

VOLUME LXII – NN. 2-4

APRILE-DICEMBRE 2008

**RIVISTA ITALIANA  
DI ECONOMIA DEMOGRAFIA  
E STATISTICA**

COMITATO SCIENTIFICO

Prof. LUIGI DI COMITE, Prof. FRANCESCO FORTE, Prof. GIOVANNI MARIA GIORGI  
Prof. VINCENZO LO JACONO, Prof. MARCELLO NATALE, Prof. ALBERTO QUADRIO CURZIO  
Prof. GIOVANNI SOMOGYI

COMITATO DI DIREZIONE

Prof. PIETRO Busetta, Prof. CATELLO COSENZA, Prof.ssa SILVANA SCHIFINI D'ANDREA  
Prof. SALVATORE STROZZA, Prof. SILIO RIGATTI LUCHINI

DIRETTORE

Prof. ENRICO DEL COLLE

REDAZIONE

Dott. GIOVANNI CARIANI, *Redattore capo*

Dott. CLAUDIO CECCARELLI, Dott. ANDREA CICCARELLI, Dott.ssa PAOLA GIACOMELLO  
Prof.ssa ANNA PATERNO, Dott.ssa ANGELA SILVESTRINI  
GABRIELLA BERNABEI, *Segretaria di Redazione*



*Direzione, Redazione e Amministrazione*

Piazza Tommaso de Cristoforis, 6

00159 ROMA

TEL. e FAX 06-43589008

E-mail: [sieds@tin.it](mailto:sieds@tin.it)

Stampato da CLEUP sc  
“Coop. Libreria Editrice Università di Padova”  
Via G. Belzoni, 118/3 – Padova (Tel. 049/650261)  
[www.cleup.it](http://www.cleup.it)

## INDICE

<i>In questo numero</i> .....	7
<b>RELAZIONI</b>	
Onofrio Amoruso, Antonella Rinella, <i>Geopolitica del Mediterraneo: iniziative locali e nuove centralità</i> .....	11
Youssef Courbage, <i>Perspectives des politiques migratoires en europe a l'epreuve de la demographie des deux rives de la mediterranee</i> .....	27
Vittorio Daniele, Paolo Malanima, <i>Divari di sviluppo e crescita nel Mediterraneo 1950-2005</i> .....	53
Carlos De Cueto Nogueras, Victoria Eugenia Novoa Buitrago, <i>La influencia de la inmigración en las políticas de reclutamiento militar en España</i> .....	77
Bodo Freund, <i>The mediterranean region from german angles glances at geography, journalism and political science</i> .....	91
Oscar Garavello, <i>Gli accordi euro-mediterranei verso la zona di libero scambio: il "work programme" di metà percorso</i> .....	109
Anna Maria Lazzarino Del Grosso, <i>L'Unione Europea e le culture politiche del Mediterraneo</i> .....	141
Milosav Milosavljević, <i>Poverty in Serbia</i> .....	155
Eros Moretti, <i>L'integrazione economica e sociale degli immigrati albanesi</i> .....	175

Antonio Murolo, <i>Sostenibilità dello sviluppo economico nel Mediterraneo</i> .....	189
Silvana Schifini D'Andrea, <i>Percezione della povertà e dell'esclusione sociale nei Paesi mediterranei dell'Unione Europea</i> .....	213
Gheorghe Stoica, <i>La Romania, Bulgaria e il mar Nero; il loro ruolo nell'Unione europea</i> .....	239

## COMUNICAZIONI

Anna Maria Altavilla, Maurizio Mondello, <i>Analisi della mortalità per causa nell'area a rischio ambientale di Milazzo</i> .....	251
Francesco Antonio Anselmi, <i>Turismo sostenibile e sviluppo economico territoriale</i> .....	259
Fabrizio Antolini, Francesca Petrei, <i>L'indicatore di situazione economica è un indicatore di povertà?</i> .....	269
Vincenzo Asero, Venera Tomaselli, <i>Specializzazione dell'offerta e strutturazione della spesa turistica</i> .....	277
Giuseppe Avena, Romana Gargano, <i>Indagine conoscitiva sulle abitudini e propensioni alla lettura degli studenti universitari di "Editoria e Giornalismo"</i> .....	285
Giuseppe Avena, Santina Pilato, Demetrio De Domenico, <i>Strumenti di statistica testuale e text mining per l'analisi di articoli sulla contaminazione delle mozzarelle in Campania</i> .....	293
Pietro Busetta, Dario Corso, <i>Il mercato del lavoro in Italia e l'effetto scoraggiamento</i> .....	303
Erika Calabrese, Angela Coscarelli, <i>La fecondità delle donne egiziane: un'analisi empirica</i> .....	311

