

# Turismo crocieristico e percezioni della popolazione residente: i risultati di un'analisi cluster<sup>1</sup>

Received  
19<sup>th</sup> April 2017

Revised  
4<sup>th</sup> October 2017

Accepted  
16<sup>th</sup> November 2017

Giacomo Del Chiappa - Giuseppe Melis - Marcello Atzeni

## Abstract

**Obiettivo del paper:** Questo studio segmenta i residenti della città di Cagliari in base alle percezioni che essi hanno rispetto agli impatti generati dal turismo crocieristico e, nel contempo, verifica l'esistenza di differenze significative tra i gruppi in base alle caratteristiche socio-demografiche degli intervistati.

**Metodologia:** Lo studio applica una factor-cluster analysis ad un campione stratificato di 1.034 residenti intervistati face-to-face.

**Risultati:** L'analisi evidenzia l'esistenza di cinque diversi segmenti di residenti: "indifferenti", "critici", "cauti", "sostenitori e "amanti della cultura". I cluster differiscono in maniera significativa solo in base ad alcune delle variabili socio-demografiche considerate (livello di istruzione, la distanza del luogo di residenza dai siti turistici della città e il tipo di occupazione).

**Limiti della ricerca:** Lo studio risente della specificità del contesto geografico analizzato e, quindi, dell'impossibilità di generalizzare i risultati. Inoltre, esso non considera il ruolo che altri fattori intrinseci, e/o altre variabili psicografiche, potrebbero avere nel discriminare le percezioni dei residenti.

**Implicazioni pratiche:** Lo studio fornisce utili informazioni a policy makers e destination marketers interessati ad implementare politiche di marketing interno finalizzate ad aumentare l'efficacia dei messaggi di comunicazione veicolati ai residenti per far percepire loro un bilancio costi/benefici maggiormente positivo e avere un maggior supporto nei progetti di ulteriore sviluppo del turismo crocieristico.

**Originalità del paper:** Gli studi che analizzano le percezioni dei residenti rispetto al turismo crocieristico, sono ancora pochi; ancora meno numerosi sono quelli che riguardano l'area del Mediterraneo e, in particolare, il contesto italiano. Inoltre, risultano assenti studi sul tema realizzati utilizzando campioni areali.

*Parole chiave:* turismo crocieristico; community-based tourism; caratteristiche socio-demografiche; Mediterraneo; Sardegna.

**Purpose of the paper:** This study profiles a sample of residents in Cagliari based on their perceptions toward the impacts of cruise activity, and investigates whether significant differences among clusters exist based on socio-demographic characteristics of respondents.

---

<sup>1</sup> Gli autori desiderano esprimere un sentito ringraziamento ai referee per i loro preziosi commenti e suggerimenti; grazie a questi la qualità dell'articolo è stata sensibilmente migliorata.

**Methodology:** This study applies a factor-cluster analysis approach to profile a stratified sample (district of residence, age and gender) of 1,034 residents in the city of Cagliari.

**Findings:** Five clusters of residents were identified, namely: “indifferents”, “critics”, “cautious”, “supporters” and “cultural lovers”. Findings show that there are significant differences between the five clusters, based solely on level of education, occupation and geographical proximity to tourist areas.

**Research limitations:** This study is highly site specific, thus rendering the findings hardly generalizable. Further, it does not investigate the role that other intrinsic factors and psychographic variables may exert in discriminating residents’ perceptions.

**Practical implications:** This study provides useful information for destination marketers and policymakers attempting to plan and implement internal marketing strategies aimed at increasing the effectiveness of the messages they deliver with the aim of highlighting the beneficial balance between positive and negative impacts of cruise tourism in the city.

**Originality of the paper:** Recently academic literature has started to devote attention to analyse residents’ perceptions toward cruise development. Despite this, little attention has been devoted to cruise tourism destinations in the Mediterranean area, and even less in Italy. Further, to the best of our knowledge none of existing studies have been carried out considering an area sample.

*Key words:* cruise tourism; community-based tourism; socio-demographic characteristics; Mediterranean area; Sardinia

## 1. Introduzione

Il comparto delle crociere ha vissuto negli ultimi decenni un periodo di sviluppo crescente e rappresenta una parte importante del turismo internazionale in tutto il mondo (Brida e Zapata, 2010; Penco, 2013; Di Cesare e Tamma, 2004). Se nel mondo tra il 2005 e il 2015 la domanda di crociere è cresciuta del 62% (CLIA, 2017), in Europa il numero di persone che ha scelto una vacanza in crociera è più che raddoppiato negli ultimi dieci anni, raggiungendo oltre 5,6 milioni di passeggeri (European Cruise Council, 2014). Di rilievo è anche il contributo economico che il turismo crocieristico genera per le destinazioni ospitanti (Dwyer e Forsyth, 1996; Dwyer e Forsyth, 1998). Sempre secondo il rapporto CLIA (2016), l’attività crocieristica ha registrato un valore della produzione pari a € 40.95 miliardi nel 2015, di cui € 16.89 miliardi di spesa diretta generata dalle compagnie di crociera. In termini occupazionali, sempre nel 2015, il rapporto in questione evidenzia un dato superiore ai 360.000 posti di lavoro in Europa, più di 10.000 rispetto all’anno precedente, generando oltre € 11 miliardi in termini di retribuzione dei dipendenti.

Fino a pochi anni fa gli studi scientifici sul turismo da crociera erano di numero assai limitato (Wild e Dearing, 2000), ma sono poi incrementati in maniera assai significativa grazie al contributo proveniente da vari ambiti delle scienze sociali (come il management e il marketing, la sociologia, la psicologia e l’economia). Tuttavia, esiste l’opportunità/necessità di approfondire ulteriormente tale ambito di ricerca (Papathanassis e

Beckman, 2011) sia con riferimento ad aspetti concettuali che metodologici (Wilkinson, 1999; Papathanassis e Beckmann, 2011).

La rilevanza dei residenti, quali attori chiave dei processi di sviluppo locale, è stata sottolineata in letteratura da tempo (Vernon *et al.*, 2005). Anche il dibattito che a livello internazionale si è sviluppato nel corso del tempo in seno alle principali organizzazioni del turismo, ha posto l'accento sulla rilevanza di considerare adeguatamente i bisogni, le aspettative e le percezioni delle comunità interessata dal fenomeno del turismo (Fredline e Faulkner, 2000). In questo senso, le percezioni e le opinioni dei residenti rappresentano un elemento determinante nel processo di pianificazione degli investimenti in qualsiasi tipo di turismo (Dyer *et al.*, 2007; Gursoy e Rutherford, 2004). La necessità di soffermarsi a comprendere le percezioni dei residenti non è così scontata nella letteratura sul turismo crocieristico: Papathanassis e Beckmann (2011), nella loro ricerca, hanno evidenziato come questi studi considerassero solo cinque ambiti di ricerca (passeggeri, personale di crociera, destinazioni, operatori di crociera e navi da crociera), ignorando totalmente la comunità ospitante o considerandola solo implicitamente. Tutto questo può spiegare il motivo per cui recenti studi sono stati dedicati alle percezioni e agli atteggiamenti dei residenti nei confronti dello sviluppo del turismo da crociera (ad esempio Brida *et al.*, 2011; Brida *et al.*, 2012a,b; Hritz e Cecil, 2008; Gatewood e Cameron, 2009; Diedrich, 2010; Del Chiappa e Abbate, 2013), contribuendo così allo sviluppo di questo dominio di conoscenza.

