



*TURISMO e Psicologia*  
Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

**IL CAMBIAMENTO DELL'ATTEGGIAMENTO AL VIAGGIO POST QUARANTENA**

*Francesca Di Pietro*  
Travel Psychologist & Coach

**Contatto dell'autore**  
francydipi@hotmail.com



---

**PADOVA UNIVERSITY PRESS**

## **IL CAMBIAMENTO DELL'ATTEGGIAMENTO AL VIAGGIO POST QUARANTENA**

### **RIASSUNTO:**

Analisi condotta in maniera digitale su un campione di 1172 soggetti di cui il 77% donna la cui distribuzione d'età principale è dai 25 ai 44 anni (56%). Le persone hanno evidenziato una stabilità di scelta per quanto riguarda la compagnia dei prossimi viaggi. Cambiamenti sostanziali si sono riscontrati nel tipo di vacanza che si cercherà infatti è emersa una grande voglia di natura, desiderio di perdersi in spazi aperti per bilanciare la costrizione della quarantena e anche perché ritenuti più sicuri in quanto isolati. Cresce il desiderio di socialità, voglia di condividere il tempo con le persone che non abbiamo potuto vedere per mesi, cresce l'esigenza di una vacanza relax, la pandemia e il relativo lockdown hanno rappresentato per molti una grossa fonte di stress, non solo psicologica, ma anche organizzativa e fisica. C'è una crescita d'interesse nell'alloggio in campeggio e nelle seconde case, ma resta alto il desiderio di alloggiare in hotel e case vacanze come ogni anno.

*Parole chiave:* covid19, motivazione al viaggio, turismo post-pandemico.

## **THE CHANGE IN ATTITUDE TO POST-QUARANTINE TRAVEL**

### **ABSTRACT:**

The analysis was conducted digitally on a sample of 1172 subjects, 77% of whom are women whose main age distribution is from 25 to 44 years (56%). People showed stability of choice regarding the company of the next trips. Substantial changes have been found in the type of holiday that will be sought a great desire for nature has emerged, a desire to get lost in open spaces to balance the constraint of quarantine and also because they are considered safer as they are isolated. The desire for sociability is growing, the desire to share time with people we have not been able to see for months, the need for a relaxing holiday is growing, the pandemic and its lockdown have represented for many a great source of stress, not only psychological but also organizational and physical. There is a growth in interest in camping accommodation and second homes, but the desire to stay in hotels and holiday homes remains high, like every year.

*Keywords:* covid19, travel motivation, post-pandemic tourism.

## IL CAMBIAMENTO DELL'ATTEGGIAMENTO AL VIAGGIO POST QUARANTENA

### Introduzione

Con la recente pandemia di COVID il mondo ha visto per la prima volta bloccarsi ogni possibilità di incontro interpersonale, fermando tutte le attività commerciali, ogni interazione sociale tra le persone, limitare al massimo la propria libertà personale di movimento che abbiamo sempre dato per scontato e ovviamente il turismo.

Il turismo, è sicuramente una voce di PIL molto importante per ogni paese, in Italia si attesta intorno al 13%, ma al livello individuale è molto di più. Il viaggio non è solo un momento in cui le persone vivono il loro bisogno di scoperta, ma è soprattutto un momento di decompressione e di grossa socialità.

Viaggiare fa bene, perché il soggetto allenta il contatto con fonti spesso stressanti, quali il lavoro, il traffico, le agende molto fitte e dedica il tempo ad attività molto significative quali la cura di sé stesso, o il trascorrere il tempo con i propri cari, famiglia, amici o a volte persone che vivono lontano al luogo in cui si vive e lavora. Il tempo del viaggio è un tempo di qualità, per questo è così desiderato, richiesto e direi anche pagato.

Con la quarantena abbiamo sperimentato qualcosa di totalmente nuovo rispetto agli altri contesti di “tragedia” ai quali siamo comunemente abituati: abbiamo vissuto l'isolamento forzato. In un interessante studio di Massimo Cuzzolaro, Luigi Frighi [Reazioni Umane Alle Catastrofi , (91) Fondazione Adriano Olivetti] sono state analizzate diverse situazioni di tragedie e calamità naturali, come terremoti, alluvioni, disastri nucleari, eventi che come quello che stiamo vivendo hanno provocato migliaia di morti innocenti. Quando una popolazione è afflitta dalla tragedia, trova conforto e unione nel suo nucleo familiare e in molti casi nella sua comunità d'appartenenza. Nel caso del COVID invece le vittime hanno dovuto affrontare questo momento drammatico in isolamento, quindi senza supporto e contenimento da parte delle persone significative, certo nel nostro momento attuale abbiamo a disposizione la tecnologia per essere in contatto con chiunque facilmente, ma non per tutte le persone ha lo stesso effetto e lo stesso utilizzo.

