

Stefania Cerutti*

Il turismo backpacker nell'esperienza degli studenti universitari: analisi di un caso italiano

Parole chiave: turismo *backpacker*, turismo giovanile, esperienze turistiche, studenti *backpacker*.

Il contributo è dedicato al turismo *backpacker*, considerato parte del più ampio segmento del turismo giovanile. L'origine e l'evoluzione di questa forma di viaggio sono presentati e discussi attraverso l'analisi di parte della letteratura sul tema del turismo "zaino in spalla"; emergono elementi e approcci definitivi, ad oggi mescolati a motivazioni ed esperienze mutate e mutevoli. La logica orientata al mercato viene, infatti, arricchita da prospettive di natura geografica, sociologica e antropologica, capaci di far emergere caratteristiche e dinamiche *backpacking* di grande interesse. La ricerca condotta si propone di offrire un contributo al dibattito scientifico su questo filone di indagine, presentando dati e risultati di un caso studio italiano basato sulla domanda turistica *backpacker* di un campione di studenti universitari.

Backpacking and youth tourism: evidences from the literature, perspectives from a case study

Keywords: Backpacking, youth tourism, tourist experiences, backpacker students

This paper examines the young tourism in the context of the backpacking phenomenon. The origin and evolution of this form of travel are presented and discussed through the literature review on the backpacking theme; defining elements and approaches emerge, to date, mixed with changed and changing motivations and experiences. The market-oriented approach is, in fact, enriched by geographical, sociological and anthropological perspectives, in order to outline the main characteristics and dynamics of backpacking. The paper aims at contribute to the analysis of the backpacker demand side, presenting data and results from a case study on the attitude of young university students.

* Novara, Dipartimento di Studi per l'economia e l'impresa dell'Università del Piemonte Orientale, Via Perrone 18, 28100 Novara, stefania.cerutti@uniupo.it.

Saggio proposto alla redazione il 5 settembre 2020, accettato il 2 gennaio 2021.

1. INTRODUZIONE. – Per lungo tempo, il turismo *backpacker* è stato classificato come categoria distinta rispetto ad altre forme turistiche, quindi studiato e rappresentato come fenomeno unico e riconducibile a esperienze alternative, itineranti, prolungate e a basso costo da parte di giovani viaggiatori. Il popolo “zaino in spalla” si è, in realtà, notevolmente diversificato, rendendo complesso poter fornire una definizione unitaria del termine *backpacker*, che rischia pertanto di rimanere un’etichetta’ ampia e generale (Ateljevic e Doorne, 2004). Se questi viaggiatori condividono, da un lato, una serie di attributi legati alle consuetudini e modalità con cui tendono ad organizzarsi (Uriely *et al.*, 2002; Hannam e Ateljevic, 2007; Hannam e Diekmann, 2010), dall’altro le differenze con gli altri turisti si sono fatte nel tempo, e nello spazio, sempre più sfumate. Resta nell’immaginario collettivo, e indubbiamente ancora affascina coloro che vogliono mettersi alla prova e alla ricerca come viaggiatori, l’ideale del giovane nomade *hippie*, libero e indipendente (Visentin, 2013).

Ma la visione del *backpacking* come fenomeno non ‘di massa’ e alternativo va ricontestualizzata, in funzione del fatto che il turismo *backpacker*, così come vissuto ai giorni nostri, è stato possibile grazie allo sviluppo economico e politico portato dalla globalizzazione (O’Reilly, 2006): lungo le rotte più popolari seguite dai giovani, sono state realizzate infrastrutture turistiche mirate, atte a soddisfare, o anticipare, i bisogni dei viaggiatori. Sono sorti ostelli dormitori a basso costo, che di frequente organizzano tour nei siti più suggestivi, così come sono stati implementati sistemi di trasporto economici per consentire il raggiungimento di tali siti lungo un itinerario o circuito. Molte cose e situazioni sono cambiate, soprattutto dagli anni Ottanta a oggi, producendo nuove rappresentazioni o icone e, allo stesso tempo, modellando luoghi che si sono resi adatti a questa o ad altre forme di turismo contemporaneo (Borghi e Celata, 2009; Gavinelli e Zanolin, 2020).

Per tali ragioni, il *backpacking* non può essere considerato completamente avulso dal mercato turistico o dal sistema “non istituzionalizzato”. Si sono evolute sia la domanda, con le spinte motivazionali e culturali che la determinano, che l’offerta, con le condizioni e *facilities* che la compongono. Le trasformazioni che hanno interessato il *backpacking* e le dinamiche recenti conducono a rilevare come le divisioni cronologiche e geografiche che riguardano il mondo del turismo *backpacker*, gli elementi-base su cui si struttura, i prodotti e servizi turistici che ne sono correlati non possano essere considerati in modo categorico e restrittivo.

Il *turismo backpacker* viene tuttora considerato come parte dello *youth tourism*, fenomeno dinamico e in forte espansione che ha attirato, nell’ultimo decennio, un particolare interesse da parte di decisori politici, ricercatori e studiosi (UNWTO *et al.*, 2008, 2011; Moisă, 2010a). Non sempre risulta agevole poter incasellare e confrontare informazioni di dettaglio che perimetrino caratteristiche o risvolti del turismo giovanile *backpacker*, tanto più alla luce dei recenti cambiamenti e all’af-

fermarsi di nuove tipologie di turisti, quali i cosiddetti *flashpackers* (Paris, 2012; Richards, 2015). Sebbene non tutti i *backpackers* siano giovani, ma lo siano in prevalenza, sono soprattutto i turisti *under 30* a non muoversi esclusivamente ‘zaino in spalla’; ciò non esclude il fatto che molti fra loro compiano viaggi ed esperienze che per tipo di spostamento, alloggio, spesa, intenti rendono piuttosto complicato trovare soluzioni di continuità fra queste forme turistiche, immaginando costituiscono due poli di uno spettro. E ciò soprattutto in merito al fatto che i comportamenti turistici dei giovani studenti si siano rivelati sempre più indipendenti, anche nell’organizzazione ancor prima del viaggio stesso, tanto da definirli come *backpackers* e *students travellers* (Richards, 2006 e 2007; Richards e Wilson, 2004).

A partire da queste considerazioni, il paper apre con un quadro di sintesi relativo alla letteratura sul fenomeno *backpacker*, ritagliandone alcuni elementi definitivi e approcci che consentono di far emergere permanenze o evidenze di cambiamento insite nelle pratiche di turismo *backpacking*. Numerosi studi e dati si sono diffusi soprattutto in riferimento alle aree geografiche che costituiscono importanti bacini di domanda o note destinazioni, quali Australia, Nuova Zelanda, Thailandia, ultimamente Cina, nonché a peculiari questioni o declinazioni, tra cui quella di genere; emerge, tuttavia, un panorama ancora frammentato a livello europeo e nazionale.

In questa cornice, il paper dedica, successivamente, ampio spazio alla presentazione e discussione dei risultati di una ricerca *field* condotta su un campione di giovani studenti dell’Università del Piemonte Orientale. In linea con gli orientamenti tradizionali degli studi sul *backpacking*, la metodologia adottata è di natura empirica e fondata su uno studio di caso. Inteso come strumento e luogo di osservazione del fenomeno analizzato, tale caso consente di offrire uno spaccato interpretativo del turismo *backpacker* correlato a un *target* specifico di domanda: l’obiettivo del contributo è, infatti, quello di indagare il punto di vista degli studenti universitari in termini di percezione, propensione e soddisfazione correlate al viaggio ‘zaino in spalla’.

2. ORIGINE ED EVOLUZIONE DEL FENOMENO *BACKPACKER*: LETTERATURA, AMBITI DEFINITORI, APPROCCI. – Il termine *backpacker* è entrato nella letteratura di viaggio, e divenuto di uso comune, a partire dagli anni Settanta con la raccolta di alcune esperienze *on the cheap* nella guida *Lonely Planet*¹. Lo studio sistematico

¹ La casa editrice *Lonely Planet* è stata fondata nel 1972 da Tony e Maureen Wheeler: poco più che ventenni, partirono “zaino in spalla” per attraversare l’Europa in auto e raggiungere l’Asia. Arrivarono in Australia dove decisero di stabilirsi. Inizialmente offrivano consigli ad altri viaggiatori intenzionati a vivere la loro stessa avventura, ma poi, quasi per scherzo, raccolsero tutte le informazioni e stamparono la loro prima guida turistica, *Across Asia on the Cheap* (1973). Da quel momento compirono altri viaggi, al termine dei quali pubblicarono i consigli per i *backpackers* che volessero visitare gli stessi luoghi (Wheeler, 2010). Oggi, a distanza di quasi cinquant’anni, le guide turistiche

del *backpacking* trae origine, in quello stesso periodo, dalla differenziazione proposta da Cohen (1972) fra i turisti “non istituzionalizzati” e le loro controparti “istituzionalizzate” (Uriely *et al.*, 2002). Queste ultime corrispondono ai viaggiatori che rientrano, per profili e caratteristiche, nel cosiddetto “turismo di massa”; i primi, invece, sono giovani turisti, in maggioranza borghesi, che la letteratura scientifica presenta con una molteplicità di termini, poi divenuti declinazioni degli stessi *backpackers*: *drifters* (Cohen, 1972); *nomads* (Cohen, 1973); *youthful travelers* (Teas, 1974); *wanderers* (Vogt, 1976); *hitchhikers* (Mukerji, 1978); *tramping youth* (Adler, 1985) e *long-term budget travelers* (Riley, 1988). Ma è a far data dagli anni Novanta che il fenomeno turistico ‘zaino in spalla’ viene ampiamente indagato e rappresentato, in conseguenza a un forte interesse accademico (Hannam e Ateljevic, 2008)²: importanti ricerche approfondiscono e analizzano questa particolare modalità di intendere e vivere l’esperienza di viaggio, adottando lo studio di caso quale principale metodologia di indagine scientifica, qualitativa ed empirica (Pearce 1990; Loker, 1993; Jarvis, 1994; Haigh, 1995; Loker-Murphy, 1996; Buchanan e Rossetto, 1997). La maggior parte dei lavori viene condotta da studiosi europei, australiani e neozelandesi, nazioni in cui si registra un elevato numero di partenze di turisti *backpackers*. Il campo di indagine ricade sulle aree geografiche di destinazione che accolgono una notevole quantità di viaggiatori, come Australia, Asia e Indonesia (Ross, 1993 e 1997; Loker-Murphy e Pearce, 1995; Elsrud, 1998; Hampton, 1998; Ryan e Mohsin, 2001; Carrabetta, 2002; Scheyvens, 2002).

