



FEDERALBERGHI  
VENETO

presenta

# RAPPORTO SULL'OVERTOURISM FOCUS SUL VENETO

Realizzato da Antonio Preiti

SOCIOMETRICA



# SOCIOMETRICA

---

Il presente Rapporto di Ricerca è stato realizzato da un gruppo di lavoro di Sociometrica, diretto da Antonio Preiti, su incarico di Federalberghi Veneto, e con il contributo di Teamwork e Cherry Bank.

ottobre 2023





---

# INDICE

---

**6**    PREMESSA

**PARTE I:  
OVERTOURISM TRA STATO D'ANIMO E REALTA'**

**8**    1. LA SFUGGENTE DEFINIZIONE DI OVERTOURISM

**9**    2. LA VIA MAESTRA DELLA METODOLOGIA

**16**    3. *TOURISM EXPOSURE*: LA SINTESI DI TUTTO

**PARTE II:  
FOCUS SUL VENETO**

**18**    2.1 L'INDICE DI INTENSITÀ

**24**    2.2 L'INDICE DI ESTENSIONE

**27**    2.3 *LA TOURISM EXPOSURE* DEI COMUNI DEL VENETO

**CONCLUSIONI:  
CAUSE E RIMEDI DELL'OVERTOURISM**

**32**    3.1 L'IMPRESINDIBILE CRESCITA DEL TURISMO

**34**    3.2 LE CAUSE DELL'OVERTOURISM

**38**    3.3 *LA SOTTIGLIEZZA DELLA PERCEZIONE*

**40**    3.4 L'AFFIORARE DELL'ANTI-TURISMO

**42**    3.5 RICONFIGURAZIONE DEL TURISMO  
E LA "SPINTA GENTILE"











---

# PREMESSA

---

Dall'inizio della primavera 2023, la problematica dell'overtourism ha acquisito un'importanza crescente nel discorso pubblico. Questo fenomeno, che indica un'elevata concentrazione di visitatori in specifiche destinazioni, ha particolarmente colpito luoghi storici e culturali come Venezia, Firenze e Roma. Media tradizionali e piattaforme digitali hanno ampiamente diffuso immagini di strade storiche, tipiche di queste città, affollate di turisti. Queste rappresentazioni hanno innescato intense reazioni sui social media, spesso tingendosi di toni di indignazione e, in alcuni casi, di aperta avversione verso i turisti. Per altro, alla percezione di carattere generale e onnicomprensiva, si aggiunge una scelta di linguaggio con una semantica per cui il turista sembra un alieno, un'entità remota, di cui non si conosce l'identità e ciò che lo muove a visitare un luogo. Si potrebbe, al proposito, suggerire una terminologia più inclusiva, riferendosi ai visitatori come "ospiti", promuovendo così una cultura di accoglienza e di comprensione reciproca.

Il turismo, con le sue dinamiche e peculiarità, inevitabilmente porta a momenti di elevata affluenza in specifiche aree. Tuttavia, eventi puntuali possono assumere una risonanza tale da diventare rappresentativi di una problematica più estesa. Così, l'affollamento in punti nevralgici come Venezia o le aree monumentali di Roma e Firenze ha portato a una percezione generalizzata del fenomeno, estendendolo a ogni angolo di rilievo culturale o storico, finendo poi con l'includere anche le destinazioni balneari.





Di fronte a questa situazione emerge una problematica di riconfigurazione della narrativa del turismo. Un settore che ha tradizionalmente promosso la connessione culturale e generato significativi benefici economici ora rischia di essere percepito come una minaccia per l'integrità delle città e la qualità della vita dei residenti. Questa percezione distorta potrebbe avere gravi ripercussioni sulle economie locali, in particolare per quelle città e piccoli centri che dipendono fortemente dal turismo.

Questo Report, con una particolare attenzione alla regione del Veneto, intende analizzare in dettaglio le dinamiche dell'overtourism. Obiettivo principale è identificare criteri chiari per definire l'"eccesso" di affluenza turistica, stabilendo indicatori tangibili e comprendendo le circostanze e modalità con cui si manifesta. S'intende, inoltre, investigare le cause profonde dell'overtourism, superando interpretazioni superficiali, e fornire raccomandazioni concrete per una gestione sostenibile e rispettosa dei flussi turistici.

# PARTE PRIMA: OVERTOURISM TRA STATO D'ANIMO E REALTÀ

## 1.1 La sfuggente definizione di Overtourism

Nonostante la crescente attenzione sul fenomeno, manca ancora una definizione universalmente accettata di “overtourism”. Numerosi studi hanno cercato di inquadrare il problema, ma la complessità del fenomeno rende difficile la convergenza verso una definizione univoca. Tuttavia, la prospettiva offerta da Harold Goodwin nel 2017, nel suo lavoro “The Challenge of Overtourism”, offre un interessante spunto. Secondo Goodwin, l’overtourism si manifesta quando sia residenti che visitatori percepiscono un afflusso eccessivo di turisti, al punto da compromettere la qualità della vita e dell’esperienza turistica.

La percezione emerge come elemento chiave. Essa, pur essendo collettiva, è radicata in una soggettività che varia da individuo a individuo. È fondamentale considerare che l’overtourism influisce non solo sui residenti, ma anche sui turisti. Se questi ultimi continuassero a frequentare una destinazione nonostante l’affollamento, ciò potrebbe indicare quanto meno la presenza di fattori compensativi. Per altro, è difficile pensare che gli ospiti di una destinazione continuino a frequentarla se la percepissero eccessivamente affollata. Questa complessità ci spinge a cercare una definizione più solida e misurabile dell’overtourism, che tenga conto di molteplici variabili e comprenda una maggiore varietà di prospettive, che non il solo aspetto dell’affollamento.

Un ulteriore aspetto da considerare riguarda la capacità delle singole destinazioni di gestire i flussi turistici. L’organizzazione, l’infrastruttura e i servizi offerti giocano un ruolo cruciale nella percezione dell’affollamento. In assenza di una gestione efficace, anche un afflusso moderato può essere percepito come eccessivo.

In questo contesto, il Report si propone di esplorare approfonditamente metodologie e indicatori oggettivi per quantificare l’overtourism, offrendo una panoramica completa e multidimensionale del fenomeno.





---

## 1.2 La via maestra della metodologia

---

La presente analisi non intende certo trascurare l'importanza dei fattori soggettivi; infatti, questi ultimi rappresentano spesso gli elementi cardine nella percezione di una destinazione turistica. La percezione del valore intrinseco di una destinazione costituisce, senza dubbio, il suo asset fondamentale. L'obiettivo, piuttosto, è di articolare un insieme di indicatori - tangibili e quantificabili - che possano accogliere sia le emozioni soggettive che i dati oggettivi, convergendo in un'analisi integrata per determinare l'effettiva presenza dell'overtourism.

Il primo imperativo metodologico è circoscrivere le manifestazioni tangibili dell'overtourism, per poi identificare gli indicatori idonei a misurare tali manifestazioni. Iniziamo delineando i fenomeni che possono suggerire l'emergere di effetti avversi correlati all'overtourism.

L'overtourism non rappresenta unicamente o semplicemente un elevato afflusso di visitatori, ma si concretizza nell'eventuale disequilibrio tra visitatori e comunità locali, nonché nella pressione esercitata sul patrimonio naturale, culturale e sulle infrastrutture di una destinazione, come delineato nei criteri sopra illustrati. Pertanto, si potrebbe postulare che la simultanea presenza di tutti questi criteri, o di una loro preponderante maggioranza, conferisca a una località la definizione di "iper-turistica".





Come, dunque, quantificare e valutare tali criteri? O, in altre parole, come possiamo costruire un insieme di dati che ci permetta di esaminare in maniera accurata l'influenza del turismo su una determinata destinazione? Gli indicatori proposti sono i seguenti:

## **1. Definizione dei dati di riferimento:**

**1.1 Metodi Quantitativi:** raccolta di dati statistici sul numero di visitatori, tassi di occupazione delle strutture ricettive, uso dei mezzi di trasporto, ecc.;

**1.2. Metodi Qualitativi:** conduzione di interviste, gruppi di discussione o sondaggi con residenti, proprietari di attività commerciali e turisti per comprendere le loro percezioni dell'esperienza turistica;

**2. Analisi Spaziale:** utilizzo dei Sistemi di Informazione Geografica (SIG) per mappare i movimenti dei turisti, le aree congestionate e altri modelli spaziali legati al turismo;

**3. Analisi Storica:** comprendere come i modelli di turismo si sono evoluti nel tempo in una determinata località può offrire informazioni sull'emergere dell'over-turismo;

**4. Coinvolgimento degli Stakeholder:** coinvolgere diversi attori, tra cui il governo locale, gli enti turistici, i residenti e i turisti, per raccogliere prospettive diverse;

**5. Analisi Comparativa:** confrontare destinazioni con caratteristiche simili ma diversi livelli di turismo può fornire informazioni sulle cause e sugli effetti dell'over-turismo;

**6. Valutazione delle Interventi:** analizzare l'impatto delle politiche o delle misure attuate per mitigare l'eventuale overtourism, come i limiti al numero di turisti, i sistemi di bigliettazione o le campagne promozionali per le stagioni meno affollate.



Da questo insieme di indicatori si possono ricavare le informazioni per capire se e come, per una specifica destinazione, si è in presenza o meno di overtourism. In questo set di indicatori alcuni sono soggettivi (metodi qualitativi); altri sono oggettivi (dati sui visitatori, ecc.) e altri ancora sono valutativi, come, ad esempio gli ultimi tre punti, perché riguardano un giudizio sull'intero processo. Perciò l'equazione possibile per giudicare se si è davanti a un eccesso di impatto antropico del turismo, si compone di:

***Overtourism=fattori soggettivi + fattori oggettivi + fattori interpretativi.***

Com'è facile capire, si tratta di analisi costose; necessariamente sono da svolgere comune per comune; perciò non si possono, ad esempio, campionare comuni per rappresentare una provincia o addirittura regione. I dati delle province e delle regioni non possono che essere la media dei risultati comunali, ma alla dimensione comunale non si sfugge. Si dovrebbe, ad essere precisi fino al massimo, capire per quali destinazioni turistiche la dimensione comunale non basta e allora bisognerebbe sommare i dati dei comuni coinvolti. Si scelga la dimensione che si vuole, ma a quella comunale non si può – appunto - sfuggire.

