovanile, includendo una vastità di opzioni, da scegliere a seconda del proprio budget e delle proprie esigenze. Infatti, i giovani non si sentono fidelizzati a una particolare catena alberghiera o ad uno specifico marchio di hotel, bensì le loro preferenze sono orientate sui principi in cui credono (ad esempio un hotel eco-friendly per l'attenzione alla sostenibilità, la residenza studentesca per poter fare amicizia ecc.). Le strutture, indipendentemente dalla loro tipologia, devono offrire servizi digitalizzati per i giovani ospiti: Wi-Fi gratuito (indispensabile per tutto il soggiorno), chiave magnetica, effettuare un check-in o check-out online, ordinare un servizio in camera, pagare con una carta di credito ecc.

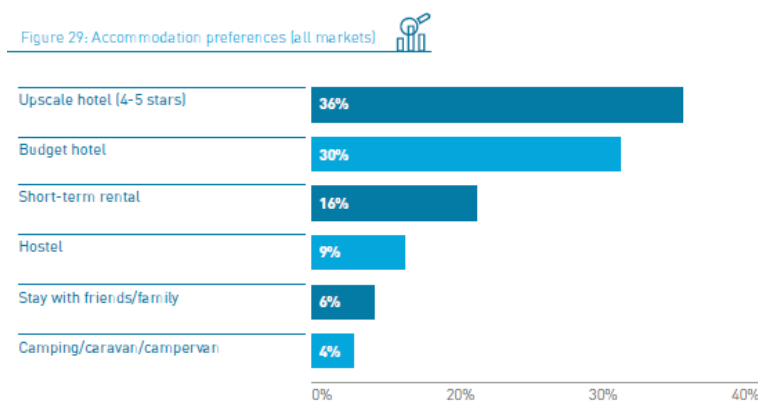


Figura 14: preferenze riguardo la tipologia di soggiorno. Fonte: European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf p. 42.

Anche per quanto riguarda, invece, il comparto della ristorazione, i giovani sono più propensi a scegliere locali economici, dato il budget limitato per sostentarsi, nonostante non rinuncino all'esclusività e al *comfort* della *location*, quale luogo rilassante, curato, visibilmente bello e poco affollato, preferibilmente dotato di uno spazio all'esterno e con una bella vista su un panorama. Oltre all'aspetto estetico del luogo, i giovani della Generazione Z sono sempre più curiosi ed avventurosi nel provare e sperimentare nuove tipologie di cibo e bevande, soprattutto locali, durante i loro viaggi in Paesi lontani, rispetto a quando si trovano a casa. Il loro approccio si rivela basato del tutto sull'autenticità, in quanto è una generazione che apprezza molto la ricerca della produzione locale insita alle tradizioni vere e proprie. Difatti, essa «*is the most diverse generation in terms of ethnicity and beliefs, and it is a generation which embraces different cultures and is curious about the distinctive elements of a destination. [...] Urban culture, the lifestyle of the locals, their cuisine and habits, together with local heritage and*

culture are aspects that strongly define places and can help travellers to quickly understand a destination» (ETC, 2020, p. 49). La gastronomia locale denota la vera cultura urbana e la peculiarità delle tradizioni territoriali. Soprattutto in questi ultimi anni, i giovani (informandosi preventivamente su ciò che mangeranno) sono spesso alla ricerca sia della cucina salutare, con una particolare attenzione verso il biologico, la qualità e la sostenibilità dei prodotti, che comprende i cibi vegetariani e vegani; sia della cucina orientale (come quella giapponese, cinese e thailandese) ed esotica (come quella messicana ed hawaiana raffigurata ad esempio nel *poke*). Infatti, il termine *food revolution* indica un vero e proprio cambiamento delle abitudini alimentari: temi centrali sono il consumo di prodotti a km zero e bio-veg, a discapito della carne, in calo per motivi etici e sociali. Viceversa, negli Stati Uniti la Generazione Z è più attratta a consumare un pasto nei fast food, che se da un lato si rivelano molto economici, dall'altro offrono cibi non salutari. Il turismo culinario giovanile rappresenta, dunque, un elemento distintivo, in quanto *«most destinations see the quality, diversity and distinctiveness of their gastronomic experience as one of the factors attracting a growing number of tourists»* (UNWTO-WYSE, 2016, p. 16). Inoltre, fotografare e postare il cibo sono diventati trend molto diffusi tra i social *«influencing the young tourist experience and an opportunity to brand a destination»* (UNWTO-WYSE, 2016, p. 16). Anche per il settore ristorativo la tecnologia è uno strumento molto utile per quanto riguarda le prenotazioni: nell'ultimo periodo si sono moltiplicati i servizi di consegna cibo a domicilio, accompagnati dalle App (ad esempio Deliveroo, Just Eat ecc.), che permettono di effettuare l'ordinazione e la consegna.

2.3 Domanda e offerta

Sulla base di quanto affermato precedentemente, la capacità demografica giovanile mondiale, le motivazioni, le scelte di viaggio e i singoli comportamenti di acquisto e di consumo della Generazione Z identificano tutti quegli elementi che confluiscono perfettamente all'interno della domanda turistica. Infatti, *« [...] , some of the world's most populous countries are also some of the most youthful. As a result, the current demographic structure of the world's population is likely to cause major changes in consumer travel demand as the world's youngest populations grow, become more affluent and begin to travel»* (ETC, 2020, p. 12). È, dunque, necessario valutare la domanda turistica attraverso le motivazioni e preoccupazioni che spingono i giovani ad intraprendere un viaggio, per poi capire come essa si evolverà negli anni a venire e quale impatto potrà avere sul turismo in Europa e nel resto del mondo (ETC, 2020).

Un altro fattore che ha inciso fortemente sulla domanda giovanile è la capacità di spesa differenziata, la quale ha determinato una crescita del peso economico in relazione alla domanda globale (Martinengo, Savoja, 1993). La domanda turistica risulta essere molto flessibile e variegata, in quanto i giovani, avendo più disponibilità di tempo libero e vincolati o meno da un lavoro, optano per soggiorni di un weekend, al mare, in montagna, nelle città d'arte, soggiorni più lunghi nei Paesi europei ed extraeuropei, soggiorni per lavoro ecc. rendendo così omogenea l'offerta turistica mondiale. Pertanto, la Generazione Z si prefigura come quella «*generation that will shape future travel demand*» (ETC, 2020, p. 12).

Parallelamente, le aziende turistiche cercano di definire le «modalità con cui il prodotto turistico viene offerto sul mercato e quindi come appare al consumatore nel processo di scelta» (Martinengo, Savoja, 1993, p. 41). L'offerta turistica giovanile e le strategie di vendita ad essa associate sono cambiate notevolmente nel corso degli anni, diventando sempre più dirette e mirate verso una clientela in continua evoluzione e sempre più esigente. L'offerta aziendale viene regolamentata dal cosiddetto *marketing mix*, ovvero quella metodologia che facilita il collegamento tra il prodotto e il desiderio del cliente, oltre a supportarne le decisioni, la pubblicità e la vendita, favorendone l'inserimento all'interno del mercato: se il modello tradizionale di marketing mix teorizzato da Jerome McCarthy era composto dalle 4 P (ovvero *Product, Price, Place, Promotion*); ora il marketing mix "moderno" ideato da Robert F. Lauterborn nel 1993 prevede le 4 C (*Customer value, Costs, Convenience, Communication*), andando così incontro alle nuove esigenze della Generazione Z. Con questo nuovo modello, il cliente viene messo al centro delle strategie di marketing e dei prodotti proposti dalle aziende turistiche. Questo processo favorisce enormi vantaggi sui bisogni dei nuovi acquirenti, corrispondenti all'individuazione del:

- valore del prodotto percepito dal cliente (*Customer value*);
- prezzo che il consumatore sarebbe disposto a pagare (*Costs*);
- modalità distributive più convenienti (*Convenience*);
- politica di comunicazione duratura (*Communication*).

Inoltre, secondo la classificazione proposta da The Light Canvas⁸¹, le 4 C devono rispettare una serie di requisiti, impartiti dai giovani stessi:

- *content*: un prodotto deve essere autentico, di qualità e soprattutto affascinante;

⁸¹ The Light Canvas, *Il turismo dei Millennials (e della Generazione Z)*, 2020, <https://www.thelightcanvas.com/il-turismo-dei-millennials-e-della-generazione-z/>

- *convenience*: il prezzo deve essere conveniente, trasparente e commisurato in base alla reale qualità del prodotto. Questo è reso possibile grazie al confronto dei vari prezzi, presenti su più canali di distribuzione;
- *community*: l'acquisto del prodotto viene indotto per mezzo della persuasione di *bloggers* e *influencers* presenti sui social media;
- *curate environment*: la vendita si contraddistingue per la sua flessibilità nel coniugare il mondo digitale a quello fisico, abolendo in questo modo i vincoli temporali e spaziali.

In questo modo, coinvolgendo i clienti in tutte le fasi del processo, le aziende sono in grado di aumentare la probabilità di successo del loro prodotto o del loro servizio. Il mercato turistico costituisce, quindi, il luogo d'incontro tra la domanda e l'offerta, determinando una stabilità solida tra produttore e consumatore.

2.4 L'impatto economico

«Youth tourism is increasingly being recognized among key stakeholders due to its positive social and economic impacts»

(Perdomo, UNWTO-WYSE, 2016, p. 8)

Considerando il turismo come paniere di consumo, «i giovani sono un segmento rivelante per il mercato turistico sulla base di due aspetti intrinseci alla loro condizione: la disponibilità di tempo e la propensione allo spostamento» (Martinengo, Savoja, 1993, p. 41). Come abbiamo potuto riscontrare fin da subito, i giovani, sempre più propensi a viaggiare, incrementano grande parte del flusso turistico mondiale, favorendo al tempo stesso le economie locali. Analizzando in primo luogo il fenomeno turistico giovanile su scala nazionale, i dati dell'Istat della Tabella 3, riconducibili soltanto agli anni 2019 e 2020, mostrano quali sono state le tendenze di viaggio del segmento "giovani" (relativamente alla fascia d'età 15-24 anni e 25-34 anni) e i loro relativi arrivi turistici in Italia. Come si può notare, i viaggi giovanili nel 2020 risultano totalmente dimezzati rispetto al 2019, a causa delle restrizioni dovute dalla pandemia. Il turismo giovanile in Italia è orientato principalmente verso le località balneari e le città d'arte, grazie ad un maggiore interesse nei confronti del patrimonio culturale italiano e agli eventi, capaci di attrarre i giovani stranieri.

[Dataset: Viaggi per caratteristiche del viaggiatore](#)

Tipo Dato		viaggi (migliaia)				
Selezione periodo		2019				
Tipo di viaggio		vacanza breve (1-3)	vacanza lunga (4 o più)	viaggio di vacanza	viaggio di lavoro	tutti i tipi di viaggio
maschi	15-24 anni	1631	1688	3319	87	3406
	25-34 anni	1741	1501	3242	605	3847
	totale	14201	17001	31202	5990	37192
femmine	15-24 anni	1300	1593	2893	122	3014
	25-34 anni	2135	1853	3988	436	4424
	totale	14008	18257	32265	1797	34062
totale	15-24 anni	2931	3281	6212	209	6421
	25-34 anni	3875	3354	7229	1041	8271
	totale	28208	35258	63467	7788	71254

Dati estratti il 04 Apr 2022 14:35 UTC (GMT) da I.Stat

2020					
vacanza breve (1-3)	vacanza lunga (4 o più)	viaggio di vacanza	viaggio di lavoro	tutti i tipi di viaggio	
748	855	1603	92	1695	
867	897	1764	244	2007	
7619	9475	17093	1674	18767	
904	966	1870	68	1938	
1123	1154	2278	344	2621	
7876	10055	17931	829	18760	
1652	1821	3473	160	3633	
1990	2051	4041	587	4629	
15495	19530	35024	2503	37527	

Tabella 3: elaborazione personale viaggi giovanili in Italia (2019-2020).
 Fonte: Istat, Cultura, Comunicazione e Viaggi, "Viaggi per caratteristiche del viaggiatore - Viaggi (migliaia)",
https://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCCV_VIAGGI_RES

Per quanto riguarda la panoramica turistica internazionale, L'OMT nel 2009 stimò che gli arrivi internazionali giovanili risultavano circa 190 milioni, ipotizzando nel 2020 un'impressionante crescita pari a 370 milioni con una spesa totale di 400 miliardi di dollari (senza poter prevedere l'avvento della pandemia da Covid-19, che per l'intero anno avrebbe coinvolto tutto il mondo e stravolto gli assetti turistici). Secondo i numeri aggiornati dalla WYSE Travel Confederation al 2022, i giovani viaggiatori sono circa 336 milioni, rappresentando oltre il 23% degli arrivi internazionali, con una spesa media di viaggio pari a € 2867, per un totale di 333 miliardi di dollari di entrate turistiche⁸². L'ex segretario generale dell'OMT, Taleb Rifai, affermò che: «*this growth represents tremendous socioeconomic opportunities for local communities as youth travellers stimulate local tourism businesses, foster closer social interaction with host populations and champion environmental protection. Youth people, recognized by the United*

⁸² Traduzione personale inglese-italiano del sito web WYSE Travel Confederation, *Facts and Stats*, <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/>

Nations as a major force for development and social change, have the potential to drive sustainable development in tourism sector» (Rifai, UNWTO-WYSE, 2016, p. 5; 58).

Il contributo economico che il turismo giovanile è in grado di dare ai singoli Stati e al mercato internazionale, in quanto rappresentate della crescita futura dell'intera industria turistica, deriva da una serie di benefici⁸³:

1. i viaggi giovanili sono di alto valore: anche se il loro budget è limitato, molto è il loro tempo a disposizione. Il segreto sta nell'attingere le risorse economiche dai loro genitori oppure lavorando presso le destinazioni turistiche, così da guadagnare denaro e metterlo da parte per i loro futuri viaggi. Inoltre, i giovani viaggiatori ritornano spesso nei luoghi che hanno visitato precedentemente, trascorrendoci più tempo rispetto a un tipico turista. Le destinazioni, quindi, beneficiano del cosiddetto «*lifetime value*».
2. I mercati giovanili sono resilienti: i giovani e intrepidi viaggiatori amano le sfide, tanto da non farsi nemmeno intimorire di fronte a problemi economici, sanitari e disordini politici concernenti il Paese di origine o la destinazione di arrivo. Tuttavia, possono approfittare di questi periodi di stallo per prendersi un anno sabbatico o per fare qualche esperienza all'estero. Prendendo come riferimento la crisi economica del 2008, il settore turistico giovanile ha visto una lieve diminuzione degli arrivi e delle partenze, ma, a differenza del turismo tradizionale, si è riassetato più velocemente.
3. I giovani viaggiatori spendono i loro soldi direttamente nelle comunità locali: secondo la WYSE Travel Confederation, i giovani spendono circa il 60% del loro budget di viaggio nella destinazione. Infatti, come affermato anche nei paragrafi precedenti, tra le motivazioni al viaggio rientrano l'interazione con la popolazione locale e l'esperienza di vita quotidiana in un altro paese. Questo avvicinamento verso il "locale" porta ad avere un contatto diretto con le comunità, in termini economici, sociali e culturali. Un perfetto esempio lo si può riscontrare nel turismo scolastico, in quanto il contributo economico degli studenti internazionali consente di sostenere il sistema educativo locale.
4. I giovani viaggiatori sono guidati da uno scopo: il passaggio dai viaggi di piacere a forme più mirate ed attive ha significato una chiara tendenza dei giovani verso questo particolare segmento di mercato. I viaggi studio all'estero, per lavoro, di volontariato

⁸³ Classificazione proposta dal UNWTO-WYSE, *Global Report on the Power of Youth Travel*, 2016, https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report_Power-of-Youth-Travel_2016.pdf

ecc. contribuiscono sia allo sviluppo personale sia all'impatto positivo sulla destinazione stessa.

5. I giovani danno contributi importanti ad altri settori: i viaggi per studio e per lavoro risultano molto trasversali, tanto da coinvolgere sempre di più altri settori turistici e non.
6. I giovani attirano gli altri verso una destinazione: far visita al proprio figlio in Erasmus, alla casa al mare degli amici ecc. sono forme di viaggio che alimentano il turismo verso quella determinata destinazione.

L'impatto economico non concerne solamente la capacità di spesa giornaliera o delle singole categorie di mercato, ma trova le sue implicazioni anche in soggiorni più lunghi, nell'usufruire i servizi locali, nel ritorno e nell'attrarre altri viaggiatori. Pertanto, *«the youth population will not significant increase in upcoming years but youth travelling will increase as they access more disposable income and travel becomes increasingly affordable»* (UNWTO-WYSE, 2011, p. 8).

2.5 Il turismo giovanile nell'era del Covid-19

La fioritura del settore turistico si è bruscamente interrotta da febbraio 2020 e nel corso dell'intera annata a causa della pandemia da Covid-19. Essa ha determinato da una parte un'intensa flessione dei flussi turistici nazionali ed internazionali, e dall'altra la perdita del fatturato aziendale e delle posizioni lavorative: una crisi turistico-economica senza precedenti.

L'impatto devastante su tutto il settore turistico si è risentito soprattutto in Italia, Paese ad alta vocazione turistica: secondo l'indagine dell'Istat⁸⁴, 37 milioni e 527 mila sono stati i viaggi dei residenti in Italia nel 2020, con un calo delle vacanze e dei viaggi di lavoro pari al -44,8% e al -67,9% rispetto al 2019. Lo shock della domanda turistica si è riscontrato anche nei viaggi all'estero, con un crollo pari al -80%. Per l'OMT si tratta di una *«unprecedented fall of international tourism»*⁸⁵: nel 2020 gli arrivi internazionali si sono attestati attorno al -74%, ovvero con un totale di 381 milioni rispetto al 1,5 miliardi (+4%) del 2019. Le entrate turistiche internazionali hanno subito perdite di circa 1,3 trilioni di dollari. Contestualmente, il 27% delle destinazioni mondiali ha mantenuto chiusi i propri confini al turismo internazionale, introducendo restrizioni di viaggio. Se gli arrivi e le presenze turistiche si sono praticamente

⁸⁴ Istat, *Viaggi e vacanze in Italia e all'estero -anno 2020*, https://www.istat.it/it/files/2021/04/Report_viaggiVacanze_2020.pdf

⁸⁵ United Nations World Tourism Organisation, *Covid-19 and Tourism*, <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>

azzerate tra il 2020 e il 2021, l'OMT afferma che il turismo internazionale non tornerebbe ai livelli pre-pandemici prima del 2023 (Figura 15). Infatti, il segretario dell'OMT, Zurab Pololikashvili, ha definito la crisi da Covid-19 come: «*an opportunity to rethink the tourism sector and its contribution to the people and planet; an opportunity to build back better towards a more sustainable, inclusive and resilient tourism sector that ensure the benefits of tourism are enjoyed widely and fairly*»⁸⁶.

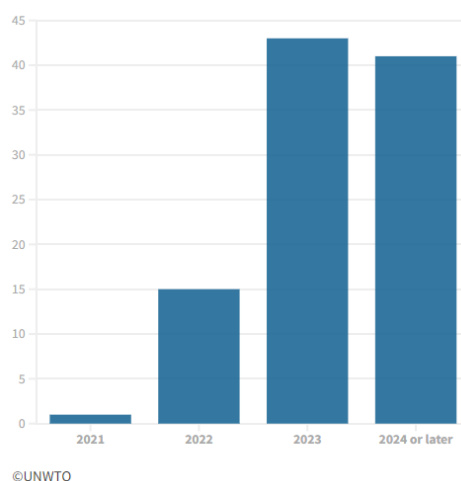


Figura 15: il futuro del turismo internazionale post Covid-19.

Fonte: UNWTO, Covid-19 and tourism,

<https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>

Anche se la reperibilità di fonti ufficiali riguardo il segmento turistico giovanile pandemico e post-pandemico risulta pressoché nulla, l'OMT afferma che i viaggiatori più giovani sono stati i più resilienti, ovvero gli unici a mantenere la ripresa dell'intero settore, rispetto ai viaggiatori adulti e pensionati, non propensi a viaggiare durante il Covid-19. Questo cambiamento demografico e comportamentale sarà determinante per i futuri assetti turistici internazionali. Oltre a quanto affermato precedentemente⁸⁷, un'interessante analisi statistica ed economica è stata presentata a giugno 2020 dalla WYSE Travel Confederation sul fenomeno degli «*educational and cultural exchange travels*»⁸⁸, in quanto preoccupata dell'impatto pandemico sul futuro dei viaggi di giovani e studenti. Come si può notare dalla Figura 16, rispetto a tutto il settore turistico giovanile, i programmi di scambio culturale ed educativo hanno

⁸⁶ Pololikashvili, UNWTO, Covid-19, <https://www.unwto.org/tourism-covid-19>

⁸⁷ Vedasi paragrafo 1.3.4 *I giovani: tra Covid-19 e guerra*.

⁸⁸ L'indagine della WYSE Travel Confederation dal titolo «*Covid-19 Travel Business Impact Series*», realizzata tra il 5 e 15 giugno 2020 con un questionario in inglese via web, ha raccolto 373 risposte da 82 Paesi. Ha visto rispondere anche organizzazioni specializzate nel turismo giovanile e membri di associazioni. Il focus dell'indagine verterà attorno ai programmi di scambio educativo e culturale dei ragazzi durante la pandemia da Covid-19.

WYSE Travel Confederation, Covid-19 Travel business impact series -June 2020, https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2020/09/WYSE_COVID-19_Travel_Business_Impact_Series_June.pdf

riscontrato una minor perdita. Se a maggio e a giugno 2020 si è avvertito un brusco calo della domanda generale (-70% e -62%), il settore dell'istruzione è rimasto tale al -56%.

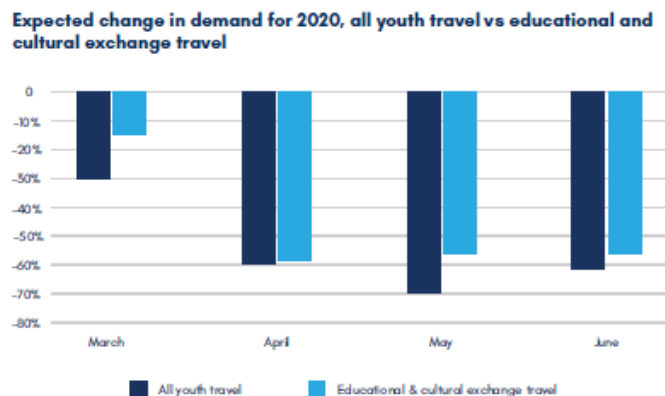


Figura 16: il cambiamento della domanda nel 2020: turismo giovanile vs programmi di scambio culturale ed educazionale. Fonte: WYSE Travel Confederation, Covid-19 Travel business impact series -June 2020, https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2020/09/WYSE_COVID-19_Travel_Business_Impact_Series_June.pdf p. 6.

Secondo la Figura 17, la domanda nel 2020 è cambiata notevolmente anche nella scelta tra le varie tipologie di programmi turistici giovanili (ad esempio programmi linguistici ed educazionali, tirocini o esperienze di lavoro, volontariato, campi estivi ecc.).

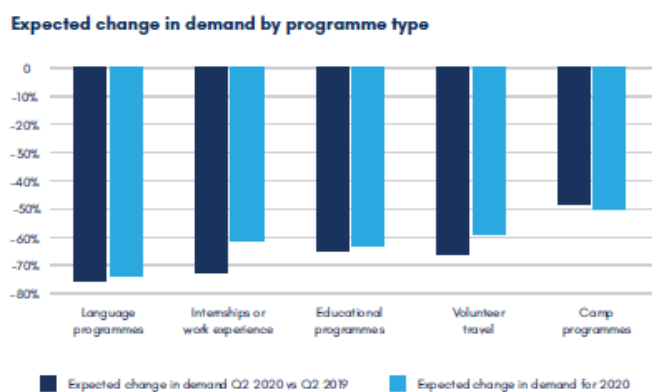


Figura 17: cambiamento della domanda per tipologia di programmi (2019-2020). Fonte: WYSE Travel Confederation, Covid-19 Travel business impact series -June 2020, https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2020/09/WYSE_COVID-19_Travel_Business_Impact_Series_June.pdf p. 7.

Per quanto riguarda il settore business dei viaggi giovanili, le aziende attive hanno incentivato la propria ripresa nella prima metà (44%) e nella seconda metà (28%) del 2021. Anche se i numeri del settore turistico giovanile non ritorneranno gli stessi del 2018 e 2019, dal 2022 si prospetta una lenta e graduale ripresa, dettata anche dal fatto che i giovani sono sempre in continuo movimento, non facendosi scappare le numerose opportunità che offre il contesto internazionale.

CAPITOLO 3

3. LE VACANZE STUDIO “ESTATE INPSIEME ESTERO”

Le vacanze studio *Estate INPSieme Estero* rappresentano una particolare frontiera del turismo giovanile non ben conosciuta tra la *Generazione Z*, né tantomeno ancora affrontata dalla letteratura scientifica. Tuttavia, esse stanno ricoprendo un ruolo rilevante nelle scene turistiche internazionali. Infatti, interessante è la loro organizzazione, capace di coniugare all'interno di un unicum turistico tre concezioni caratterizzanti: il punto di vista del cliente (ovvero la domanda turistica), individuato nelle motivazioni dei giovani e dei genitori che spingono ad intraprendere questi soggiorni all'estero; il punto di vista aziendale (ovvero l'offerta turistica), rappresentato dai tour operator che propongono i propri pacchetti turistici, utilizzando strumenti digitali per la comunicazione e strategie di marketing, al fine di incentivare i potenziali clienti all'acquisto e al consumo; il tutto coeso dall'intervento statale (individuato nell'INPS, quale ente erogatore del servizio) che garantisce l'iniziativa attraverso la pubblicazione del bando di concorso e i finanziamenti per l'intero viaggio. Pertanto, il settore pubblico, privato e la cittadinanza saranno coinvolti all'interno di questo processo turistico.

3.1 Che cos'è una vacanza studio?

La vacanza studio all'estero rappresenta una delle esperienze più formative per i ragazzi. Prima di andare nello specifico, è importante precisare che non esiste una definizione univoca di “vacanza studio”, bensì la si può ritrovare all'interno di concetti più generali precedentemente delineati da organismi nazionali ed internazionali, partendo dal presupposto che gli elementi comuni riguardano il carattere ludico (“vacanza”), pedagogico (“studio”) ed internazionale (“estero”). Infatti, si può parlare di *edutainment*, un neologismo nato dalla fusione delle parole inglesi “*education*” ed “*entertainment*”, concernente l'intrattenimento educativo.

L'OMT definisce il turismo culturale come: «una rappresentazione di tutti gli spostamenti di persone, derivati da scopi culturali come: le vacanze studio, la partecipazione a spettacoli dal vivo, festival, eventi culturali, le visite a siti archeologici e monumenti, i pellegrinaggi. Il turismo culturale, quindi, riguarda anche il piacere di immergersi nello stile di vita locale e in

tutto ciò che ne costituisce l'identità e il carattere»⁸⁹. Come si può osservare, la definizione di turismo culturale ingloba quella di *vacanza studio*, in quanto l'approccio risulta per lo più basato su un'esperienza formativa come l'apprendimento di una lingua straniera e il contatto con le diversità territoriali. La rappresentazione turistico-culturale è quindi insita alle vacanze studio.

La WYSE Travel Confederation, invece, chiarisce due concetti vicini alla vacanza studio: «*language travel*» come «*youth and student travel with the purpose of learning a language abroad*»⁹⁰ e «*student travel*» ossia «*youth travel undertaken by young people in full-time education*»⁹¹. Quest'ultimo «*is now being recognised as an increasingly important economic driver and the mobile and flexible workforce supplied by young travellers is becoming almost irreplaceable in some parts of the world*» (UNWTO-WYSE, 2011, p. 8).

Parallelamente, Bertil Hult⁹² inventò nel 1965 il concetto di vacanza studio: organizzando un soggiorno studio per un gruppo di studenti svedesi a Brighton, in Inghilterra, egli capì che l'immersione linguistica stava nell'apprendere la lingua inglese direttamente nel paese di origine.

Dal punto di vista nazionale, se da una parte Treccani definisce il *viaggio studio* come «viaggio scolastico o formativo in città d'arte e di cultura»⁹³; dall'altra si riscontrano definizioni più generali solitamente presenti nelle pagine web dei tour operator, atte a far comprendere alla Generazione Z (quale target di riferimento) le proprie proposte di viaggio. Il turismo linguistico, in questo caso, appare ben correlato: interagire in lingua straniera e migliorarne le proprie competenze e *soft skills* in un ambiente *native-speaker* aiuta i ragazzi adolescenti a ricorrere a nuovi stimoli relazionali ed esperienziali, attornati da un contesto sempre più multietnico e interculturale. Puntare a livello turistico sui giovani e studenti significa credere nelle loro capacità professionali. Di fronte alla miriade di vacanze studio offerte per lo più dal settore privato, è importante focalizzare l'attenzione sul ruolo che il settore pubblico ha all'interno dei soggiorni all'estero.

⁸⁹ Osservatorio Nazionale del Turismo, *Glossario del Turismo*, <http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/glossario/glossario.html?lettera=T>

⁹⁰ WYSE Travel Confederation, *Definitions*, <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/definitions/>

⁹¹ WYSE Travel Confederation, *Definitions*, <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/definitions/>

⁹² Bertil Hult è un miliardario svedese, nonché fondatore di un noto tour operator mondiale specializzato nell'organizzazione delle vacanze studio all'estero.

⁹³ Treccani, *Viaggio studio*, [https://www.treccani.it/vocabolario/viaggio-studio_%28Neologismi%29/#:~:text=viaggio%2Dstudio%20\(viaggio%20studio%2C,approfondimento%20delle%20proprie%20conoscenze%20specialistiche.](https://www.treccani.it/vocabolario/viaggio-studio_%28Neologismi%29/#:~:text=viaggio%2Dstudio%20(viaggio%20studio%2C,approfondimento%20delle%20proprie%20conoscenze%20specialistiche.)

3.2 Il ruolo del “Credito Welfare Dipendenti Pubblici”

Negli ultimi anni, il *welfare state* italiano ha svolto e svolge tuttora un ruolo decisivo nelle politiche pubbliche. Tra le diverse iniziative, all’INPS (Istituto Nazionale di Previdenza Sociale) viene in particolare dato il compito di promuovere e finanziare il settore turistico giovanile su base formativa. Infatti, l’ente si occupa in questo campo di gestire le prestazioni creditizie e sociali (come corsi di lingua, soggiorni e borse di studio), attraverso la pubblicazione di bandi di concorso e l’assegnazione di contributi economici, a favore di particolari categorie, individuate nel “Credito Welfare Dipendenti Pubblici”. Questi servizi (inizialmente dell’INPDAP, ma successivamente assorbiti dall’INPS⁹⁴) sono rivolti agli iscritti, utenti e pensionati della «Gestione Dipendenti Pubblici, della Gestione Assistenza Magistrale e della Gestione ex IPOST»⁹⁵ e ai loro familiari. Difatti, l’INPS per l’erogazione si basa sul regolamento del Decreto Ministeriale 28 luglio 1998 n. 463, concernente le norme per la «gestione unitaria delle prestazioni creditizie e sociali» che regola all’articolo 1 «l’ammissione in convitto, nei centri vacanza estivi in Italia e alle vacanze studio all’estero dei figli e degli orfani degli iscritti»⁹⁶ (punto C) e «il conferimento di borse di studio in favore dei figli e degli orfani degli iscritti»⁹⁷ (punto D).

Si tratta di servizi molto interessanti per i figli ed orfani (in qualità di giovani e studenti), i quali possono beneficiare di una vacanza studio, avendo un genitore dipendente o pensionato della Pubblica Amministrazione. A differenza del settore turistico privato, dove i costi di un viaggio studio possono risultare elevati, queste prestazioni fornite dall’INPS garantiscono la copertura parziale o totale del soggiorno in base al reddito familiare.

A seconda della fascia d’età e del livello di istruzione, l’INPS (per soddisfare appieno tutte le esigenze sociali) finanzia e offre varie tipologie di programmi a supporto del turismo giovanile e della terza età, ma anche borse di studio concernenti il merito scolastico e accademico. Tra questi ricordiamo:

- vacanze studio *Estate INPSieme Estero* (ex Valore Vacanza INPDAP)⁹⁸;

⁹⁴ L’INPDAP (ovvero l’Istituto Nazionale di Previdenza per i Dipendenti dell’Amministrazione Pubblica) regolava le funzioni previdenziali per i dipendenti pubblici. Venne soppresso con il Decreto Legge 6 dicembre 2011, n. 201 e successivamente confluito nell’INPS.

⁹⁵ INPS, *Accesso ai servizi di welfare*, <https://www.inps.it/prestazioni-servizi/accesso-ai-servizi-di-welfare>

⁹⁶ Gazzetta Ufficiale, *Decreto* 28 luglio 1998, n. 463, <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1999/01/08/098G0514/sg>

⁹⁷ Gazzetta Ufficiale, *Decreto* 28 luglio 1998, n. 463, <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1999/01/08/098G0514/sg>

⁹⁸ Vedasi paragrafo 3.3 *Il bando di concorso “Estate INPSieme Estero”*.

