

**ESPERIENZE DI INNOVAZIONE NEL SISTEMA RICETTIVO ITALIANO.
II “CAPSULE HOTEL”
STRUMENTO PER L'AMPLIAMENTO DEL RETROTERRA DEGLI
AEROPORTI**

Viviana D'Aponte*

Abstract

Innovative experiences in the Italian system reception. The "Capsule Hotel", a tool for the expansion of the Hinterland of Airports.-The paper analyzes an innovative investment organizational model to be realized in the airport space, branded "capsule hotel", whose model mkt directly recalls the logic of "b & b". However, beyond that, the tourism and real estate considers the achievement translates to an increase of potential of airfields, against which favor further opportunities interconnection between routes of long-term continuity solutions, or with waiting times of transit times in not easy for the user. In geographical terms, the system represents an important completion hub airport tended to optimize interconnections of long and medium distance. Objective of the reasoning is to show how, given the spread that such a model is having a global and European level, the recent implementation project of this service within the Naples airport, international airport, but medium-range could boost the attractiveness of the same and their attributes nodality. What emerges from the survey conducted, it is that the city of Naples, making it a leader in the national project of such a scale, it would receive a major impact in terms of visibility and consequent increase of the tourist flow and a strong impetus to the overall development of tourism in the South.

1. Introduzione- Perché l'Italia, e ancor più il Sud, perdono competitività turistica

- Com'è ormai noto, all'interno dello scenario turistico internazionale, l'Italia ha registrato negli ultimi anni una progressiva riduzione di competitività, in conseguenza della quale ha finito per essere sopravanzata, in termini sia di numero di arrivi, sia di entrate valutarie, non solo da paesi ad economia turistica matura, quali Stati Uniti e Francia, ma anche, a partire dal 2006, da un paese emergente quale la Cina.

Ci si trova, ormai, di fronte ad una situazione del tutto anomala, decisamente incongrua rispetto a diffusione e qualità del patrimonio paesistico-paesaggistico e dell'eccezionalità delle preesistenze storiche ed archeologiche disseminate sul territorio italiano. Del resto, nonostante la persistenza, sul piano geografico, di non secondarie disequaglianze dell'offerta ricettiva, come si vedrà in seguito, la disponibilità complessiva di posti letto appare sufficientemente ampia, in un contesto in cui la tradizione culinaria e la produzione eno-gastronomica di qualità dovrebbero costituire

un fattore d'indubbia attrattività. Diversamente, da un lato, il livello dei prezzi, comparativamente più elevato e, dall'altro, la relativa perifericità, del Paese, ma ancor più di larga parte del territorio centro-meridionale, nei confronti delle principali direttrici del flusso turistico europeo, incide del tutto negativamente sul grado di competitività del sistema italiano. Non stupisce, quindi, che i dati recentemente resi noti dall'UIC, circa la consistenza dei flussi turistici verso l'Italia, appaiano esplicitamente in contrazione, mentre le relative proiezioni assumono indici allarmanti per l'intera economia del settore¹.

In un simile contesto di debole competitività, ancor più, preoccupa la situazione del settore riferita alla realtà del Mezzogiorno nei cui confronti, tuttavia, traspaiono condizioni ulteriormente sperequative, ancora una volta in ragione di accessibilità e distanza geografica, nella distribuzione degli arrivi turistici registrati nelle diverse regioni dell'area.

Più in dettaglio, nei confronti di questa vasta area del Paese, emerge una combinazione particolarmente depressiva del mercato, prodotta dalla sommatoria di situazioni di svantaggio costituite del fattore "prezzo dei servizi" e dall'indice di "dotazione infrastrutturale" dei relativi ambiti regionali². Nel senso che l'acuirsi della "distanza geografica" dai principali mercati attivi del turismo, mentre non trova affatto compensazione in un più elevato livello di accessibilità delle singole aree di destinazione, subisce gli effetti distorsivi della discriminante "prezzo" il cui peso si riflette in misura tutt'altro che marginale in termini di costo del viaggio, proprio per l'incidenza del fattore "distanza" e del conseguente maggior onere del cosiddetto "fuel charge", a cui fanno riferimento i vettori per determinare il prezzo finale di ciascuna destinazione.

Ne consegue, una configurazione in cui, in termini di apporto alle economie regionali, il turismo perde di peso in misura significativa in tutto il Paese; tuttavia, nel Sud il dato acuisce i suoi contenuti negativi, in funzione di una esplicita determinante spazio-temporale. Nel senso che, da un'attenta lettura geografica dei flussi, ciò che immediatamente emerge, pur nella condizione tutt'altro che positiva del turismo meridionale, è la relativa maggiore presenza di arrivi nelle regioni meno periferiche, che sono di fatto le aree meglio collegate, accessibili, con costi più contenuti e servite da più

¹ Il contributo della ricerca geografica al tema del turismo trae le sue origini dagli studi di Giovanni Merlini (1968) il quale, primo fra gli altri, ha mostrato il legame inscindibile che esiste tra il turismo, come attività economica, e il territorio. Il fenomeno turistico, evidenziava Merlini, trae la sua stessa valenza dal territorio entro il quale si manifesta e senza il quale non avrebbe ragione di esistere (scrivendo in un'epoca nella quale di parchi a tema non se ne sentiva ancora parlare) e stabilendo, in definitiva l'assoluto rapporto di reciprocità tra questi due fattori. A partire da questo studio in poi, numerosissimi sono stati i ragionamenti proposti nell'ambito della disciplina geografica sulla centralità del paesaggio nell'analisi del fenomeno turistico, e, di conseguenza sul peso che il settore in questione riveste nelle singole economie regionali dei quali, però, non si ritiene in questa sede di dover enumerare i lavori perché di carattere locale. Rimane, ad ogni modo riferimento principe degli studi in materia l'opera di Piero Innocenti (1990), mentre, più di recente, un'ulteriore sistemazione della materia, in termini esplicitamente di riflessi "territoriali" dei fenomeni turistici, si deve a Fabio Pollice (2002).

² La questione dell'arretratezza infrastrutturale di cui soffrono le regioni meridionali, sia in termini fisici, sia nel più moderno segmento dello spazio "virtuale", è ampiamente documentata nella ricerca di M.L. Gasparini, e V. D'Aponte (2007).

modi di trasporto: aria, ferro, mare, gomma. Si spiega, cioè come i territori meglio collegati: Campania, essenzialmente, e per certi versi Sardegna, in termini di apporto alla bilancia turistica, riescano a compensare, quasi interamente, le forti perdite che si concentrano nelle regioni più periferiche della stessa area meridionale del Paese. La quale, proprio in quanto molto mal raggiunta da servizi regolari di trasporto, presenta, in ampia misura, mete poco accessibili al turismo di massa. Ma, come meglio si argomenterà a breve, questo è solo uno degli elementi di criticità che concorrono a deprimere il livello di competitività del settore turistico, sia a scala nazionale, sia nei confronti delle più periferiche regioni meridionali.

Del resto, la constatazione dell'incongruo rapporto tra potenziale di risorse ambientali e culturali e grado di attrazione esercitata, rappresenta una circostanza che non può essere sottovalutata, rilevabile, in qualche misura, anche in altre aree sensibili dell'Europa occidentale, e mediterranea, in particolare. Anomalia strutturale che deve spingere a riflettere sulle cause della progressiva erosione nella capacità competitiva di queste regioni, per comprenderne le cause e individuare le azioni da promuovere in termini di strategie di rivalorizzazione.

