

OVERTOURISM E NUOVI EQUILIBRI DEL TURISMO CONTEMPORANEO

**Una prospettiva
multidisciplinare**

**a cura di
Riccardo Spinelli
Andrea Zanini**

FrancoAngeli 



OPEN ACCESS la soluzione FrancoAngeli

Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

OVERTOURISM E NUOVI EQUILIBRI DEL TURISMO CONTEMPORANEO

Una prospettiva multidisciplinare

a cura di
Riccardo Spinelli
Andrea Zanini

FrancoAngeli®



La pubblicazione di questo volume è stata realizzata con il finanziamento dell'Unione europea – Next Generation EU – PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA (PNRR) – MISSIONE 4 COMONENTE 2, INVESTIMENTO 1.1 Fondo per il Programma Nazionale di Ricerca e Progetti di Rilevante Interesse Nazionale (PRIN) - Bando PRIN 2022, Progetto What went wrong? A retrospective analysis of destination policies in overtouristed hotspots, prot. n. 2022B7RP3P, Unità di ricerca dell'Università degli Studi di Genova, CUP D53D23000560006.

Isbn Ebook Open Access: 9788835188599

Copyright © 2025 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Pubblicato con licenza Creative Commons
Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale
(CC-BY-NC-ND 4.0).

Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni
della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>*

INDICE

L'overtourism tra passato e futuro. Note introduttive, di Riccardo Spinelli e Andrea Zanini	pag.	7
1. Tra overtourism e turismo a bassa intensità: verso un nuovo equilibrio, di Stefania Mangano, Pietro Piana e Leonardo Porcelloni	»	15
2. Le radici psicologiche della turismofobia, di Guido Amoretti	»	35
3. Il ruolo delle politiche pubbliche nei processi di sviluppo turistico locale, di Barbara Cavalletti	»	52
4. Riflessioni su profili giuridici in tema di overtourism, di Piera Maria Vipiana	»	66
5. Il “valore” del paesaggio rurale nel turismo contemporaneo, di Giacomo Zanolin e Giampietro Mazza	»	79
6. Supporto decisionale e innovazione: la Ricerca Operativa nel contesto dello sviluppo turistico, di Daniela Ambrosino	»	100
7. Misurare il turismo a Venezia, 1914-2024, di Davide Cecato e Giovanni Favero	»	121
8. La mobilitazione degli attori culturali nella genesi del moderno Carnevale di Venezia. Un'analisi retrospettiva, di Arianna Candeago	»	141

9. Le politiche turistiche della Regione Liguria e le Cinque Terre, di *Elisa Tizzoni* pag. 161

10. *Overtourism* e gestione dei flussi turistici: il caso delle Cinque Terre, di *Claudia Burlando e Tiziano Pavanini* » 180

Autrici e Autori » 200

L'OVERTOURISM TRA PASSATO E FUTURO.

NOTE INTRODUTTIVE

Riccardo Spinelli e Andrea Zanini

Ogni anno, nel periodo di massima affluenza, il fenomeno turistico conquista l'attenzione dei media e del dibattito pubblico coinvolgendo, con diversi gradi di partecipazione, rappresentanti della politica nazionale e locale, operatori economici del settore, lavoratori, turisti e cittadini comuni. In tale contesto, negli ultimi anni si è affermato un termine che ha polarizzato gran parte della discussione: *overtourism*, talvolta declinato nelle versioni italianizzate di “iperturismo”, “ultraturismo” o “sovraturismo”.

Il pubblico italiano ha dunque iniziato solo recentemente a familiarizzare con un termine altrove già consolidato nel lessico corrente. A differenza di altri concetti originatisi in ambito accademico, *l'overtourism* ha avuto una genesi “dal basso”, quale risposta linguistica a una criticità percepita come nuova e urgente. Solo in seguito la comunità scientifica ha recepito il neologismo, tentando di definirlo e circoscriverne i principali tratti distintivi. Tra questi si segnalano: l'eccessivo affollamento degli spazi pubblici; comportamenti turistici inadeguati che incidono sulla vita quotidiana delle comunità ospitanti; processi di turisticizzazione che favoriscono l'esodo dei residenti; un significativo impatto sull'ambiente naturale. Complessivamente, l'eccesso di presenze turistiche produce conseguenze negative di natura sociale, culturale e ambientale, che si ripercuotono sui residenti, sulle destinazioni e persino sui turisti stessi (Volo, 2020).

Per sua stessa natura, *l'overtourism* è circoscritto sia nello spazio sia nel tempo: interessa specifiche destinazioni e spesso solo alcune aree particolarmente attrattive; inoltre, tende a manifestarsi durante determinati periodi dell'anno caratterizzati da picchi stagionali. La valutazione dell'entità del fenomeno non può quindi basarsi su dati assoluti ma richiede un'analisi relazionale che rapporti la domanda turistica alla capacità di carico del

territorio e alle altre funzioni economiche che esso è chiamato a svolgere (Innerhofer *et al.*, 2020).

Benché la diffusione internazionale del termine *overtourism* sia relativamente recente – poco più di un decennio – le problematiche sottese hanno radici più lontane. Fino agli anni Sessanta, la letteratura e il dibattito pubblico hanno considerato il turismo come volano di crescita economica, esaltandone gli effetti positivi; in quest’ottica, l’aumento dei flussi era interpretato come segnale inequivocabile del successo di una destinazione. Negli anni Settanta, tuttavia, emerge una consapevolezza più critica: studiosi e operatori iniziano a evidenziare possibili esternalità negative, quali l’eccessiva dipendenza economica da un unico settore (la cosiddetta “monocultura turistica”), la stagionalità dell’occupazione, la bassa specializzazione professionale, i rischi per l’identità culturale dei luoghi e l’impatto ambientale (Capocchi *et al.*, 2020; Herntrei e Jánová, 2024, pp. 7-8).

Negli anni Ottanta si assiste a un’evoluzione ulteriore: si diffondono concetti come “turismo dolce” ed “ecoturismo”, si incentiva la partecipazione delle comunità locali ai processi decisionali e si introducono strumenti teorici quali la “capacità di carico” o il “punto di saturazione”, al fine di individuare un livello soglia oltre il quale i costi superano i benefici del turismo.

Il decennio successivo si caratterizza per orientamenti più complessi e talvolta contraddittori. Si riconosce che il turismo può generare effetti sia positivi sia negativi e che la pianificazione non può limitarsi alla definizione di un tetto massimo di visitatori ma richiede un approccio articolato e multidimensionale. Contemporaneamente, si consolida l’idea che le destinazioni turistiche debbano essere gestite in un’ottica di competitività, privilegiando spesso logiche di profitto e soddisfazione del consumatore a scapito delle istanze delle comunità locali (Herntrei e Jánová, 2024, pp. 8-9).

Nel XXI secolo si registra una crescita turistica senza precedenti – interrotta solo temporaneamente dalla pandemia da Covid-19 – favorita da fattori quali l’aumento globale della domanda, l’ingresso sul mercato di nuovi consumatori e aree geografiche, la diffusione di pacchetti low cost e piattaforme della *sharing economy* (su tutte, Airbnb). A ciò si aggiunge l’effetto moltiplicatore esercitato dai media, dalle produzioni cinematografiche e, soprattutto, dai *social network* che contribuiscono a creare un’immagine idealizzata e stereotipata delle destinazioni, alimentando aspettative poco realistiche e, di conseguenza, possibili situazioni di crisi, soprattutto nei contesti più fragili (Pasquinelli e Trunfio, 2020; Herntrei e Jánová, 2024).

Paradossalmente, anche l’inserimento di un sito nella lista del Patrimonio Mondiale dell’Umanità dell’UNESCO – pur nascendo dall’intento di tutelare e valorizzare il patrimonio culturale – può generare effetti per-

versi: il riconoscimento conferisce infatti visibilità internazionale e può favorire un afflusso eccessivo di visitatori, con rischi per la sostenibilità del luogo stesso (Dosquet *et al.*, 2020, pp. 267-275) come, ad esempio, nel caso delle Cinque Terre (Spinelli *et al.*, 2024).

Le destinazioni più rinomate si trovano così a fronteggiare volumi di turisti superiori alla propria reale capacità ricettiva e alla disponibilità delle comunità locali a gestirli, con conseguenti problemi di congestione e degrado. In questo contesto, si delineano due atteggiamenti opposti: da un lato, operatori economici e decisori pubblici che celebrano i risultati raggiunti e minimizzano o negano l'esistenza del problema; dall'altro, residenti e gruppi di cittadini che, preoccupati per le trasformazioni socioculturali ed economiche indotte dai flussi turistici, danno vita a movimenti di protesta e talvolta a fenomeni di turismofobia (Milano *et al.* 2019; Duhamel, 2023).

La letteratura ha identificato diversi fattori alla base dell'*overtourism*, primo passo per l'individuazione di strategie correttive. Tra i più rilevanti figurano: l'assenza di un approccio sistematico alla gestione delle destinazioni; la riduzione delle politiche turistiche a mere attività di promozione finalizzate ad attrarre visitatori; la visione miope di breve termine di molti decisori pubblici; l'inadeguatezza del quadro regolatorio, spesso frutto di fiducia eccessiva nelle forze del mercato o del timore di scontentare interessi consolidati. Un esempio emblematico è rappresentato dal tema delle locazioni brevi turistiche, il cui aumento incontrollato ha contribuito alla gentrificazione di numerosi centri storici. A ciò si aggiunge la difficoltà di conciliare le esigenze eterogenee di portatori di interesse diversi (operatori economici, lavoratori, amministratori, residenti, turisti). Infine, un ruolo importante è svolto dalla narrazione mediatica e digitale, che plasma l'immagine delle destinazioni, e dalla necessità di sensibilizzare i turisti stessi a comportamenti più rispettosi e consapevoli (Volo, 2020; Duhamel, 2023).

Il rinnovato interesse per queste tematiche ha riportato in primo piano il tema della sostenibilità economica, sociale e ambientale del turismo, stimolando la sperimentazione di interventi correttivi. Tra le strategie adottate a livello internazionale figurano: politiche di destagionalizzazione e redistribuzione spaziale dei flussi; contingentamento degli accessi; modulazione delle tariffe in base ai periodi di maggiore o minore affluenza; e, più in generale, ripensamenti strategici volti a un riposizionamento delle destinazioni. La varietà delle soluzioni testate suggerisce che non esista un modello valido universalmente ma che occorra individuare di volta in volta strategie appropriate, possibilmente fondate su un approccio partecipativo e condiviso (Séraphin *et al.*, 2020; Hassan e Sharma, 2021; Mandić e Petrić, 2021; Pechlaner *et al.*, 2024).

La letteratura scientifica in tema di *overtourism* tende a concentrarsi – probabilmente anche in ragione della relativa novità del fenomeno – soprattutto sulla sua misurazione, sulle manifestazioni conseguenti a questa condizione patologica e sui possibili rimedi. Molto meno esplorato, al contrario, è il tema dei segnali premonitori di un *overtourism* incipiente ossia di quei passaggi, nello sviluppo di una destinazione turistica, che possono segnalare il rischio di una degenerazione nel rapporto fra turismo, territorio, residenti.

Proprio questo tipo di interrogativi, di carattere quindi anche retrospettivo, è alla base del Progetto Prin 2022 *What went wrong? A retrospective analysis of destination policies in overtouristed hotspots*. Il progetto coinvolge unità di ricerca presso le Università di Genova, Macerata e “Ca’ Foscari” di Venezia e si concentra sull’analisi critica della storia turistica di alcune destinazioni – Venezia, le Cinque Terre e le Foreste Casentinesi – che oggi sperimentano condizioni di *over-* o, paradossalmente, *under-tourism* in conseguenza di scelte strategiche compiute in un passato più o meno recente. Questo volume raccoglie il frutto degli interventi e delle discussioni sviluppate in occasione di un evento organizzato nel quadro del sopracitato progetto di ricerca, ossia il *workshop* dal titolo *Did they decide wrong? Il ruolo delle politiche pubbliche nei processi di sviluppo turistico locale*, svoltosi il 31 gennaio 2025 presso il Dipartimento di Economia dell’Università di Genova.

I dieci capitoli che seguono possono essere idealmente divisi in due parti. I primi sei affrontano la tematica dell’*overtourism* sotto diverse prospettive metodologiche e disciplinari e sono frutto delle riflessioni e dei confronti scaturiti dalla tavola rotonda organizzata nell’ambito del succitato *workshop*. I successivi quattro, invece, derivano dalle relazioni di approfondimento presentate in tale occasione e si focalizzano su due delle aree oggetto di attenzione nell’ambito del progetto, vale a dire Venezia e le Cinque Terre.

Il primo capitolo – “Tra *overtourism* e turismo a bassa intensità: verso un nuovo equilibrio”, di Stefania Mangano, Pietro Piana e Leonardo Porcelloni – ha matrice geografica e inquadra il fenomeno dell’*overtourism* nelle sue dimensioni chiave, proponendo anche alcuni approcci risolutori (o quanto meno mitigatori) basati su scelte di *demarketing* e sull’uso delle tecnologie *smart*. Gli Autori illustrano poi un progetto di turismo sostenibile, finalizzato alla valorizzazione dell’antica Via del Sale da Varzi a Portofino.

Il contributo di Guido Amoretti – “Le radici psicologiche della turismofobia” (cap. 2) – assume invece una chiave di lettura psicologica per esplorare le determinanti di una delle manifestazioni più evidenti e comuni dell’*overtourism*, ossia lo sviluppo di una marcata ostilità nei confronti dei

turisti da parte dei residenti. Come ben evidenzia l'Autore, non si tratta solo della “atavica paura della novità”, quanto anche di una risposta in difesa del proprio territorio da turisti percepiti sempre più come “predatori”. Anche in questo caso l'Autore riflette su possibili rimedi, che identifica in particolare in un maggior coinvolgimento dei residenti stessi nella progettazione e implementazione dello sviluppo turistico locale.

Proprio il ruolo delle politiche pubbliche nei processi di sviluppo turistico locale è al centro dell'omonimo contributo di Barbara Cavalletti (cap. 3). La prospettiva è quella dell'economia dell'ambiente e al cuore della riflessione vi sono i servizi ecosistemici e il rischio che uno sviluppo turistico incontrollato ne minacci il mantenimento, minando la capacità degli ecosistemi di rigenerarsi e portando in ultima istanza a una perdita di reddito e benessere collettivo. La risposta richiede politiche pubbliche che stimolino e sostengano un turismo rigenerativo capace, attraverso il coinvolgimento di tutti gli attori, di tutelare la salute ecologica, sociale e culturale dei luoghi.

Il quarto capitolo adotta invece un'originale chiave di lettura giuridica, grazie alle “Riflessioni su profili giuridici in tema di *overtourism*” proposte da Piera Maria Vipiana. A partire da una sorta di “incostituzionalità” di un turismo insostenibile – in ragione del suo contrasto con la fondamentale tutela della salute, dell’ambiente e del paesaggio, dei beni e delle attività culturali – l'Autrice evidenzia la mancanza di una normativa di ampio respiro, compensata solo in minima parte da poche disposizioni su specifiche tematiche connesse (ad esempio, la locazione di immobili ad uso turistico), tuttavia scarsamente efficaci. Il capitolo suggerisce un ampio ventaglio di soluzioni, tra cui incentivi fiscali, promozione turistica coordinata e politiche di destagionalizzazione.

La chiave di lettura geografica ritorna nel contributo “Il ‘valore’ del paesaggio rurale nel turismo contemporaneo” (cap. 5), di Giacomo Zanolin e Giampietro Mazza. Il capitolo propone una riflessione teorica sul paesaggio rurale come dispositivo territoriale e introduce il concetto di “paesaggio affine” – contrapposto al “paesaggio identitario” – per superare le logiche di mercificazione e stereotipizzazione turistica. Attraverso alcuni casi studio (Valle Maira, Oltrepò Pavese, Sardegna), gli autori mostrano come il paesaggio possa essere costruito non solo per attrarre turisti, ma soprattutto per sostenere pratiche produttive e comunitarie, diventando patrimonio territoriale quando è frutto di progetti condivisi.

L'ultimo contributo della prima parte del volume, ad opera di Daniela Ambrosino, è dedicato a “Supporto decisionale e innovazione: la Ricerca Operativa nel contesto dello sviluppo turistico” (cap. 6). Nuovamente, vediamo accostati all'*overtourism* ambiti scientifici e tecnologici appa-

rentemente lontani quali la ricerca operativa, l'intelligenza artificiale, l'internet delle cose e i *big data*. Si tratta tuttavia di discipline e approcci che possono efficacemente contribuire a una più sostenibile pianificazione e gestione delle attività turistiche, attraverso l'applicazione di strumenti quali i modelli di ottimizzazione multi-obiettivo, i *decision support systems* o i sistemi di *pricing* dinamico. Ne deriva, secondo l'Autrice, la necessità di un pervasivo processo di digitalizzazione dei soggetti incaricati della *governance* del turismo, a cui affiancare una altrettanto intensa formazione rispetto alle potenzialità di questo innovativo approccio.

Come anticipato, i due successivi capitoli approfondiscono aspetti specifici legati allo sviluppo turistico di Venezia, una delle aree oggetto di studio nel progetto Prin 2022 sopra menzionato.

Il settimo capitolo, “Misurare il turismo a Venezia, 1914-2024” di Davide Ceccato e Giovanni Favero, ricostruisce la storia della statistica turistica a Venezia, dalle prime rilevazioni del 1914 alla rivoluzione dei *big data*. Si evidenziano le trasformazioni metodologiche, dalla registrazione degli arrivi alberghieri alla raccolta di dati tramite *mobile positioning*, alla *sentiment analysis* dei contenuti presenti sui *social network*, all'integrazione dei dati da fonti esterne quale Airbnb.