Anche sul piano geografico, gli studi sugli effetti del turismo da crociera sulle comunità ospitanti si sono concentrati principalmente sul Mar dei Caraibi, con destinazioni come la Florida (ad esempio Hritz e Cecil, 2008), il Belize (ad esempio Diedrich, 2010) o le isole tropicali (ad esempio Gatewood e Cameron, 2009). In misura minore, negli ultimi dieci anni, qualche ricerca ha riguardato anche alcune destinazioni del Mediterraneo con interessanti lavori sugli atteggiamenti dei residenti verso il turismo da crociera nelle destinazioni croate (ad esempio Marušić *et al.*, 2008) o italiane (es. Brida *et al.*, 2012a, b; Pulina *et al.*, 2013) con particolare riferimento alle isole (Sicilia e Sardegna). Le ricerche in questione, tuttavia, lasciano spazio per ulteriori approfondimenti sia con riferimento alle destinazioni "home port" (Del Chiappa *et al.*, 2016), sia con riferimento a destinazioni ora di passaggio ("port-of-call") che tentano di diventare home port. Questo, per esempio, è il caso della città di Cagliari, il cui traffico crocieristico è enormemente cresciuto (dal 2004 al 2016 l'incremento è stato del 281% per le "toccate" e del 440% per i passeggeri). Il presente studio, pertanto, ha come obiettivo quello di approfondire il dibattito scientifico su questo filone di ricerca mediante l'applicazione di una analisi *cluster* su un campione stratificato di 1034 residenti nella città di Cagliari, anche allo scopo di verificare se esistano differenze statisticamente significative tra i *cluster* in base alle caratteristiche socio-demografiche dei rispondenti.

Giacomo Del Chiappa  
Giuseppe Melis  
Marcello Atzeni  
Turismo crocieristico e  
percezioni della popolazione  
residente: i risultati di  
un'analisi cluster

## 2. La letteratura di riferimento

### 2.1 *Gli studi in tema di relazioni tra comunità ospitanti e sviluppo del turismo*

Lo studio della relazione che si instaura tra processi di sviluppo turistico e impatto sulla comunità della destinazione ospitante ha rappresentato un argomento importante fin dall'inizio degli anni '70 e i primi anni '80 (Pizam, 1978; Rothman, 1978; Belisle e Hoy, 1980; Brougham e Butler, 1981; Murphy, 1983). Nei primi anni, per spiegare questa relazione, vennero proposti e testati modelli di analisi di tipo classico (es: Doxey, 1976; Butler, 1980; Weaver, 2012), applicando successivamente metodologie più sofisticate quali i modelli causali (ad esempio Dyer *et al.*, 2007; Chen e Chen, 2010; Rivera *et al.*, 2015; Gursoy *et al.*, 2002) e di segmentazione (ad esempio Aguiló e Roselló, 2005; Brida *et al.*, 2010; Sinclair-Maragh *et al.*, 2014).

In generale, gli studi finora svolti hanno cercato di individuare un modello generale per la comprensione e la modellizzazione di queste relazioni con risultati molto contrastanti (Rutina, 2010; Vargas-Sánchez *et al.*, 2011; Del Chiappa *et al.*, 2016). Nonostante ciò, esiste un sostanziale accordo sui fattori che influenzano gli atteggiamenti dei residenti nei confronti del fenomeno turistico e che vengono classificati in intrinseci ed estrinseci (Faulkner e Tideswell, 1997). I primi si riferiscono alle caratteristiche della comunità ospitante, mentre quelli estrinseci riguardano le caratteristiche del luogo. Ad esempio, tra i fattori estrinseci si considerano il grado di sviluppo economico dell'area (Johnson *et al.*, 1994), le attività turistiche (Gursoy e Rutherford, 2004), il livello di stagionalità del turismo (Fredline e Faulkner, 2000) o la natura dei visitatori (Nyaupane *et al.*, 2006). Tra quelli intrinseci che spiegano gli atteggiamenti personali della comunità di accoglienza, invece, i risultati delle ricerche sono in contrasto. Se si considerano, per esempio, le caratteristiche demografiche, quali età, sesso e livello di istruzione, in alcuni casi si rileva come tali variabili siano capaci di moderare le percezioni e gli atteggiamenti dei residenti rispetto al turismo crocieristico (es: Del Chiappa e Abbate, 2013). Allo stesso tempo, altri studi sembrerebbero negare tale effetto di moderazione (es: Vareiro *et al.*, 2012). Se si considerano i fattori psicografici, invece, gli studi hanno dimostrato che questi hanno un impatto sugli atteggiamenti dei residenti: tra questi, per esempio, l'atteggiamento generale rispetto all'ambiente (c.d. *pro-environmentalism*), il livello di altruismo esistente nella comunità o, infine, il senso di attaccamento alla comunità locale di appartenenza che il residente sviluppa nel corso del tempo (Besculides *et al.*, 2002).

### 2.2 *L'importanza di studiare l'atteggiamento dei residenti verso lo sviluppo del turismo da crociera e la scelta del caso di studio*

Per quanto riguarda la relazione tra turismo da crociera e comunità ospitante, gli studi sono ancora agli inizi ed i risultati raggiunti ancora divergenti (vedi tabella 1). In questo senso, per quanto riguarda la distinzione tra fattori intrinseci ed estrinseci (Faulkner e Tideswell, 1997), ci si è soffermati principalmente sull'effetto moderatore svolto dai primi.

Ad esempio, Del Chiappa e Abbate (2013) hanno dimostrato che nella città di Messina i residenti che sono maggiormente inclini a supportare un ulteriore sviluppo del turismo da crociera sono coloro che hanno un reddito in qualche modo collegato allo sviluppo dell'attività crocieristica, appartenenti ad una fascia di età media, con livelli di istruzione medio-alti, che vivono in città da meno di cinque anni e perlopiù in prossimità delle aree turistiche e che, infine, interagiscono frequentemente con i turisti. Risultati simili sono stati trovati da Brida *et al.* (2012a) nel loro studio sulle percezioni e gli atteggiamenti verso questa forma di turismo nella città di Olbia. Gli stessi autori, in un altro studio comparativo, hanno dimostrato che le percezioni e gli atteggiamenti dei residenti a Messina e Olbia sono molto simili, nonostante tali destinazioni si trovino in fasi differenti del rispettivo ciclo di vita (Brida *et al.*, 2012b). Un altro aspetto interessante che è stato indagato in anni assai recenti riguarda le preferenze dei residenti nei confronti di forme di turismo alternative a quello crocieristico. A tale proposito, Diedrich (2010) ha approfondito questi aspetti in sei distinte comunità del Belize e ha dimostrato che la comunità locale preferirebbe attrarre tipi di turismo caratterizzati da una permanenza media di soggiorno maggiore rispetto a quella dei crocieristi. Nel loro studio, Key West *et al.*, (2008) hanno riscontrato come la comunità locale fosse scettica rispetto al fenomeno del turismo da crociera, soprattutto a motivo delle esternalità negative che questo comporta in termini di sovraffollamento delle aree pubbliche. Altre ricerche hanno evidenziato come la maggior parte delle comunità locali preferirebbe lo sviluppo del turismo storico-culturale, mentre un numero più ridotto di residenti sarebbe interessato a favorire la crescita del turismo da crociera (Gatewood e Cameron, 2009). A risultati analoghi pervengono anche Del Chiappa e Abbate (2013) nel loro studio realizzato a Messina, un contesto nel quale la preferenza della comunità locale sembra esprimersi per lo sviluppo del turismo storico-culturale, seguito dal turismo balneare, dal turismo da crociera e, in ultimo, dal turismo sportivo.

L'analisi congiunta dei risultati delle diverse ricerche permette di sottolineare che le percezioni e l'atteggiamento dei residenti rispetto al turismo da crociera non dipende tanto dalla zona geografica (polare, artica, ecc.), dal tipo di destinazione (isola, città, ecc.) o dalla specifica fase del ciclo di vita della destinazione in cui si trova lo sviluppo di questa specifica forma di turismo. Al contrario, si rilevano differenze legate alle singole persone e ai loro tratti psico-sociali, piuttosto che ai luoghi nei quali esse vivono. Ciò rappresenta un campo di approfondimento piuttosto interessante che merita di essere sviluppato attraverso processi di segmentazione, finalizzati ad individuare similarità ed eterogeneità negli atteggiamenti dei residenti. In tal senso, per quanto è nella conoscenza degli autori di questo lavoro, sono ancora pochi gli studi sviluppati in questa direzione (Davis, Allen e Cosenza, 1988; Fredline e Faulkner, 2000; Vareiro *et al.*, 2013).