In tale prospettiva, numerosi sono stati gli studi economici condotti sul sistema turistico italiano, con l'esplicita finalità di isolarne gli elementi di criticità. I lavori più accreditati risultano concordanti su di una considerazione piuttosto univoca: se l'Italia vanta un patrimonio turistico d'eccellenza, riconosciuto, in assoluto, come tale dalla domanda turistica internazionale, non è dall'ulteriore valorizzazione dello stesso che può scaturire un'efficace sviluppo del sistema attrattivo, mentre, ciò che pesa negativamente sulla nostra capacità di incrementare l'afflusso della domanda attiene, piuttosto, alla qualità complessiva dell'offerta, in particolare nelle relative componenti dei servizi disponibili.

In altri termini, appare evidente come il punto cruciale, cioè, non risieda tanto nelle risorse, che d'altronde vantano un grado di diversificazione ed una notorietà su cui non è necessario soffermarsi, bensì la debolezza strutturale del nostro prodotto turistico vada ricercata nella carenza di strategie volte ad una efficace fruizione di quelle stesse risorse, in termini di convenienza comparativa della relativa accessibilità. In assenza di un modello virtuoso d'incentivazione, avviene che nella percezione della domanda la presenza di condizioni di contorno poco favorevoli, a tal punto repulsive da agire negativamente sulla stessa capacità competitiva dell'offerta di qualità, finiscono per subordinarne la domanda rispetto a destinazioni emergenti, sia pure non comparabili per specificazione e attributi di originalità della relativa offerta.

2. Complessità dei fattori che determinano la distribuzione della domanda turistica

Dalla consapevolezza di una simile condizione discende il convincimento che il sistema di fruibilità vada inteso nel senso più ampio del termine, con riferimento, cioè, ad una molteplicità di fattori, che attengono, come si diceva, alle infrastrutture di mobilità, così come alle strutture ricettive e alle politiche di prezzo. In sintesi, all'iniziativa di una molteplicità di attori: poteri locali, imprenditoria, management, le

cui carenze, o quanto meno, politiche “deboli”, rappresentano il vero tallone d’Achille del sistema; ossia, l’area di maggiore criticità del turismo italiano. Vincolo di cui è indispensabile conseguire la progressiva rimozione, introducendo strumenti collaborativi efficaci, indispensabili al conseguimento di un’efficace rivalorizzazione dell’intero settore. Il che presuppone l’assoluta consapevolezza che le politiche di incoming del turismo richiedono un’intesa, esplicita e collaborativa, tra i diversi attori in campo; innanzitutto tra quelli appena citati, ma non meno non sottovalutando il ruolo, del tutto particolare, che compete alle stesse comunità locali, dall’iniziativa virtuosa delle quali dipende il raggiungimento di un obiettivo prioritario: il miglioramento qualitativo dell’offerta, in un contesto in cui si affermi un soddisfacente rapporto qualità/prezzo.

Sul fronte delle responsabilità dell’operatore pubblico deve tenersi presente che la politica dei trasporti non può fondare esclusivamente sull’intraprendenza dei vettori che, pur se animati da spirito competitivo, e pronti a perseguire strade nuove, con allettanti proposte low-cost per incentivare alcune destinazioni, hanno necessità di poter contare su strutture efficienti, ben distribuite sul territorio e, quindi, ben collegate con i poli di offerta ricettiva. Da ciò il ruolo predominante che deve essere riconosciuto alle politiche d’infrastrutturazione, la cui implementazione spetta, prioritariamente, all’operatore pubblico.

Ben oltre il non sempre coerente piano di distribuzione dei terminali aeroportuali, il ritardo nell’ammodernamento delle infrastrutture di trasporto su gomma e su ferro acuisce lo svantaggio della perifericità, producendo effetti di “scoraggiamento” della domanda nei cui confronti il peso negativo dell’ulteriore fattore geografico di perifericità finisce per costituire un ostacolo insormontabile. Tuttavia, poiché gli investimenti infrastrutturali e la complessiva politica d’integrazione della centralità infraterritoriale richiedono tempi lunghi e cospicue risorse finanziarie, spesso sono state adottate azioni estemporanee, in termini di politiche di incentivazione, incentrate su un ventaglio di eventi e di iniziative, a carattere prettamente localistico, decisamente incapaci di determinare forme di attrazione in grado di compensare gli svantaggi d’accessibilità. In rapporto alla finalità evidenziata, cioè l’implementazione di politiche per la rimozione di vincoli strutturali avversi allo sviluppo del turismo, è inevitabile affermare che si tratta di azioni non riconducibili a successo nel breve periodo. Ciò nonostante, rispetto all’obiettivo strutturale a cui è indispensabile tendere, è bene riaffermare in termini espliciti l’inefficacia di ogni iniziativa settoriale che, in fin dei conti, produce distruzione di ricchezza che, in nessun caso, può sostituire il disagio di accessibilità e, di conseguenza, non produrre se non effetti marginali per l’accrescimento della fruizione competitiva dell’offerta. Possiamo, in definitiva, concludere la premessa, da cui abbiamo preso le mosse, sostenendo la debolezza di ogni valutazione sbilanciata sul piano dell’attenzione incentrata sull’aspettativa di richiamo attribuita alle ricchezze del patrimonio di risorse disponibili, mentre appare indispensabile una concreta presa di coscienza, e la conseguente adozione, di coerenti politiche di spesa finalizzate a produrre un impatto sull’attrattività complessiva, attraverso investimenti accrescitivi dell’accessibilità e della centralità della dimensione territoriale, oltre che incentivi specifici per una maggiore competitività del rapporto prezzo/qualità dei servizi offerti.

Se la premessa può ritenersi convincente e, quindi, condivisibile, fermo restando il problema di fondo, nei termini appena denunciati, non meno rilevante appare

un'ulteriore considerazione, più direttamente riferita alle caratteristiche più innovative che emergono dall'analisi della domanda turistica contemporanea. All'interno di uno scenario in cui la domanda, sia pure di massa, evolve, orientata ad una sempre più spinta ricerca dell'eccellenza, il bene turistico deve necessariamente essere proposto attraverso canali innovativi, prestando, nel contempo, particolare attenzione sia al contenimento dei prezzi, sia alla garanzia di standard qualitativi elevati. Il che ovviamente, non significa necessariamente un indiscriminato orientamento al lusso, ma, sebbene, come si vedrà più avanti, un ampio segmento della domanda si addensò intorno ad un target elevato, non può non riflettersi sulla circostanza che il fatto stesso che sempre più diffusamente si registri una richiesta di servizi efficienti e, dunque, qualitativamente elevati, la relativa domanda attraverso una fascia sempre più ampia di potenziali clienti, che non esclude affatto anche un'elevata aliquota della componente di domanda attivata dal turista medio³ (D'Aponte T., 2011). L'impatto più evidente che la crisi economica globale ha prodotto all'interno del settore turistico, infatti, non è stato tanto quello di contrarne i consumi, il che, come mostrano le statistiche, non è avvenuto se non per brevi e particolari intervalli temporali, restando di fatto, inalterata la crescita del settore e le stesse previsioni evolutive di medio periodo⁴, ma piuttosto ha agito riorientando i criteri selettivi della domanda. Che si è resa sempre più consapevole ed esigente, enfatizzando l'aspettativa "esperenziale" nella scelta dell'altrove, in base a motivazioni delle singole scelte di viaggio, definite in funzione di un'aspettativa influenzata sempre più da attributi capaci di rispondere al soddisfacimento di necessità differenziate e complesse. Nello stesso tempo, poichè l'attesa innovativa ruota intorno ad una molteplicità di alternative, proprio per la varietà ed ampiezza dell'offerta di mercato, la scelta conclusiva tiene conto, ancor maggiormente, di variabili tutt'altro che marginali, quali accessibilità e costo del tour progettato. Se ne conclude che, non basta, affatto, offrire una molteplicità di mete turistiche alternative, se il potenziale di tale varietà non è adeguatamente valorizzato attraverso la disponibilità d'infrastrutture adeguate, in termini d'innovazione, oltre che di vantaggioso rapporto tra qualità dell'offerta e prezzo richiesto. In sostanza, proprio la globalizzazione del mercato turistico, in un contesto di eccezionale sviluppo della mobilità che l'innovazione dei trasporti consente, finisce per produrre una difficilmente contrastabile omologazione delle mete turistiche, in funzione di caratteri tipologici comuni, sicchè, fatte salve poche destinazioni del tutto particolari ed irripetibili, la discriminante temporale e quella di prezzo del servizio finiscono per assumere peso del tutto prioritario.