Il viaggio in questi 2 mesi di quarantene ha rappresentato per molti una finestra sul mondo, nel vero senso della parola, un modo per sognare, per proiettarsi verso una nuova dimensione, verso un momento più felice. Ma è indubbio pensare che viaggiare sarà diverso, sia per motivi oggettivi come la chiusura dei confini o la riduzione dei mezzi di trasporto, sia per motivi diciamo più individuali, come la perdita di potere d'acquisto e la diminuzione del monte ferie, o in alcuni casi la crescita di una forte preoccupazione e paura del contagio.

La paura in un contesto diverso da quello familiare, in questo caso il paese Italia, tende a crescere, non che ci sia una reale connessione, ma l'individuo percepisce come meno sicuro un contesto altro dal suo, perché interpreta l'ignoto come un territorio sul quale ha meno possibilità di controllo non conoscendone tutte le variabili.

Così dopo un mese dall'inizio della quarantena ho deciso di condurre un'analisi per verificare se ci fosse stato un cambiamento dell'atteggiamento rispetto al viaggio, se questa nuova variabile inattesa possa in qualche modo portare le persone che amano viaggiare a fare scelte diverse rispetto ai luoghi dove dormire o al tipo di viaggio che vorrebbero affrontare.

### Il campione analizzato

La mia ricerca ha analizzato le risposte di 1172 soggetti, direi tutti con interesse al viaggio in quanto la ricerca è stata condotta in maniera digitale appoggiandosi a community web di viaggio e non solo. Per confermare questo dato ho chiesto loro quanto avessero pensato ai viaggi durante questi mesi di quarantena, il 45% ha dichiarato “molto”, il 36% ha dichiarato “costantemente” e solo il 19% si è espresso con “poco”. Quindi l'81% del campione da me intervistato è molto interessato ai viaggi sia prima della pandemia che durante.

I soggetti analizzati sono per il 77% donne, per quanto riguarda la distribuzione d'età vediamo che abbiamo una parità di distribuzione infatti sia la fascia 25-34 che 35-44 si attestano al 28%, possiamo dire quindi che il 56% delle persone analizzate hanno dai 25 ai 44 anni d'età, mentre il 28% ha dai 45 ai 54 anni; il 13% tra i 55 e i 65 e solo il 6% appartiene alla fascia 18-24, mentre il 5% supera i 65 anni.

Per quanto riguarda il livello di istruzione il 41% del campione dichiara di essere laureato, il 37% diplomato, 18% ha un titolo di studio post laurem (master o dottorato), e il 4% solo la licenza media.

### **Come cambia l'atteggiamento al viaggio dopo la pandemia**

Questi mesi di quarantena hanno costretto molta gente ad una convivenza forzata e simbiotica con il proprio nucleo familiare o in altri casi ad un isolamento sociale spesso molto doloroso, gli effetti di questa nuova condizione interpersonale si vedranno con il passare del tempo, specialmente quando ritorneremo ad una vita più normale. Mi sono domandata quanto questa forzatura dei rapporti sociali abbia nella pratica influito sulla compagnia desiderata nei prossimi viaggi rispetto a quanto si è fatto fino ad ora. Sorprendentemente, almeno rispetto a quello che mi sarei aspettata, le persone hanno indicato una conferma delle proprie scelte. La loro scelta, che sia viaggio in solitaria, in famiglia o con amici, non è mutata dopo due mesi di quarantena, sono pronti a ripartire esattamente come l'hanno fatto fino ad oggi.

Acclarato che la compagnia in viaggio sia rimasta costante, ho chiesto al campione quale fosse l'aspetto che prima della pandemia ricercassero maggiormente in un viaggio e quale sarebbe stato l'aspetto che ad oggi avrebbero cercato di più nel prossimo viaggio.