- vacanze studio *Estate INPSieme Italia* (ex Valore Vacanza INPDAP): soggiorni tematici ed estivi di otto o quindici giorni presso una destinazione turistica italiana a favore degli studenti della scuola primaria e secondaria di primo grado. Le attività e i laboratori sono finalizzati all'apprendimento dello sport, arte, lingua, ambiente, scienza e tecnologia;
- programma ITACA: permette agli studenti della scuola secondaria di secondo grado di frequentare un intero anno scolastico all'estero, o parte di esso, vivendo presso una famiglia ospitante. Gli istituti italiani convalideranno le materie e i voti grazie agli accordi presi con il MIUR;
- bando *Corso di lingue all'estero*: lo studente del terzo, quarto o quinto anno di una scuola secondaria di secondo grado ha la possibilità di frequentare durante l'estate un corso di lingua nel Paese straniero con una durata tra le tre e cinque settimane, finalizzato a sostenere l'esame per la certificazione linguistica (livello B2, C1 o C2);
- soggiorni *Estate INPSieme Senior*: si tratta di soggiorni turistici di otto o quindici giorni presso località montane, marine, termali o culturali italiane, offerti ai pensionati in qualità di ex dipendenti pubblici;
- borse di studio *Supermedia*: bando di concorso che permette di assegnare borse studio per la promozione alle classi successive nella scuola secondaria di secondo grado e per il conseguimento del titolo di studio nella scuola secondaria di primo e di secondo grado;
- borse di studio ITS: attraverso un bando di concorso, gli studenti fuori sede possono beneficiare di una borsa studio per la frequenza di Istituti Tecnici Superiori (ITS);
- borse di studio universitarie e Master: il primo bando di concorso riserva borse studio agli studenti frequentanti corsi universitari di laurea e di specializzazione post-lauream; mentre il secondo assegna contributi agli studenti iscritti ai Master universitari di I e di II livello e ai corsi universitari di perfezionamento;
- borse di studio per i convitti nazionali e per i collegi universitari: la prima borsa assegna un sostegno economico agli studenti della scuola primaria, di primo e secondo grado frequentanti un convitto nazionale o un educando statale; la seconda, invece, prevede dei contributi agli studenti fuori sede che soggiornano presso le residenze universitarie accreditate dall'INPS.

L'INPS, per erogare le borse studio scolastiche e universitarie e i contributi per le vacanze studio, stila una graduatoria nazionale basata sulla media dei voti raggiunta dallo studente o dal voto finale e sull'ISEE del nucleo familiare. Anche se lo studente universitario non può

beneficiare della partecipazione alle vacanze studio all'estero (ormai considerato maggiorenne e autonomo), l'INPS dà loro attenzione attraverso sovvenzioni economiche per premiare il loro merito accademico.

Tra le diverse iniziative turistiche dell'INPS sopraelencate, prenderemo in considerazione le vacanze studio *Estate INPSieme Estero*⁹⁹ (con particolare focus dall'anno 2019 al 2022), le quali, trovando la sua perfetta concettualizzazione nel fenomeno turistico giovanile, costituiscono quel sano rapporto tra viaggio, studio e amicizia.

Verrà descritta un'ipotetica vacanza studio in tutti i suoi aspetti (bando, pacchetto turistico e rapporti intercorsi con i tour operator), senza alcun specifico riferimento di tipo personale o aziendale.

3.3 Il bando di concorso “*Estate INPSieme Estero*”

L'INPS pubblica ogni anno sul sito internet www.inps.it (nella sezione “Bandi nuovi”) e sui social network, il presente bando di concorso (scaricabile e consultabile in pdf¹⁰⁰), apportando sempre alcuni cambiamenti normativi e strutturali, anche se le caratteristiche generali (indipendentemente dall'anno di uscita) rimangono invariate.

Generalmente, si tratta dell'erogazione di contributi per i soggiorni studio all'estero, riservati esclusivamente agli «figli o orfani ed equiparati¹⁰¹»:

- dei dipendenti e dei pensionati della pubblica amministrazione iscritti alla Gestione unitaria delle prestazioni creditizie e sociali;
- dei pensionati utenti della Gestione Dipendenti Pubblici;
- degli iscritti alla Gestione Fondo IPOST» (Vittimberga, 31 marzo 2022, p. 1).

In questa classificazione, infatti, si possono riscontrare tre tipologie di soggetti concorrenti al bando: il titolare del diritto (ossia il lavoratore o pensionato dipendente pubblico); il

⁹⁹ Si tratta di un'iniziativa proposta esclusivamente dallo Stato italiano per gli studenti italiani, i quali trascorreranno una vacanza studio all'estero. Non si è a conoscenza di programmi simili realizzati nei Paesi stranieri.

¹⁰⁰ Ad esempio [Bando_Estate_INPSieme_estero_e_vacanze_tematiche_2022.pdf](https://www.inps.it/Welfare/wfDownload.aspx?IDAllegato=283)
<https://www.inps.it/Welfare/wfDownload.aspx?IDAllegato=283>

¹⁰¹ Sono considerati equiparati ai figli legittimi, i figli adottivi, i figli di genitori non coniugati, gli affiliati, i figli nati dal precedente matrimonio dell'altro coniuge, tutti regolarmente affidati. Sono equiparati agli orfani, invece, i figli inabili ad attività lavorative.

beneficiario, ovvero il figlio, orfano o equiparato del titolare del diritto (quale familiare dell'iscritto), riconosciuto come studente frequentante una scuola secondaria di secondo grado; e il richiedente che, in qualità di titolare del diritto, tutore, l'altro genitore o coniuge del titolare, in caso di decesso di quest'ultimo, e risultante iscritto in banca dati¹⁰², presenta attraverso la propria area riservata, *MyINPS*, la domanda di partecipazione al concorso (Vittimberga, 31 marzo 2022).

La finalità del bando di concorso (ex Valore Vacanza INPDAP) è quella di offrire la possibilità agli studenti della scuola secondaria di secondo grado (dal primo al quinto anno) di poter partecipare ai soggiorni studio all'estero in formula *all inclusive*, previsti in Paesi europei ed extraeuropei presso le loro strutture quali campus e college, con una durata di quindici giorni e quattordici notti ed effettuati durante la stagione estiva (indicativamente nei mesi di giugno, luglio e agosto, con rientro massimo ai primi di settembre). L'obiettivo del soggiorno è lo studio della lingua straniera del Paese ospitante, anche attraverso attività culturali ed escursioni. In quanto studenti minorenni, queste vacanze vengono svolte interamente in gruppo, sotto la supervisione di personale qualificato. Si tratta di una delle tipologie di viaggio tra le più amate dagli studenti, in quanto la durata del soggiorno (né troppo lunga, né troppo corta) permette di vivere appieno il Paese ospitante in termini culturali e ricreativi. Inoltre, il bando *Estate INPSieme Estero* è incompatibile con il bando ITACA e il bando *Corso di lingue all'estero*, relativo alla partecipazione nel medesimo anno scolastico.

Ogni anno l'INPS riconosce un totale di circa 20.000 contributi (in base al grado scolastico e alla Gestione di appartenenza), con ciascun importo massimo di € 2.000. Tale importo coprirà totalmente o parzialmente (calcolabile sull'ISEE) i costi relativi all'intero soggiorno, equiparati ad un singolo pacchetto turistico, da scegliersi esclusivamente tra quelli conformi al bando di concorso, ovvero presenti fra il catalogo pubblicato sul sito INPS.

Ai fini della graduatoria, che sarà stilata a livello nazionale indipendentemente dalla tipologia di ordine e indirizzo scolastico di appartenenza, è necessario essere in possesso dei requisiti minimi di partecipazione al bando: essere uno studente frequentante le scuole superiori e aver presentato l'attestazione ISEE¹⁰³. Nel primo caso, sono ammessi gli studenti delle superiori

¹⁰² Solitamente i titolari del diritto (ovvero i dipendenti pubblici) risultano già iscritti in banca dati. In caso contrario, dovranno compilare il modulo di richiesta per tale iscrizione (dal sito www.inps.it "Modulo AS150") e inviarlo telematicamente alla sede provinciale INPS di competenza territoriale.

¹⁰³ L'ISEE (Indicatore della Situazione Economica Equivalente) è un indicatore che consente di valutare e confrontare la situazione economica delle famiglie, che richiedono una prestazione sociale. L'attestazione viene rilasciata dall'INPS.

(promossi alla classe successiva) che non abbiano compiuto 20 anni, e fino ai 23 anni per gli studenti disabili (ai sensi della legge 104/92 art. 3), adottati o invalidi civili al 100% (Vittimberga, 31 marzo 2022). Mentre sono esclusi gli studenti che non hanno ottenuto la promozione. Tutti i vincitori dovranno attenersi alle regole di comportamento adottate dal bando, dai tour operator e dalle strutture ospitanti straniere. In caso di violazioni di legge, danni arrecati a cose o persone, o atteggiamenti non consoni alla vita comunitaria, lo studente sarà rimpatriato con oneri a carico della famiglia. Nel secondo caso (e come avviene ormai per la richiesta di tutte le borse di studio), il richiedente la prestazione deve presentare la Dichiarazione Sostitutiva Unica (DSU) ai fini dell'attestazione l'ISEE ordinaria (relativa all'anno solare) del proprio nucleo familiare. L'ISEE non deve contenere omissioni o difformità, pena l'esclusione dal concorso. In caso di mancata presentazione dell'ISEE, verrà attribuito al richiedente il punteggio con fascia massima. Al momento della domanda, l'INPS lo acquisisce automaticamente d'ufficio. L'ISEE è un documento molto importante, poiché l'INPS attribuirà in maniera percentuale la copertura parziale o totale del costo del pacchetto del soggiorno studio a carico dell'ente e il restante importo a carico della famiglia (Tabella 4). Per quest'ultimo aspetto, l'INPS consente il pagamento anche con il bonus cultura 18App, valevole per le vacanze studio all'estero. In questo modo, i ragazzi possono pagarsi il viaggio con il loro denaro, senza dover gravare sulla famiglia.

Valore ISEE del nucleo familiare di appartenenza	Percentuale di riconoscimento rispetto al valore massimo erogabile
fino ad €. 8.000,00	100%
da €. 8.000,01 ad €. 16.000,00	95%
da €. 16.000,01 ad €. 24.000,00	90%
da €. 24.000,01 ad €. 32.000,00	85%
da €. 32.000,01 ad €. 40.000,00	80%
da €. 40.000,01 ad €. 48.000,00	75%
da €. 48.000,01 ad €. 56.000,00	70%
da €. 56.000,01 ad €. 72.000,00	65%
da €. 72.000,01 o in caso di mancata rilevazione di valida DSU alla data di inoltro della domanda di partecipazione al concorso	60%

Tabella 4: importo del contributo e modalità di erogazione relativi agli anni 2019-2022 (art. 10 del bando Estate INPSieme Estero).

Fonte: Bando_Estate_INPSieme_estero_e_vacanze_tematiche_2022.pdf
<https://www.inps.it/Welfare/wfDownload.aspx?IDAllegato=283>

Circa dopo qualche settimana dalla pubblicazione del bando, l'INPS attiva nell'area riservata, la procedura per compilare la domanda di partecipazione: questo per dare tempo al richiedente di leggere attentamente il bando, di essere in possesso di tutti i requisiti (vedi l'ISEE), di

visionare i pacchetti turistici, di entrare in contatto con i tour operator ecc. Generalmente, dopo aver inserito lo SPID¹⁰⁴ (che ha sostituito dal 1° ottobre 2021 il PIN dispositivo) il richiedente dovrà compilare telematicamente la domanda dall'area personale (sezione Domanda e “Accedi al servizio”, Figura 18) seguendo le istruzioni riportate dal bando e adempiendo alle relative scadenze. Si presenta con una procedura guidata e “a campi”, anche se l’inserimento di alcune voci può risultare complesso e macchinoso. La domanda inviata e protocollata potrà essere poi consultata sia nella sezione “Visualizza domande inserite” sia in “Segui iter domanda” per visualizzare lo stato di avanzamento.



Figura 18: schermata di accesso e inserimento della domanda di partecipazione.
Fonte: area personale <https://www.inps.it/prestazioni-servizi/servizio/2554>

Sul sito web www.inps.it l'INPS pubblica i nomi dei vincitori in quattro graduatorie relative alla Gestione di appartenenza, ciascuna delle quali con i seguenti criteri: trattandosi di un ente previdenziale, verrà data precedenza assoluta agli studenti orfani, equiparati e disabili (legge 104/92, invalidità civile al 100% o il possesso della certificazione BES o DSA). In secondo luogo, verrà scelto lo studente con media scolastica maggiore, colui che non ha mai usufruito del beneficio negli anni precedenti o lo studente di età anagrafica maggiore. Inoltre, gli studenti verranno graduati per ordine decrescente in base alla media matematica dei voti o al voto finale e al punteggio corrispondente alla propria fascia ISEE.

Successivamente, gli adempimenti del bando di concorso prevedono la stipulazione del contratto tra tre parti: il richiedente vincitore, il fornitore del servizio turistico e l'INPS. Se da una parte, il privato cittadino sottoscrive il contratto con il tour operator per l'acquisto del pacchetto turistico da lui scelto (comprendente di assicurazione obbligatoria civile, medica e per annullamento) e richiede all'INPS di eseguire il pagamento della somma in favore del terzo

¹⁰⁴ Con lo SPID (Sistema Pubblico di Identità Digitale) gli utenti possono accedere ai servizi online della Pubblica Amministrazione.

(Vittimberga, 31 marzo 2022); anche dall'altra il soggetto fornitore del servizio deve adempiere caricando nella propria area il contratto firmato dal richiedente e la fattura indicante il costo del soggiorno. Solo a questo punto l'INPS adempie all'erogazione del contributo. Se entrambe le parti risulteranno inadempienti, il beneficiario verrà considerato rinunciatario ed escluso dal concorso. Di conseguenza, l'Istituto provvederà allo scorrimento delle graduatorie e i beneficiari subentrati dovranno provvedere agli adempimenti sopraelencati. Questa procedura continuerà anche al rientro dal viaggio, in quanto la società fornitrice dovrà caricare l'attestato linguistico conseguito presso il Paese ospitante, le copie delle carte d'imbarco del volo aereo e la copia della fattura. La modalità di trasmissione della relativa documentazione avviene per via telematica, garantendo la privacy dei dati sensibili del minore. In caso di mancata produzione della documentazione finale, il richiedente non potrà beneficiare del saldo e dovrà restituire l'importo erogato dall'INPS al soggetto terzo, a meno che la mancata partenza o il rientro anticipato siano comprovati da motivi improvvisi non imputabili alla volontà dello studente (Vittimberga, 31 marzo 2022).

Trattandosi di un contratto ai sensi della legge, l'INPS eseguirà dei controlli a campione per verificare la veridicità della documentazione prodotta. In caso di dichiarazione del falso, per i dichiaranti saranno previste sanzioni penali, oltre alla revoca dal concorso (Vittimberga, 31 marzo 2022). Tuttavia, potranno essere presentate istanze di riesame e ricorsi giudiziari.

3.3.1 Evoluzione

I bandi di concorso "Estate INPSieme Estero" hanno subito negli anni una loro evoluzione strutturale e normativa, dettata dai continui avvenimenti sulla sfera politica, economica, territoriale, sanitaria ed internazionale. Di seguito verranno riportati alcuni dei cambiamenti significati susseguitisi tra gli anni 2014-2019:

- inizialmente il nome del bando era "Valore Vacanza", ma dal 2016 è stato cambiato in "Estate INPSieme Estero", per sottolineare il passaggio delle funzioni dall'INPDAP all'INPS.
- Fino al 2014 la graduatoria era predisposta solamente sulla base dell'indicatore ISEE per valore crescente, senza requisiti di merito scolastico.
- L'INPDAP considerava le fasce d'età distinte per "junior" e "senior", senza tener conto dell'ordine e grado scolastico di appartenenza.

- Fino al 2015 potevano partecipare al bando solamente gli studenti minorenni (17 anni come età limite). Dal 2016 l'INPS ha esteso i contributi anche per gli studenti delle superiori maggiorenni (classe quarta e quinta) fino ai 19 anni. In questi ultimi tre anni, il bando è stato esteso fino agli studenti di 20 anni o 23 anni in caso di disabilità.
- In passato potevano partecipare gli studenti promossi, bocciati e con debiti formativi estivi. In questi ultimi due casi, l'incidenza sulla posizione in graduatoria risultava maggiore. Attualmente, gli studenti che non avranno ottenuto la promozione scolastica saranno esclusi d'ufficio.
- Fino al 2015 gli studenti "senior" potevano optare per un soggiorno della durata di quindici giorni oppure di quattro settimane, entrambi in Europa. Il pacchetto turistico di un mese prevedeva la visita di quattro grandi città, soggiornando in altrettanto quattro strutture. Questa opzione negli anni è stata abbandonata.
- Fino al 2016 i soggiorni studio si svolgevano solamente presso destinazioni europee. Successivamente, essi sono stati estesi anche presso mete extraeuropee (come USA, Canada, Russia, Emirati Arabi Uniti ecc.) con lo scopo di ampliare l'offerta turistica. Queste ultime sono tra le mete più gettonate dagli studenti.
- In passato, lo studente indicava nella domanda un massimo di cinque soggiorni (nel 2016 sono diventati tre) in ordine di preferenza. Nel caso in cui l'ultima scelta non fosse disponibile, l'INPDAP assegnava un soggiorno all'estero d'ufficio (cercando di tenere in considerazione il periodo di partenza scelto e la lingua di studio preferita). Ora invece lo studente deve scegliere solamente un soggiorno turistico, contattando il tour operator in fase di iscrizione.
- I requisiti di merito scolastico sono subentrati dal 2016 in poi: in fase di domanda, il richiedente la prestazione dovrà inserire manualmente tutti i voti delle materie conseguiti l'anno scolastico precedente o il voto finale.
- Dal 2018 è stata introdotta l'opzione della partenza di gruppo o individuale.
- Fino al 2019 gli studenti potevano scegliere il soggiorno presso una famiglia ospitante o un campus, ora solamente quest'ultimo.
- Un cambiamento strutturale di accesso al proprio portale INPS riguarda lo SPID, che dal 2021 ha portato alla dismissione del PIN dispositivo.

3.3.2 Covid-19: disagi tra famiglie e tour operator

In questi ultimi tre anni, la pandemia da Covid-19 non solo ha interrotto bruscamente i viaggi turistici giovanili all'estero¹⁰⁵, bensì ha coinvolto anche l'intera organizzazione delle vacanze studio dell'INPS, comportando il blocco del settore, la revisione normativa dei bandi, nonché una serie di disagi di tipo logistico-burocratico per le famiglie e per i tour operator. L'intervista realizzata in videochiamata il 14 gennaio 2022 a EF, nella persona del Project Manager dei bandi INPS, Dott. Giorgio Pianta¹⁰⁶, testimonia come questo tour operator (e non solo) ha vissuto in prima persona e con difficoltà sia l'organizzazione dei pacchetti turistici delle vacanze studio "Estate INPSieme Estero" legata alla situazione pandemica, sia la comunicazione con le relative famiglie. Infatti, le lamentele di quest'ultime si sono percepite notevolmente sui social network, in particolare sui gruppi Facebook, dichiarando apertamente una mala gestione dei soggiorni da entrambi gli enti.

I ritardi nella pubblicazione dei bandi di concorso "Estate INPSieme Estero" (2020-2021-2022) a causa della situazione sanitaria si sono manifestati fin da subito: se negli anni precedenti il bando usciva regolarmente online entro la prima metà di gennaio; nel 2020, 2021 e 2022 i bandi sono usciti rispettivamente il 7 febbraio 2020, il 23 marzo 2021 e il 31 marzo 2022, dilazionando l'organizzazione burocratica della vacanza stessa. Anche la mancanza di fondi si è fatta sentire: se negli anni precedenti l'INPS erogava circa 25.000 contributi, in questi anni risultano essere circa 20.000.

Inoltre, sempre per decisioni istituzionali, la struttura normativa interna dei bandi è stata scrupolosamente revisionata tenendo conto sia dell'evoluzione dell'emergenza sanitaria a livello nazionale ed internazionale, sia delle possibili misure precauzionali di contenimento del virus: nell'estate 2020, a bando pubblicato, le vacanze studio dell'INPS sono state bloccate d'ufficio e nessun ragazzo è partito. Al contrario, il bando 2021, come propone il titolo «Soggiorni studio all'estero e vacanze tematiche in Italia» entrambi riservati agli studenti della scuola secondaria di secondo grado, ha voluto coniugare le esigenze delle famiglie e dei ragazzi rispetto la diffusione della pandemia nel resto del mondo, potendo optare sia per gli abituali soggiorni all'estero sia per quelli in Italia (realizzati presso villaggi turistici, strutture ricettive o campus universitari con l'obiettivo dell'apprendimento linguistico e delle *soft skills*), godendo

¹⁰⁵ Vedasi paragrafi 1.3.4 *I giovani: tra Covid-19 e guerra* e 2.5 *Il turismo giovanile nell'era del Covid-19*.

¹⁰⁶ A gennaio 2022 sono stati contattati cinque tour operator, due dei quali hanno risposto e rilasciato informazioni utili ai fini dell'indagine. Le seguenti interviste sono state riadattate dall'autrice e inserite all'interno dei contesti tematici appropriati. La riformulazione non ha alterato l'intenzione comunicativa, bensì è stata necessaria per rendere una lettura del discorso più scorrevole.

allo stesso modo di un'esperienza formativa e ricreativa in tutta sicurezza nel nostro territorio italiano. Un'altra nuova caratteristica prevista dal bando è che il beneficiario doveva essere obbligatoriamente in possesso di una certificazione che comprovava l'essere risultato negativo ad un test molecolare o antigenico nelle 48 ore precedenti la data di partenza (Vittimberga, 2021) e di una autocertificazione attestante il non aver avuto contatti stretti con positivi.

L'INPS ha dato comunque la possibilità ai vincitori del 2020 di "congelare" il proprio viaggio in vista delle estati 2021 e 2022, non dovendo presentare nuovamente domanda, ma avendo diritto al posto riservato. Difatti, il caos organizzativo dei tour operator e i relativi disagi per le famiglie si sono verificati quando tutte le partenze del 2020 si sono accumulate a quelle del 2021 e all'imminente estate 2022. Come afferma il Project Manager EF dei bandi INPS, Dott. Giorgio Pianta: *«è stata un'estate molto particolare: oltre al numero degli iscritti raddoppiato, l'INPS ha imposto dallo scorso anno solo vacanze di gruppo per gli studenti minorenni (i quali devono aspettare la prossima estate per partire), mentre i ragazzi maggiorenni (dai 18 ai 20 anni) che hanno già vinto le scorse edizioni ma non sono ancora riusciti a partire, possono partire con un tour operator individualmente quando vogliono e per qualunque destinazione»*. Quest'ultima opzione ha reso possibile la riduzione del carico di lavoro estivo dei tour operator, oltre a consentire l'omogenizzazione dei flussi turistici delle vacanze studio. Anche per quanto riguarda la comunicazione con i ragazzi, *«c'è stato il rovescio della medaglia: se il 90% degli studenti è stato soddisfatto di essere partito con noi, il 10% ha manifestato attraverso recensioni negative difficoltà a mettersi in contatto con noi, oltre alle lamentele ricevute dai genitori riguardo i figli contagiati dal virus o quarantene di una o due settimane negli alloggi»*.

Appare evidente la molta apprensione dei genitori per i propri figli, i quali alcuni sono risultati positivi durante il soggiorno, gli altri negativi, ma avendo avuto contatti stretti con positivi sono stati isolati fiduciarmente nelle loro stanze, mentre altri ancora hanno anticipato il viaggio di ritorno verso l'Italia. In questo caso, la polizza assicurativa presente nel contratto copre la malattia da Covid-19, intervenendo nella casistica «motivi di salute legati ad emergenze sanitarie». Tuttavia, come chiarisce il Project Manager EF, Dott. Giorgio Pianta: *«la polizza assicurativa non copre il ragazzo risultante negativo ma che deve fare la quarantena per contatto stretto; bensì l'assicurazione si attiva nel momento in cui la persona è positiva al test, anche senza sintomi. Se lo studente è in isolamento, deve comunque restare nelle nostre strutture: noi offriamo tutta l'assistenza necessaria al ragazzo, dalla sistemazione in camera alla frequenza del corso di lingua online, con l'obiettivo anche di intrattenerlo»*.

Una situazione reale si è creata a luglio 2021 durante una vacanza studio dell'INPS a Dubai (meta molto gettonata soprattutto per l'Expo), dove trecento studenti italiani minorenni si sono ritrovati bloccati all'estero a causa dei contagi e di conseguenza costretti alla quarantena nel campus. Si trattò di un vero e proprio focolaio scoppiato tra i ragazzi e lo staff. Questa notizia è stata riportata e diffusa dai principali mass media, quali canali social e tv. Dopo questo episodio, l'INPS attraverso comunicazioni ufficiali ha deciso di bloccare nuovamente le partenze da metà luglio 2021 in poi. Da qui, l'INPS ha dato la possibilità agli studenti di optare per il rimborso dell'importo del viaggio (e con il conseguente annullamento del contratto per causa di forza maggiore) o per la posticipazione della vacanza studio all'estate 2022, scatenando continue confusioni tra gli operatori turistici (per quanto riguarda l'erogazione del saldo al richiedente) e le famiglie (per la presentazione della domanda all'anno successivo).

Inoltre, un'altra importante revisione riguarda il ridimensionamento delle destinazioni turistiche. Per l'organizzazione dei loro pacchetti di viaggio, i tour operator si sono dovuti adattare sia alle esigenze delle famiglie sia ai vincoli internazionali. Come spiega il Project Manager EF, Dott. Giorgio Pianta: *«le mete non sono state cancellate per la situazione sanitaria, bensì il problema riguardava l'apertura o chiusura dei confini mondiali oppure i Paesi che prevedevano il periodo obbligatorio di due settimane di quarantena, coincidenti ai quindici giorni della vacanza studio. Un esempio è che la nostra scuola in Australia era aperta, ma gli italiani non potevano andarci, così come in Corea o in Giappone. Quindi le mete italiane al mare e in montagna sono andate per la maggiore: nel 2020 abbiamo preso contatti con due strutture in Toscana e in Trentino, offrendo una soluzione alternativa per chi volesse rimanere in Italia, non sentendosi sicuro di andare all'estero. Inoltre, abbiamo preso contatti con una destinazione in Svizzera, la quale sta andando molto bene».*

Tutte le informazioni contenenti i protocolli di sicurezza Covid-19 devono essere sempre disponibili in maniera ufficiale alle famiglie e ai ragazzi. Dal punto di vista istituzionale, oltre al bando "Estate INPSieme Estero", viene consigliato sempre di consultare il sito della Farnesina, "Viaggiare Sicuri"¹⁰⁷, riportante in modo aggiornato le notizie sulla diffusione del Covid-19 nel resto del mondo e sui documenti sanitari per viaggiare. Dall'altro lato, i tour operator devono aggiornare il proprio sito web indicando nella sezione FAQ o nelle apposite aree in evidenza i principali comportamenti sanitari da adottare prima e durante la vacanza studio INPS.

¹⁰⁷ <https://www.viaggiasesicuri.it/>

3.3.3 Verso l'estate 2022

Dopo aver visto le principali evoluzioni dei bandi riguardanti soprattutto gli anni pandemici del 2020 e 2021; al momento di scrittura del cui presente capitolo risalente ad aprile 2022, si è voluto dare un focus al bando di concorso “Estate INPSieme Estero” 2022, concernente quegli elementi distintivi che faranno la differenza quest'estate.

Innanzitutto, il ritardo nell'erogazione del bando è stato molto evidente rispetto agli anni precedenti (31 marzo 2022), causato probabilmente dalla situazione pandemica non del tutto superata e dalla guerra russo-ucraina che ha sconvolto gli assetti internazionali.

Un grande cambiamento lo si avverte fin da subito nel titolo «Soggiorni studio all'estero riservati agli studenti iscritti al quarto e quinto anno della scuola secondaria di secondo grado e vacanze tematiche in Italia riservate agli studenti iscritti alla scuola secondaria di secondo grado» (Vittimberga, 31 marzo 2022): da quest'estate, quindi, solamente gli studenti delle classi IV e V (relativamente i maggiorenni) potranno beneficiare delle vacanze all'estero, mentre tutti gli altri dovranno “accontentarsi” dei soggiorni in Italia, anche se lo studio della lingua straniera è presente in entrambi i casi. Questa scelta dell'INPS si è rivelata molto sorprendente: le motivazioni più plausibili possono essere, da una parte alleggerire il numero esorbitante di richieste verso i Paesi stranieri e dall'altra sollevare le famiglie e i ragazzi di fronte alle problematiche di possibili focolai di Covid-19 all'estero. Oltre all'importo di € 2.000 per ciascun vincitore, l'INPS riconosce un ulteriore contributo al viaggio pari a € 200, per poter fronteggiare i diversi costi e i servizi aggiuntivi dei tour operator in conformità con le normative di sicurezza e prevenzione del contagio da Covid-19 (ad esempio kit di tamponi, quarantena ed annullamento del viaggio, assicurazioni obbligatorie per malattia ecc.), nonché l'aumento delle tariffe dei mezzi di trasporto a causa del caro-carburante. Sempre sulla linea dell'emergenza sanitaria, dal 2022 l'INPS richiede agli studenti vincitori con età pari e superiore ai 12 anni di essere obbligatoriamente in possesso del *Green Pass* (ciclo vaccinale completo o da guarigione) e di altri eventuali test richiesti dal Paese di destinazione (Vittimberga, 31 marzo 2022). In caso di documentate condizioni cliniche, per lo studente non verrà tenuto valido l'obbligo vaccinale. In aggiunta, lo studente dovrà presentare al tour operator un'autocertificazione attestante il non aver avuto contatti stretti con persone positive al Covid-19. La richiesta del *Green Pass* da parte dell'Istituto è stata resa necessaria per agevolare le procedure nei mezzi di trasporto e nelle strutture ricettive, messe in atto normativamente nel territorio italiano e all'estero.

Una novità riguardante la domanda di ammissione è che i voti conseguiti non dovranno essere inseriti manualmente in fase di compilazione, bensì verranno acquisiti telematicamente dal Ministero dell'Istruzione, ad eccezione del voto di condotta e religione (o attività alternativa). Nella domanda dovranno essere inserite anche le eventuali dichiarazioni Covid-19 del 2021 attestanti l'interruzione anticipata del soggiorno o la quarantena presso la struttura ospitante. L'assicurazione obbligatoria per annullamento da Covid-19 è già compresa nella procedura contrattuale, in quanto evento già noto da tempo. Ai fini della graduatoria, oltre ai vincitori del 2022, saranno ammessi d'ufficio anche gli studenti che nel 2020 e 2021 hanno congelato il loro viaggio al 2022 e che non abbiano presentato nuovamente la domanda. Questi ultimi, che hanno preferito partire in tempi migliori per godersi appieno l'esperienza, potranno decidere se partire con lo stesso tour operator dell'anno precedente o sceglierne uno nuovo. Nonostante quest'anno non manchi il caos delle procedure burocratiche tra i due enti, i tour operator sono pronti a ripartire e a far recuperare i viaggi di tutti i ragazzi.

Per quanto riguarda le destinazioni turistiche per le vacanze studio 2022, la scelta è contesa a metà tra l'Italia e gli Stati stranieri, anche se il continente russo-asiatico verrà escluso a priori (a differenza di qualche anno fa, dove la Russia era presente tra i pacchetti turistici).

3.4 Le motivazioni dei ragazzi e dei genitori

Le motivazioni personali coinvolgono i ragazzi e i genitori sia in fase di lettura del bando e raccolta delle informazioni, sia nell'innata decisione di intraprendere le vacanze studio all'estero. Innanzitutto, gli stimoli generali che stanno alla base sono: la disponibilità di tempo libero (identificata come *leisure*) concernente le vacanze estive che vanno dalla metà di giugno a metà settembre previste in tutti gli istituti scolastici italiani; la propensione allo spostamento sul territorio nazionale ed internazionale; e la disponibilità di denaro (anche se minima, dato che le vacanze studio dell'INPS rientrano in un pacchetto *all inclusive*). Infatti, dal punto di vista interdisciplinare, le attività di formazione culturale riescono ad intrecciare reciprocamente lo studio, il lavoro e il tempo libero, favorendo il progresso civile, «in quanto da sempre ritenuto l'*humus* naturale per sviluppare le arti, il sapere e la creatività in generale» (Resciniti, 2002, p. 25).

Generalmente, i ragazzi sono spronati dal fatto che possono vincere il concorso con una buona media scolastica, oltre a poter concorrere ogni anno senza nessuna limitazione in termini di “vincitori” e “perdenti”. Infatti, chi si impegna doverosamente a scuola durante l'anno, avrà

l'opportunità di godersi una meritata vacanza all'estero; mentre chi avrà fatto almeno una vacanza studio con l'INPS, sarà motivato nell'intraprenderla la prossima estate.

Gli studenti, in quanto parte attiva del viaggio, vogliono vivere questa vacanza a 360 gradi, quale momento di evasione e spensieratezza dopo un anno di scuola, rappresentando (il più delle volte) la prima esperienza all'estero senza genitori: essi, infatti, la ritengono una crescita sul piano personale e formativo. L'essere autonomi in un contesto straniero, il diventare responsabili delle proprie azioni, il prestare attenzione a non smarrire i propri effetti personali, il fare delle scelte lontano da casa, il dover rispettare delle regole di convivenza sociale, l'uscire dalla propria *comfort zone* ecc.; sono tutte quelle qualità intrinseche che fanno scoprire in loro il carattere della maturità, l'educazione e il rispetto reciproco. Gli studenti acquistano, attraverso le proprie capacità, una maggiore consapevolezza nel fare le proprie scelte e nel cavarsela da soli in un contesto del tutto nuovo e a loro estraneo, diventando in questo modo persone adulte. Queste *soft skills* saranno utili nel loro futuro, soprattutto per destreggiarsi in tutte le scelte di vita, lavorative o meno.

Inoltre, trattandosi di un contesto interculturale, i ragazzi sono motivati dal fatto che le vacanze dell'INPS sono di gruppo e vengono accompagnati, per tutta la durata del viaggio, da personale specializzato italiano e locale. Ciò comporta a relazionarsi sia con gli altri coetanei italiani (provenienti da qualsiasi regione), sia con i *locals* (quali insegnanti di lingua straniera, guide turistiche ecc.), scoprendo non solo stili di vita cosmopoliti, ma anche nuove tradizioni regionali italiane, basti pensare alla differenza culinaria tra Nord e Sud. Il termine "straniero", quindi, non fa parte dei soggiorni studio all'estero. Il fare amicizia e l'essere socievoli fanno sentire i ragazzi parte di un gruppo, soprattutto perché all'inizio nessuno si conosce.

Data la proposta culturale del bando, la maggior parte degli studenti ha interesse nel conoscere nuovi luoghi e visitare le nuove attrazioni culturali della città ospitante. Inoltre, sono attratti sempre di più dalle esperienze uniche presenti nel pacchetto turistico scelto (es. la crociera lungo il Tamigi, l'avventura nel deserto arabo, vedere un musical a Broadway ecc.) e dalle attività creative previste nei campus (quali karaoke, film in lingua originale ecc.), grazie anche alla bella grafica visiva e testuale che permette l'immaginazione della futura vacanza.

