

SPECIALE BIT – BORSA DEL TURISMO

Presentata la nuova ricerca dell'Osservatorio “Sustainable Tourism”

- Il 70,8% degli italiani utilizza il digitale per prenotare le proprie vacanze
- È l'80,4% dei giovani tra i 16 e i 17 anni ad utilizzare il digitale per vacanze, ristoranti, luoghi di cultura e svago
- Il 67,5% degli intervistati non è disposto a spendere di più per viaggi più sostenibili

Roma, 5 febbraio 2025 – In occasione della BIT (Borsa Internazionale del Turismo), che si terrà a Milano dal 9 all'11 febbraio prossimi, l'**Osservatorio** della [Fondazione per la Sostenibilità Digitale](#), presenta il nuovo rapporto “**Sustainable Tourism**”. La ricerca utilizza l'indice **DiSI™ (Digital Sustainability Index)**, per analizzare la propensione dei cittadini che abitano nei Grandi Centri e nei Piccoli Centri urbani verso la digitalizzazione e/o la sostenibilità e analizza i comportamenti degli italiani rispetto alle app per il turismo con particolare attenzione a quelle che aiutano i turisti a **fare scelte più sostenibili** sotto il profilo economico, ambientale e sociale (app per la prenotazione di alberghi, hotel e ristoranti, etc).

*“La ricerca evidenzia come il digitale si confermi un potente motore di sviluppo per l'intero settore turistico.” – afferma **Stefano Epifani, Presidente della Fondazione per la Sostenibilità Digitale**. “È essenziale guidare le scelte e i comportamenti dei viaggiatori, incoraggiandoli a sfruttare maggiormente gli strumenti digitali e a privilegiare soluzioni di viaggio più sostenibili. Il turismo, infatti, ha un impatto significativo sulla sostenibilità ambientale, sociale ed economica, e le tecnologie digitali potrebbero svolgere un ruolo chiave nel ridurlo in modo efficace.”*

L'Italia è tra i Paesi europei in cui il turismo incide maggiormente sull'economia, contribuendo per circa l'11% al valore aggiunto nazionale e registrando 458,5 milioni di presenze nel 2024 (+2,5%). Il settore ha un forte effetto moltiplicatore: ogni 100 miliardi di euro spesi ne generano 255 in PIL, con ricadute su alloggio, ristorazione e manifattura. Secondo ISTAT, il turismo sostiene il 12% degli occupati e, nel 2024, la spesa turistica totale è stimata in crescita a 110 miliardi di euro (da 108 nel 2023). Tuttavia, l'aumento è trainato dagli stranieri (+6,9%), mentre i turisti italiani calano (-6,5%). Per il 2025 si prevede un trend positivo, con prenotazioni effettuate con maggior anticipo e soggiorni più brevi, segno di una maggiore attenzione ai costi. (Fonte: Centro Studi Confindustria)

[Il digitale spinge il settore del turismo: la ricerca e i risultati](#)

Quanti italiani usano il digitale e come?

Il 70,8% degli italiani usa le tecnologie digitali per prenotare le proprie vacanze e dichiara di aver avuto una migliore esperienza proprio grazie all'utilizzo del digitale. La percentuale sale all'80,4% nella fascia d'età tra i 16 e i 17 anni e aumenta tra i laureati e tra i cittadini più digitalizzati e attenti alla sostenibilità. Il 64,4% degli intervistati è altresì convinto che la continua evoluzione del digitale come l'Intelligenza Artificiale porterà ad ulteriori miglioramenti dell'esperienza utente nel

brevissimo, ovvero già nei prossimi 6 mesi. Soprattutto lo pensano i ragazzi tra i 16 e i 17 anni e i cittadini più digitalizzati e attenti alla sostenibilità (68,7).