Questi dati sono molto interessanti perché in effetti si è visto un cambiamento dell'atteggiamento significativo. Pre pandemia il 51% del campione aveva dichiarato di ricercare "conoscenza di una nuova cultura" (Fig.1), mentre post quarantena la percentuale di soggetti che si vede ancora disposta a ricercare quella motivazione è scesa al 31% (Fig.2), ossia il 20% in meno, significa che il bisogno di conoscenza legato a questo aspetto si è spostato altrove, in un bisogno emerso con la privazione sociale e di libertà di movimento.

L'aumento maggiore infatti si è avuto nella ricerca di "natura, attività all'aria aperta", prima della pandemia solo il 12% del campione ha dichiarato di ricercare quello nei propri viaggi, (Fig.1) mentre post quarantena questa percentuale è salita al 23%.(Fig.2) Sicuramente molte delle persone che vivono in città e si sono visti costretti in appartamenti per più di due mesi hanno visto crescere la mancanza di natura, di spazi aperti e quindi da collegare con la sensazione di libertà. Il confinamento in ambienti limitati, spesso condivisi con più di una persona, sta portando le persone a sviluppare una sensazione di costrizione, molti sono impossibilitati a ritrovare un luogo in cui isolarsi e staccare da tutto e tutti, quello che solitamente la natura ha il potere di fare in pochi minuti. Inutile negare che se siamo immersi nella natura abbiamo anche meno possibilità di trovarci in luoghi affollati e quindi potenzialmente rischiosi. Passeggiare in luoghi isolati è più rassicurante, è molto probabile che gli italiani per l'estate 2020 scelgano destinazioni meno popolari, magari isolate ed immerse nella natura. Le stesse case in affitto per la stagione, potrebbero risultare più richieste quelle fuori dal centro, uno sviluppo diametralmente opposto rispetto alle solite tendenze.

Questo isolamento forzato ha portato le persone a sentire forte la mancanza di amici e parenti, mentre in passato si sceglievano le vacanze per mettere "in pausa" la vita di tutti i giorni, quest'anno potrebbero essere un momento per riaccendere il contatto diretto con le persone che amiamo alle quali siamo stati forzatamente distanti, infatti si è visto l'incremento del desiderio di socialità nelle vacanze dal 2% al 9%.

Altro dato molto interessante è come sia virato il desiderio di relax nelle vacanze, prima della pandemia lo vediamo attestarsi all'8% , mentre post quarantena cresce fino al 13%, potrebbe sembrare strano visto che veniamo da due mesi di alternanza divano letto, ma non è così per tutti.

Ricordiamoci che per moltissimi italiani questi mesi di quarantena sono stati una enorme fonte di stress, gestione straordinaria dei bambini, difficoltà nel telelavoro, mancanza di un aiuto domestico e in molti casi, come medici o tutti gli operatori della prima linea, turni massacranti e alta esposizione al contagio, con conseguente stress familiare.