Tale consapevolezza, se da un lato, sul piano dell'eccezionalità esclusiva di precipue risorse attrattive del patrimonio ambientale, storico e umano delle regioni italiane, pone il territorio italiano in posizione potenziale di inconfutabile privilegio, per contro è proprio il rapporto tra qualità e prezzo del servizio, come si diceva, il maggior vincolo che penalizza il comparto turistico nazionale, ponendolo in posizione sfavorevole,

³ Un'analisi molto accurata sui mutamenti più recenti della domanda turistica trova ampia trattazione nella pubblicazione "Qualità Italia" che propone gli esiti del dibattito scientifico sul tema promosso nel 2008 con il Convegno "Qualità Italia: contributi per l'analisi delle risorse turistiche" svoltosi a Novara.

⁴ Secondo le previsioni dell'OMT gli arrivi turistici internazionali dovrebbero continuare a crescere anche nel prossimo anno ad un tasso compreso tra il 3 e il 4% in linea con le stime di crescita del Pil mondiale

rispetto a molte destinazioni concorrenti. Il che resta indiscutibilmente vero, ad esempio, per il vasto comparto del turismo marino, in special modo nei confronti di ambiti costieri emergenti, quali la vicina Croazia o anche la stessa Turchia, per non parlare delle isole iberiche, ovvero di alcune destinazioni “low cost” della sponda settentrionale africana⁵.

3. Aspetti critici della geografia dell’offerta ricettiva

Tralasciando in questa sede la questione infrastrutturale, di non semplice e breve specificazione⁶ (Gasparini, D’Aponte, 2007) intorno alla quale si è in precedenza ampiamente ragionato, in questo ulteriore ambito di riflessione ci soffermeremo su quella che emerge come una delle ulteriori aree di criticità della nostra offerta turistica: la dotazione di strutture ricettive. La criticità che emerge dall’analisi geografica dei caratteri propri del comparto ricettivo, appare di natura, essenzialmente, tipologica e distributiva. Nonostante, nell’insieme, il nostro Paese si ponga, almeno in relazione alla consistenza dell’ospitalità alberghiera, tra i principali leader mondiali, collocandosi per numero di camere disponibili, secondo le ultime stime statistiche (WTTC, 2015), in posizione avanzata a scala europea, in quarta posizione dopo USA, Cina e Giappone⁷.

PAESI	2000		2005		2010		2015	
	CAMERE	POSTI LETTO						
USA	4.100.000	n.d.	4.402.466	n.d.	4.801.890	n.d.	4.910.000	n.d.
GIAPPONE	1.572.131	n.d.	1.548.449	n.d.	1.350.872	3.270.628	1.370.000	n.d.
CINA	948.185	1.855.965	1.332.083	2.571.664	1.709.966	2.981.227	1.510.000	n.d.

⁵ L’estrema volatilità della domanda può rilevarsi in rapporto agli stessi eventi più drammatici che hanno coinvolto sia paesi come Egitto e Tunisia, e la stessa Turchia che, prima di essere colpiti dagli eventi terroristici internazionali, che ne hanno interrotto il ciclo di vita turistico, o dall’instabilità e violenta repressione interna, nel caso turco, hanno vissuto una netta fase ascendente, per effetto di una capacità competitiva nei confronti di molte delle nostre località balneari, realizzata agendo su di un’offerta ricettiva di livello elevato ad un costo significativamente inferiore rispetto alla concorrenza italiana.

⁶ Sul tema della dotazione infrastrutturale delle regioni italiane e, sui processi d’innovazione territoriale che ne conseguono, si è ampiamente ragionato in un volume frutto di una ricerca condotta nell’ambito del Progetto di preminente Interesse Nazionale, PRIN 2004 su gli “Ecosistemi Urbani”.

⁷ In vero il confronto, in termini di valore assoluto, tra strutture ricettive riferite a realtà territoriali del tutto dissimili, indubbiamente, non ha affatto senso né statistico, né geo economico. Tuttavia, è parso opportuno evidenziare il relativo dato allo scopo di consentire di cogliere un aspetto del fenomeno, essenzialmente, nei confronti di competitors europei, rispetto ai quali l’Italia presenta maggiore ricettività disponibile, a fronte di minore domanda soddisfatta. Il che pone in evidenza una delle anomalie strutturali del comparto ricettivo italiano, per quanto concerne il tasso di copertura dell’offerta.

ITALIA	966.138	2.028.45 2	1.020.47 8	4.350.53 3	1.095.33 2	4.698.852	1.090.300	4.879.31 3
GERMANIA	877.070	n.d.	890.153	3.326.54 0	940.484	3.286.962	959.000	3.340.07 2
SPAGNA	677.134	1.315.69 7	797.354	3.063.73 4	883.225	3.301.576	n.d.	3.526.93 7
FRANCIA	589.174	1.178.34 8	613.798	5.759.09 9	611.609	5.020.463	n.d.	5.133.31 4
MESSICO	421.850	843.700	535.639	1.071.27 8	638.494	1.276.988	n.d.	n.d.
U.K.	553.699	1.119.44 3	518.028	2.223.80 3	679.038	3.211.623	n.d.	n.d.
GRECIA	312.993	593.990	358.721	777.610	397.660	1.219.127	n.d.	1.244.85 0

Fonte ns. elab su dati WTTC e ISTAT (2016)

Se in termini di consistenza, dunque, la situazione dell'offerta turistica italiana parrebbe confortante è dall'analisi prospettica dei dati che emergono i nodi critici di cui si discuteva in principio. Innanzitutto, pur volendo riflettere sul solo sistema alberghiero⁸, ciò che appare interessante ai fini del nostro discorso è l'evoluzione percentuale di tale offerta, ossia la variazione che interviene nel numero di camere disponibili in un lasso di tempo definito, il che, come ben s'intende, rispecchia in misura diretta la dinamica degli investimenti effettuati nel settore.

Pur circoscritta all'ultimo decennio la dinamica che interessa l'evoluzione dell'offerta italiana, se confrontata con alcuni paesi che si pongono quali nostri competitor a scala internazionale, tanto la Turchia quanto la Spagna, per tacere di realtà nordafricane o anche mediorientali⁹ si dimostra ben più cauta, a fronte di un incremento nel numero di camere che conoscono altre destinazioni, ben lungi superiore a quello che si concretizza all'interno del nostro sistema alberghiero.