Al centro dell'ottavo capitolo, scritto da Arianna Candeago, vi è invece “La mobilitazione degli attori culturali nella genesi del moderno Carnevale di Venezia. Un'analisi retrospettiva”. Viene ricostruita la rinascita del Carnevale di Venezia a partire dal 1980, evidenziando il suo ruolo nella stagionalizzazione e nella promozione culturale della città lagunare. Il Carnevale diventa strumento di marketing territoriale, con impatti significativi sui flussi turistici e sull'immagine di Venezia; al contempo, però, la festa perde progressivamente i suoi tratti di autenticità e il suo rilancio alimenta lo sviluppo della “monocultura turistica” in città, contribuendo a gettare i semi dell'odierno *overtourism*.

Gli ultimi due capitoli del volume hanno invece per ambito di analisi le Cinque Terre, anch'esse destinazioni centrali nel quadro del progetto Prin 2022.

Nel nono capitolo, Elisa Tizzoni ricostruisce “Le politiche turistiche della Regione Liguria e le Cinque Terre”, nel quadro dell'evoluzione normativa e istituzionale della *governance* turistica ligure. Sono evidenziati alcuni passaggi chiave, legati in particolare alla nascita della Regione e successivamente del Parco Nazionale, nonché l'importante ruolo dei fondi europei. Al contempo, l'Autrice propone un interessante parallelo tra la soprattuta evoluzione nell'assetto istituzionale e di competenze in materia

turistica e il contemporaneo sorgere dei primi segni di *overtourism* nelle Cinque Terre.

Il volume si chiude con il contributo “*Overtourism* e gestione dei flussi turistici: il caso delle Cinque Terre” (cap. 10), di Claudia Burlando e Tiziano Pavanini. Il capitolo presenta un’analisi quantitativa dei flussi turistici dei Comuni delle Cinque Terre in Liguria per individuare gli impatti del turismo e comprendere se e in che termini vi si configuri una condizione di *overtourism*. Vengono illustrate diverse serie di indicatori che, nel complesso, evidenziano livelli di saturazione non omogenei né fra i diversi Comuni né, soprattutto, nei diversi periodi dell’anno. Il benchmarking nazionale e internazionale suggerisce la necessità di introdurre adeguate misure di comunicazione, regolazione e tariffazione, che tuttavia non possono prescindere dall’implementazione di un maggior coordinamento tra autorità locali e operatori di settore basato su una continua e articolata raccolta di dati significativi.

Nel loro insieme, i contributi raccolti in questo volume delineano un quadro complesso e sfaccettato dell’*overtourism*, evidenziando la necessità di superare la logica della crescita illimitata e di promuovere modelli turistici fondati sulla giustizia sociale, sulla resilienza territoriale e sulla partecipazione attiva delle comunità locali. La sfida non consiste quindi nel ridurre il turismo ma nel ripensarlo radicalmente, restituendogli una funzione equilibrata e generativa all’interno dei sistemi socio-ecologici.

Bibliografia

- Butler R.W., Dodds R. (2022). Overcoming overtourism: A review of failure, in *Tourism Review*, vol. 77, n. 1, pp. 35-53.
- Capocchi A., Vallone C., Amaduzzi A., Pierotti M. (2020). Is ‘overtourism’ a new issue in tourism development or just a new term for an already known phenomenon?, in *Current Issues in Tourism*, vol. 23, n. 18, pp. 2235-2339.
- Dosquet F., Lorey T., Bourliataux-Lajoinie S., del Olmo Arriaga J.L. (2020). A Paradox of the UNESCO “World Heritage” Label? The Case of the Way of St James of Compostela in France, in H. Séraphin, T. Gladkikh, T. Vo Thanh, (2020), pp. 267-284.
- Duhamel P. (2023). Le ‘surtourisme’ ou la rupture d’un contrat habitants/touristes: le cas des lieux touristiques en Europe, in *L’information géographique*, vol. 87, n. 2, pp. 100-122.
- Hassan H., Sharma A. (eds.). (2021). *Overtourism, Technology Solutions and Decimated Destinations*. Springer.
- Herntrei M., Jánová V. (2024). From Carrying Capacity to Overtourism. The Changing Perspective in the Course of Time, in H. Pechlaner, E. Innerhofer, J.

- Philipp (eds.). *From Overtourism to Sustainability Governance. A New Tourism Era*. Routledge, pp. 6-22.
- Innerhofer E., Erschbamer G., Pechlaner H. (2020). *Overtourism: The Challenge of Managing the Limits*, in H. Séraphin, T. Gladkikh, T. Vo Thanh (eds.) *Overtourism. Causes, Implications and Solutions*. Palgrave Macmillan, pp. 3-13.
- Mandić A., Petrić L. (eds.) (2021). *Mediterranean Protected Areas in the Era of Overtourism. Challenges and Solutions*, Springer.
- Milano C., Novelli M., Cheer J.M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns, in *Tourism Planning & Development*, vol. 16, n. 4, pp. 353-357.
- Pasquinelli C., Trunfio M. (2020). Overtouristified cities: An online news media narrative analysis, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 28, n. 11, pp. 1805-1824.
- Pechlaner H., Innerhofer E., Philipp J. (eds.) (2024). *From Overtourism to Sustainability Governance. A New Tourism Era*. Routledge.
- Séraphin H., Gladkikh T., Vo Thanh T. (eds.) (2020). *Overtourism. Causes, Implications and Solutions*. Palgrave Macmillan.
- Spinelli R., Tizzoni E., Zanini A. (2024). Lo sviluppo turistico delle Cinque Terre: una storia di “incauto” successo?, in *Atti dell'Accademia Ligure di Scienze e Lettere*, s. VII, vol. VI, pp. 1064-1094.
- Volo S. (2020). *Overtourism: Definitions, Enablers, Impacts and Managerial Challenges*, in H. Séraphin, T. Gladkikh, T. Vo Thanh (eds.). *Overtourism. Causes, Implications and Solutions*. Palgrave Macmillan, pp. 11-26.

1.

TRA OVERTOURISM E TURISMO A BASSA INTENSITÀ: VERSO UN NUOVO EQUILIBRIO

di *Stefania Mangano, Pietro Piana e Leonardo Porcelloni*

1.1. Obiettivi e metodologia

Sin dalle sue origini, il turismo è stato interpretato come un elemento strategico per lo sviluppo economico, un volano per la crescita e un canale privilegiato di scambio interculturale. Tuttavia, l'assunto di una crescita illimitata si confronta oggi con le sfide poste dalla sostenibilità. In questo contesto si inserisce il fenomeno dell'*overtourism*, che può essere letto come l'esito di un modello di sviluppo turistico incapace di integrare adeguatamente le ricadute negative derivanti da un'eccessiva concentrazione di visitatori (Séraphin *et al.*, 2020).

Il presente saggio si propone di indagare la possibilità, le modalità e l'efficacia degli interventi volti a mitigare gli effetti dell'iperfrequentazione turistica, fenomeno che interessa numerosi territori a livello globale. L'intensità maggiore si registra in alcune aree dell'Europa mediterranea. Tra i casi più emblematici si annoverano Venezia e le Cinque Terre in Italia, Barcellona e Cadice in Spagna: contesti urbani e paesaggistici frequentemente soggetti a flussi turistici intensivi, spesso riconducibili a forme di turismo "mordi e fuggi" alimentate dal traffico crocieristico e dalla crescente diffusione delle piattaforme digitali di intermediazione, come Airbnb e Booking. Questi strumenti, facilitando l'incontro tra domanda e offerta di alloggi, hanno profondamente trasformato le dinamiche del settore, generando impatti significativi anche sul piano sociale ed economico.

Dopo aver analizzato le principali fasi che hanno caratterizzato la nascita e l'affermazione del fenomeno dell'*overtourism*, il contributo si sofferma su alcuni approcci teorici emersi nel periodo successivo alla pandemia da Covid-19. Quest'ultima, com'è noto, ha avuto un impatto significativo sulla ridefinizione dei comportamenti turistici a livello globale, contribuendo a riorientare le riflessioni sullo sviluppo sostenibile del settore.

L'ultima sezione di questo lavoro è dedicata all'analisi di un caso studio incentrato sulla fruizione turistica delle Vie del Sale, con particolare attenzione al tratto che da Varzi, nell'Oltrepò Pavese, conduce fino a Portofino. L'obiettivo è verificare la possibilità di sviluppare un'offerta turistica orientata a una domanda a bassa intensità, capace di attrarre un'utenza interessata al contatto diretto con la natura e a esperienze lente e immersive. In tale prospettiva, il paesaggio, talvolta insieme alle risorse enogastronomiche locali, diventa parte integrante del prodotto turistico, contribuendo da un lato a valorizzare i territori attraversati e, dall'altro, a promuovere pratiche di fruizione più sostenibili.

La redazione del presente elaborato si è basata su una pluralità di fonti, comprendenti materiali bibliografici, dati statistici elaborati da enti pubblici e privati, nonché i primi risultati di un'indagine qualitativa attualmente in corso. Quest'ultima si è fondata principalmente sulla conduzione di interviste in profondità, che saranno successivamente integrate con *focus group* e questionari rivolti ai fruitori dell'area. Le interviste hanno indagato diversi aspetti: la conoscenza e la percezione della Via del Sale nel tratto sopradescritto, l'eventuale presenza di fenomeni riconducibili all'*overtourism*, le possibili implicazioni del cambiamento climatico in relazione alla fruizione turistica e, infine, le prospettive di sviluppo futuro (Tab. 1).

Tab. 1 - Temi trattati e approfonditi nel corso delle interviste

<i>Temi generali</i>	<i>Temi specifici</i>
Aspetti generali legati alla Via del Sale	Da quanto tempo avete utenti che percorrono la Via del Sale Stima dei "camminatori" che si fermano presso la struttura Profilo sociodemografico del "camminatore" Periodi di concentrazione delle attività sulla Via del Sale Eventuali collaborazioni con tour operator Eventuale coordinamento tra gli operatori (associazione, consorzio, ecc.)
Percezione del cambiamento climatico in relazione alla fruizione turistica	Esistenza di situazioni di sovraffollamento ed eventuali problematiche da risolvere Strategie attuate o pianificate per gestire l'aumento dei flussi Eventuale influenza dei cambiamenti climatici sulla fruizione della Via del Sale
Prospettive future	Possibilità che i cammini rappresentino un'opportunità di crescita Esistenza di progetti volti a implementare l'offerta legata ai cammini e più in generale legata al turismo outdoor e al turismo lento

Fonte: elaborazione propria.

I soggetti intervistati includono operatori economici attivi nella zona, e si prevede di estendere la ricerca anche ad associazioni locali e amministratori pubblici, il cui ruolo risulta cruciale nel processo di trasformazione della Via del Sale da risorsa potenziale a prodotto turistico capace di promuovere uno sviluppo sostenibile e integrato dei territori coinvolti e di quelli limitrofi.

1.2. L'*overtourism* tra radici teoriche e dinamiche evolutive

1.2.1. Le radici teoriche

Il termine *overtourism* è diventato negli ultimi anni una parola chiave per descrivere le tensioni che emergono nei luoghi sottoposti a una forte pressione turistica. Esso indica situazioni in cui la presenza di visitatori è percepita come eccessiva e produce effetti negativi sia sulla qualità della vita dei residenti sia sull'esperienza dei turisti (Colomb e Novy, 2016; Milano *et al.*, 2019). Tuttavia, sebbene la sua diffusione sia recente, le radici teoriche del concetto affondano in una tradizione molto più antica di studi che hanno posto al centro i limiti sociali e ambientali della crescita turistica.

Già nel 1975 George Doxey aveva elaborato il celebre modello dell'*Irridex* (*Irritation Index*), che descriveva in chiave sociologica l'evoluzione delle percezioni dei residenti rispetto al turismo: dall'entusiasmo iniziale per le opportunità economiche, all'indifferenza, fino all'irritazione e all'antagonismo (Doxey, 1975). Questo schema si rivela oggi di straordinaria attualità, poiché la crescente turismofobia osservata in diverse città europee non è altro che la fase terminale di un processo di progressivo deterioramento del rapporto tra residenti e visitatori. Negli stessi anni Richard Butler (1980) sviluppò il *Tourism Area Life Cycle* (TALC), che interpreta l'evoluzione delle destinazioni turistiche come un ciclo che va dall'esplorazione allo sviluppo, fino al consolidamento e alla stagnazione, per poi evolvere verso declino o rigenerazione. La crisi del Covid-19 ha spinto Butler (2024) a rivedere il modello, introducendo scenari di interruzione e resilienza: la stagnazione non è necessariamente sinonimo di declino, ma può trasformarsi in sostenibilità se le destinazioni adottano politiche di equilibrio e gestione lungimirante. A queste teorie si ricollega quella recentemente proposta di Ruben Santopietro (2024), che ha formulato l'*Equazione della Sostenibilità Turistica*, fondata sull'interdipendenza tra benessere dei residenti, capacità di carico e qualità dell'esperienza. L'equilibrio turistico si rompe quando una di queste tre variabili cede, rivelando come la sostenibilità non possa

ridursi a uno *slogan* ma debba concretizzarsi in strumenti concreti di pianificazione e regolazione. I tre modelli – Doxey, Butler e Santopietro – letti congiuntamente, consentono di interpretare l'*overtourism* come un fenomeno multidimensionale. Esso è al tempo stesso percezione sociale, traiettoria evolutiva delle destinazioni e sfida di *governance*.

1.2.2. Cause ed impatti dell'*overtourism*

L'*overtourism* non rappresenta quindi un problema del tutto nuovo, ma l'amplificazione di criticità preesistenti che senza dubbio la crescita esponenziale dei flussi globali ha reso più evidenti. Dai dati delle UN Tourism, emerge che tra il 1950 e il 2024 gli arrivi internazionali sono passati da 25 milioni a quasi un miliardo e mezzo. Tale incremento è stato favorito dalla diffusione delle compagnie aeree *low-cost*, dalla digitalizzazione dei processi di prenotazione e dall'affermarsi delle piattaforme di locazione a breve termine come Airbnb e Booking (Almeida-García *et al.*, 2021). Queste trasformazioni hanno reso i viaggi più accessibili e flessibili, ma al tempo stesso hanno modificato profondamente i mercati immobiliari locali, accelerando processi di gentrificazione turistica e contribuendo alla progressiva perdita di residenzialità dei centri storici (Cócola-Gant, 2016; Lopes *et al.*, 2019).

Accanto a questi fattori, un ruolo cruciale è stato svolto dai *social media* e dalla produzione audiovisiva: immagini, film e serie televisive hanno trasformato alcuni luoghi in mete iconiche, innescando improvvisi picchi di affluenza in destinazioni anche periferiche, spesso prive di infrastrutture adeguate (Jang e Park, 2020). L'assenza di un coordinamento strategico e di politiche di gestione dei flussi ha reso la crescita incontrollata, producendo conflitti tra amministrazioni, imprese e residenti.

Come hanno osservato Dodds e Butler (2019) e Milano *et al.* (2019), le cause dell'*overtourism* vanno individuate non solo nella pressione numerica dei visitatori, ma anche nell'incapacità di costruire *governance* condivise. È il disaccordo tra *stakeholder*, più ancora che la crescita in sé, a impedire l'adozione di misure efficaci.

Gli effetti dell'*overtourism* si manifestano in modo differenziato, concentrandosi in determinati luoghi e momenti. Non riguarda quindi in modo uniforme l'intera destinazione, ma si presenta come un fenomeno localizzato e stagionale, può colpire anche le aree rurali e naturali un tempo considerate irraggiungibili dal turismo di massa (Séraphin *et al.*, 2020; Balletto *et al.*, 2024). In un recente studio sul turismo a Hong Kong è stato

proposto un indice di *overtourism* capace di rilevare i comportamenti turistici online e offline, dal quale emerge una forte convergenza tra le località visitate nel cyberspazio e nel mondo reale. I dati raccolti sono resi disponibili attraverso una piattaforma *Web-GIS* e vengono utilizzati per supportare le politiche turistiche di contenimento dei flussi (Liao e Liu, 2025).

Gli impatti dell'*overtourism* sono evidenti non solo sul piano ambientale ma anche sociale, culturale ed economico. Nelle aree colpite spesso si registra un aumento dei prezzi delle abitazioni, difficoltà di accesso per i residenti, alienazione delle comunità locali e nascita di movimenti di protesta, ormai diffusi in quasi tutte le destinazioni affette da tale fenomeno. Un esempio emblematico è rappresentato da Venezia, che tra il 2008 e il 2024 ha registrato un incremento del 150% della capacità ricettiva, con conseguenti pressioni sul tessuto urbano e sociale (Visentin e Bertocchi, 2019). Analogamente, a Barcellona le trasformazioni indotte dall'espansione del settore alberghiero e dalla diffusione degli affitti turistici a breve termine hanno alimentato un diffuso malcontento tra i residenti, sfociato in contestazioni pubbliche e movimenti di opposizione (Milano *et al.*, 2024).

Ma le conseguenze riguardano anche il patrimonio culturale e ambientale. I centri storici si trasformano in monoculture turistiche dominate da catene internazionali e negozi di *souvenir*, perdendo autenticità e vitalità comunitaria. Le risorse naturali, come l'acqua e i suoli, sono sottoposte a pressione crescente, mentre i rifiuti e l'inquinamento aumentano.

In questo contesto, la turismofobia non va interpretata come rifiuto dei turisti in quanto tali, ma come reazione a una percezione di invasione e perdita di controllo da parte dei residenti (Dilshan e Nakabasami, 2025; Veríssimo *et al.*, 2020).