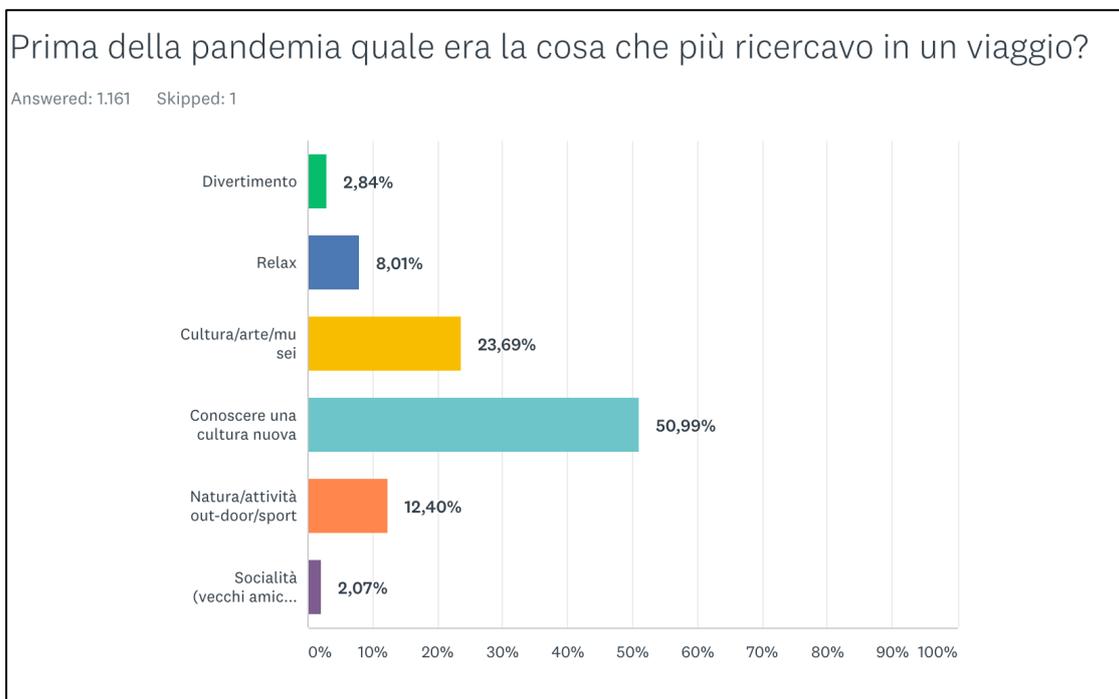


Fig.1.Motivazione al viaggio pre-pandemia.

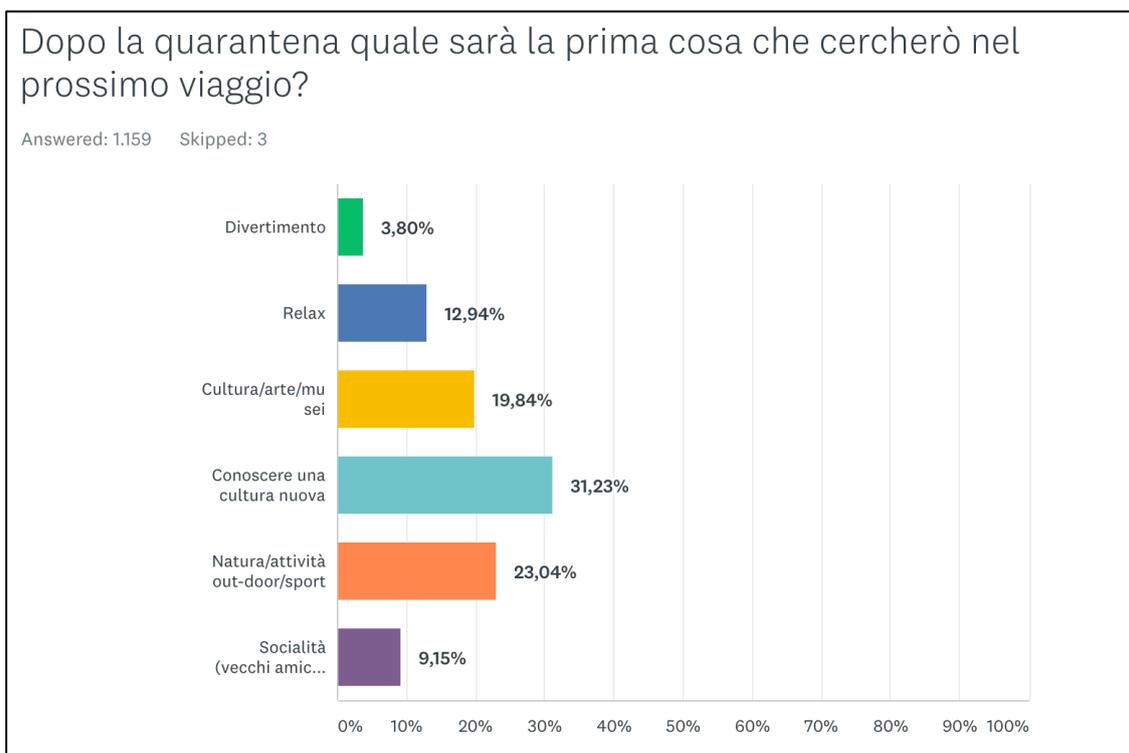


Fig.2.Motivazione al viaggio post-pandemia.

Sappiamo che al momento le frontiere di ogni paese sono chiuse e nessuno di noi sa con esattezza quando sarà possibile riprendere a viaggiare sia a medio che a lungo raggio, ma forse in alcuni casi la domanda da porsi è: gli italiani dove vorrebbero viaggiare veramente alla fine della quarantena?

Ho chiesto quanti viaggi fossero abituati a fare in Italia in media in un anno, il 45% ha dichiarato 2/3 viaggi all'anno, il 33% 1 viaggio all'anno e il 21% più di 4.