C'è un metodo ancora più oggettivo e suo modo sintetico, perché tralascia tutti fattori soggettivi e interpretativi, cioè il calcolo della capacità di calcolo, per definire perciò quando vi sia una **Capacity Exceeded**, vale a dire siamo in presenza di fenomeno dell'overtourism. Il metodo consiste in questo:

- calcolare la sostenibilità sul piano del soggiorno: è evidente che il numero di alberghi presente essendo stato autorizzato, il massimo che può fare l'offerta alberghiera è di avere un tasso d'occupazione del 100% tutti i giorni dell'anno. A parte che questo è praticamente impossibile anche per il miglior albergatore e per la migliore destinazione turistica, per definizione non c'è nessun eccesso, perché essendo state autorizzate il numero di camere già presenti, il loro riempimento, non potendo eccedere oltre le



camere presenti, non può generare degli eccessi. Per altro, i servizi connessi: parcheggi, raccolta della spazzatura, impatto generale sulla destinazione, essendo gli alberghi presenti da molti anni e molto spesso da decenni, sono già stati incorporati dentro l'organizzazione dei servizi. Il numero che varia è quello delle case private in offerta sulle piattaforme digitali, perché non c'è una pianificazione della loro presenza, ma dipendono totalmente da quanti proprietari privati di abitazioni residenziali e per il periodo di tempo desiderano, presentano un'offerta di soggiorno aggiuntiva. Quindi, in questo caso la misura dell'eccesso dovrebbe toccare il limite di offerta di abitazioni private a scopo turistico consentita in quella determinata destinazione. Solo in questo caso si può manifestare una Capacity Exceeded in una destinazione, non altrimenti;

- calcolare la sostenibilità sul piano dei trasporti. Esiste certamente una capacità di carico ad esempio per gli impianti di risalita facilmente calcolabile; per gli autobus urbani, le metro e i trasporti interni, non altrettanto facile da calcolare, ma calcolabile attraverso una proxy. La complicazione arriva però dalla circostanza che non si può fare un calcolo medio, ma vale il principio del "collo di bottiglia", per cui potremmo non avere nessuna difficoltà per gli impianti di risalita o averla nei bus che collegano gli alberghi agli impianti, o viceversa; potremmo non aver nessun eccesso di capacità per l'insieme della rete di autobus in una grande città, ma averla per una singola linea, o per alcune singole linee, quelle maggiormente frequentate;

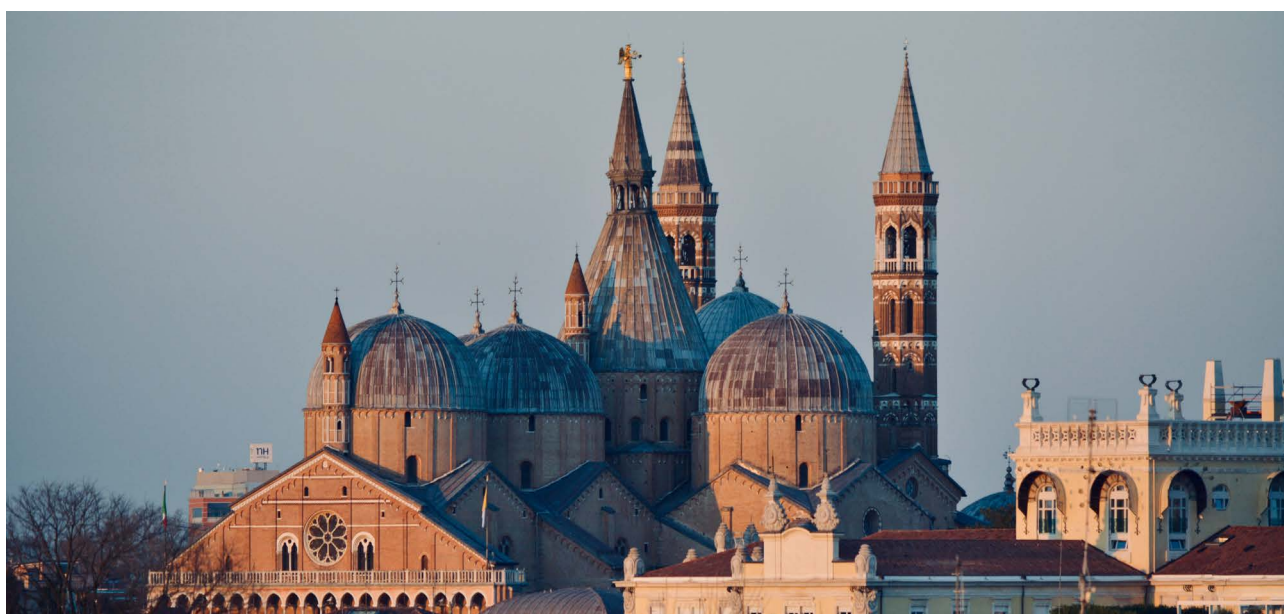
- un terzo ambito del calcolo della sostenibilità riguarda naturalmente le attrazioni: è evidente che nei musei e in qualunque altra attrazione di qualunque tipo si può porre un problema di eccesso di capacità di carico. Ancora una volta questo calcolo andrà fatto sulla singola attrazione non vale il calcolo medio, che comprenda tutte le attrazioni;

- l'altro grande ambito in cui verificare la sostenibilità riguarda le strade. In questo caso la situazione è davvero complicata, perché anche in questo caso non vale molto un calcolo medio, ma bisogna capire se in quali strade, e per quanto tempo, e in quali giorni si verifichi (o non si verifichi) un eccesso di portata. Sono proprio le strade quelle che tipicamente creano maggiormente i colli di bottiglia nella logistica delle destinazioni turistiche.

Il calcolo della capacità di una destinazione turistica di avere un certo numero di ospiti secondo i parametri oggettivi che abbiamo or ora descritto, sarebbe il metodo migliore e quello più consigliabile per avere valutazioni molto accreditate. Questo calcolo, oltre che complicato, è davvero molto costoso, perché deve monitorare un così elevato numero di parametri, la cui stima dovrà essere fatta in sostanza giorno per giorno per

le grandi città, che hanno flussi importanti praticamente tutto l'anno, e nei giorni estivi e invernali nelle destinazioni che hanno l'una o le due stagionalità. In sostanza, un lavoro improbo, anche se è possibile farlo.

Per altro, l'eventuale disponibilità questi dati dovrà essere comunque oggetto di valutazione, perché alcune tipologie di destinazioni turistiche sono tradizionalmente, e inevitabilmente, soggette a picchi di presenze. Tipico è il caso delle destinazioni balneari, che avranno certamente un picco nelle due settimane centrali di agosto, determinato dalla modalità con cui gli italiani organizzano le proprie vacanze. Perciò è del tutto fisiologico che in alcuni giorni vi sia una presenza turistica "eccessiva", così come avviene nei giorni prima del Natale nei negozi, o per il traffico nelle adiacenze di uno stadio il giorno della partita. Diverso è se questo eccesso si dovesse prolungare nel tempo, oltre il periodo fisiologico, o fosse permanente.



Dobbiamo allora disporre di indicatori più semplici, anche se non sono esaustivi della complessità del tema, fondati su dati disponibili, che chiunque può verificare e che abbiano un valore oggettivo.

L'indicatore **"Tourism Exposure"** è il migliore indicatore che risponda a questi tre criteri di fondo perché: a) è semplice; b) si basa su dati disponibili e costanti nel tempo; c) è composto da dati oggettivi, da chiunque verificabili.

Questo indicatore di "esposizione al turismo", meno impegnativo della capacità di carico ("Capacity Exceeded"), meno complesso del set di indicatori che abbiamo prima descritto e meno costoso di altri set possibili, è un modo per quantificare e valutare l'impatto del turismo su una destinazione. Spesso tiene conto dell'intensità del turismo in rapporto alla popolazione locale o alla dimensione dell'area. Questo indicatore può fornire informazioni sulla possibile pressione del turismo in una località.

L'indicatore di "Tourism Exposure" intende misurare due dimensioni fondamentali dell'overtourism: l'intensità e l'estensione. Approfondiamo la natura di questi due indicatori:

### **a. Intensità dell'Overtourism:**

#### *Definizione:*

Questa dimensione misura la concentrazione di turisti in una specifica area o destinazione durante un determinato periodo, rispetto alla popolazione locale.

#### *Natura e Implicazioni:*

- Cattura la densità dei turisti, che può essere intesa come il numero di turisti in rapporto alla popolazione residente.
- Un'alta intensità può portare a congestione in aree specifiche, specialmente in luoghi turistici popolari o attrazioni.
- Può mettere sotto pressione le infrastrutture locali, i servizi e le risorse, portando a problemi come sovraffollamento, tempi di attesa più lunghi e aumento dei rifiuti.

#### *Misurazione:*

- Le metriche comuni includono le presenze turistiche per residente;
- Un ulteriore indicatore di misura della sostenibilità dei flussi turistici è dato dal numero delle abitazioni offerte nell'ambito degli affitti brevi delle residenze private rispetto alle camere alberghiere: uno squilibrio tra le due componenti, a favore delle residenze private, comporterebbe una intensità ulteriore del fenomeno turistico determinata da presenze non regolate e non prevedibili.





## **b. Estensione dell'Overtourism:**

### *Definizione:*

Questa dimensione valuta la diffusione geografica o distribuzione dei turisti su un'area o regione più ampia.

### *Natura e Implicazioni:*

- Cattura quanto sia diffusa la presenza turistica. Ad esempio, quanto i turisti siano concentrati in una città o sono distribuiti in tutto il comune;
- Una destinazione con una vasta estensione di overtourism potrebbe vedere molteplici aree interessate dall'afflusso di turisti, non solo le principali attrazioni;
- Ciò può portare a una gamma più ampia di aree che sperimentano gli impatti del turismo, sia positivi (come i benefici economici) che negativi (come la degradazione ambientale);
- Anche se distribuire i turisti può alleviare la pressione su specifici punti caldi, può anche significare che più aree devono essere gestite e protette da potenziali impatti negativi.

### *Misurazione:*

Questo indicatore può essere valutato utilizzando dati spaziali, mettendo perciò in relazione le presenze turistiche con la superficie del comune. Qui si presenta un problema di non poco conto, soprattutto quando siamo davanti a comuni molto estesi; o a comuni con varie frazioni, alcune con grande presenza di turisti e altre con una presenza minore o minima; o ancora, comuni che ricevono visitatori che pernottano nei comuni limitrofi (il caso più eclatante è quello di Venezia) e che perciò non sono "catturati" dalla registrazione delle presenze turistiche nel comune con maggiore attrazione turistica. Se si è consapevoli di questi limiti, e perciò non prendere sempre e comunque, e in tutti i casi gli indicatori come "puri" e non come ottime approssimazioni, allora questo indicatore è molto utile. Il problema è che raramente si hanno a disposizione i dati della superficie di un comune suddivisa in tutte le sue aree, e quand'anche ci fosse, non è detto che siano esattamente rappresentate le aree turistiche distinte dalle altre. In questo lavoro abbiamo considerato l'unico caso di suddivisione sub-comunale per Venezia, perché la dimensione fisica dell'isola ha permesso di farlo.



---

## 1.3 *Tourism Exposure*: la sintesi di tutto

---

Mentre l'intensità dell'overtourism si concentra sulla profondità o concentrazione della presenza turistica rispetto alla popolazione, l'estensione dell'overtourism guarda l'ampiezza o la diffusione di quella presenza sullo spazio geografico. Entrambe le dimensioni sono cruciali per comprendere e gestire gli impatti del turismo su una destinazione. Da qui nasce l'esigenza di un indicatore sintetico che le consideri contemporaneamente. Qui la loro descrizione in senso tecnico:

**1. Indice di intensità:** Questo rapporto viene calcolato prendendo il numero delle presenze turistiche presenti in un giorno medio e dividendo per la popolazione locale. Un rapporto più alto indica una maggiore esposizione ai turisti.

*Indice di intensità = Numero di presenze turistiche al Giorno / Popolazione Residente*

**2. Indice di estensione:** Questo rapporto viene calcolato prendendo sempre il numero delle presenze turistiche presenti in un giorno medio e dividendo per l'area totale (in chilometri quadrati) della destinazione.

*Indice di estensione = Numero di presenze turistiche al Giorno / Superficie del comune (kmq)*

Perciò il primo passaggio è quello di calcolare per ogni comune l'indicatore relativo alla intensità del turismo e il secondo è quello di calcolare l'indicatore relativo alla estensione del turismo sempre nel medesimo comune. Una volta ottenuti i due indicatori, si tratta di metterli assieme, cioè combinarli in maniera da avere un unico indicatore complessivo per misurare la presenza del turismo in ogni singolo comune.

**1. Normalizzazione:** La normalizzazione scalerà i valori di ogni rapporto in modo che rientrino nell'intervallo [0, 1]. Ciò garantisce che un rapporto non influenzi eccessivamente l'indice combinato a causa della sua grandezza. La formula di normalizzazione è:

$$\text{valore normalizzato} = \frac{\text{valore minimo del dataset}}{(\text{valore massimo del dataset} - \text{valore minimo del dataset})}$$

**2. Combinazione:** Dopo la normalizzazione, possiamo fare la media dei due valori normalizzati per ottenere un indice unificato per ogni città. Abbiamo perciò normalizzato i due rapporti (“turisti-per-kmq” e “turisti-per-residente”) e poi abbiamo calcolato un indice unificato per ogni città facendo la media dei due valori normalizzati.