Erika Calabrese, Angela Coscarelli, Andrea Filella, <i>Partenariato euromediterraneo: obiettivi da raggiungere ed opportunità da cogliere...</i>	319
Francesco Chelli, Chiara Gigliarano, Elvio Mattioli, <i>Heterogeneity in household consumptions: the case of Marche Region.....</i>	327
Andrea Ciccarelli, Tatiana Gaborin, <i>Politiche di sviluppo e processi di convergenza delle regioni italiane del Mezzogiorno.....</i>	335
Rosario D'Agata, Venera Tomaselli, <i>La localizzazione del comportamento elettorale. Una proposta metodologica per l'analisi territoriale dei dati.....</i>	343
Giuseppe De Bartolo, Manuela Stranges, <i>Stime della fecondità delle straniere in Italia per nazionalità attraverso l'applicazione di funzioni matematiche.....</i>	351
Enrico Del Colle, Eleonora Scarsella, <i>Flussi turistici effettivi nella regione Abruzzo: un tentativo di misura.....</i>	359
Roberto Gismondi, Patrizia Perini, Massimo Alfonso Russo, <i>Variazioni climatiche ed effetti sul turismo interno in Italia.....</i>	367
Filippo Grasso, Maria Elisabetta Azzarà, <i>Valutazione dei consumi delle famiglie nelle politiche territoriali.....</i>	375
Pietro Iaquina, <i>Alcuni aspetti dei sinistri stradali nella Provincia di Cosenza.....</i>	385
Letizia La Tona, Angela Alibrandi, <i>The use of hierarchical models for the building abusiveness study.....</i>	393
Massimiliano Mascherini, Daniele Vidoni, <i>Caratteristiche della partecipazione sociale in Europa: il caso dell'Europa mediterranea.....</i>	401
Elena Pirani, Silvana Schifini D'Andrea, <i>Differenze regionali nei processi di esclusione sociale nell'Europa mediterranea.....</i>	409
Giovanni Portoso, <i>Rilievi ed osservazioni sulla massimizzazione del Chi quadrato.....</i>	417

<i>Angela Silvestrini, Alcune considerazioni sulla possibile integrazione dei dati derivanti dalle rilevazioni correnti per la stima di alcune caratteristiche dei minori stranieri in Italia.....</i>	427
<i>Valeria Silvestri, Alessandro Polli, Migrazioni ambientali e unione europea. Quale protezione?.....</i>	435
<i>Domenico Summo, Tommaso Pepe, Eterogeneità economica tra i paesi del partenariato euro-mediterraneo.....</i>	443
<i>Informazioni generali, informazioni per gli Autori e regole per la composizione dei testi.....</i>	451

## SPECIALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E STRUTTURAZIONE DELLA SPESA TURISTICA

Vincenzo Asero, Venera Tomaselli<sup>1</sup>

### 1. Composizione della spesa e segmentazione del mercato

I comportamenti di consumo turistico seguono un complesso processo decisionale che vede associati differenti livelli di reddito con categorie tipologiche dell'offerta. In termini aggregati la spesa turistica costituisce una misura semplice del valore economico generato dalla domanda che si indirizza verso una data destinazione, ma al contempo la componente reddituale rappresenta una variabile di segmentazione ed una misura della dimensione e del potere d'acquisto di categorie omogenee di consumatori-turisti (Cooper *et al.*, 2002).

Una destinazione turistica si compone di differenti elementi in grado di motivare la domanda dei turisti e capaci di soddisfare i loro bisogni. La quantità e la qualità di tali elementi influenzano le decisioni di scelta e, quindi, i comportamenti di spesa dei turisti, mentre l'immagine e la percezione che questi ne hanno si riflettono sulla competitività di mercato della destinazione stessa. L'individuazione di uno o più segmenti di consumatori-turisti e la conoscenza di peculiarità e caratteristiche di questi segmenti rivestono un ruolo strategico per orientare gli operatori nell'organizzazione e nella gestione dell'offerta (*destination management*). Chi si occupa, infatti, della pianificazione turistica di un territorio deve considerare quanti turisti sono desiderati e possono essere accolti, nonché quali turisti attrarre e, dunque, gli attuali e potenziali *target* di mercato.