Una tale evenienza fa luce su quello che è il principale nodo critico legato alla nostra offerta ricettiva e che influenza significativamente, nel suo complesso, il sistema della qualità cui si faceva riferimento poc'anzi. A fronte di un'ampia offerta, in termini di consistenza del sistema ricettivo, si produce una scarsa dinamicità dei processi di ristrutturazione ed ampliamento qualitativo che conduce ad un assetto in cui emergono ampie realtà di obsolescenza strutturale, sicchè la stessa offerta assume caratteri che, in troppi casi, non possono considerarsi in linea con la domanda di un mercato attraversato

⁸ Sistema alberghiero complessivo che, in ogni caso, assolutamente non riesce a definire né a soddisfare un'offerta ricettiva sempre più segmentata in forme complesse di pari passo con la complessificazione innovativa che caratterizza la domanda turistica.

⁹ Diversamente, nuovi poli turistici, quali gli Emirati Arabi, si caratterizzano per accelerato dinamismo dell'offerta ricettiva grazie ad una vantaggiosa combinazione di attrattiva, non solo meramente turistica, bensì legata ad un ampio flusso di mete di affari e mobilità professionale particolarmente evolute

da persistenti e inarrestabili fermenti, in termini d'innovazione dei canali distributivi, di servizio offerto ed in definitiva dunque, in termini di valore percepito dalla domanda.

Tratto caratterizzante del nostro sistema alberghiero è, infatti, tra l'altro, storicamente, la dimensione medio piccola delle strutture che lascia trasparire una marcata concentrazione dell'offerta nella categoria delle tre stelle, il cui standard qualitativo medio si dimostra, troppo di frequente, ben al di sotto dell'aspettativa che la più attenta domanda internazionale assume a termine di confronto, mentre resta del tutto insufficiente l'investimento rivolto all'ampliamento dei posti letto in strutture di categorie superiori¹⁰.

TAB. 2- L'OFFERTA RICETTIVA ITALIANA: DIMENSIONE E TIPOLOGIA (2015)

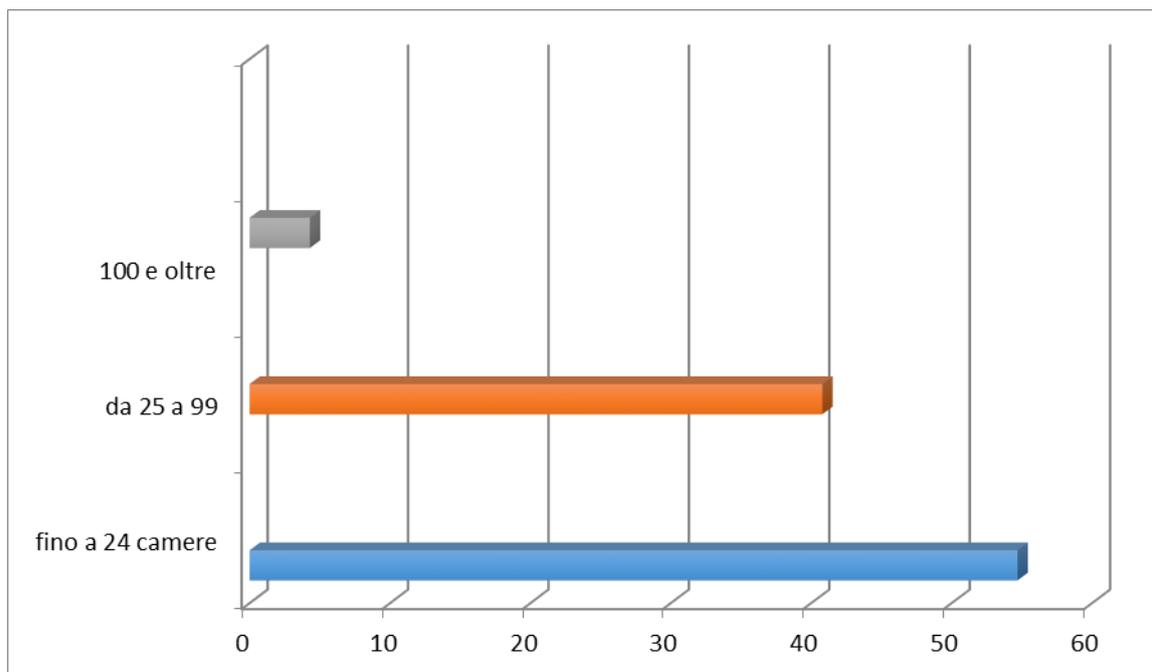
Tipologia imprese	Categoria	Anno 2015	Diff. %2015-2014
Alberghi	5 stelle e lusso	442	3.3
	4 stelle	5.609	1.9
	3 stelle	15.355	0
	2 stelle	6.014	-2.1
	1 stella	2.959	-4.0
	RTA	2.820	1.9
TOTALE		33.199	-0.3
Esercizi extra alberghieri	Campeggi e villaggi tur.	2.708	0.3
	Alloggi in affitto	73.075	2.8
	Agriturismi	18.525	2.2
	Ostelli per la gioventù	592	3.3
	Case per ferie	2.325	8.7
	Rifugi di montagna	1.091	1.9
	Bed and Breakfast	30.384	6.4
	Altri esercizi	5.819	553
TOTALE		134.519	7.5

Fonte: ns. elab. su dati ISTAT (2016)

¹⁰ Le ultime stime, riferite al 2016, mostrano come ben il 46% degli esercizi alberghieri e il 43% dei posti letto appartengano, come si diceva in precedenza, alla categoria dei 3 stelle, evidenziando come circa il 40,8% degli alberghi sia ascrivibile a strutture di medie dimensioni disponendo di un numero di camere compreso tra 25 e 99, mentre il 55% presenti addirittura meno di 24 camere.(REAG, 2016).

Tuttavia, va subito chiarito come un tale dato non debba essere letto in modo sempre negativo, in quanto la dimensione medio piccola degli operatori costituisce spesso elemento di fascino ed appunto espressione tipica dell'offerta ricettiva tradizionale italiana, molto apprezzata dalla domanda, che ne percepisce una modalità di sperimentazione dello stile di vita italiano attraverso cui "vivere" la cultura dei luoghi (Dall'Ara, 2010). Inoltre, constatando come la dimensione medio-piccola coinvolga anche diversi altri territori turistici europei (in particolare il Regno Unito) il problema si sposta sulla qualità dell'offerta che tende ad assumere standard sempre più elevati che solo con adeguati investimenti può conseguirsi.