Come evidenziato dallo studio di Yrigoy *et al.* (2024) su Maiorca, l'*overtourism* può avere degli impatti profondamente diversi a seconda di come venga interpretato dai diversi attori che agiscono nel settore turistico in modo diretto o indiretto. Emerge infatti che l'*overtourism* in taluni casi viene utilizzato come "strumento strategico" dalle *lobby* di potere. Ad esempio, alcuni politici e albergatori lo negano per legittimare la crescita turistica, in altri casi gli albergatori in conflitto con i gestori degli affitti brevi si accusano reciprocamente di esserne responsabili, alcune associazione e ONG lo interpretano invece come espressione di disuguaglianze strutturali e chiedono un cambiamento radicale del modello di sviluppo. Il termine *overtourism* in questo caso è diventato uno strumento retorico, usato non solo per rispondere alle critiche dei movimenti sociali ma anche per rafforzare posizioni competitive all'interno del settore turistico stesso. Il dibattito che si innesca diventa così un'arena di conflitto e un dispositivo di potere.

1.3. Strumenti e modelli di governance dell'overtourism

Affrontare l'*overtourism* richiede un approccio che vada oltre le soluzioni meramente tecniche di distribuzione dei flussi o di incremento della capacità infrastrutturale. Sebbene il dialogo e la cooperazione possano favorire il raggiungimento di forme di consenso, la realtà mostra come divergenze di interessi e disuguaglianze di potere rendano tale obiettivo spesso difficile da realizzare (Yrigoy *et al.*, 2024). In questa prospettiva, diversi autori propongono di adottare una visione di “giustizia sociale” (Rawls, 1971; Jamal e Higham, 2021) volta a redistribuire equamente i costi e i benefici del turismo e a rafforzare il ruolo delle istituzioni pubbliche quali mediatori legittimi.

Le strategie avanzate in letteratura sono molteplici e spaziano dalla diversificazione dei prodotti turistici alla regolamentazione delle locazioni brevi, dall'introduzione di tasse ecologiche alla limitazione degli accessi nei siti più fragili. Accanto a queste misure, particolare attenzione è rivolta alle campagne di sensibilizzazione rivolte ai turisti e ai programmi educativi per residenti e operatori. Esperienze come l'iniziativa *Enjoy and Respect* ad Amsterdam dimostrano come la comunicazione possa diventare un efficace strumento per bilanciare le aspettative dei visitatori con le esigenze delle comunità locali (Séraphin *et al.*, 2020). Anche Çelik e Çevirgen (2024), in linea con quanto detto in precedenza, hanno individuato ventaglio di azioni da attuare per gestire il fenomeno che vanno dalla distribuzione stagionale e territoriale dei visitatori all'impiego di sistemi intelligenti di gestione dei flussi, dalla promozione di certificazioni ambientali al sostegno alla ricerca scientifica, fino all'adozione di misure drastiche che includono non solo limiti stringenti agli ingressi ma anche sanzioni per comportamenti irrispettosi.

In questo contesto, è stata più volte sottolineata la necessità di un monitoraggio accurato dei flussi turistici. L'analisi dei dati, anche attraverso l'uso di nuove tecniche di tracciamento, può infatti fornire ai decisori politici informazioni cruciali per orientare scelte più mirate e consapevoli. Tuttavia, la gestione dell'*overtourism* non può basarsi esclusivamente su strumenti normativi o coercitivi: è altrettanto importante promuovere una diffusa consapevolezza tra i diversi *stakeholder* coinvolti, direttamente o indirettamente. L'educazione deve riguardare non solo i professionisti del settore, ma anche i turisti e l'intera comunità locale, in un'ottica di responsabilizzazione condivisa.

Un approccio educativo e partecipativo consente di ridurre il senso di alienazione percepito dai residenti e di favorire processi di integrazione

più equilibrati. In tale quadro, la soluzione non risiede esclusivamente in misure restrittive o di mera limitazione, ma nella promozione di tre pilastri fondamentali: l'auto-consapevolezza, intesa come la capacità di riconoscere il duplice ruolo di residenti e visitatori; la tolleranza, ossia la disponibilità a mettersi nei panni dell'altro; e la resilienza, ovvero la capacità delle comunità di reagire e adattarsi alle pressioni derivanti dall'afflusso turistico.

Pertanto, affrontare – e possibilmente attenuare – il problema dell'*over-tourism* richiede un approccio olistico e collaborativo. Non si tratta semplicemente di una questione di numeri, bensì del sintomo di una relazione disfunzionale tra il settore turistico, le comunità locali e l'ambiente. La sfida non consiste nel demonizzare il turismo, ma nel ripensarne radicalmente le modalità di gestione, promuovendo modelli più sostenibili ed equilibrati, fondati sulla giustizia sociale, sulla partecipazione attiva e su un dialogo continuo tra tutti gli attori coinvolti. Un ruolo strategico può essere svolto anche dalla valorizzazione di risorse di alto valore naturalistico, paesaggistico e culturale che, pur rimanendo al di fuori delle rotte turistiche più frequentate, possiedono un grande potenziale attrattivo. Se comunicate in modo adeguato, tali risorse potrebbero contribuire ad alleggerire la pressione esercitata sulle destinazioni maggiormente esposte.

Tuttavia, l'offerta di alternative deve essere costruita in maniera ragionata e supportata da criteri scientifici, per evitare che anche aree finora caratterizzate da un turismo a bassa intensità sviluppino forme di *over-tourism*. Ciò è particolarmente rilevante poiché tali territori, spesso contraddistinti da una spiccata fragilità ambientale, sociale ed economica, risultano più vulnerabili agli impatti derivanti da un incremento eccessivo dei flussi.

1.4. Oltre l'*over-tourism*

Come si è visto, alcuni recenti studi hanno mostrato come l'*over-tourism* non possa essere affrontato attraverso soluzioni parziali, ma richieda strategie di gestione integrate, capaci di tenere insieme resilienza, sostenibilità, coinvolgimento sociale e innovazione tecnologica. L'attenzione degli studiosi si è progressivamente concentrata su approcci adattivi e flessibili, che consentano di rispondere non solo alla pressione immediata dei flussi, ma anche alle trasformazioni di lungo periodo generate dal cambiamento climatico, dalle crisi globali e dai mutamenti delle dinamiche socioeconomiche.

Tra i contributi più rilevanti si collocano le riflessioni sul ruolo del *demarketing* come strumento per ridistribuire la domanda turistica, indirizzandola verso destinazioni o periodi meno congestionati (Lindberg e

Seeler, 2021). In questa prospettiva, il *demarketing* va inteso come un approccio selettivo e consapevole alla gestione dell'attrattività. In particolare, nei territori fragili o in fase di emersione – come nel caso della Via del Sale – il *demarketing* può essere affrontato per evitare dinamiche di sovraccarico precoce, preservando la qualità dell'esperienza e il tessuto socio-territoriale locale. Infatti, Lindberg e Seeler (2021) hanno mostrato come tale approccio sia particolarmente efficace nei contesti remoti e periferici, dove i flussi intensivi rischiano di compromettere in maniera irreversibile gli equilibri ecologici e sociali. A queste strategie si affiancano modelli di gestione fondati sulla resilienza, che sottolineano l'importanza di un ciclo completo di prevenzione, preparazione, risposta e recupero, soprattutto nei territori vulnerabili a disastri naturali e ai cambiamenti climatici. La resilienza non è intesa soltanto come capacità di resistere agli *shock*, ma come occasione per sperimentare soluzioni innovative, migliorare le catene di fornitura turistiche e garantire continuità anche in scenari di crisi estrema. Questa prospettiva è stata ulteriormente rafforzata dalle esperienze legate alla pandemia da Covid-19, che hanno mostrato la centralità della pianificazione strategica e della capacità di trarre opportunità da situazioni di emergenza (Thottoli *et al.*, 2022).

Parallelamente, l'evoluzione del dibattito scientifico ha reso evidente l'impossibilità di affrontare l'*overtourism* senza un orientamento deciso verso la sostenibilità. La transizione a modelli di turismo responsabile appare ormai imprescindibile per bilanciare crescita economica, tutela ambientale e benessere comunitario. In questo quadro, le strategie si articolano lungo diverse direttive: dalla promozione di pratiche di gestione sostenibile delle destinazioni al coinvolgimento attivo degli *stakeholder*, fino alla formazione e al *capacity building* (Kusumawardhani, 2024). La sostenibilità assume così un duplice significato, da un lato come strumento di conservazione del patrimonio culturale e naturale, dall'altro come leva di diversificazione economica, particolarmente cruciale nei territori dipendenti quasi esclusivamente dal turismo (Li *et al.*, 2020; Stanikzai *et al.*, 2023). Inoltre, l'adozione di pratiche sostenibili permette di ridurre sprechi e costi operativi, innescando dinamiche virtuose di sviluppo.

A questa prospettiva si affianca il riconoscimento del ruolo strategico delle comunità locali. La partecipazione attiva dei residenti nella pianificazione e nello sviluppo turistico contribuisca a mitigare gli impatti negativi dell'*overtourism*, rafforzando la qualità della vita e promuovendo forme di sviluppo più equilibrate. Il turismo comunitario, oltre a rafforzare l'attrattività delle destinazioni e a migliorare l'esperienza dei visitatori, permette di valorizzare diversità culturali ed ecologiche, garantendo allo stesso tempo

maggiori inclusione sociale e una più ampia partecipazione delle donne nel settore (Lindberg e Seeler, 2021). In alcuni contesti, il rafforzamento del capitale sociale e l'adozione di pratiche di *demarketing* hanno contribuito a ridurre conflitti tra il turismo e altri settori, come quello agricolo e minierario, mostrando la capacità delle comunità di elaborare soluzioni condivise (Jeevan e Nandakumar, 2023).

Va nella stessa direzione un tipo di approccio educativo e partecipativo: esso si rivela fondamentale non solo per sensibilizzare i professionisti del settore, ma anche turisti e residenti. Occasioni di incontro tra visitatori e comunità locali, eventi culturali e programmi di educazione condivisa possono contrastare fenomeni di turismofobia (Veríssimo *et al.*, 2020), rafforzando auto-consapevolezza, tolleranza e resilienza, considerati tre pilastri per una convivenza armoniosa.

Un ulteriore ambito di sperimentazione riguarda l'innovazione tecnologica, che rappresenta oggi un pilastro per la gestione sostenibile dei flussi turistici. L'integrazione di tecnologie digitali e sistemi di monitoraggio in tempo reale consente di ridurre la pressione sulle destinazioni più affollate, mentre strumenti di *digital marketing* permettono di favorire la destagionalizzazione e la promozione di aree meno conosciute (Sutyrina *et al.*, 2021). L'adozione di intelligenza artificiale, *Internet of Things* e *blockchain* apre prospettive ancora più ampie, facilitando la tracciabilità, la trasparenza e la responsabilizzazione degli attori coinvolti. Queste tecnologie, se integrate in modelli di *governance* inclusiva, possono favorire la creazione di destinazioni *smart*, dove sostenibilità e competitività si rafforzano reciprocamente.

Le città europee costituiscono un osservatorio privilegiato per analizzare tali dinamiche. La concentrazione di patrimoni culturali e storici attrae milioni di visitatori, generando fenomeni di congestione, degrado del patrimonio e gentrificazione urbana (Martín Martín *et al.*, 2018; Milano *et al.*, 2019). L'adattamento degli spazi urbani a funzioni prevalentemente turistiche, fenomeno noto come *touristification* (Jover e Díaz-Parra, 2019), ha contribuito a ridefinire l'identità locale e ad alimentare tensioni sociali, aggravate dalla crescita dei prezzi immobiliari e dalla trasformazione dei quartieri in luoghi di consumo turistico (Rosu *et al.*, 2025; Gyodi e Nawaro, 2021; Cócola-Gant e López-Gay, 2020). Le proteste emerse in diverse città europee (Zmyślony *et al.*, 2020) testimoniano le difficoltà delle politiche urbane nel bilanciare attrattività turistica e diritto all'abitare. Accanto a queste strategie, negli ultimi anni ha acquisito rilevanza un approccio più radicale: quello della decrescita turistica. Tale concetto nasce come risposta strutturale ai limiti del paradigma della crescita illimitata, collocandosi in un dibattito più ampio che mette in discussione l'imperativo della crescita come

obiettivo prioritario dell'economia (Büscher e Fletcher, 2017; Fletcher *et al.*, 2019). La decrescita turistica non equivale a una recessione involontaria, ma a un processo pianificato di riduzione delle attività, finalizzato a contenere gli impatti ecologici e sociali e a migliorare le condizioni di vita delle comunità ospitanti. In questa prospettiva, non si tratta di negare il turismo, bensì di riorientarlo verso forme di *steady-state tourism* (Hall, 2010), in cui qualità ed equilibrio prevalgano sulla quantità. Le pratiche emergenti, come i viaggi a bassa intensità, i soggiorni prolungati o le esperienze a ridotto impatto ambientale, rappresentano esempi concreti di tale paradigma.

Il caso di Barcellona risulta particolarmente significativo: i movimenti sociali cittadini hanno invocato il *decreixement turístic* come strumento per contenere la turistificazione, influenzando l'amministrazione locale a introdurre misure drastiche come la decisione di non rinnovare, dal 2029, le licenze per circa diecimila appartamenti destinati agli affitti brevi, con l'obiettivo di restituire al mercato residenziale una parte consistente del patrimonio abitativo. Questa politica, motivata dall'aumento dei canoni di locazione (+68% in dieci anni) e dei prezzi di acquisto (+38%), si configura come un tentativo di arginare le dinamiche di espulsione dei residenti dai quartieri centrali.

L'approccio della decrescita, tuttavia, non deve essere inteso solo come insieme di restrizioni, ma come progetto politico ed economico che ridefinisce il ruolo del turismo nello sviluppo. Per essere realmente efficace, esso deve integrare misure redistributive ed equitative, evitando effetti regressivi e favorendo un riequilibrio tra visitatori, residenti e ambiente.

La decrescita turistica va tuttavia interpretata come progetto politico ed economico più ampio, che implica una ridefinizione del ruolo del turismo nello sviluppo. Essa mira a redistribuire equamente costi e benefici, evitando gli effetti regressivi che potrebbero derivare da misure restrittive non accompagnate da strategie redistributive. In quest'ottica, pratiche come il turismo comunitario, la mobilità lenta o le attività culturali locali diventano strumenti centrali per ridurre la dipendenza delle destinazioni da un'unica industria, favorendo modelli di fruizione più equilibrati ed equi (Blázquez-Salom, 2016; Blanco-Romero, 2019).

1.5. La Via del Sale Varzi-Portofino

Con la denominazione Via del Sale, o Vie del Sale, si indica un sistema viario composto da tracciati ortogonali alla linea di costa che collegavano l'area ligure alla Pianura Padana, attraversando le Alpi Liguri e Marittime a Ovest, e l'Appennino Ligure e Tosco-Emiliano a Est. Per secoli tali per-

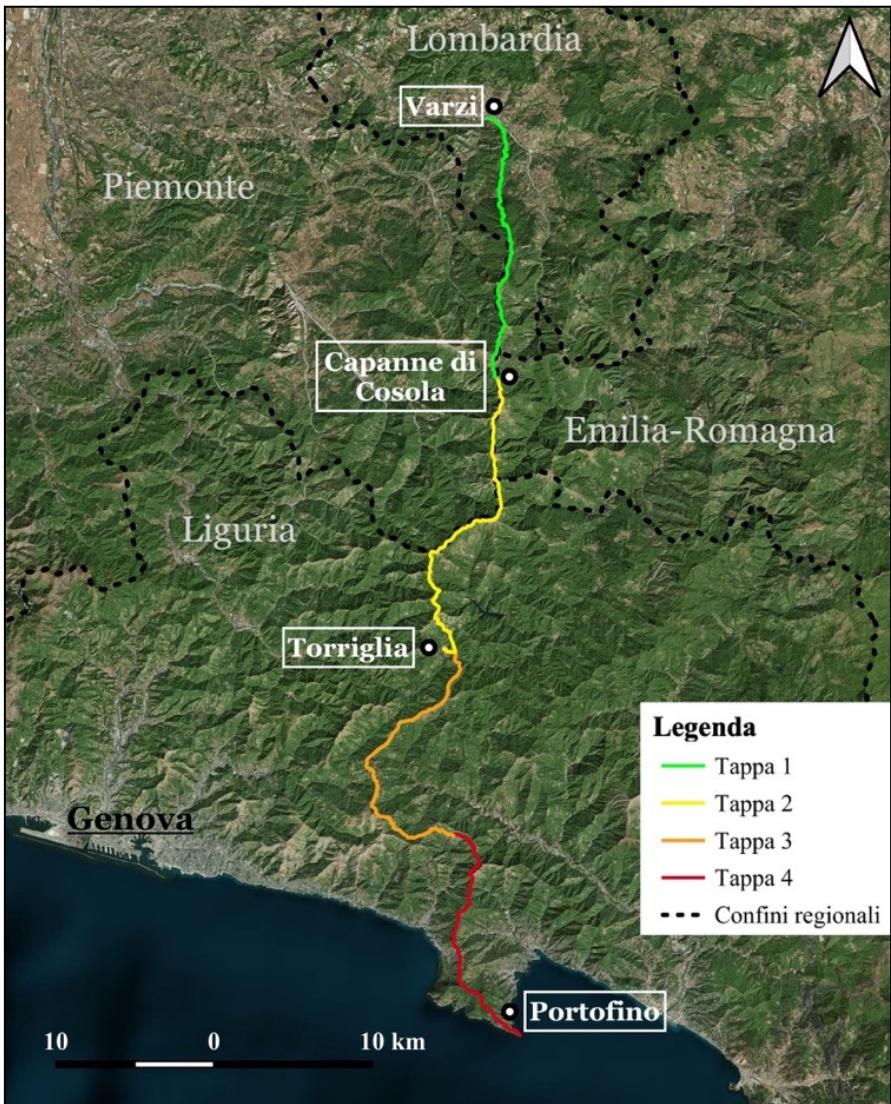
corsi hanno rappresentato le principali arterie di comunicazione terrestre per lo scambio di beni (Capecchi, 2000). Dalla costa ligure (principalmente dall'area genovese, ma anche dai centri rivieraschi del Ponente e del Levante) questi tracciati risalivano i crinali montani sotto forma di mulattiere e mantenendosi prevalentemente ad altitudini medio-alte varcavano il principale spartiacque tirrenico-padano attraverso vie di valico frequentate già in epoca preromana. L'attraversamento dell'Oltregiogo avveniva sempre lungo i crinali principali, al sicuro da imboscate, da frane ed eventi alluvionali, secondo un modello di viabilità arcaico che verrà progressivamente rivoluzionato solo a partire dal XIX secolo (Coppedè, 1989; Piana *et al.*, 2018). Le località di destinazione erano i principali mercati della Pianura Padana meridionale, tra cui ad esempio Novi Ligure, Tortona, Varzi e Piacenza da cui le merci venivano convogliate verso le città dell'alta pianura e da qui l'Europa Centrale.