L'analisi della domanda turistica assume particolare importanza nella gestione dei flussi turistici che si indirizzano verso le piccole isole. In questi casi, infatti, la limitatezza del territorio e la sua fragilità impongono la necessità di adottare *policies* di sviluppo che puntino su azioni di salvaguardia mirate e non improvvisate, specie quando il turismo assume la dimensione di fenomeno di massa ed è fortemente concentrato quasi esclusivamente in alcuni periodi dell'anno.

---

<sup>1</sup> Il presente lavoro è stato svolto congiuntamente dagli autori. Più in particolare, i paragrafi 1, 2 e 5 sono stati redatti da Vincenzo Asero ed i paragrafi 3 e 4 da Venera Tomaselli.

Partendo da queste premesse, sulla scia di altri lavori che hanno avuto per oggetto lo studio del mercato turistico di alcune località siciliane (Asero e Tomaselli, 2006), in questo studio viene analizzato il caso delle Isole Eolie.

Il contributo, in particolare, si propone di offrire, attraverso l'uso di tecniche di analisi statistica esplorativa dei dati, un approfondimento tematico volto a cogliere i nessi tra livelli di spesa e composizione tipologica della domanda per differenti profili di visitatore che è possibile delineare sulla base dei risultati di un'indagine campionaria svolta nel comprensorio eoliano<sup>2</sup>.

## **2. La domanda turistica nelle piccole isole**

Molte piccole isole trovano nel turismo l'attività più importante per lo sviluppo ed il sostegno della loro economia. Il turismo, infatti, può costituire tanto il settore economico esclusivo attorno a cui è imperniata la loro vita, quanto un'attività in grado di sostenere altri settori, primi fra tutti la pesca, l'agroalimentare e l'artigianato. E' noto, infatti, che le attività legate al turismo ed al tempo libero sono in grado di generare benefici per le componenti dell'offerta direttamente coinvolte nel processo di produzione, ma anche di determinare, attraverso la spesa, effetti moltiplicativi di tipo keynesiano.

Tuttavia, sul piano territoriale è importante ricordare che le attività turistiche condividono il loro spazio con i residenti. Ne consegue che spesso questi ultimi non sempre ritengono che i benefici economici derivanti dal turismo riescono a controbilanciare alcuni effetti negativi, quali il peggioramento della qualità della vita, la perdita di comodità, la crescita del livello dei prezzi, che uno sviluppo incontrollato del fenomeno inevitabilmente finisce per ingenerare (Briguglio, 1999). Il manifestarsi di tali effetti è inversamente correlato alla dimensione dello spazio interessato dalle attività turistiche e, dunque, certamente molto rilevante nel caso delle piccole isole, dove la limitatezza del territorio si accompagna a forti concentrazioni della domanda in corrispondenza di determinati periodi dell'anno, specie quelli estivi.

Lo sviluppo turistico, allora, deve evitare che si perseguano soltanto obiettivi di *rent-seeking*, bilanciando la tentazione di massimizzare i ricavi generati dalla domanda dei turisti con la preservazione delle risorse naturali e la qualità della vita. In altre parole, la gestione di una destinazione comporta delle implicazioni in termini di sostenibilità e capacità di carico. Diversamente, il turismo può trasformarsi da attività economica in grado di generare reddito ad attività capace di

---

<sup>2</sup> L'indagine è stata effettuata all'interno del P.R.I.N. 2003-2005 finanziato dal M.I.U.R.. Per gli approfondimenti relativi al disegno campionario, si rimanda al contributo di Giambalvo e Milito nel volume a cura di Giambalvo e Parroco (2004).



compromettere le peculiarità del territorio dove il turismo stesso si sviluppa (Kotler *et al.*, 2007).