GRAFICO n.1- AMPIEZZA DIMENSIONALE DEGLI ESERCIZI ALBERGHIERI IN ITALIA (2015)



Fonte: ns. elab. su dati ISTAT(2016)

La criticità che emerge risiede, piuttosto, nella funzione di freno alla propensione all’investimento che, nel caso italiano, la piccola e media dimensione alberghiera a conduzione prevalentemente familiare, finisce per determinare, il che si riflette in una generalizzata difficoltà ad introdurre un piano ponderato di progressiva riqualificazione delle strutture e di conseguenza ad accrescere la capacità di competere sui mercati internazionali. Evenienza questa non rilevabile in altri mercati europei che, al contrario mostrano una esplicita propensione dinamica in termini d’investimenti alberghieri, oltre che una più evoluta struttura organizzativa, incentrata su forme di concentrazione finanziaria e avanzate sperimentazioni sul piano gestionale.¹¹

Attualmente, in Italia, gli hotel aggregati in catena riuniscono poco più di 1.350 strutture, con una capacità media di 109 camere e una prevalente concentrazione fra le strutture di fascia alta¹². La più elevata concentrazione di alberghi di catena si trova nei

11 Non è affatto casuale, infatti, la circostanza che la più grande catena alberghiera al mondo la IHG sia britannica. Diversamente, nel caso italiano, si registra una scarsa diffusione del modello “aggregato” che consentirebbe una generale internazionalizzazione del comparto ed una sicura promozione sui mercati globali. Secondo un recentissimo studio (2016) realizzato da Confindustria Alberghi, in collaborazione con Horwath HTL, il comparto alberghiero italiano presenta dei tratti atipici rispetto alla caratterizzazione che il settore va assumendo a scala internazionale, dove è evidente una tendenza alla concentrazione in grandi gruppi. Al contrario nel caso nazionale la penetrazione di catene si attesta appena al 4,1% delle strutture, in netta controtendenza rispetto al 40% registrabile in UK, al 28% della Spagna e al 23% della Francia. La stessa Germania, con una presenza di catene alberghiere in misura dell’11%, il cui modello appariva più vicino a quello italiano, ha intrapreso la strada della progressiva aggregazione dell’offerta.

12 Diversamente, in termini di camere offerte e di livello qualitativo più elevato, appartengono a “catene”, il 49% delle camere a 5 stelle esistenti in Italia, il 30% di quelle a 4 stelle, ma appena il 5% di quelle a 3 stelle. Per quanto attiene al capitale, il 60% delle camere di catena fa capo a brand italiani e il 40% a brand internazionali (Federalberghi, 2016). Anche per gli aspetti gestionali il modello di business degli hotel di catena italiani, al contrario

grandi centri urbani quali Roma, Milano, Firenze e Venezia, che insieme ne assommano più di un terzo del totale nazionale.

TAB. 3- LE PRIME 10 CATENE ALBERGHIERE EUROPEE (2013)

Rank mondial e 2012	Rank europeo			Gruppo alberghiero	Nazione	Alberghi	Camere	Var. % camere su anno precedente	Var. % media su anno 2009
	2012	2011	2009						
6	1	1	1	ACCOR	Francia	2.345	254.553	3,2	1,6
8	2	2	2	Best Western	Usa	1.316	89.743	0,7	1,0
1	3	3	3	Intercontinental Hotels G.	UK	559	86.780	2,5	0,3
20	4	4	4	Groupe du Louvre	Francia	956	67.687	1,5	-1,8
12	5	6	7	Carlson Rezidor Hotels G.	Usa	253	51.498	4,6	5,0
25	6	5	5	NH Hoteles	Spagna	356	51.453	0,6	0,4
27	7	10	10	Whitbread Hotels & Restaur.	UK	606	45.496	11,0	5,1
19	8	7	6	Meliá Hotels International	Spagna	201	45.145	1,4	-0,6
3	8	9	9	Hilton Worldwide	Usa	184	43.189	4,8	2,8
*31	10	8	8	Tui Hotels & Resorts	Germania	161	40.804	-2,0	-0,2
Top 10 totale						6.937	776.348	2,3	1,2

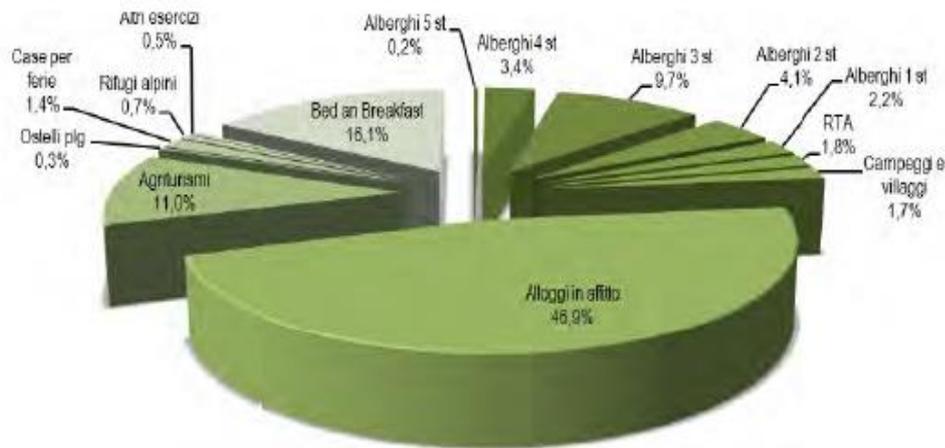
Fonte: MKG Hospitality | 27 Paesi dell'Unione Europea

4. Il fattore “qualità Italia”

Come emerge con assoluta chiarezza dal trend statistico, la domanda turistica a scala internazionale mostra un incessante incremento, conducendo ad una conseguente sempre maggiore richiesta di **ricettività**. Tuttavia, la tendenza non può essere letta soltanto in termini quantitativi, poiché, come si è già argomentato, la domanda, nel caratterizzare le scelte ricettive, tende, progressivamente, ma univocamente, ad orientarsi in direzione di livelli qualitativi crescenti. In un simile contesto, il vincolo del dimensionamento e la frammentazione dell'imprenditoria di settore, rappresentano ostacoli, non solo di natura finanziaria, alla implementazione di processi d'innovazione e di restyling delle strutture che, in particolar modo in Italia, come mostra l'analisi appena condotta, finisce per privilegiare un'offerta crescente in termini quantitativi, non di rado occasionale e frettolosa. Del resto, l'analisi della distribuzione tipologica delle presenze turistiche evidenzia l'affermazione di un significativo **mutamento** in atto in questo settore, dove si determina una diminuzione delle richieste di pernottamento presso strutture alberghiere, a fronte di un progressivo incremento delle presenze extra-alberghiere¹³.

di quanto accade nel resto del mondo, dove grandi gruppi finanziari ne assumono la gestione, nel nostro caso prevalgono le strutture proprietarie (41%) su quelle in affitto (27%) e in franchising (24), con solo una percentuale residuale (8%) di alberghi sotto contratto di management.

¹³ La crisi economica, che, come si è argomentato non ha inciso nella riduzione della domanda turistica, inevitabilmente non ha potuto non produrre effetti di polarizzazione della domanda stessa in termini di livelli delle strutture prescelte. Cioè, mentre è persino aumentata, o quanto meno resta inalterata, la domanda che si orienta in direzione delle strutture di categoria alta, un'ampia fascia di viaggiatori, non intendendo contrarre propensione e durata, tende a compensare le minori disponibilità finanziarie privilegiando la scelta di strutture più economiche.