Giacomo Del Chiappa  
Giuseppe Melis  
Marcello Atzeni  
Turismo crocieristico e  
percezioni della popolazione  
residente: i risultati di  
un'analisi cluster

*Tab. 1: Gli studi sulle percezioni dei residenti rispetto al turismo crocieristico: una comparazione*

Variabili socio-demografiche indagate*	-	Età, genere, livello di istruzione, reddito, stato civile, residenza(*), distanza abitazione-porto, contatto con i turisti nella vita quotidiana	-	Età, genere, livello di istruzione, reddito, occupazione
Cluster individuati	-	Cauti ambivalenti; Completamente positivi	-	Oppositori, Neutrali, Supporters, Lavoratori del turismo
Fattori esplorati	Risorse correnti, potenziali, demografia, demografia passeggeri, struttura economica, cambiamenti nell'utilizzo del territorio, relazioni tra domanda e offerta turistica	Orientamento al turismo, heritage optimism, impatti ambientali, impatti economici, impatti sociali, caratteristiche dei turisti	Impatti ambientali, impatti sociali, impatti sul welfare, impatti sulla qualità della vita	Impatti economici, impatti socioculturali, supporto allo sviluppo del turismo crocieristico
Metodologia	Case Study – Interviste in profondità	Analisi fattoriale + analisi correlazioni + analisi dei cluster	T-test	Analisi delle corrispondenze + Cluster Analysis
Autori	Hritz e Cecil, 2008	Gatewood e Cameron, 2009	Diedrich, 2010	Brida, Riano e Zapata Aguirre, 2011
Occupazione(*), distanza abitazione-porto(*), dipendenza del reddito dall'attività di turismo da crociera(*), precedenti esperienze come crocierista(*)	Occupazione(*)	Età(*), genere(*), livello di istruzione(*), occupazione(*), distanza abitazione-porto(*), anni di residenza(*), dipendenza del reddito dall'attività di turismo da crociera (*), contatto con i turisti nella vita quotidiana(*), precedenti esperienze come crocierista(*)	Età(*), genere, livello di istruzione, occupazione, distanza abitazione-porto(*), distanza abitazione-zone turistiche(*), anni di residenza, dipendenza del reddito dall'attività di turismo da crociera	*Significativo allo 0,05
-	-	-	Supporter cauti, Ottimisti, Pessimisti	
Impatti economici, impatti sul welfare, impatti socio-culturali, crowding-out effect, impatti ambientali	Impatti economici, impatti sul welfare, impatti socio-culturali, crowding-out effect, impatti ambientali	Impatti economici, impatti sul welfare, impatti socio-culturali, crowding-out effect, impatti ambientali	Impatti economici, impatti sul welfare, impatti socio-culturali, crowding-out effect, impatti ambientali	
Analisi Fattoriale + ANOVA + MANOVA	Analisi Fattoriale + ANOVA + MANOVA	T-test e Anova	Analisi fattoriale, analisi fattoriale confermativa, latent segmentation	
Brida, Del Chiappa, Meleddu e Pulina, 2012a	Brida, Del Chiappa, Meleddu e Pulina, 2012b	Del Chiappa e Abate, 2013	Del Chiappa, Lorenzo-Romero e Gallarza, 2016	

Fonte: Nostra elaborazione

Tra i lavori che hanno classificato gli atteggiamenti dei residenti verso lo sviluppo del turismo da crociera, particolarmente interessante è il contributo

di Brida *et al.* (2011) focalizzato sul caso della città colombiana di Cartagena delle Indie, nel quale gli autori hanno considerato congiuntamente sia gli impatti economici che quelli socio-culturali. Nel complesso, lo studio ha rivelato che i residenti sono consci degli impatti positivi che possono generarsi soprattutto in termini economici e, anche se in misura inferiore, in termini socio-culturali. In particolare, gli autori individuano quattro diversi *cluster*: “*opponents*”, “*neutrals*”, “*supporters*” e “*tourism workers*”. Il primo segmento è composto principalmente da residenti donne, in età avanzata, in possesso di un titolo di studio elevato (laurea o master), che vivono non lontano dai luoghi visitati dai crocieristi e il cui lavoro non dipende dallo svolgimento di attività turistiche. I “*neutrals*” sono perlopiù uomini, di età inferiore a 45 anni che lavorano in ambiti diversi da quello riconducibile al comparto crocieristico. I “*supporters*” sono in prevalenza impegnati in attività non collegate al settore crocieristico. Infine, i “*tourism workers*” sono caratterizzati da residenti che lavorano nel settore del turismo e che interagiscono frequentemente con i turisti nella loro vita quotidiana.

Nel complesso, appare evidente che lo studio del turismo da crociera nella prospettiva delle comunità ospitante costituisce un'area da approfondire e in continua evoluzione. La scelta di effettuare uno studio nella città di Cagliari trova interessanti motivazioni, sia nella dinamica dei flussi degli ultimi anni cresciuti significativamente, sia per numero di navi che per tipologia delle stesse e per numero di passeggeri, sia nel fatto che attualmente il porto di Cagliari si sta accreditando anche come porto di partenza e di arrivo (*home port*), e non solo come porto di passaggio (*port of call*) come accadeva nel passato. In questo senso, lo studio intende colmare una sostanziale lacuna conoscitiva derivante dall'esiguo numero di lavori che nella letteratura sono stati realizzati in destinazioni home-port, specialmente operanti nel bacino del Mediterraneo. Non va inoltre trascurato il fatto che dal 2013 la gestione del traffico crocieristico è passata dall'Autorità Portuale della città alla società Cagliari Cruise Port (CCP), circostanza che sta permettendo di ottenere importanti risultati grazie alle sinergie con altre società di gestione del traffico crocieristico operanti in diverse città italiane e del Mediterraneo.

### 3. Metodologia

Considerando il numero complessivo di residenti nella città di Cagliari (dati ISTAT 2014), l'analisi è stata condotta su un campione rappresentativo di 1.034 residenti (livello di confidenza al 99%) e stratificato in base a età (18-35 anni, 36-55 anni, 56 anni e oltre), genere e quartiere di residenza. La stratificazione del campione è stata possibile grazie alla collaborazione dell'ufficio anagrafe del Comune di Cagliari che ha fornito al gruppo di ricerca i dati sulla composizione percentuale della popolazione totale della città in base alle variabili considerate (età, genere e quartiere di residenza). Una volta costruiti gli strati del campione, i dati sono stati raccolti da un gruppo di 10 rilevatori adeguatamente formato da uno dei membri del gruppo di ricerca. Nello specifico, gli intervistatori hanno provveduto alle

Giacomo Del Chiappa  
Giuseppe Melis  
Marcello Atzeni  
Turismo crocieristico e  
percezioni della popolazione  
residente: i risultati di  
un'analisi cluster

rilevazioni dei dati recandosi nei diversi quartieri indicati nel campione stratificato e intervistando in ognuno di essi, intercettando i potenziali rispondenti nei luoghi a maggiore frequentazione (es: mercati, piazze, uscite da chiese, bar, circoli, ecc.), un numero di individui che corrispondesse a quelli necessari per completare gli strati definiti in base alle variabili età e genere. Per essere certi che le persone intercettate fossero effettivamente rispondenti al profilo di volta in volta necessario, gli intervistati hanno preventivamente chiesto ad ognuno di loro informazioni su età e quartiere di residenza; così facendo, solo gli individui che avevano un profilo in linea con quello necessario potevano procedere con la compilazione del questionario.

Il questionario è stato costruito sulla base della letteratura esistente (Brida *et al.*, 2012b; Del Chiappa e Abbate, 2013) ed è suddiviso in due parti. Nella prima, i rispondenti sono stati invitati a fornire alcune informazioni socio-demografiche. Nella seconda, i partecipanti allo studio hanno espresso il loro grado di accordo rispetto ad una lista di 26 affermazioni utilizzate per analizzare come i residenti percepiscono gli impatti (positivi e negativi) che il turismo crocieristico genera a livello economico, socio-culturale e ambientale nella città; a tale scopo è stata utilizzata una scala Likert a 5 punti (1 = completamente in disaccordo, 5 = completamente d'accordo). I questionari sono stati somministrati *face-to-face* da cinque intervistatori, specificatamente formati, nel periodo aprile-giugno 2014. L'elaborazione dei dati è stata condotta utilizzando il software SPSS.