Sempre su questo tema, un'ultima considerazione occorre farla con riferimento al fenomeno del turismo "sommerso", che implica un certo ammontare di presenze che si aggiungono ai residenti ed ai turisti ufficialmente registrati dalle fonti ufficiali. Spesso, infatti, l'organizzazione dell'offerta ricettiva nelle piccole isole si struttura attorno ad unità immobiliari il cui utilizzo nasconde una parte, in certi casi rilevante, della domanda turistica, che sfugge così ai sistemi di rilevazione ufficiale. Le modalità di manifestazione di questa domanda, a loro volta, saranno causa dell'organizzazione dell'offerta turistica della destinazione. Se, allora, la misurazione del sommerso attiene più ad una dimensione macroeconomica, l'analisi dei comportamenti di spesa del segmento di mercato che connota questo fenomeno può concorrere alla gestione di una destinazione turistica, poiché contribuisce a comprendere come si strutturano i consumi per composizione tipologica e a fornire una stima del reale tasso di utilizzazione di un territorio determinato da quella parte di questa componente della domanda turistica non rilevabile dalle statistiche ufficiali.

### **3. L'analisi del comportamento di spesa: il modello della matrice del prodotto**

Nel processo decisionale del comportamento di spesa del turista intervengono diverse opzioni di distribuzione del reddito. L'articolazione in più stadi implica per ognuno di essi un orientamento in funzione di particolari strutture di relazioni tra componenti soggettive, legate al profilo del turista, e componenti strutturali associate alle modalità organizzative di fruizione dei consumi turistici. Se le componenti soggettive ed oggettive del processo di scelta s'interfacciano tra loro, definendo profili differenziati di comportamenti, è probabile che la configurazione di specifici nessi tra le componenti stesse possa incidere sulla determinazione sia del livello sia della composizione della spesa turistica.

L'ipotesi del presente lavoro considera il turismo delle piccole isole, contrassegnato da un'alta specializzazione dell'offerta. In particolare, fattori come genere, età, ampiezza dei gruppi turistici, insieme a componenti oggettive sono considerati per valutare sia l'incidenza della spesa, relativa alla distanza territoriale del luogo di residenza del visitatore dalla località di vacanza, sulla probabilità che i soggetti assumano profili differenziati, sia il modo in cui si strutturano le decisioni di destinazione del reddito per voci e quote di spesa. Nel caso delle Eolie prevalgono criteri opzionali di destinazione della spesa, molto differenziati rispetto alla struttura delle relazioni tra componenti oggettive e soggettive del processo di scelta ed alle diverse figure tipologiche di turista.

L'analisi del comportamento di spesa, secondo un approccio econometrico, studia la composizione della spesa seguendo il modello della matrice del prodotto turistico. Il modello si costruisce mettendo in relazione le diverse categorie di beni cui la spesa turistica è destinata e le tipologie di turista che emergono dalla combinazione dei beni consumati al fine di specificare segmenti del mercato e livelli di spesa. A partire da indicatori di spesa, stimati sulla base dei risultati dell'indagine campionaria svolta, il peso delle componenti oggettive e soggettive è analizzato in funzione dei valori analitici di composizione della spesa e dei livelli differenziati secondo le categorie di visitatore.

Poiché la scelta del tipo di vacanza è funzione della relazione tra caratteristiche del soggetto e specificità del prodotto turistico, il modello micro-econometrico seleziona le variabili determinanti il processo di scelta di consumo, interpretato alla luce delle caratteristiche del bene/servizio oggetto di spesa<sup>3</sup>. Le caratteristiche del turista sono considerate fattori critici e riguardano le percezioni dei consumatori stessi, tali da definire la relazione tra le caratteristiche del bene oggetto di decisione e la scelta del soggetto (Koppelman, 1980). Per sintetizzare il profilo del turista, mediante una struttura di relazioni asimmetriche basate su misure di associazione, in questo lavoro la composizione della spesa turistica considera i nessi con caratteristiche strutturali ed individuali, cruciali nel processo di scelta orientata secondo una combinazione tra il modello basato sulla *Random Utility Theory* (RUT) e l'approccio di Koppelman<sup>4</sup>.

#### 4. Per un profilo di consumatore turistico

La ricostruzione di profili tipologici di consumatori di beni/servizi turistici è stata ottenuta prendendo in considerazione, da una parte, caratteri strutturali sia degli attori coinvolti sia delle modalità di vacanza e, dall'altra, le componenti che concorrono alla determinazione delle voci della spesa al fine di definire il loro ruolo di fattori selettivi nei processi di destinazione del valore di spesa<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> I fondamenti teorici risiedono nei modelli per scelte discrete e nella teoria della *Random Utility* (cfr. Lancaster, 1966; McFadden, 1984), per i quali la scelta di consumo considera le caratteristiche di beni diversi, tali da massimizzare l'utilità del consumatore.