Possiamo perciò calcolare per ogni comune, nel nostro caso, per ogni comune turistico del Veneto questo indicatore composito, che chiamiamo “Tourism Exposure”, che ci da un'idea generale della presenza turistica in ogni singolo comune.

Come si è già detto, questi due indicatori scontano anomalie nel confronto, perché le superfici dei comuni ovviamente non sono proporzionali alla popolazione, e perché la distribuzione della popolazione ha diversi modi di realizzarsi, talvolta in un unico centro, talaltra in varie frazioni. Tuttavia, questi indicatori sono un punto di riferimento di grande importanza, perché oggettivi; perché fondati su dati pubblici e disponibili; perché salvo appunti anomalie eclatanti, come nel caso di Venezia, sostanzialmente “reggono” a questa diversificazione dei differenti punti di partenza. Naturalmente, quando si voglia o si possa fare un'analisi su un singolo comune si potranno capire meglio queste diversificazioni interne, e fare un'analisi di maggiore dettaglio. In assenza di questa teorica possibilità, e praticamente molto difficile, i due indicatori descritti e quello sintetico finale sono un'ottima soluzione. Vedremo nel prossimo capitolo il valore degli indicatori per i comuni turistici del Veneto.



# PARTE SECONDA: FOCUS SUL VENETO

## 2.1 L'indice di intensità

La nostra analisi comincia da un esame analitico della presenza turistica nei comuni del Veneto. Nella regione ci sono 563 comuni, e di questi ben 369 hanno presenze turistiche di qualche rilievo; di conseguenza il 65,5% del territorio veneto è interessato al fenomeno turistico. Questo dato serve semplicemente a inquadrare il peso del turismo nella regione. Andiamo adesso alle analisi necessarie per misurare l'indicatore di "Tourism Exposure".

Il primo indicatore, come abbiamo già detto, si riferisce all'intensità di turismo, cioè il rapporto tra le presenze turistiche e la popolazione residente. Analizziamo allora tutti i comuni del Veneto. Abbiamo considerato il totale delle presenze turistiche ufficiali, perciò sia quelle alberghiere che quelle extra-alberghiere regolarmente registrate nelle statistiche. Faremo poi un approfondimento sul numero effettivo di turisti che frequenta i comuni turistici della regione; per il momento restiamo sui dati ufficiali e certificati dall'Istat.

Dopo aver considerato il totale delle presenze turistiche, vale a dire il numero delle notti spese nel territorio comunale da non residenti (italiani e stranieri) e regolarmente alloggiati in una struttura ufficiale, abbiamo diviso questo numero per il numero dei giorni dell'anno, ottenendo perciò il numero medio di persone ospiti delle strutture ricettive ogni giorno. Sappiamo benissimo che la presenza turistica non è uguale a seconda dei mesi, delle settimane, e ancor più dei giorni. Non sono però disponibili i dati comunali per ciascun giorno dell'anno. Se fossero disponibili potremmo trovare il giorno di maggior picco di presenze; il giorno con il minor picco di presenze e le medie settimanali. Ovviamente il dato medio è estremamente importante, tanto più significativo per destinazioni che non hanno differenze stagionali troppo elevate. Sono certamente utilissimi per fare confronti fra tipologie di designazioni turistiche omogenee, del tipo all'interno di tutte quelle balneari, di quelle alpine o di uno stesso comprensorio.

Una volta ottenuto il dato sul numero delle presenze medie giornaliere, si possono rapportare con la popolazione del singolo comune. Il comune del Veneto che ha il più elevato rapporto tra presenze turistiche e popolazione è quello di Lazise, dove per ogni residente abbiamo 1,5 turisti, vale a dire che i turisti in un giorno medio rappresentano

il 150% della popolazione residente. Un discorso a parte va fatto per Venezia, e lo faremo più avanti, perché considerando la popolazione dell'intero comune, l'indicatore è 0,12 vale a dire 12 turisti per 100 residenti; se però consideriamo la popolazione dell'isola di Venezia, allora l'indicatore è ben diverso. Andiamo però per gradi e vediamo adesso la graduatoria dell'intensità di turismo considerando la popolazione dell'intero comune.

Scorriamo le prime 20 posizioni di questo ranking e scopriamo che sono tre i comuni, oltre Lazise, dove il numero dei turisti medio è uguale o superiore alla popolazione residente: Cavallino-Treporti, San Michele al Tagliamento e Caorle. Per tutti gli altri si è sotto questa soglia. C'è una grande varietà tipologica nelle prime venti posizioni: alcuni sono destinazioni lacuali, altre balneari e altre ancora montane; meno intensa è la presenza turistica nelle città, naturalmente perché le città hanno un numero maggiore di abitanti.

Tab. 1 – Comuni con maggiore rapporto tra presenze “ufficiali” e popolazione

comune	Totale turisti	turisti daily	ratio tur_pop daily
Lazise	3.657.044	10.019	1,5
Cavallino-Treporti	6.697.898	18.350	1,4
San Michele al Tagliam	5.474.146	14.998	1,3
Caorle	4.297.996	11.775	1,0
Bardolino	2.310.956	6.331	0,9
Malcesine	1.131.506	3.100	0,9
Livinallongo del Col di	356.405	976	0,7
Selva di Cadore	113.825	312	0,6
Garda	868.357	2.379	0,6
Peschiera del Garda	2.217.494	6.075	0,6
Jesolo	5.188.712	14.216	0,5
Brenzone sul Garda	446.204	1.222	0,5
Cortina d'Ampezzo	911.543	2.497	0,4
Rosolina	997.373	2.733	0,4
Rocca Pietore	170.417	467	0,4
Torri del Benaco	383.227	1.050	0,3
Alleghe	142.115	389	0,3
San Zeno di Montagna	168.951	463	0,3
Falcade	217.253	595	0,3
Abano Terme	1.906.199	5.222	0,3

Fonte: Sociometrica, su dati Istat, 2023

Abbiamo già scritto che un discorso a parte riguarda Venezia, che non compare nella graduatoria dei primi 20 comuni del Veneto considerata nella completezza dei suoi confini amministrativi, cioè del Comune. La popolazione dell'isola di Venezia è di 49.977 persone, mentre quella dell'intero comune è di 256.083 abitanti. Naturalmente, l'indicatore cambia di molto se rapportato alla popolazione dell'isola, dove notoriamente si svolge la vacanza, o se rapportato all'intera popolazione del comune. Avendo scelto il metodo di considerare sempre le dimensioni comunali nella loro interezza, sia quando si tratta della popolazione, sia quando si tratta della superficie, anche per Venezia ci siamo attenuti a questo criterio, però, data la particolare situazione di Venezia, un'isola dove insiste quasi tutto il turismo all'interno del comune, abbiamo voluto calcolare gli stessi indici per l'isola di Venezia propriamente detta. Perciò, se consideriamo gli abitanti dell'isola di Venezia, e supponiamo che tutti i flussi turistici si dirigano verso l'isola, allora il valore dell'indicatore di intensità di turismo diventa 0,6, che colloca Venezia (isola) subito dopo Selva di Cadore, dunque al nono posto.

Tab. 2 – Maggiore rapporto tra presenze “ufficiali” e popolazione

comune	Totale turisti	turisti daily	ratio tur pop
Lazise	3.657.044	10.019	1,45
Cavallino-Treporti	6.697.898	18.350	1,37
San Michele al Tagliamento	5.474.146	14.998	1,28
Caorle	4.297.996	11.775	1,05
Bardolino	2.310.956	6.331	0,88
Malcesine	1.131.506	3.100	0,85
Livinallongo del Col di Lana	356.405	976	0,74
Selva di Cadore	113.825	312	0,64
Venezia (isola)	10.946.464	29.990	0,60
Garda	868.357	2.379	0,57
Peschiera del Garda	2.217.494	6.075	0,56
Jesolo	5.188.712	14.216	0,54
Brenzone sul Garda	446.204	1.222	0,49
Cortina d'Ampezzo	911.543	2.497	0,44
Rosolina	997.373	2.733	0,43
Rocca Pietore	170.417	467	0,40
Torri del Benaco	383.227	1.050	0,34
Alleghe	142.115	389	0,33
San Zeno di Montagna	168.951	463	0,32
Falcade	217.253	595	0,32

Fonte: Sociometrica, su dati Istat, 2023





Finora abbiamo considerato il totale delle presenze turistiche così come emergono dalle statistiche ufficiali certificati da Istat e che comprendono i soggiorni regolari nelle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere. Naturalmente non sono computate le presenze turistiche derivanti dai cosiddetti affitti brevi, cioè dall’offerta di abitazioni private disponibili sulle piattaforme online per pernottamenti anche di una sola notte. Si tratta di una parte importante delle presenze turistiche che non si può ignorare, soprattutto nelle destinazioni più famose come Venezia. Non essendoci nessun dato ufficiale, abbiamo provveduto a fare una stima dell’ammontare di queste presenze. Abbiamo così considerato i primi 50 comuni del Veneto per numero di presenze turistiche ufficiali e per ciascuno di essi abbiamo considerato il numero di “units”, cioè gli appartamenti, case camere offerte sulle piattaforme, secondo il loro tasso di occupazione e sottraendo dal totale una stima della quota parte che presumibilmente è già presente nelle statistiche ufficiali. Si tratta perciò di una stima prudente, tendenzialmente più per difetto che per eccesso.

Consideriamo allora i primi 50 comuni turistici del Veneto e vediamo come cambia il totale delle presenze turistiche e, di conseguenza, l’indicatore di intensità di turismo per ciascun comune.

Tab. 3 – Maggiore rapporto tra presenze “ufficiali e non ufficiali” e popolazione

comune	Totale presenze	TOT GEN PRESENZE	dailyuff	dailytot.	Popolazione	Ind. Uff	Ind. Tot.
Lazise	3.657.044	3.871.987	10.019	10.608	6.901	1,45	1,54
San Michele al Tagliamento	5.474.146	6.301.156	14.998	17.263	11.714	1,28	1,47
Cavallino-Treporti	6.697.898	6.802.576	18.350	18.637	13.395	1,37	1,39
Caorle	4.297.996	4.523.021	11.775	12.392	11.242	1,05	1,10
Malcesine	1.131.506	1.331.572	3.100	3.648	3.640	0,85	1,00
Bardolino	2.310.956	2.515.108	6.331	6.891	7.170	0,88	0,96
venezia (isola)	10.946.464	14.373.012	29.990	39.378	49.899	0,60	0,79
Livinallongo del Col di Lana	356.405	377.928	976	1.035	1.315	0,74	0,79
Selva di Cadore	113.825	123.244	312	338	489	0,64	0,69
Brenzone sul Garda	446.204	617.137	1.222	1.691	2.486	0,49	0,68
Garda	868.357	1.010.287	2.379	2.768	4.143	0,57	0,67
Peschiera del Garda	2.217.494	2.441.526	6.075	6.689	10.881	0,56	0,61
Jesolo	5.188.712	5.502.160	14.216	15.074	26.511	0,54	0,57
Rosolina	997.373	1.177.708	2.733	3.227	6.295	0,43	0,51
Cortina d’Ampezzo	911.543	1.025.747	2.497	2.810	5.669	0,44	0,50
Rocca Pietore	170.417	211.932	467	581	1.174	0,40	0,49
Torri del Benaco	383.227	529.627	1.050	1.451	3.062	0,34	0,47
Alleghe	142.115	167.470	389	459	1.164	0,33	0,39
San Zeno di Montagna	168.951	195.577	463	536	1.431	0,32	0,37
Falcade	217.253	251.075	595	688	1.860	0,32	0,37