#### 4. Caratteristiche del campione intervistato

La tabella 2 descrive le caratteristiche del campione intervistato. Nel complesso i rispondenti sono risultati perlopiù di sesso femminile (54,2%), di età compresa tra 36 e 56 anni (42,3%) o al di sotto dei 35 anni (31,6%), con un livello di istruzione medio-alto (diploma: 42,6% - laurea: 29,1%) e occupati in qualità di impiegati amministrativi (25,3%). La maggior parte degli intervistati risiede in prossimità delle aree turistiche (36,5% meno di 2 km; 35,2% tra 3 e 5 km) e del porto (30,7% meno di 2 km; 43,7% tra 3 e 5 km), e il 54,2% di essi vive nella città di Cagliari da più di 31 anni. La maggior parte dei residenti ha dichiarato di non avere un reddito dipendente dall'attività crocieristica né a titolo individuale (96,4%) né tra i propri familiari e parenti (89,1%). Infine, dichiarano di avere una limitata frequenza di contatto con i crocieristici.

Nel complesso, i rispondenti mostrano un atteggiamento positivo nei confronti dello sviluppo del turismo da crociera nella Città, come dimostra il livello di accordo medio che essi esprimono con riferimento agli item utilizzati per misurare gli impatti positivi del turismo crocieristico (Tabella 5). Ad esempio, si ritiene che questa forma di turismo possa incrementare le opportunità di lavoro ( $M=3,76$ ;  $SD=1,092$ ), favorire la conoscenza di altre culture e comunità ( $M=3,78$ ;  $SD= 1,031$ ), valorizzare le tradizioni locali e l'autenticità dei luoghi coinvolti ( $M=3,81$ ;  $SD=1,002$ ). Allo stesso tempo, però, i residenti assumono una posizione neutra rispetto alla capacità che lo stesso ha di incrementare la qualità della vita, il reddito



medio disponibile, di migliorare la protezione dell'ambiente e la qualità delle infrastrutture. I residenti non associano particolari impatti negativi allo sviluppo del turismo crocieristico ma, al contempo, ritengono che la maggior parte dei benefici positivi avvantaggino imprenditori "esterni" al territorio (M=3,21; SD=1,14) generando i cosiddetti *crowding out effects*.

Giacomo Del Chiappa  
Giuseppe Melis  
Marcello Atzeni  
Turismo crocieristico e  
percezioni della popolazione  
residente: i risultati di  
un'analisi cluster

Tab. 2: Il campione intervistato

<i>Genere</i>	%		
Uomo	45,84	<i>Distanza residenza- aree turistiche (Km)</i>	%
Donna	54,16	< 2	36,50
<i>Età</i>	%	3- 5	35,24
Giovani (18-25)	31,62	6-10	21,36
Adulti (36-56)	42,26	11-20	4,66
Senior (>56)	26,11	>21	2,23
<i>Educazione</i>	%	<i>Distanza residenza-porto (Km)</i>	%
Nessuna	0,78	<2	30,69
Scuola elementare	4,46	3-5	43,66
Scuola media	14,34	6-10	22,75
Diploma	42,64	11-20	2,42
Laurea Triennale	29,07	>21	0,48
Laurea specialistica	8,72	<i>Quanto entra in contatto con i turisti?</i>	%
<i>Occupazione</i>	%	Per niente	36,42
Impiegato	25,34	Poco	48,98
Manager	4,39	Abbastanza	10,52
Freelance	12,57	Molto	1,95
Pensionato	17,74	Moltissimo	1,27
Disoccupato	6,14	Non lo so	0,39
Studente	18,42	Non risponde	0,49
Altro	15,40	<i>Familiari coinvolti in attività che traggono vantaggio dalla presenza dei corcieristi nella zona?</i>	%
<i>Anni di residenza</i>	%	Sì	10,85
<5	7,17	No	89,15
6-10	6,69	<i>È mai entrato in contatto con i crocieristi?</i>	%
11-20	10,17	Sì	32,33
21-30	21,80	No	67,67
> 31	54,17	<i>Ha mai fatto una crociera?</i>	%
<i>Il suo reddito è collegato al turismo da crociera?</i>	%	Sì	16,03
Sì	3,62	No	83,97
No	96,38		

Fonte: Elaborazione da nostri dati campionari

## 5. I risultati dell'analisi cluster

Al fine di individuare l'esistenza o meno di differenti percezioni con riguardo allo sviluppo del turismo crocieristico, è stata applicata un'analisi

*cluster* ai dati rilevati. Nello specifico, è stato utilizzato un approccio a step successivi, applicando dapprima una tecnica di tipo gerarchico (Ward's method e distanza di Manhattan) con lo scopo di valutare differenti combinazioni di *cluster* (Hair et al, 2014). Tra le differenti soluzioni, la suddivisione in 5 *cluster* è risultata la più idonea ad interpretare i dati. Successivamente, è stato utilizzato un approccio non-gerarchico (k-means method). La tabella 3 mostra le distanze tra i centroidi dei *cluster*, evidenziando importanti differenze tra i gruppi, confermate inoltre da un ANOVA test (sig > 0,001).

Tab. 3: Distanze tra i centri finali dei cluster

Cluster	1	2	3	4
2	7,72			
3	5,36	3,65		
4	5,15	4,17	4,32	
5	9,57	4,04	6,71	4,76

Fonte: Elaborazione da nostri dati campionari

Per poter meglio descrivere i gruppi individuati è stata applicata un'analisi fattoriale (Tabella 4), (metodo delle componenti principali e rotazione Varimax). Sulla base del criterio di Kaiser sono stati estratti 7 fattori che nel complesso riassumono il 60,21% della varianza totale. L'indice KMO (Kaiser-Myer-Olkin = 0,907) e il test di sfericità di Bartlett (chi-square = 14029,11; p-value <0,0001), confermano l'appropriatezza dell'analisi (Hair et al., 2014).

Il primo fattore, “*valorizzazione della cultura e dell'identità*” (25,42% della varianza totale) comprende gli item usati per misurare i benefici derivanti dalla valorizzazione della cultura e delle tradizioni locali. Il secondo fattore, “*valorizzazione e sviluppo delle infrastrutture e dei servizi*” (13,60% della varianza totale) riassume variabili collegate allo sviluppo delle infrastrutture, dei servizi e della protezione e valorizzazione degli asset ambientali e storici. Il terzo fattore, “*impatti ambientali negativi*” (5,40% della varianza totale) descrive gli impatti negativi sull'ambiente e sull'ecosistema. Il quarto fattore, “*impatti socio-culturali negativi*” (4,75% della varianza totale), racchiude item correlati con gli impatti negativi dello sviluppo del turismo da crociera sulla vita della comunità. Il quinto fattore, “*impatti economici positivi*” (3,91% della varianza totale) descrive item relativi agli effetti positivi sul benessere economico della comunità. Il sesto fattore, “*rivitalizzazione della città e supporto allo sviluppo del turismo crocieristico*” (3,82% della varianza totale) risulta composto da item che descrivono l'importanza di realizzare iniziative che aumentino la capacità di attrarre un maggior numero di turisti. L'ultimo fattore, denominato “*crowding out effects*” (3,28% della varianza totale) comprende item che si riferiscono alla possibilità che il turismo da crociera possa spostare l'attenzione da altri progetti, e/o alla possibilità che i benefici derivanti dallo sviluppo di questo tipo di turismo finiscano perlopiù per avvantaggiare investitori e aziende non locali.

