

INDICE

Indice delle Figure	XI
Indice dei Box	XIII
Premessa	XVII
Prefazione	XIX
Presentazione	XXI

CAPITOLO 1

IL TURISMO DELLE RADICI: INQUADRARE IL FENOMENO, CONOSCERE LE SUE PECULIARITÀ E COMPRENDERE LA SPECIFICA MOTIVAZIONE DEL VIAGGIO

1.1	Le «etichette» per descrivere i viaggi di riconnessione alla terra natale	1
1.2	I fattori chiave dei viaggi delle radici	4
1.3	Il ritorno a «casa»	10
1.4	I viaggiatori-genealogisti e i migranti-biografi	11
1.5	Le opportunità per i territori	14
1.6	I paesi esteri con le comunità di oriundi italiani e il bacino di domanda	23
1.7	Le politiche istituzionali sul turismo delle radici	27
	Laboratori ed esercitazioni	29

CAPITOLO 2

IL COMPORTAMENTO DEL TURISTA DELLE RADICI E LA SEGMENTAZIONE DELLA DOMANDA

2.1	Introduzione	30
2.2	La segmentazione del mercato del turismo delle radici	31

2.3	La segmentazione in base alla generazione di appartenenza	40
2.4	L'emigrazione intellettuale e il turismo ancestrale	48
2.5	Il turismo delle radici domestico	50
	Domande e temi di discussione	51

CAPITOLO 3 LE POLITICHE DI PRODOTTO

3.1	Turismo esperienziale e turismo delle radici	52
3.2	Le fasi del viaggio delle radici come esperienza turistica	53
3.3	Le attrazioni per i turisti delle radici	61
3.4	La «nostalgia» come elemento centrale di una strategia di marketing per il turismo delle radici	73
3.5	La co-creazione dell'esperienza del turista delle radici e il ruolo dei residenti	76
3.6	L'importanza dei servizi peer-to-peer e dell'interazione con la comunità locale	82
	Domande e temi di discussione	86

CAPITOLO 4 LA LEVA DELLA COMUNICAZIONE: STRATEGIE, CANALI E STRUMENTI PER L'INVITO A «TORNARE A CASA»

4.1	La comunicazione nel marketing mix del comparto dei viaggi e dell'ospitalità	87
4.2	La comunicazione istituzionale dei viaggi delle radici in Italia e altri paesi	88
4.3	La comunicazione in funzione della segmentazione del mercato e delle caratteristiche dei servizi	94
4.4	La strategia del piano di comunicazione	99
4.5	Gli strumenti di promozione dei prodotti delle radici: canali di comunicazione impersonali e personali	114
4.6	Il gap informativo sul web e la comunicazione digitale per i viaggi delle radici	118
4.7	Lo stile e il linguaggio della comunicazione	129
4.8	I contenuti sui viaggi delle radici	134
	Laboratori ed esercitazioni	135

CAPITOLO 5
LE POLITICHE DI PREZZO, LA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE
E LA COSTRUZIONE DI MODELLI AGGREGATIVI

5.1	La definizione del prezzo per l'offerta di esperienze e servizi ai turisti delle radici	136
5.2	I canali per la promo-commercializzazione delle proposte di viaggio	139
5.3	Gli attori coinvolti nell'esperienza turistica dei viaggiatori delle radici	152
5.4	Le reti territoriali e le cooperative di comunità	157
	Laboratori ed esercitazioni	162

CAPITOLO 6
TURISMO DELLE RADICI E ALTRI SEGMENTI TURISTICI:
COME STIMOLARE I VIAGGI CON MOTIVAZIONI
DI NATURA ETEROGENEA

6.1	Migrazioni, turismo delle radici e altre forme di turismo	163
6.2	Visiting friends and relatives e turismo delle radici	165
6.3	Turismo residenziale e migration led tourism	167
6.4	Il diaspora dark tourism e il turismo industriale legato alle radici	169
6.5	Il turismo ferroviario strumento per arricchire il patrimonio personale dei viaggiatori delle radici	174
6.6	Il turismo idiomatologico e le radici ancestrali	176
6.7	Il turismo sanitario diasporico	182
6.8	Turismo genealogico e viaggi ancestrali	184
6.9	Eventi e turismo della diaspora	185
6.10	Il legame tra turismo delle radici e turismo matrimoniale	188
6.11	Turismo delle radici ed enogastronomia tipica locale	191
	Domande e temi di discussione	196

CAPITOLO 7
L'ANALISI QUANTITATIVA DEL MERCATO TURISTICO
DELLE RADICI

7.1	L'importanza dei dati nella definizione del turismo delle radici	197
7.2	Le fonti ufficiali dei dati	199
7.3	La produzione dei dati statistici	203
7.4	Il web come fonte di dati	209
7.5	Dai dati alla conoscenza	209
	Domande e temi di discussione	213

CAPITOLO 8
VERSO IL FUTURO: COME SI EVOLVERÀ
IL TURISMO DELLE RADICI?

8.1	Come stanno cambiando il mercato delle vacanze e il turismo delle radici	214
8.2	Le tecnologie della informazione e della comunicazione e le comunità della diaspora	216
8.3	Le smart tourism destination per lo sviluppo del turismo delle radici	221
	Domande e temi di discussione	223
	 Bibliografia	 224