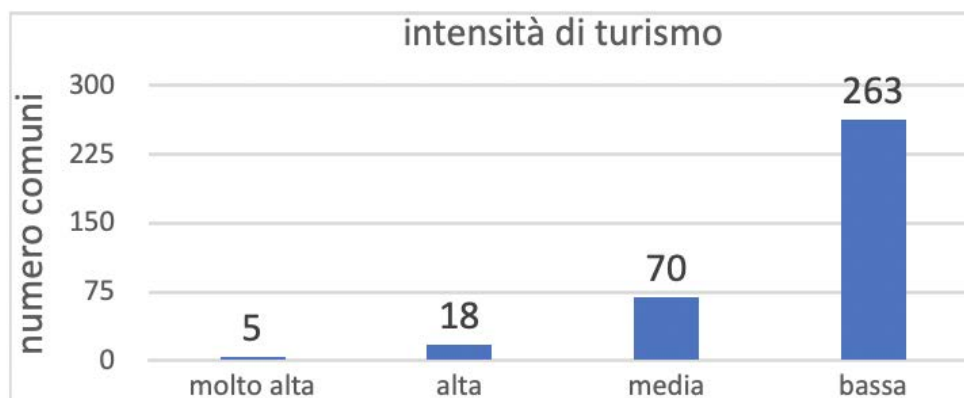
Fonte: Sociometrica, su dati Istat, 2023

Considerando questa prospettiva, quella del rapporto fra la presenza media dei turisti e la popolazione residente, potremmo dividere i comuni veneti in quattro categorie:

- Presenza molto alta: comuni dove il numero dei turisti medi al giorno è pari o superiore alla popolazione, vale a dire che per ogni residente c'è un turista, o più di uno;
- Presenza alta: comuni dove il numero dei turisti medi al giorno pesa per dal 25% al 100% della popolazione, vale a dire che per 100 residenti, ci sono da 25 a 99 turisti;
- Presenza media: comuni dove il numero dei turisti medi al giorno pesa per dal 10% al 25% della popolazione, vale a dire che per 100 residenti, ci sono da 10 a 25 turisti;
- Presenza bassa: comuni dove il numero dei turisti medi al giorno pesa sotto il 10% della popolazione; vale a dire che per 100 residenti, ci sono meno di 10 turisti

I comuni dove l'intensità turistica è molto alta, appunto quando la popolazione ospite supera la popolazione ospitante, sono 5 (Graf. 1); i comuni con un'intensità alta sono 18 (ai comuni inclusi nella classifica dei primi 20, sono da aggiungere Abano Terme, Auronzo di Cadore e San Vito di Cadore); i comuni dove è media sono 70 e i comuni dove è bassa, nel senso che ci sono al massimo 10 turisti su 100 abitanti, sono 263. A questi bisognerebbe aggiungere quei comuni (254) che non avendo un minimo consistente di flussi turistici non fanno parte di questa analisi.

Graf. 1 - Comuni del Veneto secondo l'intensità del turismo



Fonte: Sociometrica, su dati Istat e stime interne sulle presenze turistiche “non osservate”, 2023

La massima intensità di turismo rimane quella del comune di Lazise, seguito da Cavallino-Treporti, che però ha le peculiarità che gli derivano dal turismo “open air” come anche San Michele al Tagliamento e poi c'è Caorle. Per gli altri comuni ad alta intensità turistica non c'è una sola tipologia prevalente, perché ci sono comuni lacuali, di montagna e balneari. Trattandosi della popolazione, generalmente le città più popolate non sono in cima alla classifica. L'indicatore del comune di Venezia con le presenze non ufficiali sale a 0,15 (era 0,12 senza questo tipo di presenze) e raggiunge la posizione numero 27 nella classifica, ma se considerata l'isola di Venezia, allora “svetta” alla

settima posizione e l'indicatore arriva a 0,79, vale a dire 79 turisti per 100 residenti nell'isola.

Inoltre, **bisogna fare una annotazione speciale, oltre che per Venezia, anche per Verona**, perché se considerassimo non l'intera popolazione del comune, ma quella della sua prima circoscrizione, che coincide con il suo centro storico, dove presumibilmente si concentra il maggior numero di turisti, e considerando anche le presenze turistiche non ufficiali, cioè non registrate, allora Verona rientrerebbe nelle Top 20 posizioni (esattamente al 19.mo posto della classifica). Infatti, nel centro storico di Verona (Circoscrizione 1) vivono 28.894 abitanti e l'indicatore sarebbe di 0,38 subito dopo Alleghe e prima di San Zeno di Montagna.

Una volta calcolato per ogni comune l'indicatore riferito all'intensità di turismo, e prim'ancora di calcolare l'altro indicatore, relativo all'estensione del turismo, che insieme definiscono l'indicatore generale della "Tourism Exposure", è utile anticipare una questione che ritornerà più avanti nell'analisi. La domanda più pertinente a questo punto è: quando si può parlare di overtourism, almeno considerando questo solo indicatore? Nella letteratura scientifica non c'è una sorta di "tipping point", oltre il quale comincia l'overtourism e prima del quale, invece, non esiste.

Qualcuno potrebbe affermare che si ha overtourism quando la popolazione ospitata supera quella ospitante, ma in quasi tutte le destinazioni balneari di qualche successo, e almeno per alcune settimane dell'anno, questa soglia è sempre superata, e non per questo si può parlare di overtourism. Ovviamente, non consideriamo i picchi di una stagione, perché non avrebbe senso, così come non ha senso considerare i picchi come standard in ogni ambito: non consideriamo, ad esempio, l'"over-commercio" i giorni prima di Natale, quando tutti affollano i negozi, o l'"over-traffico" quando si crea un traffico anomalo durante un incontro di calcio importante. È evidente che il concetto di overtourism va riferito a periodi che siano un po' più lunghi rispetto ai giorni di picco. Qualcun altro potrebbe affermare che fino al 10 o al 20 % di ospiti rispetto alla popolazione sia un livello ideale. Siamo però davanti allo stesso quesito: esiste un reale punto di rapporto quantitativo tra numero degli ospiti e numero della popolazione oltre il quale si possa parlare di overtourism? La risposta non può che passare a questioni qualitative, quali quelle già citate all'inizio di questo lavoro: la percezione della popolazione; la capacità di gestione dei flussi turistici e altri elementi ancora, su cui torneremo nella parte finale di questo lavoro. Adesso andiamo a calcolare il secondo indicatore per i comuni del Veneto, che è dato dal rapporto tra numero dei turisti e superficie del territorio comunale, l'indicatore di estensione del turismo.



---

## 2.2 L'indice di estensione

---

Dopo avere calcolato l'indice di intensità per ogni comune turistico del Veneto, passiamo al calcolo dell'indicatore di estensione dei flussi turistici. Mentre il primo indicatore considera il rapporto del numero dei turisti con la popolazione residente, il secondo lo fa con la superficie del comune. È evidente che la pressione si possa creare sia nell'uno che nel secondo caso o in entrambi. Per maggiore sintesi abbiamo considerato Venezia nella duplice veste, di superficie dell'intero comune, sia considerando la sola isola, dove per altro si realizza gran parte dei flussi turistici, anche se altre isole ne sono coinvolte. Però l'ipotesi di considerare che i flussi turistici che si rivolgono alle isole minori non comprendano comunque di visitare l'isola di Venezia non appare molto sensata e di comune intuito.



Al primo posto di questa graduatoria “svetta” l'Isola di Venezia, con 3.845 turisti per chilometro quadrato. Se, invece, avessimo considerato l'intero territorio comunale di Venezia, avremmo 94,7 turisti per chilometro quadrato. Come detto, e per ragioni evidenti, Venezia è l'unico caso in cui abbiamo considerato distintamente l'area di maggiore attrazione turistica del comune rispetto al resto del territorio. Questa operazione si potrebbe fare anche per altri comuni, ma mancano i dati relativamente alla parte della superficie da considerare a maggiore attrazione turistica, oltre alla difficoltà generale di distinguere cos'è “attraente” da quello che non lo è. La situazione orografica di Venezia, un'isola, e la sua riconosciuta primazia turistica all'interno del comune, rende questa opzione facile da percorrere.

È evidente che i criteri con cui sono stati definiti i confini territoriali non sono costanti: contano l'orografia, la storia, lo sviluppo urbano di ciascun comune e altri elementi ancora. Al lordo di queste differenze, il rapporto è particolarmente significativo per offrire elementi di valutazione sull'overtourism. Già nel secondo comune (o meglio, il primo, visto che l'isola di Venezia non è comune a sé) il numero di persone per chilometro quadrato scende a 410, un numero elevato, ma "soportabile" (Tab. 4). Al terzo posto (o secondo), Peschiera sul Garda, che scende a 333 e così via, finché alla decima posizione (Bardolino) si arriva a 120 turisti al chilometro quadrato e alla ventesima posizione a 20 ospiti al chilometro quadrato.

Anche nel caso della superficie di un comune non vi è un limite oltre il quale si possa parlare di "overtourism". Non c'è un testo di letteratura scientifica dove vi sia stabilito questo limite, anche perché bisogna considerare ulteriori elementi: la natura del territorio, la distribuzione dei flussi al suo interno, l'organizzazione della logistica, e altri elementi ancora. Tuttavia il rapporto ospiti/superficie è significativo e ognuno potrà fare le proprie considerazioni. Naturalmente, c'è una grande differenza tra avere migliaia di ospiti per chilometro quadrato o centinaia o decine. In questi casi vale il criterio del buon senso.

Tab. 4 – Maggiore rapporto tra presenze "ufficiali" per superficie

comune	A+B Totale turisti	superficie (kmq)	tourists per kmq	Tot. turisti daily	turisti daily per km2
Venezia (isola)	10.946.464	7,8	1.403.392,8	29.990,3	3.845
Cavallino-Treporti	6.697.898	44,7	149.794,5	18.350,4	410
Peschiera del Garda	2.217.494	18,3	121.436,0	6.075,3	333
Abano Terme	1.906.199	21,4	89.041,0	5.222,5	244
Garda	868.357	14,4	60.431,8	2.379,1	166
Lazise	3.657.044	63,1	57.913,6	10.019,3	159
Jesolo	5.188.712	96,4	53.826,7	14.215,6	147
San Michele al Tagliamento	5.474.146	114,4	47.847,1	14.997,7	131
Montegrotto Terme	730.706	15,4	47.540,7	2.001,9	130
Bardolino	2.310.956	57,3	40.315,3	6.331,4	110
Castelnuovo del Garda	978.770	34,4	28.428,7	2.681,6	78
Caorle	4.297.996	153,8	27.939,2	11.775,3	77
Venezia	10.946.464	415,9	26.320,4	29.990,3	72
Malcesine	1.131.506	69,3	16.332,8	3.100,0	45
Costermano sul Garda	272.810	16,7	16.292,9	747,4	45
Padova	1.409.036	93,0	15.146,7	3.860,4	41
Rosolina	997.373	74,7	13.353,0	2.732,5	37
Verona	2.419.287	198,9	12.162,5	6.628,2	33
Brenzone sul Garda	446.204	51,6	8.650,2	1.222,5	24
Torri del Benaco	383.227	46,3	8.278,6	1.049,9	23

Fonte: Sociometrica, su dati Istat, 2023

Finora si sono considerati solo i dati ufficiali, cioè quelli che si possono ricavare dalle statistiche dell'Istat. Come abbiamo già fatto nel caso del calcolo del rapporto tra presenze turistiche e popolazione, anche questa volta dovremo considerare il numero delle presenze non solo ufficiali, ma anche quelle non registrate nelle statistiche alberghiere ed extra-alberghiere che, fondamentalmente, derivano dall'affitto per brevi periodi di residenze private utilizzate per ospitare turisti.