Chiedendo loro quale fosse la loro abitudine di viaggio fuori dal confine nazionale, il campione si è distribuito nel seguente modo: il 49% ha dichiarato 2/3 viaggi all'anno all'estero, il 35% solo 1 e il 16 percento da 4 viaggi e più.

Il 60% delle persone intervistate ha dichiarato che preferiva viaggiare all'estero prima della pandemia; ma quando è stato chiesto loro dove avrebbero voluto viaggiare post quarantena (ipotizzando di poter andare ovunque) il 52% ha dichiarato che vorrebbe restare in Italia per il suo prossimo viaggio.

Questo dato è molto interessante perché da sicuramente speranza per una possibile ripresa del turismo nazionale anche qualora i confini venissero aperti. Vivere un momento di dramma collettivo aumenta il senso di coesione e di appartenenza. Nella difficoltà e nel dolore l'identificazione con la nazione, e con il proprio popolo dà forza, è per questo che durante i primi giorni di quarantena tutto il paese ha rafforzato il proprio senso "patriottico" con flashmob sui balconi. Appartenenza e solidarietà, saranno due importanti motivazioni per il turismo italiano, ogni cittadino sa che scegliendo di restare in Italia aiuterà altre famiglie ad attutire il grosso peso economico che questa emergenza ha portato. Nella scelta di prediligere un turismo italiano c'è anche una motivazione legata alla sicurezza, il cittadino si sente più sicuro all'interno dei confini nazionali potendosi affidare al Sistema Sanitario Nazionale e perché non rischia di essere bloccato oltre confine nel caso in cui ci fosse una seconda ondata di lockdown.

Uno degli argomenti più discussi in epoca di riapertura turistica post quarantena è appunto domandarsi dove i turisti preferiranno alloggiare, se si fideranno sempre di più degli hotel o se invece preferiranno strutture meno organizzate e magari più isolate.

In un'analisi pre pandemia la distribuzione del campione mostrava il 50% preferiva alloggiare in hotel (Fig.3), il 41% in case vacanze o Airbnb mentre solo il 5% in campeggi e il 4% in seconde case di amici e parenti. Dopo la quarantena le scelte sono leggermente cambiate (Fig.4): la percentuale di persone che sceglierebbe di alloggiare in hotel è scesa al 46% così come quella che sceglie le case vacanze che ora arriva a 38% ; le preferenze si sono spostate, anche se di poco, sui campeggi che arrivano a 8% (rispetto ai 5% pre pandemia) e alle case di famiglia e di amici che è la preferenza che cresce di più raggiungendo l'8% rispetto ai 4% pre pandemia.

Sicuramente molti italiani si sono visti le finanze non poco incrinare dai 2 mesi di fermo e per molti sarà più facile e conveniente riversare sulle case di famiglia e degli amici, inoltre molti continueranno a fare smart-working e potrebbe essere un'ottima soluzione spostarsi nelle seconde case per lavorare e distrarsi dopo l'orario di lavoro. Ci sarà una ricerca di posti poco affollati, con possibilità di isolarsi, ecco perché per molti il campeggio torna di moda. La possibilità di affittare una casa con tutta la famiglia, magari in un luogo poco nevralgico sicuramente attrae molti, così come l'idea di poter andare finalmente in un hotel dove si è coccolati tutto il giorno, senza dover pensare ad ogni cosa come si è stati costretti a fare durante la quarantena.