Tab. 4: Analisi fattoriale

Giacomo Del Chiappa  
Giuseppe Melis  
Marcello Atzeni  
Turismo crocieristico e  
percezioni della popolazione  
residente: i risultati di  
un'analisi cluster

	Loadings	Eigenvalue	% variance explained	% variance cumulated	Chronbach Alpha
<i>F1-Valorizzazione della cultura e dell'identità</i>		8,13	25,42	25,42	0,84
I1-Aumenta la conoscenza di altre culture/comunità	0,72				
I2-Rafforzamento nell'offerta di attività culturali	0,74				
I3-Valorizzazione delle tradizioni/autenticità locali	0,69				
I4-Migliora la qualità dei servizi ristorativi, ricettivi e commerciali della zona	0,70				
I5-Migliora la vita sociale e culturale per la comunità locale	0,66				
<i>F2-Valorizzazione e sviluppo delle infrastrutture e dei servizi</i>		4,35	13,60	39,02	0,87
I6-Migliora la tutela dell'ambiente	0,60				
I7-Migliorano le infrastrutture (strade, rete idriche, telefoniche, ecc.)	0,73				
I8-Migliora la qualità dei servizi pubblici erogati	0,74				
I9-Migliora la conservazione e valorizzazione del patrimonio storico	0,66				
I10-Migliora il decoro urbano e rurale	0,71				
<i>F3- Impatti ambientali negativi</i>		1,72	5,40	44,43	0,82
I11-Provoca un'alterazione dell'ecosistema (erosione spiagge, danni a flora e fauna)	0,81				
I12-Aumento dell'inquinamento ambientale e marino	0,82				
I13-Provoca sovraffollamento degli spazi pubblici e delle attività legate al tempo libero	0,68				
I14-Provoca un'eccessiva produzione di rifiuti	0,80				
<i>F4- Impatti socio-culturali negativi</i>		1,52	4,75	49,18	0,62
I15-La presenza del turismo mi spinge a cambiare il mio normale stile di vita	0,72				
I16-Aumentano il traffico e gli incidenti stradali	0,54				
I17-La presenza dei turisti interferisce con il normale svolgimento della mia vita quotidiana	0,64				
<i>F5- Impatti economici positivi</i>		1,25	3,91	53,09	0,78
I18-Aumento degli investimenti pubblici e potenziamento delle infrastrutture pubbliche	0,67				
I19-Aumento degli investimenti e potenziamento delle infrastrutture private	0,65				
I20-Aumentano le opportunità di lavoro	0,64				
<i>F6-Rivitalizzazione della città e supporto al turismo crocieristico</i>		1,22	3,82	56,92	0,64
I21-Ritengo che sarebbe utile rivitalizzare attività commerciali e servizi nel centro storico per accogliere un maggior numero di turisti	0,75				
I22-Ritengo che sarebbe utile rivitalizzare attività commerciali e servizi fuori dal centro storico per accogliere un maggior numero di turisti	0,81				
I23-Le Istituzioni dovrebbero dare incentivi economici (sussidi, riduzioni fiscali...) per attrarre più turisti	0,65				
<i>F7-Crowding out effects</i>		1,05	3,28	60,21	0,55
I24-Aumenta il costo della vita per la comunità locale	0,55				
I25-I benefici generati dall'attività turistica finiscono nelle mani di persone e imprese esterne alla comunità locale.	0,77				
I26-L'attenzione allo sviluppo turistico distoglie risorse da altri progetti rilevanti	0,62				

Goodness of fit: Chi-square = 14029,11 - d.f. = 496; Sig = 0,000 - KMO= 0,907

Fonte: Elaborazione da nostri dati campionari

La tabella 5 riporta, per ciascun *cluster*, i punteggi medi ottenuti dalle risposte dei residenti, ordinati seguendo la struttura fattoriale.

Tab. 5: Analisi dei cluster - valori medi

	CL1	CL2	CL3	CL4	CL5	TOT
F1						
I1	2,5	4,26	3,31	3,73	4,48	3,78
I2	2,11	3,92	3,07	3,5	4,41	3,53
I3	2,53	4,18	3,24	3,83	4,59	3,81
I4	2,39	4,07	3,29	3,72	4,58	3,73
I5	1,91	3,87	2,9	3,21	4,33	3,36
F2						
I6	1,59	3,16	2,66	2,75	4,03	2,91
I7	1,52	3,36	2,77	2,66	4,2	2,97
I8	1,67	3,53	2,83	2,91	4,17	3,11
I9	1,98	3,93	3,20	3,59	4,44	3,56
I10	1,83	3,67	3,06	3,20	4,23	3,3
F3						
I11	1,99	3,01	2,92	1,64	1,59	2,20
I12	2,32	3,46	3,17	1,98	1,82	2,54
I13	1,94	2,83	2,86	1,74	1,83	2,21
I14	2,14	3,3	3,3	1,91	1,92	2,49
F4						
I15	1,24	2,05	1,96	1,39	2,56	1,81
I16	1,59	2,43	2,76	1,43	1,85	1,96
I17	1,36	1,96	2,15	1,26	1,49	1,61
F5						
I18	1,99	3,76	2,96	3,21	4,31	3,35
I19	2,2	3,65	2,95	3,25	4,13	3,33
I20	2,23	4,18	3,38	3,75	4,56	3,76
F6						
I21	4,27	4,43	3,43	4,52	4,69	4,34
I22	3,96	4,07	3,34	3,99	4,44	3,99
I23	3,28	3,94	2,63	3,51	4,46	3,63
F7						
I24	2,13	2,96	3,12	2,11	3,14	2,64
I25	3,17	3,55	3,45	2,97	2,99	3,21
I26	2,17	2,89	3,25	2,01	2,24	2,46

Fonte: Elaborazione da nostri dati campionari

Gli “indifferenti” rappresentano il *cluster* meno numeroso (N=127). Questo segmento è composto principalmente da donne (57,5%), di età adulta (45,7%), in possesso di diploma (45,7%) o di laurea (28,3%), impiegate (29,1%) o studentesse (21,3%) che vivono da più di 21 anni nella città di Cagliari (52,0%) e che non hanno un reddito (personale o di familiari) collegato con lo sviluppo dell'attività crocieristica in città. I residenti appartenenti a questo gruppo vivono perlopiù in prossimità delle zone turistiche ma, nonostante ciò, dichiarano di entrare poco (47,6%) o per niente (35,7%) in contatto con i turisti nella loro quotidianità; solo il 29,9% dichiara di aver avuto contatti con i crocieristi. Nel complesso, le persone in questo *cluster* mostrano valori della media medio-bassi su buona

parte degli item utilizzati, dimostrando, per tale via, una posizione tutto sommato neutra rispetto agli impatti generati dal fenomeno crocieristico. Allo stesso tempo, però, sono favorevoli a tutti quegli interventi che possono in qualche modo aumentare l'attrattività della città per questo tipo di turismo.

Gli "amanti della cultura" (N=263) ("*cultural lovers*"), sono perlopiù donne (52,5%), di età adulta (43,7%), impiegati (27,5%) o pensionati (20,2%), in possesso di un diploma (42,9%) o di una laurea (23,8%), che risiede a Cagliari da più di 31 anni (48,5%) in zone piuttosto lontane dal porto o dalle aree turistiche. Il 9,1% delle persone dichiara di avere familiari coinvolti in attività lavorative collegate con lo sviluppo del turismo crocieristico. Nel complesso, i membri di questo segmento riconoscono allo sviluppo del turismo da crociera la capacità di favorire lo scambio culturale con persone di altri paesi e la promozione dell'identità e della cultura locale [es: "Aumenta la conoscenza di altre culture/comunità" (M=4,26; SD=0,98), "Rafforzamento nell'offerta di attività culturali" (M=3,92; SD=1,09) "Valorizzazione delle tradizioni/autenticità locali" (M=4,18; SD=1,05)]. Questo spiega il motivo per cui queste persone sono favorevoli a supportare la realizzazione di tutti quegli interventi pubblici e privati che, attraverso la rivitalizzazione della città, possono anche attrarre un maggior numero di navi da crociera/crocieristi. Tuttavia, al contempo, i "*cultural lovers*" sono preoccupati per gli impatti ambientali negativi che lo sviluppo del turismo crocieristico può generare nella città in termini di, ad esempio, aumento dei rifiuti (M=3,30; SD=1,19) e dell'inquinamento ambientale e marino (M=3,46; SD=1,2). Inoltre, risulta piuttosto presente l'idea che chi si appropria maggiormente dei benefici dello sviluppo del turismo crocieristico siano soprattutto imprenditori provenienti d'oltre mare (M=3,55; SD=1,17).