Sotto il profilo definitorio, rientrano nella categoria dei *backpackers* i giovani turisti *pleasure* auto-organizzati per compiere un viaggio prolungato, con più destinazioni e un itinerario flessibile (Desforges, 1998; Westerhausen e Macbeth, 2003; Muzaini, 2006). I limiti anagrafici utilizzati per perimetrare questi giovani viaggiatori sono piuttosto mutevoli, di difficile e non univoca delimitazione, e dunque definizione; nelle ricerche e indagini su casi di studio si rilevano classi diverse (ad esempio tra 17 e 20 anni in Larsen *et al.*, 2011) e valori medi differenti (ad esempio 23.8 anni in Murphy, 2001 oppure 25.5 anni in Piyaphanee *et al.*, 2010). Si tratta di indicazioni che vengono integrate o superate da altri approcci e considerazioni (Dayour *et al.*, 2017) quali quelli di natura etnografica: secondo Sørensen (2003), molti *backpackers* si trovano a un bivio nella propria vita in quanto neolaureati, sposati o divorziati, tra un lavoro e l’altro. Quindi buona parte del turismo con lo zaino in spalla sembra appartenere a periodi di transizione di un ci-

Lonely Planet rappresentano ancora una fonte di informazione per i viaggiatori ‘zaino in spalla’ di tutto il mondo, così come per quelli curiosi di altre culture e alla ricerca di esperienze autentiche.

² Una ricerca condotta dai membri del gruppo di ricerca BRG (*Backpacker Research Group*) di ATLAS (*Association of Tourism and Leisure Education*) riporta, infatti, che sul totale di 76 riferimenti bibliografici correlati al viaggio *backpacker* e giovanile, solo 11 siano stati pubblicati prima del 1990 (Richards e Wilson, 2004).

clo di vita, costituendo un segmento del turismo giovanile³, ma non solo (Richards e King, 2003; Pearce e Son, 2004). Ciò che resta condiviso sono le modalità e i motivi predominanti, in quanto si rileva che i viaggiatori ‘zaino in spalla’ siano desiderosi di sperimentare lo stile di vita locale, accomunati dalla voglia di fare esperienze, personali, autentiche, “alternative”, a contatto con i residenti, visitando zone non necessariamente parte delle rotte o destinazioni turistiche più conosciute (Allon, 2004; Shaffer, 2004; Oliveira-Brochado e Gameiro, 2013). L’immersione nella quotidianità dei luoghi e delle persone costituisce la motivazione-chiave dei viaggi *backpacking* (Cohen S.A., 2011; Maoz, 2006a, 2006b). Le attività ricreative si concentrano principalmente sull’ambiente naturale, sulla cultura e sull’avventura (Paris e Teye, 2010); questo focus è in linea con la tendenza dei viaggiatori ‘zaino in spalla’ a muoversi molto più di altri turisti, soprattutto alla ricerca di percorsi insoliti che consentano di misurarsi con se stessi, apprendere ed evolvere (Noy, 2004; Chen *et al.*, 2014). Molti viaggiano con un *budget* controllato, correlato alla durata piuttosto lunga dei loro spostamenti, generalmente tra i 2 mesi e un anno ma anche oltre (O’Reilly, 2005). Prediligono soggiornare in ostelli della gioventù o analoghe strutture ricettive poco costose, pubbliche o private (Slaughter, 2004; Hecht e Martin, 2006). Secondo alcuni autori (Westerhausen e Macbeth, 2003; Zhang *et al.*, 2018), l’ideologia *low cost* che connota lo stile di vita del *backpacker* è stata favorita dalla facilità dei viaggi internazionali, da una rete di strutture ricettive economiche e dal proliferare di agenzie di viaggio specializzate, unitamente alla flessibilità del percorso di vita e dei modelli di lavoro.

In questa prospettiva di inquadramento generale, si può cogliere la tendenza ricorsiva a compiere viaggi dello stesso tipo, rimarcando come le pratiche turistiche connesse al *backpacking* rispondano a una “filosofia” di viaggio (Alves *et al.*, 2019; Møller Jensen e Hjalager, 2019). Un’attenzione crescente viene posta sulla questione di genere in seno all’evoluzione del fenomeno (Myers e Hannam, 2008; Maoz, 2007a) facendo emergere nella letteratura un filone dedicato alle questioni critiche inerenti viaggi e viaggiatori in solitaria, in particolare donne⁴.

È indubbio che la natura multidimensionale e piuttosto indefinita del fenomeno *backpacking*, unitamente alle dimensioni sociali e culturali ad esso collegate (Carrabetta, 2010), renda di difficile perimetrazione, e talora di limitata utilità,

³ Il turismo giovanile consiste in viaggi indipendenti, per periodi di tempo che possono raggiungere una lunghezza massima di un anno, compiuti da persone di età compresa fra 16 e 29 anni, i quali sono motivati, in parte o completamente, dal desiderio di conoscere altre culture, creare esperienze di vita e beneficiare di opportunità di apprendimento al di fuori del proprio ambiente abituale (Sgritta e Staffieri, 2011; Demeter e Brätucu, 2014).

⁴ Numerosi studi recenti presentano un focus che viene posto sulle condizioni e sui cambiamenti emersi che permettono una maggiore diffusione delle pratiche turistiche *backpacking* al femminile, rimarcando spinte di autonomia da un lato e problemi di sicurezza dall’altro (Pereira e Silva, 2018; Abbasian, 2019; Yang *et al.*, 2019; Osman *et al.*, 2020; Yang, 2020; Wantono *et al.*, 2020).

uno sforzo definitorio univoco e complessivo (O'Reilly, 2006; Salvaggio, 2016). Pur accogliendo i caratteri generali menzionati, viene superata l'idea che il *backpacking* possa essere una mera forza omogeneizzante per via dei valori condivisi di frugalità e di ospitalità *low cost* da parte di giovani viaggiatori; si pone quindi maggior enfasi su alcuni aspetti, sia materiali che immateriali, che consentono di leggere e interpretare tale fenomeno. Due sono i binari principali lungo i quali le ricerche sul turismo *backpacker* si sono strutturate e orientate: quello di ordine sociologico e quello di mercato. Se in linea generale sono trasversali e condivise alcune questioni di fondo – correlate al bisogno di fuggire, al desiderio di incontro, al ruolo delle comunità di viaggiatori, all'istituzionalizzazione delle *facilities* turistiche, alle ricadute personali e territoriali (Doorne, 1994; Spreitzhofer, 1998; Cohen, 2010; Hannam e Ateljevic, 2008) – vengono esplorati contesti particolari e utilizzati linguaggi diversi in funzione dell'orientamento adottato. Per quanto riguarda l'approccio *market oriented*, l'attenzione si focalizza sulle caratteristiche della domanda e sullo sviluppo del prodotto turistico *backpacking* (Doorne, 1993; Paris *et al.*, 2015), sulla differenziazione dell'offerta e segmentazione del mercato (Vance, 2004; Hiransomboon, 2012), sulla diffusione del cosiddetto WOM, Word of Mouth, anche in digitale (Alves *et al.*, 2016; Martins *et al.*, 2018), sull'andamento e sugli effetti delle spese (Hampton, 2013; Dayour *et al.*, 2016), sulla *customer satisfaction* (Allon, 2004; Nash *et al.*, 2006), sul ruolo dei *social media* (Guerreiro *et al.*, 2019). Alla prospettiva economica e di *marketing* si affiancano, o contrappongono, analisi di matrice sociologica e antropologica, in cui l'interesse si sposta su altri aspetti quali: i fattori che condizionano l'identità dei *backpackers* (Buchanan, 1985; Haggard e Williams, 1992; Richards e Wilson, 2005; Chen *et al.*, 2020; David, 2020), gli elementi connessi alla peregrinazione e al nomadismo (Sørensen, 2003; Courant, 2013), le condizioni di rischio (Jonas e Mansfeld, 2017), il ruolo dei viaggiatori (Pearce e Maoz, 2008) e le loro esperienze come volontari (Ooi e Laing, 2010).

Il respiro sociale e umanistico abbraccia punti di vista multidisciplinari che si rivelano utili per delineare i contorni del fenomeno. Vengono analizzati criteri e profili dei *backpackers* basati sulle spinte motivazionali e sulle pratiche dei turisti “zaino in spalla” (Edensor, 2000; Adkins e Grant, 2007; Cohen, 2011), attribuendo uno spazio importante alle relazioni sociali tra viaggiatori (Murphy, 2001; Ryan e Mohsin, 2001), agli elementi psicologici connessi (Ateljevic e Doorne, 2001; Collins-Kreiner *et al.*, 2018), agli aspetti geografici ed etnografici (Visser e Barker, 2004; Mascheroni, 2007; Emanuelli e Lobosco, 2015; Cohen, 2018; David, 2020), alla mobilità (Jensen, 2009; Reichenberger, 2017; Iaquinto, 2018). Numerosi studi rilevano che tali viaggi siano percepiti come altamente significativi e trasformativi (Maoz, 2007b; O'Reilly, 2006) al punto da identificarli come fase di transizione personale o rito di passaggio dall'adolescenza alla maturità (Kanning, 2013; Mat-

thews, 2014). In altre analisi, inoltre, emerge che i *backpackers* sono frequentemente *working holidaymakers*, ovvero svolgono attività lavorative durante la propria permanenza per auto-finanziarsi, facendo del luogo visitato più un abitare temporaneo che un soggiorno turistico (Richards e Wilson, 2004; Allon *et al.*, 2008). È questa un'ulteriore modalità che contribuisce a far vivere un'esperienza immersiva e trasformativa, in particolare ai viaggiatori giovani.