Rimaste ai margini della viabilità moderna con l'arrivo della ferrovia e successivamente del trasporto via gomma, le Vie del Sale hanno condiviso con la civiltà rurale una lunga fase di declino legata allo spopolamento delle campagne e alla contrazione delle pratiche agro-silvo-pastorali, mantenendo in determinati casi una funzione di viabilità locale ma perdendo quel respiro internazionale di collegamento tra contesti geografici molto diversi che per secoli le aveva caratterizzate.

Dalla fine degli anni '80 si è assistito tuttavia ad un ritorno di interesse verso questi percorsi, inizialmente ad opera di escursionisti esperti. Dalla fine degli anni '90, la fruizione si è estesa a un pubblico più ampio grazie alla tracciatura effettuata da associazioni come il CAI. È il caso in particolare dei tracciati che attraversano l'Appennino Ligure Centrale tra l'area costiera compresa tra Genova e Portofino e il retroterra padano delle valli Scrivia, Trebbia, Borbera e Staffora (La Pietra Verde, 2021).

Di questi, uno in particolare si è imposto negli ultimi anni come percorso preferenziale grazie alla relativa facilità di percorrenza e alla presenza di una rete capillare di strutture ricettive (Fig. 1). Si tratta di un percorso di 4 tappe giornaliere della lunghezza di 20/25 km e con dislivello variabile. Da Varzi, nell'Oltrepò pavese, in Val Staffora, il tracciato guadagna rapidamente quota fino ai 1.500 m slm delle Capanne di Cosola (AL), prima tappa dell'itinerario. Da Capanne di Cosola attraverso il Monte Antola (1.597 m) la tappa del secondo giorno si conclude a Torriglia, sede del Parco dell'Antola. La terza tappa raccorda Torriglia a Colle Caprile attraverso il Passo della Lavagnola, mentre il quarto giorno gli escursionisti raggiungono la costa ligure a Portofino attraverso l'omonimo Promontorio, protetto dal Parco Naturale Regionale di Portofino.

Fig. 1 - Il tracciato della Via del Sale da Varzi a Portofino



Fonte: elaborazione degli autori.

Negli ultimi anni il percorso si è affermato tra i cammini più popolari a livello italiano ed europeo. Tuttavia, è ancora oggi privo di una *governance* strutturata. La sua gestione ricade essenzialmente su associazioni di volontariato e su alcuni esercenti le cui attività si trovano lungo il percorso.

Le ragioni di questa situazione sono ascrivibili essenzialmente ad una generale mancanza di coordinamento tra le amministrazioni delle regioni attraversate (Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte e Liguria) e tra le aree protette interessate (Parco Alta Val Borbera, Parco dell'Antola, Parco di Portofino). Fondamentale è il ruolo dell'associazionismo escursionistico e in particolare del CAI, il cui ruolo cruciale nell'allestimento e manutenzione del percorso è riconosciuto dagli esercenti che lamentano tuttavia una mancanza di segnaletica uniforme. A differenza di cammini sovranazionali, che hanno sviluppato modelli di *governance* consolidati e ispirati agli standard europei degli Itinerari Culturali del Consiglio d'Europa, la Via del Sale appare ancora in una fase embrionale. Esperienze come il Cammino di Santiago, sostenuto da un forte impianto normativo e promozionale a livello nazionale e internazionale (Carballeira Rivera e Siclari, 2019), o la Via Francigena che, pur con una *governance* talvolta eterogenea a livello locale, si avvale di un'associazione di coordinamento europea (Associazione Europea delle Vie Francigene), rappresentano esempi di percorsi dotati di strutture stabili e riconosciute. La Via del Sale, al contrario, pur riscuotendo un crescente interesse, non dispone ancora di un assetto organizzativo formale né di una *governance* multilivello.

Nonostante queste problematiche, il percorso è frequentato in modo crescente in particolare nelle stagioni spalla e in misura minore in estate e inverno. La difficoltà a contabilizzare i passaggi fa sì che non esistano cifre univoche sulla frequentazione del percorso. Una stima parla di circa 2000 escursionisti all'anno concentrati nei mesi primaverili (in particolare durante i periodi di "ponte") quando si registrano circa 4-500 passaggi presso il Rifugio Monte Chiappo, alla fine della prima tappa (Fig. 2). La stragrande maggioranza dell'utenza è italiana (in particolare dal centro-nord) con l'eccezione di pochi visitatori dai paesi europei di confine (in particolare dalla Svizzera, dalla Germania e dalla Francia) e di escursionisti provenienti da paesi anglofoni (Stati Uniti, Regno Unito e Nuova Zelanda). Questi ultimi, generalmente clienti con buone capacità di spesa, si affidano a tour operator specializzati in esperienze outdoor che da una decina di anni circa offrono il tour in abbinamento ad altri cammini (ad esempio il Cammino degli Dei e il Trekking delle Meraviglie) da effettuarsi nell'ambito di viaggi di più settimane in Italia. L'esperienza è proposta nella modalità *self-guided tour* con un servizio van per il trasporto bagagli da una tappa all'altra. Le strutture di pernottamento sono tutte localizzate lungo la Via del Sale, con l'eccezione di un albergo tra la seconda e la terza tappa a causa della mancanza di strutture di sufficiente qualità nell'abitato di Torriglia, conclusione naturale del segmento. L'utenza prevalente è rappresentata da persone di

mezza età che sfruttano i periodi di vacanza in primavera per brevi interruzioni lavorative e in misura minore da giovani e pensionati.

Se nella sua fase pionieristica il percorso era frequentato da escursionisti esperti, oggi la fruizione è più variegata e sempre più caratterizzata da persone che si sono approcciate all'outdoor in tempi recenti e che sono attirate da un percorso che offre una varietà di paesaggi (dalle praterie sommitali alla macchia mediterranea passando per faggete e castagneti) forse unica nel contesto italiano. L'aumento di interesse verso la Via del Sale ha avuto senz'altro benefici nello stimolare il contesto socioeconomico di aree caratterizzate da fragilità intrinseca, per quanto le principali strutture ricettive siano radicate nel territorio e sovente risalenti all'epoca della villeggiatura novecentesca. È tuttavia condiviso tra gli interlocutori che nei momenti di maggior frequentazione l'offerta potrebbe beneficiare di nuove possibilità di alloggio in particolare nei borghi di mezzacosta, tra cui Bruggi in Val Curone, subito sotto la dorsale del Monte Chiappo.

Fig. 2 - La parte conclusiva della prima tappa (Varzi-Capanne di Cosola) in prossimità del rifugio Monte Chiappo (1.700 m slm)



Fonte: foto degli autori.

L'ampliamento della platea di escursionisti degli ultimi anni ha comportato il verificarsi di situazioni che, pur non avendo raggiunto un livello di vera e propria emergenza (come accaduto in altri contesti limitrofi, Ferrando *et al.*, 2023), hanno comunque sollevato l'attenzione sul tema della sicurezza nei percorsi da parte di un pubblico non specialistico.

L'utilizzo di attrezzature non adatte (in particolare calzature) per un percorso che si sviluppa in ambiente montano con notevoli dislivelli e lunghi tempi di percorrenza è un fenomeno rilevato dagli esercenti contattati. Le problematiche principali (che, come si diceva, non sono state comunque tali da aver generato finora situazioni di emergenza) sono legate al recupero a mezzo auto, da parte degli stessi albergatori, di escursionisti stremati non in grado di concludere la tappa entro la giornata. Si tratta evidentemente di un tipo di servizio su base volontaria e affidato alla generosità di alcuni esercenti che oltretutto lamentano il recente verificarsi di casi di *no-show* di escursionisti che rinunciano al cammino senza avvisare le strutture creando falsi allarmi.

Pur senza essere associato ad un vero e proprio fenomeno di *overtourism*, perlomeno nell'accezione più condivisa del termine e con riferimento alle sovraffollate località turistiche della vicina Riviera, il territorio attraversato dalla Via del Sale sta comunque vivendo una fase di crescita dei numeri che impattano sulle strutture in periodi dell'anno estremamente circoscritti. I ridotti posti letto e la necessità di prenotazione facilitano la gestione dei flussi anche se si rileva un numero crescente di escursionisti in tenda che pernottano in prossimità delle strutture comportando un'ulteriore pressione sulle stesse soprattutto in caso di maltempo.

Guardando alle strategie future, un consolidamento ed ampliamento dell'offerta di ricettività per i tradizionali "ponti" primaverili (anche attraverso la creazione di ulteriori realtà ricettive nei borghi limitrofi al tracciato) è senz'altro necessario, così come l'implementazione di strategie mirate ad attirare visitatori nelle altre stagioni, autunno *in primis* ma anche inverno, sfruttando una ormai cronica povertà di neve che qui come in altre aree dell'Italia Nord-occidentale (Mangano *et al.*, 2025) può aprire nuove prospettive di sviluppo turistico. Si tratta di un fenomeno invero già presente in forma estremamente embrionale e legato ad un tipo di clientela *last minute* che decide di intraprendere il percorso sulla base delle condizioni meteorologiche (tempo bello, assenza di fango o neve lungo il sentiero). Sempre con riferimento al cambiamento climatico, l'ampliamento dei numeri nella stagione estiva è ostacolato dalle sempre più frequenti ondate di calore eccezionale che impattano significativamente l'attività escursionistica, in particolare alle basse quote,

mentre è innegabile che le località al di sopra dei mille metri stanno già beneficiando di una ripresa dei flussi legati a fenomeni di villeggiatura climatica.

1.6. Riflessioni conclusive

L'*overtourism* non è soltanto un problema di numeri, ma il sintomo di una relazione disfunzionale tra turismo, comunità locali e ambiente. Le sue radici teoriche affondano nei modelli di Doxey e Butler, la sua attualità è colta dall'equazione di Santopietro e la sua dimensione politica emerge chiaramente dagli studi recenti sulla cooptazione discorsiva del termine. Superarlo non significa demonizzare il turismo, ma ripensarne radicalmente la *governance*, costruendo modelli di sviluppo più equi, sostenibili e partecipati. Solo attraverso un approccio integrato, che tenga insieme le dimensioni sociali, evolutive e gestionali, è possibile evitare che la promessa di un turismo sostenibile continui a infrangersi contro la realtà del sovraffollamento, della perdita di autenticità e delle tensioni sociali.

Le possibili soluzioni all'*overtourism* si collocano lungo un *continuum* che va dalla gestione adattiva e tecnologicamente avanzata fino alla decrescita pianificata, passando per la valorizzazione della sostenibilità e il coinvolgimento attivo delle comunità locali. Ciò che emerge con forza è la necessità di superare la logica della crescita illimitata e di costruire modelli turistici capaci di integrare competitività, giustizia sociale e tutela ambientale. Solo così sarà possibile garantire un turismo realmente sostenibile, in grado di generare benefici durevoli e di preservare l'integrità culturale e naturale delle destinazioni. In tale contesto come si è visto si possono inserire “prodotti turistici alternativi” come la Vie del Sale ed in particolare il tratto oggetto di approfondimento. Trattandosi di un cammino attualmente frequentato da un numero limitato di turisti, esso può essere valorizzato come strumento per promuovere forme di turismo a basso impatto sociale, ambientale ed economico, attraverso un modello di comunicazione che evidenzi al tempo stesso le fragilità del territorio e la necessità di una fruizione attenta e rispettosa. Ciò nonostante, sarà importante considerare la possibilità di momenti di iperfrequentazione, poiché alcune tipologie di escursione risultano praticabili solo in presenza di condizioni climatiche favorevoli.

In prospettiva, sarà fondamentale attivare strumenti di *policy* capaci di sostenere in modo strutturato percorsi come la Via del Sale. Ciò significa promuovere meccanismi di coordinamento interregionale, rafforzare le reti

tra operatori e investire in infrastrutture leggere coerenti con la logica del turismo lento. L'adozione di modelli partecipativi di *governance*, unita a un efficace sistema di monitoraggio dei flussi, potrebbe garantire una fruizione equilibrata e duratura.

In questo quadro, il cambiamento climatico globale può assumere una duplice valenza: se da un lato costituisce una minaccia per l'equilibrio degli ecosistemi, dall'altro, in taluni casi, l'aumento generale delle temperature ha esteso i periodi dell'anno nei quali il percorso è fruibile. Mesi che in passato risultavano poco adatti a causa del freddo o delle condizioni meteorologiche avverse rendendo possibile una frequentazione più prolungata nel corso dell'anno e contribuendo ad ampliare la stagionalità turistica.

Bibliografia

- Almeida-García F., Cortés-Macías R., Parzych K. (2021). Tourism impacts, tourism-phobia and gentrification in historic centers: The cases of Málaga (Spain) and Gdansk (Poland), in *Sustainability*, vol. 13, n. 1, p. 408.
- Balletto G., Ladu M., Battino S., Attard M. (2024). *Exploring overtourism in the Mediterranean Region*, in O. Gervasi, B. Murgante, D. Taniar, B.O. Apduhan, A.C. Braga, C. Garau, A. Stratigea (eds.). *Computational Science and Its Applications – ICCSA 2025 Workshops*, 15892 vol., Springer, pp. 21-32.
- Blanco-Romero A. (2019). *Decrecimiento turístico*, in E. Cañada (ed.). *El turismo en la geopolítica del Mediterráneo*, Alba Sud Editorial, pp. 66-71.
- Blázquez-Salom M. (2016). *Per on dekräixer turísticament? Una alternativa ecosocialista*, Alba Sud Editorial.
- Büscher B., Fletcher R. (2017). Destructive creation: Capital accumulation and the structural violence of tourism, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 25, n. 5, pp. 651-667.
- Butler R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources, in *The Canadian Geographer*, vol. 24, n. 1, pp. 5-12.
- Butler R. (2024). Tourism destination development: the tourism area life cycle model, in *Tourism Geographies*, vol. 27, nn. 3-4, pp. 599-607.
- Capecchi F. (2000) *Le Vie del Sale, 9 itinerari tra pianura e mare*, Croma.
- Carballeira Rivera T., Siclari D. (2019). Il Cammino di Santiago de Compostela: primo e grande itinerario culturale europeo, in *Federalism.it. Rivista di Diritto Pubblico Italiano, Comparato, Europeo*, n. 10, pp. 2-17.
- Çelik M.N., Çevirgen A. (2024). Sustainable tourism policies and overtourism risk in destination management: The case of Alanya, in *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being*, vol. 12, n. 1, pp. 48-64.
- Cócola-Gant A. (2016). Holiday rentals: The new gentrification battlefield, in *Sociological Research Online*, vol. 21, n. 3, pp. 112-120.

- Cócola-Gant A., López-Gay A. (2020). Transnational gentrification, tourism and the formation of “foreign only” enclaves in Barcelona, in *Urban Studies*, Special Issue, pp. 1-19.
- Colomb C., Novy J. (eds.). (2016). *Protest and Resistance in the Tourist City*, Routledge.
- Coppédé G.R. (1989). *Il sistema viario della Liguria nell'Età Moderna*, Bozzi.
- Cruz Lopes A., Rodrigues E.B., Vera-Cruz R. (2019). *Tourism gentrification*, in *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 471 vol., 092025.
- Dilshan N.W.T., Nakabasami C. (2025). Overtourism: a systematic review of global issues and management strategies, in *International Journal of Tourism Policy*, vol. 15, n. 1, pp. 50-66.
- Dodds R., Butler R. (2019). The phenomena of overtourism: a review, in *International Journal of Tourism Cities*, vol. 5, n. 4, pp. 519-528.
- Doxey G.A. (1975). *Causation theory of visitor – resident irritants: Methodology and research inferences. The impact of tourism*, in *The Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*, San Diego, pp. 195-198.
- Ferrando A., Mangano S., Faccini F., Piana P. (2023). Heatwaves and physiological discomfort: the strange case of the year 2022 on the “Kiss Pass” of Portofino Natural Park, Italy, in *Weather*, vol. 79, n. 8, pp. 254-259.
- Fletcher R. (2019). Ecotourism after nature: Anthropocene tourism as a new capitalist “fix”, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 27, n. 4, pp. 522-535.
- Gyodi K., Nawaro Ł. (2021). Determinants of Airbnb prices in European cities: A spatial econometrics approach, in *Tourism Management*, vol. 86, 104319.
- Hall C.M. (2010). Changing paradigms and global change: From sustainable to steady-state tourism, in *Tourism Recreation Research*, vol. 35, n. 2, pp. 131-143.
- Jamal T., Higham J. (eds.). (2021). *Justice and Tourism: Principles and Approaches for Local-global Sustainability and Well-being*, Routledge.
- Jang H., Park M. (2020). Social media, media and urban transformation in the context of overtourism, in *International Journal of Tourism Cities*, vol. 6, n. 1, pp. 233-260.
- Jover J., Díaz-Parra I. (2019). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain, in *Urban Studies*, vol. 57, n. 15, pp. 3044-3059.
- Kusumawardhani Y., Hilmiana H., Widianto S., Azis Y. (2024). Smart tourism practice in the scope of sustainable tourism in emerging markets: a systematic literature review, in *Cogent Social Sciences*, vol. 10, n. 1, pp. 1-26.
- Lawrence J., Mekoth N. (2023). Demarketing for sustainability: A review and future research agenda, in *International Journal of Consumer Studies*, vol. 47, pp. 2157-2180.
- La Pietra Verde A.P.S (2021). *Le Vie del Sale: I cammini dalla pianura al mare*, La Pietra Verde.
- Li H., Nijkamp P., Xie X., Liu J. (2020). A new livelihood sustainability index for rural revitalization assessment – a modelling study on smart tourism specialization in China, in *Sustainability*, vol. 12, n. 8, 3148.