Dal punto di vista formativo, la motivazione nel miglioramento della lingua straniera è quella più forte: se a scuola l'approccio linguistico è prettamente teorico, durante queste vacanze studio gli studenti troveranno un metodo molto più interattivo, coinvolgente e colloquiale basato su un insegnamento pratico. Oltre al classico corso di lingua tenuto in classe, gli

insegnanti madrelingua stimoleranno i ragazzi attraverso conversazioni, dibattiti, la scoperta del folklore locale e giochi tenuti all'aperto. L'immersione linguistica nel contesto nativo stimola gli studenti ad apprendere nuove nozioni. Parallelamente alla lingua straniera, la scelta della destinazione rappresenta una delle motivazioni più forti: la città, che il ragazzo ha sempre sognato di vedere, potrà essere presto visitata. Come affermano entrambi i Project Manager di Interstudio viaggi e di EF, Dott.ssa Donatella Morgante e Dott. Giorgio Pianta: *«le mete di lingua inglese come USA, Gran Bretagna e Irlanda sono quelle che vanno per la maggiore»; «dividendosi abbastanza bene tra America (50%) ed Europa (50%). In America le destinazioni preferite sono Santa Barbara (in California) e New York, mentre in Europa sono Malta, Dublino e Inghilterra in generale. In quest'ultima, Londra non è una tra le mete più richieste, bensì i ragazzi preferiscono di più piccole cittadine come Oxford o Brighton, quest'ultima situata lungo la costa e molto bella d'estate»*. Come si può osservare, queste città vengono scelte per il fatto che la lingua inglese è la prima lingua straniera studiata in tutte le scuole superiori italiane. Sono comunque gettonate mete come Spagna, Francia, Germania ed Emirati Arabi Uniti.

Per quanto riguarda, invece, la gestione vera e propria del viaggio, gli studenti hanno una capacità tecnologica molto sviluppata, che consente di renderli autonomi fin dalla prima fase di iscrizione. Solitamente, i ragazzi più grandi di 18-19 anni sono propensi ad organizzarsi la vacanza in maniera indipendente: attraverso gli strumenti digitali (quali soprattutto i social media), contattano loro stessi i call center dell'INPS e i vari tour operator, ottimizzando in questo modo le procedure tra i due enti. Oltre a scegliere la loro meta ideale, sono sempre più catturati dalle immagini dei viaggi proposte nel catalogo dei tour operator.

De Angelis riassume perfettamente alcune delle motivazioni dei giovani in viaggio studio: *«imparare da insegnanti madrelingua e dialogare con loro per assorbire accento e intonazioni corretti, confrontarsi con ragazzi di nazionalità diverse, rafforzare il carattere e vincere la timidezza, acquisire autostima e indipendenza, arricchire le proprie conoscenze, aprire la mente per rapportarsi con disinvoltura in ambienti internazionali, tornare con bellissimi ricordi...»* (De Angelis, 2018, seconda di copertina).

Dall'altra parte, i genitori sono coloro che si preoccupano fin da subito per i propri figli all'estero, normalmente comprensibile, in quanto rappresenta la loro prima esperienza da minorenni senza familiari. Si possono distinguere tre valide motivazioni: la prima è che, i genitori seppur dipendenti pubblici non sempre sanno dell'esistenza delle vacanze studio

dell'INPS, ad esempio per un mancato passaparola tra colleghi o amici, precludendone la possibilità ai loro figli. Invece, ci sono genitori che conoscono queste vacanze ma, essendo restii, preferiscono non mandarli a causa di una mancata fiducia verso i soggetti operanti o per altri motivi, quali ad esempio l'essere troppo piccoli, recuperare i debiti formativi estivi ecc. A differenza, una buona parte dei genitori è motivata a far intraprendere ai propri figli un'esperienza all'estero. Un primo passo è parlare direttamente con il ragazzo, in modo da ascoltare le motivazioni che lo spingono a partecipare. Oltre ai colleghi di lavoro e ai parenti, i docenti scolastici, preferibilmente quelli di lingue straniere, possono essere un alleato prezioso per i genitori: essi li guidano attraverso consigli pratici ed efficaci dal punto di vista formativo, culturale e linguistico, dichiarando che queste esperienze sono in grado di completare il percorso scolastico. Lo scambio delle opinioni diventa quindi fondamentale. Dopodiché, i genitori iniziano a informarsi scrupolosamente per telefono tramite i call center dell'INPS e dei tour operator e a visionare i vari siti internet e i canali social (in cui sono presenti utenti appartenenti alla stessa *community*), aumentando in loro le motivazioni. Anziché lasciare i figli durante il periodo estivo a casa e con i dispositivi tecnologici, i genitori preferiscono mandarli all'estero, stimolati dal fatto di renderli indipendenti fin da piccoli. Infatti, reputano queste esperienze delle vere e proprie occasioni di crescita adolescenziale.

Avendo chiare le singole motivazioni, entrambi iniziano a scegliere un tour operator con il quale affidarsi e partire per la vacanza.

3.5 I tour operator: tra reale e virtuale

Come previsto dal bando di concorso, per l'espletamento delle vacanze studio all'estero, l'INPS si avvale di aziende private e professioniste del settore turistico: i cosiddetti "tour operator"¹⁰⁸. Definiti dall'INPS come «imprese commerciali che vendono, sviluppano e/o assemblano pacchetti turistici nella formula "viaggi di gruppo tutto compreso" – appartenenti alla Comunità europea o a Paesi equiparati» (Vittimberga, 10 febbraio 2022, p. 4), essi sono soggetti specializzati nel campo dei soggiorni studio, oltre a svolgere il ruolo di "intermediario" tra l'Istituto e i cittadini. Il focus nei seguenti paragrafi sarà comprendere come dalla parte virtuale ed idealistica (concernente i cataloghi online, i contatti telematici ecc.), si passa all'erogazione

¹⁰⁸ Per essere definiti tali, i tour operator devono rientrare tra i soci di Astoi, ovvero «l'associazione di categoria, facente parte di Confindustria, che raggruppa tutti i più grandi e importanti tour operator italiani [...]» (De Angelis, 2018, p. 68).

dei servizi, quale concretizzazione della vacanza vera e propria. A tal proposito, oltre alle informazioni di carattere generale reperibili dai vari siti web, è stata pensata una collaborazione con alcuni dei più importanti tour operator appartenenti al settore delle vacanze studio dell'INPS, con l'obiettivo di analizzare più nello specifico il punto di vista dell'offerta turistica, indagando sulla preparazione di un pacchetto turistico e sul processo produttivo con i vari *stakeholders*. Per rendere il tutto più omogeneo, verranno inserite alcune interviste realizzate ai Project Manager di Interstudio viaggi (il 4 gennaio 2022 via telefono) e di EF (il 14 gennaio 2022 via videochiamata).

3.5.1 Rapporto contrattuale con l'INPS

Ogni anno l'INPS pubblica, sempre attraverso i canali ufficiali, un bando di concorso (specificatamente un «avviso di accreditamento») circa la richiesta di collaborazione con i tour operator, a cui affidarsi per la gestione delle vacanze studio estive. Non trattandosi di una gara di appalto, bensì di una procedura non competitiva, verranno verificati attraverso dei requisiti di ammissione «i pacchetti vacanza di gruppo non itineranti organizzati da un unico fornitore» (Vittimberga, 10 febbraio 2022, p. 4). Si tratta, quindi, di un'ampia alleanza stipulata sotto forma di accordo contrattuale tra un ente pubblico e un ente privato (dal punto di vista economico ed assicurativo), in modo da mettere davanti l'interesse esclusivo del singolo studente e rendere le procedure burocratiche più scorrevoli.

«Nell'ottica di offrire agli iscritti maggiori garanzie di qualità e di controllo del servizio e dare l'opportunità ai partecipanti di integrarsi in gruppi per la crescita umana e culturale, l'Istituto intende creare un elenco di pacchetti vacanze offerte da soggetti specializzati nel settore dei soggiorni studio in Italia e all'Estero, tra i quali i beneficiari potranno liberamente scegliere il soggiorno di loro interesse» (Vittimberga, 10 febbraio 2022, p. 3): così recita l'avviso di accreditamento disposto nel 2022 dall'INPS e rivolto ai potenziali tour operator.

Per poter essere conformi al bando INPS, tutti i tour operator (indipendentemente dalla forma giuridica), al momento della domanda telematica, devono rispettare una serie di requisiti dettati dalla normativa italiana (in modo specifico dal Codice del Turismo e dalle Regioni¹⁰⁹) ed

¹⁰⁹ Il Codice del Turismo, varato con il D. Lgs. 79/2011, disciplina il mercato turistico e tutela il consumatore. Tuttavia, la Corte Costituzionale ha dichiarato l'illegittimità costituzionale di molti articoli, per cui il D. Lgs. 62/2018 ha portato la revisione dell'intera normativa. La legislazione a livello regionale riguarda, invece, i rapporti di materia pubblicistica con funzioni di indirizzo e coordinamento (Santagata, 2018).

europea (relativamente alla Direttiva 90/314/CEE sui viaggi, le vacanze e i circuiti “tutto compreso”), tra cui alcuni dei seguenti:

- attività di “organizzatore di viaggi e soggiorni” riconosciuta da tali normative;
- iscrizione presso il Registro delle Imprese della CCIAA competente;
- polizza assicurativa RC;
- la certificazione UNI EN 14804 riferita all’organizzazione di soggiorni studio all’estero;
- non essere inadempienti ai rapporti contrattuali INPS per almeno due anni;
- assenza di sentenze giuridiche (stato di fallimento, liquidazione coatta, concordato preventivo, procedimenti penali, condanne ecc.);
- sito web attivo con protocollo SSL (Vittimberga, 10 febbraio 2022).

Una volta aver superato tutti i requisiti, i pacchetti turistici conformi verranno inseriti dall’INPS all’interno del “Catalogo soggiorni Estate INPSieme” (Figura 19) consultabile pubblicamente da tutte le famiglie interessate attraverso il Portale Istituzionale. In questo modo, saranno presenti «*solo un certo numero di operatori accreditati dall’INPS*» (Dott.ssa Donatella Morgante, Project Manager Interstudio viaggi). Inoltre, l’ufficialità dei pacchetti turistici si riscontra da un apposito «codice pacchetto» siglato dall’INPS, in modo da evitare truffe ai danni degli utenti.

The image shows a web interface for searching travel packages. The title is "Catalogo soggiorni Estate INPSieme - Consultazione". The interface includes a search bar and several dropdown menus for filtering results. The filters are: "Tipo pacchetto soggiorno" (set to "Pacchetto soggiorno Estero"), "Nome del pacchetto", "Codice pacchetto", "Turno pacchetto", "Viaggio compreso S/N", "Durata", "Prezzo", "Destinazione", "Lingua straniera oggetto del corso", "Città di partenza", "Fascia d'età", "Ente Fornitore", and "Attività (in modo sintetico) o altre parole chiave per ricerca su Catalogo". There are "CERCA" and "PULISCI" buttons at the bottom right. A "REQUISITI MINIMI ESTERO" button is in the top right corner.

Figura 19: catalogo soggiorni Estate INPSieme -Consultazione (anno 2022). Fonte: <https://serviziweb2.inps.it/EICatCitWEB/cambioTipoPacchetto>

La procedura di scelta del pacchetto è cambiata notevolmente: come afferma il Project Manager EF, Dott. Giorgio Pianta, «*se negli anni precedenti erano gli utenti che si occupavano dei rapporti contrattuali con l’INPS (quali andare sul sito, fare l’iscrizione, caricare il contratto e le fatture ecc.); dal 2020 queste procedure sono in mano ai tour operator: il ragazzo non deve caricare nulla, ma dal suo portale deve solo selezionare il codice del pacchetto scelto. Tuttavia,*

se l'INPS riscontra degli inconvenienti al sistema e non approva i documenti, non avvisa noi tour operator ma lo studente. Se lo studente riceve la mail e ci contatta, noi apportiamo le modifiche e inviamo all'INPS i documenti corretti. In caso contrario, se lo studente non ci avvisa (anche per mancata lettura della mail) e scadono i termini di modica, la loro pratica risulterà non completata correttamente». In altre parole, come ribadisce la Project Manager Interstudio viaggi, Dott.ssa Donatella Morgante, avviene una sorta di «triangolazione»: «i clienti scelgono l'operatore con cui vogliono viaggiare e con questi stipulano il contratto, gli operatori caricano il materiale su una piattaforma che l'INPS mette loro a disposizione ogni anno e poi l'Istituto, su base delega da parte degli utenti, paga gli operatori per la parte che li compete. L'INPS non è altro che una semplice vetrina dei pacchetti turistici, poiché i clienti faranno le prenotazioni direttamente sul sito degli operatori».

3.5.2 Pacchetto turistico all inclusive

L'articolo 33 (comma I lettera c) del Codice del Turismo definisce il pacchetto turistico come «la combinazione di almeno due tipi diversi di servizi turistici ai fini dello stesso viaggio o della stessa vacanza [...]».

Anzitutto, sono i tour operator che si occupano di gestire al meglio nel proprio sito web le proposte turistiche, oltre a saper destreggiarsi sia nelle continue richieste di personalizzazione (quale chiave di successo aziendale), sia all'interno del mercato internazionale e del contesto sanitario. Per quel che concerne le vacanze studio dell'INPS, «ogni anno avviene una programmazione dei nuovi pacchetti turistici, relativamente alla normativa del bando di concorso, all'evoluzione della situazione epidemiologica, al cambiamento delle destinazioni turistiche ecc.» (Dott.ssa Donatella Morgante, Project Manager Interstudio viaggi). Le versioni aggiornate verranno caricate dai tour operator in concomitanza con l'uscita del bando di concorso. Infatti, i pacchetti turistici definitivi una volta pubblicati sia all'interno del Catalogo INPS, sia sui siti web aziendali non potranno subire modifiche, in modo tale da essere consultati in maniera veritiera dai potenziali clienti. Per poter essere conformi al bando INPS, i pacchetti turistici all'interno del sito web devono essere contrassegnati da un apposito logo, quali ad esempio i seguenti (Figura 20, Figura 21):



Figura 21: logo 1 conformità al bando INPS (anno 2022). Fonte: <https://www.lamiaestate.it/soggiorni-insieme/>



Figura 20: logo 2 conformità al bando INPS (anno 2022). Fonte: https://www.iltuareg.com/tipi_pacchetto/e-state-insieme-estero/

Nei successivi paragrafi, analizzeremo un ipotetico soggiorno studio all'estero configurato nella formula del pacchetto turistico "tutto compreso": questa tipologia si rivela un'ottima soluzione per i ragazzi minorenni e maggiorenni. Anche se i pacchetti turistici si differenziano tra di loro in base alle destinazioni turistiche, tutti devono possedere dei contenuti minimi previsti dal bando di concorso INPS ed esplicitati in "la quota comprende".

Generalmente, le assicurazioni sono parte integrante del pacchetto turistico: una di queste riguarda l'assistenza medico-bagagli. Infatti, come afferma il Project Manager EF, Dott. Giorgio Pianta: «*l'assicurazione di EF "Erika insurance"¹¹⁰, avendo massimali elevati, copre le spese medico-sanitarie, la parte civile e penale; oltre a ricevere assistenza in caso di furto, smarrimento o perdita del bagaglio durante il viaggio*».

3.5.2.1 Partenze e arrivi

Tutti i tour operator sono invitati a inviare telematicamente agli studenti in procinto di partire alcuni vademecum riepilogativi sullo svolgimento della vacanza, in cui vengono illustrati il programma giornaliero ricreativo e le informazioni tecniche della partenza. Infatti, «le spese di viaggio internazionale, da effettuarsi a mezzo treno, pullman o aereo, di andata e ritorno e di trasferimento, in caso di volo, dall'aeroporto di arrivo al luogo di destinazione, comprese le tasse aeroportuali» (Vittimberga, 31 marzo 2022, p. 5) sono a carico del tour operator. Esso provvede a stipulare accordi per tutta la durata del soggiorno con le compagnie di trasporto nazionale ed internazionale, al fine di acquistare i biglietti e i posti a bordo. Il Project Manager EF, Dott. Giorgio Pianta, chiarisce che: «*per quanto riguarda i rapporti con i mezzi pubblici abbiamo il "Dipartimento body" che si occupa della gestione degli slot con tot posti, che noi*

¹¹⁰ <https://www.erikainsurance.com/>

chiediamo alle compagnie aeree di riservarci in base alle partenze che abbiamo in quel periodo. I biglietti vengono acquistati tramite questo dipartimento, che ha sede a Zurigo e fa parte di EF. Anche per i treni o per gli spostamenti in pullman abbiamo un Dipartimento che si occupa dell'organizzazione dei biglietti e dei posti». Relativamente alle partenze di gruppo in aereo, continua il Dott. Giorgio Pianta: «sulle condizioni contrattuali c'è scritto che "la data di partenza può variare di due giorni prima o dopo la data indicata sul catalogo", poiché se ad esempio dobbiamo avere cinquanta posti liberi in un volo e la compagnia quel giorno non li ha, ce li dà il giorno prima o il giorno dopo. Questo potrebbe capitare (anche se raramente) in quanto la compagnia aerea non la gestiamo noi: se ci dicono "non abbiamo posto", non possiamo farci nulla».

Generalmente, le partenze e gli arrivi avvengono dai principali aeroporti italiani, quali Milano Malpensa, Roma Fiumicino, Marco Polo Venezia, Bologna, Firenze, Napoli e da aeroporti minori quali Bari, Brindisi, Palermo, Catania, Cagliari ecc. Se il tragitto riguarda i Paesi extraeuropei (ad esempio USA, Emirati Arabi Uniti ecc.), le partenze e gli arrivi faranno riferimento solo agli aeroporti di Milano Malpensa e Roma Fiumicino, gli unici ad avere una linea aerea intercontinentale. In ogni caso, viene richiesto un supplemento di prezzo per le partenze da aeroporti diversi. Verranno utilizzate compagnie aeree di linea, garantendo in questo modo un maggior servizio in rapporto qualità-prezzo e massima fiducia verso le famiglie. Inoltre, verranno comunicate precise informazioni tecniche in merito ai bagagli da portare e i loro relativi pesi e misure. Lo staff supporta il gruppo durante le operazioni di check-in, poiché possiede i biglietti aerei di tutti gli studenti. Dopo essere atterrati, il servizio transfer (identificato principalmente nei bus turistici privati locali ed incluso nel pacchetto) consente lo spostamento dall'aeroporto all'alloggio.

Anche per quanto riguarda il soggiorno vero e proprio, vengono utilizzati mezzi di trasporto pubblici e/o privati per gli spostamenti nella stessa città o per raggiungerne altre nel caso di escursioni. I primi, identificati in metro, tram, treno e autobus, rappresentano un rapido collegamento ai luoghi di interesse della metropoli; mentre i secondi (quali bus turistici, minicrociere, biciclette ecc.) sono gestiti da compagnie private in loco. Oppure se si tratta di brevi spostamenti, il camminare a piedi è un'ottima soluzione. Tuttavia, il tour operator richiede di osservare delle regole di comportamento (ad esempio seguire il gruppo) soprattutto nei luoghi affollati della città, per evitare di perdersi. I singoli biglietti o gli abbonamenti/card per il trasporto pubblico sono già inclusi nel prezzo del pacchetto turistico.

I documenti personali rappresentano l'essenza del viaggio sia per l'entrata nei Paesi europei sia in quelli extraeuropei. Per i viaggi all'interno della Comunità Europea vengono richiesti la carta d'identità valida per l'espatrio e la tessera sanitaria. Il passaporto elettronico individuale serve, invece, per entrare in Gran Bretagna¹¹¹ e negli Emirati Arabi Uniti. Per l'ingresso negli Stati Uniti per motivi di viaggio è necessario, oltre al passaporto, ottenere telematicamente il visto ESTA al costo di \$ 14¹¹². Relativamente al passaporto, i tour operator consigliano sempre di attivarsi con anticipo presso le Questure provinciali di appartenenza, in quanto i tempi di attesa potrebbero essere lunghi. Tutti i documenti dovranno essere in corso di validità e in ottime condizioni.

3.5.2.2 Staff

Trattandosi di un viaggio in gruppo, avere delle figure professionali di riferimento che accompagnino e assistano i ragazzi durante tutta la durata del soggiorno è di estrema importanza. In base alle disposizioni regolate dal bando di concorso, il rapporto minimo di assistenza è di 1 ogni 20 ragazzi, mentre per quanto riguarda la durata del soggiorno, sarà di 1 ogni 10 studenti. Inoltre, lo staff dovrà «avere un'età minima di 23 anni ed essere in possesso di un diploma di scuola media superiore o idoneo titolo professionale» (Vittimberga, 10 febbraio 2022, p. 13).

Le principali figure professionali che ogni tour operator mette a disposizione per le vacanze studio INPS, fanno parte di uno staff giovane, ben preparato (attraverso dei corsi di formazione) ed informato sulle esigenze dei ragazzi. Secondo De Angelis (De Angelis, 2018), lo staff deve essere composto principalmente da:

- direttore del soggiorno: rappresenta il punto di riferimento e lo specchio reale del tour operator. Svolge il ruolo di direzione e organizzazione del soggiorno presso la destinazione, oltre a coordinare assieme ai *group leaders* e agli *stakeholders* locali tutte le attività in programma.
- *Group leaders*: staff giovane ma di esperienza, svolge il ruolo sia di accompagnatore dei ragazzi in tutte le fasi della vacanza e del soggiorno stesso, dall'aeroporto alle uscite

¹¹¹ Dal 1° ottobre 2021 per entrare in Gran Bretagna si richiede a tutti i cittadini dell'Unione Europea il possesso del passaporto individuale in corso di validità. Il Paese non è più membro dell'Unione Europea, pertanto il documento d'identità non verrà più accettato.

¹¹² <https://esta.cbp.dhs.gov>

didattiche ed extra didattiche nelle città; sia di animatore, organizzando attività di gruppo ricreative volte all'intrattenimento dei ragazzi. Come già ribadito, il *group leader* supervisionerà il suo gruppo composto da circa 15/20 studenti. Oltre ad essere persone carismatiche, empatiche, socievoli ed avere uno spiccato *problem solving* (in quanto, trattandosi di adolescenti, gli imprevisti sono sempre in agguato); i *group leaders* vengono selezionati dai tour operator anche per le loro esperienze lavorative pregresse e i loro titoli di studio: il possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di una laurea in ambito linguistico o umanistico, e la conoscenza della lingua straniera della destinazione a livello B2, in modo da interfacciarsi fluentemente con il personale locale. Oltre a far divertire i ragazzi, essi devono avere un forte senso di responsabilità e professionalità.

- Il tour operator italiano si avvale anche del supporto dello staff locale, ovvero gli *activity leaders*, ossia coloro che hanno il compito di condurre le conversazioni in lingua, nonché di far vivere ai ragazzi l'esperienza culturale a 360 gradi. Inoltre, da veri autoctoni, aiutano i *group leaders* ad organizzare in maniera ottimale le uscite extra-didattiche.
- Le lezioni vere e proprie di lingua straniera vengono svolte da docenti madrelingua (identificati nei *teachers*), attraverso un approccio didattico teorico, pratico, interattivo e dinamico, stimolando i ragazzi al dialogo.
- Saranno parte integrante dello staff un medico e infermiere, garantendo in questo modo l'assistenza sanitaria a tutti i ragazzi durante il soggiorno.
- Gli addetti alla sorveglianza e vigilanza diurna e notturna avranno il compito di garantire la massima sicurezza dei ragazzi H24 all'interno delle strutture ospitanti. Per queste ragioni, anche lo staff pernoverà all'interno della stessa struttura.

Per essere facilmente riconoscibile (soprattutto durante le uscite in città), il personale durante tutta la durata del soggiorno deve obbligatoriamente indossare la divisa distintiva, composta essenzialmente dalla maglietta con il colore e logo del tour operator, comprendente la scritta "staff", dal badge identificativo e dallo zainetto. Quest'ultimo verrà anche consegnato a tutti i ragazzi.

Inoltre, ai fini della vacanza studio, i tour operator intraprendono i rapporti commerciali con altri attori locali, ovvero gli *stakeholders*, che potremmo definire come la parte "indiretta" dello staff. Essi aiutano anticipatamente i tour operator nella gestione dell'intera vacanza attraverso la concessione dei propri servizi in loco. Sono rappresentati dai conducenti di autobus turistici

privati, personale delle reception addetto negli alloggi e nel campus, guide turistiche locali ecc. Come spiega la Project Manager di Interstudio viaggi, Dott.ssa Donatella Morgante: «*i contatti che vengono presi con i paesi stranieri, ovvero relativamente alle strutture ricettive, ai mezzi di trasporto privati, agli alloggi, identificati negli stakeholders nazionali e internazionali, vengono rilevati innanzitutto dai siti internet: si controllano chi sono gli operatori disponibili sul mercato, si prende contatto (ad esempio via e-mail) e si inizia la contrattazione sulla base del numero ipotetico di clienti che ci si prefissa di voler raggiungere, quindi ad esempio al campus si chiederanno 100-200-500-1000 posti. La stessa cosa avviene con chi fornisce i servizi didattici, i servizi di trasferimento dagli aeroporti e durante le varie escursioni*».

3.5.2.3 Vitto e alloggio

Le strutture possono essere distinte in due tipologie: i campus universitari, dove si svolgono tutte le attività diurne, e gli alloggi, adibiti al pernottamento. I primi rappresentano il luogo dove tutti i ragazzi passano la maggior parte del tempo con le attività ricreative, sportive e i corsi di lingua. In questi spazi, essi potranno vivere la loro esperienza nei campus più rinomati della città, posizionati sempre in una zona centrale e tranquilla. Generalmente, le strutture offrono: aule spaziose, ristoranti e caffetteria, zone comuni per il relax, spazi esterni per socializzare, postazioni PC, Wi-fi gratuito, palestre, biblioteca, segreteria ecc.

Per quanto riguarda gli alloggi, gli studenti possono scegliere la sistemazione più adatta alle loro esigenze. Ne esistono di diverse classificazioni a seconda del Paese di destinazione, tra le quali:

- *college/accommodations*: è la struttura ricettiva utilizzata maggiormente nei Paesi anglosassoni, ovvero Inghilterra e Stati Uniti. Solitamente è composta da camere singole o doppie con servizi privati, oltre ad avere zone comuni per momenti di ricreazione e relax.
- *Residenza universitaria*: struttura tipica di Paesi come Spagna e Francia, destinata agli studenti universitari durante l'anno accademico e nel periodo estivo agli studenti delle vacanze studio INPS. Anche in questo caso sono previste camere singole, doppie o triple con servizi privati.
- *Famiglia ospitante*: rappresenta una possibilità extra-alberghiera offerta dai tour operator. Come afferma la Project Manager di Interstudio viaggi, Dott.ssa Donatella Morgante: «*le famiglie vengono selezionate dagli operatori locali (local organisers)*,

*ovvero coloro che le visitano personalmente. Attraverso una conoscenza diretta, scelgono le famiglie presso le quali verranno ospitati i ragazzi». Le strutture devono rispettare alcuni standard e *comfort*, ovvero l'igiene, avere spazi adeguatamente ampi, camere per gli studenti ecc. Una volta selezionata, i tour operator, da una parte, provvedono a stipulare il contratto con la famiglia, mentre dall'altra, si impegnano a fornire agli studenti tutti i contatti del soggiorno. Il vantaggio rispetto ai campus e alle residenze universitarie, dove in questi ultimi le relazioni interpersonali avvengono solamente con i ragazzi italiani del gruppo della vacanza; è quello di immergersi linguisticamente e culturalmente nel contesto locale. Pertanto lo studente può praticare la lingua straniera direttamente con un nativo, accrescere la propria competenza linguistica e culturale, vivere la tipica routine quotidiana e soprattutto imparare ad abituarsi a contesti differenti quali la cucina, gli orari e l'organizzazione della giornata. Tuttavia, come afferma il Project Manager di EF, Dott. Giorgio Pianta: «*la sistemazione presso la famiglia ospitante era possibile solo fino al 2019, abbandonata successivamente a causa del Covid-19. Noi selezionavamo la famiglia che doveva rispondere a determinati requisiti. Essendo un tour operator che si occupa di alti soggiorni linguistici, noi continuiamo la collaborazione con le famiglie solo se riceviamo dei feedback più che positivi da parte degli studenti ospitanti*».*

- Hotel e villaggio turistico: si tratta di due strutture ricettive (con classificazione 4 stelle) richieste in determinati soggiorni all'estero (come la Costa Azzurra o Mosca) o in concomitanza con la pandemia per i soggiorni italiani marittimi (ad esempio la Riviera Romagnola, Sicilia o Sardegna) e montani (es. Trentino Alto Adige). Si tratta di una soluzione in cui, oltre agli studenti, all'interno della struttura alloggia una vasta clientela di tipo vacanziera, composta maggiormente da adulti, famiglie, famiglie con bambini, *singles* ecc. Le due strutture si distinguono per il fatto che: l'hotel offre essenzialmente servizi di vitto e alloggio; mentre il villaggio turistico/resort, disponendo di uno spazio maggiore, fornisce servizi aggiuntivi, quali piscine, spiaggia privata, numerosi impianti sportivi ecc.

Molto interessante è capire come avviene la stipulazione del contratto con le strutture ricettive (in particolar modo con gli hotel) e la relativa distribuzione delle camere. Come afferma il Project Manager di EF, Dott. Giorgio Pianta: «*noi chiediamo alla struttura la loro disponibilità a occupare ad esempio 100 camere, per un periodo che va dal ... al ... (fissando noi le date). Una volta ricevuta la conferma, noi cerchiamo di raccogliere le iscrizioni e quindi di*

raggiungere il numero richiesto. Tuttavia, l'anno scorso è capitato che per le destinazioni del Trentino e della Toscana c'erano solo rispettivamente tre iscritti e un iscritto. In questo caso, abbiamo disdetto l'impegno verso le strutture alberghiere, proponendo di conseguenza ai ragazzi una destinazione alternativa». La Dott.ssa Donatella Morgante, Project Manager di Interstudio viaggi, aggiunge in merito che: «in base alle disponibilità economiche, si chiede ad un fornitore un certo numero di posti (ad esempio 200), in cambio di un deposito di garanzia per avere la sicurezza dei posti riservati. Entro le scadenze previste dal bando, bisognerà riconfermare o cancellare i posti».

Relativamente ai pasti, è previsto il trattamento di pensione completa per tutta la durata del soggiorno presso il ristorante del campus. Verrà data molta attenzione ad una dieta equilibrata, nonché saranno disponibili pasti personalizzati in caso di allergie o intolleranze alimentari, diete personali (vegetariane o vegane) ecc. In caso di escursioni di intera giornata verrà comunque garantito il pranzo al sacco (*packed lunch*).

3.5.2.4 Corso di lingua

Il corso di lingua, assieme alle escursioni, rappresenta il fulcro dell'intera vacanza studio. Come già affermato, le lezioni saranno tenute in «lingua ufficiale del luogo o altra lingua europea per tutta la durata del soggiorno» (Vittimberga, 10 febbraio 2022, p. 14), «da una scuola riconosciuta dai competenti organismi internazionali» (Vittimberga, 10 febbraio 2022, p. 14). I docenti madrelingua qualificati per l'insegnamento agli studenti stranieri devono essere in possesso dei requisiti richiesti e convalidati dagli enti certificatori. La didattica coinvolgente del corso prevede l'approccio comunicativo a 360 gradi: comprensione, produzione orale, arricchimento lessicale e conversazioni in lingua, con lo scopo di aumentare la fiducia dei ragazzi utilizzando la lingua in situazioni pratiche. L'approfondimento riguarderà anche il contesto sociale e culturale della città di destinazione, in modo da far trasmettere quelle conoscenze di carattere personale, utili al momento delle uscite extra-didattiche. Le lezioni saranno tenute presso le aule del campus universitario, dotate di supporto tecnologico, come lavagne multimediali e connessione Wi-fi, e nelle quali verranno anche forniti materiali didattici a tutti i partecipanti (come libri di testo, quaderni e cancelleria), necessari per l'apprendimento linguistico. Il corso di lingua prevede almeno 15 ore di lezione settimanali con un massimo di 15 studenti per classe, con l'obiettivo di seguire i ragazzi il più individualmente possibile attraverso anche una partecipazione attiva. Gli studenti possono scegliere di

frequentare il corso in classi internazionali, dialogando con studenti provenienti da ogni parte del mondo. Il corso è diviso in base al livello linguistico di appartenenza (dal A2 al C1), tenendo conto anche dell'età: infatti, prima di cominciare i corsi, i ragazzi devono svolgere un test di lingua, che consente il giusto inserimento nella classe più congrua. A termine del corso, gli studenti dovranno sostenere un test finale di valutazione delle competenze acquisite; mentre con una cerimonia a fine vacanza verranno consegnati gli attestati linguistici comprendenti la valutazione del singolo studente da parte del docente. Questi attestati sono riconosciuti dal MIUR come riconoscimento del credito formativo, nonché dai più importanti enti certificatori linguistici quali il British Council (per la lingua inglese), l'Instituto Cervantes (per la lingua spagnola), il Goethe Institut (per la lingua tedesca), il DELF (per la lingua francese) ecc. Parallelamente, lo studente può conseguire anche la certificazione linguistica ufficiale (livello B1-B2-C1-C2) rilasciata da organismi internazionali, attraverso il sostenimento e superamento dell'esame. Inoltre, viene data la possibilità allo studente di continuare a praticare la lingua anche dopo il rientro su una piattaforma comprendente videolezioni online tenute in tempo reale con didattica personalizzata. Queste due ultime modalità non sono comprese nel pacchetto turistico, ma potranno essere richieste facoltativamente attraverso un supplemento.