<sup>4</sup> Seddighi e Theocharous (2002) hanno adottato una simile struttura di analisi per studiare la probabilità di visitare nuovamente una località secondo le caratteristiche del turista e della destinazione medesima.

<sup>5</sup> I caratteri statistici considerati sono relativi a dimensioni strutturali - tipologia di alloggio, mezzo di trasporto utilizzato, composizione del gruppo di turisti, numero partecipanti, *Segue nota a pagina precedente*: numero pernottamenti, genere, classi d'età, area territoriale di provenienza - ed a quote di spesa sia complessiva sia articolata nelle singole voci di domanda.

La prima elaborazione<sup>6</sup> è stata svolta considerando variabile ‘attiva’ l’intero insieme delle voci di spesa. Già i primi due fattori sintetizzano il 33.1% di inerzia. Sul polo negativo del primo fattore si concentrano le categorie relative ad un elevato livello di spesa, sul semiasse positivo quelle relative ad un livello di spesa basso. Sul secondo fattore, che spiega il 13.11% di inerzia, si concentrano le categorie di spesa intermedie, polarizzate sul semiasse negativo. Sulla base di questo risultato, si individuano cinque *clusters* riconducibili ai seguenti profili:

*Cluster 1. Elevato livello di spesa.* Il profilo si associa alle categorie delle variabili illustrative che indicano numero elevato di componenti il gruppo o il nucleo familiare, provenienza dal Nord-Italia e lungo soggiorno; nello specifico si distinguono, in ordine decrescente rispetto al peso entro il gruppo: “15 notti e più”, Nord-Italia”, “Num=4”, “Num=5 e più”, “7-14 notti” e “grup\_fam”.

*Cluster 2. Livello di spesa medio-basso.* Il profilo presenta alcuni elementi in comune con quanto rilevato in riferimento al primo *cluster*. Si tratta, in particolare, sempre di turisti del Nord-Italia che pernottano per un periodo più breve (7-14 notti o, addirittura, 1-2 notti). Rispetto al primo *cluster* il numero di classi è più limitato e non vi sono indicazioni sulla tipologia di struttura per l'alloggio. Si riscontra, inoltre, la presenza della tipologia dell'escursionista più che del turista vero e proprio sulla composizione del gruppo.

*Cluster 3. Livello di spesa medio-alto.* Il profilo si associa alle categorie delle variabili ‘illustrative’ che indicano, sempre in ordine decrescente a partire dalla più rilevante, “all.=ALB”, “num=1-2 persone”, “4-6 Notti”, “Tur=Uff” e “grup\_FAM”. Si tratta di gruppi costituiti da un numero limitato di turisti che sembra preferiscano limitare il periodo di soggiorno, a favore di un miglior *standard* delle strutture ricettive.

*Cluster 4. Turismo non ufficiale, livello di spesa medio.* *Cluster* residuale, eterogeneo, costituito da un livello medio o medio-alto di spesa complessiva ma limitato di spesa giornaliera. Le classi illustrative associate al *cluster* sono, in ordine decrescente, “grup\_NO FAM”, “all.=PRIV”, “num=5 e +”, “Tur=N Uff.”, “7-14 notti” e “15 notti e +”. Si tratta, dunque, di turismo non ufficiale (da cui il limitato ammontare di spesa *pro die*, grazie all'alloggio privato disponibile) ma prolungato (da cui l'ammontare elevato di spesa complessiva, determinato verosimilmente anche dal numero consistente di componenti per ciascun gruppo).

---

<sup>6</sup> I dati sono stati elaborati mediante una strategia integrata multivariata fra l'analisi delle corrispondenze multiple (ACM) e la Cluster Analysis (CLA). La prima è stata applicata per ottenere fattori descrittivi dei profili tipologici. Le coordinate fattoriali ottenute sono state poi utilizzate per eseguire la CLA ed individuare raggruppamenti classificatori delle unità a partire dalle posizioni che queste occupano rispetto ai fattori già definiti.

*Cluster 5. Turismo non ufficiale, livello di spesa basso.* Il profilo si associa alle categorie delle variabili illustrative “1-3 notti”, “ME”, “SICIL (No ME)”, “grup\_FAM”, “Tur=N Uff.”. Si tratta di turismo non ufficiale, proveniente da zone limitrofe e limitato nel tempo.