La classifica non cambia molto delle posizioni, ma moltissimo nei valori assoluti. L'isola di Venezia arriva così a raggiungere la quota di 5.048 turisti per chilometro quadrato, mentre per Cavallino-Treporti la differenza è lievissima, perché si passa da 410 turisti per chilometro quadrato a 416. Lo stesso vale per Peschiera del Garda, dove si passa da 333 turisti per chilometro quadrato a 366. Anche in località molto famose e molto frequentate, come Jesolo, la differenza è minima, passando da 147 turisti per chilometro quadrato a 156. Più rilevante è la crescita in alcune città, ad esempio Verona, dove si passa da 33 turisti al chilometro quadrato a quasi 50; così come di un certo rilievo è anche la crescita di impatto delle presenze non registrate a Padova, da 41 a 53 persone per chilometro quadrato.

Queste differenze hanno rilievo non solo dal punto di vista quantitativo, ma anche dal punto di vista della distribuzione geografica, perché la localizzazione degli alberghi è già definita dalle regole urbanistiche vigenti, mentre per le case private adibite all'ospitalità turistica non vi è alcun obbligo di ottemperare alle regole urbanistiche per cui possono "spuntare" in qualunque area della città. Inoltre, l'organizzazione dei servizi pubblici, a cominciare dai trasporti e dalla raccolta dei rifiuti, è rapportata alla popolazione residente, non alla quota aggiuntiva turistica ospitata nelle case private.

Tab. 5 – Maggiore rapporto tra presenze "ufficiali e non ufficiali" per superficie

comune	totale presenze	TOT GEN PRESENZE	daily uff	daily tot.	Popolazione	Ind. Uff	Ind. Tot.	superficie (kmq)	tourist daily tot
venezia (isola)	10.946.464	14.373.012	29.990	39.378	49.899	0,60	0,79	7,8	5048,5
Cavallino-Treporti	6.697.898	6.802.576	18.350	18.637	13.395	1,37	1,39	44,7139	416,8
Peschiera del Garda	2.217.494	2.441.526	6.075	6.689	10.881	0,56	0,61	18,2606	366,3
Abano Terme	1.906.199	1.922.318	5.222	5.267	20.095	0,26	0,26	21,4081	246,0
Garda	868.357	1.010.287	2.379	2.768	4.143	0,57	0,67	14,3692	192,6
Lazise	3.657.044	3.871.987	10.019	10.608	6.901	1,45	1,54	63,1466	168,0
Jesolo	5.188.712	5.502.160	14.216	15.074	26.511	0,54	0,57	96,3967	156,4
San Michele al Tagliamento	5.474.146	6.301.156	14.998	17.263	11.714	1,28	1,47	114,4092	150,9
Montegrotto Terme	730.706	741.491	2.002	2.031	11.366	0,18	0,18	15,3701	132,2
Bardolino	2.310.956	2.515.108	6.331	6.891	7.170	0,88	0,96	57,3221	120,2
Venezia	10.946.464	14.373.012	29.990	39.378	256.083	0,12	0,15	415,8927	94,7
Castelnuovo del Garda	978.770	1.053.605	2.682	2.887	13.300	0,20	0,22	34,429	83,8
Caorle	4.297.996	4.523.021	11.775	12.392	11.242	1,05	1,10	153,8341	80,6
Padova	1.409.036	1.815.425	3.860	4.974	209.730	0,02	0,02	93,0258	53,5
Costermano sul Garda	272.810	325.708	747	892	3.873	0,19	0,23	16,7441	53,3
Malcesine	1.131.506	1.331.572	3.100	3.648	3.640	0,85	1,00	69,278	52,7
Verona	2.419.287	3.511.980	6.628	9.622	258.031	0,03	0,04	198,9135	48,4
Rosolina	997.373	1.177.708	2.733	3.227	6.295	0,43	0,51	74,693	43,2
Brenzone sul Garda	446.204	617.137	1.222	1.691	2.486	0,49	0,68	51,5829	32,8
Torri del Benaco	383.227	529.627	1.050	1.451	3.062	0,34	0,47	46,2914	31,3

Fonte: Sociometrica, su fonti autonome e dati Istat, 2023





---

## 2.3 *La Tourism Exposure* dei comuni del Veneto

---

Una volta calcolati i due indicatori, si tratta di “normalizzarli”, vale dire di considerarli su una scala comune comparabile, e poi di combinarli insieme, per creare l’indicatore fondamentale sintetico della Tourism Exposure.

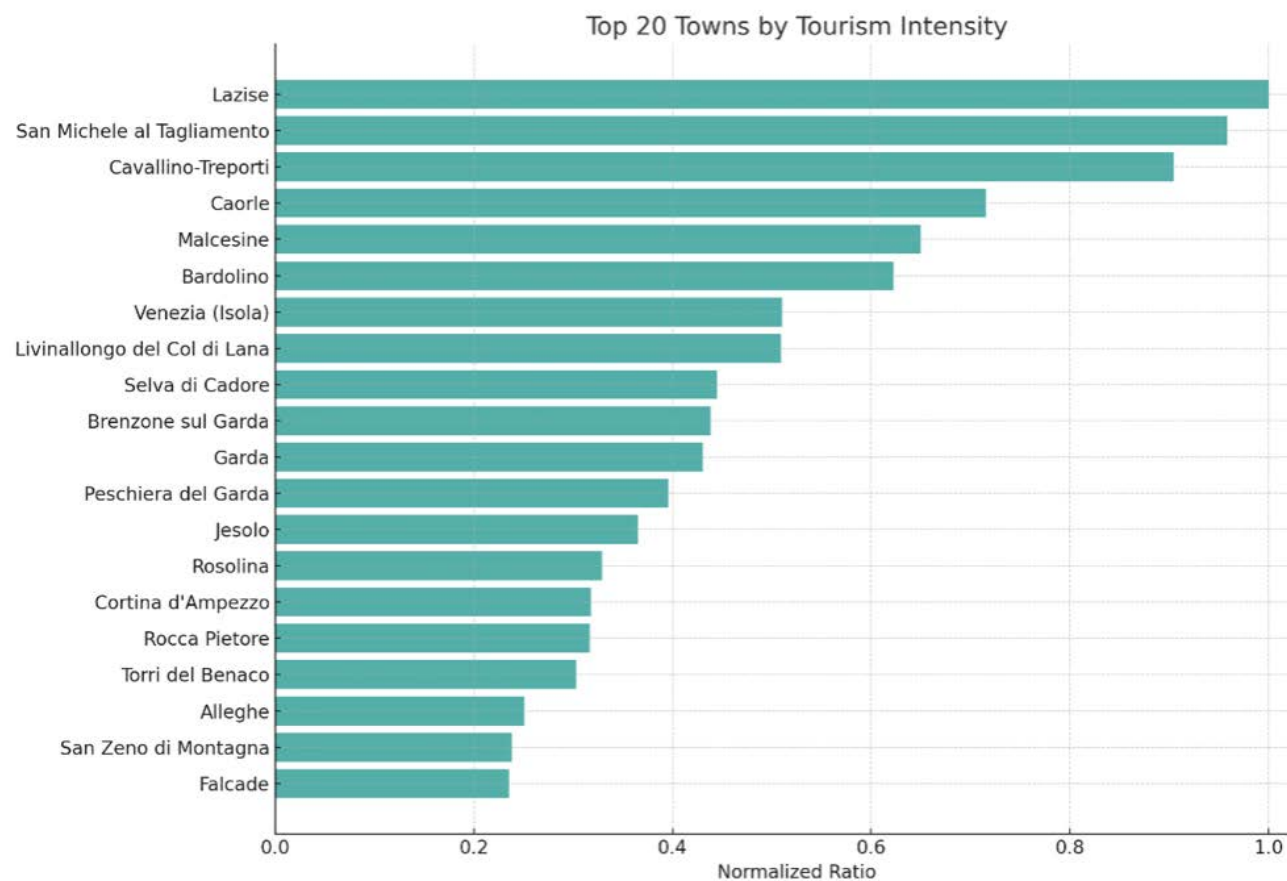
L’esposizione al turismo di una località viene così calcolata attraverso i due indicatori, con il primo che connette i flussi turistici con la popolazione residente e il secondo con la superficie del comune medesimo. Li abbiamo chiamati indicatore di intensità e indicatore di estensione. Come abbiamo ampiamente spiegato non c’è un livello del primo, così come del secondo che ci possa far dire di essere di fronte a un fenomeno di overtourism o meno.

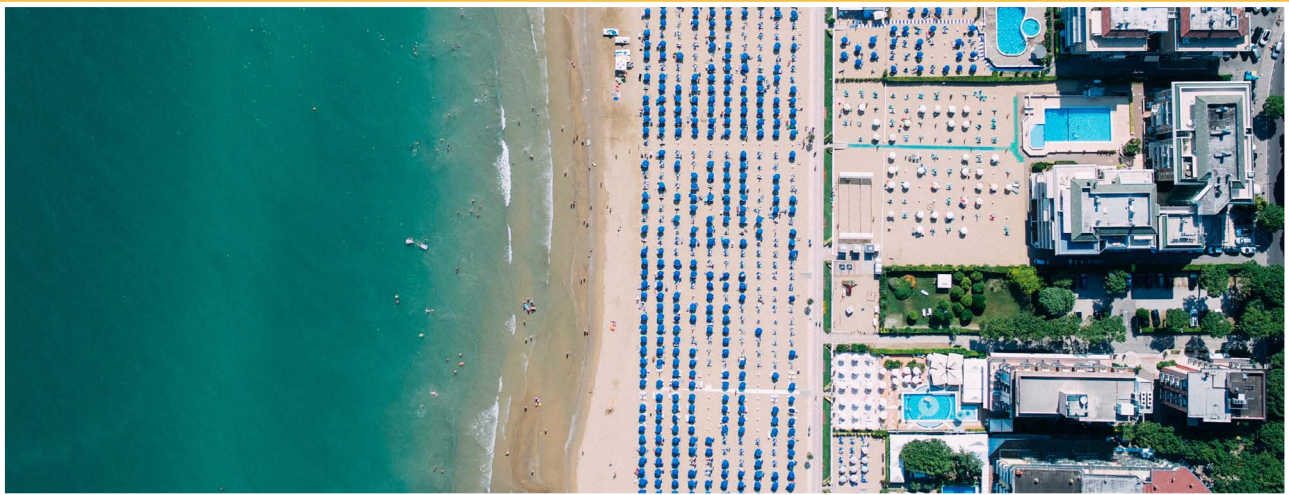
L’indicatore sintetico della “Tourism Exposure” è calcolato su una scala da 0 a 1, dove le destinazioni raggiungono il valore zero, significa che in quelle destinazioni sia l’intensità che l’estensione del fenomeno turistico è minimo, o del tutto inesistente. Nel caso in cui il valore fosse 1, significherebbe che si è in presenza della massima esposizione del comune al turismo.

Analizziamo prima ciascuno dei due indicatori, ognuno a sé stante e poi la loro combinazione nell’indicatore sintetico della “Tourism Exposure”. Anche in questo caso abbiamo considerato Venezia sia come comune nella sua interezza, sia Venezia intesa come isola propriamente detta, considerando perciò sia la popolazione dell’isola che la sua superficie.

Il comune veneto con il più elevato indice di intensità del turismo è Lazise, dove l'indicatore normalizzato arriva a 1, il che vuol dire che il numero dei turisti supera il numero dei residenti nel comune. Al secondo posto c'è San Michele al Tagliamento, seguita da Cavallino-Treporti, Caorle e Malcesine. Si tratta degli unici comuni dove l'indicatore supera il valore di 0,6. Non si tratta ancora di overtourism perché -come vedremo- non basta a determinarlo un unico calcolo numerico, ma altre specifiche condizioni, come la logistica, la capacità di gestire i flussi turistici da parte delle amministrazioni comunali e di grado superiore, la percezione della popolazione e così via. Servono però a dare l'indicazione di quanto sia intenso, cioè frequente il turismo nella località. L'isola di Venezia non è al primo posto, e questa è una "notizia", ma al settimo. Incide, com'è intuibile l'entità della popolazione residente che negli altri comuni è nettamente inferiore. Il Comune di Venezia nel suo complesso non compare tra i primi venti comuni con l'indicatore di intensità più alto e non compare nessun altro capoluogo di provincia. Trattandosi di un rapporto, è dirimente oltre che l'incidenza dei flussi turistici, anche l'ammontare della popolazione residente.