3.5.2.5 Escursioni e attività ricreative

Le escursioni e le attività ricreative rappresentano il cuore pulsante dell'intero soggiorno. È il tour operator che sceglie i programmi da inserire nel pacchetto turistico, i quali incideranno sulla preferenza degli studenti. Infatti, i ragazzi vengono attratti immediatamente dalle attività ricreative e dalle escursioni proposte nel sito sulla base della tipologia e del numero. La comparazione sui vari siti web è spietata, soprattutto per quanto riguarda il rapporto qualità-prezzo: presentare, quindi, programmi nuovi, insoliti e ben organizzati, aiuterà a definire la strategia di offerta del tour operator, a incentivare la vendita dei propri pacchetti turistici e a posizionarsi tra la competitività del mercato nazionale ed internazionale. A tal proposito, possiamo distinguere le escursioni di mezza giornata da quelle di intera giornata, entrambe finalizzate alla scoperta del territorio e previste con l'accompagnamento sia dei *group leaders* sia degli *activity leaders*. Le prime (che come specifica l'avviso di accreditamento, devono essere minimo quattro) vengono effettuate dopo lo svolgimento delle lezioni, solitamente nel pomeriggio, nella stessa città o in città limitrofe (quest'ultime raggiungibili con i mezzi), con l'obiettivo di vedere qualche museo o attrazione turistica. Le seconde (che devono essere

minimo otto) si svolgono durante il fine settimana in grandi città o metropoli come Londra, Madrid, New York ecc. Trattandosi di intere giornate, sono comprese numerose attività e visite, quali: il tour guidato della città, la visita alle maggiori attrazioni (il cosiddetto *sightseeing*) e dei musei con l'accompagnamento delle guide turistiche locali; nonché qualche chicca in più per rendere l'escursione indimenticabile e "diversa", distinguendosi in questo modo dagli altri *competitors*: alcuni esempi sono la visita al Madame Tussauds, la cena all'Hard Rock Cafè, la visita all'interno dello stadio, la crociera sul Tamigi, l'escursione nel deserto ecc.). Non può mancare il tempo libero al pomeriggio per visitare la città da soli o in compagnia. Inoltre, sono previste le uscite notturne nella città, oltre alla possibilità di effettuare un'escursione con un pernottamento esterno.

D'altro canto, le attività ricreative mattutine, pomeridiane e serali devono assumere il carattere formativo e di approfondimento culturale (Vittimberga, 10 febbraio 2022). Allo stesso tempo, hanno lo scopo di far divertire i ragazzi e di farli socializzare tra di loro, quale un momento di aggregazione e conoscenza reciproca. Tra queste attività possono rientrare: sport (calcio, pallavolo, basket ecc. presso gli impianti del campus), giochi (ad esempio la caccia al tesoro, quiz ecc.), giornata in piscina, shopping, discoteca, *talent show*, serata film, karaoke, teatro ecc. Dell'intrattenimento se ne occupano i *group leaders* e gli *activity leaders*.

Per lo svolgimento delle escursioni e delle attività è richiesta ai ragazzi l'assunzione di un comportamento corretto e civile nei confronti dello staff e degli altri coetanei, oltre ai luoghi in visita. I ragazzi devono essere sempre reperibili e puntuali a tutti gli appuntamenti previsti per le attività ed uscite, per evitare di far ritardare l'intero gruppo.

3.5.2.6 Descrizione di una giornata "tipo"

In questo breve paragrafo, verrà presentata la descrizione di una tipica giornata delle vacanze studio "Estate INPSieme Estero". Il programma, conforme al sito web, viene appeso sottoforma di cartellone nel campus, in cui i ragazzi trovano elencate tutte le attività presenti durante la giornata. La settimana "tipo" di un ragazzo partecipante alle vacanze studio INPS può essere la seguente:

- sveglia e ritrovo con i *group leaders* all'ingresso degli alloggi;
- l'incamminamento verso il campus, per svolgere tutte le attività della giornata;
- colazione a buffet, rigorosamente del paese ospitante;

- corso di lingua mattutino;
- pranzo a buffet;
- attività pomeridiane (che in base al programma possono essere: corso di lingua pomeridiano, attività ricreative con gli animatori, sport all'aperto o in palestra, escursione di mezza giornata nella città, visita ai musei, shopping ecc.);
- rientro presso il campus;
- cena a buffet;
- attività di intrattenimento serale organizzate dagli animatori quali serata discoteca, cineforum in lingua originale, teatro, caccia dal tesoro notturna ecc.

Relativamente al weekend, la tipica giornata di un ragazzo è la visita turistica di una città o metropoli:

- sveglia e ritrovo con i *group leaders* all'ingresso degli alloggi;
- l'incamminamento verso il campus;
- consegna del *packed lunch* e partenza con bus turistici privati verso la destinazione;
- arrivo e visita guidata della città;
- tempo libero nel pomeriggio;
- ritrovo e rientro serale con bus turistici privati.

Le giornate sono molto frenetiche, impegnative e concentrate, per riuscire a svolgere il maggior numero di attività e soddisfare quindi le aspettative dei ragazzi a fine soggiorno.

3.6 La comunicazione turistica

La comunicazione (*Promotion*) è una delle principali attività di marketing, appartenente alle cosiddette 4 P del *marketing mix* (*Product, Price, Place, Promotion*). Generalmente, essa riguarda la creazione del valore attorno al prodotto attraverso la scelta di determinati canali per poter raggiungere il potenziale cliente e fargli recepire il messaggio positivamente, oltre a promuovere l'immagine stessa del brand. In altre parole, la comunicazione si prefigura di attrarre il cliente all'acquisto e al consumo del prodotto o del servizio prefissato. Accanto a ciò, il digitale si è sempre più inserito all'interno del marketing, proponendo la nuova frontiera del *digital marketing*, inteso come «tutte quelle attività di promozione di un brand e di

commercializzazione di prodotti e servizi attraverso uno o più canali digitali»¹¹³, considerando anche le pubbliche relazioni e i messaggi pubblicitari (le cosiddette ADV). Queste due strategie si riversano in modo preponderante nel settore turistico, in quanto le tecnologie digitali rappresentano un buon mezzo di comunicazione per raggiungere la cosiddetta «esperienza turistica». Come si è potuto intuire dalle dichiarazioni dei Project Manager, la comunicazione turistica, oggigiorno, è ritenuta di vitale importanza per i tour operator per potersi interfacciare con i clienti nel miglior modo possibile, presentando un ampio ventaglio di beni e servizi turistici in linea con i principi di etica economica e sociale, fino ad influenzare il comportamento di consumo finale. Lo scambio comunicativo legato al digitale incide enormemente sulle relazioni economiche e sui rapporti fra le persone, rendendo il mondo sempre più interconnesso e globalizzato. Relativamente al settore turistico, il digitale e la comunicazione possono accrescere il tour operator dal punto di vista organizzativo e collaborativo (ad esempio la suddivisione del lavoro in più figure professionali, quali il CEO, Project Manager, Social Media Manager, Sales Assistant, call center ecc.), proponendo a sua volta un nuovo approccio mentale del consumatore al viaggio.

Sempre con uno sguardo rivolto all'azienda, nei successivi paragrafi verrà analizzata la scelta delle piattaforme di comunicazione, sulle quali i tour operator si adopereranno per attrarre i potenziali studenti delle vacanze studio “Estate INPSieme Estero” verso i loro pacchetti turistici, oltre a farsi conoscere e posizionarsi sul mercato di riferimento. La comunicazione digitale sta tempestivamente sostituendo quella tradizionale (costituita prettamente dallo strumento telefonico per contattare i call center dell'INPS e dei vari tour operator), in quanto le nuove tendenze tecnologiche sono sempre più alla portata di mano dei giovani ragazzi. Infatti, la Generazione Z è ritenuta la generazione ipertecnologica, sempre al passo con le ultime realtà virtuali. Considerato il target giovanile, verrà dato ampio spazio alla descrizione delle piattaforme social, identificate come quei canali interattivi che permettono la creazione di contenuti funzionali, coinvolgenti e di impatto. Tutto l'intorno comunicativo e come il tour operator si presenta ai ragazzi (sia verbalmente sia digitalmente) fanno parte indubbiamente dell'esperienza turistica e del giudizio finale.

Infatti, l'utilizzo di strumenti tecnologici del tour operator va di pari passo con le competenze digitali insite agli studenti, geneticamente apprese dalla nascita o nei primissimi anni della loro adolescenza: queste rendono autonomi gli studenti (soprattutto quelli maggiorenni) nella ricerca

¹¹³ Realweb, *Cos'è il Digital Marketing?*, <https://real-web.it/it/blog/cos-e-digital-marketing/>

e nell'organizzazione della loro vacanza studio. Per questo motivo, gli studenti rappresentano una parte molto attiva del settore delle vacanze studio: hanno una particolare dimestichezza con l'utilizzo degli apparecchi elettronici rispetto ai genitori, tant'è vero che sanno sia come funzionano i mezzi di pagamento online, sia come riservare il proprio posto per quella determinata destinazione. La conoscenza informatica già insita è un punto di vantaggio per la gestione della propria vacanza. Il "fai-da-te", quindi, si rivela ottimale per questa tipologia di target.

3.6.1 Word of mouth

Un primo approccio di comunicazione turistica, ritenuto molto valido, riguarda il cosiddetto passaparola (in inglese *WOM*, acronimo di «*word of mouth*»). Esso distingue il passaparola vero e proprio, ovvero quello genuino e spontaneo dei colleghi, amici, conoscenti e familiari che, avendo già provato quel servizio o prodotto, lo consigliano a sua volta ad altre persone; da quello digitale (il cosiddetto *eWOM*, acronimo di «*electronic word of mouth*») caratterizzato dalle recensioni online; oltre a menzionare il passaparola legato a precise strategie di marketing aziendale via Internet con l'aiuto di figure professionali quali gli *influencers* e gli *ambassadors*. Tutti questi processi sono innescati per raccontare l'esperienza già vissuta e per convincere il ragazzo a partire con quel determinato tour operator.

Per quanto riguarda le vacanze studio "Estate INPSieme Estero", queste tre tipologie di passaparola si possono riassumere perfettamente nei seguenti concetti: il passaparola vero e proprio è utilizzato maggiormente dai genitori che beneficiano dei consigli di altri colleghi di lavoro, i quali hanno fatto partire i loro figli negli anni precedenti. I colleghi (anch'essi dipendenti pubblici) sono propensi a raccontare ai genitori tutta l'esperienza del figlio, a far emergere in loro le diverse motivazioni e a spiegare le procedure del bando di concorso. Raramente il passaparola avviene tramite amici o conoscenti, in quanto non tutti sono lavoratori statali. Un'altra modalità di passaparola è il servizio clienti tra l'operatore del call center (sia dell'INPS sia del tour operator) e il potenziale cliente. È soprattutto il genitore che chiama telefonicamente per avere delle informazioni aggiuntive riguardo la procedura del bando e della scelta del pacchetto turistico. L'attenta *customer care* è di fondamentale importanza: instaurare un rapporto di fiducia con il cliente, offerto in tutte le fasi del consumo del prodotto (in questo caso *prima, durante e dopo* la vacanza studio) e volto alla soddisfazione stessa è il punto cardine di ogni tour operator. Al telefono o in chat, l'operatore, con la sua professionalità e diligenza,

deve dare tutte le informazioni dettagliate, creare empatia verso il cliente, trasmettere credibilità e fiducia, cosicché i genitori possano avere completa fiducia nel tour operator, al quale essi affidano il proprio figlio minorenni per quindici giorni.

Dal punto di vista digitale, le recensioni online, i forum e le discussioni sono i mezzi che innescano il processo del passaparola sulla rete Internet: infatti, i tour operator e i potenziali clienti sono molto condizionati dai commenti positivi o negativi (in forma scritta) che gli utenti rilasciano sul web.

Una metodologia di valutazione che accomuna sia i genitori sia gli studenti delle vacanze studio dell'INPS sono proprio le testimonianze e recensioni lasciate sul web: il giudizio anonimo o meno, espresso in maniera "diretta" (ovvero dal ragazzo che ha vissuto l'esperienza in prima persona) o in maniera "indiretta" (quindi dal genitore sulla base del racconto) con una scala di valutazione formata da stelle da 1 (con valore basso, quindi negativo) a 5 (con valore alto, associato al pieno gradimento della vacanza) e/o da un breve commento redatto dall'autore; rappresenta un feedback positivo o negativo sia per i tour operator stessi sia per i futuri utenti. I commenti degli utenti che hanno partecipato negli anni precedenti alla vacanza studio con un determinato tour operator esprimono la soddisfazione o meno dell'intero soggiorno (ad esempio il racconto del viaggio indimenticabile o le lamentele riguardo l'organizzazione, la supervisione sui ragazzi, il mancato rimborso del viaggio o le problematiche relative alla situazione Covid-19). Tutti questi punti determinano per i genitori l'affidabilità o meno a quel determinato tour operator.

Dal punto di vista del cliente, un altro parametro ottimale consiste nel mettere a confronto più recensioni sia dello stesso tour operator sia di altri, al fine di sceglierne uno con il quale partire. Infatti, i ragazzi che si accingono ad intraprendere una vacanza studio sono sempre più influenzati sia dalla presenza "scenica" dei tour operator su Internet sia dalla loro *reputation*, in quanto consultano e paragonano minuziosamente i vari blog, recensioni ed opinioni online. Gli aspetti su cui si basa un buon passaparola online possono riguardare: il rapporto qualità-prezzo, l'organizzazione efficiente, il programma ben organizzato fin dalla partenza, l'attenta assistenza tecnica, il rimborso del viaggio per causa di forza maggiore ecc. Le recensioni rappresentano, quindi, un'arma a doppio taglio: il giudizio positivo alimenterà la fiducia nei futuri utenti; a differenza il giudizio negativo espresso fin dall'inizio farà escludere il tour operator a priori dalla lista delle preferenze.

Considerando, invece, il punto di vista aziendale, le recensioni rappresentano per il tour operator uno stimolo per fissare nuovi obiettivi sul mercato e per migliorare sempre di più qualitativamente e quantitativamente sia la sua organizzazione interna (dai collaboratori esterni, come le partnership e gli *stakeholders* nazionali e internazionali, ai propri operatori interni) sia quella esterna (volta al consolidamento del rapporto diretto e indiretto con i clienti attuali e potenziali).

L'ultimo step del passaparola riguarda la sua configurazione nelle strategie manageriali del tour operator. Si tratta dei cosiddetti *influencers* o *brand ambassadors*, che, conosciuti da un vasto pubblico, sono in grado di persuadere i potenziali utenti all'acquisto o al consumo del prodotto. I tour operator mirano soprattutto alla notorietà del proprio marchio (la cosiddetta *brand awareness*), distinguendosi dai *competitors* presenti sul mercato. Attraverso precise strategie di marketing, viene data molta importanza all'immagine, al valore e alla fiducia del brand con l'obiettivo di attrarre i potenziali clienti all'acquisto vero e proprio. Nel caso delle vacanze studio dell'INPS, le figure "professionali" in grado di raccontare l'esperienza e influenzare gli altri ragazzi al viaggio sono i cosiddetti *Ambassadors*: si tratta di ragazzi che hanno già vissuto negli anni precedenti e in prima persona queste vacanze studio e che desiderano raccontare la loro esperienza sui loro profili social o sul profilo social del brand (Facebook e Instagram) ai loro coetanei in maniera del tutto pratica e reale, dando loro consigli utili ed efficaci. I tour operator danno la possibilità ai ragazzi di diventare *brand ambassador*: generalmente, gli *Ambassadors* hanno il compito di enfatizzare ancora di più l'esperienza e il lavoro positivo e professionale che c'è dietro ai tour operator, oltre a influenzare in maniera concreta gli altri ragazzi attraverso il cosiddetto *storytelling*, ossia una recente forma di comunicazione online basata sulla sequenza di racconti quotidiani che coinvolgono l'ascoltatore in termini di verità, genuinità, credibilità ed emozione. I ragazzi possono diventare *brand ambassador* sia durante il viaggio sia una volta terminato: oltre alle vacanze studio dell'INPS, un esempio è rappresentato dai cosiddetti *Take Over* degli *exchange students* coinvolti nel semestre o nell'anno all'estero. Trattandosi di un vero e proprio meccanismo pubblicitario all'azienda, questo processo si rivela di notevole successo per il fatto che i *brand ambassador*, essendo giovani studenti, "parlano la stessa lingua" dei futuri clienti. L'approccio con lo stesso target risulterà quindi maggiore.

Come affermato pocanzi, l'interazione del passaparola tra gli utenti e i tour operator è davvero fondamentale durante tutto il processo di acquisto del pacchetto turistico. Questo è stato

possibile con l'avvento del digitale e delle ICTs che stanno sempre di più amplificando le possibilità di comunicazione.

3.6.2 Sito web

Il sito web rappresenta la vetrina online dell'azienda. Vendere i propri beni e servizi attraverso un'immagine visiva ben curata sia dal punto di vista scritto sia grafico, significa in un primo luogo trasmettere affidabilità e trasparenza verso i visitatori. Elementi chiari, concisi e di impatto sono la chiave del successo aziendale. Oggigiorno, tutti i tour operator dispongono di un proprio sito web, strumento essenziale per poter vendere i pacchetti turistici.

In particolar modo, i tour operator stanno incrementando i loro spazi web per i servizi riguardanti le vacanze studio "Estate INPSieme Estero": il loro adeguamento mediante gli appositi riferimenti nel menu indicano che è un tipo di vacanza che sta andando per la maggiore durante il periodo estivo. Infatti, la maggior parte di questi siti presenta informazioni molto dettagliate sull'espletamento delle procedure del bando INPS e sui pacchetti turistici conformi. Generalmente, un sito web di un tour operator specializzato nel settore delle vacanze studio dell'INPS si presenta attraverso numerosi elementi distintivi: logo e colore quale simbolo del brand (in modo da far recepire subito l'identità del tour operator); immagini di copertina accattivanti, solitamente con la presenza di giovani all'estero entusiasti, spesso ritratti sorridenti e con i libri in mano, desiderosi di studiare e di apprendere, il tutto all'interno di un contesto cosmopolita e rilassante, dove tutti i giovani vorrebbero essere in quel momento (ad esempio le spiagge della California o di Malta, una capitale europea ecc.); le immagini devono essere molto colorate e brillanti (evocando la spensieratezza del momento), mentre lo sfondo del sito deve avere un colore tenue, per una facile comprensione e lettura del testo. I colori che si riscontrano facilmente in questi siti web sono l'azzurro e il blu. Molto spazio verrà dato alle immagini delle città, del luogo e delle attrazioni simbolo della destinazione.

Indispensabili sono le proposte dei pacchetti turistici: ognuno di esse contiene una destinazione con tutte le informazioni menzionate nei paragrafi precedenti (come il corso di lingua, la sistemazione, le escursioni e le attività ecc.). Per attrarre i ragazzi vengono utilizzati video promozionali della destinazione (molto accattivanti, di impatto e della durata di pochi secondi) e fotogallery con i ragazzi e con i luoghi degli anni precedenti, allo scopo di creare empatia verso i futuri clienti, ma soprattutto di far risaltare i concetti di "gruppo e sicurezza". Come già

affermato, i tour operator si occupano di aggiornare i pacchetti turistici sui loro siti web, in base a quanto dettato dal bando di concorso INPS. Ecco alcuni esempi (Figura 22 e Figura 23):

LE DESTINAZIONI 2022



Figura 22: elenco destinazioni per le vacanze studio INPS (2022) di un tour operator.
Fonte: <https://www.interstudioviaggi.it/estate-insieme/>

NOVITA'

IRLANDA – DUBLINO GRIFFITH COLLEGE – THE BEST OF DUBLIN!

Dublino (Irlanda) Griffith College

1° Turno (Posti al completo) dal 27/06/2022 al 11/07/2022
 2° Turno (Posti disponibili) dal 12/07/2022 al 26/07/2022
 3° Turno (Posti disponibili) dal 27/07/2022 al 10/08/2022

Prezzo: € 2630,00 | € 2430,00

SCOPRI DI PIÙ →

ESCURSIONI TOP

SCOZIA – EDINBURGH COLLEGE – TERRA DI EROI E CASTELLI LEGGENDARI

Edimburgo (Scozia) Edinburgh College

1° Turno (Posti al completo) dal 04/07/2022 al 18/07/2022
 2° Turno (Posti al completo) dal 19/07/2022 al 02/08/2022

Prezzo: € 2720,00 | € 2520,00

SCOPRI DI PIÙ →

Figura 23: proposta di pacchetti turistici per le vacanze studio dell'INPS (2022) di un tour operator. Fonte: <https://www.giocamondostudy.it/vacanze-studio-estero/>

Per quanto riguarda la navigabilità, il sito web deve permettere una semplice navigazione, la raggiungibilità di tutte le informazioni, presentare una procedura guidata a tutti i passaggi della vacanza studio, essere usabile e accessibile¹¹⁴ a tutti gli utenti (tenendo conto dei due target di riferimento, quello “adulto” e “giovanile”), avere un linguaggio semplice, ma allo stesso tempo

¹¹⁴ Per usabilità di un sito web s'intende la soddisfazione dell'utente nell'esperienza complessiva online (ad esempio la facilità di trovare le informazioni, l'efficienza del servizio offerto ecc.). Mentre l'accessibilità è la facilità con cui tutti gli utenti possono usufruire del sito, inclusi coloro con limitate capacità motorie o visive.

accattivante (accentuato dagli slogan “*Parti con noi!*”, “*Iscriviti subito!*”), ed evitare errori e malfunzionamenti. Inoltre, queste tipologie di siti web devono essere dotate di un proprio sistema commerciale online, ovvero l’*e-commerce*, destinato alla vendita diretta dei pacchetti turistici, la relativa prenotazione del posto e il pagamento finale elettronico, con il rilascio delle apposite fatture e ricevute. Questi sistemi di vendita devono risultare affidabili e funzionanti.

Altri elementi essenziali del sito web sono più generalmente: la parte di presentazione aziendale vera e propria (ossia il “*chi siamo*”); l’area riservata, in cui ogni ragazzo troverà il programma e i dati relativi alla sua vacanza; la presenza di una funzionalità interattiva e di messaggistica, identificata nella *chat* solitamente posta in basso a destra, con lo scopo di comunicare simultaneamente con l’operatore circa brevi questioni risolvibili in poche righe, senza dover ricorrere alla e-mail; i contatti telefonici e di e-mail, utilizzati dalla maggior parte degli utenti; i moduli di contatto (i cosiddetti *form*) da compilare per essere ricontatti dal tour operator; la presenza delle apposite certificazioni ISO e la conformità con i bandi INPS; e i riferimenti ai canali social (come Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn). Queste informazioni devono essere sempre chiare e aggiornate correttamente.

Una tipologia simile al sito web molto apprezzata nel settore dei viaggi all’estero è il *blog*: esso consente la redazione di articoli brevi con foto e video su particolari tematiche turistiche, puntando sulla praticità dell’informazione. Le esperienze all’estero vengono raccontate con semplicità e immediatezza attraverso consigli, curiosità e approfondimenti sul mondo delle destinazioni (ad esempio “che cos’è un *gap year*”, le “cinque destinazioni da non perdere”, “perché partire per una vacanza studio” ecc.). Si tratta di una forma molto utilizzata anche dai tour operator che si occupano delle vacanze studio dell’INPS, basandosi sui racconti degli *Ambassadors*. È molto utile se si vogliono trovare precise informazioni su una determinata caratteristica del viaggio.

3.6.3 Social media

La *Generazione Z*, sempre più immersa nei dispositivi tecnologici, consulta costantemente i *social* per tenersi aggiornata. Difatti, anche la comunicazione si è dovuta adeguare alle nuove esigenze dei giovani utenti, rivisitandone completamente i canali. Al giorno d’oggi, la maggior parte dell’informazione turistica avviene solamente tramite i social media. Infatti, per un tour operator, avere più pagine social consente di dialogare direttamente con i ragazzi, oltre a seguirli passo a passo durante le procedure. Entrambi sono avvantaggiati per: l’immediatezza e la

semplicità delle informazioni, la comunicazione veloce e in tempo reale, l'ottimizzazione dei tempi, l'aiuto reciproco durante le procedure burocratiche e il maggior coinvolgimento dell'utente.

Attraverso i canali social (quali ad esempio Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Telegram, LinkedIn ecc.) i tour operator hanno incrementato la funzionalità interattiva con gli utenti, i quali (sia genitori sia ragazzi) si sentono sempre più partecipi della propria vacanza e della scelta del loro pacchetto turistico. I canali social usati dai tour operator devono avere una coerenza di stile con il proprio sito web che si rifletta nella varietà dei contenuti proposti (post, *stories*, video, *reels* ecc.) anche nelle diverse piattaforme. Solitamente viene utilizzato lo stesso nome, lo stesso logo e un modello grafico simile, cosicché l'utente sa riconoscere subito il tour operator. Trattandosi però di un contenuto visivo, viene data molta importanza alle immagini dei giovani ragazzi, dei viaggi all'estero, alle destinazioni europee ed extraeuropee, accompagnate da brevi testi di spiegazione, in quanto un utente medio di un social non si sofferma sulla lettura.

I social media consentono la massima interazione e il coinvolgimento con gli utenti: le funzionalità di interazione con i *likes*, la condivisione del post o della *story*, lo *storytelling*, l'utilizzo degli *hashtag*, i commenti, *taggare* altre persone, creare *stories* in evidenza ecc. sono tra le più apprezzate. Se da una parte lo staff del tour operator realizza video e foto di gruppo da postare durante le vacanze studio; anche i ragazzi ci tengono molto alla condivisione della loro esperienza sui social.

In seguito verranno analizzati i principali social media utilizzati sia dai tour operator sia dai ragazzi/genitori per la buona riuscita delle vacanze studio "Estate INPSieme Estero". Infatti, essi permettono una rapida comunicazione fra utenti provenienti da tutta Italia.

Facebook è il canale social più utilizzato dai genitori con una fascia d'età dai 40 ai 60 anni. Attraverso i gruppi, si scambiano delle idee, consigli o lamentele riguardo la parte burocratica di adempimento all'INPS e la scelta dei vari tour operator. Nei gruppi ogni persona iscritta ha la possibilità di scrivere una propria questione. Dopodiché gli altri utenti possono rispondere brevemente al suddetto post utilizzando la funzione "commenti". Sentendo numerosi pareri di utenti che hanno partecipato o partecipano a queste vacanze studio, i genitori a loro volta si sentono maggiormente rassicurati. Si tratta di un canale di semplice utilizzo anche per i genitori, i cosiddetti "immigrati digitali", in quanto hanno acquisito la competenza tecnologica sui social solamente da adulti.

Instagram, invece, è il canale social più in voga tra i ragazzi: le foto dei viaggi di alto impatto visivo consentono una fonte di ispirazione mentale e il livello di condivisione ed interazione è molto elevato. Un altro canale sempre più presente tra i giovanissimi nati dal 2000 in poi è Tik Tok: si presenta con la funzionalità di creare video brevissimi (di 15”), i cosiddetti *reels*, con delle musiche che richiamino l’estate e la voglia di libertà. Tik Tok rappresenta la nuova tendenza degli anni 2020, 2021 e 2022, in quanto i video postati sono molto coincisi e attirano immediatamente l’attenzione dell’utente. I *reels* possono essere postati anche su Instagram.

Altre funzionalità comunicative sia di Facebook sia di Instagram sono le *chat* private, ovvero Facebook Messenger e Direct Message di Instagram, che consentono un’interazione “*a tu per tu*” soprattutto per quanto concerne alcune informazioni sensibili che interessano la sfera privata dell’utente.

WhatsApp è il canale più utilizzato dai giovani con l’intento di creare dei gruppi (in base alla destinazione e data di partenza), conoscere altri ragazzi e tenere un contatto di amicizia. Inoltre, il gruppo può essere creato dal *group leader* al momento della partenza per comunicare a tutti le stesse informazioni riguardanti il soggiorno. Con le stesse funzionalità di messaggistica di WhatsApp, Telegram, è lo strumento utilizzato dai tour operator con lo scopo di creare i gruppi senza avere i numeri di telefono dei partecipanti, ma solo tramite un link di invito al gruppo. Telegram consente lo scambio di tutte le informazioni del viaggio, in maniera più informale e diretta.

Di seguito sono riportate due pagine social (Instagram e Facebook) di due differenti tour operator circa le proposte turistiche “Estate INPSieme Estero” (Figura 24 e Figura 25).

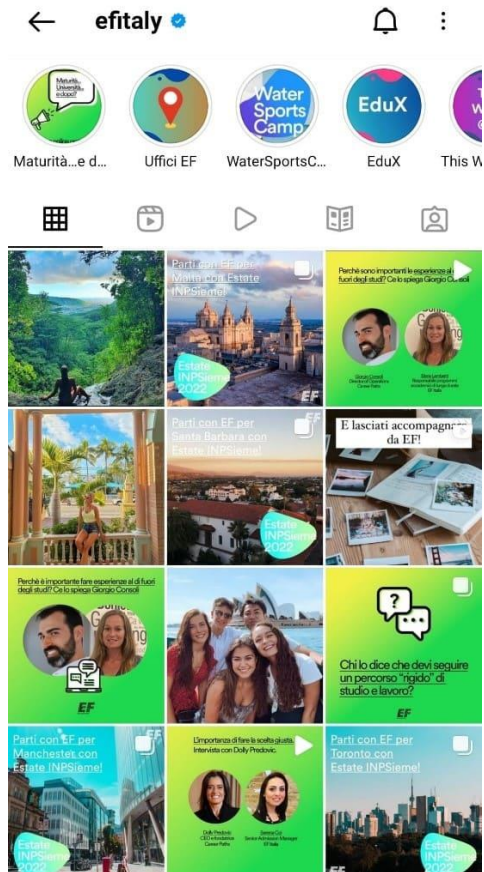


Figura 24: profilo Instagram del tour operator EF. Fonte: <https://www.instagram.com/efitaly/>



Figura 25: profilo Facebook del tour operator Meridiano Education. Fonte: <https://www.facebook.com/meridianoinps>

3.6.4 Altri canali comunicativi

Un canale comunicativo che rimane ancora efficace è la classica e-mail, che permette allo studente di ricevere informazioni dettagliate sia dall'INPS sia dal tour operator. Dalla parte dei tour operator, una strategia di marketing che si rivela molto proficua per la comunicazione, è la *newsletter*: gli operatori, puntando sul target dei giovani appartenenti alle vacanze studio dell'INPS, inviano e-mail automatiche agli utenti, comunicando sotto forma di testo informativo le proprie promozioni, sconti, nuovi pacchetti turistici e proposte di viaggio. La strategia (appartenente al cosiddetto processo di *e-mailing*) è quella, oltre alla pubblicità aziendale, di consentire all'utente di restare aggiornato costantemente circa le nuove proposte turistiche, che magari le può trovare interessanti. Le *newsletters* sono accompagnate da una grafica semplice e chiara, con frasi incisive e con i link di collegamento al proprio sito web. Infatti, come afferma la Project Manager di Interstudio viaggi, Dott.ssa Donatella Morgante: *«dalla classica comunicazione via rete si passa alla promozione nei canali social (ad esempio Facebook e Instagram). Inoltre, disponendo di un nostro database con i possibili interessati alla programmazione, mandiamo le comunicazioni tutte le volte che ci sono delle novità, nuovi programmi o nuove iniziative da proporre».*

Con la pandemia da Covid-19, le procedure si sono sempre più informatizzate. C'è stata l'esigenza di incrementare i mezzi comunicativi e di crearne dei nuovi per far fronte alle esigenze degli utenti. Data l'impossibilità di spostarsi fisicamente negli uffici, sono stati molto potenziati i canali di consulenza online attraverso le videochiamate sulle piattaforme social (le principali Zoom e Google Meet) e le *live-streaming*, con l'intento di conversare con gli utenti e di far chiarire i dubbi relativi alla loro vacanza. Questi incontri online venivano dedicati soprattutto agli *exchange students*, ovvero coloro che necessitavano di essere seguiti in modo più continuativo, in quanto si sarebbero trovati all'estero per la maggior parte dell'anno.

Relativamente alle vacanze studio "Estate INPSieme Estero", come chiarisce il Project Manager di EF, Dott. Giorgio Pianta, si è riscontrata una differenza comunicativa notevole tra il *pre* e *post* pandemia: *«il customer care chiamava lo studente per fare un check di tutti i dati anagrafici e del soggiorno. Oltre a ricevere le informazioni via e-mail, circa 10 giorni prima della partenza gli studenti venivano chiamati per fare il punto della situazione. Con la pandemia, questa procedura non è stata più possibile (visto anche l'accumulo dei bandi), ma cerchiamo di automatizzarla: sul nostro sito abbiamo creato un portale, dove i ragazzi possono trovare più informazioni possibili, oltre a un canale Telegram, per un contatto più diretto. Lo*

studente, prima di chiamarci, deve consultare bene tutte le informazioni, altrimenti le linee vengono intasate».

In definitiva, lo scopo che il tour operator vuole far passare attraverso questi messaggi comunicativi è quello dell'affidabilità e della fiducia verso le famiglie che scelgono il soggiorno studio, innescando di conseguenza un possibile processo di fidelizzazione: questa strategia di marketing è volta a creare la massima soddisfazione del cliente al servizio consumato, con l'intento di renderlo un acquirente abituale nella fase del *post* consumo. Questo investimento a lungo termine contribuisce anche alla fedeltà del brand aziendale. Per poter arrivare a ciò, è necessaria una personalizzazione mirata dei pacchetti turistici e un'attenta *customer care*. Infatti, se il viaggio si è rivelato complessivamente un'esperienza del tutto positiva, i genitori e gli studenti saranno intenzionati a partire nuovamente con lo stesso tour operator negli anni successivi.

3.7 Il ricordo *post* viaggio

Un concetto da non sottovalutare alla fine delle vacanze studio dell'INPS è la memorabilità dell'esperienza, definita come la manifestazione del viaggio sotto forma di ricordo a lungo termine. Essa può emergere attraverso foto e *selfie* scattati digitalmente durante la vacanza che vengono riguardate successivamente dal proprio smartphone, facendo suscitare in questo modo un primo ricordo con l'emozione della vacanza complessiva appena trascorsa e delle avventure con i propri compagni di viaggio provenienti da tutta Italia, da apparentemente sconosciuti divenuti in seguito grandi amici. Per avere un ricordo ancora di più indelebile, i ragazzi possono stampare le foto e appenderle in camera o all'interno di un album ricordo. Si tratta di un'idea molto in voga tra i giovani soprattutto negli ultimi anni per rivivere i momenti di un'estate indimenticabile. Inoltre, si possono collezionare tutti gli oggetti acquistati durante la vacanza come le mappe geografiche, souvenirs, biglietti di mostre e musei ecc. o tenere semplicemente il materiale scolastico (come libri e quaderni). Un'altra manifestazione del ricordo può avvenire attraverso le dediche lasciate dagli altri ragazzi: dediche scritte su un pezzo di carta, su un quadernino, sullo zaino ecc., atte a lasciare un senso "indelebile" di quella persona nella propria vita. Inoltre, anche lo scambio dei messaggi nelle varie *chat* dei gruppi social, fa aumentare il ricordo sia delle persone sia dell'esperienza in sé. Per mantenerlo vivo, è importante tenersi in contatto anche dopo il viaggio. Finita la vacanza vengono espresse una serie di emozioni che vanno dalla tristezza al pianto, fino alla gioia nel rivedere i propri familiari.