- Liao M., Liu X. (2025). Exploring human mutuality in cyber and physical spaces using mobile big data and network analysis, in *Geo-Spatial Information Science*, pp. 1-17.
- Lindberg F., Seeler S. (2021). *Demarketing strategy as a tool to mitigate overtourism – an illusion?*, in A. Sharma, A. Hassan (eds.). *Overtourism as Destination Risk*, Emerald, pp. 129-149.
- Mangano S., Piana P., Porcelloni L. (2025). Crisi climatica e turismo nelle valli Maira e Vermenagna (Alpi Piemontesi), in *Documenti Geografici*. vol. 1, pp. 207-234.
- Martín Martín J.M., Guaita Martínez J.M., Salinas Fernández J.A. (2018). An analysis of the factors behind the citizen's attitude of rejection towards tourism in a context of overtourism and economic dependence on this activity, in *Sustainability*, vol. 10, n. 8, 2851.
- Milano C., Novelli M., Cheer J.M. (2019). Overtourism and degrowth: A social movements perspective, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 27, n. 12, pp. 1857-1875.
- Milano C., Novelli M., Russo A.P. (2024). Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism, in *Tourism Geographies*, vol. 26, n. 8, pp. 1313-1337.
- Piana P., Watkins C., Balzaretti R. (2018). Travel, modernity and rural landscapes in nineteenth-century Liguria, in *Rural History*, vol. 29, n. 2, pp. 167-193.
- Rawls J. (1971). *A theory of Justice*, Harvard University Press.
- Rusu A., Stoleriu O.M., Istrate M., Groza, O. (2025). Mapping visitors experiences – A case study on selected Airbnb datasets in Southern Europe, in *Sustainability*, vol. 17, n. 7, 3105.
- Santopietro R. (2024). *L'equazione della sostenibilità turistica*, testo disponibile al sito: www.visititaly.eu.
- Séraphin H., Sheeran P., Pilato M. (2020). Overtourism and its impacts: A review of the literature, in *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, vol. 12, n. 2, pp. 178-195.
- Stanikzai I.U., Seerat A.H., Humdard W.U. (2023). Role of Sustainable tourism in preserving cultural heritage of Afghanistan: A comprehensive review, in *Society & Sustainability*, vol. 5, n. 2, pp. 30-38.
- Sutyrina O.N., Domracheva S.A., Pavlova Y. (2021). *Sustainable independent tourism: the role of the information and communication technologies*, in *E3S Web of Conferences*, 04015.
- Thottoli M., Islam M.A., Sobhani F., Rahman S., Hassan M.S. (2022). Auditing and sustainability accounting: A global examination using the Scopus database, in *Sustainability*, vol. 14, n. 23, 16323.
- Veríssimo M., Moraes M., Breda Z., Guizi A., Costa C. (2020). Overtourism and tourismphobia: A systematic literature review, in *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, vol. 68, n. 2, pp. 156-169.
- Visentin F., Bertocchi D. (2019). "The overwhelmed city": Physical and social over-capacities of global tourism in Venice, in *Sustainability*, vol. 11, 6937.

Yrigoy I., Horrach P., Escudero L., Mulet C. (2024). Co-opting overtourism: Tourism stakeholders' use of the perceptions of overtourism in their power struggles, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 32, n. 4, pp. 818-834.

Zmyślony P., Leszczyński G., Waligóra A., Alejziak W. (2020). The sharing economy and sustainability of urban destinations in the (over) tourism context: The social capital theory perspective, in *Sustainability*, vol. 12, n. 6, 2310.

2.

LE RADICI PSICOLOGICHE DELLA TURISMOFOBIA

di *Guido Amoretti*

2.1. Introduzione

La concentrazione di grandi quantità di persone in località turistiche è un fenomeno relativamente recente legato, in primo luogo, al boom economico degli anni '60 del secolo scorso e al progressivo aumento nella disponibilità di mezzi di trasporto sempre più rapidi e convenienti da un punto di vista economico. Il turismo, che fino al periodo fra le due guerre era prevalentemente ad appannaggio delle classi sociali più elevate dotate della necessaria disponibilità economica, tocca una più ampia porzione della popolazione determinando la nascita di una forma di turismo nota come "turismo di massa" (Christin, 2014). Praticato prevalentemente da lavoratori dipendenti del settore industriale, si concentra, almeno in Italia dagli anni '60 agli '80, nel mese di agosto (quello in cui gli impianti industriali venivano fermati) determinando un afflusso massiccio nelle aree turistiche più gettonate. Scorrendo le immagini di repertorio dei telegiornali di quel periodo ci si imbatte in servizi sullo svuotamento delle città, con i conseguenti problemi di approvvigionamento e di scarsità di servizi per chi rimaneva a casa, e sul traffico intenso e le code ai caselli autostradali, a testimonianza di un esodo di massa dagli usuali luoghi di residenza verso le mete turistiche più apprezzate. Al di là delle lamentele di chi, rimasto in città, aveva difficoltà a trovare una farmacia aperta o a fare la spesa vicino alla propria abitazione o di quanti trascorrevano lunghe ore in macchina intrappolati in qualche coda, non si trovavano in quei periodi accenni al fenomeno dell'*overtourism*: l'invasione dei turisti, concentrata in periodi specifici e limitati temporalmente, veniva accolta con favore per le ricadute positive sulle economie locali.

Oggi lo scenario appare completamente diverso: nonostante il turismo sia diversificato e l'offerta si sia ampliata da alcuni anni non solo il tema

dell'*overtourism* impegnano i tecnici del settore ma si assiste alla nascita di veri e propri movimenti ostili al turismo. Cosa è cambiato? Quali sono le cause? Quali i possibili interventi? Cercheremo di analizzare il fenomeno avendo contezza che i cambiamenti fattuali intervenuti negli ultimi vent'anni nell'industria turistica e le conseguenze di determinate scelte fatte da operatori e amministrazioni locali da soli non bastano a spiegare la nascita dei movimenti popolari che si prefiggono di contrastare la presenza dei turisti nei propri territori.

2.2. Il turismo nel XXI secolo: i nuovi scenari

Il XXI secolo è caratterizzato da processi di globalizzazione e dalla diffusione capillare dei social media. Questi fenomeni hanno modificato radicalmente il modo di fare turismo e conseguentemente il modo di proporre l'offerta turistica. La possibilità di diffondere, facilmente e a costi decisamente irrisori, l'immagine di località, che un tempo potevano essere solo immaginate attraverso i racconti degli esploratori, abbinata alla nascita delle compagnie low cost, che hanno reso possibile a una grande quantità di persone spostamenti un tempo ad appannaggio solo di pochi, hanno favorito lo sviluppo di un turismo per certi aspetti più popolare, senza confini e capace di sviluppare interessi specifici, in alcuni casi molto particolari. Grazie ai media la visibilità di mete turisticamente interessanti è aumentata in modo esponenziale e la disponibilità di mezzi di trasporto rapidi e a costi relativamente contenuti, ha consentito lo sviluppo di nuove aree turistiche sparse un po' per tutto il globo permettendo ad un sempre maggior numero di persone di visitare posti che un tempo venivano descritti nei racconti di viaggio e oggigiorno vengono proposti attraverso servizi, cortometraggi o resoconti di viaggio che possiamo comodamente vedere seduti nelle nostre case o sul cellulare in un momento di pausa. A questi scenari corrispondono ovviamente nuove tipologie di turisti, con una minore disponibilità economica, frequentemente con una minore preparazione culturale e accomunati dal desiderio di essere stati nei posti visti in rete o raccontati da *influencer* e *tik toker*. Se un tempo una parte del movimento turistico era determinato dal desiderio di conoscere luoghi e persone diversi dagli ambienti di vita quotidiana ora questa motivazione sembra caratterizzare una porzione ridotta di viaggiatori.

In uno scenario come quello appena descritto, in cui da un lato grandi masse di persone sono nella condizione di visitare luoghi più o meno lontani dalla propria abitazione e dall'altra i mezzi di comunicazione possono favorire la notorietà di luoghi in passato non conosciuti e spesso non anco-

ra sviluppati dal punto di vista strutturale per accogliere grandi masse di turisti, il fenomeno dell'altra concentrazione di persone in periodi limitati dell'anno, meglio noto come *overtourism*, è sempre più frequente. Venezia rappresenta probabilmente uno dei casi più noti: la conformazione viaria di questa città non è certo in grado di accogliere grandi masse di persone tanto da rendere questo *unicum* di fatto invivibile sia per i residenti sia per i turisti stessi. Ma l'affollamento non è che uno degli effetti dell'*overtourism*, probabilmente quello che maggiormente colpisce i visitatori o chi vede filmati relativi all'altra concentrazione di persone in specifici contesti urbani. Possiamo infatti avere fenomeni analoghi anche in contesti non urbani la cui percorribilità sia possibile tramite strade o passeggiate non in grado di accogliere grandi flussi di ospiti. Le Cinque Terre, con la decisione di contingere gli ingressi, ne sono un esempio eclatante, ma non unico, con una popolazione di 4.000 abitanti e una media di 9.000 visitatori al giorno che aumentano in modo esponenziale nei fine settimana e tra aprile e ottobre (ANSA, 2024a). Al di là di qualunque considerazione circa l'effettiva efficacia delle misure di contenimento dei flussi turistici, è importante sottolineare come l'eccessiva presenza di visitatori in aree con specifiche caratteristiche ambientali produca una serie di effetti a breve e lungo termine che impattano non soltanto sull'ambiente in cui si colloca la località turistica ma anche, per non dire soprattutto, sulle persone che in quella località sono nate o l'hanno scelta come propria residenza.

2.3. Effetti indotti dall'*overtourism*: incidenza sui residenti

Una visione miope del turismo come semplice fonte di reddito ausiliaria, quando non principale, per la popolazione residente di una località turistica, non prende in considerazione la possibilità che la presenza turistica rappresenti un problema oltre che un'opportunità, diretta o indiretta, di sostentamento. Una prima considerazione riguarda l'inadeguatezza delle infrastrutture presenti in molte delle località turistiche caratterizzate da grandi afflussi durante l'alta stagione e un ridimensionamento importante della popolazione residente durante i mesi di bassa stagione. La stragrande maggioranza delle località turistiche nascono come cittadine con infrastrutture viarie, fognarie, di distribuzione dell'energia dimensionate per una determinata numerosità di individui e solo successivamente diventano attrazioni turistiche con picchi di presenze pari anche a dieci volte i residenti abituali. Ciò può comportare disagi per tutta la popolazione, residente e non, come il razionamento dell'acqua, i frequenti blackout e il sovraff-

follamento di mezzi inquinanti. Spesso non è possibile potenziare queste infrastrutture per oggettivi limiti ambientali, rendendo le criticità summenzionate di fatto croniche.

A questi effetti macroscopici si sommano effetti meno evidenti di medio e lungo periodo che vanno ad impattare unicamente sulla qualità di vita e sulla gestione economica dei residenti. Prendiamo ad esempio uno dei fenomeni che negli ultimi 20 anni ha caratterizzato lo sviluppo del turismo del nostro paese ma che in altri contesti ha una storia più antica (Stringer, 1981): ci riferiamo alla proliferazione delle strutture note come bed & breakfast. L'idea di partenza è trasformare una normale abitazione generalmente dotata di numerosi vani, in una struttura di accoglienza essenziale, in cui i servizi sono limitati, la vivibilità è molto simile a quella delle nostre case e, oltre a dormire, è possibile consumare una colazione. Questo tipo di soluzione, almeno ai suoi esordi, risultava più economica di un hotel di medio livello questo perché le strutture alberghiere, mettendo a disposizione un maggior numero di servizi, hanno costi più elevati per quanto riguarda il personale impiegato. A ciò si aggiunga che, almeno nel nostro paese, i gestori di queste strutture di tipo familiare hanno goduto per un lungo periodo di un regime fiscale favorevole che ha consentito di effettuare guadagni interessanti (Apollonia e Carosella, 2021). La combinazione di queste condizioni favorevoli ha spinto un buon numero di proprietari di casa a trasformare le proprie abitazioni in strutture ricettive togliendole quindi dal mercato immobiliare sia come possibili case in affitto sia come immobili da acquistare. Al tempo stesso la constatazione che fosse possibile avere rendite più elevate convertendo la proprietà in struttura ricettiva, rispetto all'utilizzo della stessa come casa di affitto, ha indotto gli investitori ad innalzare la domanda di appartamenti da acquistare determinando un aumento dei prezzi in base al rapporto domanda-offerta. Come conseguenza di questi cambiamenti del mercato immobiliare i residenti hanno incontrato maggiore difficoltà ad ottenere case in affitto o ad acquistarle, in particolare quando le stesse si trovano in posizione favorevole e in contesti turistici. Nasce da qui il fenomeno dello spopolamento delle aree turistiche da parte dei residenti che per trovare soluzioni abitative devono spostarsi in zone meno richieste, con meno servizi e a prezzi accessibili e conseguente svuotamento, nella bassa stagione, delle località turistiche. Questo fenomeno, che è conseguenza della *gentrificazione*¹

¹ Il termine indica il cambiamento sociale e culturale di un'area urbana che, a seguito di interventi di riqualificazione, attira quote di popolazione benestante in grado di sopportare i costi più elevati che la riqualificazione determina, inducendo la popolazione che

(Glass, 1964) ha delle evidenti ripercussioni anche sulle attività commerciali che godono, nel periodo di alta stagione, di una elevata affluenza e della possibilità di vendere grandi quantità di merci ma in bassa stagione soffrono l'assenza quasi totale di clienti residenti inducendo un fenomeno di chiusura stagionale che fino a una ventina di anni fa era tipico solo delle strutture alberghiere di quelle aree incapaci di adottare efficaci strategie di destagionalizzazione. Ed è proprio dal rischio di non avere incassi adeguati durante la bassa stagione che può derivare un aumento ingiustificato dei prezzi al consumo che coinvolge indistintamente residenti e turisti durante l'alta stagione. A questi cambiamenti fattuali, che incidono sulla vita dei residenti, si aggiunge la sensazione di perdita della propria identità, di occupazione dei luoghi di vita quotidiana, di convivenza coatta con individui che, spesso, si dimostrano poco rispettosi della località che li ospita e dei suoi abitanti. Torniamo qui sul tema delle motivazioni che possono spingere un turista a voler visitare una particolare località. Il desiderio di conoscere, la curiosità ad esplorare luoghi e culture diverse dalla propria ha caratterizzato gran parte del turismo pre-globalizzazione garantendo un atteggiamento rispettoso nei confronti degli ambienti in cui si svolgeva l'esperienza turistica. Purtroppo, attualmente sembra prevalere il desiderio di imitare o di accettare più o meno passivamente i suggerimenti di personaggi individuati come testimonial attendibili. La scelta di una meta turistica non è il risultato di una ricerca effettuata in base ai propri interessi ma l'accoglienza di una suggestione. Gli esiti possono essere disastrosi per quelle località che diventano improvvisamente oggetto di attenzione da parte del popolo dei social. È quello che è successo in Abruzzo nel gennaio 2025 quando Roccaraso, località dotata di una sessantina di km di piste da sci e di una popolazione inferiore ai 1.500 abitanti, si è vista invadere da una carovana di pullman e auto provenienti dalla Campania che ha scaricato circa 10.000 persone. Purtroppo, l'improvvisa presenza era determinata dall'influenza di una nota *tiktok* partenopea e abbinata ad un'operazione commerciale (trasporto + pranzo) estremamente conveniente che ha favorito la presenza di persone con scarsa disponibilità economica, quindi non in grado di usufruire degli impianti di risalita e costretti a concentrarsi nel fondo valle senza la possibilità di disperdersi sul territorio, determinando un impatto antropico eccessivo.

precedentemente abitava quelle aree ad abbandonarle non potendo sostenere l'aumento dei costi. Nel caso in esame la riqualificazione è in realtà l'aumento della visibilità turistica, che non necessariamente significa cambiamenti urbanistici ma che semplicemente produce un aumento dei prezzi tale da spingere i residenti a spostarsi altrove.

Ma se quello di Roccaraso è un esempio estremo dell'effetto *influencer*, non dobbiamo dimenticare che l'utente medio di social è frequentemente spinto dalla curiosità di sapere cosa facciano e dove vadano i VIP e gli *influencer* e tende a volerli imitare ad esempio nella scelta degli abiti, in vari tipi di consumi (del resto è per questo motivo che le aziende pagano questi personaggi) e anche nelle località che frequentano da turisti. In questa gara all'emulazione, l'utente dei social ha un grande alleato, la geolocalizzazione: di norma le immagini (foto e video) sono dotate di *tag* che indicano le coordinate geografiche del luogo in cui l'immagine è stata registrata. Il *geo tagging* – questo è il termine tecnico che identifica l'uso delle coordinate per risalire al luogo in cui l'immagine è stata ripresa – consente a chiunque di individuare con precisione la località in cui l'*influencer* è stato o, più semplicemente, in cui un utente ha scattato la foto (Winstead, 2023). Un'immagine ben riuscita e ben veicolata può determinare, per imitazione, un aumento considerevole di visitatori che, avendo scoperto la località sulla rete e non attraverso una ricerca mirata su determinati territori, spesso non sono attrezzati, mentalmente e come equipaggiamento, a raggiungere la “meta del loro desiderio” esponendo, se stessi e gli eventuali soccorritori, a rischi inutili.