Fonte: elaborazione su dati Istat

GRAFICO n.2 – RIPARTIZIONI TRA TIPOLOGIE DI OFFERTA RICETTIVA IN ITALIA (2015)

Quanto emerge dal panorama complessivo della distribuzione recente dei flussi turistici è un assetto decisamente dualistico. Cresce, infatti, da un lato, il mercato di nicchia, espresso dalla clientela dei resort di lusso, nei cui confronti il “prezzo” non è la principale discriminante, bensì è la “qualità” che determina le scelte, mentre dall'altra parte, una domanda più eterogenea legata ad una complessità di fattori, non solo di natura materiale, che possono definirsi come “attesa esperienziale”, di cui si carica l’aspettativa di una vasta componente di turisti, di fronte alla necessità di contenimento dei costi, seleziona le opportunità dell’offerta ricercando la più vantaggiosa combinazione qualitativa. In tale itinerario, la ricerca di una sollecitazione emotiva non è affatto marginale, proprio perché l’attesa esperienziale si concretizza nel desiderio di entrare in contatto diretto con la cultura del luogo visitato, in ogni sua possibile manifestazione. Condizione questa che spiega bene, insieme al fattore “prezzo” vantaggioso, la recente fortuna di quella formula riconducibile alla dimensione “bed & breakfast” dell’accoglienza, che congiuntamente alla formula delle “case vacanza” consente di vivere la destinazione a stretto contatto con la comunità locale, in una specie di trasposizione temporanea di usi e costumi innovativi.¹⁴ Quindi luoghi dotati di un’esplicita attrattiva, manufatti residenziali di design, centri urbani da interpretare e partecipare nella concretezza della quotidianità, ma ancora, abitazioni familiari e

Questa tendenza, difficile affermare se temporanea, ovvero strutturale, di fronte a condizioni qualitative dell’offerta scarsamente attrattive, finisce per rivolgersi, direttamente, al mercato extra-alberghiero, dove il livello dei prezzi è decisamente più contenuto. Probabilmente, il fenomeno, comune a larga parte d’Europa, appare maggiormente critico in Italia, proprio in ragione della carenza di strutture alberghiere di medio livello caratterizzate da standard qualitativi superiori.

¹⁴ E’ da qui che, con esplicito riferimento al nostro paese, nascono esperimenti di successo come Sextantio, l’albergo diffuso sorto dall’opera di restauro e valorizzazione dell’intero borgo antico di Santo Stefano di Sessanio in Abruzzo, o anche il caso dei Sassi di Matera riutilizzati a fini ricettivi, per tacere di molti altri esempi espressivi di tipologie più semplici, quali la locazione “bed & breakfast” in alloggi di residenti che ormai coinvolge tutte le principali destinazioni nelle città d’arte, così come nelle maggiori capitali europee.

immobili storici, tutti espressione di un innovativo modello ricettivo. Emozioni ed esperienze del tutto improponibili nella conformità asettica di strutture alberghiere, neppure particolarmente confortevoli, tendenzialmente indifferenziate, ancorchè del tutto giustapposte a quel milieu locale che il viaggiatore più accorto si ripromette di penetrare attraverso la possibilità di pernottare in una residenza tipica, abitata non da altri viaggiatori, bensì da una comunità vitale ed attiva¹⁵.

Accanto a queste tendenze, l'analisi dei comportamenti della domanda pone in evidenza una terza evenienza, ossia il perdurare della domanda legata al business, con particolare attenzione alle destinazioni servite da scali aeroportuali, che, come si affermava nell'introduzione, costituiscono infrastrutture di straordinaria importanza, in termini di accessibilità e, quindi, di potenziale attrattivo nei confronti dei flussi turistici.

Dal punto di vista della ricettività, le stesse strutture aeroportuali dei principali scali assolvono, da tempo, ad un'importante funzione per soddisfare sia l'esigenza di sosta intermedia, lungo una rotta composta da più di uno scalo, ovvero, in altri casi, fornire una base di appoggio per attività di affari, con lo scopo di consentire l'ottimizzazione, comprimendolo, dell'intervallo temporale tra arrivo, impegno di lavoro e rientro. Tuttavia, il modello imprenditoriale di riferimento, pur incentrato sul contenimento del costo del servizio e sulla standardizzazione delle strutture, si colloca pienamente nella categoria alberghiera, per lo più all'interno di gruppi internazionali, spesso entro la stessa filiera aziendale del trasporto aereo. La gestione, per restare competitiva, deve poter contare su di un'ampia domanda, un veloce turnover di arrivi e partenze, oppure, anche se affatto redditiva di per se stessa, rispondere ad esigenze promozionali legate all'organizzazione delle connessioni e alla politica di determinazione degli scali svolta dalle compagnie aeree¹⁶.

5.L'apporto dell'innovazione nell'offerta integrata degli aeroscali: il fenomeno "capsule hotel" e l'aeroporto di Napoli Capodichino

Di fronte all'esigenza di contemporaneo contenimento dei costi, per l'azienda che offre il servizio e per l'utenza che se ne serve, molto di recente sta emergendo una tendenza che produce un modello organizzativo di estremo interesse per i tratti d'innovazione che esprime, sia sul piano finanziario, sia in termini d'integrazione e ampliamento del retroterra geografico di aeroscali di livello intermedio.¹⁷La novità è

¹⁵ Il più recente progetto sviluppato dalla Accor, che prevede entro il 2020 l'apertura di 50 nuove strutture in tutto il mondo, corrisponde proprio a quest'esigenza attraverso la realizzazione di una nuova formula di ospitalità dove gli alberghi sono concepiti come case aperte nelle quali cittadini e turisti vivono emozioni ed esperienze di condivisione. Il brand denominato JO&JOE, attraverso l'implementazione di un'applicazione dedicata, che faciliti l'aggregazione e gli scambi, punta ad incoraggiare l'interazione tra il turista e il residente.

¹⁶ In tal senso si comprende come le aerolinee principali investano direttamente, ovvero partecipino, al capitale delle catene alberghiere aeroportuali.

¹⁷ Ci si riferisce a quegli aeroporti che, sia pure dotati di destinazioni internazionali, svolgono, in prevalenza, un'attività rivolta a rotte di medio raggio, solo eccezionalmente di tratta intercontinentale. Il bacino di questi aeroporti è quasi sempre regionale; tuttavia, grazie a connessioni intermodali agevoli e, per l'appunto, alla disponibilità di servizi ricettivi coerenti con la politica espansiva implementata, possono incrementare in misura notevole il relativo movimento passeggeri.

rappresentata da un progetto imprenditoriale finalizzato alla realizzazione di strutture minimali, i “capsule hotel”, da costruire nello stesso aeroporto. La realizzazione di una struttura ricettiva all’interno dello spazio aeroportuale, luogo di transito per sua natura spersonalizzato, sembra chiaramente in netto contrasto con l’esigenza diffusa di cui si parlava in precedenza, legata alla necessità del turista di vivere una esperienza di fusione con il territorio e la realtà locale. Diremo subito che, sebbene l’afferenza ad un luogo ben preciso, allorchè adeguatamente rappresentata e valorizzata, anche in una simile circostanza, avrebbe opportune possibilità di declinazione. Tuttavia, la domanda verso la quale si orienta l’offerta di cui si discute, è del tutto estranea, o solo marginalmente coincidente, con la componente turistica che abbiamo definito “esperenziale”. Anche perchè, proprio nel caso del flusso aereo di passeggeri, specialmente nell’ultimo decennio, si registra una sorta di iper segmentazione dell’utenza, in ragione della quale la domanda si suddivide in funzione di motivazioni di viaggio poste in essere da esigenze molto particolareggiate e spesso distanti tra loro. In questo caso, poi, come si diceva, le strutture ricettive specifiche rappresentano una modalità di accoglienza finalizzata a soddisfare, più d’altro, la richiesta di una clientela orientata al “business”¹⁸ pur mostrando interessanti possibilità di sviluppo nei termini di un soggiorno breve, in tempi di crisi economica generalizzata.

L’hotel a capsula a cui la ricettività aeroportuale si richiama pur differenziandosene come si avrà modo di spiegare, nasce in Giappone, ad Osaka nel 1979, ma rimane a lungo un esperimento locale strettamente confinato nella prassi ed esperienza giapponese. Fino al 2012, anno in cui sempre in Oriente, ma questa volta a Xi’an, nella dinamicissima Cina rintracciamo una prima mutazione di quel modello ricettivo, attraverso una nuova apertura di mini strutture funzionali, concepite per soddisfare una domanda in rapida crescita in un luogo di grande interesse turistico.