3.8 Riflessioni conclusive

A fine capitolo, è fondamentale trarre delle conclusioni in merito alle vacanze studio “Estate INPSieme Estero”. Come si è potuto riscontare, i beneficiari di questa tipologia di vacanza sono esclusivamente i figli dei dipendenti pubblici, frequentanti una scuola superiore. Chi non conosce questi soggiorni studio può pensare che i ragazzi che hanno i genitori lavoratori nel settore pubblico siano dei “privilegiati”, in quanto possono partecipare a questi soggiorni studio “tutto compreso” e per buona parte spesi dai fondi economici INPS. Infatti, uno degli svantaggi è rappresentato proprio dall’esclusione di tutti gli altri studenti delle scuole superiori che hanno i genitori impiegati in un lavoro autonomo o in aziende private. La limitazione e la disparità sociale, anche se minima, sono quindi molto evidenti.

Per ovviare a ciò, i tour operator hanno messo in campo delle strategie di inclusione sociale, come il cosiddetto “*porta un amico*”: offrono la possibilità agli amici dei figli dei dipendenti pubblici, che non possono presentare domanda per il bando INPS, di essere inseriti come un “aggregato” di uno studente partecipante alla vacanza. In questo modo, l’amico partirà con lo stesso gruppo, per la stessa destinazione e data. Tuttavia, l’amico dovrà pagare la quota complessiva totale del programma, e non potrà beneficiare di uno sconto o di una borsa studio INPS in base all’ISEE. Anche gli studenti che non sono rientrati in graduatoria, ma che desiderano comunque partecipare alle vacanze studio estive, dovranno adempiere al prezzo totale pubblicato nei cataloghi dei tour operator.

A tal proposito, nel successivo capitolo è stato pensato di coinvolgere alcuni studenti delle scuole superiori, ex alunni e giovani lavoratori attraverso un sondaggio online, con il fine di valutare il grado di conoscenza e partecipazione alle vacanze studio dell’INPS, e in caso contrario di indagare sul carattere limitativo sociale.

CAPITOLO 4

4. MICROINDAGINE SUI GIOVANI E LE VACANZE STUDIO E UN APPROFONDIMENTO SULLA PROPOSTA INPS

Il quarto ed ultimo capitolo si pone l'obiettivo di indagare sul comportamento dei singoli studenti e giovani italiani circa le vacanze studio "Estate INPSieme Estero". A tal proposito, i seguenti paragrafi andranno a supportare concretamente (attraverso l'ausilio di dati e grafici) le informazioni trattate precedentemente. Trattandosi di vacanze studio poco conosciute tra i giovani, l'indagine statistica è stata condotta attraverso due punti di vista: da un lato, si sono analizzate le performance turistiche vere e proprie degli studenti partecipanti gli anni precedenti (fino all'estate del 2021); mentre dall'altro, si è cercato di mettere a conoscenza i giovani e gli studenti circa queste opportunità di viaggio, proponendo delle domande di carattere generale. Attraverso la redazione e somministrazione di un *Google Form*, si è voluto coinvolgere in maniera attiva i singoli partecipanti, stimolando in loro la curiosità al viaggio studio all'estero. Le difficoltà riscontrate durante la ricerca sono state numerose, in quanto la maggior parte degli studenti (soprattutto del Nord Italia) non conosce questa tipologia di vacanze. Tuttavia, sono state adottate delle strategie per poter raggiungere il target desiderato, dimostrandosi molto interessato a collaborare nell'indagine.

4.1 Target e obiettivi di ricerca

Ai fini della creazione del questionario è stato individuato nel *target* "giovani", il destinatario della presente indagine. Infatti, come già affermato esaustivamente, gli studenti delle scuole superiori sono i beneficiari delle vacanze studio dell'INPS. Oltre agli studenti dai 13 ai 19 anni, che, in quanto target principale, avrebbero rappresentato una notevole limitazione alla raccolta dati; si è pensato di estendere la fascia d'età (e quindi il questionario) anche ai giovani universitari, laureati e lavoratori dai 20 ai 30 anni, in quanto potrebbero conoscere questi soggiorni studio ed aver avuto delle esperienze pregresse. Dunque, il *target* preso in considerazione per l'indagine statistica è rappresentato dagli studenti e dai giovani di età compresa tra i 13 e i 30 anni, appartenenti sia alla *Generazione Z* sia ai *Millennials*. È stata data la possibilità a tutti i giovani e gli studenti di compilare il questionario: coloro che hanno partecipato alle vacanze studio dell'INPS e coloro che non ne hanno mai sentito parlare, in

modo da non escludere nessuno dal sondaggio. Inoltre, trattandosi di un bando di concorso a carattere nazionale, è stato prefissato di somministrare il questionario non solo ai ragazzi residenti nelle Regioni del Nord Italia (che avrebbero rappresentato una limitazione in termini geografici), ma anche cercare di raggiungere il più possibile gli studenti e i giovani di altre Regioni italiane, in quanto per esperienza personale, i partecipanti alle vacanze studio “Estate INPSieme Estero” provengono principalmente dal Centro e dal Sud Italia.

Una difficoltà riscontrata è stata raggiungere gli utenti che hanno effettivamente partecipato alle vacanze studio INPS, in quanto si tratta di una tipologia di viaggio di nicchia e di conseguenza quasi sconosciuta anche ai più giovani. Il timore, infatti, era di non riuscire a raccogliere i dati essenziali ai fini dell’indagine vera e propria. Tuttavia, i canali social e la relativa metodologia scelta hanno permesso di raggiungere il *target* desiderato, potendo così analizzare i dati ottenuti dal sondaggio.

L’obiettivo generale della seguente indagine statistica è quello di valutare il grado di conoscenza e/o partecipazione alle vacanze studio “Estate INPSieme Estero” e di analizzare le testimonianze dei partecipanti a supporto delle informazioni trattate nei capitoli precedenti.

Nell’impostazione del progetto d’indagine sono stati prefissati anche degli obiettivi specifici, concentrandosi su quali informazioni in particolare avremmo dovuto ottenere per poter trarre, una volta raccolti ed analizzati i dati, delle conclusioni utili e pertinenti. Poiché i giovani e gli studenti hanno due percezioni differenti riguardo le vacanze studio dell’INPS, è stato ritenuto imprescindibile suddividere il questionario in due sezioni, aventi duplici obiettivi specifici di ricerca:

- per i non conoscenti, è stato sufficiente metterli al corrente circa queste opportunità di viaggio giovanili, proponendo loro delle domande di carattere generale. Gli obiettivi specifici sono stati quelli di stimolare la curiosità al viaggio legata allo studio di una lingua straniera e indagare sulla loro propensione a svolgere in futuro un periodo di studio all’estero. Pertanto, lo scopo è quello di analizzare le altre esperienze di studio all’estero, rappresentate ad esempio dai vari programmi scolastici e universitari. Tuttavia, la conoscenza circa le vacanze studio dell’INPS può risultare utile per coloro che frequentano i primi anni delle scuole superiori e che, informandosi con i propri genitori, possono partecipare al bando negli anni successivi.
- Per i conoscenti e i partecipanti alle vacanze studio dell’INPS, è stata condotta un’analisi più specifica. Gli obiettivi di questa sezione sono stati quelli di analizzare le esperienze

vere e proprie vissute in prima persona dagli studenti, riconfermando o meno quanto detto nei capitoli precedenti, quale integrazione di testimonianze reali e veritiere. Verranno portati alla luce i seguenti elementi: la destinazione scelta per il proprio soggiorno studio, l'anno di partecipazione, la sistemazione proposta, le attività ed escursioni e il corso di lingua, indagando sulla soddisfazione della vacanza estiva. Inoltre, verrà anche analizzato il gradimento circa la compilazione del bando di concorso INPS e la comunicazione con il tour operator scelto. In definitiva, verrà quindi determinata la soddisfazione complessiva della vacanza e se questa ha raggiunto le aspettative desiderate. Un altro obiettivo specifico di questa sezione è quello di indagare concretamente sulle vacanze studio avvenute negli anni passati e svolte fino all'estate 2021, analizzando in questo modo le esperienze concrete e vissute dai ragazzi. Non si andranno a trattare, quindi, le vacanze studio relative all'estate 2022, in quanto queste devono essere ancora perfezionate dall'INPS e dai tour operator, risultando quindi presuntive ai fini dell'indagine statistica.

Dal punto di vista comunicativo, l'obiettivo specifico è stato quello di rendere il questionario empatico e riflessivo, in modo da coinvolgere attivamente i giovani utenti e di far suscitare in loro un ricordo dell'esperienza memorabile legato al momento delle vacanze studio dell'INPS o, in generale, di un ipotetico soggiorno studio.

Impostando l'analisi con la struttura illustrata sopraelencata, si vuole dimostrare che i risultati ottenuti, potranno aiutare a migliorare le performance turistiche giovanile, in particolare quelle legate alle vacanze studio dell'INPS, sviluppando in questo modo delle nuove strategie sulla base delle esigenze dei partecipanti effettivi e potenziali.

4.2 Metodologia

Al fine di raccogliere dati utili alla ricerca, con il proprio account istituzionale è stato redatto un questionario online su *Google Form*, da sottoporre a studenti e giovani italiani di età compresa tra i 13 e 30 anni. Infatti, avendo tra il campione d'indagine anche ragazzi minorenni, *Google Form* si prefigura la scelta migliore: si tratta di uno strumento che consente di raccogliere informazioni dagli utenti, tranne gli indirizzi IP, tramite un sondaggio o un quiz personalizzato da compilare online, permettendo l'anonimato completo dei dati sensibili dei partecipanti, quali nome, cognome, data di nascita e indirizzo e-mail. Il rispetto della privacy verrà quindi garantito, così come specificato nella prima parte del questionario: «tutte le

informazioni verranno trattate in forma anonima ai sensi del D. Lgs. 101/2018 e ai sensi del Regolamento UE 2016/679 sul trattamento dei dati personali». Inoltre, trattandosi di uno strumento tecnologico e di facile utilizzo, il *Google Form* è comodamente accessibile sia da PC sia da smartphone.

Il campionamento preso in considerazione per l'intera indagine non è stato casuale, ma di tipo ragionato: pur avendo ottenuto un numero elevato di risposte, esso non rappresenta tutta la popolazione studentesca e giovanile italiana. Abbiamo inoltre fatto un sovracampionamento per cogliere meglio l'opinione di quanti avessero fatto l'esperienza di vacanze studio promosse da INPS.

Per quanto riguarda la struttura, è stato necessario innanzitutto mettere a conoscenza il partecipante circa le vacanze studio "Estate INPSieme Estero". Per un carattere di inclusività è stato ribadito che tutti i partecipanti possono compilare il questionario senza difficoltà. Dopodiché, tenendo presente gli obiettivi specifici sopracitati, è stato opportuno redigere il questionario in due distinte sezioni: una dedicata a coloro che hanno partecipato ai soggiorni studio INPS; mentre l'altra dedicata alla categoria di utenti che non ne ha mai sentito parlare e/o partecipato, utilizzando quindi due metodologie di indagine differenti.

Specificatamente, il questionario è stato diviso in ulteriori sezioni: una sezione introduttiva (compilabile da tutti i partecipanti) chiamata "Viaggio e studio" composta da domande di carattere generale, volta ad indagare sulle abitudini di viaggio legate allo studio (con riferimento ai programmi scolastici e/o accademici di mobilità internazionale). L'intento è stato quello di metterli a proprio agio e introdurli gradualmente al tema delle vacanze studio dell'INPS. L'ultima domanda («Hai mai partecipato alle vacanze studio "Estate INPSieme Estero"?») dividerà le sezioni dei rispondenti «Sì» e «No».

La sezione dedicata solamente a coloro che hanno risposto «Sì», ovvero i partecipanti alle vacanze studio INPS, è stata articolata nella seguente maniera:

- una sezione composta da domande sul soggiorno studio all'estero, atte ad indentificare le singole scelte dei partecipanti e valutare la loro soddisfazione finale. Gli elementi presi in considerazione sono: la destinazione scelta e il gradimento del corso di lingua, delle attività ed escursioni svolte, della sistemazione e ristorazione proposta ecc. Verrà analizzata, quindi, la vacanza studio INPS in tutti i suoi aspetti più salienti.
- Una sezione chiamata "Bando di concorso dell'INPS" con tre domande relative alle difficoltà riscontratesi durante l'espletamento delle pratiche.

- Una terza sezione con domande riguardanti la scelta del tour operator e la relativa comunicazione avvenuta con esso, valutando la complessiva soddisfazione dell'utente.


Relativamente ai rispondenti «No», ovvero coloro che non ne hanno mai sentito parlare e/o partecipato, è stata redatta una parte più generale, chiedendo se avrebbero voluto partecipare e se avrebbero comunque intenzione di svolgere un periodo di studio all'estero, non necessariamente legato all'INPS o alla scuola/università.

Successivamente è stata formulata una domanda di carattere generale a tutti i partecipanti, volta a capire se il fatto di essere figlio di un dipendente pubblico può costituire una limitazione sociale per tutti gli altri studenti che desiderano intraprendere queste vacanze studio ma non possono per via della condizione lavorativa del genitore.

Nell'ultima sezione chiamata "Le tue generalità" si sono raccolte le informazioni di carattere personale, ricordando che tutti i dati forniti sarebbero stati trattati unicamente in forma aggregata.

Inoltre, si è preferito non indicare tutte le domande come obbligatorie, in quanto si sapeva già che non tutti gli utenti avrebbero partecipato alle vacanze studio dell'INPS; per tale ragione, a seconda delle risposte del partecipante, il questionario si snodava in diversi percorsi di domande. Merita una menzione particolare anche il linguaggio utilizzato nel questionario, aspetto fondamentale per il successo dello stesso. Al fine di creare un'interazione efficace con il nostro *target*, ovvero i giovani e studenti dai 13 ai 30 anni, si è utilizzato un linguaggio semplice, amichevole e colloquiale, usando la seconda persona singolare nella stesura delle domande.

Per la realizzazione delle domande ci si è avvalsi degli strumenti informatici e immediati di *Google Form*, come la scelta multipla, le caselle di controllo, la risposta breve, la griglia a scelta multipla, oltre alla componente grafica. Per quest'ultima, si è scelto un layout di colore azzurro chiaro che richiamasse quello che si vede nella maggior parte dei siti web dei tour operator, per rendere il questionario ancora più familiare ai potenziali utenti. Inoltre, è stata scelta un'immagine di copertina che racchiudesse appieno il significato delle vacanze studio INPS: due giovani ragazzi con lo zaino in spalla pronti a partire verso le destinazioni europee o extraeuropee. Ecco la grafica iniziale proposta (Figura 26):



Generazione Z e turismo: il caso "Vacanze studio Estate INPSieme Estero"

Ciao! Mi chiamo Giulia e sono una studentessa del corso di laurea magistrale in "Sviluppo interculturale dei sistemi turistici" dell'Università Ca' Foscari di Venezia. Per il mio elaborato finale, incentrato sulla mobilità internazionale delle vacanze studio dell'INPS "Estate INPSieme Estero", sto conducendo un'indagine statistica rivolta agli studenti e giovani della fascia d'età 13-30 anni, con l'obiettivo di valutare il grado di conoscenza e/o partecipazione a questi soggiorni studio.

Non preoccuparti: ci vorranno solo alcuni minuti per rispondere alle domande. Il tuo aiuto sarà davvero prezioso! Ti ricordo che tutte le informazioni fornite verranno trattate in forma anonima ai sensi del D. Lgs. 101/2018 e ai sensi del Regolamento (EU) UE 2016/679 sul trattamento dei dati personali.

Grazie per la tua collaborazione!

Cosa sono le vacanze studio Estate INPSieme Estero?

Le vacanze studio Estate INPSieme Estero sono dei soggiorni studio estivi nei Paesi europei ed extraeuropei che l'INPS, attraverso un bando di concorso e un contributo, mette a disposizione per i figli dei dipendenti pubblici. I beneficiari sono studenti dalla prima alla quinta superiore.

Non ne hai mai sentito parlare o non hai mai partecipato? Non preoccuparti, ho pensato a delle domande anche per te!

***Se hai fatto più di una vacanza studio Estate INPSieme Estero, fai riferimento all'ultima!**

Sei pronto a scoprirne di più? Let's start!!

Avanti Cancella modulo

Figura 26: pagina iniziale del Google Form. Fonte: elaborazione personale.
Consultabile dal link: <https://forms.gle/HA5MypoGHLkZVq9O9>

Con lo scopo di raggiungere un numero più elevato possibile di potenziali partecipanti, si è individuato nelle piattaforme social il canale di comunicazione ideale. Infatti, i social media sono sempre più alla portata di tutti i giovani (ovvero il *target* di riferimento dell'intera indagine statistica): i cosiddetti "nativi digitali" sono molto più propensi a compilare il questionario dal proprio smartphone, senza riscontrare nessun tipo di difficoltà (nemmeno i più piccoli), in quanto i passaggi di compilazione sono guidati e intuitivi. Inoltre, il formato digitale si rivela più efficace del cartaceo, in quanto permette di aggiornare automaticamente il numero delle

risposte fornite, di visualizzare i grafici, oltre a poter scaricare il foglio Excel circa tutte le risposte anonime.

Data la fascia d'età molto estesa (13-30 anni), per la somministrazione del questionario online sono state adottate tre metodologie differenti: la prima indirizzata a universitari, laureati e giovani lavoratori (età 20-30 anni), la seconda agli studenti delle scuole superiori (età 13-19 anni) e la terza rivolta al *target* partecipante alle vacanze studio dell'INPS.

Il primo passo è stato quello di sfruttare il poter della condivisione social tra amici e conoscenti di età compresa tra i 20 e i 30 anni, al fine di diffondere la comunicazione grazie anche all'effetto del passaparola. Il questionario è stato pubblicato sui canali social più utilizzati dai giovani utenti, quali Facebook, Instagram e WhatsApp. In particolare, l'approccio adottato è stato l'inoltro del link su chat private, la pubblicazione del questionario sui profili personali social e la creazione di *stories* e post specifici per i gruppi Facebook e Instagram (con una breve spiegazione del contenuto e delle finalità dell'indagine, oltre al relativo link). I gruppi *social* selezionati sono stati principalmente quelli universitari (in particolare dei corsi di laurea triennale e magistrale dell'Università Ca' Foscari di Venezia, IUAV e Padova).

Il secondo passo è stato quello di rendere il questionario più omogeneo anche nelle fasce d'età 13-19 anni. Trattandosi di vacanze studio rivolte agli studenti delle scuole superiori, ma non disponendo di contatti diretti, è stata pensata e richiesta una collaborazione con l'Istituto Tecnico d'Istruzione Superiore J.F. Kennedy (ad indirizzo economico e tecnologico) ubicato a Monselice (PD) e frequentato dalla sottoscritta dal 2011 al 2016. È stata scelta tale scuola superiore per un maggior approccio "familiare" e per un riscontro positivo avvenuto per e-mail, nella quale si sono esplicitate le finalità dell'indagine. I motivi che hanno spinto a questa collaborazione sono stati: indagare se gli studenti hanno preso parte a qualche progetto di mobilità internazionale offerto durante il periodo scolastico; se sono a conoscenza delle vacanze studio dell'INPS; e in caso contrario, di far scoprire loro questa nuova esperienza turistica. È stata quindi ottenuta l'approvazione favorevole del relatore, del Dirigente Scolastico, Professoressa Paola Passatempi, e dei docenti che ne hanno concesso la disponibilità. Il questionario è stato somministrato agli studenti dalla prima alla quinta superiore in presenza e nelle mattinate del 20, 21 e 22 dicembre 2021 durante l'orario scolastico, sotto il permesso dei docenti che hanno aderito all'iniziativa (in totale quattro). Le classi dei docenti di appartenenza sono risultate adeguatamente omogenee tra il settore economico (Relazioni internazionali per il marketing, turistico ed economico) e il settore tecnologico (informatica e agrario). La

modalità utilizzata è stata quella online: ai docenti è stato inoltrato via e-mail il link del questionario, i quali a loro volta durante la lezione hanno provveduto a condividerlo agli studenti attraverso il proprio registro di classe elettronico. Alcuni studenti invece hanno preferito condividere il link sui gruppi WhatsApp, uno strumento ancora più rapido. Gli studenti, sotto l'approvazione dei docenti, hanno compilato il questionario tramite il proprio smartphone. Altre metodologie di compilazione del questionario sono state: la L.I.M (Lavagna Interattiva Multimediale) per coloro che nel proprio smartphone non disponevano della Rete Dati; e la D.A.D (Didattica a Distanza) per coloro che avevano effettuato la lezione da remoto, per via del Covid-19, collegandosi all'aula attraverso la Piattaforma Microsoft Teams.

Ai fini di omogeneizzare il questionario dal punto di vista partecipativo ed esperienziale, il terzo passo è stato quello di individuare quegli studenti e giovani che hanno effettivamente partecipato alle vacanze studio "Estate INPSieme Estero", analizzando quindi tali aspetti turistici. Parallelamente, si è pensato di coinvolgere anche gli utenti provenienti dalle altre Regioni italiane, per poter avere un campo di indagine geograficamente più esteso. Non trovando gruppi social di ragazzi che hanno partecipato a tali vacanze studio, in cui poter somministrare il questionario, la ricerca di tale *target* si è, dunque, estesa ai gruppi Facebook formati prevalentemente dai genitori dipendenti pubblici, i quali si scambiano informazioni per poter mandare i propri figli in vacanza con l'INPS. Questa metodologia si è rivelata un'ottima soluzione per poter arrivare al *target* "desiderato": nel gruppo Facebook "Estate INPSieme 2021/2022" (che conta più di 28.000 membri provenienti da tutta Italia) è stato creato un post con annesso il link (approvato in seguito dall'amministratore), dove è stato chiesto ai genitori il contributo per far compilare il questionario ai propri figli, in quanto beneficiari effettivi dei soggiorni INPS. Inoltre, la comunicazione con i genitori interessati all'indagine si è estesa anche sul canale Facebook Messenger. I genitori hanno accolto con molto entusiasmo l'indagine statistica proposta, visto i numerosi commenti positivi lasciati sotto il post. Inoltre, in questo modo è stato favorito anche il passaparola tra i partecipanti al gruppo e il passaparola genitore-figlio.

4.3 Dati raccolti

Dato l'argomento di mobilità internazionale e la curiosità circa le vacanze studio dell'INPS che possono suscitare interesse per il *target* giovanile, è stato ottenuto un buon riscontro da parte di tutti i giovani e studenti chiamati a partecipare. La somministrazione del questionario è

avvenuta dal 18 dicembre 2021 fino al 14 gennaio 2022: in poco meno di un mese (considerando anche le festività natalizie), gli intervistati che hanno partecipato all'indagine sono stati 597. Di questi, però, coloro che hanno concluso correttamente il questionario, fornendo dati utili e veritieri, sono stati 573: per questo motivo, ai fini dell'analisi statistica verranno considerati validi solamente questi dati raccolti.

Da una prima analisi sulla raccolta dei dati, si può osservare come questa si è rivelata abbastanza omogenea: sono state ottenute circa 200 risposte dalla fascia d'età 20-30 anni, circa 200 dagli utenti dell'Istituto Tecnico J.F Kennedy (avendo a disposizione in sole tre mattinate ben quattordici classi a cui somministrare il questionario) e circa 200 risposte dal gruppo Facebook "Estate INPSieme 2021/2022".

Per quanto riguarda l'eterogeneità nella partecipazione vera e propria alle vacanze studio dell'INPS, la raccolta dati si è rivelata altalenante: da una parte, l'indagine avvenuta presso la scuola superiore si è riscontrata solo in parte efficace, in quanto anche se nessun studente coinvolto conosce e/o ha mai partecipato a tali soggiorni; si è cercato di analizzare la fascia d'età scolastica e bilanciare il sesso maschile (prevalente nel settore tecnologico). Dall'altra, la scelta del gruppo Facebook si è rivelata molto efficace, in quanto il questionario ha subito un'omogeneità dal punto di vista esperienziale, grazie all'acquisizione di dati utili che permetteranno un'analisi approfondita. Tenendo a mente che quello che si andrà ad analizzare non corrisponde ad un campione casuale della popolazione, i dati raccolti risultano ugualmente interessanti, tanto da poter essere spunto di riflessione.

4.4 Analisi dei risultati

Nei seguenti paragrafi, verranno presentati ed analizzati i risultati del questionario *Google Form*. Per prima cosa, si prenderà in esame il nostro campione, analizzando, attraverso dati raccolti e trattati in forma aggregata, gli aspetti legati alle generalità dei partecipanti.

Fra le domande di carattere personale (Figura 27), la maggior parte degli studenti e giovani intervistati è risultata essere di sesso femminile (69,77%), a fronte del 28% di sesso maschile. Inoltre, l'1,7% ha preferito non indicare il genere.

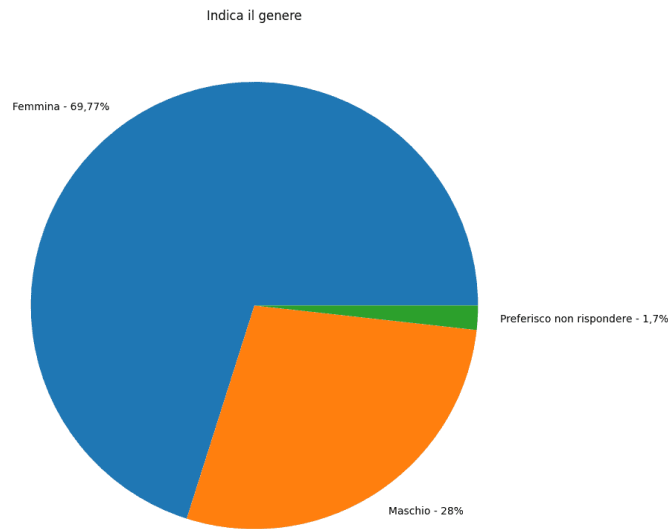


Figura 27: risposte sul genere di appartenenza.
Fonte: elaborazione personale.

Per quanto riguarda l'età (Figura 28), la maggioranza degli intervistati dichiara di avere 15 anni (13,05%). Altre età che risultano rilevanti per la ricerca sono: 18 anni (11,66%), 14 anni (11,33%), 19 anni (10,26%) e 17 anni (9,05%).

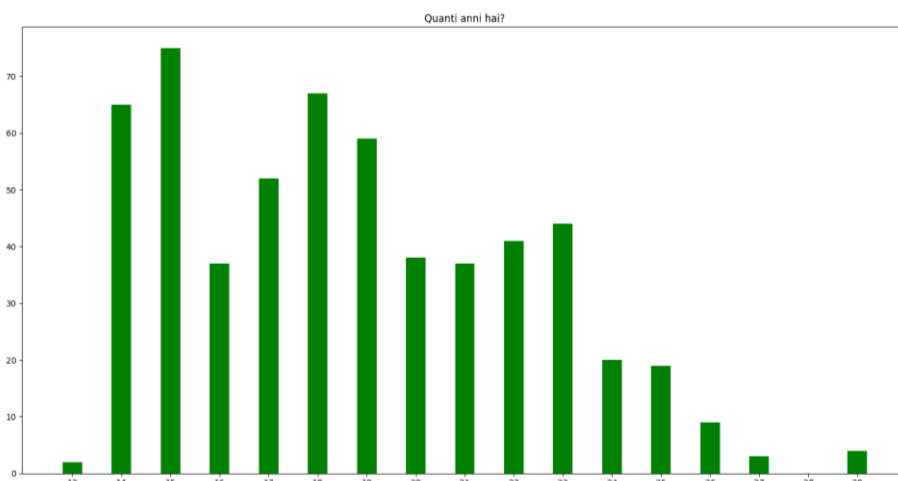


Figura 28: risposte sull'età di appartenenza. Fonte: elaborazione personale.

In merito all'istruzione e alla posizione lavorativa, è stato chiesto agli intervistati se fossero ancora degli studenti. In caso di risposta affermativa, ci si andava a concentrare su quale indirizzo scolastico o corso di laurea stessero frequentando. In caso contrario, lo scopo era indagare circa la mansione occupata. È emerso, quindi, (Figura 29) che il 93% degli intervistati dichiara di essere uno studente, a fronte del 7%.

Sei uno/a studente/ssa

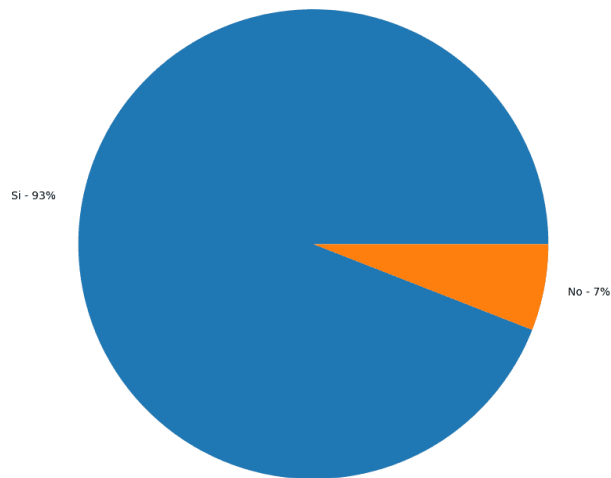


Figura 29: risposte sull'occupazione scolastica o lavorativa. Fonte: elaborazione personale.

Per quanto riguarda il *target* studentesco (Figura 30), è emerso che l'81,8% frequenta un istituto tecnico, il 17,24% un liceo, mentre lo 0,6% un istituto professionale. Partendo da questa classificazione, si è voluto poi indagare circa la tipologia di indirizzo scolastico scelto. Gli indirizzi maggiormente frequentati dagli studenti intervistati sono: relazioni internazionali per il marketing (69 risposte), informatica (35 risposte) e turistico (25 risposte), tutti caratterizzanti degli istituti tecnici.

Se sei uno/a studente/ssa delle superiori che scuola frequenti?

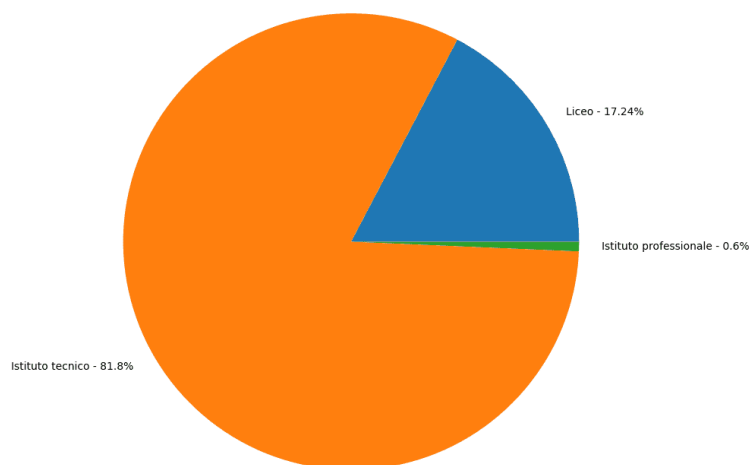


Figura 30: risposte sulla tipologia di scuola frequentata. Fonte: elaborazione personale.

Relativamente al *target* universitario (Figura 31), si è riscontrato che il 58% frequenta un corso di laurea triennale, il 34% un corso di laurea magistrale, a fronte del 7% che, invece, segue un corso di laurea a ciclo unico. Parallelamente, è stato chiesto in quale Dipartimento svolgessero le lezioni: tra questi, con il maggior numero di risposte troviamo il Dipartimento di Economia con 68 risposte e il Dipartimento di Lingue con 40 risposte.

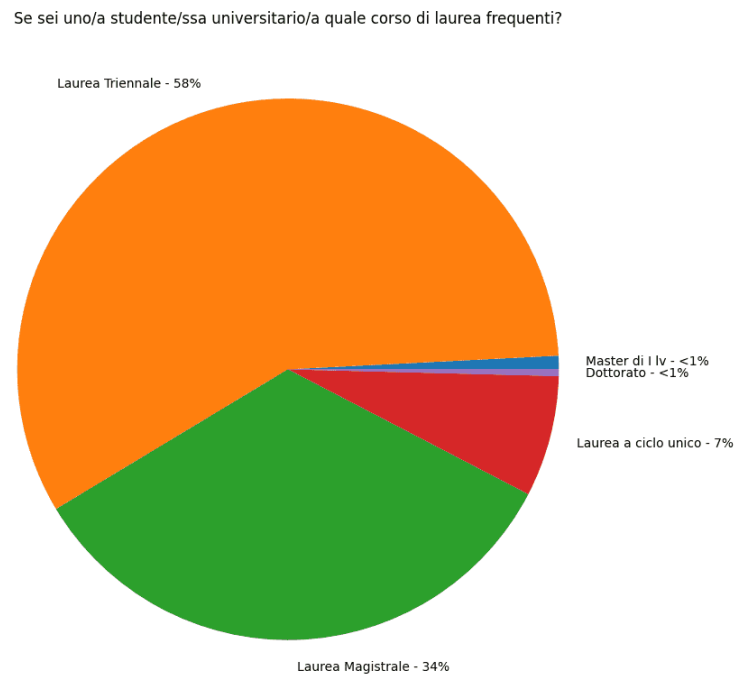


Figura 31: risposte sulla tipologia di corso di laurea frequentato. Fonte: elaborazione personale.