Il vantaggio economico legato a maggiori flussi turistici, supposto che ci sia e che coinvolga l'intera popolazione, può, alla luce di quanto abbiamo descritto, non risultare sufficiente per rendere sopportabile questa invasione stagionale che molte delle località turistiche di piccole dimensioni subiscono. Una visione naif dei risvolti economici del turismo, assume che maggiore è il numero dei turisti che visita una certa località maggiori saranno le entrate di cui quella località godrà grazie al turismo. Questa relazione diretta fra numero di visitatori ed introiti può funzionare, per esempio, per un museo dove le entrate sono direttamente correlate alla bigliettazione e forse per le località turistiche che si affacciano sul mercato o che iniziano a farsi conoscere, ma quando la località turistica si è assestata e fatta conoscere, diventando quindi attrattiva, l'equazione magica sembra non funzionare più. Prendiamo come esempio la città di Genova, uno dei porti più importanti del Mediterraneo, che ospita un importante movimento croceristico: ogni giorno nel periodo estivo il porto ospita dalle due alle quattro navi da crociera e durante il resto dell'anno per 6 giorni alla settimana almeno una nave delle principali compagnie di navigazione approda nell'antica Repubblica. Questo grande movimento di navili si concretizza nella presenza in città di circa due milioni di passeggeri all'anno ben più dell'intera popolazione dell'area metropolitana di Genova. Se fosse vero quanto affermato in precedenza, il capoluogo Ligure dovrebbe ricavare un

grande vantaggio economico dal comparto turistico. Le analisi sull'impatto economico del turismo sono generalmente condotte a livello macro e, per quanto riguarda il comparto crocieristico, viene tenuto in grande considerazione l'indotto (cantieristica navale) e i posti di lavoro (dipendenti imbarcati). Ma quanto incidono i crocieristi sull'indotto locale? In realtà meno di quanto ci si possa aspettare per due buone ragioni: la prima è la relativa brevità delle visite di questi particolari turisti, che non concedono loro molto tempo per conoscere la città nei suoi molteplici aspetti storico-culturali e commerciali. La seconda riguarda il comparto ristorazione: gran parte dei pacchetti crociera include l'accesso ai buffet che sono aperti dalla mattina alla sera quasi continuativamente; quindi il crocierista che scende a terra in genere è già sazio e non spende per mangiare a terra quando potrà farlo al rientro senza spendere nulla. Effetti positivi si osservano nel comparto ricettivo, specie i bed & breakfast, laddove l'imbarco avvenga a Genova e sia necessario pernottare nella Superba prima di salire a bordo. La percezione dei commercianti e dei ristoratori è di una ricaduta non corrispondente al movimento crocieristico: d'altro canto illustri studiosi dei fenomeni economici hanno sottolineato come l'apporto del comparto turistico non possa risollevarne un sistema economico sofferente nei comparti più strategici (Conti, 2024).

2.4. Aspetti psicologici favorenti l'avversione all'*overtourism*

L'eccessivo impatto antropico sull'ambiente, sulle strutture, sulla vita quotidiana e sulla possibilità di costruire il proprio futuro da parte dei residenti, sembrerebbero motivi più che sufficienti per scatenare una qualche avversione nei confronti di un fenomeno, il turismo, da sempre sbandierato come motore dell'economia nazionale e portatore di ricchezza per le aree che posseggono quelle caratteristiche paesaggistiche e/o culturali tali da renderle appetibili per il turista. Ma il turismo di massa è un fenomeno antico e le grosse concentrazioni di persone non sono una novità nel panorama turistico nazionale e internazionale. È lecito domandarsi come mai solo in tempi recenti si sia assistito alla nascita di movimenti, in alcuni casi anche violenti, che si oppongono al turismo *tout court*. Una spiegazione è stata in parte già avanzata: la facilità con cui è possibile accedere alle informazioni che riguardano località sparse sull'intero pianeta ha reso famose molte piccole località turistiche che, per le loro dimensioni, sono facilmente soggette al fenomeno dell'*overtourism*. Anche la diffusione di una maggiore coscienza dell'importanza dell'ambiente per la sopravvivenza

nostra e delle generazioni future può aver contribuito ad una maggiore sensibilizzazione delle popolazioni residenti nei confronti dell'*overtourism*. E da ultima, ma non per questo meno importante, la constatazione che le previste ricadute economiche sul territorio non sono sempre reali o non sono direttamente percepibili dalla popolazione residente: insomma il rapporto costi/benefici non viene percepito come soddisfacente.

2.5. La turismofobia: un fenomeno ingravescente

Mentre i dati sull'*overtourism* iniziano ad essere analizzati e in molti casi gli organi di governo studiano soluzioni in grado rendere sostenibile, per località e popolazioni residenti, il fenomeno turistico, si sono creati movimenti spontanei di cittadini che hanno iniziato a contestare, in nome del contrasto all'*overtourism*, il turismo come fenomeno. Hanno, cioè, sviluppato una vera e propria avversione contro qualsiasi forma di turismo, rivendicando il diritto di riappropriarsi del proprio territorio, della propria cultura, delle proprie tradizioni. Il fenomeno è noto come *turismofobia* (Delgado, 2008) e si giustifica con le mancate ricadute economiche sul territorio e sulla popolazione residente e la difesa della sostenibilità ambientale. I movimenti, il cui punto di aggregazione è la turismofobia nelle sue varie declinazioni, hanno raggiunto gli onori della cronaca con esiti diversi: in alcuni casi i movimenti hanno ottenuto che le autorità intervenissero a regolamentare alcuni aspetti dei flussi turistici in altre hanno attirato l'attenzione con azioni eclatanti o violente. È ascrivibile alla prima categoria il successo del movimento *No grandi navi* che con la sua azione ha ottenuto, nel 2021, il divieto per le navi da crociera a navigare nel Canale della Giudecca a Venezia (ANSA, 2024a), mentre seguono una linea più aggressiva, e al momento priva di esiti, i movimenti nati in Spagna (Canarie e Barcellona) sfociati in alcune occasioni nel lancio di uova contro i turisti. Mentre entrambi i fenomeni citati hanno a che vedere con il tema della sostenibilità ambientale, quello iberico ha anche salde motivazioni economiche derivanti dalla constatazione che la supposta ricaduta economica non coinvolge la popolazione residente ma è ad appannaggio delle grandi catene alberghiere che tendono a reclutare il personale non fra le popolazioni residenti.

Seppur diverse nelle modalità di contestazione, le due proteste appena citate hanno come comun denominatore il tema della sostenibilità, un tema ampiamente dibattuto che però, al di fuori di questi contesti specifici, non ha raccolto un così elevato numero di consensi producendo forme di

protesta così eclatanti. Forse è il caso di domandarsi se una partecipazione così importante a questo tipo di protesta possa essere dovuta ad una solida coscienza ambientalista o si debbano cercare altrove le reali motivazioni intrinseche alla base della partecipazione popolare a queste iniziative. Non dobbiamo infatti dimenticare che l'essere umano è sì un animale sociale ma lo è fondamentalmente per opportunismo, dato che il vivere in gruppi rappresenta un vantaggio rispetto alla sopravvivenza degli individui e al miglioramento delle condizioni di vita del gruppo. Aggregarsi in famiglie, tribù, villaggi, città, nazioni è il modo migliore per preservare la specie, ma questo spirito di aggregazione si compatta a livello di nazione di fronte a gravi pericoli collettivi mentre, in assenza di tali situazioni, il riferimento e via via alla tipologia di aggregazione più bassa. Nella vita quotidiana noi ci sentiamo più appartenenti alla famiglia, al quartiere, al villaggio, all'organizzazione per cui lavoriamo, e questo senso di appartenenza può indurre a nutrire sospetti nei confronti di qualunque iniziativa o persona che sia esterna al gruppo sociale a cui apparteniamo. Questo atteggiamento, unito alla atavica paura della novità, non presente in tutti i componenti della popolazione ma assai diffusa, è alla base della resistenza al cambiamento, determinando una sorta di chiusura nei confronti di tutto ciò che è diverso dalla cultura del gruppo a cui si appartiene ed è verosimilmente alla base di molti atteggiamenti omofobi e anti-migranti, molto diffusi in questo momento sull'intero pianeta. La matrice squisitamente psicologica dell'avversione a ciò che percepiamo come diverso e alieno alla nostra cultura viene solitamente mascherata Adducendo motivazioni razionali, in genere basate su dati fattuali, non necessariamente reali ma percepiti come tali, e quindi assunti a giustificazione dell'atteggiamento di contrapposizione ad un fenomeno specifico: nella fattispecie argomenti come l'aumento dei prezzi al consumo, la lievitazione dei costi del mercato immobiliare, l'eccessivo affollamento delle località (impatto antropico), l'aumentato rischio di inquinamento derivante dall'uso di mezzi di locomozione inquinanti, rappresentano argomenti logici che danno sostanza ad una protesta alimentata dalle presunte minacce al senso di appartenenza.

Secondo la teoria dei bisogni di Maslow (1954), ogni individuo è spinto a soddisfare una serie di bisogni che sono collocati in un ordine gerarchico: la soddisfazione di un bisogno di livello superiore necessita che il bisogno di livello immediatamente inferiore sia precedentemente soddisfatto. Il senso di appartenenza occupa il terzo posto in questa teoria e può essere soddisfatto dopo la realizzazione dei bisogni fisiologici, indispensabili alla sopravvivenza, e dopo esserci garantiti un adeguato livello di sicurezza. Ma il soddisfacimento del bisogno di appartenenza è indispensabile per la

realizzazione del bisogno di autostima e, alla fine, del bisogno di autorealizzazione. Come reazione ad un afflusso indiscriminato di turisti nella località in cui si vive, i residenti tendono a compattarsi intorno alle proprie caratteristiche identitarie, a percepire il turista come “altro”, a enfatizzare gli svantaggi derivanti dal turismo minimizzando o negando i possibili vantaggi legati a questo fenomeno (aumento del PIL, ricadute sull’occupazione, effetti positivi sull’indotto).

Tra le caratteristiche che accomunano i residenti c’è anche il territorio, un territorio chiamato a confrontarsi con una presenza umana difficilmente sostenibile, che si concentra in aree relativamente piccole e che non è sempre attrezzata di sufficiente cultura ecologica e di rispetto per l’ambiente. Il turista viene percepito come un “predatore” del bene della comunità residente, l’ambiente: lo usa, lo danneggia e se ne va, e i soldi spesi a beneficio delle attività dei residenti, non saranno mai sufficienti a “riparare” il danno ambientale.

Overtourism impatta anche sulle attività quotidiane dei residenti: i luoghi di aggregazione e di vita quotidiana vengono “occupati” seppur temporaneamente da persone estranee che spesso non si preoccupano di approfondire la conoscenza storica e culturale della località che li ospita limitandosi a usufruire dei servizi e delle opportunità di divertimento messe a disposizione. Fare la fila per acquistare cibo o medicine, non trovare parcheggio per la propria auto, muoversi a fatica nelle zone pedonali per la folla di turisti, sono solo alcuni esempi delle sfide che i residenti devono affrontare, dei cambiamenti nella loro routine quotidiana. Ovviamente *l'overtourism* non ha lo stesso impatto antropico ed economico su tutta la popolazione di una località turistica. Se riprendiamo l’esempio di Genova, a patire maggiormente l’impatto antropico e i cambiamenti del mercato immobiliare è la popolazione del centro storico (non a caso sui muri di questa parte della città sono comparse scritte turismo fobiche) che ha verosimilmente maggiori difficoltà a cogliere i vantaggi economici del turismo. Atteggiamenti diversi troveremo fra gli operatori turistici, i lavoratori del Terminal crociere, le aziende di logistica che si occupano dei rifornimenti alle navi, le aziende produttrici e quelle distributrici delle derrate alimentari destinate ai crocieristi, giusto per fare alcuni esempi. La turismofobia, che si sviluppa a partire da situazioni concretamente avverse alla popolazione residente ed è alimentata dal senso di appartenenza ad un territorio e ad una comunità, non può essere la soluzione di un problema oggettivo ma il campanello d’allarme che deve spingere, operatori e decisori a rivedere le strategie per garantire benefici diffusi e duraturi: non è possibile dimenticare che sono le caratteristiche ambientali a rendere per lo più attrattiva

una località e per questo devono essere salvaguardate da uno sfruttamento eccessivo che nel giro di pochi anni potrebbe determinare la morte di certe località turistiche.

2.6. Il turismo rappresenta un vantaggio per le comunità residenti?

Come abbiamo già sottolineato, Il comparto turistico è considerato un'importante settore economico per molti paesi, non solo per l'Italia. Le statistiche che periodicamente ci vengono proposte sciorinano numeri importanti per quel che riguarda la quantità di turisti, nazionali e internazionali, che visitano il nostro paese. L'impatto sull'economia viene calcolato in base al numero di pernottamenti effettuati nell'arco dell'anno. A questa modalità diretta di valutazione del contributo del settore turistico al PIL nazionale, si aggiungono le valutazioni indirette di ricaduta sulle attività commerciali ristorative, sui trasporti e su qualunque attività in qualunque modo collegata ai flussi turistici. Va detto che questo sistema di valutazione ha difficoltà a tener conto di un fenomeno che si è recentemente sviluppato contribuendo al fenomeno dell'*overtourism*. Ci riferiamo al turismo giornaliero, un turismo che non impatta sulla struttura ricettive come alberghi e bed & breakfast ma che contribuisce agli affollamenti e potenzialmente ai settori della ristorazione e della musicalità anche se è verosimile che questa tipologia di turismo sia determinata da una scelta di economicità e quindi punti a ridurre al minimo la spesa per le attività di contorno e di ristorazione.

Riprendendo l'esempio di Venezia, a marzo 2024 la parte insulare aveva 79.000 abitanti (Venezia Today, 2024) a fronte di una presenza media giornaliera di non residenti (turisti soggiornanti e turisti giornalieri) pari a una volta e mezza la popolazione residente, con una tendenza all'aumento in occasione di grandi eventi (p.e. il Carnevale) a causa dei quali si verifica la fuga temporanea dalla città di circa il 6-7% dei residenti (Baldin *et al.*, 2024). Si stima che in un anno oltre 30.000.000 di persone visitino Venezia e di questi 2/3 sarebbero visitatori giornalieri.

Appare evidente quanto sia complicato valutare oggettivamente il reale impatto del turismo sull'economia nazionale e ancor più su quella locale. Ciò nonostante, ogni anno si fanno bilanci sulle entrate del comparto turistico e i numeri che ne risultano vengono impiegati per enfatizzare l'importanza economica di questo settore o per operarne un ridimensionamento tale da mettere in discussione il rapporto costi-benefici. Non a caso, fra le giustificazioni ai movimenti turismo fobici delle Isole Canarie, troviamo

considerazioni sui ridotti benefici economici del turismo di massa: la presunta ricaduta positiva sulla popolazione residente non sembra confermata dall'alta percentuale (33%) di persone a rischio di esclusione sociale (ANSA, 2024b).

Senza voler togliere nulla alle argomentazioni legate all'impatto antropico che i movimenti turismo fobici utilizzano ampiamente per giustificare la loro crociata, va detto che la mancata ricaduta positiva sul territorio può dipendere in parte dalla mancata preparazione dello stesso a cogliere le opportunità offerte dalle imprese turistiche. Un esempio per tutti: fra le lamentele più frequenti troviamo l'accusa alle grandi catene alberghiere di non impiegare personale locale ma di rivolgersi a persone che non provengono dal territorio sul quale l'impresa alberghiera opera. Questo fatto è difficilmente contestabile ma spesso deriva dall'impossibilità di reperire personale locale dotato della formazione professionale richiesta: la ricettività alberghiera d'oggi giorno ha raggiunto degli standard elevati che per essere mantenuti necessitano di personale formato e di alta professionalità. Quello che si vuole sostenere è che il fatto di avere grandi flussi turistici di per sé non garantisce ricadute economiche interessanti sull'intera popolazione residente ma, interventi volti a favorire l'acquisizione di professionalità spendibili in ambito turistico, al pari di azioni legate alle infrastrutture, possono ridirezionare le ricadute economiche all'interno dei territori coinvolti direttamente dai flussi turistici.

2.7. È sufficiente rimuovere le cause fattuali per rimuovere gli atteggiamenti turismofobici?

Nei paragrafi precedenti abbiamo individuato la matrice psicologica degli atteggiamenti turismo fobici e le cause principali che vengono utilizzate per giustificarli. È quindi lecito chiedersi se l'eliminazione delle cause, dichiarate da chi propugna, come soluzione estrema, l'eliminazione del turismo nelle aree soggette ad *overtourism*, possa garantire la fine degli atteggiamenti turismo fobici per mancanza di argomentazioni fattuali. È evidente che agire per rimuovere o ridurre gli aspetti fattuali denunciati dai movimenti turismo fobici abbia la funzione di spuntarne le armi. Se, grazie a decisioni adeguate, si ottenessesse una consistente riduzione dell'impatto antropico, si rivedesse la politica dei bed & breakfast influendo direttamente sul mercato immobiliare e si riuscisse a rendere palesi i vantaggi economici per il territorio derivanti dagli afflussi turistici, i movimenti turismo fobici stenterebbero ad essere credibili nei confronti della popolazione locale

e dell'opinione pubblica in generale. Fermo restando che mettere in campo azioni, come quelle che ipotizzeremo nel prossimo paragrafo, non è né facile né veloce né privo di costi, anche ammettendo, nella migliore delle ipotesi, di arrivare ad un turismo sostenibile, probabilmente rimarrebbero delle sacche di resistenza riconducibili alle motivazioni psicologiche che abbiamo detto essere alla base di questi movimenti. Certo è che si tratterebbe di sacche residuali, prive, probabilmente, dell'appoggio popolare e destinate quindi a non influenzare il movimento turistico.