“La facilità d’uso, la disponibilità, l’attenzione all’ambiente, al sociale e all’economia e la possibilità di analizzare più proposte turistiche per scegliere poi la più adatta alle proprie esigenze in pochi click, fanno del digitale lo strumento principe per far incontrare facilmente domanda e offerte di viaggi (da quelli tradizionali a quelli più green), spingendo il settore verso ricettività, mete e numeri prima difficilmente raggiungibili.” – ha continuato Epifani. “

Turismo più consapevole, contrasto al sovraffollamento turistico, scoperta di mete alternative e aiuto alle piccole e grandi realtà del settore

- Il 64,6% degli italiani afferma che le tecnologie digitali come l’Intelligenza Artificiale sono utili nell’affrontare il sovraffollamento turistico. In generale ne sono maggiormente consapevoli gli italiani più attenti alla sostenibilità e non digitalizzati (82,5%) rispetto a coloro che utilizzano il digitale e sono sensibili ai temi della sostenibilità (68,8%). Inoltre, per il 69,1% degli intervistati la tecnologia consente di gestire le fasi del viaggio, dalla scelta della destinazione alla prenotazione, con maggiore consapevolezza e rispetto per la meta (54,3% abbastanza d’accordo, 14,8% molto d’accordo e 5,1% per nulla d’accordo).
- L’81,4% degli italiani tra quelli più competenti digitalmente e più attenti alla sostenibilità, sostiene che le applicazioni di prenotazione on-line di alberghi e ristoranti consentono di scoprire mete alternative, al di fuori delle destinazioni ordinarie, supportando gli operatori più piccoli. Al contrario, gli utenti meno attenti alla sostenibilità e meno digitalizzati pensano che queste app concentrino l’attenzione del turista sui posti più popolari, andando a favorire gli operatori più grandi (55,1% degli intervistati). Una percezione non corretta, quest’ultima, determinata dalla mancanza di cultura digitale e green da parte di questo gruppo di consumatori.

Il sovraffollamento turistico a livello globale incide negativamente sia sulla qualità della vita dei residenti sia sull’esperienza dei visitatori.” spiega Epifani. “Tuttavia, la tecnologia digitale potrebbe rappresentare una soluzione efficace per affrontare questo problema. Si tratta di una questione strettamente legata alla sostenibilità del settore, poiché gli effetti negativi del fenomeno si manifestano non solo sull’ambiente, ma anche sul tessuto sociale delle destinazioni coinvolte. Se impiegato in modo adeguato, il digitale potrebbe consentire una gestione più equilibrata dei flussi turistici, migliorando l’esperienza dei viaggiatori e apportando benefici concreti all’ambiente, all’economia locale e alle comunità residenti. Le recenti cronache hanno visto come un uso aggressivo dei social media possa diventare una vera e propria arma contro il territorio. Non dobbiamo confondere gli usi sbagliati del digitale con il digitale in sé. Ancora una volta, serve cultura digitale diffusa. E, ancora di più, serve cultura tout court”.

I giovani chiedono un turismo più green e sono disposti a spendere di più per viaggi più sostenibili

- Il 67,5% della popolazione che dichiara di preferire strutture green, ma solo se a parità di costo. I più attenti alla sostenibilità delle mete turistiche sono i giovani: il 68,3% degli intervistati nella fascia tra i 16 e i 17 anni e il 61,2% in quella dai 18 ai 24 anni è disposta a spendere di più per soggiornare in strutture green.

Ciò che emerge dai risultati è, per un’ampia fetta della popolazione, una significativa distanza tra scelte ideologiche ed economiche: infatti, pur dichiarando di preferire strutture green, non sarebbe disposta a spendere di più per acquisirle.