La domanda «Se no, di che cosa ti occupi?» è stata pensata per coloro che hanno risposto negativamente alla condizione di essere studente o universitario, potendo così analizzare d'altro canto l'occupazione lavorativa giovanile. Come si può vedere dal grafico (Figura 32), vi è una vastità occupazionale ben diversificata, dettata dalla flessibilità giovanile in termini di studio e lavoro: il 42% lavora, il 25% è uno studente lavoratore, il 17% è un giovane in cerca di lavoro, il 13% è uno stagista, mentre il 2% è un giovane disoccupato.

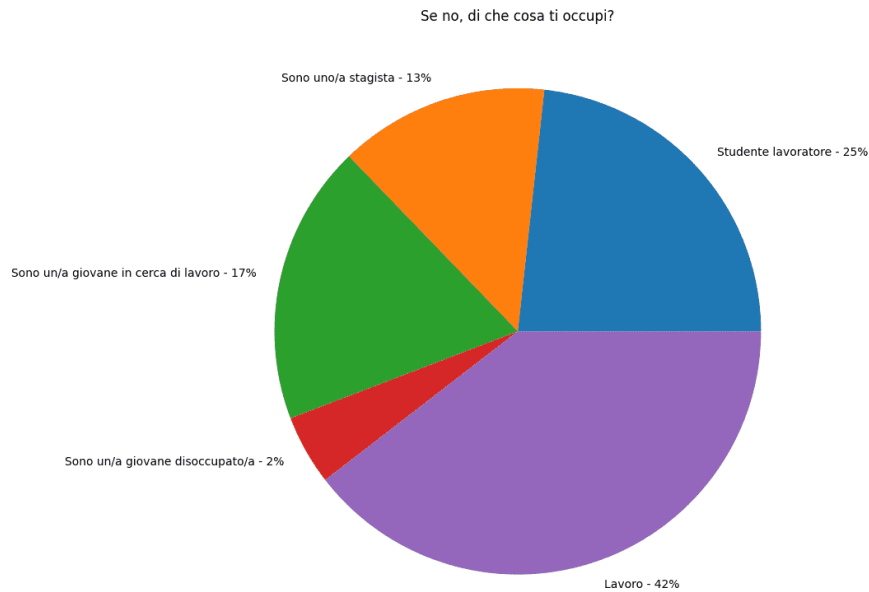


Figura 32: risposte sulla condizione lavorativa. Fonte: elaborazione personale.

Infine, è stato necessario indagare circa la provenienza dei singoli intervistati: dall'analisi statistica si è riscontrato che la maggioranza degli studenti e giovani proviene dalla Regione Veneto (360 risposte). Seguono Sicilia (40 risposte), Puglia (30 risposte), Campania (20 risposte) e Lazio (10 risposte).

4.4.1 Domande introduttive

Come già anticipato, la prima sezione intitolata “Viaggio e studio” vuole indagare sulle tendenze e abitudini generali di viaggio legate allo studio. Le seguenti domande introduttive sono state pensate per comprendere l'interesse e la motivazione degli studenti verso la mobilità internazionale, introducendoli al tema delle vacanze studio “Estate INPSieme Estero”. Da queste sono emerse i seguenti risultati:

- secondo una scala di valutazione da 1 (per niente) a 5 (moltissimo), al 69,43% degli utenti piace viaggiare moltissimo all'estero;
- il 68,56% degli utenti, attraverso una scala di valutazione da 1 a 5, ha dichiarato che lo studio delle lingue straniere è molto importante per una futura carriera lavorativa;
- il 43,67% degli utenti ha affermato che gli studi sono un aspetto fondamentale della propria vita;

- al 64,55% degli utenti piace moltissimo l'idea di vacanza in cui si possono studiare le lingue e le culture degli altri paesi.

Alla domanda «In una tua ipotetica vacanza studio (che hai fatto o che potresti fare in futuro), quanto importanti per te sono i seguenti fattori da 1 (per niente importante) a 5 (fondamentale)?», gli utenti hanno dichiarato i seguenti elementi come fondamentali:

- 42,28% migliorare la lingua straniera;
- 43,67% conoscere nuove persone e luoghi;
- 36,37% visitare le attrattive della destinazione;
- 29,75% svago;
- 47,85% crescere ed essere più indipendenti;
- 34,97% uscire dalla mia *comfort zone*;
- 39,50% ampliare il curriculum e il bagaglio professionale;
- 52,55% vivere un'esperienza indimenticabile.

La domanda successiva è volta a comprendere la reale partecipazione degli studenti e giovani ai programmi scolastici e/o accademici di mobilità internazionale: essi infatti rappresentano per loro le prime esperienze fuori dal contesto familiare. Come si evince dal grafico (Figura 33), il 48% degli utenti ne ha preso parte, a fronte del restante 52%. Tra i vari programmi scolastici più gettonati dagli studenti rientrano (Figura 34): il corso di lingua all'estero (42 risposte), la settimana linguistica (36 risposte) e lo scambio culturale (28 risposte), mentre i programmi accademici che vanno per la maggiore sono: l'Erasmus per studio (25 risposte), l'Erasmus per tirocinio e lo stage all'estero (entrambi con 12 risposte). Una percentuale significativa degli utenti ha risposto «Altro» (12 risposte), inteso come la partecipazione ai soggiorni studio dell'INPS.

Hai mai partecipato a programmi scolastici e/o accademici di mobilità internazionale?

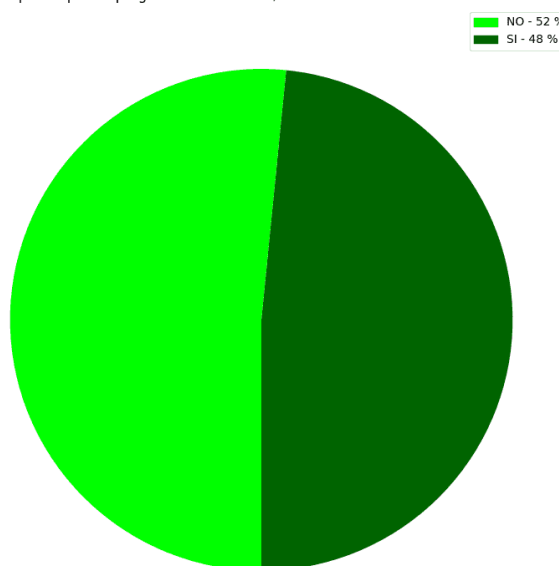


Figura 33: risposte quantitative sulla partecipazione a programmi scolastici e/o accademici di mobilità internazionale. Fonte: elaborazione personale.

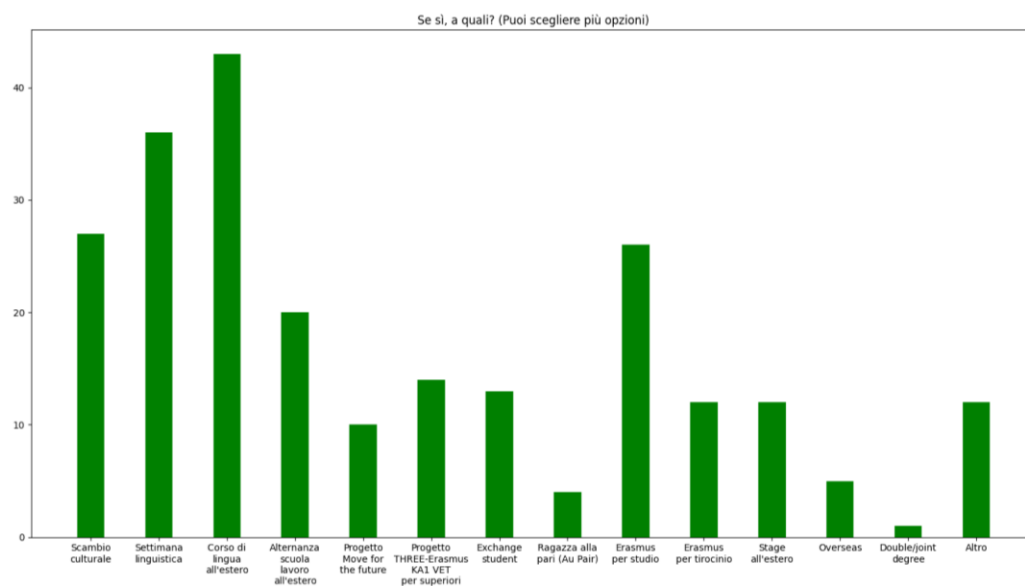


Figura 34: risposte qualitative sulla partecipazione a programmi scolastici e/accademici di mobilità internazionale. Fonte: elaborazione personale.

Infatti, la domanda successiva verte sulla conoscenza circa le vacanze studio dell'INPS. Come si può vedere al grafico (Figura 35), la maggioranza degli utenti non le conosce (44,18%), il 20,14% le conosce ma solo per sentito dire, mentre il 35,68% ne è a conoscenza. Nello specifico, gli utenti che sono al corrente di tutti programmi proposti, ovvero Estate INPSieme Italia, Estate INPSieme Estero, Programma ITACA, corsi di lingua all'estero con l'INPS, rappresentano solo il 17,22%; mentre il 49,41% degli utenti non ne conosce nessuno.

Conosci le vacanze studio dell'INPS? (es. Estate INPSieme Italia, Estate INPSieme Estero, Programma ITACA, corsi di lingua all'estero con l'INPS)

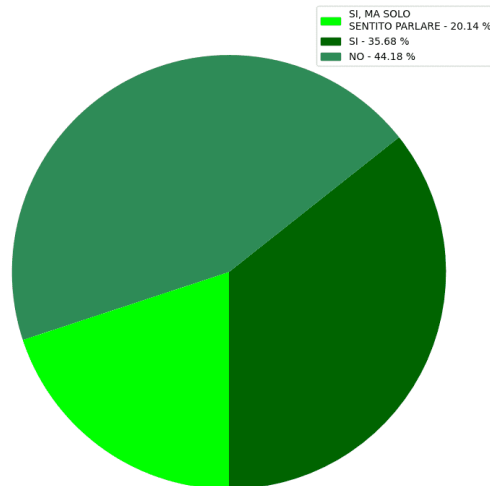


Figura 35: risposte sulla conoscenza circa le vacanze studio dell'INPS.
Fonte: elaborazione personale.

La sezione termina con una domanda filtro che divide il questionario in due parti differenti a seconda della risposta data. La domanda chiede agli utenti se hanno mai partecipato alle vacanze studio “Estate INPSieme Estero”, focus centrale dell’intero elaborato. Essa permette quindi di distinguere le due tipologie di partecipanti, analizzando le differenti performance turistiche: in caso di risposta positiva, verrà esaminato il loro soggiorno studio, in caso contrario, verranno presentate delle domande generali sul viaggio all’estero. Il grafico (Figura 36) mostra come il 69,38% non ha mai partecipato, a fronte di un buon 30,62%.

Hai mai partecipato alle vacanze studio Estate INPSieme Estero?

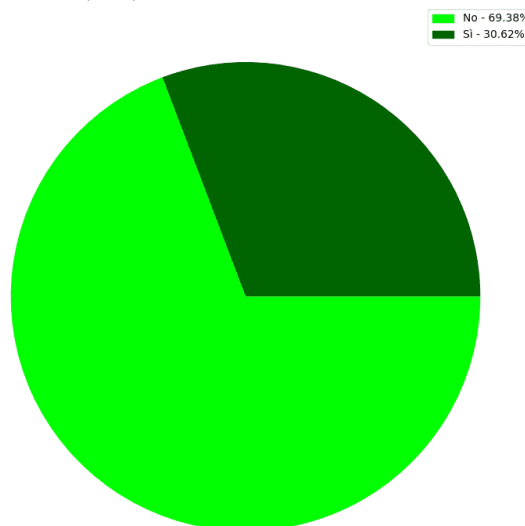


Figura 36: risposta sulla partecipazione alle vacanze studio "Estate INPSieme Estero". Fonte: elaborazione personale.

4.4.2 Analisi dei partecipanti

In questa sezione (divisa debitamente in tre sottosezioni) verranno analizzati coloro che hanno risposto positivamente alla domanda filtro precedente e che quindi hanno intrapreso il viaggio studio “Estate INPSieme Estero”. Occorre tenere presente che ci stiamo riferendo ad una percentuale abbastanza limitata, corrispondente al 30,62% di utenti.

Innanzitutto, è stato chiesto agli utenti qualche aspetto generale circa il loro soggiorno studio all'estero: destinazione scelta, anno ed età di partecipazione. In merito al primo quesito, la destinazione più scelta dagli utenti è stata il Regno Unito con Londra (65%), seguita dalla Spagna con Barcellona (37%) e dagli Stati Uniti con New York (19,8%). Per quanto riguarda l'anno e l'età di partecipazione, dal primo grafico (Figura 37) si evince come le annate 2017-2018-2019 sono andate per la maggiore (precisamente 23,37%; 29,64%; 38,76%), a fronte dell'impressionante calo delle partenze nel 2020, quasi pari allo zero per via della situazione pandemica; mentre l'età preferita di partecipazione (Figura 38) si attesta attorno ai 17 anni (42,75%), seguiti dai 16 e 15 anni (32,5% e 31,35%).

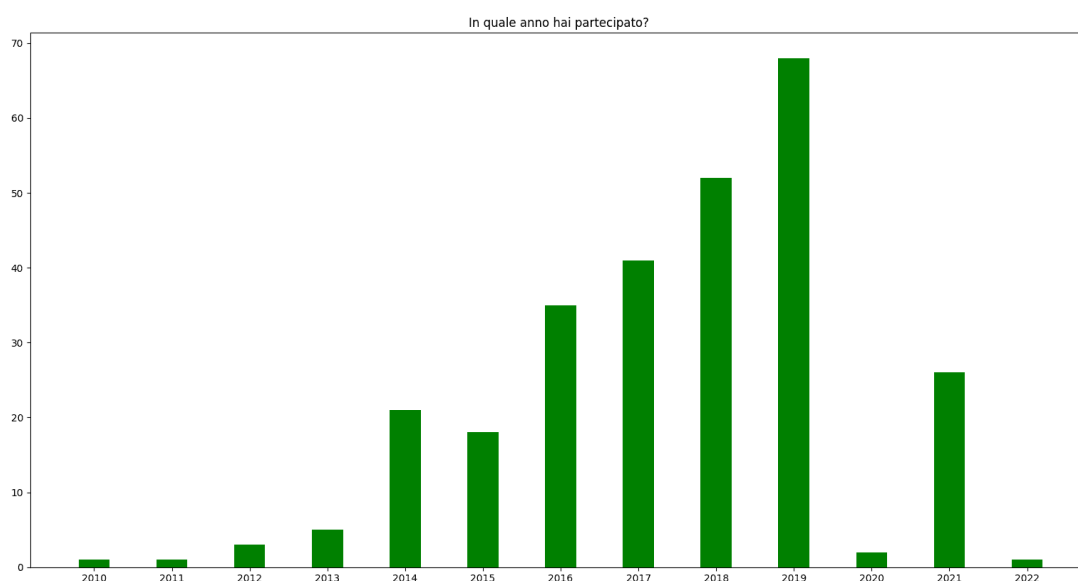


Figura 37: risposte sull'anno di partecipazione. Fonte: elaborazione personale.

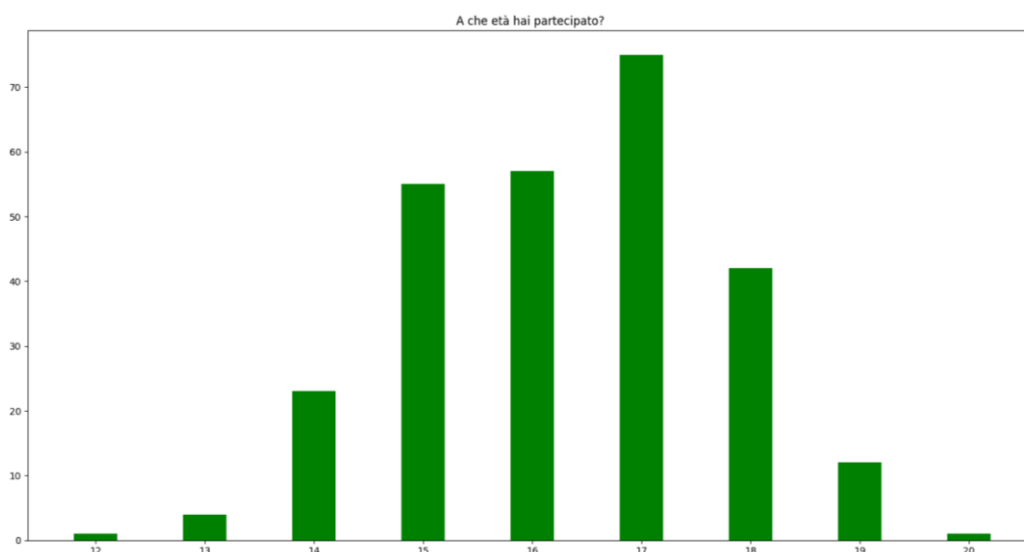


Figura 38: risposte sull'età di partecipazione. Fonte: elaborazione personale.

Successivamente, è stato chiesto agli utenti quali fattori hanno preso in considerazione per la scelta della propria destinazione. Secondo il grafico (Figura 39), 120 utenti hanno scelto di partire per la loro città preferita, mentre 118 utenti hanno optato per tale destinazione, avente la possibilità di fare più attività ed escursioni e un programma del tour operator ben organizzato.

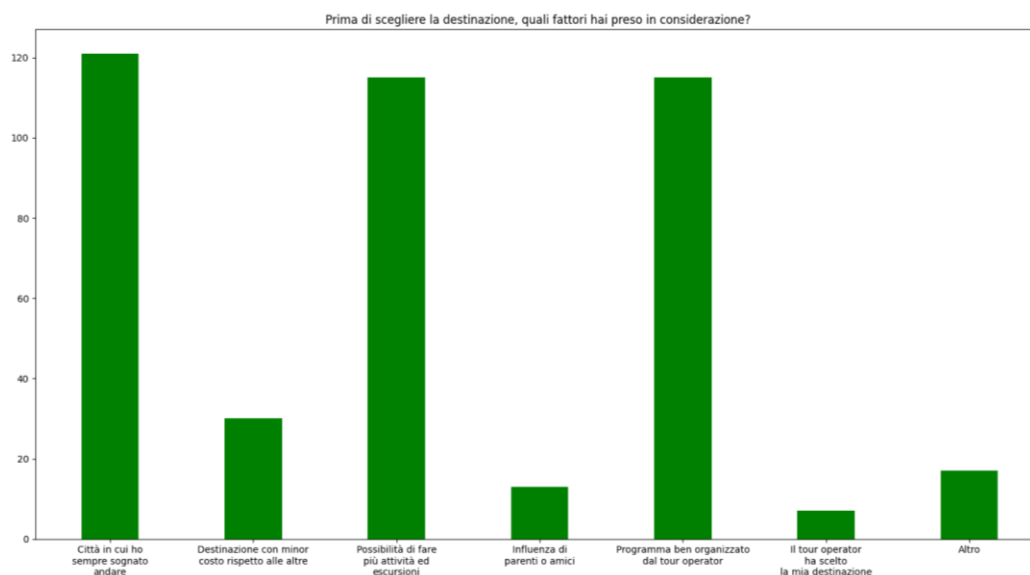


Figura 39: risposte sulla scelta delle destinazioni. Fonte: elaborazione personale.

Un altro aspetto importante su cui si voleva indagare era la tipologia di alloggio scelto: come si evince dal grafico (Figura 40), è evidente che il College/Campus è stato scelto per la maggior parte degli studenti (73,53%), a seguire dalla residenza universitaria (14,82%) e da «Altro»

(7,98%), quest'ultimo paragonabile all'hotel o al villaggio turistico, scelti in concomitanza dei soggiorni marittimi o montani italiani.

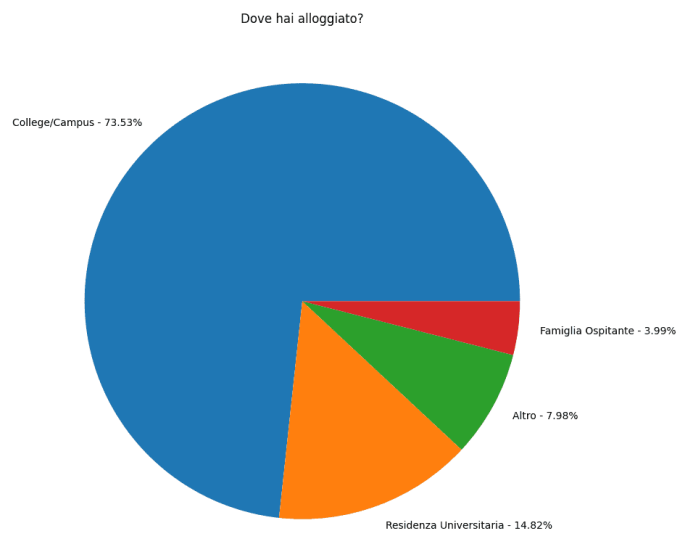


Figura 40: risposte sulla tipologia di alloggio scelto.
Fonte: elaborazione personale.

Successivamente, si è chiesto agli utenti il gradimento circa le attività proposte durante il soggiorno studio all'estero: come mostra il grafico (Figura 41), in una scala da 1 (per niente) a 5 (moltissimo), le escursioni e le visite ai musei e alle attrazioni sono piaciute particolarmente agli studenti (43% e 32%), mentre le attività ricreative, il corso di lingua e l'intrattenimento serale sono stati ritenuti abbastanza piacevoli (con gradimento pari a 3 nella scala di valutazione: 26%, 26% e 28%).

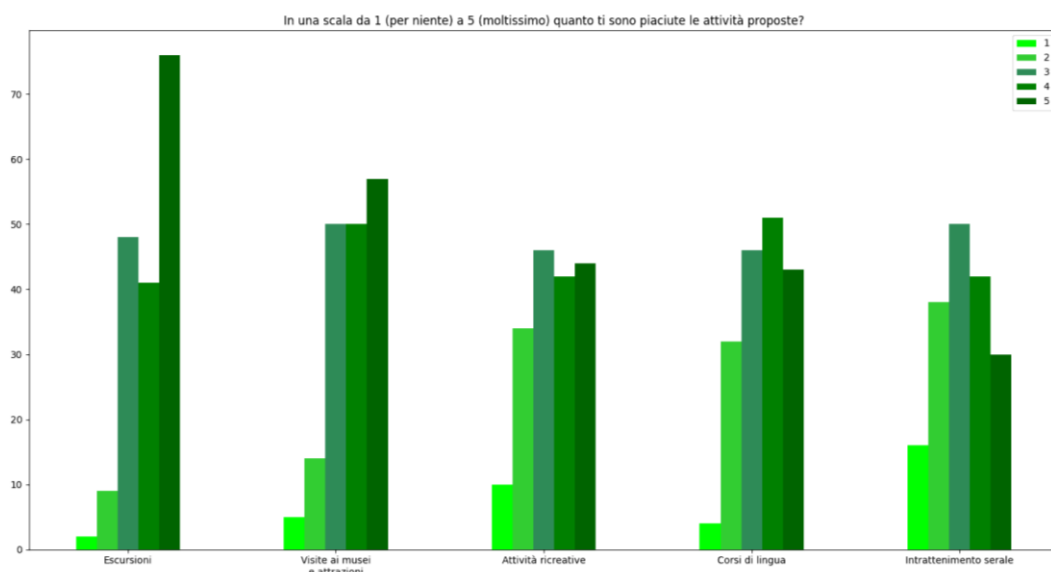


Figura 41: risposte sul gradimento delle attività proposte. Fonte: elaborazione personale.

Interessante è stato chiedere agli utenti da quale zona dell'Italia provenisse la maggior parte dei ragazzi partecipanti alle vacanze studio dell'INPS: il grafico (Figura 42) testimonia che la maggioranza arriva dal Sud Italia (67%), a fronte del Centro e Nord Italia (rispettivamente 18% e 15%).

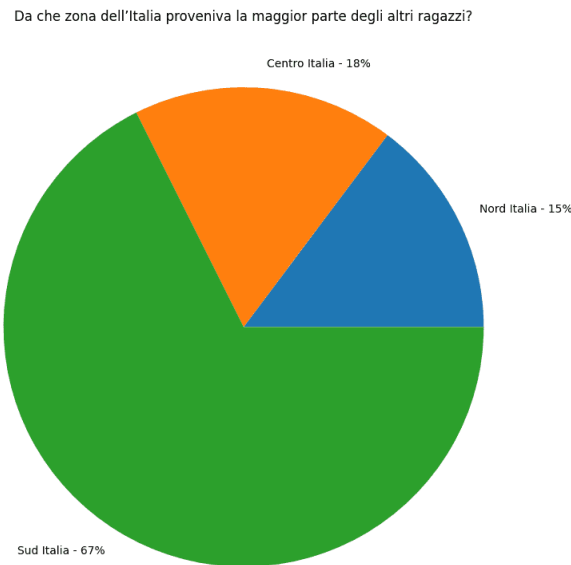


Figura 42: risposte sulla provenienza geografica degli altri studenti. Fonte: elaborazione personale.

Al termine di questa prima sottosezione, è stato opportuno indagare circa la soddisfazione complessiva del soggiorno studio: in una scala di valutazione da 1 a 5, il 61,91% degli studenti è stato pienamente soddisfatto dell'esperienza vissuta (Figura 43); mentre l'84,06% dichiara di voler ripetere sicuramente l'esperienza.

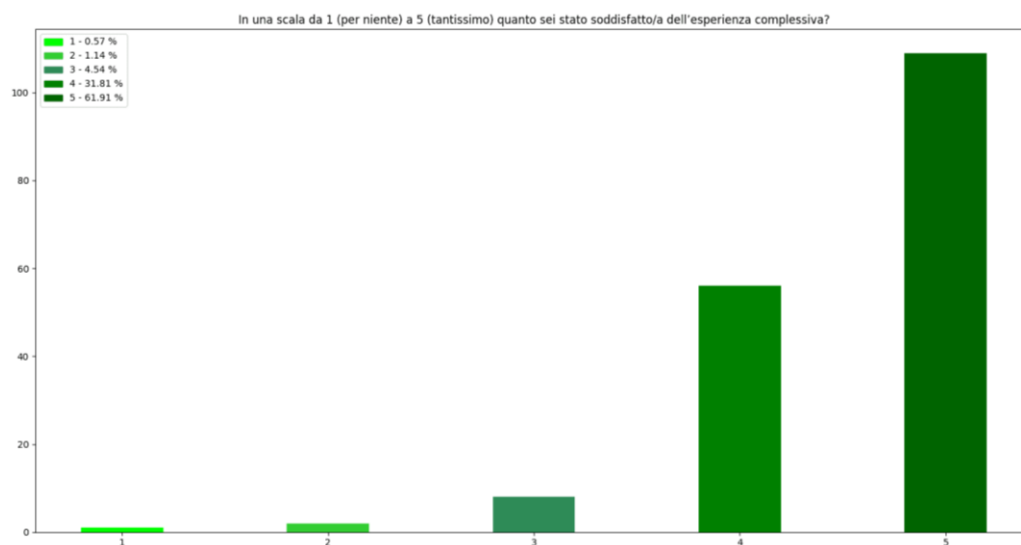


Figura 43: risposte sulla soddisfazione complessiva dell'esperienza. Fonte: elaborazione personale.

La seconda sottosezione è volta a comprendere, attraverso tre domande (tra cui una a risposta aperta), la reale difficoltà burocratica circa la domanda di compilazione al bando di concorso: è emerso che circa l'80% non ha riscontrato difficoltà durante la procedura telematica, mentre il restante 20% ha manifestato una notevole complessità riguardo l'inserimento dei voti scolastici, le procedure eccessivamente macchinose e troppe lunghe (tant'è che per un singolo errore ci si può giocare l'intera vacanza), il sito dell'INPS poco intuitivo, oltre al fatto che un ragazzino non riesce a sbrigare questo iter burocratico senza l'appoggio di un adulto o un genitore.

Nella terza sottosezione, composta da cinque domande, si sono potute analizzare le motivazioni che hanno spinto lo studente a scegliere quel determinato tour operator e di conseguenza partire con esso. Secondo il grafico (Figura 44), quest'ultimo viene scelto da 130 studenti per aver la maggiore disponibilità di escursioni ed attività proposte rispetto ad altri; da 59 studenti sotto consiglio di un parente o amico che in passato si affidarono allo stesso tour operator; mentre 58 utenti sono propensi ad affidarsi nuovamente al medesimo tour operator.

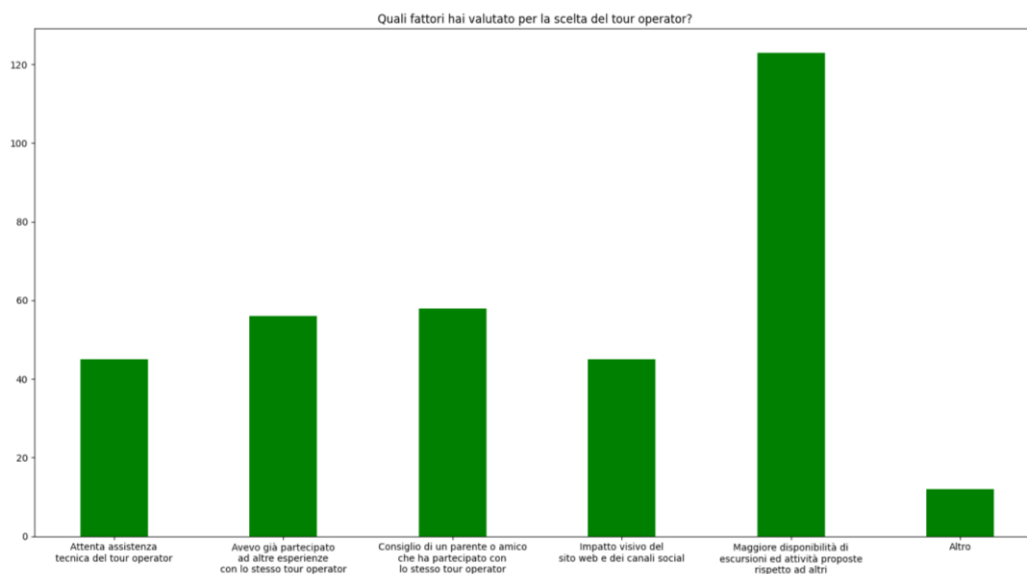


Figura 44: risposte sui fattori che hanno determinato la scelta di quel tour operator. Fonte: elaborazione personale.

Inoltre, è stato necessario comprendere se l'aspetto comunicativo con il tour operator si è rivelato efficace. Secondo il grafico (Figura 45), 136 utenti hanno comunicato con il tour operator via e-mail; mentre 110 per telefono. Una minore comunicazione, invece, è avvenuta tramite il modulo di contatto presente nel sito web e i social media. Generalmente, la maggior parte degli studenti (138 risposte) si ritiene molto soddisfatta del tour operator con il quale ha viaggiato (Figura 46).

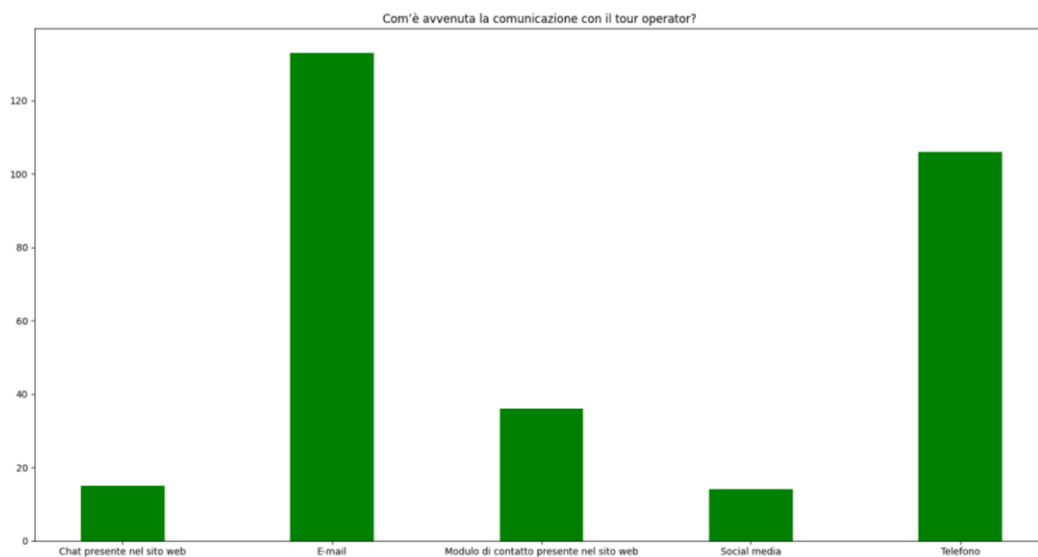
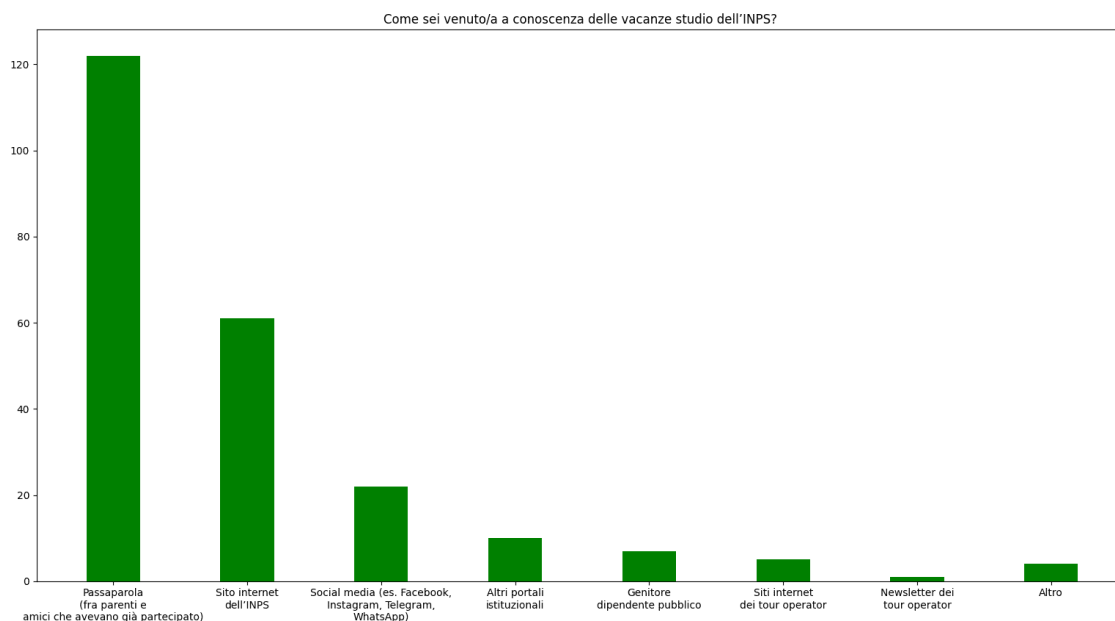


Figura 45: risposte sulla modalità di comunicazione con il tour operator. Fonte: elaborazione personale.