Il cluster dei "critici" (N=143) risulta bilanciato rispetto alla variabile di genere (49,7% maschi, 50,3% femmine) e all'età. Nel complesso, i membri di questo segmento sono in prevalenza studenti (25,9%) o impiegati (23,1%), in possesso di diploma (42,7%) o laurea (32,9%). Una buona percentuale di essi vive a Cagliari da un periodo compreso tra i 21 e i 30 anni (24,6%), in prossimità del porto e delle aree turistiche, ma nonostante ciò solamente il 23,9% di essi dichiara di aver interagito con i crocieristi. I residenti di questo cluster non considerano il turismo crocieristico come capace di favorire lo sviluppo economico, ambientale e socio-culturale della città. In particolare, essi sono preoccupati per gli effetti negativi che potrebbe generare a livello economico e sociale [es: "I benefici generati dall'attività turistica finiscono nelle mani di persone e imprese esterne alla comunità locale" (M=3,45; SD=1,10); "Provoca un'eccessiva produzione di rifiuti" (M=3,3; SD=1,19)]. Se da un lato i "critici" sono favorevoli a realizzare ogni attività che possa rivitalizzare la Città, dall'altro sono fortemente contrari agli interventi pubblici (sotto forma di incentivi) volti ad attrarre un maggior numero di navi da crociera (M=2,63; SD=1,14).

Il cluster dei "cauti" risulta quello più numeroso (N=329) ed è composto perlopiù da donne (54,7%), di età adulta (43,0%), studenti (18,8%) o impiegati (23,5%), che vivono da più di 31 anni nella città di Cagliari (57,4%) in prossimità del porto e delle aree turistiche. Questo cluster ha la

percentuale più alta di laureati (35,0%) e di persone in possesso di master (11,2%) rispetto agli altri gruppi individuati dall'analisi. I rispondenti dichiarano che i loro redditi non dipendono dal turismo da crociera e solo il 23,9% afferma di aver avuto precedenti contatti con i crocieristi. I "cauti" riconoscono nello sviluppo del turismo da crociera alcuni impatti positivi legati alla valorizzazione dell'identità e della cultura locale, al miglioramento del welfare e alla rivitalizzazione della città, ma, allo stesso tempo, si mostrano cauti nell'esprimere opinioni con riguardo agli effetti che tale comparto potrebbe avere sul miglioramento delle infrastrutture e dei servizi. Al contrario, non paiono preoccupati per i possibili impatti negativi sull'ambiente ["Provoca un'alterazione dell'ecosistema" (M= 1,64; SD= 1,02)] e sulla vita quotidiana dei cittadini ["La presenza dei turisti interferisce con il normale svolgimento della mia vita quotidiana" (M= 1,26; SD= 0,48)].

Il gruppo dei "sostenitori" (N=172) è composto in prevalenza da donne (56,4%), impiegati (24,7%), pensionati (22,9%) o freelance (15,9), in possesso di diploma (48,8%) ed è, inoltre, il segmento con la più alta percentuale di persone in età avanzata (33,7%) e di pensionati (22,9%). Una buona percentuale di essi vive a Cagliari da più di 21 anni (62,8%) vicino alle aree turistiche. I redditi del 6,7% delle persone di questo gruppo sono collegati direttamente al turismo da crociera e il 15,7% ha dichiarato di avere familiari coinvolti in attività che beneficiano dello sviluppo del turismo crocieristico. Infine, il 42,4% dei "sostenitori" dichiara di aver interagito con crocieristi più di quanto accada in ogni altro *cluster*. Nel complesso queste persone considerano lo sviluppo del turismo crocieristico come una grande opportunità per il territorio, sia da un punto di vista culturale ("Valorizzazione delle tradizioni/autenticità locali": M=4,58; SD=1,12), sia da un punto di vista economico [es: "Aumentano le opportunità di lavoro": M= 4,56; SD=0,84), mentre, al contrario, sembra ridotto il timore che questa forma di turismo possa generare impatti negativi (ambientali, sociali ed economici). Non stupisce, pertanto, che queste persone siano molto favorevoli alla possibilità che le Istituzioni realizzino attività e investimenti che aumentino la capacità di attrazione della città su questo segmento di turismo ("Ritengo che sarebbe utile rivitalizzare attività commerciali e servizi nel centro storico per accogliere un maggior numero di turisti": M= 4,69; SD= 0,54), finanche a prevedere appositi incentivi quali sussidi e incentivi fiscali (M= 4,46; SD= 1,32).

Una volta individuati i *cluster*, si è fatto ricorso all'uso di una serie di test del Chi-quadro per verificare se i segmenti di residenti individuati differissero significativamente o no in base alle caratteristiche sociodemografiche dei rispondenti (genere, età, titolo di studio, etc.) (Hair *et al.*, 2014). I risultati evidenziano l'esistenza di differenze significative tra i *cluster* solo sulla base del livello di istruzione ( $X_2=70,635$ ,  $p=0,000$ ), del tipo di occupazione ( $X_2= 42,825$ ,  $p=0,01$ ), della prossimità geografica alle aree turistiche ( $X_2 = 32,681$ ,  $p=0,008$ ) e dello specifico quartiere di appartenenza ( $X_2= 166,190$ ,  $p=0,003$ ).

## 6. Conclusioni

Giacomo Del Chiappa  
Giuseppe Melis  
Marcello Atzeni  
Turismo crocieristico e  
percezioni della popolazione  
residente: i risultati di  
un'analisi cluster

La letteratura nazionale e internazionale finalizzata all'analisi delle percezioni e degli atteggiamenti che i residenti hanno rispetto allo sviluppo del turismo da crociera, ha finora focalizzato la sua attenzione prevalentemente su destinazioni *port-of-call* collocate in aree caraibiche, artiche e/o polari. Al contrario, sono ancora davvero poco numerosi gli studi che sono stati sviluppati considerando destinazioni di tipo *home-port* che siano contestualizzate nel bacino del Mediterraneo; ancora meno sono quelli che hanno applicato il metodo della *factor-cluster analysis* allo scopo, da un lato, di profilare i residenti in base alle loro percezioni e ai loro atteggiamenti e, dall'altro, di verificare se tra i *cluster* esistessero differenze significative in base alle caratteristiche socio-demografiche dei residenti. Il presente studio ha inteso contribuire a colmare questo gap presentando e discutendo i risultati di uno studio che si pone proprio l'obiettivo di applicare una *factor-cluster analysis* ad un campione rappresentativo e stratificato di residenti che vivono in una destinazione (Cagliari) che opera come *home port* nel cuore del bacino del Mediterraneo. Per questa via, il presente lavoro offre un significativo contributo sia dal punto di vista teorico che metodologico.

Più nello specifico, da un punto di vista teorico, l'analisi ha messo in evidenza l'esistenza di cinque *cluster* ("indifferenti", "critici" "cauti" "sostenitori e "amanti della cultura"), con una netta maggioranza della popolazione che manifesta una posizione tutto sommato non molto positiva rispetto allo sviluppo di questa forma di turismo e agli impatti che esso può generare ("indifferenti": N=127; "critici": N=143; "cauti": N=329). Questo risulta in linea con i precedenti studi condotti sia in destinazioni *port-of-call* e *home-port* il che denota, contrariamente a quanto si potrebbe pensare, che i residenti non sembrano essere in grado di percepire i maggiori vantaggi che, almeno a livello economico, le destinazioni *home-port* sembrano produrre rispetto a quelle *port-of-call* (Brida e Zapata, 2010). Inoltre, a conferma di alcuni studi esistenti (es: Brida *et al.*, 2012b), una parte davvero significativa ritiene che lo sviluppo del turismo da crociera tende a produrre benefici che finiscono perlopiù per avvantaggiare imprese non locali. Nel complesso, l'analisi ha anche messo in evidenza che i segmenti individuati differiscono tra loro in maniera significativa solo in base a livello di istruzione, tipo di occupazione, prossimità geografica alle aree turistiche e quartiere di residenza. Al contrario, a differenza di quanto rilevato in altri studi (es: Ballantine e Eagles, 1994; Belisle e Hoy, 1980), nessuna differenza è stata rilevata rispetto alle altre variabili socio-demografiche considerate (genere, età, prossimità geografica al porto, numero di anni di residenza nella città). Questo fornisce ulteriore conferma al fatto che questo tipo di studi risente in maniera significativa dello specifico contesto geografico in cui sono realizzati (Williams e Lawson, 2001) e che, quindi, non possono essere facilmente generalizzati al di fuori di questi specifici contesti.