La formula del capsule hotel sarà importata in Europa solo nel 2014, e dunque appena due anni fa, in Belgio, da dove si diffonderà in Italia attraverso due nuove implementazioni coeve: l’esperimento bergamasco di Orio al serio denominato “ZZZleeeepandgo”, e il progetto BENBO implementato nella realtà partenopea dell’aeroporto di Capodichino, che sarà operativo sin dal gennaio del 2017.

Se, dunque, un tale modello ricettivo nasce nella realtà dell’estremo Oriente proprio come struttura alternativa a quelle tradizionali, ma comunque immaginata per esigenze di soggiorno breve, distribuite all’interno dello spazio urbano, la sua traslazione europea si compie rivolgendo attenzione allo stesso comprensorio aeroportuale, ossia fuori dal contesto urbano mostrando, come si diceva in precedenza, tratti caratterizzanti che ne segnano una ben precisa identità dai contorni innovativi e distanti dal modello di riferimento che rimane evocativo solo nella denominazione di uno spazio che per forma e dimensione si richiama ad una capsula.

¹⁸ In vero, nell’idea progetto del “capsule hotel” realizzato nell’aerostadio partenopeo di Capodichino, non si esclude affatto di poter attrarre clientela turistica ordinaria, in quanto in ragione della vicinanza con il centro storico, la facile accessibilità e, più d’altro, il costo estremamente competitivo del servizio, non è affatto da escludere che possa rappresentare fattore competitivo rispetto ad altre soluzioni di accoglienza.

In comune, l'esperienza asiatica e quella europea, presentano un'analogia in termini dimensionali e funzionali, dunque, distinguendosi del tutto sul piano della localizzazione. Infatti, il modello sviluppato nella realtà europea e segnatamente nel caso italiano, che pure ad esso s'ispira, si caratterizza attraverso una formula che trova collocazione delle cosiddette "capsule ricettive" esplicitamente nell'ambito dello spazio aeroportuale.

L'innovativo progetto che interessa lo scalo napoletano, denominato, come si diceva in maniera evocativa "Bed and Boarding", prevede la realizzazione di uno spazio nel quale trovano collocazione, all'interno di un'area comune, dotata di tutti i servizi necessari, 52 moduli abitativi delle dimensioni di 4 mq. e 4 moduli delle dimensioni di circa 5,40 mq. per persone diversamente abili. La struttura sarà attiva senza alcuna soluzione di continuità (7 giorni su 7 e 24 ore su 24) attraverso un sistema altamente automatizzato per lo svolgimento di tutte le operazioni di accoglienza, dall'arrivo, sino alla partenza. Aspetto parimenti di rilievo del progetto è che l'ubicazione della struttura realizza una specie di riuso di aree la cui funzione dismessa ne aveva determinato l'abbandono. In particolare, gli spazi in cui hanno trovato spazio i moduli di Bed n Boarding, era, infatti, in precedenza destinata alla funzione di mensa aziendale.

Sul piano funzionale, il progetto si basa sulla realizzazione di vere e proprie stanze autonome dotate dei comfort necessari per soddisfare le esigenze di relax, riposo e privacy, in grado di consentire ai viaggiatori di ottimizzare i tempi di attesa, ridurre lo stress da viaggio, consentire in modalità più agevole la congiunzione tra più rotte, specialmente a cavallo di orari estremi, in modo da favorire, in concreto, una più ampia dimensione di interazione spazio-temporale dello scalo stesso.

Sul piano costruttivo la realizzazione è concepita in funzione della massima flessibilità con l'impiego di materiali leggeri in modo da permetterne la trasportabilità in assemblaggio completo in modo da limitare al massimo i tempi d'installazione e consentire di variare la capacità ricettiva, aumentandola ovvero riducendola, a seconda delle esigenze del sistema aeroportuale in cui sono operativi. Ciascun modulo è configurato per assicurare comfort e privacy, disponendo di: porta automatizzata e pareti esterne in pannelli multistrato con isolamento termico ed acustico, finestra con oscuranti, letto standard, piccolo tavolo da lavoro, aria condizionata regolabile, illuminazione e prese di corrente, specchio ed appendiabiti, WiFi e docking station per iPod e lettore Mp3, multimedia touch screen che consente di accedere a funzioni di intrattenimento, informazioni sui voli, predisposizione sveglia.

Il sistema di gestione delle capsule, per assicurare un'efficace automatizzazione delle procedure, riducendo i costi del personale, sarà gestito da un software concepito per guidare i clienti attraverso l'intero processo di prenotazione e di avvio fino alla fase finale del rilascio della struttura con la conseguente pulizia al check-out¹⁹.

¹⁹ Immediatamente dopo il check-out, è previsto l'avvio della procedura di pulizia e cambio biancheria. Le lenzuola si cambiano in automatico grazie al sistema di sostituzione "a rotolo" che permette di razionalizzare e ridurre l'intervento del servizio di pulizia all'arrivo di un nuovo ospite, mentre l'abitacolo è costantemente sanificato e l'aria è mantenuta fresca e pulita attraverso un sistema automatico di diffusione di ioni ossidanti naturali che elimina gli odori sgradevoli.

Le modalità di utilizzo previste sono molto semplici: il cliente può prenotare il suo modulo, utilizzando i dati personali e quelli della carta di credito, anche prima dell'arrivo in aeroporto sia attraverso il sito internet del gestore, sia accedendovi con un'apposita applicazione per smartphone. In ogni caso, accedendo all'area dedicata ad Easy Bed all'interno dello spazio aeroportuale, l'utente potrà dialogare con il sistema utilizzando l'apposito touch screen esterno al modulo, col quale essere assistito attraverso il processo di prenotazione, check-in e check-out.

Dal punto di vista architettonico il progetto mostra degli aspetti di grande interesse, che nella realizzazione della struttura operano un esplicito richiamo al contesto locale, in funzione di un'ottica di significativa attenzione verso le motivazioni legate ai concetti di differenziazione, personalizzazione ed esperenzialità che definiscono i principi informativi di una evidente sensibilità del viaggiatore contemporaneo.



6. Conclusioni

I tratti salienti del progetto esposto mostrano, come il capoluogo campano, ponendosi come capofila a scala nazionale di un tale progetto, realizzi un'innovazione che oltre a tradursi in un significativo impatto, in termini di visibilità e di conseguente incremento del movimento passeggeri, pone le premesse per una riprogrammazione delle stesse rotte offerte dalle compagnie aeree attraverso un più ampio schema di interconnessioni.

Il principale effetto di un tale modello, cioè, sembra essere rintracciabile nell'incremento di potenzialità dell'aerostalo in ragione di un più agevole tasso d'interconnessione tra diverse rotte attraverso la razionalizzazione dei tempi di attesa della sosta nello scalo.

L'innovazione, nel concreto di questa esperienza, non si limita ai pur importanti interventi di completa automazione del servizio, di cui si è riferito, bensì si manifesta nella stessa ideazione e strutturazione finanziaria del progetto.

In termini geoeconomici, poi, il sistema rappresenta un importante completamento dell'hub aeroportuale, teso ad ottimizzare interconnessioni di lunga e media distanza, e dunque, ad ampliare il proprio bacino di utenza in particolar modo attraverso l'intensificazione delle rotte di matrice "low-cost" interessate a sfruttare gli orari delle primissime ore mattutine. Tuttavia il modello si rivela efficace allorchè la relativa distribuzione nello spazio globale risponda a criteri di efficienza e semplificazione tra rotte servite da diversi vettori.