Orientamenti e pratiche recenti svelano altre modalità e tendenze di vivere un'esperienza *backpacking*, rafforzando l'attenzione verso la sostenibilità (Canavan, 2018; Agyeiwaah *et al.*, 2020; Iaquinto e Pratt, 2020) e sfumando la collocazione di tale esperienza tra le forme di turismo "alternativo" (Brochado e Rita, 2018; Chen *et al.*, 2020) o meramente giovane (Veríssimo e Costa, 2018; Shokoohyar, 2019). L'evoluzione attuale e la frammentazione del turismo *backpacker* mettono in evidenza l'affermarsi delle seguenti categorie (Gibson, 2016; Wiweka *et al.*, 2019):

- *Flashpacker*, appassionato di sentieri e percorsi, colloca se stesso tra due posizioni ovvero *backpackers* e turisti;
- *Gap-packer*, nuova parola utilizzata per designare chi si muove "zaino in spalla" in numerosi stati e in un breve lasso di tempo;
- *Megaloping*, stile *backpacking* in cui i partecipanti utilizzano solo mezzi di trasporto pubblici per i propri spostamenti principali, anche in relazione a motivazioni sostenibili;
- *Open Trip (Combined Trip)*, *joint tour* aperto al pubblico in cui i partecipanti vengono suddivisi in gruppi con itinerario prestabilito, prezzo e dettagli di viaggio definiti da un *team leader*;
- *Share Cost*, modelli di viaggio in cui tutti i costi vengono equamente suddivisi tra i partecipanti.

Uno dei segmenti più interessanti è quello dei *flashpackers*, viaggiatori che, pur muovendosi con il proprio zaino, tendono a ridurre la durata dell'esperienza, concentrandola nel periodo annuale di sospensione della propria professione, possono avere un'età più avanzata (entro i 30 anni), hanno una capacità di spesa decisamente superiore rispetto ai *backpackers* tradizionali⁵; si possono altresì identificare grazie agli avanzati strumenti tecnologici che portano con sé (Jarvis e Pelel, 2010). Innegabilmente costituiscono il frutto della società contemporanea che emerge dai cambiamenti economici, demografici, tecnologici e sociali mondiali; quindi un'esperienza di viaggio *flashpacker* viene mediata attraverso la comunicazione e gli strumenti digitali, al punto che questi viaggiatori vengono classificati come una combinazione tra la cultura *backpacker* e quella dei cosiddetti "nomadi digitali" (Paris, 2012; Pitanatri e Pitana, 2019). Le indagini finora diffuse sono

⁵ Con l'avvento dei *flashpackers*, vi sono altre categorie che sfruttano i prezzi ridotti degli ostelli per i pernottamenti, come ad esempio famiglie o visitatori in viaggio per motivi lavorativi (Mikulic *et al.*, 2016).

piuttosto rare; emerge quindi l'interesse, spinto soprattutto da parte del mercato, di una continua ricerca in questo campo in seguito alla notevole diffusione di questi nuovi viaggiatori (Reitano, 2020) aperti, fluidi, connessi attraverso tecnologie e reti, desiderosi di muoversi liberamente utilizzando le molteplici modalità di viaggio e di sistemazione oggi disponibili. Se permane la ricerca di esperienze avventurose ed esotiche, cambiano però gli stili di vita e di viaggio, le esigenze dei viaggiatori, le soluzioni proposte ai *neo-backpackers*, profilando scenari futuri incerti ma intriganti.

3. L'ESPERIENZA *BACKPACKER* TRA GLI STUDENTI UNIVERSITARI. ANALISI DI UN CASO STUDIO. – A partire da novembre 2019 è stata implementata un'indagine conoscitiva volta a rilevare la diffusione del fenomeno *backpacker* tra gli studenti dell'Università del Piemonte Orientale (UPO). Con l'intento di far emergere quanti di loro abbiano vissuto un'esperienza *backpacker* pregressa – con annesse caratteristiche e valutazioni – e quanti di loro, invece, abbiano intenzione di sperimentarla, l'analisi condotta si inserisce nel filone di ricerca qualitativa ed empirica sulla domanda turistica legata al *backpacking*. Si propone, quindi, di offrire un proprio contributo al dibattito scientifico, in Italia ancora piuttosto lacunoso, sull'attitudine dei giovani, in particolare universitari, verso la pratica del turismo *backpacker*, analizzandone profili *target*, motivazioni, comportamenti. La metodologia adottata è stata quella dello studio di caso e lo strumento utilizzato per la rilevazione delle informazioni è stato un questionario *online*⁶, creato *ad hoc* mediante l'uso della piattaforma online di Google Moduli. È stato somministrato a un campione di 3000 universitari, selezionati in modo casuale da parte dell'*Ufficio Data Mining and Managing* UPO, su una popolazione totale di 14.758 (dato aggiornato al 19 marzo 2020)⁷. Per raggiungere gli universitari selezionati, e sollecitare la loro adesione al processo di indagine, sono stati utilizzati i canali di comunicazione istituzionali. La comunicazione e distribuzione delle richieste di partecipazione è avvenuta tra il 12 e il 20 dicembre 2019; la finestra temporale entro cui i destinatari potevano rispondere alle domande si è chiusa il 12 febbraio 2020.

Il questionario si compone di tre sezioni, due comuni – iniziale e finale – e una parallela centrale. La prima sezione, che conta 13 domande, è stata strutturata in modo univoco per tutti i rispondenti al fine di raccogliere dati di tipo personale (quali età, genere, residenza e livello di istruzione) e comportamentale-turistico

⁶ Il lavoro di costruzione, somministrazione del questionario e successiva analisi dei risultati è stato oggetto di tesi di laurea magistrale in Lingue, Culture, Turismo, Dipartimento di Studi Umanistici (UPO) da parte della candidata Federica Magnoni, sotto la supervisione scientifica della Prof.ssa Stefania Cerutti. Titolo *In viaggio con i backpacker: l'esperienza degli studenti dell'Università del Piemonte Orientale* (Anno Accademico 2018/2019).

⁷ Iscritti complessivi per genere: 8966 femmine e 5792 maschi (*data warehouse interno - Ufficio Data Mining and Managing* UPO).

(numero di viaggi e pernottamenti nell'arco di un anno, tipologia di sistemazione, *budget* medio per ogni viaggio). Questa parte si chiude con una specifica domanda sul tema oggetto di ricerca, relativa all'aver effettuato in passato almeno un viaggio in stile *backpacker*. In caso di risposta affermativa, il questionario prosegue con una sezione composta da 18 quesiti volti a far emergere comportamenti, preferenze e atteggiamenti degli studenti UPO in qualità di viaggiatori 'zaino in spalla'. In caso di risposta negativa, si apre una sequenza di 7 quesiti volti a portare alla luce gli elementi che li hanno dissuasi, o non motivati, dall'idea di intraprendere un'esperienza *backpacker*. L'indagine si chiude con una sezione contenente una domanda di raccordo, finalizzata a raccogliere un pensiero di sintesi da parte dei rispondenti riguardo il turismo *backpacker*. Tenendo conto dei due percorsi paralleli, gli studenti hanno dovuto rispondere, complessivamente, a 32 domande nel caso di responso affermativo o a 21 nella situazione opposta⁸. I questionari completati sono stati 548, a significare che il 18.3% del campione ha completato il percorso procedendo a un corretto invio⁹.

La prima sezione rivela che prevalgono rispondenti di genere femminile (71.2%), con una media di 21 anni, che risiedono in prevalenza nelle province di Novara e Alessandria (26.1% e 20.1%) seguite dalle province di Milano (12.1%), Vercelli (9.4%), Torino (7.5%), Biella (6.4%) e Asti (6.2%). Un dato, questo, che rispecchia il bacino di provenienza degli studenti UPO, le cui città di residenza sono collocate perlopiù nelle quattro province del quadrante orientale del Piemonte (Novara, Verbania, Biella e Vercelli) o in quelle di prossimità; solo in due casi le città indicate non sono italiane¹⁰. Il 66.9% dichiara di essere studente, il 32.6% si qualifica come studente-lavoratore¹¹, si classifica come stagista o tirocinante lo 0.5%. In merito alle abitudini, emerge come la maggior parte degli studenti (35.4%) viaggi 2 volte nell'arco di un anno, seguiti da coloro che si spostano una volta sola (22.8%), per una media complessiva di 7.3 notti lontani da casa. Con riferimento al tipo di sistemazione, i rispondenti hanno potuto scegliere più di un'opzione dall'elenco loro proposto: i giovani studenti UPO prediligono le strutture alberghiere (62.6%) e gli appartamenti (61.5%), cui seguono B&B (37.2%), AirBnB (23.9%). Vi sono però molti altri alloggi sfruttati dal campione analizzato.

⁸ In prevalenza domande chiuse, a scelta multipla, a tendina e con caselle di spunta.

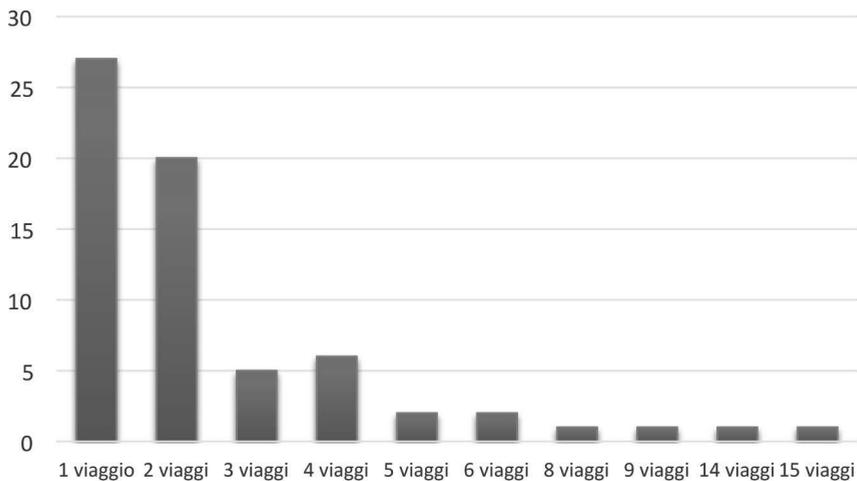
⁹ Ai rispondenti è stato, ovviamente, garantito l'anonimato. I dati di compilazione sono stati trattati nel rispetto delle leggi di protezione dei dati personali.