I risultati di questo studio, oltre a contribuire allo sviluppo del dibattito scientifico sul tema del *community-based tourism* in ambito crocieristico, fornisce utili suggerimenti a *policy makers*, *destination*

*marketers*, compagnie di crociera, autorità portuale e ogni altro tipo di operatori turistici interessati allo sviluppo di questa forma di turismo. In primo luogo, i risultati dello studio suggeriscono di realizzare attività di marketing interno con l'obiettivo di aumentare la quantità e l'efficacia dei messaggi che vengono indirizzati alla comunità locale, in modo da renderla maggiormente consapevole del bilancio costi-benefici che il turismo da crociera genera nella città. In maniera simile, l'autorità portuale potrebbe aumentare l'uso delle attività di comunicazione interna allo scopo di rendere i residenti maggiormente consapevoli delle attività e degli investimenti che vengono effettuati per cercare di ridurre il più possibile gli impatti negativi dell'attività crocieristica (inquinamento marino, atmosferico, ecc.). Nel far questo, in accordo con Brida *et al.* (2012), particolare attenzione deve essere riservata all'uso di dati oggettivi che descrivano gli impatti positivi dell'attività crocieristica (es: la spesa media in città dei passeggeri e dell'equipaggio). Allo stesso tempo, lo studio evidenzia l'importanza di realizzare attività di comunicazione interna che siano incentrate sull'obiettivo di rendere evidente il numero delle attività che a livello locale risultano coinvolte nello sviluppo di questa forma di turismo, e/o la necessità di porre in essere attività che rendano più endogeno lo sviluppo del turismo crocieristico. In questo senso, si potrebbe pensare all'opportunità di mirare ad interagire maggiormente con le compagnie da crociera, in maniera tale da prevedere che a bordo delle navi si faccia un maggior uso di prodotti enogastronomici locali durante il tragitto di avvicinamento alla destinazione. In maniera simile, l'autorità portuale, la società di gestione dei servizi crocieristici, nonché i *policy makers* e i *destination marketers* potrebbero collaborare in modo più efficace con gli imprenditori locali nello sviluppo di azioni atte a coinvolgere le compagnie crocieristiche nella promozione delle attrazioni locali, dell'identità e dell'autenticità della destinazione (es: con video, brochures, eventi, ecc.) o nel sensibilizzare i passeggeri sulla riduzione degli impatti negativi derivanti dalle loro visite nella destinazione.

Il presente studio, nonostante il suo contributo teorico e manageriale, non è certamente senza limiti. In primo luogo, i risultati dello stesso, nonostante esso sia stato realizzato su un campione rappresentativo e stratificato, non possono essere generalizzati al di fuori dello specifico contesto geografico in cui è stato condotto. Inoltre, non è stato preso in considerazione il ruolo che altri fattori intrinseci (es: il *community attachment*) o altre variabili psicografiche (es: l'orientamento al post materialismo e l'attenzione all'ambiente dei residenti) potrebbero avere nel discriminare il modo con cui i residenti percepiscono gli impatti del turismo da crociera. Infine, lo studio interessa il fenomeno delle percezioni e dell'atteggiamento dei residenti rispetto allo sviluppo del turismo che ha prevalente connotazione sociale, e che, come tale risulta fortemente influenzato da processi evolutivi e di progressiva variabilità nel tempo. Da questi limiti emergono interessanti traiettorie di ricerca. In primo luogo, sarebbe utile ripetere lo studio in altre destinazioni allo scopo di verificare se i risultati possono essere generalizzati o se essi cambino in base ai fattori estrinseci che caratterizzano la destinazione considerata nello studio. In secondo luogo, sarebbe interessante ripetere lo studio nella



stessa destinazione, allo scopo di verificare come nel tempo le percezioni e l'atteggiamento dei residenti cambiano come conseguenza delle azioni che i policy makers, destination marketers, autorità portuali e compagnie da crociera potrebbero decidere di mettere in atto per rendere lo sviluppo del turismo da crociera maggiormente sostenibile. Infine, sarebbe utile che futuri studi empirici si preoccupassero maggiormente di indagare il ruolo che altri fattori intrinseci e psicografici (community attachment, materialismo, ecc.) potrebbero giocare nell'influenzare le percezioni e l'atteggiamento dei residenti.

Giacomo Del Chiappa  
Giuseppe Melis  
Marcello Atzeni  
Turismo crocieristico e  
percezioni della popolazione  
residente: i risultati di  
un'analisi cluster

## Bibliografia

- AGUILÓ E., ROSELLÓ J. (2005), "Host community perceptions. A cluster analysis", *Annals of Tourism Research*, vol. 32, n. 4, pp. 925-941.
- BALLANTINE J.L., EAGLES P.F. (1994), "Defining Canadian ecotourists", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 2, n. 2, pp. 210-214.
- BELISLE F.J., HOY D.R. (1980), "The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa Maria, Columbia", *Annals of Tourism Research*, vol. 12, n. 1, pp. 83-101.
- BESCUVIDES A., LEE M., MCCORMICK P. (2002), "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 29, n. 2, pp. 303-319.
- BRIDA J.G., ZAPATA S. (2010), "Cruise tourism: Economic, socio-cultural and environmental impacts", *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, vol. 1, n. 3, pp. 205-226.
- BRIDA J.G., DEL CHIAPPA G., MELEDDU M., PULINA M. (2012a), "The perceptions of an island community towards cruise tourism: A factor analysis", *Tourism*, vol. 60, n. 1, pp. 29-42.
- BRIDA J.G., DEL CHIAPPA G., MELEDDU M., PULINA M. (2012b), "A comparison of residents' perceptions in two cruise ports in the Mediterranean Sea", *International Journal of Tourism Research*, doi: 10.1002/jtr.1915.
- BRIDA J.G., RIAÑO E., ZAPATA-AGUIRRE S. (2011), "Residents' attitudes and perceptions towards cruise tourism development: A case study of Cartage de Indias (Colombia)", *Tourism and Hospitality Research*, vol. 11, n. 3, pp. 187-202.
- BRIDA J., OSTI L., BARQUET A. (2010), "Segmenting resident perceptions towards tourism - a cluster analysis with a multinomial logit model of a mountain community", *International Journal of Tourism Research*, vol. 12, n. 5, pp. 591-602.
- BROUGHAM J., BUTLER R. (1981), "A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 7, n. 4, pp. 569-590.
- BUTLER R.W. (1980), "The concept of a tourism area cycle of evolution: Implications for management resources", *The Canadian Geographer*, vol. 24, n. 1, pp. 5-16.
- CASARIN F. (2007), *Il marketing dei prodotti turistici. Specificità e varietà*, G. Giappichelli Editore, Torino.