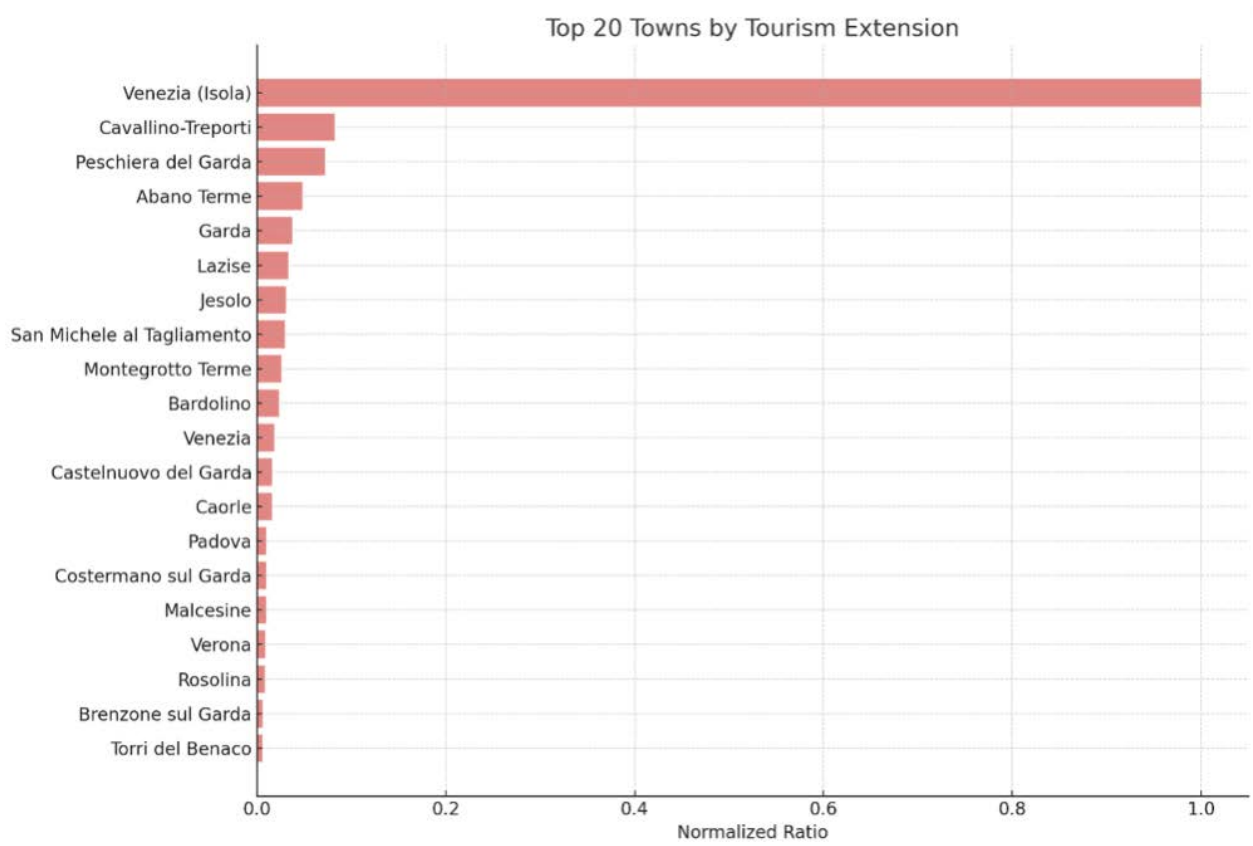
Graf. 2 – Top 20 comuni secondo l'indicatore normalizzato dell'intensità





Analizziamo adesso il secondo indicatore riferito al rapporto tra flussi turistici e la geografia, vale a dire con l'estensione del territorio comunale. In questo caso vediamo una differenza gigantesca tra la situazione dell'isola di Venezia propriamente detta e il resto dei comuni veneti. In questo caso l'isola raggiunge il valore 1, ma già Cavallino-Treporti, al secondo posto, si colloca al livello di 0,1, così come il resto degli altri comuni. Consideriamo, per altro, la particolare specificità di quest'ultimo comune, con una grande presenza del turismo "open air". Ovviamente, l'enorme numero dei turisti rispetto alla modesta estensione del territorio dell'isola di Venezia, fa quasi "saltare" la scala, perché tutti gli altri comuni sono "appiattiti" da quel valore molto importante.

Graf. 3 – Top 20 comuni secondo l'indicatore normalizzato dell'estensione

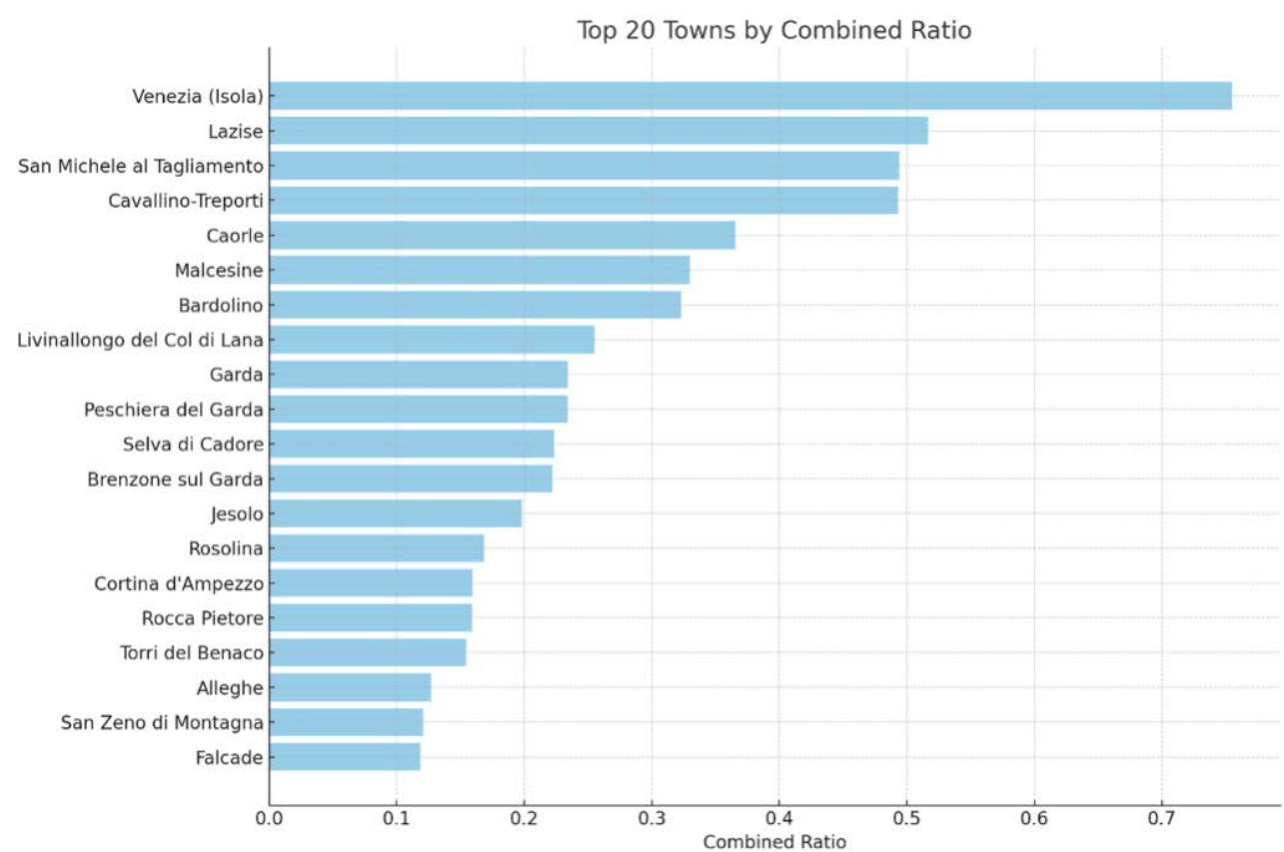




Arriviamo così all'indicatore "principe" di questo lavoro, cioè l'esposizione del comune al fenomeno turistico, la "Tourism Exposure". Al primo posto, com'è facile immaginare, c'è Venezia intesa come isola, che raggiunge il valore di 0,76, appunto sulla scala da 0 a 1. Volendo descrivere il senso di questo valore, potremmo dire che, rispetto a una teorica saturazione totale della popolazione e del territorio dell'isola di Venezia rispetto al turismo, ci troveremmo al 76% di questa saturazione, con un massimo teorico del 100%. Se invece, considerassimo Venezia in quanto comune, perciò considerando sia il totale della popolazione, sia il totale dell'estensione del comune, allora il comune nella sua interezza sarebbe al ventottesimo posto.

In termini strettamente comunali, al primo posto c'è Lazise, con l'indice combinato dello 0,52; seguito da San Michele al Tagliamento, a pari merito con Cavallino-Treporti (0,49) e Caorle (0,37). Il primo capoluogo di provincia è Venezia, seguito da Verona, Padova e tutti gli altri.

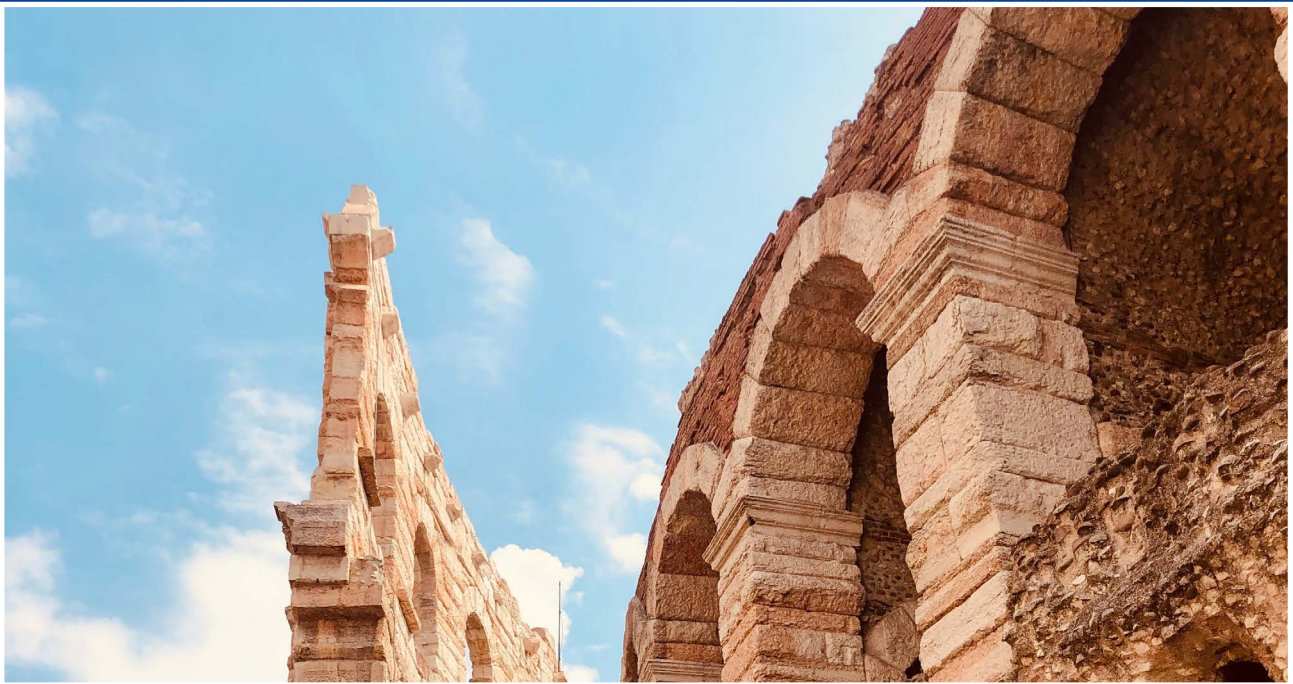
Graf. 4 – Top 20 comuni secondo l'indicatore di Tourism Exposure