¹⁰ Solo in due casi la residenza corrisponde alle città europee di Salamanca e Parigi.

¹¹ Gli interpellati si suddividono nei vari dipartimenti UPO: la maggior parte frequenta corsi che fanno parte del dipartimento di Scienze e Innovazione Tecnologica (30.2%), seguiti da quelli di Studi per l'Economia e l'Impresa (22.1%), Studi Umanistici (15.7%), Giurisprudenza e Scienze Politiche, Economico e Sociali (9.2%), Scuola di Medicina (8.5%), Medicina Traslazionale (7.2%), Scienze del Farmaco (4.4%) e, infine, Scienze della Salute (2.7%). Gli studenti lavoratori UPO costituiscono il 7% del totale degli studenti (al 19 marzo 2020, vedi nota 6), quindi la quota raggiunta dal questionario è altamente significativa.

Settantadue studenti (il 13.13% del totale) dichiarano di usufruire di ostelli durante le proprie vacanze, invece 63 (11.5%) sostano anche presso i campeggi. Altre sedi per i pernottamenti corrispondono a case di proprietà, dove 9 rispondenti (l'1.6%) trascorrono le proprie vacanze, a luoghi in cui viene offerta ospitalità, ad esempio da parenti nel 1.09% dei casi, da amici per la stessa quantità percentuale e da chiese o centri missionari per lo 0.36% delle situazioni. Con riferimento all'offerta di ospitalità, l'1% degli intervistati indica che accetta di dormire all'interno di case di sconosciuti attraverso la pratica di *couch surfing*. Per concludere, una quota ridotta (0.18%), equivalente ad 1 rispondente per ogni sistemazione di seguito elencata, pernotta in luoghi come villaggi turistici, residence, agriturismi, camper, barche e tende o rifugio auto allestito. Circa la metà degli intervistati dichiara di spendere una somma compresa fra 250 e 500€ per ogni viaggio. Il 66.6% dei rispondenti viaggia solitamente in compagnia di amici, il 60.2% con i propri familiari; una parte significativa degli intervistati dichiara di andare in vacanza con il proprio o la propria partner (42.8%) mentre il 14% viaggia in solitaria.

Profilati i rispondenti, si è reso possibile comprendere modalità, motivazioni e grado di soddisfazione di coloro che hanno vissuto almeno un'esperienza di viaggio *backpacker* (68 studenti, pari al 12.4%) aprendo loro le domande della sezione centrale.



Fonte: elaborazione personale.

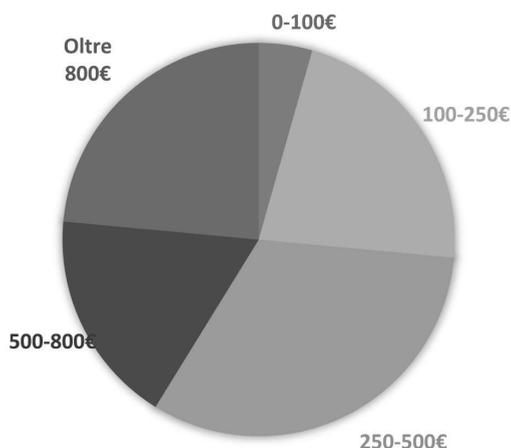
Fig. 1 - Esperienze backpacking degli studenti UPO, posti in ordinata in valore assoluto

In merito agli strumenti con cui essi sono venuti a conoscenza del fenomeno emergono i *social networks* (42.9%), seguiti dal passaparola (38.1%), siti web de-

dicati (31.7%). Altre modalità che hanno dato l'ispirazione ai viaggiatori "zaino in spalla" sono i libri (19%), i blog (15.9%) e le riviste turistiche (12.7%) oltre alla spinta per conoscenza di familiari o amici *backpackers* a propria volta (2.9%). Con l'aumentare della quantità di spostamenti, diminuiscono i partecipanti per ciascuna fascia; coloro che sono partiti per 5 e 6 viaggi sono 2 per ogni categoria (2.9%); mentre quelli che hanno vissuto un numero elevato di esperienze *backpacker* – ovvero 8, 9, 14 o 15 – corrispondono ad una persona per ciascuna quantità elencata (1.4%). È interessante notare come per gli universitari UPO l'esperienza *backpacking* sia ricorsiva (Fig. 1): complessivamente il 58.8% di loro ha compiuto 2 o più esperienze, rimarcando quanto questa tipologia corrisponda a una 'filosofia' di viaggio, a un'attitudine che accompagna le scelte di spostamento e conoscenza dei giovani (Alves *et al.*, 2019). Il rapporto di genere all'interno del segmento indagato è bilanciato, con un leggero vantaggio a favore delle femmine. Il dato acquista significato se incrociato con i risultati dell'indagine relativi a quesiti posti sulle preferenze e sui comportamenti di/in viaggio adottati: confermando quanto precisato da alcuni studi (Myers e Hannam, 2008; Morrison, 2019), le studentesse UPO sono più interessate all'esperienza globalmente intesa, mentre gli studenti si soffermano maggiormente sulle attività e sulle visite realizzabili. I fattori di scelta rilevanti indicati nella fase pre-esperienziale e il relativo grado di soddisfazione valutato post-esperienza rivelano come le ragazze abbiano trovato risposta ai propri intenti di esplorazione e conoscenza, uniti all'idea di viaggio come sfida personale e di allontanamento dalla *comfort zone*, facendo esperienze turistiche immersive e allontanandosi dalla concezione del viaggio come mera vacanza o somma di attività, quantomeno nelle intenzioni e motivazioni.

In linea con quanto rilevato in merito alle caratteristiche di questa tipologia turistica e in riferimento allo specifico contesto italiano (Carrabetta, 2008), l'88.2% degli studenti *backpacker* UPO si è organizzato in modo autonomo e consapevole, informandosi mediante guide o *blog* sul viaggio e sulla destinazione, aggregando i servizi di offerta e finalizzando la prenotazione *online*. Il 29.4% ha pianificato i propri spostamenti grazie al passaparola, ascoltando quindi i consigli di amici o conoscenti che avevano già precedentemente affrontato un viaggio simile, inserendosi nell'ambito del WOM, di cui nel paragrafo precedente, e in particolare della sua evoluzione digitale (e-WOM) dato che gli studenti hanno dichiarato di utilizzare i propri *devices* per informarsi e prenotare. Il 10.3% si è appoggiato ad agenzie viaggio per la predisposizione dell'itinerario; infine, il 2.9% ha fatto ricorso al supporto di centri missionari o associazioni.

Un altro aspetto che emerge in modo chiaro si riferisce alla questione economica: come per il complesso degli studenti del campione UPO intervistato, anche quelli "zaino in spalla" spendono una cifra massimamente compresa tra i 250 e i 500€ (32.4%). Si segnalano però numerosi viaggiatori che sborsano più di 800€ (23.5%) (Fig. 2).



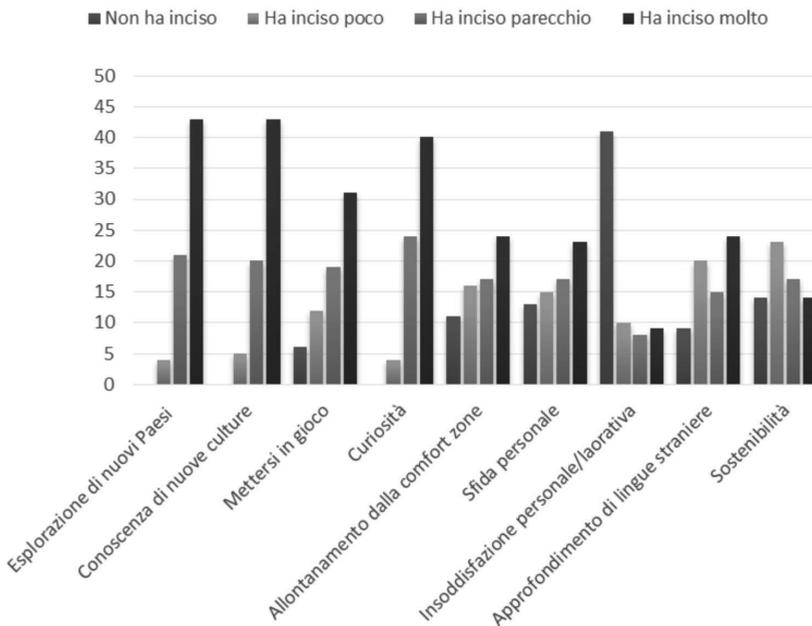
Fonte: elaborazione personale.

Fig. 2 - Budget degli studenti backpacker UPO

Questo dato rivela che le spese sostenute non siano, in media, contenute e si pone in controtendenza rispetto alla modalità *low cost* del viaggio e alle variabili connesse che definiscono il turismo *backpacker* (Loker-Murphy e Pearce, 1995; Hampton e Hamzah, 2016). Ciò non dipende dal tempo di permanenza degli studenti UPO nelle destinazioni prescelte, piuttosto contenuto come emerso dall'indagine e precisato più avanti, quanto piuttosto da una diversa attitudine al viaggio e da una tendenza che potrebbe avvicinarli alle pratiche *flashpacking* presentate nel precedente paragrafo. Il più ampio *budget* a disposizione porta con sé un elemento positivo in relazione alle ricadute generate sui luoghi visitati; infatti, si può appoggiare la tesi di Hampton (2013), secondo la quale gli impatti economici sulle economie locali siano positivi e superiori rispetto a quelli ottenuti da altri segmenti del settore turistico, grazie all'elevato moltiplicatore di reddito. Sempre con riferimento alla parte economica, il 19.1% degli studenti *backpacker* ha dichiarato di aver svolto una o più attività lavorative retribuite durante il periodo di viaggio per finanziare il proprio viaggio, avvicinandosi all'idea di vivere nel contesto visitato come "residenti temporanei".