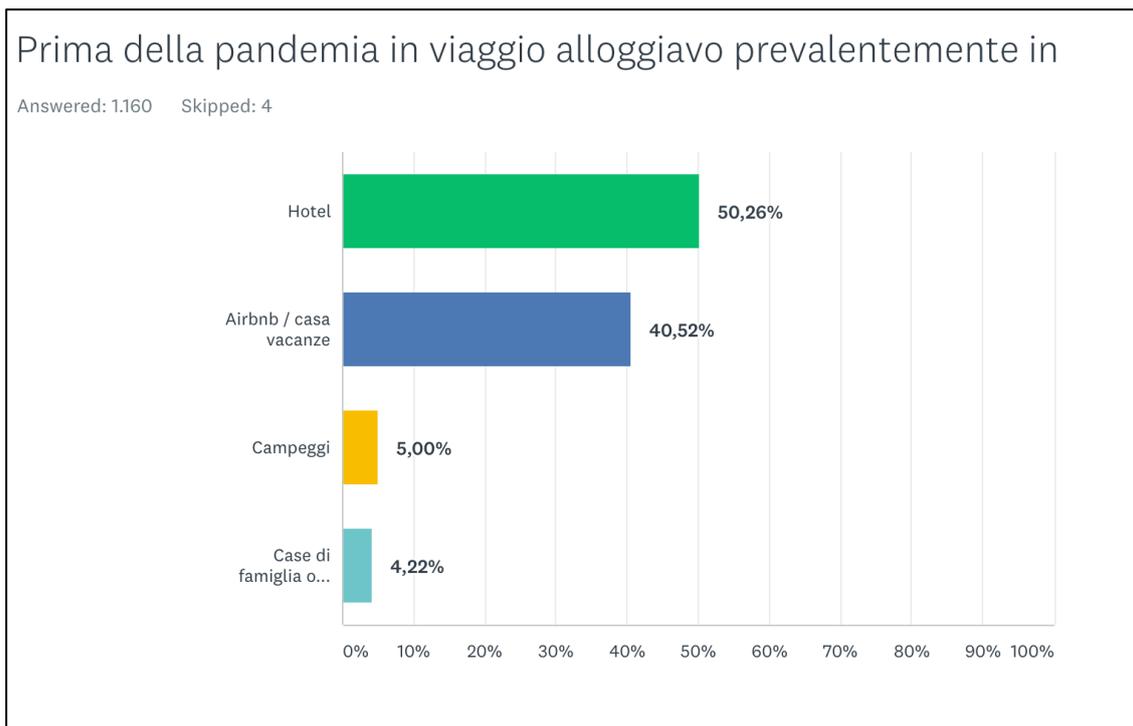


Fig.3.Alloggi pre-pandemia.

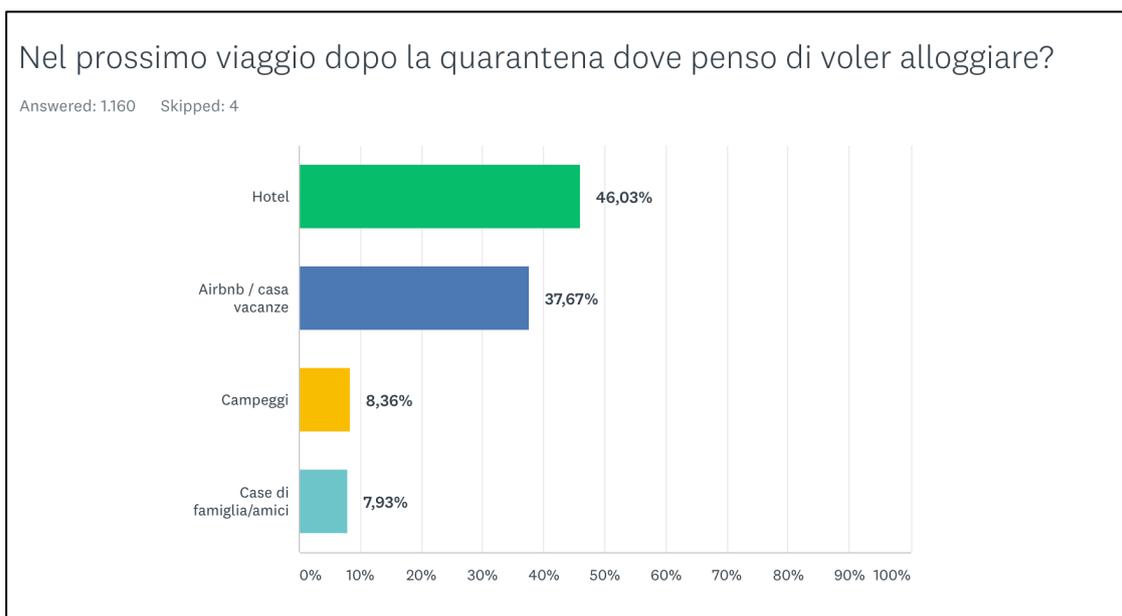


Fig.4.Alloggi post-pandemia.