2.8. Un approccio globale alla turismofobia

Senza un'inversione di rotta il fenomeno dell'*overtourism* tenderà ad aumentare e a colpire sempre più località. Ciò potrebbe determinare un aumento consistente delle forme di protesta che abbiamo associato al termine turismo fobia. L'auspicio è che queste forme di protesta innescino una riflessione, un ripensamento delle modalità con le quali le località devono e possono accogliere i turisti. Di certo le soluzioni attualmente proposte da questi movimenti popolari non sono percorribili perché di fatto propugnano una riduzione molto marcata del fenomeno turistico al punto da non renderlo più economicamente interessante per le aree coinvolte. Si tratta quindi di agire secondo due direttive: una rivolta ad affrontare, attutire o risolvere i problemi fattuali che vengono sbandierati dai movimenti turismo fobici; l'altra impegnata a favorire l'integrazione di due comunità, quella residente e quella dei turisti, per disattivare le motivazioni psicologiche su cui si fondano le prese di posizione turismo fobiche.

Qualcosa si è già iniziato a fare laddove, in alcune località, è stata aumentata la tassa di soggiorno o si sono introdotti sistemi di contingimento giornaliero degli afflussi. Le due azioni non sono in alternativa ma vanno utilizzate congiuntamente dato che la prima punta a ridurre la permanenza mentre la seconda agisce sul turismo giornaliero. Le maggiori entrate derivanti dall'aumento della tassa di soggiorno andrebbero devolute per iniziative a favore della popolazione residente, a testimonianza di una ricaduta economica, derivante dal turismo, diffusa sul territorio e non ad appannaggio dei soli operatori turistici. Si tratta di azioni relativamente semplici da attuare e con un impatto mediatico importante. Tuttavia, è indispensabile agire in modo più strutturale andando a modificare concreteamente le condizioni che innescano la resistenza al turismo dei residenti. Una politica di regolamentazione nell'attivazione di attività ricettive bed & breakfast, che non impattano sull'occupabilità della popolazione residente

e producono introiti quasi esclusivamente ad appannaggio dei gestori/proprietari, un'intensificazione dei controlli sanitari e del rispetto delle norme di sicurezza, un'equiparazione al settore alberghiero per quanto concerne il regime fiscale, produrrebbero cambiamenti nel mercato immobiliare contrastando il fenomeno della gentrificazione con possibili ricadute positive sul commercio locale durante la bassa stagione.

Andrebbe anche contrastata la tendenza, da parte delle località turistiche, di proporre eventi attrattivi in competizione con le località vicine: la costituzione di una rete preposta all'organizzazione di eventi all'interno di un'area geografica potrebbe favorire la distribuzione dei flussi offrendo al contempo ai turisti l'opportunità di partecipare ad eventi e conoscere località diverse da quella scelta per la propria vacanza. Per le zone rivierasche, il potenziamento infrastrutturale e ricettivo dell'entroterra, oltre a rappresentare un elemento di valorizzazione di quei territori, può favorire la frammentazione dei flussi turistici riducendo la pressione antropica sulla costa. La riduzione dell'impatto umano porta a una riduzione della sensazione di fastidio e invasione di cui spesso i residenti si lamentano.

Se prendere provvedimenti, per modificare gli aspetti fattuali lamentati dai movimenti turismo fobici, sembra essere possibile, ancorché non sempre facile, agire sui meccanismi psicologici, che hanno permesso alla turismofobia di attecchire, necessita di un approccio più complesso che deve avere come co-protagonisti residenti e turisti. Come osservato in precedenza, la presenza di turisti in numero eccessivo attiva il bisogno di appartenenza di ogni individuo alla propria comunità. Il sentimento di privazione della propria identità, a causa delle mutate condizioni di vivibilità del proprio luogo di residenza, è frequentemente presente in chi subisce l'*overtourism* e, azioni rivolte a gratificare economicamente i residenti, possono non essere efficaci per chi percepisce il turismo come in contrasto con la propria quotidianità. Per incidere sul senso identitario è necessario progettare attività che vedano il coinvolgimento di tutti gli attori: operatori turistici, commercianti, residenti e turisti. L'organizzazione di eventi che riflettano la storia e le tradizioni dei luoghi, coinvolgendo preferibilmente i residenti nella loro progettazione e realizzazione, è un modo per avvicinare ospiti e abitanti del luogo e per trovare un minimo comune denominatore in grado di favorire l'incontro e la condivisione tra chi trascorre una breve vacanza e chi vive la propria vita in uno specifico contesto ambientale e culturale. È un tentativo di trasformare un atteggiamento escludente (i turisti visti come elementi da espellere perché minano il senso di appartenenza dei residenti) in uno inclusivo (i turisti curiosi di conoscere usi e costumi locali diventano persone da accogliere affinché diventino parte del grup-

po locale, rafforzandone il senso di identità). È un cambio di paradigma che, oltre a ridurre le frizioni tra turisti e residenti, può favorire azioni di ripopolamento di borghi, spesso molto prossimi alle località turistiche di maggiore attrattività, sia attraverso operazioni commerciali come alberghi diffusi, sia attraverso operazioni immobiliari il cui obiettivo sia trasformare dei turisti affezionati in nuovi residenti, e non solo per periodi di vacanza. Il coinvolgimento della popolazione locale in azioni di questo tipo deve essere massiccio e deve coinvolgere anche, se non soprattutto, i residenti che non ricevono benefici diretti dal turismo (come avviene per albergatori, affittuari, personale impiegato dalle strutture ricettive e di ristorazione) ma ne beneficia indirettamente, grazie alla permanenza o alla nuova attivazione di attività commerciali fruibili da tutta la popolazione per l'intero anno solare, senza doversi spostare in altri centri abitati o in centri commerciali e al possibile impiego di manodopera locale. Un modo per trasformare, grazie al coinvolgimento dei residenti, un fenomeno vissuto passivamente (*l'overtourism*), in un'opportunità per entrambe le parti coinvolte, turisti e locali.

2.9. Conclusioni

Non dobbiamo sottovalutare il fenomeno dell'*overtourism*, non in ossequio ad una corrente di pensiero ecosostenibile, ma per salvaguardare i protagonisti dell'offerta, i turisti in cerca di località apprezzate e i residenti che vivono quelle località tutto l'anno. Contenere l'*overtourism* significa salvaguardare gli investimenti effettuati, invertire il processo di stagnazione (la fase che, nel ciclo di vita di una località turistica, vede nascere forme di avversione al turismo (Butler, 1980)) ed evitare di scivolare nella fase di declino della località turistica, fase dannosa per gli investitori ma anche caratterizzata da un calo della qualità e della quantità dei servizi e delle attività commerciali presenti sul territorio e dal rischio di favorire lo spopolamento del territorio. È prioritario abbandonare l'illusoria equazione “più turisti più guadagni” che spesso induce le amministrazioni comunali ad intraprendere campagne di comunicazione sui social media volte a far conoscere le bellezze paesaggistiche e culturali dei propri territori a un pubblico sempre più ampio e globalizzato. Eminent esponenti politici (si vedano le dichiarazioni del Presidente della Regione Liguria Marco Bucci (Di Pietro, 2024) hanno affermato che l'*overtourism* è un'opportunità: riteniamo che in realtà l'*overtourism* conduca, nel medio termine, al declino della località turistica ipotizzato da Butler (1980); contenere questo feno-

meno, ed evitare che si verifichi nelle località che ancora non ne soffrono, può invece produrre un'inversione di tendenza che porta a quel ringiovanimento che Butler (1980) ipotizza come alternativo al declino. Avere la possibilità di visitare luoghi meravigliosi e iconici come Venezia, le Cinque Terre o le Canarie, e non poterne apprezzare la bellezza a causa dell'eccessiva presenza turistica può indurre a non riprogrammare la visita dirottando verso altre destinazioni, attualmente forse meno iconiche ma non meno attraenti, che si possono visitare senza fare la fila o ritrovarsi imbottigliati nella folla. Turismo è per lo più vacanza e la vacanza è principalmente relax, abbinato alla conoscenza di nuovi luoghi e abitudini diverse: se la vacanza diventa fonte di stress per le particolari condizioni che l'*overtourism* crea, allora si perde la principale spinta motivazionale a trascorrere del tempo lontano dal proprio luogo di residenza. Si possono ridurre e prevenire i fenomeni di *overtourism* agendo in modo inclusivo sui flussi turistici, limitando la corsa alla trasformazione degli alloggi residenziali in alloggi turistici residenziali, calmierando il mercato immobiliare ma anche coinvolgendo la popolazione locale in iniziative che trasformino l'attuale atteggiamento passivo di chi subisce il turismo in una risorsa, indirizzandolo e includendolo nel proprio tessuto sociale e culturale. Le manifestazioni che si sono verificate negli ultimi anni trovano giustificazione nell'esasperazione della popolazione locale e nelle limitate ricadute economiche sul tessuto locale, ma sono alimentate dal disagio psicologico determinato dal sentirsi impoveriti dei propri tratti identitari, ovvero dell'appartenenza a una comunità e a un territorio. Se non si argina questa deriva liberista che vede nell'*overtourism* un'opportunità, le manifestazioni si moltiplicheranno, aumenterà il rischio di infiltrazione di gruppi antagonisti caratterizzati da possibili azioni violente e aumenterà esponenzialmente la probabilità che le destinazioni turistiche più gettonate passino da una fase di stagnazione a una fase di declino, con ricadute economiche negative per gli investitori e per le stesse comunità in protesta.

Bibliografia

- ANSA (2024a). www.ansa.it/canale_viaggi/notizie/itinerari/2024/02/13/overtourism-le-cinque-terre-come-venezia-e-firenze_378cf18-f180-4e76-abd3-8eca67394cbd.html
- ANSA (2024b). www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2024/04/20/i-residenti-delle-isole-canarie-si-ribellano-al-turismo-di-massa_4b8d02bf-5008-48fe-a8ec-41b514f75254.html

- Apollonio R., Carosella G. (2021). *Come aprire un bed & breakfast in Italia. Dall'idea alla realizzazione di un B&B al passo coi tempi* (X edizione), FrancoAngeli, Milano.
- Baldin A., Bertocchi D., Camatti N. (2024). *Crowding-in and (temporary) crowding-out in Venice. The effect of cultural events on residents*, in *Tourism Economics*, vol. 31, n. 5, pp. 984-1005.
- Butler R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. in *Canadian Geographer*, vol. 24, n. 11, pp. 5-12.
- Christin R. (2014) *L'usure du monde, critique de la déraison touristique*, L'échappée. Tri.it (2019) *Turismo di massa e usura del mondo*. Elèuthera.
- Conti M. (2024). *La Liguria è (ancora) una regione del Nord? Capire la Liguria per capire l'Italia*, ERGA.
- Delgado M. (2008). Turismofobia, *El País* 12 (07)
- Di Pietro S. (2024). “L'overtourism è un overstipendio per Genova”: l'over-sparata di Marco Bucci, *Wall:Out*, <https://walloutmagazine.com/overtourism-e-un-overstipendio-per-genova-over-sparata-di-marco-bucci/#:~:text=Tra%20le%20urla%20di%20giubilo,ma%20come%20un'opportunit%C3%A0%E2%80%9D>.
- Fes N. (2020) How the social media cause overtourism?, *Tourism Review News*, January 27, 2020, www.tourism-review.com/overtourism-is-out-of-hand-solutions-are-needed-news11370.
- Glass R. (1964). *London Aspects of Change*. The Centre for Urban Studies, McGibbon & Kee.
- Maslow A.H. (1954). *Motivation and Personality*. Harpers.
- Stringer P.F. (1981). Hosts and guests the bed-and-breakfast phenomenon, in *Annals of Tourism Research*, vol. 8, n. 3, pp. 357-376.
- Venezia Today (2024). www.veneziatoday.it/cronaca/venezia-scende-sotto-49-mila-abitanti.html#:~:text=L'intera%20area%20lagunare%20conta,i%20178%20mila%20della%20terraferma.
- Winstead A. (2023). *The Geotagging Debate: Safety, Privacy, and Ethical Tourism*, www.unsustainablemagazine.com/examining-the-geotagging-debate/

3.

IL RUOLO DELLE POLITICHE PUBBLICHE NEI PROCESSI DI SVILUPPO TURISTICO LOCALE

di *Barbara Cavalletti*

3.1. Introduzione

La valorizzazione dell'ambiente naturale è fondamentale per uno sviluppo turistico sostenibile e rigenerativo. È importante distinguere tra capitale naturale (strutture ecosistemiche e patrimonio ambientale ereditato), funzioni ecosistemiche (processi naturali indipendenti dall'uso umano), servizi ecosistemici (benefici diretti e indiretti per il benessere umano), e i relativi valori economici.

Tradizionalmente, l'economia ha considerato le questioni ambientali come esternalità negative – malfunzionamenti del mercato affrontati con il principio “chi inquina paga”. L'economia ecologica (Martínez-Alier e Røpke, 2008) ha introdotto un cambio di prospettiva, riconoscendo anche le esternalità positive che il sistema ecologico fornisce all'economia. Le interazioni tra ecosistema naturale e sistema economico sono viste come scambi tra due ecosistemi complessi, capaci non solo di generare danni ma anche di produrre benefici che possono essere incrementati.

Questo nuovo approccio ha aperto la strada a politiche innovative che non si limitano a ridurre gli impatti ambientali, ma puntano a valorizzare e rigenerare il capitale naturale, integrando i servizi ecosistemici nei processi decisionali. L'articolo esplora come le politiche pubbliche possano favorire un turismo rigenerativo, riconoscendo il ruolo del capitale naturale e dei servizi ecosistemici, collegandosi agli sviluppi più recenti in materia di contabilità ecologica (UN 2024) e alla crescente importanza dell'integrazione tra ESG (*Environmental, Social and Governance*) e SDG (*Sustainable Development Goals*)¹, oggi considerati elementi centrali per una strategia di sostenibilità completa.

¹ Gli ESG rappresentano criteri di valutazione per le imprese relativi a impatti ambientali, aspetti sociali e qualità della governance. Gli SDG sono i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dall'ONU nell'Agenda 2030, che includono la lotta al cambiamento climatico, la protezione della biodiversità e la promozione di società più eque e resilienti.

3.2. Il ruolo dei servizi ecosistemici

Il *Millennium Ecosystem Assessment*² (2005) definisce i servizi ecosistemici come i molteplici benefici che gli ecosistemi forniscono al benessere umano. Essi si suddividono in quattro categorie principali:

- di approvvigionamento (risorse materiali come acqua, cibo, legname);
- di regolazione (controllo del clima, qualità dell'acqua, impollinazione);
- culturali (esperienze ricreative, estetiche e spirituali);
- di supporto (processi ecologici come la formazione del suolo e i cicli nutrienti).

La classificazione CICES³ ha ulteriormente affinato queste categorie, rendendo più preciso il collegamento tra funzioni ecologiche e benefici economici e sociali.

Gli ecosistemi rappresentano la base ecologica dello sviluppo economico e sociale, contribuendo direttamente alla produzione di reddito e al benessere delle comunità. La perdita di capitale naturale non è quindi solo un problema ambientale, ma anche una perdita economica concreta.

Uno studio recente del Joint Research Centre (JRC) della Commissione Europea (Giannakis *et al.*, 2025) mostra che un incremento del 10% del capitale naturale genera un aumento medio dello 0,70% del Valore Aggiunto Lordo regionale (0,40% effetto diretto nella regione e 0,30% effetto indiretto nelle regioni limitrofe). Questo dimostra che investire nel capitale naturale non è solo una scelta ecologica, ma una strategia economica che stimola la crescita e riduce rischi e costi per le attività produttive.

La perdita di servizi ecosistemici non compromette solo il benessere umano, ma rappresenta anche un rischio finanziario rilevante. Uno studio recente del JRC (Barbaglia *et al.*, 2023) ha rilevato che le imprese colpite da eventi estremi, come le alluvioni, hanno una probabilità fino al 30% più alta di default sui prestiti nei due anni successivi al disastro.

Questo rischio viene ormai considerato dalle istituzioni finanziarie nella concessione di nuovi prestiti, con un conseguente aumento dei costi del capitale, specialmente per le piccole e medie imprese. Un'ulteriore ricerca del JRC (Becker *et al.*, 2023) conferma questa tendenza: gli intermediari finanziari stanno iniziando a valutare l'impatto della perdita di capitale naturale e servizi ecosistemici come fattore di rischio, integrandolo nei criteri di determinazione dei tassi di interesse.

² www.millenniumassessment.org/en/index.html.

³ “Common International Classification of Ecosystem Services” (CICES) <https://cices.eu/>.

Le cause della perdita di servizi ecosistemici sono molteplici e in larga parte di origine antropica. Tra i principali fattori:

- Deforestazione: a livello globale, l'agricoltura è il principale motore della conversione delle foreste in terreni coltivati, con conseguente perdita di biodiversità e servizi naturali (tranne che in Europa, dove la dinamica è più contenuta).
- Cambiamento climatico: nel Mediterraneo il riscaldamento procede a una velocità del 21% superiore alla media globale, aumentando il rischio di eventi estremi e il degrado degli ecosistemi.
- Inquinamento da plastica: ogni anno circa 230.000 tonnellate di plastica raggiungono il Mar Mediterraneo, il 94% sotto forma di macroplastiche (IUCN⁴, 2020).
- Specie esotiche invasive: oltre 1.000 specie marine non autoctone sono state introdotte nel Mediterraneo e più del 75% ha stabilito popolazioni stabili (ARPAT Toscana).
- Sovrasfruttamento ittico: nel 2024 il “Fish Dependence Day” per il Mediterraneo è arrivato già a luglio; il 58% degli stock ittici è in stato critico (ASViS, 2024).
- Distruzione degli habitat costieri: la perdita di ecosistemi litoranei riduce la capacità naturale di fornire servizi come protezione costiera e nursery per specie ittiche.