Sotto il profilo motivazionale (Fig. 3), il desiderio di esplorare nuovi Paesi (83.8%) e di conoscere nuove culture (80.9%) acquisiscono un ruolo preponderante. L'uscita dalla propria *comfort zone* rappresenta una delle motivazioni fondamentali che ha portato alla decisione di mettersi in viaggio (47.1%), unitamente alla volontà di mettersi in gioco e di affrontare una sfida personale (44.1%): questi tre motivi hanno un legame con la personalità e la crescita interiore degli individui, considerate elementi chiave di questa tipologia di viaggiatori (Paris e Teye, 2010).

Un altro fattore di spinta (39.7%) corrisponde alla voglia di approfondire la conoscenza di una o più lingue straniere. Nel corso della ricerca sono emersi ulteriori fattori, che però hanno interessato un minor numero di rispondenti: volontà di spostarsi in modo sostenibile e a contatto con la natura (20.6%), insoddisfazione personale o lavorativa (8.8%), finalità spirituali, obiettivi di allenamento, divertimento, passione per la fotografia (questi ultimi indicati da un solo studente). Recenti studi segnalano tra i fattori motivazionali *pull* primari lo stimolo alla conoscenza, il coinvolgimento del luogo e della comunità ospitante, l'esperienza in natura (Møller Jensen e Hjalager, 2019).



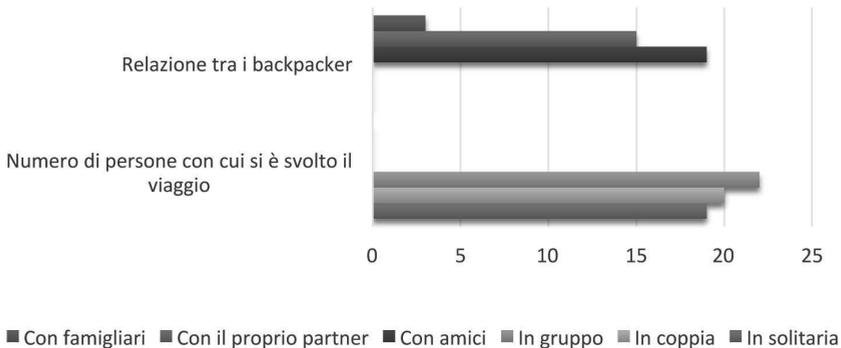
Fonte: elaborazione personale.

Fig. 3 - Motivazioni di viaggio degli studenti backpacker UPO, posti in ordinata in valore assoluto

Il tempo trascorso viaggiando dagli studenti UPO indica come il 35.3% abbia vissuto un'esperienza di una sola settimana, il 17.6% di due settimane, il 28% di un mese, il 7.4% tra uno e due mesi, scostandosi dai valori del *backpacking* "tradizionale". Per durate maggiori la percentuale dei rispondenti diminuisce, facendo emergere che un quinto di loro si inserisce nello *slot* medio di 2-12 mesi: per il 2.9% la permanenza si è protratta per un periodo di sei mesi, per il 5.9% si registra un anno intero e per il 2.9% oltre un anno. La durata si rivela correlata agli

spostamenti effettuati: ha viaggiato in Europa l'82.4% degli studenti, in America e in Asia il 22.1%, in Africa il 20.6%, in Oceania il 4.4%. Gli studenti UPO si sono mossi principalmente come turisti *outgoing* e hanno potuto scegliere più opzioni. Per quanto concerne l'Europa, essi hanno prediletto Francia e Spagna quali mete, seguite da Germania e Inghilterra. Poco interesse per l'Europa settentrionale e orientale. Quanto più sono state raggiunte destinazioni lontane, tanto più il tempo di permanenza si è dilatato e il *budget* è stato incrementato.

Il numero più consistente degli studenti (32.4%) ha vissuto un'esperienza in gruppo (ristretto, al massimo composto da 8 persone) scegliendo come propri compagni di viaggio in prevalenza amici e partner (Fig. 4). Ha dichiarato di aver viaggiato in coppia il 29.4% dei rispondenti, mentre il *backpacker* solitario rappresenta il 27.9% del totale. È un dato, quest'ultimo, che si può correlare con la modalità del *solo traveller backpacker* più conosciuta, nonché con la maggior popolarità acquisita, tra i giovani e non, dalle esperienze in solitaria in conseguenza agli stili di vita contemporanei e ai cambiamenti sociali registrati (Yang, 2020).

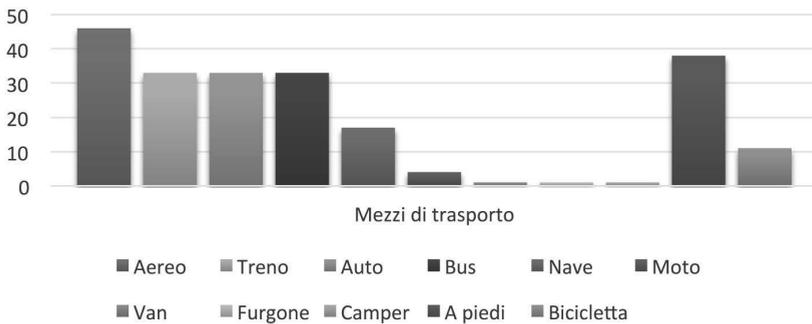


Fonte: elaborazione personale.

Fig. 4 - Compagni di viaggio degli studenti backpacker UPO, posti in ascissa in valore assoluto

I quesiti concernenti le pratiche adottate nella fase centrale dell'esperienza, ovvero quella del viaggio vero e proprio, hanno indagato sia le modalità di spostamento, sia quelle di pernottamento. Anche in questi casi, i partecipanti al questionario potevano selezionare più di un'opzione tra quelle offerte e aggiungerne altre. Sotto il primo profilo, l'indagine rivela che gli studenti UPO si sono orientati su scelte multimodali, privilegiando l'aereo (67.6%), per spostamenti su lungo raggio e proposte *low cost*, il treno (48.5%), la nave (25%), distanziando ampiamente auto, bus e moto (Fig. 5). Giunti nella destinazione, il 55.9% ha affermato di spostarsi camminando, in linea con l'attitudine di questi viaggiatori ad allontanarsi il

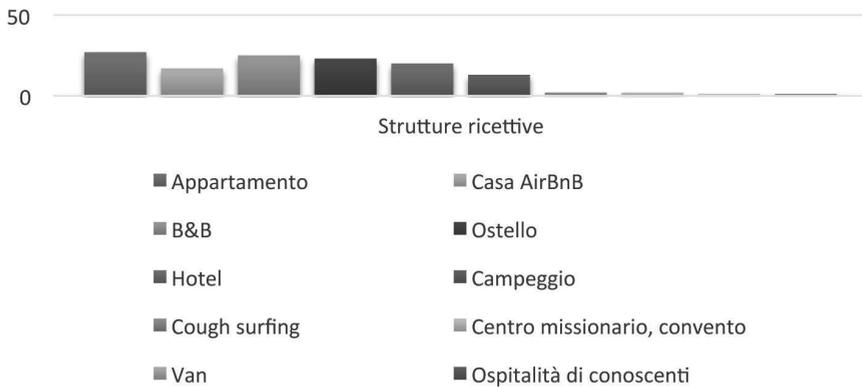
più possibile dai sentieri già battuti e a spingersi, una volta *in loco*, verso zone più incontaminate e spesso difficilmente raggiungibili con i mezzi pubblici. Ciò dimostra che la mobilità assume un ruolo importante in seno al turismo *backpacker*, che per sua natura intreccia velocità e ritmi fluttuanti. Volare, viaggiare in autobus, fare *car pooling*, aspettare le corse dei mezzi pubblici, visitare le città, magari anche lavorare, e poi spostarsi ancora: ciò altera velocità e ritmi del viaggio e degli stessi viaggiatori ‘zaino in spalla’ (Iaquinto, 2018) e contribuisce a generare esperienze più o meno immersive e sostenibili.



Fonte: elaborazione personale.

Fig. 5 - Mezzi e modalità di viaggio degli studenti backpacker UPO, posti in ordinata in valore assoluto

In riferimento alle strutture ricettive, si osserva (Fig. 6) che le abitudini degli intervistati spingono gli studenti UPO a preferire alloggi diversi dagli ostelli, considerati ‘la’ sistemazione per i viaggiatori ‘zaino in spalla’: mentre il 33.8% di loro ha scelto l’ostello, il 39.7% e il 25% gli appartamenti e AirBnB, il 36.8% i B&B, il 29.4% l’hotel, il 19.1% il campeggio. Limitata a due studenti la pratica del *couch surfing* così come la scelta di centri missionari, conventi o spazi comuni in cui dormire con sacco a pelo. Il quadro che emerge denota, complessivamente, una propensione marcata verso la ricettività di tipo privato che, analogamente alla ‘filosofia zaino in spalla’, consente ai turisti di vivere *like a local*. Sembra essere, in particolare, la proposta AirBnB a raccogliere il testimone del desiderio dei turisti di essere un “tutt’uno con la gente del posto” e con la loro tendenza ad evitare servizi e luoghi dell’industria del turismo convenzionale (Muzaini, 2006). Non manca, certamente, una retorica di “condivisione” che ruota intorno alla proposta di AirBnB che però sottende, effettivamente, l’opportunità per i viaggiatori di vivere temporaneamente “con un locale” nella propria casa (Sans e Quaglieri, 2016).



Fonte: elaborazione personale.