Particolare rilievo, al fine dell'aspettativa di elevato successo dell'investimento, assume, d'altronde la circostanza che il capitale impegnato nella realizzazione risulta direttamente partecipato dallo stesso operatore privato, che gestisce l'aeroporto, la Gesac spa.

Tutte queste evenienze portano a concludere come l'innovazione realizzata attraverso l'implementazione del progetto "BenBO" si pone come ben lungi dal manifestarsi solo nell'ambito del sistema ricettivo, ma esplica i suoi effetti sull'intero sistema territoriale di riferimento confermando a pieno la premessa dalla quale si era partiti nel ragionamento presentato.

BIBLIOGRAFIA

Aiello G. (2005), *L'impresa turistica*, Milano, Hoepli

Alivernini A., D'Ignazio A., Migliardi A., (2013) L'impatto dei voli low-cost sulla spesa turistica degli stranieri in Italia, in Banca d'Italia (a cura di), *Il turismo internazionale in Italia: dati e risultati*, Roma, ed Banca d'Italia

Amoretti G., Varani N., (2016) *Psicologia e geografia del turismo: Dai motivi del turista all'elaborazione dell'offerta*. libreriauniversitaria. it

Bacelli O., (2008) Il trasporto aereo, in Garibaldi R. (a cura di), *Economia e gestione delle imprese turistiche*, Milano, Hoepli

Bartolini C. (2000), *Un mezzogiorno turistico di qualità. Percorso strategico per il rilancio turistico del Sud Italia*, in "Turistica", n°2, Firenze, Mercury

Barucci P., Becheri E., (2006) *L'Industria turistica nel Mezzogiorno*, Bologna, Il Mulino

Battilani P. (2007), Alle origini dell'imprenditoria alberghiera: il caso di Rimini, in Bencardino F., Prezioso M., (a cura di), *Geografia del Turismo*, Milano, McGrawHill

- Becheri E., Maggiore G., (a cura di), (2016) *XX Rapporto sul Turismo italiano*, Napoli, Rogiosi
- Benevolo C, Grasso M, (2010) *Ricettività e imprese alberghiere*, Milano, Franco Angeli
- Bieger T., Wittmer A., (2006) Air transport and tourism. Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments, in *Journal of Air Transport Management*, 12, pp. 40–46
- Casarin F. (2011), La soddisfazione del turista tra ricerche quantitative e qualitative, in *Sinergie Rivista di studi e ricerche*, n.66/2011, Cueim
- Cavalcanti M. L. (2007), L'Italia paese noioso: i problemi dell'offerta alberghiera fra XIX e XX secolo, in Lopane I., Ritrovato E., (a cura di), *Tra vecchi e nuovi equilibri. Domanda e offerta di servizi in Italia in età moderna e contemporanea*, Bari, Cacucci
- Cianfanelli C. (2010), *Hotel guest experience. Quando il soggiorno dell'ospite diventa esperienza memorabile*, Milano, Franco Angeli
- Coppola F., Buonfanti A., (2009) Il sistema aeroportuale del Mezzogiorno: aspetti organizzativi e concettuali, in Marletto G., Musso E., (a cura di) *Trasporti, ambiente e territorio: la ricerca di un nuovo equilibrio*, Milano, Franco Angeli
- Dall'Ara G. (a cura di), (2010), *PMI nel turismo: un'opportunità per lo sviluppo*, Milano, Franco Angeli
- D'Aponte T. (2011), *Qualità Italia e turismo nella competizione internazionale*, in Adamo F. (a cura di) *Qualità Italia: contributi per l'analisi delle risorse turistiche*, Bologna, Patron
- Di Pietro I. (2016), *Il Management dell'impresa alberghiera: Strategie di acquisizione e fidelizzazione della clientela*, Milano, Hoepli
- Federalberghi, ISTA (a cura di), (2014), *VII Rapporto sul sistema alberghiero Italiano*, Firenze, Mercury
- Ferri M. A., (2013), *Dai territori alle destinazioni turistiche. Domanda, offerta e competitività*, Milano, Franco Angeli
- Francis G., Humphreys I., Ison S. (2004) *Airports' perspectives on the growth of low-cost airlines and the remodeling of the airport-airline relationship*, in *Tourism Management*, 25 pp. 507-514,
- Gasparini M. L., D'Aponte V., (2007) Considerazioni geografiche sulle interazioni tra strutture materiali e virtuali nel Mezzogiorno, Roma, Aracne
- Gregori G., (2011), *Quali soluzioni tecnico organizzative per il soddisfacimento di una domanda integrata di turismo: dai sistemi turistici locali al franchising territoriale*, in "Sinergie Rivista di studi e ricerche" n.66/2011, Cueim
- Grimmer M., Cugno M., Viassone M., (2012) *Vecchie e nuove prospettive di sviluppo del turismo in Italia*, in *Rassegna Economica*, vol.75, issue 1, pp. 45-73
- Innocenti P.(1990), *Geografia del turismo*, Roma, Carocci

- Macchiavelli A., Licandri S., (2013) *Alla ricerca di una ricettività low cost: tentativi di risposta nell'area bergamasca*, in Rivista di Scienze del Turismo, Anno IV, N.1-2, gennaio-dicembre 2013, pp.103-116
- Mansfield S., (1998), Tokyo, The organic labyrinth, Japan Quarterly, 45(3), 31
- Mc Neill D. (2008), *The Hotel and the city*, in "Prog. Hum. Geogr". June 2008 vol. 32 no. 3 pp. 383-398
- Merlini G.(1968), *Problemi geografici del turismo in Italia*, in "Boll. Soc. Geogr. It.", n.1-3, Roma, ed SGI
- ONTIT (2013), (a cura di), *Le performance di vendita delle imprese del ricettivo*, Roma, Isnart,
- Papaluca O., Tani M. (2016) Ricostruire le risorse locali per competere nel turismo. Alcune evidenze dal caso di Sextantio Hotel, in *Studies on the Value of Cultural Heritage*, 13: pp. 467-495
- Politi M., Petrei F. (2012) I flussi turistici internazionali nelle strutture ricettive italiane. L'andamento congiunturale e l'attrattività delle regioni., in *Atti del convegno L'Italia e il turismo internazionale. Andamento incoming e outgoing nel 2012*, Venezia, 17 Aprile 2013
- Pollice F. (2002), *Territori del turismo*, Milano, Franco Angeli
- Senn L., Zucchetti R. (2001) Metodologie per valutare l'impatto economico prodotto dagli aeroporti sulla regione di appartenenza, in Sinatra (a cura di), *Lettura dei sistemi aeroportuali: strategie e indicatori*, Castellanza, Guerini e Associati
- SRM, (a cura di), (2008), *Aeroporti e territorio. Scenari economici, analisi del traffico e competitività delle infrastrutture aeroportuali del Mezzogiorno*, Napoli, Giannini
- Travaglini A., Puerto S., D'Amico V., (2015), *Digital marketing turistico e strategie di revenue management per il settore ricettivo*, Milano, LSWR
- UNWTO-World Tourism Organization, (a cura di), (2015), *Tourism highlights. 2015 Edition*, Madrid
- Vardanega A., (2011), *L'identità dei territori nell'esperienza turistica*, Aracne, Roma