La seconda analisi è eseguita tenendo sotto controllo il valore della spesa che il turista affronta per raggiungere il comprensorio delle isole Eolie, ritenendo che tale voce del bilancio pesi sul valore della spesa turistica in maniera particolarmente rilevante ed, entro certi limiti, anche costante, nonostante il variare delle altre componenti della spesa. Considerando come variabili ‘attive’ l’intero ammontare della spesa al netto della quota ascrivibile alla voce relativa al trasporto, i primi due fattori riescono a sintetizzare il 33.4% di inerzia. Sul polo negativo del primo fattore si concentrano le categorie relative ad un elevato livello di spesa, sul semiasse positivo quelle relative ad un livello di spesa basso. Sul secondo fattore, che spiega il 13.34% di inerzia, si concentrano le categorie di spesa intermedie, polarizzate sul semiasse negativo.

I *clusters* individuati, rispetto a quanto già osservato per l’analisi complessiva delle diverse voci di spesa, sono in numero ridotto, indicativo di una minore eterogeneità complessiva, rispetto alla quale, in particolare, il livello di spesa medio si concentra in un unico *cluster*:

*Cluster 1. Livello di spesa per trasporti medio.* Comprende livelli di spesa per il trasporto intermedi, sia medio-bassi che medio-alti. Il profilo si associa solo a due categorie delle variabili illustrative: “7-14 notti” e “4-6 notti”, riconducibili rispettivamente a spesa medio-alta e medio-bassa. Verosimilmente, infatti, dato il riferimento al trasporto, le variazioni nella spesa dipenderanno dal numero di giorni di viaggio e relativo maggiore o minore impiego di mezzi di trasporto.

*Cluster 2. Livello di spesa per trasporti elevato.* Si fa riferimento a turisti del Nord Italia, che pernottano per un periodo di tempo elevato ed in albergo. In ordine decrescente per peso sul *cluster* si rilevano le modalità: “IT NORD”, “15 notti e +”, “all.=ALB”, “7-14 notti”, “Tur=Uff”.

*Cluster 3. Livello di spesa per trasporti limitato.* Il profilo si associa alle categorie delle variabili illustrative che indicano, sempre in ordine decrescente dalla più rilevante, “1-3 notti”, “ME”, “SICIL (No ME)”, “num=5 e +”, “grup\_NO FAM”, “Tur=N Uff.”. Si tratta, quindi, di gruppi di numerosità varia ma residenti in Sicilia, che si trattengono per un periodo di tempo limitato e fanno, verosimilmente, riferimento a parenti o strutture private per l’alloggio. Rispetto all’analisi complessiva i *cluster* sono in numero inferiore e meglio definiti.

Un’ulteriore elaborazione considera come variabili ‘attive’ le voci di spesa più rilevanti: trasporto, alloggio e vitto. In base a questa struttura di analisi, si ottiene una capacità di sintesi dei primi due fattori pari al 21.7% di inerzia. Sul polo negativo del primo fattore si concentrano le categorie del livello di spesa più

elevato, sul semiasse positivo quelle relative ad un livello di spesa basso. Sul secondo fattore, che spiega il 7.9% di inerzia, si concentrano le categorie di spesa intermedie, polarizzate sul semiasse positivo.

I *clusters* individuati, sono, nuovamente, tre:

*Cluster 1. Livello di spesa medio.* Comprende livelli di spesa intermedi o, meglio, medio-bassi. Il profilo si associa con le categorie delle variabili illustrative, in ordine decrescente per peso sul *cluster*: “7-14 notti”, “IT NORD”, “grup\_FAM”, “num=1-2”. I relativi livelli di spesa sono comunque limitati. Probabilmente elevata è l’incidenza del peso della spesa per il viaggio e l’alloggio, mentre in termini di caratteristiche tipologiche del soggiorno si presume vi sia poca differenza rispetto a quella dei soggetti del secondo *cluster*, che si distinguono dai turisti riconducibili al profilo del primo *cluster* solo per la tipologia di turismo non ufficiale e riferito ad alloggio privato, limitando quindi le spese per trasporto ed alloggio a vantaggio di durata del soggiorno e numero di componenti.