Si è chiesto alle persone quale tipologia di viaggio preferissero prima della pandemia (Fig.5), il 59% ha dichiarato “viaggio itinerante”, il 19% ha preferito un viaggio nella natura, quindi sia di mare che di attività outdoor, il 18% un viaggio nelle capitali, mentre solo una piccolissima parte, direi poco rilevante ha espresso preferenza per viaggi alle terme o di puro divertimento.

Il desiderio emerso durante la quarantena è sicuramente quello di natura infatti è la risposta che ha subito una variazione maggiore passando dal 19 al 34% (Fig.6), in linea con la domanda analizzata precedentemente “Quale è la prima cosa che cercherò dopo la quarantena” dove la risposta natura

aveva visto un'oscillazione dal 12 al 23%. Gli italiani registrano una sostanziale voglia di natura e di libertà di movimento.

Ad ogni modo restano stabili gli interessi per i viaggi itineranti, che dopo la quarantena registrano il 48% e la visita di capitali e città d'arte che scende di pochi punti andando al 13% delle preferenze. Per gli italiani l'arte e la bellezza delle città mantengono un attrattivo interessante.

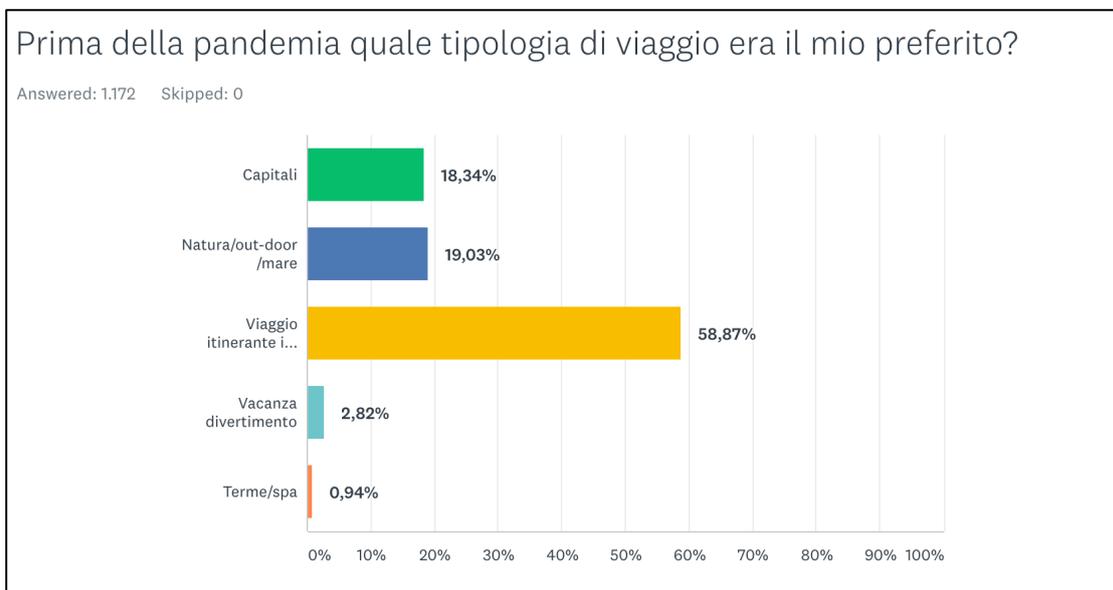


Fig.5. Tipologia viaggio pre-pandemia.



Fig.6. Tipologia viaggio post-pandemia.

Alla luce di questa ricerca sembra gli italiani abbiano le idee abbastanza chiare rispetto a quello che vorrebbero per la prossima stagione turistica 2020, e sicuramente la professionalità del settore turistico italiano sarà tradurre i desiderata e le norme di sicurezza in un prodotto nuovo e vincente, resta solo aspettare quando questa nuova fase potrà finalmente iniziare.

## BIBLIOGRAFIA

- Cuzzolaro M., Frighi L., (1991) Reazioni Umane alle Catastrofi; Fondazione Adriano Olivetti.
- Fritz C.E., Marks E. (1945), The NORC studies of Human Behavior in disaster, Kournal Social Issues 10. Pp.33.
- Fritz L.E (1961), Disaster, in R.K. Merton & R.A. Nispet (Eds.) Contemporary Social Problems, Harcourt, New York .
- Smith E.M. Robins L.N. Przybeck T.R., Goldring E. Solomon S. (1986). Psychological Consequences of a disaster, in Disaster stress studies: New method and findings, American Psychiatric Press, New York.