Fig. 6 - Ospitalità degli studenti backpacker UPO, posti in ordinata in valore assoluto

La seconda parte dedicata agli studenti UPO *backpacker* si chiude con un quesito specifico al fine di valutare il ruolo dei *social networks* in relazione alla condivisione dell'esperienza vissuta. Mentre l'8.8% dei rispondenti dichiara di non usare alcun mezzo, il 27.9% afferma di non aver pubblicato o condiviso informazioni in merito al proprio viaggio. Tra i rispondenti *social* prevale l'utilizzo dei seguenti canali: *Instagram* (72.1%), *WhatsApp* (44.1%), *Facebook* (23.5%). Se è indubbio che i *social media* stiano plasmando anche le esperienze dei *backpackers* in modo sempre più importante (Guerreiro *et al.*, 2019), al contempo sarebbe interessante condurre ulteriori analisi mediante una combinazione di metodi, quali la *sentiment analysis* o la *digital ethnography*, per desumere e rielaborare le informazioni che si trovano nei *post* e nei *blog* basate sulle parole. Quanto affermato dai partecipanti all'indagine in ambito universitario si allinea con il profilo emergente dei *turisti social* (Ejarque, 2015) e dei *flashpackers* presentati nel paragrafo precedente.

L'analisi delle risposte di coloro che, invece, non hanno mai vissuto un'esperienza *backpacker* (480 studenti pari all'87.6% del campione casuale) discende dai risultati dei quesiti che compongono la seconda sezione parallela. Seppur la maggior parte dei rispondenti di questa categoria abbia dichiarato di essere al corrente dell'esistenza del fenomeno, la conoscenza legata ad esso risulta però limitata o frammentata, superficiale o viziata da pregiudizi. Ciò si può sostenere, con particolare rimando alle questioni *budget* – decisamente o molto basso o molto elevato, e dunque non in linea con quanto emerso relativamente agli studenti viaggiatori 'zaino in spalla' – e motivazioni – emergono in questo caso una debole propensione a conoscere altre culture, a uscire dalla propria *comfort zone*, unitamente a una limitata curiosità. Come precisato, il *backpacking* non si manifesta oggi come stile esclusivamente *low cost* e anche i motivi che ne sostengono la scelta sono mutati e ampi.

Per concludere, una terza sezione ha invitato gli intervistati *backpacker* ad esprimere, su una scala di valore da 1 a 10, il loro gradimento, correlato a quanto fossero disposti a consigliare questa forma di viaggio ad amici o conoscenti: l'esperienza *backpacker* è stata valutata molto positivamente, con un giudizio complessivo medio pari a 8.7. Parimenti è emersa, dall'ultimo quesito della terza parte dedicato agli studenti non-*backpacker* o neofiti, una forte spinta ad intraprendere un viaggio di questo tipo: su una scala graduata da 1 a 5, in ordine di interesse crescente, è emerso infatti che ben l'80.6% di loro abbia espresso un valore superiore o uguale a 3.

4. CONCLUSIONI. – Il *turismo backpacker* si è sviluppato – come rilevato dalla letteratura e, in particolare, dall'analisi dello studio di caso presentato – interessando non già un target di '*backpacker* puro' ma creando un ibrido tra viaggiatore e turista tradizionale mediante proposte che attraggono e motivano i giovani. Il fattore comune che unisce *youth tourism* e *backpacker tourism* è quello di voler conoscere a fondo il posto in cui ci si reca, muovendosi quindi come viaggiatore consapevole, istruito e informato.

Gli esiti dell'indagine condotta tra gli universitari dell'ateneo piemontese (UPO) confermano queste tendenze e rafforzano l'idea che gli studenti non siano di per sé meramente avventurieri o nomadi e neppure turisti 'di massa', quanto piuttosto turisti/viaggiatori, amanti delle nuove scoperte e dello stare insieme lungo percorsi di viaggio che esaltino il contatto con i territori visitati e l'approccio lento. Riprendendo le teorie di Cohen (1972) presentate nel secondo paragrafo, il caso discusso lascia trasparire un allontanamento dalle categorie stringenti dei turisti "istituzionalizzati" o "non-istituzionalizzati", manifestando la necessità di accogliere i profondi cambiamenti sociali intervenuti sia dal lato dell'offerta che soprattutto della domanda turistica.

Mete, percorsi e attività degli studenti UPO risultano essere influenzati dall'offerta di *facilities* e servizi: le località più visitate sono quelle che presentano il più alto numero di strutture ricettive, ostelli ma non solo, e di possibilità per coloro che si spostano con mezzi privati. Questo testimonia come l'intenzione di fare esperienze anticonformiste, *low cost* e lontane dai circuiti più battuti resti, sempre più di frequente, una dichiarazione che nei fatti trova un riscontro piuttosto debole poiché, se si mantiene il desiderio di conoscere ed esplorare, difficilmente ci si allontana dai fattori di offerta che determinano la notorietà e l'*appeal* di una località. Le esperienze turistiche proposte e ricercate dai giovani non corrispondono a esplorazioni solitarie e avventurose, ma assomigliano più frequentemente alle escursioni guidate tipiche dei tour pre-organizzati; eppure godono di estremo successo tra i *backpackers* che le riconoscono come proprie e rispondenti all'idea di viaggio alternativo e dinamico. Allo stesso modo, gli ostelli e le strutture ricettive

scelte non assolvono più alla funzione di alloggio *budget* da sfruttare esclusivamente per il pernottamento.

Le pratiche turistiche e le relazioni che da esse vengono generate, o da cui sono condizionate, portano a considerare gli spazi visitati e vissuti non come sistemi chiusi, che confinano e supportano l'esperienza *backpacker*, quanto piuttosto ambienti dove tale esperienza viene costruita socialmente e culturalmente, riconoscendo in questo modo l'importanza spaziale del fenomeno (Wilson e Richards, 2008; Reichenberger, 2017; Chen e Huang, 2019). Le spinte motivazionali e le modalità fruibili degli studenti UPO si inseriscono in questo orizzonte, disegnando una geografia pur limitata ma di interesse per comprendere il fenomeno indagato a scala nazionale.

Ampio dibattito e spazio, dunque, da alimentare in ulteriori studi e approfondimenti al fine di cogliere quali permanenze e cambiamenti connotino il mondo, indubbiamente affascinante, del turismo 'zaino in spalla', fatto da persone e luoghi che domandano, e offrono, opportunità ed esperienze da mettere, anche metaforicamente, in quello zaino. Dal lato del mercato e degli operatori, ma soprattutto da quello accademico e della ricerca, emerge forte l'interesse di continuare a indagare per comprendere le dinamiche attuali e gli scenari futuri che vedranno i turisti, soprattutto giovani *backpacker*, come protagonisti di scelte e quindi di viaggi in un momento storico di incertezza e crisi quale quello che stiamo vivendo.

Bibliografia

- Abbasian S. (2019). Solo travellers to city destinations: an exploratory study in Sweden. *International Journal of Tourism Cities*, 5: 35-50. DOI: 10.1108/IJTC-01-2018-0001
- Adkins B.A. e Grant E.L. (2007). Backpackers as a community of strangers: The interaction order of an online backpacker notice board. *Qualitative Sociology Review*, 3, 2: 188-201.
- Adler J. (1985). Youth on the Road: Reflections on the History of Tramping. *Annals of Tourism Research*, 12, 3: 335-354. DOI: 10.1016/0160-7383(85)90003-9
- Agyeiwaah E., Pratt S., Iaquinto B.L. e Sontikul W. (2020). Social identity positively impacts sustainable behaviors of backpackers. *Tourism Geographies*, 1-22. DOI: 10.1080/14616688.2020.1819401
- Allon F. (2004). From visiting cultures to travelling cultures: local communities, backpacker tourism, and the consumption of authenticity in Sydney. *Tourism. An International Interdisciplinary Journal*, 52, 1: 65-73.
- Id., Anderson K. e Bushell R. (2008). Mutant Mobilities: Backpacker Tourism in "Global" Sydney. *Mobilities*, 3, 1: 73-94. DOI: 10.1080/17450100701797323
- Alves S., Abrantes J.L., Antunes M.J., Seabra C. e Herstein R. (2016). WOM antecedents in backpacker travelers. *Journal of Business Research*, 69, 5: 1851-1856. DOI: 10.016/j.jbusres

- Ateljevic I. e Doorne S. (2001). Nowhere left to run: a study of value boundaries and segmentation within the backpacker market of New Zealand. In: Grouch G.I., Mazanec J.R., Brent Ritchie J.R. e Woodside A.G., *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, Vol. 2. Wallingford: CABI, 169-186.
- Borghi R. e Celata F., a cura di (2010). *Turismo critico. Immaginari geografici, performance e paradossi sulle rotte del turismo alternativo*. Milano: Unicopli.
- Brochado A. e Rita P. (2018). Exploring heterogeneity among backpackers in hostels. *Current Issues in Tourism*, 21, 13: 1502-1520. DOI: 10.1080/13683500.2016.1252728
- Buchanan I. e Rossetto A. (1997). *With my swag upon my shoulder: a comprehensive study of international backpackers in Australia*. Canberra: Bureau of Tourism Research. DOI: 10.1177/1356766709104268
- Buchanan T. (1985). Commitment and leisure behavior: A theoretical perspective. *Leisure Sciences*, 7, 4: 401-420. DOI: 10.1080/01490408509512133
- Canavan B. (2018). An existentialist exploration of tourism sustainability: Backpackers fleeing and finding themselves. *Journal of Sustainable Tourism*, 26, 4: 551-566. DOI: 10.1080/09669582.2017.1361430
- Carrabetta A. (2002). Geografia del turismo alternativo: i *backpackers* di Bali. *Ambiente, Società e Territorio*, 2, 3: 35-41
- Ead. (2008). *Italian backpackers. A phenomenon built by guidebooks*. Roma: Società Geografica Italiana.
- Ead. (2010). Il turismo alternativo come pratica sociale: il backpackers. In: Borghi R. e Celata F., a cura di, *Turismo critico. Immaginari geografici, performance e paradossi sulle rotte del turismo alternativo*. Milano: Unicopli, 157-172.
- Chen G., Bao J. e Huang S. (2014). Developing a scale to measure backpackers' personal development. *Journal of Travel Research*, 53, 4: 522-536. DOI: 10.1177/0047287513500392
- Id. e Huang S. (2019). Backpacker tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75, 1: 158-161. DOI: 10.1108/TR-06-2019-0271
- Id., Zhao L. e Huang S. (2020). Backpacker identity: Scale development and validation. *Journal of Travel Research*, 59, 2: 281-294. DOI: 10.1177/0047287519829255
- Cohen E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 164-182. www.jstor.org/stable/40970087
- Id. (1973). Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-Tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 14, 1-2: 89-103. DOI: 10.1177/002071527301400107
- Id. (2018). Backpacker enclaves research: achievements, critique and alternative approaches. *Tourism Recreation Research*, 43, 1: 105-116. DOI: 10.1080/02508281.2017.1388572
- Cohen S.A. (2011). Lifestyle travellers: Backpacking as a way of life. *Annals of Tourism Research*, 38, 4: 1535-1555. DOI: 10.1016/j.annals.2011.02.002
- Collins-Kreiner N., Yonay Y. e Even M. (2018). Backpacking memories: a retrospective approach to the narratives of young backpackers. *Tourism Recreation Research*, 43, 3: 409-412. DOI: 10.1080/02508281.2018.1464637