Figura 46: risposte sulla soddisfazione del tour operator con il quale si ha viaggiato. Fonte: elaborazione personale.

Come ultima domanda dell'intera analisi del soggiorno dei partecipanti, è stato opportuno chiedere agli utenti come fossero venuti a conoscenza delle vacanze studio dell'INPS. Come mostra il grafico (Figura 47), la fonte principale di informazione è il passaparola tra parenti e amici che avevano già partecipato a tali soggiorni studio (120 risposte), seguiti dal sito internet dell'INPS (60 risposte) e dai social media (ad esempio Facebook, Instagram, Telegram, WhatsApp ecc.) con 20 risposte.



*Figura 47: risposte sulle modalità di conoscenza delle vacanze studio dell'INPS.
Fonte: elaborazione personale.*

4.4.3 Analisi dei non partecipanti

Questa sezione è stata dedicata a coloro che non conoscono e/o non hanno mai partecipato alle vacanze studio “Estate INPSieme Estero”, ovvero a tutti quegli studenti e giovani che hanno risposto negativamente alla domanda filtro sopraccitata. Per quanto riguarda le risposte date, dobbiamo tenere presente che il campione di indagine preso in considerazione corrisponde al 69,38% degli utenti. Sono state, quindi, proposte quattro domande di carattere generale, volte a comprendere il reale interesse verso il viaggio all’estero, con uno sguardo anche alle vacanze studio dell’INPS. In particolare, è stato chiesto se li sarebbe piaciuto partecipare a tali soggiorni: il 90% degli utenti ha risposto affermativamente, motivati dai seguenti fattori: migliorare la lingua straniera, crescita personale, arricchimento culturale, viaggiare ed essere più indipendenti. Un caso interessante è rappresentato da alcuni studenti che, avendo genitori dipendenti pubblici, hanno provato a partecipare al concorso ma sono risultati perdenti oppure non sono ancora partiti per via del Covid-19. Successivamente, è stato chiesto se in futuro terranno in considerazione altre esperienze di studio all’estero, non necessariamente legate all’INPS o alla scuola/università: la maggioranza (l’80%) si è attestata favorevole ad un’ipotetica partenza verso Paesi europei ed extraeuropei.

Dopo aver analizzato le rispettive tipologie turistiche, è stata pensata di rivolgere ad entrambe le fasce di utenti (partecipanti e non partecipanti ai soggiorni INPS) la seguente domanda, volta a capire la sussistenza circa una reale disparità sociale: «Secondo te, la condizione di essere figli di dipendenti pubblici potrebbe essere un vincolo per tutti gli altri studenti che vorrebbero partecipare a questi soggiorni?». Come si evince dal grafico (Figura 48), il 63% degli utenti afferma che questa limitazione per loro non sussiste, in quanto ci sono altre possibilità di fare esperienze simili all'estero ad esempio il MOVE, programma offerto dalle aziende private in favore dei figli. Mentre il 37% degli intervistati dichiara che questa tipologia di vacanza studio si rivela molto restrittiva per tutti quegli studenti che non hanno genitori dipendenti pubblici, venendo così esclusi dal progetto a priori. Alcuni studenti affermano che dovrebbero essere utilizzati altri criteri di selezione per le vacanze studio, quali ad esempio una fascia ISEE e il merito scolastico, senza dover dipendere dalla condizione lavorativa genitoriale, proponendo di estendere questa iniziativa anche alle classi operaie.

Secondo te, la condizione di essere figli di dipendenti pubblici potrebbe essere un vincolo per tutti gli altri studenti che vorrebbero partecipare a questi soggiorni studio?

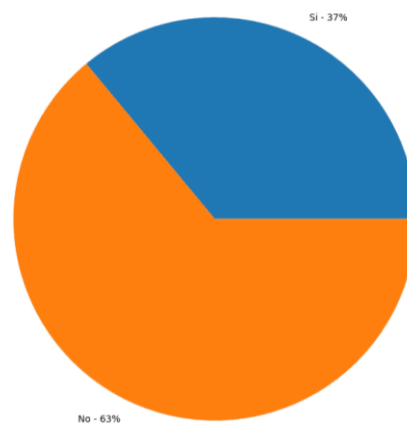


Figura 48: risposte sulla limitazione delle vacanze INPS per tutti gli altri studenti. Fonte: elaborazione personale.

4.5 Analisi critica dell'esperienza

Sulla base dei dati raccolti in tutte le sezioni, si ritiene doveroso fare delle considerazioni critiche in merito all'analisi dei soggiorni studio "Estate INPSieme Estero" e al campione di riferimento utilizzato per l'indagine. Innanzitutto, dal punto di vista quantitativo, la metodologia utilizzata per poter arrivare al *target* "desiderato" (studenti e giovani di età compresa tra i 13 e i 30 anni) si è rivelata molto efficace, in quanto i social media hanno permesso una buona comunicazione e passaparola, ricevendo in questo modo un riscontro più

che positivo in termini di risposte date. Tuttavia, il campione ottenuto dall'indagine non identifica il campione ideale di tutti gli studenti e giovani presenti nel territorio italiano, in quanto per comodità e per convenienza la somministrazione è avvenuta per ambiti conoscitivi ma allo stesso tempo ben ragionati: l'ex scuola superiore (come campione rappresentativo degli studenti tra i 13 e i 19 anni), coetanei universitari e lavoratori (età 20-30 anni) e ricerca sui gruppi Facebook dei viaggiatori. Relativamente al *target* "effettivo" (i partecipanti e non partecipanti), si può affermare che il campione è squilibrato, in quanto si tratta di vacanze molto di nicchia e riservate solo ad una particolare categoria di studenti: per questo motivo, la conoscenza ad altri giovani risulta pressoché nulla. Se da una parte ci si è preoccupati di analizzare tutti gli aspetti caratterizzanti del soggiorno studio, dall'altra l'intento era puramente informativo, non potendo avere degli elementi turistici concreti su cui basarsi. Tenendo quindi come riferimento queste due modalità di indagine sopraelencate, si può affermare quanto segue.

Per colui che non ha mai partecipato a tali soggiorni si può ipotizzare che:

- è uno studente o giovane, i quali genitori non lavorano nel settore pubblico;
- è figlio di un dipendente pubblico, ma durante le scuole superiori non era a conoscenza di questi soggiorni studio;
- è figlio di un dipendente pubblico, ma durante la fase di concorso è risultato perdente, e di conseguenza non ha potuto partecipare;
- è uno studente frequentante la prima o la seconda superiore e non ha ancora avuto la possibilità di partire.

Tuttavia, essi sono comunque propensi ad intraprendere viaggi studio affini: infatti questi ultimi vengono organizzati principalmente dalla scuola e dall'università, identificate nelle principali istituzioni che danno modo ai ragazzi di intraprendere le prime esperienze all'estero. Per la classificazione proposta, sono stati indicati i programmi di mobilità internazionale personalmente più conosciuti, tutt'ora ancora presenti nell'istituto superiore J.F. Kennedy (come il Move for the future e il progetto THREE) e all'Università Ca' Foscari di Venezia (come l'Overseas e la Double/Joint Degree). In entrambi i casi, lo scopo era quello di far approcciare gli studenti e giovani in modo familiare a programmi che già conoscono.

Un'attenzione particolare, invece, è stata data all'analisi del viaggio turistico "Estate INPSieme Estero": è stato opportuno affermare come questa tipologia di vacanze studio è più conosciuta al Sud Italia, rispetto al Nord e Centro: infatti, la maggior parte degli studenti partecipanti proviene proprio dal Mezzogiorno. Inoltre, le destinazioni anglosassoni (Regno Unito e Stati

Uniti) sono quelle preferite, in quanto lo studio della lingua inglese è obbligatorio in tutti gli istituti superiori, a differenza di altre lingue come il francese, lo spagnolo e il tedesco studiate solamente in base all'indirizzo scelto. I 17 anni si confermano come l'età migliore di partecipazione ai programmi, considerando la fine della terza superiore come il periodo ideale di partenza. Relativamente all'anno di partecipazione, le annate 2017-2018-2019 sono state le più floride, a discapito del repentino calo del 2020: infatti, come già affermato nel corso dei capitoli, l'INPS ha dovuto cancellare tutte le partenze per via della situazione sanitaria a livello mondiale. Infatti, come si può vedere dalla Figura 37, i ragazzi hanno preferito "congelare" il proprio viaggio all'estate 2021 e 2022.

Inoltre, è stato importante focalizzare l'attenzione sulla comunicazione con il tour operator, anch'esso carta fondamentale per la riuscita dell'intero soggiorno. Tuttavia, come si è potuto osservare, la scelta di un tour operator è continuamente influenzata dalle valutazioni positive o negative lasciate dagli utenti sul web. Si è potuto anche riscontrare come gli studenti vogliano fare più esperienza possibile: infatti, nella ricerca online dei pacchetti turistici essi puntano sulla quantità delle escursioni offerte; pertanto, i tour operator si devono adeguare il più possibile alle loro esigenze turistiche. Complessivamente, gli utenti si ritengono soddisfatti sia della comunicazione ricevuta sia dell'organizzazione del viaggio e dell'esperienza stessa, intesa come arricchimento culturale e personale.

Per quanto riguarda le generalità dei partecipanti, è opportuno fare delle osservazioni critiche in merito al campione di indagine utilizzato. Partendo dal genere si può affermare che, anche in questo caso, si tratta di un campione squilibrato: infatti, il genere femminile costituisce il 69,77% delle risposte totali, a fronte di un esiguo 28% del genere maschile. Si può sostenere che il genere femminile è molto più attratto al mondo dei viaggi e allo studio delle lingue straniere, rispetto al pubblico maschile. Un'ulteriore riflessione può essere fatta in merito all'area geografica di provenienza: il campione analizzato non rappresenta equamente tutte le Regioni italiane di provenienza, bensì è molto evidente che quasi la totalità degli intervistati risiede in Veneto.

Stessa considerazione per le scuole superiori e università prese in esame: come mostra la Figura 30, la stragrande maggioranza (ovvero l'81,8%) frequenta un istituto tecnico, a prova che la somministrazione del questionario è avvenuta presso la scuola superiore J.F. Kennedy a settore economico e tecnologico, ubicata in provincia di Padova. Anche la maggior parte degli studenti universitari intervistati proviene da Atenei veneti, ovvero l'Università Ca' Foscari di Venezia,

IUAV e Padova e, più nello specifico, dal Dipartimento di Economia e di Lingue. Di conseguenza, manca un campione rappresentativo degli studenti delle scuole superiori e delle università sia dal Centro e Sud Italia, sia da differenti indirizzi e facoltà. Infatti, per rendere l'indagine omogenea sarebbe stato opportuno indagare più a fondo, ricercando una rappresentanza più bilanciata sia geografica sia negli indirizzi e facoltà di appartenenza (ad esempio licei e istituti professionali e i Dipartimenti di area scientifica).

Inoltre, la disomogeneità si riscontra soprattutto dal punto di vista partecipativo ed esperienziale: infatti, se il campione preso in esame proviene dalla maggior parte dal Nord Italia, il Sud Italia costituisce la zona di maggior provenienza dei partecipanti alle vacanze studio "Estate INPSieme Estero": sarebbe stato, quindi, opportuno somministrare il questionario al maggior numero possibile di questi utenti; ma per termini di distanza geografica il questionario non ha raggiunto la zona d'Italia desiderata.

4.6 Riflessioni finali

Avendo ben chiari i limiti e le carenze dell'indagine appena condotta, mi risulta difficile affermare che i risultati ottenuti possano essere sufficientemente affidabili da fornire indicazioni esaustive circa le vacanze studio "Estate INPSieme Estero". Consapevole di ciò, si ritiene, tuttavia, di aver raggiunto l'obiettivo principale inizialmente prefissato: i partecipanti effettivi ai soggiorni studio all'estero hanno supportato la ricerca, andando a confermare le informazioni trattate nei capitoli precedenti. Le nozioni teoriche presentate nel Capitolo 3 sono state realmente tramutate in esperienze pratiche di viaggio all'estero.

Secondo quanto emerso dallo studio, le vacanze studio dell'INPS si rivelano delle ottime esperienze formative e ricreative, solo se alla base sussiste una solida collaborazione da parte di tutti e tre gli enti: settore pubblico (INPS), settore privato (tour operator) e cittadino (studente e genitore). La buona sinergia determinerà la soddisfazione dei partecipanti, che ricorderanno tale esperienza vissuta come memorabile.

Questa indagine può essere dunque letta come una dimostrazione del fatto che un tale progetto di ricerca, se debitamente supportato e condotto, può portare a ottenere risultati utili e meritevoli di considerazione.

CONCLUSIONI

Nonostante le esigenze dei giovani e studenti al viaggio cambiano costantemente a seconda delle epoche di appartenenza e in relazione a differenti fattori culturali, sociali, economici e politici; generalmente, il settore turistico giovanile negli anni recenti ha assunto sempre più rilevanza in molti paesi. Fin dal passato, si capì il contributo che i giovani e gli studenti potevano dare alle destinazioni turistiche visitate: inteso non più solo come aspetto puramente ludico e mondano, ma basato sul “sano” rapporto tra ricreazione e istruzione. Si tratta di un connubio vincente che nel corso dei secoli è maturato notevolmente, oltre ad essere stato favorito sia dalle trasformazioni sociali ed economiche che hanno permesso al settore turistico un’ascesa inarrestabile, sia dalle riforme scolastiche che sono riuscite a dare maggior importanza allo studio e alla formazione culturale delle persone.

Grazie ad una maggiore apertura mentale, alla liberalizzazione economica e commerciale, ai mezzi di trasporto intercontinentali, alla nascita delle compagnie *low cost*, alla digitalizzazione e alla globalizzazione, che hanno reso il mondo maggiormente interconnesso e senza barriere spaziali e temporali, il turismo giovanile è diventato sempre più internazionale e accessibile a fasce sociali sempre più ampie. I giovani d’oggi prediligono le destinazioni europee ed extraeuropee (soprattutto per l’apprendimento culturale e linguistico, oltre alla possibilità di fare maggiori esperienze), a discapito dell’Italia (quale meta favorita dai giovani studiosi universitari del Medioevo, dagli intellettuali aristocratici del *Grand Tour* e dai bambini partecipanti alle colonie fasciste). Infatti, al giorno d’oggi il giovane e lo studente sono molto più liberi di scegliere quali tipologie di esperienze intraprendere, allontanandosi da un turismo di massa sempre più omologato, diventando a sua volta una parte attiva dell’organizzazione del proprio viaggio. Per venire incontro alle crescenti esigenze turistiche giovanili, l’Unione Europea, le istituzioni scolastiche e le singole imprese turistiche hanno incentivato i programmi di mobilità internazionale attraverso un contributo economico: basti pensare che il programma Erasmus + coinvolge ogni anno milioni di studenti provenienti da tutta la Comunità Europea.

Come si è potuto notare, il turismo ha subito un brusco calo in termini di presenze e arrivi dovuto alla pandemia da Covid-19. Il 2020 può essere considerato un anno drastico per il settore turistico giovanile all’estero, dettato dalla chiusura dei confini nazionali ed internazionali. Tuttavia, a seguito di una cauta ripresa turistica nel 2021, i giovani non hanno rinunciato alle loro esperienze formative all’estero. Infatti, dai dati riportati dalla WYSE Travel Confederation

al 2022 sono davvero rassicuranti: i giovani viaggiatori sono circa 336 milioni, rappresentando oltre il 23% degli arrivi internazionali.

Come presentato nel corso dell'elaborato, una delle tipologie di vacanza preferite dagli studenti è sicuramente il soggiorno studio all'estero, capace di combinare l'apprendimento linguistico, l'aspetto ludico e la visita culturale delle attrattive della destinazione turistica, oltre ad essere una vacanza della durata di poche settimane da intraprendere comodamente durante il periodo estivo, e quindi fuori dal calendario scolastico. Tra le diverse proposte di vacanze studio all'estero, si è voluto incentrare l'elaborato su uno specifico caso studio che, sebbene abbia ancora caratteristiche di nicchia, presenta diverse potenzialità turistiche: le vacanze "Estate INPSieme Estero".

Questa tipologia turistica presenta, tuttavia, due facce della medaglia: da un lato, si tratta di un'iniziativa promossa dall'INPS che, in qualità di welfare aziendale, eroga dei contributi per i soggiorni all'estero a favore degli studenti beneficiari e frequentanti le scuole secondarie di secondo grado; dall'altro, sono rivolte solamente a una particolare categoria di utenti, ossia ai figli dei dipendenti pubblici, rappresentando una reale limitazione per tutti quegli studenti meritevoli, condizionati a loro volta dalla posizione lavorativa genitoriale.

Concentrandoci sui benefici tratti dalle vacanze studio dell'INPS a livello turistico, economico ed internazionale, si è potuto riscontrare come la sinergia tra le tre parti contraenti (l'INPS, il tour operator e il genitore dipendente pubblico/lo studente beneficiario) sia davvero l'arma vincente per la riuscita dell'intero soggiorno estivo. La pubblicazione del bando di concorso nazionale si traduce in realtà man mano che si ci interfaccia con tutti gli *stakeholders*: l'insieme degli elementi di un viaggio presenti all'intero del pacchetto turistico permette l'organizzazione del cosiddetto "*paniere turistico*". Come affermato nelle interviste rilasciate dai Project Manager dei due tour operator, le strategie di promozione e marketing, messe a punto attraverso i propri siti web e i canali social, rappresentano il collante comunicativo con i potenziali clienti e con l'INPS, concretizzando l'esperienza vera e propria all'estero. La comunicazione formale (che si sta sempre di più adattando al linguaggio adolescenziale) è il primo metodo di approccio al cliente, verso una futura fidelizzazione.

Dal punto di vista esperienziale, si è constatato che le vacanze studio "Estate INPSieme Estero" si prospettano come una soluzione alternativa ma allo stesso tempo efficace per gli studenti beneficiari: innanzitutto, oltre all'aspetto fortemente economico, rappresentano un'esperienza

“a tutto tondo”, sfruttando il periodo estivo come momento da impegnare nella propria crescita personale e professionale.

Sebbene la pandemia da Covid-19 abbia messo a dura prova anche questi soggiorni studio, l’impegno e la costanza dell’INPS e dei tour operator si sono sempre contraddistinti, mettendo al centro la soddisfazione del singolo studente. Anche se nessun ragazzo è partito nell’estate del 2020 con tali programmi, il 2021 e 2022 rappresentano due anni di grande prova per il settore turistico giovanile: gestire le partenze dei vincitori al bando 2020, 2021 e 2022 in una sola estate è un’impresa ardua, ma solo una solida collaborazione tra le tre parti permetterà il pieno successo aziendale ed esperienziale.

A conferma di queste considerazioni, sembrano essere i risultati di un’analisi statistica condotta su un campione di 573 intervistati: tra coloro che hanno partecipato alle vacanze studio dell’INPS, è emerso che tali programmi destano un apprezzamento positivo sia da parte dei ragazzi che vivono un’esperienza indimenticabile sia da parte dei genitori che ripongono fiducia nelle istituzioni. Inoltre, l’organizzazione del viaggio all’estero e tutte le attività ad esso connesse sono risultate particolarmente soddisfacenti. Per tutti questi motivi, i ragazzi saranno più propensi a ripetere questo tipo di esperienza con l’INPS e magari con lo stesso tour operator e a consigliarla ai loro amici o coetanei. Gli studenti ancora in attesa di partire, rimangono comunque fiduciosi di intraprendere il proprio viaggio quando le misure anti-Covid saranno meno restrittive, rassicurati dal fatto che il loro posto viene riservato per l’anno successivo. Tuttavia, la limitazione costituita dal questionario stesso è stata proprio la conoscenza delle vacanze studio “Estate INPSieme Estero”: per questa ragione, non sono state analizzate le performance turistiche dei non partecipanti, poiché non si disponevano di informazioni effettive. È stato comunque interessante comprendere come la loro predisposizione al viaggio internazionale incide sulle loro abitudini di vita, partendo dalle classiche gite scolastiche. Nonostante ciò, si può affermare che l’obiettivo prefissato nel proporre questa indagine è stato raggiunto con successo: le informazioni “teoriche” illustrate analizzando i bandi di concorso e i vari siti web dei tour operator sono state tradotte in informazioni “pratiche”, mostrando un buon funzionamento organizzativo e un efficace coordinamento tra le istituzioni.

Il presente elaborato si propone come uno spunto di riflessione per i diversi operatori del mercato turistico giovanile e in particolar modo quelli operanti nel settore delle vacanze studio dell’INPS, cercando di delineare un quadro completo e indirizzarli circa le esigenze del nuovo *target* giovanile per poi poter farli adottare delle precise strategie di vendita di pacchetti

turistici. Questo spunto può essere esteso anche all'INPS stesso, il quale potrebbe ricavare in maniera concreta, da questo elaborato, dati statistici utili all'organizzazione dei viaggi "Estate INPSieme Estero" (che magari non dispone), oltre a rappresentare un mezzo di previsione per le prossime partenze. Inoltre, esso si prefigge come strumento di conoscenza a tutti quei ragazzi che vogliono partecipare, anche se in maniera limitativa, a questi soggiorni all'estero.

L'auspicio è, dunque, che questa ricerca e il relativo caso studio possano rappresentare un punto di partenza per ulteriori studi e approfondimenti scientifici e che si possa apprezzare come esista una particolare tipologia di viaggio, il viaggio studio all'estero, di particolare interesse. Le abitudini dei giovani al viaggio cambieranno costantemente, ma il ricordo dell'esperienza appena vissuta rimarrà indelebile.

BIBLIOGRAFIA

- Addis, M., *Ad uso e consumo. Il marketing esperienziale per il manager*, Pearson Paravia Bruno Mondadori S.p.A, 2007
- Astolfi, A., *Ferrara nel Grand Tour dei viaggiatori francesi (secoli XVII e XVIII)*, Este Edition, Ferrara, 2011
- Baldazzi, B., *Famiglia e Turismo: due fenomeni in mutamento*, Università La Sapienza di Roma, Roma, 2011
- Battilani, P., *Storia del turismo*, Editori Laterza, Roma-Bari, 2003
- Battilani, P., *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna, 2001
- Bernhard, P., Klinkhammer, L., (a cura di), *L'uomo nuovo del fascismo. Costruzione di un progetto totalitario*, Viella, Roma, 2017
- Berrino, A., *Storia del turismo in Italia*, Il Mulino, Bologna, 2011
- Capomolla, R., Mulazzani, M., Vittorini, R., *Case del balilla. Architettura e fascismo*, Electa, Milano, 2008
- Carù, A., Cova, B., *Consuming experience. An Introduction*, in Carù A., Cova B. (a cura di) *Consuming Experience*, Routledge, New York, 2007
- Cavagnaro, E., Staffieri, S., Postma, A., *Understanding millennials' tourism experience: values and meaning to travel as a key for identifying target clusters for youth (sustainable) tourism*, 2017, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-12-2017-0058/full/pdf>
- Cavalli, A., de Lillo, A., (a cura di), *Giovani anni 80. Secondo rapporto Iard sulla condizione giovanile in Italia*, Il Mulino, Bologna, 1988
- Cavalli, A., de Lillo, A., (a cura di), *Giovani anni 90. Terzo rapporto Iard sulla condizione giovanile in Italia*, Il Mulino, Bologna, 1993
- Cavalli, A., de Lillo, A., (a cura di), *Giovani anni verso gli anni Duemila. Terzo rapporto Iard sulla condizione giovanile in Italia*, Il Mulino, Bologna, 1993
- D'Eramo, M., *Il selfie del mondo. Indagine sull'età del turismo*, Feltrinelli Editore, Milano, 2017
- De Angelis, S., *Ciao mamma, parto, studio e mi diverto*, Sperling & Kupfer, 2018
- Del Bò, C., *Etica del turismo. Responsabilità, sostenibilità, equità*, Carocci Editore, Roma, 2017
- Demeter, T., Bratucu, G., *Typologies of youth tourism*, University of Braşov, 2014, https://www.researchgate.net/publication/263888606_Typologies_of_Youth_Tourism/link/559147d708ae1e1f9baf772e/download

- Desai, N., *Global opportunity youth in the travel & tourism sector*, The Aspen Institute, 2021, https://goyn.org/wp-content/uploads/2021/02/Global-Opportunity-Youth-in-TT_Final-1.pdf
- European Travel Commission, *Performance of European tourism before, during and beyond Covid-19*, 2022, https://etc-corporate.org/uploads/2022/03/2022_Performance-of-European-tourism-before-during-and-beyond-the-Covid-19-pandemic.pdf
- European Travel Commission, *Study on Generation Z Travellers -Infographic*, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/06/ETC-Study-Generation-Z-Travellers_Infographic-1.pdf
- European Travel Commission, *Study on Generation Z Travellers*, 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf
- Franch, M., (a cura di), *Marketing delle destinazioni turistiche*, McGraw-Hill, Milano, 2010
- Gentile, E., *L'«uomo nuovo» del fascismo. Riflessioni su un esperimento di rivoluzione antropologica*, in Id., *Fascismo. Storia e interpretazione*, Edizioni Laterza, Roma-Bari, 2002
- Istat, *Livelli di istruzione e partecipazione alla formazione -anno 2020*, 2020, <https://www.istat.it/it/files/2021/10/REPORT-LIVELLI-DI-ISTRUZIONE-2020.pdf>
- Istat, *Movimento turistico in Italia -gennaio-settembre 2020*, 2020, https://www.istat.it/it/files/2020/12/REPORT_TURISMO_2020.pdf
- Istat, *Viaggi e vacanze in Italia e all'estero -anno 2020*, 2020, https://www.istat.it/it/files/2021/04/Report_viaggiVacanze_2020.pdf
- Lanfant, Allock & Bruner, *International tourism. Identity and change*, SAGE Studies in International Sociology Editorial Board, London, 1995
- MacCannell, D., *The tourist. A new theory of the leisure class*, University of California Press, Berkeley, 2013
- Maroni, O., Piraccini, O., (a cura di), *Un relitto moderno. La Colonia Novarese di Rimini*, Tip. Moderna, Bologna, 2001
- Martinengo, M. C., Savoja L., *Giovani e turismo. Un'indagine sulle Vacanze giovanile*, FrancoAngeli, Milano, 1993
- Ministero della Pubblica Istruzione, *Circolare Ministeriale 14 ottobre 1992 n. 291*, https://www.istruzione.it/dg_studente/allegati/Circolare-ministeriale-141092-n291.pdf
- Moisa, C., *The organization of youth travel at a global level*, Journal of Travel n. 9, 2010
- Nocifora, E., (a cura di), *Turismatica. Turismo, cultura, nuove imprenditorialità e globalizzazione dei mercati*, FrancoAngeli, Milano, 1997
- Rami, I., *What is a Cultural Tourist? Who is a Cultural Tourist? Towards a classification of Dutch cultural tourists*, VDM Verlag Dr. Mueller, Saarbrücken, 2009
- Resciniti, R., (a cura di), *Economia e marketing del tempo libero. Profili e prospettive di un'industria emergente*, FrancoAngeli, Milano, 2002

- Richards, G., Wilson, J., *Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture?*, In *Tourism Management* n. 26, 2006
- Rocco Longo, M., Pierantonelli, C., Parrinello G., (a cura di), *La comunicazione turistica. Viaggi reali e virtuali fra storia e futuro*, Edizioni Kappa, Roma, 2007
- Santagata, R., *Diritto del turismo*, Utet, 2018
- Savelli, A., *Sociologia del turismo*, FrancoAngeli, Bologna, 2003
- Staffieri, S., Cavagnaro, E., *Youth travel experience: an analysis of the relations between motivations, satisfaction and perceived change*, in *Sustainable Tourism VIII*, 2018, <https://www.witpress.com/Secure/elibrary/papers/ST18/ST18010FU1.pdf>
- Staffieri, S., *L'esperienza turistica dei giovani italiani*, Sapienza Università Editrice, Roma, 2016
http://www.editricesapienza.it/sites/default/files/5411_Staffieri_EsperienzaTuristicaGiovaniItaliani.pdf
- Stamboulis, Y., Skayannis, P., *Innovation strategies and technology for experience-based tourism*, in *Tourism Management* n. 24, 2003
- Tomasi L., (a cura di), *La cultura dei giovani europei alle soglie del 2000. Religione, valori, politica e consumi*, FrancoAngeli, Milano, 1998
- UNWTO & WYSE Travel Confederation, *Covid-19 travel business impact series -June 2020*, 2020, https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/sites/19/2020/09/WYSE_COVID-19_Travel_Business_Impact_Series_June.pdf
- UNWTO & WYSE Travel Confederation, *Global Report on the Power of Youth Travel - volume thirteen*, 2016, https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report_Power-of-Youth-Travel_2016.pdf
- UNWTO & WYSE Travel Confederation, *The power of youth tourism - volume two*, 2011
https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2014/12/wysetc-unwto-report-english_the-power-of-youth.pdf
- Vittimberga, V., *Avviso di accreditamento Estate INPSieme 2022*, 2022,
<https://www.inps.it/Welfare/default.aspx?lastMenu=21535&iMenu=1&iparametro=0&testolibero=&idettaglio=53&fbclid=IwAR2OtGBSIjNFUyKUt-LhQ-fZhX3RB5QgUPzCZzJQFnZilP9fXI5XRXAMgm0>
- Vittimberga, V., *Bando Estate INPSieme estero 2020*, 2020,
https://www.inps.it/docallegatiNP/Mig/Welfare/Bando_Estate_INPSieme_estero_2020.pdf
- Vittimberga, V., *Bando Estate INPSieme estero e vacanze tematiche Italia 2021*, 2021,
https://www.inps.it/docallegatiNP/Mig/Welfare/Bando_Estate_INPSieme_Estero_e_vacanze_tematiche_Italia_2021.pdf
- Vittimberga, V., *Bando Estate INPSieme estero e vacanze tematiche 2022*, 2022,
<https://www.inps.it/Welfare/wfDownload.aspx?IDAllegato=283>

Yunusovich, S. S., *Youth Tourism as a scientific research object*, Journal of Tourism & Hospitality, 2018 <https://www.longdom.org/open-access-pdfs/youth-tourism-as-a-scientific-research-object-2167-0269-1000378.pdf>

SITOGRAFIA

18App, <https://www.18app.itia.it/#/> (data ultima consultazione 10/3/22)

Academy Formazione Turismo, *Turismo giovanile*, 2015, <https://academy.formazioneturismo.com/glossario-del-turismo/turismo-giovanile/> (data ultima consultazione 20/4/22)

Academy Formazione Turismo, *Turismo scolastico*, 2015, <https://academy.formazioneturismo.com/glossario-del-turismo/turismo-scolastico/> (data ultima consultazione 20/4/22)

Accademia Britannica, *Catalogo -Scuole superiori e speciale 18+*, <https://accademiabritannica.com/estate-insieme-catalogo/scuole-superiori/> (data ultima consultazione 21/5/22)

Accademia Britannica, *Estate INPSieme*, <https://accademiabritannica.com/estate-insieme/> (data ultima consultazione 20/5/22)

Account Facebook di Meridiano Education, <https://www.facebook.com/meridianoinps> (data ultima consultazione 28/5/22)

Account Instagram di EF, <https://www.instagram.com/efitaly/> (data ultima consultazione 28/5/22)

Acquario di Cattolica, *La storia*, <https://www.acquariodicattolica.it/chi-siamo/gli-edifici-e-la-storia> (data ultima consultazione 17/1/22)

Airbnb, <https://www.airbnb.it/> (data ultima consultazione 6/3/22)

Alinei, V., *La mobilità studentesca a livello internazionale: verso un modello di "brain exchange"?*, Education Marketing, 2017, <https://www.educationmarketing.it/attualita-e-tendenze/mobilita-studentesca-internazionale/> (data ultima consultazione 18/4/22)

Antonaci, M., *Il turismo dei Millennials (e della Generazione Z)*, The Light Canvas, 2020, <https://www.thelightcanvas.com/il-turismo-dei-millennials-e-della-generazione-z/> (data ultima consultazione 27/4/22)

Appunti Turismo, *Organizzazione mondiale del turismo*, <https://appuntiturismo.it/organizzazione-mondiale-del-turismo-omt/> (data ultima consultazione 15/11/21)

Beloli, A., *Cosa sta succedendo tra Ucraina e Russia? I motivi e gli eventi dietro la crisi e la guerra in corso*, Geopop, 2022, <https://www.geopop.it/video/cosa-sta-succedendo-tra-ucraina-e-russia-i-motivi-e-gli-eventi-dietro-alla-criisi-in-corso/> (data ultima consultazione 12/3/22)

Bertolini, B., *66. Le colonie marine degli anni Cinquanta*, Altri tempi, 2012, <https://altritempiraccontati.blogspot.com/2012/11/66-le-colonie-marine-degli-anni.html> (data ultima consultazione 11/1/22)

Bertuccioli, S., *Colonie, ruderi in Riviera*, Nautica Report, 2014, https://www.nauticareport.it/dettnews/report/colonie_ruderi_in_riviera-6-4391/ (data ultima consultazione 13/1/22)

Bertuccioli, S., *Dai fasti degli anni '30 al declino dei '70. Le colonie marine tra cura e vacanze*, Le inchieste -La Repubblica, 2012, https://inchieste.repubblica.it/it/repubblica/rep-it/2012/08/20/news/dai_fasti_degli_anni_30_al_declino_dei_70_le_colonie_marine_tra_cura_e_propaganda-40008066/ (data ultima consultazione 12/1/22)