Anche nel caso di questo indicatore sintetico e generale, non si può definire un valore oltre il quale vi sia un totale e complessivo overtourism, se non quando si raggiunga il valore massimo di 1 o ci si colloca nelle sue vicinanze. Più si è vicini a questo valore, più vicini si è alla saturazione. Si possono, naturalmente, costruire delle fasce per classificare i comuni, ma l'operazione è controvertibile. L'impressione è che oltre il valore di 0,75, cioè di saturazione di oltre i tre quarti del complessivo potenziale di

ospitalità di una destinazione, si può parlare di un punto oltre il quale la presenza turistica diventa difficilmente sostenibile e si innescano meccanismi negativi sia dal lato della domanda, perché i turisti non troverebbero grande soddisfazione in una località “crowded”; sia dal lato dell’offerta, perché i residenti avrebbero la sensazione che sulla bilancia i sacrifici sulla qualità della vita peserebbero più dei vantaggi arrecati. Quando l’indicatore si colloca oltre il livello di 0,50 e inferiore a 0,75 (nel nostro caso ci sono Lazise con 0,52 e i due comuni di San Michele al Tagliamento e di Cavallino-Treporti, che sono appena sotto questa soglia con lo 0,49), sebbene vi sia un’alta esposizione al turismo, bisognerebbe andare oltre il valore dell’indicatore, per capire se la gestione dei flussi turistici da parte dei tre comuni sia adeguata, nel qual caso non si registrerebbero fenomeni negativi di percezione di “eccesso” del turismo: se fosse inadeguata, sicuramente porterebbe a una percezione negativa da parte dei residenti del fenomeno turistico in generale.

Sopra il livello dell’indice 0,20 l’esposizione sarebbe naturalmente “alta”; si può parlare di esposizione media al di sotto dello 0,20 e sopra lo 0,10; mentre sotto questa soglia sarebbe bassa. Si potrebbero, naturalmente, creare altre fasce, o moltiplicarle, o restringerle. Quel che conta è che siamo davanti a una logica relativa, cioè si riferiscono e hanno significato all’interno dell’universo per cui vengono calcolate, dove esistono dei valori massimi e minimi che costituiscono i termini effettivi della comparazione. Per essere più chiari: se questa stessa metodologia fosse applicata in un’altra regione, avremmo la stessa tassonomia, da 0 a 1, ma il significato, ad esempio, del valore 0,5 di una regione non sarebbe lo stesso (probabilmente) di quello di un’altra regione. I valori relativi di ciascuna regione sarebbero invece del tutto comparabile, se l’analisi fosse fatta su tutta l’Italia, dove allora i valori massimi e minimi di riferimento sarebbero quelli più alti in tutto il territorio nazionale, e questo renderebbe comparabile il dato di qualunque comune di qualunque regione con un altro di un altro comune di un’altra regione. Si tratta perciò di un indicatore che fornisce elementi di giudizio molto importanti, anzi essenziali, il cui valore cresce al crescere dell’universo di riferimento.



## CONCLUSIONI: CAUSE E RIMEDI DELL'OVERTOURISM

### 3.1 L'imprescindibile crescita del turismo

La fase introduttiva della nostra analisi è stata dedicata all'esplorazione delle sofisticate metodologie utilizzate per catturare l'essenza del termine "overtourism". Questa terminologia, che evoca l'idea di un "eccesso", solleva domande di rilevanza cruciale. Qual è il punto di riferimento che determina tale eccesso? Come tracciare questi confini? E quali sono le variabili che influiscono su questi limiti? Queste sono state le questioni che hanno guidato la nostra rigorosa indagine.

Le nostre analisi hanno identificato due indicatori salienti: il primo correla i flussi turistici alla demografia del luogo, mentre il secondo li situa rispetto all'ampiezza territoriale della destinazione in questione. Se analizzati in un ambiente stabile e ben definito - una premessa complessa in sé - tali indicatori possono fornire una metrica di grande valore per determinare la presenza, o meno, di "overtourism". Attraverso l'elaborazione di questi dati nel nostro indicatore composto, denominato "Tourism Exposure", siamo stati in grado di consolidare l'insieme delle informazioni in un'unica dimensione metrica. Ciò ci ha permesso di effettuare comparazioni tra diverse destinazioni, nello specifico i comuni del Veneto.





E' facile identificare specifici driver che hanno potenziato i flussi turistici. Questi driver hanno catalizzato l'interesse mediatico e hanno stimolato l'opinione pubblica a utilizzare il termine "overtourism". È fondamentale sottolineare che ci troviamo di fronte a movimenti di portata globale che influenzano profondamente l'intero ecosistema turistico.

Per offrire una prospettiva, prendiamo in considerazione l'evoluzione degli arrivi internazionali. Nel decennio 2010-2019, l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO) ha evidenziato una crescita degli arrivi turistici internazionali, che passano da circa 950 milioni nel 2010 a 1,5 miliardi nel 2019, con un tasso di crescita annuo medio tra il 4% e il 5%. Malgrado l'inevitabile contrazione dovuta alla pandemia del Covid-19, nel 2023 il settore ha mostrato segni di ottima ripresa. Un dato emblematico è rappresentato dalla data dell'11 agosto 2023, quando si è registrato un numero record di 259.493 voli in un solo giorno, con picchi di oltre 20.000 aerei in volo simultaneamente. Mai prima nella storia del mondo c'è stato un così alto numero di voli aerei in un solo giorno.

La dinamica di crescita del turismo sta vivendo una fase di espansione senza precedenti, alimentata da una serie di fattori: la globalizzazione e la sua capacità di avvicinare culture e nazioni; la democratizzazione del viaggio aereo che rende le mete più accessibili; l'apertura turistica di nazioni con popolazioni significative, la crescita economica di paesi storicamente a basso reddito; l'irresistibile attrazione delle grandi destinazioni; l'ubiquità e la capacità persuasiva dei social media, e una filosofia di vita che privilegia il tempo libero, il viaggio e la sfera esperienziale.

## 3.2 Le cause dell'overtourism

La crescita del turismo a livello globale è indiscutibilmente una notizia positiva, specialmente per l'Italia, nazione che beneficia significativamente dal turismo internazionale. L'Italia gode, infatti, di una spesa sostenuta dagli stranieri nettamente superiore a quella degli italiani all'estero, generando così un saldo positivo inconfondibile. Di conseguenza, è nell'interesse nazionale che il flusso turistico globale continui nella sua traiettoria ascendente. Si pone allora il problema di un limite possibile per questa crescita. Il punto è dunque come l'offerta turistica possa adattarsi e rispondere alle crescenti esigenze.

Questo limite è già in sostanza pre-determinato dall'offerta di soggiorni disponibili nelle strutture ricettive ufficiali. La domanda non potrà andare oltre le disponibilità: più del 100% dell'occupazione delle camere esistenti non si può andare. Magari si può pensare ad accrescere l'offerta disponibile, ma finché non c'è, i posti sul mercato sono quelli dati.

Guardiamo sempre al Veneto. Negli ultimi otto anni (2014-2022) il numero dei posti-letto complessivi, a disposizione dei turisti, è passato da 214.137 a 214.710, un incremento che vale perciò lo 0,3%; il numero delle camere, entità principale delle statistiche sull'offerta turistica, è addirittura diminuito, passando da 112.012 a 109.724, mentre il numero degli alberghi è cresciuto da 3.055 a 3.146, perciò + 3,0%. In sostanza, gli alberghi si sono ristrutturati proponendo camere più grandi. È difficile attribuire l'overtourism al cambiamento dell'offerta ricettiva ufficiale, perché nella sostanza non è cambiato in dieci anni in nulla di sostanziale dal punto di vista della quantità complessiva dei pernottamenti offerti.

Tab. 6 – Esercizi ricettivi, camere e posti-letto nel Veneto (2014-2022)

Veneto - anno	esercizi	camere	posti-letto
2014	3.055	112.012	214.137
2022	3.146	109.724	214.710
differenza %	2,98	-2,04	0,27

Fonte: elaborazioni Sociometrica su dati Istat, 2023



Se passiamo a specifiche destinazioni la situazione cambia, ma non in maniera troppo rilevante. Ad esempio, a Venezia il numero di posti-letto nello stesso periodo è passato da 29.522 a 32.655, perciò con un incremento del 10,6%; a Lazise, il comune con la maggiore intensità di turismo, da 2.467 a 2.838, perciò più 15,0%, ma già a Jesolo sono diminuiti del 4,1% e a Verona la crescita è stata dello 0,9%: da 5.981 posti-letto a 6.094. Anche la crescita più elevata, quella di Lazise, è intorno all'1,5-2,0% all'anno. Insomma, non sono dinamiche che -da sole- possano far pensare a un'esplosione delle presenze turistiche nel territorio.

Non abbiamo i dati su un arco temporale così lungo per l'offerta di abitazioni private a uso turistico, i cosiddetti "affitti brevi" presenti sulle piattaforme *on-line*, ma solo quelli relativamente al 2022 e al 2023. Considerando i primi 50 comuni turistici della regione, l'offerta di "units" sulle piattaforme è di 23.122 (naturalmente una parte è composta da B&B e altre tipologie registrate ufficialmente), con una crescita del 13,4% rispetto allo scorso anno. Se ci fosse anche per gli anni precedenti un andamento simile, avremmo una crescita delle abitazioni private in offerta turistica dieci volte superiore rispetto alle dinamiche già registrate per gli esercizi alberghieri.

Mentre per gli esercizi ricettivi le differenze tra comune e comune sono modeste, per l'offerta di abitazioni private le differenze sono, al contrario, molto accentuate, perché si passa dal più 91% in un anno per Noventa di Piave, al più 87% per Villafranca di Verona e al più 27% per la stessa Verona, per arrivare a una riduzione del 16% per Selva di Cadore e Abano Terme. Questi dati sono relativi ai primi cinquanta comuni turistici della regione, quelli dove, per altro, l'offerta di abitazioni private per turisti è più consistente, anche se il fenomeno si è andato allargando anche verso le destinazioni meno rilevanti.







Tab. 7 – Offerta “units” ricettive sulle piattaforme digitali (2023- % sul 2022)

comune	units 2023	delta % (2022)
Noventa di Piave	42	91
Villafranca di Verona	43	87
Mirano	52	53
Porto Tolle	38	46
Jesolo	855	36
Livinallongo	70	30
Falcade	104	30
Verona	2.843	27
Padova	968	27
Vicenza	388	24
Rosolina	442	22
Garda	381	22
Auronzo di Cadore	77	22
San Michele al Tagl.	2.027	21
San Martino	29	21
Cavallino-Treporti	281	19
Castelnuovo del Garda	226	16
Asiago	46	15
Mira	182	15

Fonte: stime Sociometrica, 2023



Siamo perciò di fronte a dinamiche molto diverse tra i due comparti di offerta di soggiorno nelle destinazioni venete. Quel che conta, rispetto alla percezione dell'overtourism, è come questi cambiamenti si configurino rispetto all'organizzazione comunale, soprattutto dei servizi pubblici. Gli alberghi sono già conurbati nel tessuto comunale, perché esistono da decine di anni, e in alcuni casi da più di cento, perciò il loro fabbisogno di raccolta dei rifiuti, organizzazione dei trasporti, organizzazione interna rispetto alle esigenze dei turisti, ha avuto tutto il tempo di affinarsi e di trovare un equilibrio. Ben diversa può essere la situazione quando l'offerta ricettiva di appartamenti privati arriva senza preavviso, in zone dove non era prevista un'organizzazione dei servizi pubblici per flussi turistici, ma solo per i residenti. Un palazzo di civili abitazioni produce un certo numero di rifiuti, tendenzialmente costante, perché non cambia la geografia dei residenti. Nel momento in cui ci sono ospiti che cambiano ogni giorno, è evidente che cambia la quantità di rifiuti prodotti e anche la loro tipologia.