- Courant S. (2013). Backpackers et carnets de voyage, récit biographique d'une expérience itinérante. *Téoros: Revue de Recherche en Tourisme*, 32, 1: 112-121. <http://journals.openedition.org/teoros/2393>
- David A. (2020). *Rites of Backpacking: An Ethnographic Study of Backpacker Culture and Identity in Western Europe*. Anthropology Senior Thesis, University of Pennsylvania, 4-23-2020. https://repository.upenn.edu/anthro_seniortheses/203
- Dayour F., Adongo C.A. e Taale F. (2016). Determinants of backpackers' expenditure. *Tourism Management Perspectives*, 17: 36-43. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.11.003
- Id., Kimbu A.N. e Park S. (2017). Backpackers: The need for reconceptualisation. *Annals of Tourism Research*, 66: 191-193. DOI: 10.1016/j.annals.2017.06.004
- Demeter T. e Brătucu G. (2014). Typologies of Youth Tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Economic Sciences*, 7: 115-122. http://webbut.unitbv.ro/BU2014/Series%20V/BULETIN%20V%20PDF/16_DEMETER_BRATUCU.pdf
- Desforges L. (1998). Checking out the planet: Global Representations. Local Identities and Youth Travel. In: Skelton T., Valentine G., a cura di, *Cool Places. Geographies of Youth Cultures*. London, New York: Routledge, 175-192.
- Doorne S. (1993). Expenditure patterns of backpackers. In: *Proceedings of the Seventeenth Conference of the New Zealand Geographical Society*. Wellington: Victoria University.
- Edensor T. (2000). Staging tourism: Tourists as performers. *Annals of Tourism Research*, 27, 2: 322-344. DOI: 10.1016/S0160-7383(99)00082-1
- Ejarque J. (2015). *Social Media Marketing per il turismo: Come costruire il marketing 2.0 e gestire la reputazione della destinazione*. Milano: Hoepli.
- Elsrud T. (1998). Time creation in travelling: The taking and making of time among women backpackers. *Time & Society*, 7, 2-3: 309-334. DOI: 10.1177/0961463X98007002008
- Emanuelli L. e Lobosco G. (2015). Infrastrutture e turismo: nuove relazioni e strategie di riconversione. In: *Atti della XVIII Conferenza Nazionale SIU*, 45: 1572-1579.
- Gavinelli D. e Zanolin G. (2020). *Geografia del turismo contemporaneo. Pratiche, narrazioni e luoghi*. Roma: Carocci.
- Gibson D. (2016). The history and origin of backpacker travel-from tramping to flashpacker. *School of Tourism and Hospitality Management Research Series*, 1, 5. <http://repository.usp.ac.fj/9378>
- Guerreiro C., Cambria E. e Nguyen H.T. (2019). *Understanding the role of social media in backpacker tourism*. In: 2019 International Conference on Data Mining Workshops ICDMW November, 530-537.
- Haggard L.M. e Williams D.R. (1992). Identity affirmation through leisure activities: Leisure symbols of the self. *Journal of Leisure Research*, 24, 1: 1-18. DOI: 10.1080/00222216.1992.11969868
- Haigh R. (1995). *Backpackers in Australia*. Canberra: Bureau of Tourism Research.
- Hampton M.P. (1998) Backpacker tourism and economic development. *Annals of Tourism Research*, 25, 3: 639-660. DOI: 10.1016/S0160-7383(98)00021-8
- Id. (2013). *Backpacker Tourism and Economic Development: Perspectives from the less developed world*. London, New York: Routledge.

- Id. e Hamzah A. (2016). Change, Choice, and Commercialization: Backpacker Routes in Southeast Asia. *Growth and Change*, 47, 4: 556-571. DOI: 10.1111/grow.12143
- Hannam K. e Ateļjević I., a cura di (2008). *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.
- Id. e Dieckmann I., a cura di (2010). *Beyond backpacker tourism-mobilities and experiences*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.
- Hecht J. e Martin D. (2006). Backpacking and hostel-picking: an analysis from Canada. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18, 1: 69-77. DOI: 10.1108/09596110610641993
- Hiransomboon K. (2012). Marketing mix affecting accommodation service buying decisions of backpacker tourist traveling at Inner Rattanakosin Island in Bangkok, Thailand. *Procedia Economics and Finance*, 3: 276-283. DOI: 10.1016/S2212-5671(12)00152-9
- Horak S. e Weber S. (2000). Youth tourism in Europe: Problems and prospects. *Tourism Recreation Research*, 25, 3: 37-44. DOI: 10.1080/02508281.2000.11014923
- Iaquinto B.L. (2018). Backpacker mobilities: inadvertent sustainability amidst the fluctuating pace of travel. *Mobilities*, 13, 4: 569-583. DOI: 10.1080/17450101.2017.1394682
- Id. e Pratt S. (2020). Practicing sustainability as a backpacker: The role of nationality. *International Journal of Tourism Research*, 22, 1: 100-107. DOI: 10.1002/jtr.2321
- Jarvis J. e Peel V. (2013). Tourists for hire: International working holidaymakers in a work-based destination in regional Australia. *Tourism Management*, 37: 114-124. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.10.014
- Jensen O.B. (2009). Flows of Meaning, Cultures of Movements. Urban Mobility as Meaningful Everyday Life Practice. *Mobilities*, 4: 139-158. DOI: 10.1080/17450100802658002
- Jonas A. e Mansfeld Y. (2017). Exploring the interplay between the use of risk-related information, risk perception formation, and the stages of travel product consumption. *Current Issues in Tourism*, 20, 14: 1470-1488. DOI: 10.1080/13683500.2015.1024104
- Kanning M. (2013). Returning home: Reflections on lifestyle transformation resulting from international backpacker travels. In: Reisinger Y., a cura di, *Transformational Tourism: Tourist Perspectives*. Wallingford: CABI, 125-135.
- Larsen S., Øgaard T. e Brun W. (2011). Backpackers and mainstreamers: Realities and myths. *Annals of Tourism Research*, 38, 2: 690-707. DOI: 10.1016/j.annals.2011.01.003
- Loker L. (1993). *The backpacker phenomenon II: more answers to further questions*. Townsville: Department of Tourism, James Cook University of North Queensland.
- Loker-Murphy L. (1996). Backpackers in Australia: A motivation-based segmentation study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 54, 4: 23-45. DOI: 10.1300/J073v05n04_02
- Id. e Pearce P.L. (1995). Young budget travelers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22, 4: 819-843. DOI: 10.1016/0160-7383(95)00026-0
- Maoz D. (2006a). The mutual gaze. *Annals of Tourism Research*, 33, 1: 221-239. DOI: 10.1016/j.annals.2005.10.010

- Ead. (2006b). Erikson on the tour. *Tourism Recreation Research*, 31: 55-63. DOI: 10.1080/02508281.2006.11081505
- Ead. (2007a). Backpackers' motivations the role of culture and nationality. *Annals of Tourism Research*, 34, 1: 122-140. DOI: 10.1016/j.annals.2006.07.008
- Ead. (2007b). The backpacking journey of Israeli women in mid-life. In: Hannam K. e Ateljevic I., a cura di, *Backpacker tourism: Concepts and profiles*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 188-198.
- Martins M.R., Rachão S. e Costa R.A.D. (2018). Electronic word of mouth: Does it really matter to backpackers? Booking website reviews as an indicator for hostels' quality services. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19, 4: 415-441. DOI: 10.1080/1528008X.2018.1429980
- Mascheroni G. (2007). *Le comunità viaggianti: socialità reticolare e mobile dei viaggiatori indipendenti*. Milano: FrancoAngeli.
- Matthews A. (2014). Young backpackers and the rite of passage of travel: examining the transformative effects of liminality. *Travel and Transformation*, 157-171. <http://handle.uws.edu.au:8081/1959.7/565964>
- Moisá C.O. (2010). The Organization of Youth Travel at a Global Level. *Journal of Travel*, 9, 9: 69-74. <https://ideas.repec.org/a/scm/rdtusv/v9y2010i9p69-74.html>
- Møller Jensen J. e Hjalager A.M. (2019). Travel motivations of first-time, repeat, and serial backpackers. *Tourism and Hospitality Research*, 19, 4: 465-477. DOI: 10.1177/1467358418781440
- Mukerji C. (1978). Bullshitting: Road lore among hitchhikers. *Social Problems*, 25, 3: 241-252. DOI: 10.1525/sp.1978.25.3.03a00020
- Murphy L. (2001). Exploring social interaction of backpackers, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28, 1: 50-67. DOI: 10.1016/S0160-7383(00)00003-7
- Muzaini H. (2006). Backpacking Southeast Asia: strategies of "looking local". *Annals of Tourism Research*, 33, 1: 144-161. DOI: 1080/13683500.2014.920771
- Myers L. e Hannam K. (2008). Women as backpacker tourists: a feminist analysis of destination choice and social identities from the UK. In: Hannam K. e Ateljevic I., a cura di, *Backpacker tourism: Concepts and profiles*. Wallingford: CABI, 174-187.
- Nash R., Thyne M. e Davies S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: A case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. *Tourism Management*, 27, 3: 525-532. DOI: 10.1016/j.tourman.2005.01.001
- Noy C. (2004). This trip really changed me: Backpackers' narratives of self-change. *Annals of Tourism Research*, 31, 1: 78-102. DOI: 10.1016/j.annals.2003.08.004
- O'Reilly C.C. (2005). Tourist or traveller? Narrating backpacker identity. Discourse, communication and tourism. In: Jaworski A. e Pritchard A., a cura di, *Discourse, communication, and tourism*. Toronto: Channel View Publications, 150-169.
- Id. (2006). From drifter to gap year tourist: Mainstreaming backpacker travel. *Annals of Tourism Research*, 33, 4: 998-1017. DOI: 10.1016/j.annals.2006.04.002
- Oliveira-Brochado A. e Gameiro C. (2013). Toward a better understanding of backpackers' motivations. *Tèkhne*, 11, 2: 92-99. DOI: 10.1016/j.tekhne.2013.11.001