Ma quali app utilizzano gli italiani e come? Alcuni approfondimenti

Di seguito i risultati della ricerca sull'utilizzo delle app da parte dei cittadini italiani:

Tipo di app turistiche	Non conosco	Conosco, non utilizzo	Non disponibile dove vivo	Utilizzo raramente	Utilizzo regolarmente
App di prenotazioni on-line di ristoranti e alberghi	19%	28%	7%	25%	21%
App di prenotazioni on-line di ristoranti e alberghi sostenibili	39%	39%	31%	9%	15%
App di prenotazione online di musei	28%	33%	9%	21%	9%
App che migliorano l'esperienza di visita in luoghi di cultura	36%	32%	9%	18%	5%
App di siti di House sharing	42%	36%	9%	9%	4%
App o siti di monitoraggio della sicurezza dei Paesi	48%	29%	8%	11%	4%

App di prenotazione on-line di ristoranti e alberghi (Booking, Expedia, Lastminute.com, Tripadvisor, AirB&B ed altri) e **app per la prenotazione di strutture ricettive che danno importanza alla sostenibilità** (FairBnB, Cityaround, ed altri): le utilizzano il 67,5% degli utenti digitalizzati e attenti alla sostenibilità che vivono nelle aree metropolitane e i giovani, tutti con elevato titolo di studio. Per le app che danno importanza alla sostenibilità, sono solo il 19% degli utenti che le utilizzano, con il 41,1% degli intervistati che dichiara di non conoscere affatto questo tipo di servizio.

App o siti di House sharing: ad utilizzarle il 19,3% dei cittadini delle città metropolitane italiane, anche se è solo il 3,4% a farne un uso regolare e vengono utilizzate maggiormente dai giovani tra i 18 e i 24 anni.

App o i siti di monitoraggio della sicurezza sociale dei paesi: sono utilizzate maggiormente dagli utenti più digitalizzati e attenti alla sostenibilità d'età compresa tra i 18 e i 24 anni, così come tra coloro che si dichiarano in possesso di una Laurea o un Master.

App di prenotazione online di musei come Tiqets o Uffizi App: sono usate dal 26,6% degli intervistati e comunque da quegli utenti più digitalizzati e attenti alla sostenibilità (49,1%). Le app che consentono di migliorare l'esperienza di visita dei luoghi di cultura sono invece utilizzate dal 21% della popolazione.

“Digitalizzazione e sostenibilità sono due leve imprescindibili per lo sviluppo del settore turistico, soprattutto in un momento in cui l'attenzione verso la “Meta Italia” è tanto alta ed è così importante – contestualmente – riposizionare il tema del Made in Italy, rispetto al quale il turismo è un forte abilitatore. Per questo motivo serve un forte impegno istituzionale orientato da una parte a promuovere la digitalizzazione delle mete turistiche – tema sul quale le Istituzioni sono ancora pericolosamente assenti, dall'altra, utilizzando lo strumento del digitale, puntare sulla sostenibilità come leva di crescita economica e sociale”, conclude Epifani.

###

Metodologia d'indagine: l'indagine 2024 è stata effettuata con modalità CATI/CAWI, in collaborazione con l'Istituto Piepoli, e ha coinvolto un campione rappresentativo di 4000 cittadini italiani di diverse fasce d'età, livelli di istruzione e posizioni sulla sostenibilità. I risultati evidenziano il ruolo centrale delle tecnologie digitali nello sviluppo del settore turistico. Il rapporto è basato sul DiSI™ City, l'indice nato dalla partnership della Fondazione per la Sostenibilità Digitale con l'Istituto

di Studi Politici “S. Pio V” per misurare quanto il ruolo della tecnologia come strumento di sostenibilità sia percepito da parte dei cittadini italiani. In particolare, l’Osservatorio, nella rilevazione 2024/25, si è focalizzato sulle differenze di percezione tra chi vive nelle grandi città e nei piccolissimi centri (sotto i 3000 abitanti).