*Cluster 2. Livello di spesa limitato.* I livelli di spesa indicati sono decisamente bassi. In ordine decrescente per peso sul *cluster* si rilevano le modalità: “15 notti e +”, “num=5 e +”, “all.=PRIV”, “Tur=N Uff”, “7-14 notti”, “num=4”. Il profilo di questo *cluster* è abbastanza simile a quello del primo *cluster*.

*Cluster 3. Livello di spesa elevato* Il profilo si associa alle categorie delle variabili illustrative che indicano, sempre in ordine decrescente a partire dalla più rilevante: “1-3 notti”, “grup\_NO FAM”, “all.=ALB”. Meno rilevanti sono le classi “ME”, “Tur=Uff.”, “4-6 notti”. Si tratta, quindi, di turisti che si trattengono per un periodo di tempo limitato e che alloggiano in albergo.

I tre *cluster* sono meno definiti rispetto a quanto rilevato nell’analisi sulla spesa per il trasporto ma più compatti rispetto a quanto emerso per l’analisi complessiva della spesa. Emergono tre modalità di strutturazione di consumo turistico: anche nel caso in cui la spesa è elevata, si tratta di soggetti che decidono di prolungare il soggiorno per un numero limitato di giorni, mentre i turisti che si trattengono più a lungo fanno riferimento ad alloggi privati e non sono turisti ufficiali.

## 5. Conclusioni

L’analisi effettuata ha permesso di individuare alcuni segmenti del mercato turistico delle Isole Eolie, caratterizzati per differenti livelli di spesa.

Sul piano del comportamento economico osservato all’interno dei diversi *clusters*, e comparandoli tra di loro, appare evidente che il reddito destinato al consumo turistico rappresenta per i turisti il vincolo di bilancio. Esso determina l’ammontare totale di spesa indirizzata al soddisfacimento del bisogno di vacanza nonché la composizione tipologica dei beni e servizi turistici domandati e/o la durata del soggiorno.

Di contro, ed in risposta a questi orientamenti della domanda, l'offerta turistica delle Eolie, specie quella ricettiva, si presenta in maniera abbastanza diversificata, come del resto avviene per molte isole del Mediterraneo.

### Riferimenti bibliografici

- Asero V. e Tomaselli V. 2006. *Comportamenti turistici e segmenti di mercato: alcune evidenze empiriche*, in Tomaselli V. e Vaccina F. (a cura di), Turismo a Cefalù: dimensioni statistiche ed effetti socio-economici, pp. 127-154, CLEUP, Padova.
- Briguglio L. (eds.) 1999. *The Sustainable Development of Small Island Developing States in the Indian Ocean, Mediterranean and Atlantic Regions*, Formatek Ltd.
- Cooper C., Fletcher J., Gilbert D., Shepherd R. e Wanhill S. 2002. *Economia del turismo. Teoria e pratica*, Zanichelli, Bologna.
- Giambalvo O. e Milito A. M. 2004. *Il disegno campionario per l'indagine sul turismo nelle isole Eolie*, in Giambalvo O. e Parroco A. M. (a cura di), Analisi dei mercati turistici regionali e sub-regionali, pp. 145-164, CLEUP, Padova.
- Koppelman S. F. 1980. *Consumer analysis of travel choice*, Journal of Advanced Transportation, 14 (2), pp. 133-159.
- Kotler P., Bowen J. e Makens J. 2007. *Marketing del turismo*, McGraw-Hill, Milano.
- Lancaster K. 1966, *A New Approach to Consumer Theory*. Journal of Political Economy 74 (2), pp. 132-157.
- McFadden D. 1984. *Econometric analysis of qualitative response models*, in: Griliches Z. e Intriligator M.D. (eds.), Handbook of Econometrics, II, pp. 1395-1457, Elsevier Science, Amsterdam.
- Seddighi H. R. e Theocharous A. L. 2002, *A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis*. Tourism Management, (23), pp. 475-487.

### Summary

Tourism consumer behaviour implies a complex process that associates different levels of expenditure with the elements of tourist supply. The level of tourist consumers is related to income and this latter is considered as the economic determinant of tourist demand. The analysis of the survey data confirms the relationship between income levels and tourist demand features. In the same way, the tourist supply is specialized according to the market demand overall as regards tourist accommodation facilities.

---

Vincenzo ASERO, Ricercatore in Economia Politica, Facoltà di Scienze Politiche, Università di Catania.

Venera TOMASELLI, Professore associato in Statistica Sociale, Facoltà di Scienze Politiche, Università di Catania.