Blocco studentesco, *Il fascismo e lo sviluppo delle colonie estive*, 2020, <https://www.bloccostudentesco.org/2020/07/30/il-fascismo-e-lo-sviluppo-delle-colonie-estive/> (data ultima consultazione 13/1/22)

Centro Studi Turistici, *La storia del turismo moderno in Italia e nel mondo: dal Grand Tour al Grand Turista*, 2018, <https://centrostudituristicifirenze.it/blog/storia-del-turismo-moderno-in-italia-e-nel-mondo/> (data ultima consultazione 28/11/21)

Cicerone, P., E., *Anni '60: quanti ricordi di quelle estati!*, Generazione Over60, 2020, <https://generazioneover60.com/2020/07/16/anni-60-quanti-ricordi-di-quelle-estati/> (data ultima consultazione 11/1/22)

Cimpanelli, G., *Baby boomers, X, Y e Millenials: e tu a che generazione appartieni? Scoprilolo con noi*, Corriere Innovazione, 2018, https://corriereinnovazione.corriere.it/cards/baby-boomers-x-y-millenials-tu-che-generazione-appartieni-scoprilolo-noi/i-baby-boomers_principale.shtml (data ultima consultazione 10/3/22)

Città Metropolitana di Genova, *Gli articoli della Costituzione sul diritto all'istruzione*, <https://istruzione.cittametropolitana.genova.it/content/gli-articoli-della-costituzione-sul-diritto-allistruzione> (data ultima consultazione 24/2/22)

Comune di Rubiera, *Colonie elioterapiche*, <https://www.comune.rubiera.re.it/entra-in-comune/i-servizi/cultura-e-tempo-libero/testi-e-pubblicazioni/come-eravamo/colonie-elioterapiche/> (data ultima consultazione 16/1/22)

Corriere della Sera, *I principali punti della riforma*, <https://www.corriere.it/Pop-up/puntiriforma.shtml#:~:text=Inizio%20del%20percorso%20scolastico%20a,punti%20principali%20della%20riforma%20Moratti> (data ultima consultazione 26/2/22)

Cose Di Napoli, *Il Grand Tour*, <https://cosedinapoli.com/culture/il-gran-tour/> (data ultima consultazione 2/12/21)

De Lauro, T., *Come viaggiare on the road*, The WOM Travel, 2018, https://travel.thewom.it/itinerari-di-viaggi/come-viaggiare-on-the-road-154777.html#steps_2 (data ultima consultazione 2/3/22)

De Marco, D., *Le "Buone Scuole": vent'anni di riforme incomplete. La riforma Berlinguer*, Pandora Rivista, 2016, <https://www.pandorarivista.it/articoli/le-buone-scuole-ventanni-di-riforme-incomplete-prima-parte-la-riforma-berlinguer/2/> (data ultima consultazione 25/2/22)

De Marco, D., *Le "Buone Scuole": vent'anni di riforme incomplete. Le riforme Moratti e Gelmini*, Pandora Rivista, 2016, <https://www.pandorarivista.it/articoli/le-buone-scuole-ventanni-di-riforme-incomplete-seconda-parte-le-riforme-moratti-e-gelmini/> (data ultima consultazione 25/2/22)

De Seta, C., *Il Grand Tour e il fascino dell'Italia*, Treccani, 2007, https://web.archive.org/web/20131225202434/http://www.treccani.it/scuola/tesine/viaggio_e_arte/5.html (data ultima consultazione 10/1/22)

Di Camillo, G., *Gite scolastiche ancora ferme: la crisi di cui nessuno parla*, L'agenzia di viaggi, 2022, <https://www.lagenziadiviaggi.it/gite-scolastiche-ancora-ferme-la-crisi-di-cui-nessuno-parla/> (data ultima consultazione 17/2/22)

Dire Giovani, *Adolescenti in viaggio. Superare limiti e scoprire nuovi territori fuori e dentro di sé*, 2021, <https://www.diregiovani.it/2021/08/15/411859-adolescenza-viaggio-fase-della-vita.dg/> (data ultima consultazione 29/4/22)

DNA Trentino, *Le colonie negli anni '50*, <http://www.dna.trentino.it/le-colonie-negli-anni-50/> (data ultima consultazione 15/1/22)

Duccoli, G., *Cos'era il Grand Tour: senso e itinerari del viaggio italiano dei gentiluomini*, Conoscere La Storia, 2020, <https://conoscerelastoria.it/cosera-il-grand-tour-senso-e-itinerari-del-viaggio-italiano-dei-gentiluomini/> (data ultima consultazione 21/12/21)

Edilportale, *Le colonie estive, le vacanze dei bambini negli anni '30*, 2016, https://www.edilportale.com/news/2016/12/ambiente/le-colonie-estive-le-vacanze-dei-bambini-negli-anni-30_55313_52.html (data ultima consultazione 12/1/22)

EF, *Chi siamo*, <https://www.ef-italia.it/about-us/> (data ultima consultazione 27/3/22)

EF, *Entra nel nostro esclusivo network di ambassador*, <https://englishlive.ef.com/it-it/blog/entra-nel-nostro-esclusivo-network-di-ambassadors/> (data ultima consultazione 24/5/22)

EF, *Erika Insurance*, <https://www.erikainsurance.com/>, (data ultima consultazione 2/5/22)

EF, *Estate INPSieme 2022*, <https://www.ef-italia.it/estate-insieme/> (data ultima consultazione 26/5/22)

Erasmus +, *Progetto di mobilità per gli studenti e per il personale dell'istruzione superiore*, <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/it/programme-guide/parte-b-informazioni-sulle-azioni-oggetto-della-presente-guidaazione-chiave-1-mobilita-individuale-ai-fini-dellapprendimentoprogetto-di-mobilita-per-gli-studenti-e-per-il-personale-dellistruzione-superiore> (data ultima consultazione 19/4/22)

Erasmus Plus, *Cos'è Erasmus +*, <https://www.erasmusplus.it/programma/cose-erasmus/> (data ultima consultazione 6/3/22)

European Travel Commission, *Generation Z recognises its responsibility in shaping the future of travel in Europe*, 2020, <https://etc-corporate.org/news/generation-z-recognises-its-responsibility-in-shaping-the-future-of-travel-in-europe/#> (data ultima consultazione 10/4/22)

Experience Summer Camp, *Summer camp, colonie estive o centri estivi?*, <https://www.experiencecamp.it/camp-estivi/summer-camp-bambini-ragazzi/> (data ultima consultazione 1/4/22)

Famiglia on the road, *Nascita delle colonie estive*, 2019, <https://famigliaontheroad.com/2019/09/06/nascita-delle-colonie-estive/> (data ultima consultazione 16/1/22)

Ferrante, V., *Ferie*, Treccani, 2013, https://www.treccani.it/enciclopedia/ferie-dir-lav_%28Diritto-on-line%29/ (data ultima consultazione 20/1/22)

Focus, *Chi era Thomas Cook?*, <https://www.focus.it/cultura/curiosita/chi-era-thomas-cook> (data ultima consultazione 10/12/21)

Gallacci, F., *Dallo studio al welfare: così la colonia estiva è diventata un campus*, Il Giornale, 2013, <https://www.ilgiornale.it/news/dallo-studio-welfare-cos-colonia-estiva-diventata-campus-950123.html> (data ultima consultazione 17/1/22)

Gazzetta Ufficiale, *Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale -Decreto 28 luglio 1998, n. 463*, <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1999/01/08/098G0514/sg> (data ultima consultazione 4/4/22)

Geointernational, *Turismo giovanile, quali sono gli ultimi trend?*, <https://www.geointernational.it/blog-geo-informa/turismo-giovanile/> (data ultima consultazione 5/4/22)

Giocamondostudy, *Vacanze studio 2022 -Conformi Estate INPSieme*, <https://www.giocamondostudy.it/vacanze-studio-estero/> (data ultima consultazione 20/5/22)

Giratlantide, *Turismo scolastico*, <https://www.giratlantide.net/turismo-scolastico/turismo-scolastico.asp> (data ultima consultazione 20/4/22)

Girgenti, *I punti principali della riforma Moratti*, 2022, <http://www.girgenti.it/Notizie/NOTIZIE%202002/Gennaio%202002/punti310102.html> (data ultima consultazione 26/2/22)

Google Form, <https://forms.gle/HA5MvpoGHLkZVq9Q9> (data ultima consultazione 15/6/22)

Grand Tour, *I luoghi del Grand Tour*, <https://grandtour.bncf.firenze.sbn.it/racconto/tradizione-del-grand-tour/i-luoghi-del-grand-tour> (data ultima consultazione 2/12/21)

Grand Tour, *La nascita del Grand Tour*, <https://grandtour.bncf.firenze.sbn.it/racconto/tradizione-del-grand-tour/la-nascita-del-grand-tour> (data ultima consultazione 2/12/21)

Holiday System INPSieme, *Estate INPSieme Italia*, 2022, <https://www.inpsieme.com/ragazzi-italia> (data ultima consultazione 1/5/22)

Hostelworld, *18 imperdibili destinazioni per i backpackers per il 2018*, 2017, <https://www.hostelworld.com/blog/it/migliori-destinazioni-2018/> (data ultima consultazione 20/3/22)

Il Tuareg, *Estate INPSieme Estero*, https://www.iltuareg.com/tipi_pacchetto/estate-inpsieme-estero/ (data ultima consultazione 11/5/22)

Il tuo agente di viaggi, *Voli charter, di linea e low cost*, 2020, <http://iltuoagentediviaggi.com/blog/voli-charter-di-linea-e-low-cost> (data ultima consultazione 6/3/22)

INPS, *Accesso ai servizi di welfare*, <https://www.inps.it/prestazioni-servizi/accesso-ai-servizi-di-welfare> (data ultima consultazione 31/3/22)

INPS, *Adesione al Fondo Credito (Gestione Unitaria delle prestazioni creditizie e sociali)*, <https://www.inps.it/prestazioni-servizi/adesione-al-fondo-credito-gestione-unitaria-delle-prestazioni-creditizie-e-sociali?AccessModalService=1> (data ultima consultazione 18/3/22)

INPS, *Catalogo soggiorni Estate INPSieme -Consultazione*, 2022, <https://serviziweb2.inps.it/EICatCitWEB/cambioTipoPacchetto> (data ultima consultazione 30/3/22)

INPS, *Come compilare la DSU e richiedere l'ISEE*, <https://www.inps.it/prestazioni-servizi/come-compilare-la-dsu-e-richiedere-l-isee> (data ultima consultazione 5/4/22)

INPS, *Corso di lingua all'estero*, <https://www.inps.it/prestazioni-servizi/corso-di-lingue-all-estero> (data ultima consultazione 2/4/22)

INPS, *Estate INPSieme*, <https://www.inps.it/prestazioni-servizi/estate-inpsieme> (data ultima consultazione 30/3/22)

INPS, *Sostegno per lo studio all'estero (ITACA) per figli di iscritti alla Gestione Unitaria delle prestazioni creditizie e sociali*, <https://www.inps.it/prestazioni-servizi/sostegno-per-lo-studio-all-estero-itaca-per-figli-di-iscritti-alla-gestione-unitaria-delle-prestazioni-creditizie-e-sociali> (data ultima consultazione 2/4/22)

INPS, www.inps.it (data ultima consultazione 31/3/22)

Inside Marketing, *Chi è e cosa fa un brand ambassador? Alcuni degli esempi più famosi*, 2019, <https://www.insidemarketing.it/brand-ambassador-chi-e/> (data ultima consultazione 16/5/22)

Inside Marketing, *Significato di Word of Mouth*, <https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/word-of-mouth/> (data ultima consultazione 16/5/22)

Intercultura, *Normativa*, <https://www.intercultura.it/mobilita-individuale/normativa/> (data ultima consultazione 1/5/22)

Interrail, *Perché viaggiare con Interrail*, <https://www.interrail.eu/it/interrail-passes/what-is-interrail/why-you-should-travel-with-interrail> (data ultima consultazione 4/3/22)

Interstudio viaggi, *Assistenza e staff*, <https://www.interstudioviaggi.it/estate-insieme/assistenza/> (data ultima consultazione 9/5/22)

Interstudio viaggi, *Blog*, <https://www.blog.interstudioviaggi.it/> (data ultima consultazione 24/5/22)

Interstudio viaggi, *Bonus Cultura*, <https://www.interstudioviaggi.it/corsi-lingue-inps/bonus-cultura/> (data ultima consultazione 19/5/22)

Interstudio viaggi, *Documenti di viaggio*, <https://www.interstudioviaggi.it/vacanze-studio/documenti-viaggio/> (data ultima consultazione 21/5/22)

Interstudio viaggi, *Informazioni tecniche*, <https://www.interstudioviaggi.it/estate-insieme/informazioni-general/> (data ultima consultazione 9/5/22)

Interstudio viaggi, *Porta un amico*, <https://www.interstudioviaggi.it/estate-insieme/amici-estate-insieme/> (data ultima consultazione 25/5/22)

Interstudio viaggi, *Vacanze studio*, <https://www.interstudioviaggi.it/vacanze-studio/> (data ultima consultazione 26/5/22)

Istat -Popolazione e famiglia, *Occupati e disoccupati (dati provvisori) -gennaio 2022*, 2022, <https://www.istat.it/it/archivio/266914> (data ultima consultazione 25/3/22)

Istat -Popolazione e famiglia, *Popolazione residente al 1° gennaio -Per fascia d'età*, 2021, http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_PREVDEM1# (data ultima consultazione 25/3/22)

Istat -Popolazione e famiglia, *Popolazione residente al 1° gennaio -Italia, regioni e province*, 2021, http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPRES1 (data ultima consultazione 25/3/22)

Italia a tavola, *Niente crisi per i piccoli viaggiatori. In crescita il turismo giovanile*, 2010, <https://www.italiaatavola.net/articolo.aspx?id=14889> (data ultima consultazione 5/4/22)

Journals Open Edition, *Le pratiche turistiche dell'infanzia: una prospettiva rinnovata?*, 2016, <https://journals.openedition.org/viatourism/1398> (data ultima consultazione 5/4/22)

La Repubblica, *Cosa resta delle vecchie colonie estive del Fascismo*, 2016, https://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/12/10/foto/le_colonie-153820648/1/ (data ultima consultazione 13/1/22)

La Stampa, *Millennials: i nuovi giovani in viaggio*, 2016, <https://www.lastampa.it/viaggi/mondo/2016/05/18/news/millennials-i-nuovi-giovani-in-viaggio-1.35006168/> (data ultima consultazione 28/4/22)

Lalomia, G., Longo, F., Ruggieri, M., Zappalà, L., *Progettare la mobilità studentesca al tempo del Covid-19: verso una Smart Student Mobility*, Università di Catania -Bollettino d'Ateneo, 2020, <http://www.bollettino.unict.it/articoli/progettare-la-mobilit%C3%A0-studentesca-al-tempo-del-covid-19-verso-una-smart-student-mobility> (data ultima consultazione 17/4/22)

Language Team, *Estate INPSieme*, <https://www.languageteam.it/Its/Estate-Insieme> (data ultima consultazione 3/5/22)

Le scuole statali, *L'ordinamento scolastico in Italia*, https://www.lescuolestatali.it/ordinamento_scolastico.html (data ultima consultazione 20/2/22)

Leggieri, A., *Millennials: le tendenze e le nuove frontiere del viaggio*, Viaggi Corriere, 2020, <https://viaggi.corriere.it/eventi/millennials-le-tendenze-e-le-nuove-frontiere-del-viaggio/> (data ultima consultazione 27/4/22)

Leone, A., *Le 4 P del marketing: ieri e oggi, tra cambiamenti e adattamenti*, BBADV, 2020, <https://www.bbadv.it/le-4p-del-marketing/> (data ultima consultazione 16/5/22)

Liqueedo, *Turismo e digitale: in viaggio verso nuove frontiere*, 2020, <https://www.liqueedo.it/turismo-digitale-nuove-frontiere/> (data ultima consultazione 27/4/22)

Lonely Planet, <https://www.lonelyplanet.com/> (data ultima consultazione 6/3/22)

Maestri, A., *La struttura del marketing mix moderno: dalle 4P alle 4C*, Pixartprinting, 2022, <https://www.pixartprinting.it/blog/marketing-mix-2/> (data ultima consultazione 22/3/22)

Marketing col Cuore, *L'importanza della comunicazione nel marketing*, 2019, <https://www.marketingcolcuore.com/comunicazione-marketing/> (data ultima consultazione 14/5/22)

Ministero del Turismo, *Stati Generali sul Turismo dei giovani. Garavaglia: "servono competenze e buone idee"*, 2021, <https://www.ministeroturismo.gov.it/stati-generalisul-turismo-dei-giovani-garavaglia-servono-competenze-e-buone-idee/> (data ultima consultazione 23/4/22)

Ministero dell'Istruzione, *IoStudio -La carta dello studente*, <https://www.miur.gov.it/io-studio-carta-dello-studente> (data ultima consultazione 11/3/22)

Ministero dell'Istruzione, *Obbligo scolastico*, <https://www.miur.gov.it/obbligo-scolastico> (data ultima consultazione 19/4/22)

Ministero dell'Istruzione, *Scuola secondaria di secondo grado*, <https://www.miur.gov.it/web/guest/scuola-secondaria-di-secondo-grado> (data ultima consultazione 27/2/22)

Ministero dell'Istruzione, *Sistema educativo di istruzione e formazione*, <https://www.miur.gov.it/sistema-educativo-di-istruzione-e-formazione> (data ultima consultazione 17/2/22)

Ministero della Cultura, *Agevolazioni*, <https://www.beniculturali.it/agevolazioni> (data ultima consultazione 10/3/22)

Mira, R., *Colonie di vacanza nel ventennio fascista: un progetto di pedagogia del regime*, E-Review, 2018, <https://e-review.it/mira-colonie-di-vacanza-nel-ventennio> (data ultima consultazione 12/1/22)

MLA, *Estate INPSieme 2022*, <https://www.mlaworld.com/estate-inpsieme/> (data ultima consultazione 20/5/22)

Mondo in Tasca, *Giovani in viaggio tra svago, cultura e libertà*, 2013, <https://mondointasca.it/2013/05/08/giovani-in-viaggio-tra-svago-cultura-e-liberta/> (data ultima consultazione 29/4/22)

Morelli, F., *Viaggi e vacanze fanno bene ai ragazzi e al rapporto genitori-figli*, Donna in salute, 2016, <http://www.donnainsalute.it/2016/06/viaggi-e-vacanze-fanno-bene-ai-ragazzi-e-al-rapporto-genitori-figli/> (data ultima consultazione 28/4/22)

Navigando, *La mobilità studentesca una priorità per la scuola di oggi*, 2019, <https://www.navigando.it/info-utili/scuola-mobilita-studentesca/> (data ultima consultazione 17/4/22)

Nilalienum, *Riforma Gentile*, <https://www.nilalienum.com/gramsci/RiformaGentile.html> (data ultima consultazione 20/2/22)

Oggi Scuola, *Gite scolastiche, il Miur fissa dei limiti sulle destinazioni. Ecco cosa prevede la normativa per ogni classe*, 2019, <https://www.oggi Scuola.com/web/2019/07/26/gite-scolastiche-il-miur-fissa-dei-limiti-sulle-destinazioni-ecco-cosa-prevede-la-normativa/> (data ultima consultazione 25/2/22)

Osservatorio Nazionale del Turismo, *Glossario del Turismo*, <http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/glossario/glossario.html?lettera=T> (data ultima consultazione 15/11/21)

Osservatorio Nazionale del Turismo, <http://www.ontit.it/ont/> (data ultima consultazione 15/11/21)

Parigi, *Lista attrazioni gratuita a Parigi per giovani under 26 anni*, <https://www.parigi.it/it/lista-monumenti-e-musei-gratuiti-under-26-anni.php> (data ultima consultazione 11/3/22)

Parlamento italiano, *Codice del Turismo*, <https://leg16.camera.it/465?area=21&tema=430&Codice+del+turismo> (data ultima consultazione 30/4/22)

Pérez Rodríguez, C., *Travelling for pleasure: a brief history of tourism*, Europeana, 2020, <https://www.europeana.eu/it/blog/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism> (data ultima consultazione 10/12/21)

Phoenix Travel, *Estate INPSieme 2022*, <https://www.phoenixtravel.it/estate-inpsieme/#1579770955350-a2d2f30b-58e9> (data ultima consultazione 13/5/22)

Prestiti Inpdap, *Borse di studio INPDAP*, <https://www.prestiti-inpdap.com/inpdap-borse-di-studio/> (data ultima consultazione 2/4/22)

Realweb, *Cos'è il Digital Marketing?*, <https://real-web.it/it/blog/cos-e-digital-marketing/> (data ultima consultazione 14/5/22)

Rifugio Scout Vicenza, *Breve storia delle colonie estive GIL*, <https://www.rifugioscoutvicenza.com/storia/> (data ultima consultazione 15/1/22)

Rizzato, S., *Che fine hanno fatto le colonie estive?*, La Stampa, 2013, <https://www.lastampa.it/cultura/2013/07/29/news/che-fine-hanno-fatto-le-colonie-estive-1.36078267/> (data ultima consultazione 10/1/22)

Romagnazone, *Storia delle colonie*, 2019, <https://www.romagnazone.it/scopri-rimini-romagna/storia-di-rimini/approfondimenti/storia-delle-colonie-marine-in-romagna-in-italia.html> (data ultima consultazione 12/1/22)

Sblog, *Viaggi e avventure: le mete preferite dai giovani*, 2017, <https://sblog.altervista.org/cultura/viaggi-avventure-le-mete-preferite-dai-giovani/> (data ultima consultazione 3/5/22)

Scuola Zoo viaggi, <https://www.scuolazooviaggi.com/> (data ultima consultazione 21/3/22)

Senato della Repubblica, *La Costituzione -Articolo 33*, <https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione/parte-i/titolo-ii/articolo-33> (data ultima consultazione 24/2/22)

Senato della Repubblica, *La Costituzione -Articolo 34*, <https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione/parte-i/titolo-ii/articolo-34> (data ultima consultazione 24/2/22)

Serra, M., *Grand Tour*, Informagiovani, https://www.informagiovani-italia.com/grand_tour.htm (data ultima consultazione 2/12/21)

Si Viaggia, *Il turismo di nicchia sta spopolando tra i giovani*, 2022, <https://siviaggia.it/notizie/turismo-nicchia-giovani/358332/> (data ultima consultazione 17/3/22)

Skuola.net, *Contestazione giovanile*, <https://www.skuola.net/storia-contemporanea/contestazione-giovanile.html> (data ultima consultazione 27/2/22)

Skytg24, *Focolaio Covid, oltre 300 studenti italiani bloccati a Dubai*, <https://tg24.sky.it/salute-e-benessere/2021/07/15/focolaio-covid-studenti-italiani-dubai> (data ultima consultazione 29/4/22)

Storie di Pianura, *La colonia elioterapica A. Mussolini di Argelato*, <http://www.storiedipianura.it/territorio-e-cultura/biografie-storia-tradizioni/229-la-colonia-elioterapica-a-mussolini-di-argelato.html> (data ultima consultazione 16/1/22)

Studenti, *Il welfare state: definizione, nascita e sviluppo*, 2021, <https://www.studenti.it/welfare-state-definizione-nascita-e-sviluppo.html> (data ultima consultazione 20/1/22)

Team World, *Cos'è una vacanza studio?*, 2020, <https://www.teamworld.it/vacanze-teamworld/vacanze-studio/cose-una-vacanza-studio/> (data ultima consultazione 27/3/22)

Tognon, G., *La riforma Gentile*, Treccani, 2016, https://www.treccani.it/enciclopedia/la-riforma-gentile_%28Croce-e-Gentile%29/ (data ultima consultazione 20/2/22)

Torino Storia, *L'invenzione delle colonie Fiat*, 2020, <https://torinostoria.com/linvenzione-delle-colonie-fiat/> (data ultima consultazione 15/1/22)

Touring Club, *Turismo scolastico: quali sfide per i viaggi di istruzione?*, 2018, <https://www.touringclub.it/notizie-di-viaggio/turismo-scolastico-quali-sfide-per-i-viaggi-di-istruzione> (data ultima consultazione 18/4/22)

Treccani, *Autostop*, <https://www.treccani.it/vocabolario/autostop/> (data ultima consultazione 2/3/22)

Treccani, *Colonie estive*, https://www.treccani.it/enciclopedia/colonie-estive_%28Enciclopedia-Italiana%29/ (data ultima consultazione 13/1/22)

Treccani, *Coppino, Michele*, 2011, https://www.treccani.it/enciclopedia/michele-coppino_%28L%27Unificazione%29/ (data ultima consultazione 20/2/22)

Treccani, *Edutainment*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/edutainment/> (data ultima consultazione 28/3/22)

Treccani, *Grand Tour*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/grand-tour/> (data ultima consultazione 2/12/21)

Treccani, *Grand Tour*, <https://www.treccani.it/vocabolario/grand-tour/> (data ultima consultazione 1/12/22)

Treccani, *ICT*, 2012, https://www.treccani.it/enciclopedia/ict_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/ (data ultima consultazione 7/3/22)

Treccani, *INPS*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/inps/> (data ultima consultazione 11/2/22)

Treccani, *Lingua Italiana*, 2010, https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/domande_e_risposte/lessico/lessico_182.html (data ultima consultazione 29/11/21)

Treccani, *Opera nazionale balilla*, https://www.treccani.it/enciclopedia/opera-nazionale-balilla_%28Dizionario-di-Storia%29/ (data ultima consultazione 13/2/22)

Treccani, *Pax romana*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/pax-romana/> (27/11/21)

Treccani, *Turismo*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/turismo/> (data ultima consultazione 30/11/21)

Treccani, *Turismo*, <https://www.treccani.it/vocabolario/turismo/> (data ultima consultazione 29/11/21)

Treccani, *Università*, https://www.treccani.it/enciclopedia/universita_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/ (data ultima consultazione 27/11/21)

Treccani, *Università*, <https://www.treccani.it/vocabolario/universita/> (data ultima consultazione 27/11/21)

Treccani, *Viaggio-studio*, 2008, [https://www.treccani.it/vocabolario/viaggio-studio_%28Neologismi%29/#:~:text=viaggio%2Dstudio%20\(viaggio%20studio%2C,approfondimento%20delle%20proprie%20conoscenze%20specialistiche](https://www.treccani.it/vocabolario/viaggio-studio_%28Neologismi%29/#:~:text=viaggio%2Dstudio%20(viaggio%20studio%2C,approfondimento%20delle%20proprie%20conoscenze%20specialistiche) (data ultima consultazione 27/3/22)

Treccani, *Welfare State*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/welfare-state> (data ultima consultazione 28/3/22)

Trinity Viaggi Studio, *3 Film che raccontano l'esperienza dei summer camp*, <https://www.trinityviaggistudio.it/3-film-che-raccontano-l-esperienza-dei-summer-camp/> (data ultima consultazione 21/4/22)

Unicef, *Istruzione*, <https://www.unicef.it/programmi/istruzione/> (data ultima consultazione 19/3/22)

United Nations World Organization, *Global Issues -Youth*, <https://www.un.org/en/global-issues/youth> (data ultima consultazione 16/3/22)

United Nations World Tourism Organization, *2020: a year in review*, <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (data ultima consultazione 24/3/22)

United Nations World Tourism Organization, *About us*, <https://www.unwto.org/about-us> (data ultima consultazione 16/11/21)

United Nations World Tourism Organization, *Affiliate Members*, <https://www.unwto.org/affiliate-members> (data ultima consultazione 16/11/21)

United Nations World Tourism Organization, *Covid-19 Response*, <https://www.unwto.org/tourism-covid-19> (data ultima consultazione 24/3/22)

United Nations World Tourism Organization, *Glossary of Tourism Terms*, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (data ultima consultazione 15/11/21)

United Nations World Tourism Organization, <https://www.unwto.org/> (data ultima consultazione 30/11/21)

United Nations, *DESA*, <https://www.un.org/en/desa> (data ultima consultazione 19/3/22)

United Nations, *UN 75 -I grandi temi: Una demografia che cambia*, 2020, <https://unric.org/it/un-75-i-grandi-temi-una-demografia-che-cambia/> (data ultima consultazione 19/3/22)

United Nations, *Universal Declaration of Human Rights*, 1948, <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (data ultima consultazione 4/3/22)

UTravel, <https://utavel.it/> (data ultima consultazione 21/3/22)

Viaggi Estate, *Le mete più ambite dai giovani per le vacanze estive*, <https://www.viaggi-estate.com/vacanze-low-cost/vacanze-estive-le-mete-piu-ambite-dai-giovani/> (data ultima consultazione 3/5/22)

Viaggiare news, *Osservatorio sul turismo giovanile: ecco i dati*, 2013, <https://www.viaggiarenews.com/2013/03/osservatorio-sul-turismo-giovanile-ecco-i-dati/> (data ultima consultazione 5/4/22)

Viaggiare Sicuri, <https://www.viaggiariesicuri.it/> (data ultima consultazione 28/3/22)

Villa, A., *Il miracolo economico italiano*, Treccani, 2013, https://www.treccani.it/enciclopedia/il-miracolo-economico-italiano_%28Il-Contributo-italiano-alla-storia-del-Pensiero:-Tecnica%29/ (data ultima consultazione 21/1/22)

We Have Fun, *Viaggi experience e viaggi avventura: la nuova frontiera dei viaggi per giovani*, <https://wehavefun.it/viaggi-giovani-experience-avventura/> (data ultima consultazione 28/4/22)

We Have Fun, *Viaggi organizzati per giovani: storia ed evoluzione del turismo*, <https://wehavefun.it/viaggi-organizzati-storia/> (data ultima consultazione 20/4/22)

Wep Take The Leap, *Anno scolastico all'estero: la guida definitiva*, <https://www.wep.it/take-the-leap/anno-all-estero-guida-definitiva/> (data ultima consultazione 18/4/22)

Wikipedia, *Collegio (istruzione)*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Collegio_\(istruzione\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Collegio_(istruzione)) (data ultima consultazione 28/2/22)

Wikipedia, *Colonia climatica*, https://it.wikipedia.org/wiki/Colonia_climatica (data ultima consultazione 16/1/22)

Wikipedia, *Colonia estiva*, https://it.wikipedia.org/wiki/Colonia_estiva (data ultima consultazione 10/1/22)

Wikipedia, *Cultura giovanile*, https://it.wikipedia.org/wiki/Cultura_giovanile (data ultima consultazione 2/3/22)

Wikipedia, *Esposizione universale*, https://it.wikipedia.org/wiki/Esposizione_universale (data ultima consultazione 1/2/22)

Wikipedia, *Istruzione obbligatoria*, https://it.wikipedia.org/wiki/Istruzione_obbligatoria (data ultima consultazione 16/2/22)

Wikipedia, *Mens sana in corpore sano*, https://it.wikipedia.org/wiki/Mens_sana_in_corpore_sano (data ultima consultazione 13/2/22)

Wikipedia, *Obbligo formativo in Italia*, https://it.wikipedia.org/wiki/Obbligo_formativo_in_Italia (data ultima consultazione 28/2/22)

Wikipedia, *Organizzazione mondiale del turismo*, https://it.wikipedia.org/wiki/Organizzazione_mondiale_del_turismo (data ultima consultazione 15/11/21)

Wikipedia, *Politica sociale (fascismo)*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Politica_sociale_\(fascismo\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Politica_sociale_(fascismo)) (data ultima consultazione 5/2/22)

Wikipedia, *Riforma Berlinguer*, https://it.wikipedia.org/wiki/Riforma_Berlinguer (data ultima consultazione 25/2/22)

Wikipedia, *Riforma Gelmini*, https://it.wikipedia.org/wiki/Riforma_Gelmini (data ultima consultazione 26/2/22)

Wikipedia, *Riforma Gentile*, https://it.wikipedia.org/wiki/Riforma_Gentile (data ultima consultazione 20/2/22)

Wikipedia, *Sport e Fascismo*, https://it.wikipedia.org/wiki/Sport_e_fascismo#:~:text=L'istituzione%20riprendeva%20%C2%ABl',dagli%208%20ai%2018%20anni%20C2%BB (data ultima consultazione 5/2/22)

Wikipedia, *Storia dell'istruzione in Italia*,
https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_dell%27istruzione_in_Italia (data ultima consultazione 16/2/22)

WYSE Travel Confederation, *Definitions*, <https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/definitions/> (data ultima consultazione 20/3/22)

WYSE Travel Confederation, <https://www.wysetc.org/> (data ultima consultazione 22/4/22)

WYSE Travel Confederation, *ITB World Travel Trends Report: Youth Travel*, 2013,
<https://www.wysetc.org/2013/12/itb-world-travel-trends-report-youth-travel/> (data ultima consultazione 20/4/22)

Youth Tourism, *Introduction to youth tourism*, 2012,
[https://youthtourism.wordpress.com/2012/04/01/youthtourism/#:~:text=Youth%20tourism%20in%20a%20nutshell,brief%20holidays%20\(Haigh%201995\)](https://youthtourism.wordpress.com/2012/04/01/youthtourism/#:~:text=Youth%20tourism%20in%20a%20nutshell,brief%20holidays%20(Haigh%201995)) (data ultima consultazione 29/3/22)

Zaghini, P., *Perché il fascismo volle la riviera delle colonie*, Chiamamicittà, 2019,
<https://www.chiamamicitta.it/perche-fascismo-volle-la-riviera-delle-colonie/> (data ultima consultazione 13/1/22)

Zizi, M., *Turismo*, Treccani, 2006,
https://www.treccani.it/enciclopedia/turismo_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/ (data ultima consultazione 29/11/21)

Zunino, C., *Focolaio a Dubai, l'Inps sospende tutti i viaggi-studio all'estero*, La Repubblica, 2021,
https://www.repubblica.it/cronaca/2021/07/17/news/pressioni_del_ministero_della_salute_l_inps_sospende_tutti_i_suoi_viaggi-studio-310698275/ (data ultima consultazione 20/5/22)

VIDEOGRAFIA

YouTube, *Le colonie elioterapiche della gioventù italiana di Biella*, 2013,
<https://www.youtube.com/watch?v=B8LXcWxtIL8> (data ultima visualizzazione 18/1/22)

YouTube, *Le colonie estive*, dall'Archivio Storico Luce (Giornale Luce B1158 del 01/09/1937), 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=E6LSWYCQoxg> (data ultima visualizzazione 18/1/22)