- CASTILLO-MANZANO J.I., LOPEZ-VALPUESTA L., ALANIS F.J. (2014), "Tourism managers' view of the economic impact of cruise traffic: The case of southern Spain", *Current Issues in Tourism*, doi: 10.1080/13683500.2014.907776
- CHEN C.F., CHEN P.C. (2010), "Resident attitudes toward heritage tourism development", *Tourism Geographies*, vol. 12, n. 4, pp. 525-545.
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (2016), *State of the Industry Outlook*.
- CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (2017), *Cruise Industry Outlook 2017*, December 2016.
- DAVIS D., ALLEN J., COSENZA A. (1988), "Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions towards tourism", *Journal of Travel Research*, vol. 27, n. 2, pp. 2-8.
- DEL CHIAPPA G. (2012), "Community integration: A case study of Costa Smeralda, Italy", in Fayos-Sola E., Silva J., Jafari J., (Eds.) *Knowledge management in tourism: Policy and governance applications bridging tourism theory and practice*, Bingley, Emerald, (pp. 243-263).
- DEL CHIAPPA G., ABBATE T. (2013), "Island cruise tourism development: A resident's perspective in the context of Italy", *Current Issues in Tourism*, doi: 10.1080/13683500.2013.854751.
- DEL CHIAPPA G., LORENZO-ROMERO C., GALLARZA M. (2016), "Host community perceptions toward cruise tourism in a homeport: a cluster analysis", *Journal of Destination Marketing e Management*, online first <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.011>
- DI CESARE F., TAMMA M. (2004), "La dinamica competitiva nella produzione crocieristica. Aspetti di metodo ed evidenze empiriche in uno studio sul Mediterraneo", *Economia e Diritto del Terziario*, n. 2, pp. 415-343.
- DIEDRICH A. (2010), "Cruise ship tourism in Belize: The implications of developing cruise ship tourism in an ecotourism destination", *Ocean and Coastal Management*, vol. 53, n. 5-6, pp. 234-244.
- DOXEY G. (1976), "When enough's enough: The natives are restless in old Niagara", *Heritage Canada*, vol. 2, n. 2, pp. 26-27.
- DWYER L., FORSYTH P.J. (1996), "Economic impacts of cruise tourism in Australia", *Journal of Tourism Studies*, vol. 7, n. 2, pp. 36.
- DWYER L., FORSYTH P.J. (1998), "Economic significance of cruise tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 25, n. 2, pp. 393-415.
- DYER P., GURSOY D., SHARMA B., CARTER J. (2007), "Structural modelling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia", *Tourism Management*, vol. 28, n. 2, pp. 409-422.
- EUROPEAN CRUISE COUNCIL (2012), *The cruise industry: Contribution of cruise tourism to the economies of Europe 2012.*, Retrieved from: <http://www.europeancruisecouncil.com/content/economic%20report.pdf> (accessed 20 October 2013).
- EUROPEAN CRUISE COUNCIL 2012/2013 REPORT (2014), Retrieved from: <http://www.ashcroftandassociates.com/downloads/ECC-Report-2012-2013.pdf>.
- FAULKNER B., TIDESWELL C. (1997), "A framework for monitoring community impacts of tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 5, n. 1, pp. 3-28.
- FREDLINE E., FAULKNER B. (2000), "Host community reactions: A cluster analysis", *Annals of Tourism Research*, vol. 27, n. 3, pp. 763-784.

- GATEWOOD J.B., CAMERON C.M. (2009), *Belonger perceptions of tourism and its impacts in the Turks and Calcos Islands* [Research project report]. Retrieved from: <http://www.lehigh.edu/~jbg1/Perceptions-of-Tourism.pdf>.
- GURSOY D., CHI C.G., DYER P. (2010), "Local attitudes toward mass and alternative tourism: the Case of Sunshine Coast, Australia", *Journal of Travel Research*, vol. 49, n. 3, pp. 381-394.
- GURSOY D., JUROWSKI C., UYSAL M. (2002), "Resident attitudes. A structural modeling approach", *Annals of Tourism Research*, vol. 29, n. 1, pp. 79-105.
- GURSOY D., RUTHERFORD D. (2004), "Host attitudes toward tourism. An improved structural model", *Annals of Tourism Research*, vol. 31, n. 3, pp. 495-516.
- HAIR J.F., BLACK W.C., BABIN B.J., ANDERSON R.E. (2014), *Multivariate data analysis (7<sup>th</sup> ed.)*, Harlow, Essex: Pearson Education Limited, Edinburgh Gate.
- HAIR J., ANDERSON R., TATHAM R., BLACK W. (1999), *Análisis multivariante [Multivariate analysis]*, Prentice-Hall, Madrid.
- HRITZ N., CECIL A. (2008), "Investigating the sustainability of cruise tourism: A case study of Key West", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 16, n. 2, pp. 168-181.
- INE (2014), *Instituto Nacional de Estadística*, Retrieved from: <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do> (accessed 20 November 2014).
- JOHNSON J.D., SNEPENGER D.J., AKIS S. (1994), "Residents' perceptions of tourism development", *Annals of Tourism Research*, vol. 21, n. 3, pp. 629-642.
- KLEIN R.A. (2009), *Paradise lost at sea: Rethinking cruise vacations*, Fernwood Publishing, Halifax, UK.
- LINDBERG K., JOHNSON R.L. (1997), "Modeling resident attitudes toward tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 24, n. 2, pp. 402-424.
- MADRIGAL R. (1995), "Residents' Perceptions and the Role of Government", *Annals of Tourism Research*, vol. 22, n. 1, pp. 86-102.
- MARUŠIĆ A., HORAK S., TOMLJENović R. (2008), "The socio-economic impacts of cruise tourism: A case study of Croatian destinations", *Tourism in Marine Environments*, vol. 5, n. 2-3, pp. 131-144.
- MCLACHLAN G.J., BASFORD K.E. (1988), *Mixture models: Inference and applications to clustering*, Marcel Dekker, New York.
- MURPHY P.E. (1983), "Perceptions and attitudes of decision making groups in tourism centers", *Journal of Travel Research*, vol. 21, n. 3, pp. 8-12.
- NUNKOO R., GURSOY D., JUWAHEER T. (2010), "Island residents' identities and their support for tourism: An integration of two theories", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 18, n. 5, pp. 675-693.
- NYAUPANE G.P., MORAIS D.B., DOWLER L. (2006), "The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China", *Tourism Management*, vol. 27, n. 6, pp. 1373-1385.
- PAPATHANASSIS A., BECKMAN I. (2011), "Assessing the poverty of cruise theory hypothesis", *Annals of Tourism Research*, vol. 38, n. 1, pp. 153-174.
- PENCO L. (2013), *Il business crocieristico. Imprese, strategie, territorio*, Franco Angeli, Milano.

- PERDUE R.R., LONG P.T., ALLEN L. (1990), "Resident support for tourism development", *Annals of Tourism Research*, vol. 17, n. 4, pp. 586-599.
- PIZAM A. (1978), "Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents", *Journal of Travel Research*, vol. 16, n. 4, pp. 8-12.
- PULINA M., MELEDDU M., DEL CHIAPPA G. (2013), "Residents' choice probability and tourism development", *Tourism Management Perspectives*, vol. 5, pp. 57-67.
- RIVERA M., CROES R., LEE S.H. (2015), "Tourism Development and happiness: a residents' perspective", *Journal of Destination Marketing and Management*, doi:10.1016/j.jdmm.2015.04.002.
- ROTHMAN R. (1978), "Residents and transients: Community reaction to seasonal visitors", *Journal of Travel Research*, vol. 16, n. 3, pp. 8-13.
- RUTIN J. (2010), "Coastal tourism: A comparative study between Croatia and Tunisia", *Tourism Geographies*, vol. 12, n. 2, pp. 264-277.
- SINCLAIR-MARAGH GURSOY D., VIEREGGE M. (2014), "Residents' perceptions toward tourism development", *Journal of Destination Marketing and Management*, vol. 4, n. 1, pp. 36-45.
- VAREIRO L., ROMPALDO P.C., CADIMA-RIBEIRO J.A. (2012), "Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal), A cluster analysis", *Current Issues in Tourism*, vol. 16, n. 6, pp. 535-551.
- VARGAS-SÁNCHEZ A., PORRAS-BUENO N., PLAZA-MEJÍA M. (2011), "Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible?", *Annals of Tourism Research*, vol. 38, n. 2, pp. 460-480.
- VERMUNT J.K., MAGIDSON J. (2005), *Latent GOLD 4.0 user's guide, statistical innovation*, Belmont, Massachusetts: Inc.
- VERNON J., ESSEX S., PINDER D., CURRY K. (2005), "Collaborative policymaking. Local sustainable projects", *Annals of Tourism Research*, vol. 32, n. 2, pp. 325-345.
- WILD P., DEARING J. (2000), "Development of and prospects for cruising in Europe", *Maritime Policy and Management*, vol. 27, n. 4, pp. 315-333.
- WILKINSON P.F. (1999), "Caribbean cruise tourism: Delusion? Illusion?", *Tourism Geographies*, vol. 1, n. 3, pp. 261-282.
- WILLIAMS J., LAWSON R. (2001), "Community issues and residents' opinions of tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 28, n. 2, pp. 269-290.



### Academic or professional position and contacts

**Giacomo Del Chiappa**  
Associate Professor of Management  
University of Sassari - Italy  
e-mail: gdelchiappa@uniss.it

**Giuseppe Melis**  
Associate Professor of Management  
University of Cagliari - Italy  
e-mail: gemelis@unica.it.

**Marcello Atzeni**  
Research Fellow  
University of Cagliari - Italy  
e-mail:marcelloatzeni@icloud.com.