L’elenco dei Partner e delle Università che attualmente fanno parte della Fondazione può essere consultato al seguente [link](#)

Per ulteriori informazioni o approfondimenti, visitare il sito: www.sostenibilitadigitale.it

Digital Sustainability Index™ (DiSI):

Il DiSI™, nei suoi risultati di sintesi e nell’analisi dei componenti di dettaglio, è uno strumento utile alle Amministrazioni ed alle organizzazioni per comprendere su quali leve agire per supportare i cittadini nel percorso di comprensione del ruolo della sostenibilità digitale e dei suoi vantaggi. Esso consente infatti di capire se si debba agire sulla consapevolezza digitale e sulla leva della conoscenza delle tecnologie, se si debba invece operare per promuovere i principi culturali della sostenibilità o stimolare comportamenti sostenibili, oppure se sia necessario far capire meglio come e perché utilizzare la tecnologia specificatamente come leva per lo sviluppo sostenibile.

Digital Sustainability Index™ (DiSI) è un indice che misura il livello di consapevolezza dell’utente nell’uso delle tecnologie digitali quali strumenti di sostenibilità. Serve cioè per misurare le correlazioni tra tre elementi dell’individuo: il livello di digitalizzazione, inteso come rapporto tra la propria competenza percepita e quella desumibile da fattori oggettivi; il livello di sostenibilità, inteso come il rapporto tra consapevolezza sul tema nelle sue dimensioni ambientale, economica e sociale ed i conseguenti atteggiamenti e comportamenti; il livello di sostenibilità digitale, inteso come la propensione dell’individuo ad utilizzare consapevolmente le tecnologie digitali come strumenti a supporto della sostenibilità.

Nella costruzione dell’indice si sono considerati quattro profili di popolazione caratterizzati da specifiche attitudini verso il digitale e verso la sostenibilità, che danno luogo a quattro quadranti:

- Sostenibili digitali: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti orientati alla sostenibilità ed usano gli strumenti digitali;
- Sostenibili analogici: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti orientati alla sostenibilità ma non usano gli strumenti digitali;
- Insostenibili digitali: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti non orientati alla sostenibilità, ma usano strumento digitali;
- Insostenibili analogici: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti non orientati alla sostenibilità, né usano strumento digitali.

Digital Sustainability Index™ (DiSI) è un marchio registrato della Fondazione per la Sostenibilità Digitale.

Informazioni su Fondazione per la Sostenibilità Digitale:

La [Fondazione per la Sostenibilità Digitale](#) è la prima Fondazione di Ricerca in Italia che analizza le correlazioni tra trasformazione digitale e sostenibilità con l’obiettivo di supportare istituzioni e imprese nella costruzione di un futuro migliore. La sua mission è quella di studiare le dinamiche indotte dalla trasformazione digitale, con particolare riferimento agli impatti sulla sostenibilità ambientale, culturale, sociale ed economica. In quest’ottica la Fondazione sviluppa attività di ricerca, fornisce letture ed interpretazioni della trasformazione digitale, offre indicazioni operative per gli attori coinvolti, intercetta i trend del cambiamento e ne analizza gli impatti rispetto allo sviluppo sostenibile. La Fondazione agisce attraverso una struttura costituita da esperti indipendenti, istituzioni, imprese e università. Ai soci e partner della Fondazione si affianca la Rete delle Università che costituisce il sistema di competenze al quale fa riferimento la Fondazione per lo sviluppo dei suoi progetti e che rappresenta un esempio virtuoso di collaborazione tra istituzioni ed aziende nello sviluppo di progetti e di attività dedicati alla sostenibilità digitale. Tra le Università che fanno parte della Rete, **l’Università Sapienza di Roma, l’Università di Pavia, l’Università Ca’ Foscari di Venezia, l’Università degli Studi di Cagliari, l’Università degli Studi di Palermo, l’Università degli Studi di Firenze, l’Università degli Studi di Trieste, l’Università degli Studi di Perugia, l’Università per Stranieri di Perugia, l’Università di Siena, l’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, l’Università degli Studi di Torino, l’Istituto di Studi Politici “S. Pio V”, l’Università degli Studi di Sassari, Università del Salento, Università di Padova**

Contatti per la stampa:

Prima Pagina Comunicazione

Laura Castellazzi

email: laura@primapagina.it

Cell: 351 8739212