### 3.3 La Sottigliezza della percezione

Nell'ambito della nostra meticolosa indagine, ci siamo impegnati fin dalle prime fasi a delineare con precisione la connotazione dell'overtourism. Ci siamo interrogati sull'esatto momento in cui, all'interno della collettività, si manifesta la sensazione che il turismo trascenda il limite dell'accettabilità, diventando invasivo o, nei casi più gravi, insostenibile. Abbiamo constatato che, in numerose situazioni, tale fenomeno potrebbe rispecchiare una sorta di "sentimento collettivo" piuttosto che il risultato di un'analisi rigorosamente oggettiva. In virtù di tale constatazione, abbiamo rivolto la nostra attenzione a criteri oggettivi, elaborando e analizzando dati puntuali relativi ai comuni del Veneto.

Tuttavia, nell'analizzare il fenomeno dell'overtourism alla luce del dibattito pubblico contemporaneo, emerge prepotentemente l'importanza della "percezione". Quando in una determinata destinazione turistica la convivenza tra turisti e comunità locale si svolge in maniera armoniosa e senza frizioni, il concetto stesso di overtourism è assente o appare attenuato, indipendentemente dalle cifre e dai dati concreti. In una data località, un migliaio di turisti potrebbe generare un senso di disordine e caos; mentre in un altro contesto analogo, con lo stesso numero di visitatori potrebbe essere percepito come una risorsa positiva e stimolante. Evidentemente, la vera differenza non risiede nella mera quantità.

Il fulcro di tale divergenza è spesso riconducibile all'efficienza logistica e all'organizzazione integrata della destinazione. Come abbiamo ampiamente sottolineato nei capitoli precedenti, un elemento determinante è rappresentato dalla capacità di accoglienza e gestione del flusso turistico da parte della destinazione, che dipende da una miriade di fattori: dalla qualità e efficienza delle infrastrutture; dalla disponibilità di parcheggi; dalla fluidità dei trasporti, e dalla capacità dei servizi pubblici di rispondere alle esigenze di un pubblico in continuo mutamento. Quando la logistica si dimostra all'altezza della situazione e perfettamente integrata con le esigenze del territorio, la percezione negativa associata all'overtourism tende a mitigarsi. Se tali elementi risultano carenti, la percezione negativa diviene più incisiva.



Da tale riflessione, emerge un ulteriore punto di analisi: la necessità di confrontare la resilienza e l'adattabilità logistica durante i periodi di normale affluenza turistica rispetto ai periodi di picco stagionale. Numerose destinazioni turistiche, in particolare le località balneari e montane, sono soggette a queste fluttuazioni stagionali. Nel contesto urbano, sebbene esistano delle variazioni, queste tendono a essere meno accentuate.

Il fenomeno turistico, per sua natura, è intriso di ciclicità. Questi picchi e valli sono inevitabili, dato che l'essenza del turismo è strettamente connessa alle dinamiche del tempo libero e alle variazioni stagionali. Di conseguenza, è essenziale che le destinazioni turistiche si preparino in maniera proattiva, mirando a una logistica che sia in grado di gestire sia i periodi di normale affluenza che quelli di massimo afflusso. Attraverso una pianificazione meticolosa e un'organizzazione logistica ottimizzata si potrà attenuare la potenziale insorgenza di percezioni negative legate al fenomeno turistico nella sfera pubblica.





---

## 3.4 L'affiorare dell'anti-turismo

---

Al di là di tutti i ragionamenti che si possono fare sul se e quando si debba parlare appropriatamente di overtourism, quel che in questi ultimi mesi si va delineando è la crescita di una corrente d'opinione, quasi una corrente culturale, che colloca il turismo, schematicamente, non più dal lato del bene, ma del male. Si usano per il turismo le stesse parole, gli stessi concetti, le stesse semantiche che si usano per l'inquinamento o altri fenomeni "duri" di insostenibilità. È evidente che la parola inquinamento è negativa in sé: anche un piccolo livello di inquinamento è negativo: si può tollerare, ma comunque è percepito in maniera negativa. Allo stesso modo sembra quasi che, impercettibilmente, anche il turismo debba essere trattato come un fenomeno negativo, di cui non resta che stabilire il livello di sostenibilità o di sopportabilità.

Il turismo però non è un fenomeno negativo, tutt'altro: è un fenomeno che connota le società affluenti; permette alle persone di incontrarsi; di conoscere luoghi improntati alla bellezza; è un fenomeno economico importante per molti luoghi, tanto che vari paesi piccoli non sopravviverebbero senza il turismo (basti fare il confronto in montagna tra le località che hanno turisti e che resistono e crescono e quelle che non ce l'hanno, che si spopolano e declinano). C'è sempre stata una gara fra i luoghi a definirsi turistici, come sinonimo di valore, di bellezza e di sviluppo economico. Oggi sembra che il termine turistico sia una *diminutio*, qualcosa quasi di negativo, come se ospitare le persone sia un atto economico e non anche un atto sociale, culturale, di apertura al mondo.





Tra l'altro ci si pone anche una domanda che potrebbe sembrare singolare, ma non lo è: quanti criticano non (solo) l'overtourism, ma l'idea stessa di condividere con altri una destinazione turistica, non fanno mai viaggi e non trascorrono mai un periodo di vacanza? E quando lo fanno non si sentono anche loro "turisti", o anche "over-turisti"? Insomma, "over-turisti" sono sempre gli altri? Altro elemento di senso comune che viene dato come scontato, mentre è vero il suo contrario: è che la gente cerchi posti solitari, isolati e senza nessuno. L'esperienza ci dice esattamente il contrario: la gente va dove c'è l'altra gente; sceglie le destinazioni che scelgono tutti, perché vogliono far parte di chi per sé sceglie il meglio. Ovviamente, c'è un limite, ma appunto il limite è dato dall'organizzazione, non dalla volontà di stare soli o in pochi.

Il pericolo insito nella diffusione di questo tipo di "statement", apparentemente di senso comune, è quella di derubricare il turismo dalla sua veste nobile (incontrare persone e culture diverse; incontrare la bellezza; gioire insieme agli altri di un bene comune) a quelle del "fastidio", magari da sopportare per ragioni utilitaristiche, economiche, ma non da lodare. Se arriva questo approdo, di concepire il turismo come un fenomeno che sta dal lato sbagliato della sostenibilità, allora tutta la semantica solitamente dedicata ai fenomeni critici come gli inquinamenti di ogni genere, si riverserà anche sul turismo, con effetti nefasti su decine e decine di località che vedono nel turismo un motivo d'orgoglio e di investimento collettivo.



---

## 3.5 Riconfigurazione del turismo e la “spinta gentile”

---

In un contesto di crescente globalizzazione, si assiste a una profonda metamorfosi del panorama turistico. L'elevazione del reddito medio in nazioni precedentemente ai margini del mercato turistico, coniugata all'espansione dei collegamenti aerei e alla competitività delle tariffe, ha catalizzato un'inaspettata effervescenza della domanda turistica internazionale. Questa dinamica si traduce in un processo che potremmo definire come “universalizzazione” dell'esperienza turistica: quello che un tempo era un lusso riservato a un'élite, si è progressivamente democratizzato, abbracciando dapprima il mondo occidentale e successivamente una vasta porzione del globo. Tale evoluzione, salvo cataclismi economici di proporzioni storiche, sembra irreversibile e, in generale, auspicabile.

Una diretta conseguenza di tale fenomeno risiede nella concentrazione della domanda verso le destinazioni di spicco. Sospinti da aspirazioni di eccellenza e desideri di esplorare i luoghi più celebri, i turisti si riversano nelle mete più rinomate. Questa tendenza è ulteriormente accentuata dai meccanismi intrinseci del digitale, in particolare dal concetto di “*clickbait*”. La natura stessa dei social media e delle piattaforme online si nutre dell'attenzione dell'utente, e pertanto, contenuti che promuovono destinazioni esclusive o offerte allettanti risultano irresistibili. Questo meccanismo, combinato con l'innata attrazione di certi luoghi, amplifica la disparità tra le mete turistiche di primo piano e quelle meno note, nonostante queste ultime possano vantare inestimabili patrimoni culturali o paesaggistici.

L'approccio proibizionista o eccessivamente normativo potrebbe rivelarsi controproducente, alimentando ulteriormente l'attrazione per le mete già popolari. Piuttosto, l'intervento strategico dovrebbe focalizzarsi su aspetti strutturali, quali la logistica e la regolamentazione delle offerte di case private per affitti a breve termine, accompagnato da tattiche di “spinta gentile”, o “*nudging*” nel campo della comunicazione, al fine di indirizzare in modo sottile le scelte turistiche.

La teoria della “spinta gentile”, traduzione del termine originale di “*nudge*”, parte dalla premessa che le persone spesso prendono decisioni basate su pregiudizi irrazionali o abitudini, piuttosto che su un'analisi oggettiva. Modificando in modo sottile il modo in cui le scelte vengono presentate o strutturate, si può “indirizzare” gli individui verso decisioni migliori. La progettazione di come vengono presentate le scelte gioca un ruolo cruciale. Piccole modifiche in questa architettura possono avere un impatto significativo sulle decisioni.

Le politiche di spinta gentile sono utilizzate nelle politiche pubbliche, sanità, finanza ed altri settori per promuovere comportamenti positivi come una sana alimentazione, risparmio per la pensione o riduzione del consumo energetico. Il termine “*nudge*” e i suoi principi sottostanti sono stati resi popolari dal libro del 2008 “*Nudge: La spinta gentile - La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità*” di Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein. Thaler è stato successivamente premiato con il Premio Nobel per l’Economia nel 2017 per i suoi contributi all’economia comportamentale, inclusa la teoria del *nudge*.

Nell’ecosistema contemporaneo del turismo, la comunicazione emerge come uno strumento fondamentale, capace di influenzare profondamente le scelte e le preferenze dei viaggiatori. In questo contesto, l’arte della comunicazione può essere il catalizzatore per una reimmaginazione del panorama turistico, orientando le masse verso esperienze più variegata e sostenibili.

Nel dettaglio, quando ci si riferisce alla progettazione comunicativa, è di vitale importanza elevare quelle destinazioni meno conosciute, trasformando le loro peculiarità in veri e propri punti di forza di valore generale. Presentando queste mete in una luce positiva e costruendo una narrazione avvincente attorno ad esse, si può garantire che, nell’infinito universo del web, tali luoghi non vengano percepiti come anonimi o secondari, ma come valide alternative alle classiche destinazioni.

Le nuove tecnologie digitali e le piattaforme *online* offrono strumenti inestimabili in questo percorso. Banner pubblicitari mirati, campagne di marketing digitali su misura e algoritmi di suggerimento possono indirizzare efficacemente gli utenti, proponendo destinazioni alternative o itinerari turistici più ampi e variegati. L’ambizione è di contrastare la tendenza prevalente, che vede una crescente concentrazione di turisti in poche, celeberrime mete, spingendo invece verso una distribuzione più omogenea delle presenze. Se immaginiamo il mercato turistico come una piramide, l’obiettivo è di spostare l’attenzione dal vertice, sovraffollato, “schiacciandolo” verso una base più ampia e diversificata, allentando le barriere di percezione tra le destinazioni più note e quelle meno note.

Tuttavia, pur essendo la comunicazione un aspetto cruciale, non è l’unico elemento da considerare. Oltre alle misure strutturali e logistiche precedentemente menzionate, è essenziale esplorare una serie di iniziative complementari. Attraverso schemi di incentivazione, sia economici che promozionali, si potrebbe modulare la domanda, alleviando la pressione su alcune destinazioni e promuovendo una distribuzione turistica più equilibrata e sostenibile.



# SOCIOMETRICA