- Ooi N. e Laing J.H. (2010). Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations. *Journal of Sustainable Tourism*, 18, 2: 191-206. DOI: 10.1080/09669580903395030
- Paris C.M. (2012). Flashpackers: An emerging sub-culture? *Annals of Tourism Research*, 39(2): 1094-1115. DOI: 10.1016/j.annals.2011.12.001
- Id., Musa G. e Thirumoorthi T. (2015). A comparison between Asian and Australasia backpackers using cultural consensus analysis. *Current Issues in Tourism*, 18, 2: 175-195. DOI: 10.1080/13683500.2014.920771
- Id. e Teye V. (2010). Backpacker motivations: A travel career approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19, 3: 244-259. DOI: 10.1080/19368621003591350
- Pearce P.L. (1990). *The backpacker phenomenon: preliminary answers to basic questions*. Townsville: Department of Tourism, James Cook University of North Queensland.
- Id. e Son A. (2004). Youth tourism markets in Australia: Comparing the travel behaviours of international English language students and backpackers. *Tourism*, 52, 4: 341-350. <https://researchonline.jcu.edu.au/7166>
- Id. e Maoz D. (2008). Novel insights into the identity changes among backpackers. *Tourism Culture & Communication*, 8, 1: 27-43. DOI: 10.3727/109830408783900325
- Pereira A. e Silva C. (2018). Motivations and experiences of women solo travellers. *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, 4, 5: 134-138. <https://hrcak.srce.hr/205541>
- Pitanatri P.D.S. e Pitana I.G. (2019). What Do We Know About Flashpacker? A Review. In: *Proceeding of the 3rd Bali International Tourism Conference*, 26-27 September, 615-621.
- Piyaphanee W., Shantavasinkul P., Phumratanaprapin W., Udomchaisakul P., Wichianprasat P., Benjavongkulchai M., e Tantawichian T. (2010). Rabies exposure risk among foreign backpackers in Southeast Asia. *The American journal of tropical medicine and hygiene*, 82(6): 1168-1171. DOI: 10.4269/ajtmh.2010.09-0699
- Reichenberger I. (2017). Why the host community just isn't enough: Processes and impacts of backpacker social interactions. *Tourist Studies*, 17, 3: 263-282. DOI: 10.1177/1468797616665770
- Reitano S. (2020). *Flashpackers. Nuovi scenari per il viaggiatore contemporaneo*, Tesi di laurea Magistrale, Scuola ARC III - Scuola del Design, Anno accademico 2018/2019, Politecnico di Milano.
- Richards G. (2006). ISTC/UNWTO Survey on Student and Youth Tourism among National Tourism Administrations/Organizations. In: *UNWTO Tourism Market Trends*, 2005 Edition, World Overview & Tourism Topics. Madrid: UNWTO, 95-123.
- Id. (2007). *New Horizon II: The Young Independent Travellers*. Amsterdam: World Youth Student & Educational Travel Confederation.
- Id. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3): 340-352. DOI: 10.1080/02508281.2015.1075724
- Id. e King B. (2003). Youth travel and backpacking. *Travel & Tourism Analyst*, 6: 1-23. www.academia.edu/5335591/Backpacking_and_Youth_Travel

- Id. e Wilson J. (2004). *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications.
- Id. e Ead. (2005). Youth Tourism. Finally coming of age? In: Novelli M., a cura di, *Niche Tourism. Contemporary issues, trends and cases*. London, New York: Routledge, 39-46.
- Riley P.J. (1988). Road culture of international long-term budget travelers. *Annals of Tourism Research*, 15, 3: 313-328. DOI: 10.1177/004728758902700363
- Ross G.F. (1993). Ideal and actual images of backpacker visitors to Northern Australia. *Journal of Travel Research*, 32(2): 54-57. DOI: 10.1177/004728759303200208
- Id. (1997). Backpacker achievement and environmental controllability as visitor motivators. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 6, 2: 69-82. DOI: 10.1300/J073v06n02_04
- Ryan C. e Mohsin A. (2001). Backpackers: Attitudes to the 'outback'. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10, 1: 69-92. DOI: 10.1300/J073v10n01_05
- Salvaggio M.J. (2016). *Bursting the Backpacker Bubble: Exploring Backpacking ideology, Practices and Contradictions*. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. <https://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/290>
- Sans A.A. e Quagliari A. (2016). Unravelling Airbnb: Urban perspectives from Barcelona. In: Russo A.P. e Richards G., a cura di, *Reinventing the local in tourism: Producing, consuming and negotiating place*. Bristol: Channel View Publications, 209-228.
- Scheyvens R. (2002). Backpacker tourism and third world development. *Annals of Tourism Research*, 29, 1: 144-164. DOI: 10.1016/S0160-7383(01)00030-5
- Sgritta G.B. e Staffieri S. (2011). I giovani, la crisi, il welfare. In: Pizzuti F.R., *Rapporto sullo stato sociale 2011*. Napoli: Edizioni Simone.
- Shaffer T.S. (2004). Performing backpacking: Constructing "authenticity" every step of the way. *Text and performance quarterly*, 24, 2: 139-160. DOI: 10.1080/1046293042000288362
- Shokoohyar S. (2019). Determinants of Backpackers' Perceptions of Security? A WOM-based Approach. *E-review of Tourism Research*, 16, 4: 249-270. <https://journals.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/370>
- Slaughter L. (2004). Profiling the international backpacker market in Australia. In: Richards G. e Wilson J., a cura di, *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications, 168-179.
- Sørensen A. (2003). Backpacker ethnography. *Annals of Tourism Research*, 30, 4: 847-867. DOI: 10.1016/S0160-7383(03)00063-X
- Teas J. (1974). *I Study Monkeys. What Do you Do? Youthful Travelers in Nepal*. Paper presented to the Symposium on Tourism and Culture at the 1974 Annual Meeting of the American Anthropological Association.
- UNWTO United Nations World Tourism Organization, World Youth Student, Educational Travel Confederation (2008). *Youth travel matters: Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel*. Madrid: UNWTO.
- Uriely N. (2015). Exploring the post tourist: Guidelines for future research. In: Singh T.V., a cura di, *Challenges in tourism research*. Bristol: Channel View Publications: 33-38.

- Id., Yonay Y. e Simchai D. (2002). Backpacking experiences: A type and form analysis. *Annals of Tourism Research*, 29, 2: 520-538. DOI: 10.1016/S0160-7383(01)00075-5
- Vance P. (2004). Backpacker transport choice: a conceptual framework applied to New Zealand. In: Richards G. e Wilson J., a cura di, *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications, 237-250.
- Veríssimo M. e Costa C. (2018). Understanding the new backpackers: A literature review. *Revista Turismo & Desenvolvimento/Journal of Tourism & Development*, 29: 7-19. <http://each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/ref.php?id=48777>
- Visentin A. (2013). *Turismo backpacker in Australia*. Bachelor's thesis, Venezia: Università Ca' Foscari.
- Visser G. e Barker C. (2004). A geography of British backpacker tourists in South Africa. *Geography*, 226-239. DOI: 10.1080/00167487.2004.12094100
- Vogt J.W. (1976). Wandering: Youth and travel behavior. *Annals of Tourism Research*, 4,1: 25-41. DOI: 10.1016/0160-7383(76)90051-7
- Wantono A. e McKercher B. (2020). Backpacking and risk perception: the case of solo Asian women. *Tourism Recreation Research*, 45, 1: 19-29. DOI: 10.1080/02508281.2019.1636180
- Westerhausen K. e Macbeth J. (2003). Backpackers and empowered local communities: Natural allies in the struggle for sustainability and local control? *Tourism Geographies*, 5, 1: 71-86. DOI: 10.1080/1461668032000034088
- Wheeler T. (2010). *The lonely planet story/Tony & Maureen Wheeler*. Head Office 90 Maribyrnong St, Footscray, Victoria, 3011, Australia.
- Wilson J. e Richards G. (2008). Suspending reality: An exploration of enclaves and the backpacker experience. *Current Issues in Tourism*, 11, 2: 187-202. DOI: 10.2167/cit371.0
- Wiweka K., Wachyuni S.S., Simawang S.P., Adnyana P. e Wihartaty E. (2019). Current issues of backpacking tourism development: profile and characteristics of “sharecost” and “opentrip” tourist. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 1-12. DOI: 10.9734/jesbs/2019/v30i230124
- Yang E.C.L. (2020). What motivates and hinders people from travelling alone? A study of solo and non-solo travellers. *Current Issues in Tourism*, 1-14. DOI: 10.1080/13683500.2020.1839025
- Zhang J., Morrison A.M., Tucker H. e Wu B. (2018). Am I a backpacker? Factors indicating the social identity of Chinese backpackers. *Journal of Travel Research*, 57,4: 525-539. DOI: 10.1177/0047287517702744