Questi processi minano la capacità degli ecosistemi di rigenerarsi e forniscono un chiaro segnale: trascurare il valore dei servizi ecosistemici porta a una perdita di reddito e benessere collettivo.

Uno dei motivi principali di questa perdita è che il valore del capitale naturale non viene contabilizzato correttamente. Un utile parallelo è quello con l'ammortamento di un bene strumentale, come ad esempio un trattore: ogni anno un'azienda agricola accantona risorse per sostituire il mezzo a fine vita, garantendo così continuità ai servizi produttivi.

Con il capitale naturale dovrebbe avvenire lo stesso: pratiche agricole sostenibili, la gestione del suolo e la tutela della biodiversità rappresentano investimenti per mantenere il flusso dei servizi ecosistemici nel tempo. Quando queste risorse si degradano – a causa di sovrasfruttamento, erosione del suolo o carenza idrica – si perde capitale naturale.

Questa perdita equivale a un’“ammortamento invisibile” che non compare nei prezzi di mercato (ad esempio, della carne o del latte) né nei bilanci aziendali. Di conseguenza, il costo reale delle pratiche non sostenibili

⁴ IUCN, Report 2020 dell’Unione Internazionale per la Conservazione della Natura, www.iucn.it/.

viene sottostimato, riducendo gli incentivi alla conservazione e alla rigenerazione delle risorse naturali.

Gli ecosistemi forniscono servizi fondamentali sia in ambiente terrestre sia in ambiente marino e costiero, sostenendo direttamente attività economiche e benessere umano:

- Ambiente terrestre: pascoli, terreni coltivati e aree boschive offrono foraggio, legname, fertilità del suolo e impollinazione, elementi indispensabili per l'allevamento e la produzione di latte, carne, formaggi e miele. Inoltre, la biodiversità terrestre crea spazi ricreativi e servizi culturali che migliorano la salute e il benessere psicofisico delle persone.
- Ambiente marino e costiero: praterie di Posidonia, barriere di corallico e spiagge forniscono rifugio e nutrimento a numerose specie ittiche, regolano la qualità delle acque e proteggono la costa dall'erosione. Questi servizi supportano settori come la pesca professionale, la ristorazione basata su prodotti ittici e il turismo balneare, sportivo e outdoor. La biodiversità marina arricchisce anche le esperienze culturali e ricreative, favorendo attività come immersioni, snorkeling e programmi di educazione ambientale.

Questi esempi mostrano come il capitale naturale sia una risorsa strategica per l'economia, capace di generare reddito, occupazione e qualità della vita.

Gli esempi terrestri e marini evidenziano come le attività economiche siano profondamente interconnesse con i servizi ecosistemici: ogni funzione ecologica sostiene le altre, creando una rete complessa che consente all'economia di prosperare solo se mantenuta in equilibrio.

Questa interdipendenza richiama il concetto di beni comuni, risorse condivise che necessitano di una gestione collettiva per essere preservate. Da qui nasce l'importanza di sviluppare comunità *green*, capaci di cooperare nella tutela e valorizzazione del capitale naturale. Solo attraverso un approccio comunitario è possibile mantenere un ciclo virtuoso in cui natura, economia e benessere umano si rafforzano reciprocamente.

La recente adozione del Regolamento UE sul ripristino della natura (Consiglio dell'Unione Europea, giugno 2024) segna un passo decisivo verso la tutela del capitale naturale. Il provvedimento introduce obiettivi e obblighi giuridicamente vincolanti per il recupero degli ecosistemi terrestri, marini, di acqua dolce e urbani, stabilendo traguardi concreti per il ripristino della biodiversità in Europa.

Questo orientamento politico è sostenuto dalle strategie europee al 2030, che attribuiscono un ruolo centrale alla biodiversità e ai servizi

ecosistemici, consolidando un vero e proprio cambiamento di paradigma. A partire dall'Accordo di Parigi (2015), passando per gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) dell'Agenda 2030, il Green New Deal e l'obiettivo di neutralità climatica al 2050, l'Unione Europea ha riconosciuto che il capitale naturale è una risorsa strategica, indispensabile per raggiungere la sostenibilità e supportare la crescita economica.

Questo orientamento politico ha stimolato la ricerca economica ed ecologica a sviluppare nuovi strumenti e quadri analitici, spostando il focus da una visione generica dell'ambiente a una comprensione più strutturata del capitale naturale e dei servizi ecosistemici come veri pilastri dei sistemi economici e della crescita.

Si assiste così a un'evoluzione verso modelli di creazione del valore più sistemici, che superano il tradizionale approccio basato sulle sole esternalità. L'economia ecologica promuove infatti l'integrazione della natura nella contabilità economica, introducendo nuove metriche di sostenibilità che permettono di misurare e gestire in modo più accurato la relazione tra sviluppo economico e funzionamento degli ecosistemi.

Questo cambiamento di prospettiva ha reso necessaria l'adozione di nuovi sistemi di contabilità economica. Nel marzo 2021, le Nazioni Unite hanno introdotto il *System of Ecological Economic Accounting, Ecosystem Accounting* (SEEA EA) come standard internazionale per integrare il capitale naturale nella rendicontazione economica.

Il SEEA EA collega i servizi ecosistemici alla generazione di valore, alla distribuzione del reddito e alla ricchezza nazionale, introducendo una contabilità spazialmente esplicita. Questo approccio è cruciale non solo a livello globale e nazionale, ma anche regionale e locale, dove la gestione delle risorse naturali ha impatti diretti sullo sviluppo economico.

Questo traguardo istituzionale rappresenta il culmine di un decennio di ripensamento del PIL e dei sistemi di contabilità nazionale, evidenziando come ogni economia dipenda sia dal proprio capitale naturale sia dai flussi di servizi ecosistemici provenienti da altri territori, spesso in modo disomogeneo.

L'implementazione del SEEA EA è in linea con l'indicatore SDG 15.9.1b, che monitora l'integrazione dei servizi ecosistemici nei sistemi contabili nazionali. Secondo la valutazione del 2023 della *United Nations Statistics Division* (UNSD), oltre 90 paesi hanno già avviato attività di contabilità degli ecosistemi, seppur a livelli diversi di maturità e consolidamento istituzionale. Questo dato conferma la crescente domanda globale di strumenti operativi e scalabili in grado di supportare politiche efficaci per la gestione e la valorizzazione del capitale naturale.

3.3. Turismo sostenibile e rigenerativo

Il turismo è strettamente legato ai servizi ecosistemici culturali, ossia quei benefici che emergono solo attraverso l'interazione diretta tra persone e natura: una passeggiata in montagna, un bagno in acque cristalline, un'immersione subacquea o un'escursione in ambienti naturali. Queste esperienze non sono solo attività ricreative, ma momenti di connessione e conoscenza ecologica, fondamentali per il benessere umano e per la valorizzazione del capitale naturale.

La fruizione di questi servizi può tradursi sia in benefici non monetari, come benessere psicofisico e arricchimento culturale, sia in attività economiche strutturate – servizi di guida, strutture balneari, escursioni organizzate – che generano reddito e occupazione locale.

Tuttavia, la perdita di servizi ecosistemici culturali rappresenta un rischio concreto. Questa erosione può manifestarsi in forme visibili – inquinamento marino, deforestazione, incendi – ma anche attraverso dinamiche più sottili e pervasive, come l'*overtourism*, la pressione urbanistica sulle coste e montagne, o il degrado dei centri storici causato da un turismo poco equilibrato. Questi fenomeni comportano una progressiva perdita di qualità dell'esperienza turistica, riducendo il valore stesso dei servizi ecosistemici culturali su cui il turismo si fonda.

Le immagini di flussi turistici sovraffollati, centri storici invasi da crocieristi o paesaggi naturali compromessi illustrano come il turismo stesso possa contribuire a erodere il capitale naturale e culturale che lo sostiene.

Negli ultimi anni, il concetto di turismo sostenibile – orientato a minimizzare gli impatti negativi delle attività turistiche sull'ambiente e sulle comunità locali – è stato gradualmente superato dall'emergere del turismo rigenerativo. Mentre la sostenibilità punta a “non fare danni”, la rigenerazione mira a lasciare i luoghi visitati in una condizione migliore rispetto a quella di partenza, contribuendo attivamente al ripristino degli ecosistemi e al benessere delle comunità ospitanti (Tham e Sharma, 2023). Secondo Bellato e Pollock (2023), il turismo rigenerativo si fonda su un cambio di paradigma: dall'approccio lineare e meccanicistico verso una visione dei territori come sistemi viventi, in cui persone, economie ed ecosistemi sono interconnessi e si sostengono reciprocamente. Ciò richiede un ripensamento delle logiche di crescita quantitativa del turismo a favore di modelli che favoriscano la salute ecologica, sociale e culturale dei luoghi (Tham e Sharma, 2023).

Questo modello implica il coinvolgimento attivo di tutti gli *stakeholder* – residenti, turisti, operatori, enti pubblici – in processi di co-creazione

delle esperienze turistiche, con iniziative che vanno oltre la mitigazione dei danni: piantumazione di alberi, partecipazione a progetti di conservazione, educazione ambientale, supporto alle economie locali e alle culture indigene.

La pratica rigenerativa è contestuale e adattiva: non esiste un'unica soluzione valida ovunque. Ogni destinazione deve partire dalle proprie caratteristiche territoriali, sociali e culturali, costruendo capacità locali e governance condivisa per generare benefici ambientali, economici e di benessere collettivo. In questo senso, il turismo rigenerativo si allinea agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) e al quadro ESG (Environmental, Social, Governance), ponendo l'accento su equità, resilienza e relazioni simbiotiche tra visitatori, comunità e natura (Tham e Sharma, 2023).

Il ripristino della natura diventa un elemento centrale di questo approccio: recuperare i servizi ecosistemici significa rigenerare la capacità del territorio di produrre reddito e benessere nel lungo periodo. In questo senso, la rigenerazione ambientale non è solo una misura di mitigazione, ma un vero e proprio strumento di sostenibilità attiva.

Esempi concreti mostrano come il turismo rigenerativo possa tradursi in azioni pratiche e come, rispetto ai servizi ecosistemici culturali, possa fornire anche altre opportunità:

- A Pantelleria, l'associazione Resilea, costituita da un gruppo multidisciplinare attivo sull'isola dal 2013, ha avviato nel maggio 2023 il progetto “Educare all’impresa di comunità: relazionalità e conoscenze ecologiche locali”. Questo progetto mira a sviluppare un modello di impresa di comunità capace di offrire servizi diversificati: marketing comunitario per la produzione agricola, servizi di accoglienza e percorsi socioriuscitativi. Il progetto ha come nucleo un ampio processo di ripristino degli ecosistemi locali e di recupero di attività agricole e di servizi in una chiave di economia circolare mostrando soprattutto come, fra i benefici di questo approccio vi sia il fatto che attorno al ripristino della natura si può creare comunità.
- Il progetto europeo INCREASE⁵ mostra come la creazione di Comunità possa essere amplificata da attività come la Citizen Science che funzionano anche come elemento di diversificazione dell'offerta turistica in chiave di multifunzionalità dell'attività agricola. At-

⁵ INCREASE – Intelligent Collections of Food Legumes Genetic Resources for European Agrofood Systems è un progetto coordinato dall'Università Politecnica delle Marche che ha ricevuto finanziamenti dal programma di ricerca e innovazione Horizon2020-SFS-2019-2 dell'Unione Europea nell'ambito dell'accordo di sovvenzione n. 862862.

traverso un'apposita App i cittadini ricevono semi di varietà tradizionali da coltivare in giardini, campi o balconi. Documentando con foto le fasi di crescita e condividendo dati con i ricercatori, i partecipanti contribuiscono al monitoraggio della biodiversità. Questo processo crea una rete sociale che conserva e valorizza l'agrobiodiversità, incoraggiando lo scambio di semi e ricette tra cittadini. Inoltre, integra la multifunzionalità dell'attività agricola, offrendo nuove esperienze turistiche legate alla partecipazione attiva e all'educazione ambientale.

- Allo stesso modo, con un po' di formazione e gli strumenti giusti, un allenamento di nuoto, una pagaiata al tramonto, due bordi in barca a vela, o una immersione ricreativa possono diventare delle vere e proprie spedizioni scientifiche di campionamento e monitoraggio (Earp e Liconti, 2019): trascinare dietro il kayak dei piccoli retini da ricerca per il campionamento delle microplastiche (Micro Plastic Hunters Project CNR), segnalare flora e fauna incontrate durante una escursione in mare tramite l'applicazione iNaturalist, monitorare durante una pinneggiata di snorkeling gli animali incontrati (Reef Check Italia) o le specie di pesci indicative dei cambiamenti climatici (MPA engage).
- Un ulteriore esempio è l'iniziativa del centro Nausicaa⁶, inaugurato nel 2022, che mostra il mondo del mare profondo attraverso tecnologie di realtà aumentata. I visitatori, indossando cuffie speciali, possono osservare virtualmente diverse specie marine e comprendere l'importanza della conservazione degli ecosistemi marini. Questo approccio innovativo mette in luce in particolare un altro potenziale beneficio collegato alla valorizzazione dei servizi ecosistemici culturali, ossia il potenziamento di aspetti di inclusione sociale. Qui l'inclusione assume una dimensione autentica e trasformativa: non si tratta di semplici adattamenti infrastrutturali, ma della possibilità per chiunque, a prescindere dalle proprie condizioni fisiche o sensoriali, di vivere un'esperienza immersiva che crea un legame profondo con l'ambiente naturale.

In tutti questi esempi emerge un principio comune: le attività turistiche diventano motore di rigenerazione quando si fondano sulla costruzione di comunità intergenerazionali, capaci di prendersi cura del territorio e di attrarre un turismo consapevole. Un turismo che non si limita a riconoscere

⁶ Il centro nazionale del mare di Boulogne-sur-Mer, nel Nord-Pas de Calais (Francia) www.france.fr/it/articolo/nausicaa-viaggio-fra-i-segreti-del-mare/.

e preservare il valore degli ecosistemi, ma contribuisce attivamente al loro miglioramento e valorizzazione.

Non basta ridurre gli impatti negativi: è necessario fare in modo che ogni esperienza turistica lasci un segno positivo, generando benefici tangibili per l'ambiente, le comunità locali e il patrimonio naturale e culturale del luogo visitato.

Perché ciò avvenga, il cambio di paradigma deve riflettersi anche nella gestione e negli strumenti di policy, capaci di misurare il valore dei servizi ecosistemici e di incentivarne la rigenerazione attraverso approcci di governance integrata e partecipata.

3.4. Un cambio di paradigma nelle politiche di governo del territorio

Per promuovere un turismo autenticamente sostenibile e rigenerativo è indispensabile un cambio di paradigma nelle politiche di governo del territorio, capace di integrare la dimensione ambientale nelle scelte economiche e sociali e di riconoscere il valore del capitale naturale come asset strategico per lo sviluppo locale.

Come già abbiamo avuto modo di osservare, il capitale naturale non è contabilizzato nei bilanci economici. La sua erosione rimane invisibile, senza meccanismi di compensazione né segnali di scarsità. Questa carenza riduce gli incentivi a investire nella rigenerazione delle risorse naturali e perpetua modelli di sfruttamento insostenibili.

Finora, la risposta prevalente è stata quella dei sussidi pubblici, intesi come compensazione finanziaria per le attività di tutela ambientale. Sebbene utili, questi strumenti non incidono sulle dinamiche di mercato.

Una strategia più efficace è quella di trasferire il valore della tutela ambientale nei prezzi di mercato, garantendo che prodotti e servizi ad alto contenuto di servizi ecosistemici vengano remunerati in modo proporzionale ai benefici che generano per la collettività.

Per integrare il valore del capitale naturale nell'economia, è necessario riallineare i prezzi di mercato, così da riflettere i benefici aggiuntivi derivanti dalla tutela della biodiversità e dalla conservazione degli ecosistemi. Ciò può essere ottenuto in vario modo, attraverso:

- Pagamenti per Servizi Ecosistemici (PES): meccanismi finanziari che remunerano chi preserva o migliora il capitale naturale, rappresentando al tempo stesso uno strumento di comunicazione trasparente verso i consumatori.

- Marketing territoriale e branding: strategie che evidenziano l'origine ecologica e culturale di prodotti e servizi, rafforzando il legame con il territorio e stimolando una domanda più consapevole.
- Campagne pubbliche di informazione: iniziative educative e promozionali volte a colmare il divario tra intenzioni dichiarate e comportamenti di acquisto, incoraggiando scelte di consumo più sostenibili.

Una delle principali barriere a questo processo è rappresentata dai costi di produzione e diffusione di informazioni affidabili sul valore dei servizi ecosistemici. Questi costi possono essere più efficacemente sostenuti da risorse pubbliche, attraverso politiche locali e progetti mirati che rendano accessibili dati e strumenti per la valutazione e la gestione sostenibile del capitale naturale.

Cavalletti *et al.* (2020) mostrano che i consumatori italiani sono disposti a pagare tra i 4 e i 6 €/kg in più per formaggi di montagna che incorporano attributi legati a servizi ecosistemici di approvvigionamento, culturali ed esistenziali. Questo risultato evidenzia come schemi di pagamento per servizi ecosistemici integrati nei prodotti agroalimentari locali possano compensare gli sforzi degli allevatori nella conservazione di pascoli e prati montani, offrendo una leva di mercato per politiche turistiche e agricole sostenibili e scalabili.

L'importanza della comunicazione è stata evidenziata da un'indagine condotta nell'ambito del progetto CENTRAL BIC⁷, che ha coinvolto diversi *stakeholder* di otto paesi europei. I risultati mostrano che la consapevolezza sul valore dei servizi ecosistemici è ancora bassa: solo il 58% dei consumatori e il 48% dei produttori dichiara di conoscere il concetto, mentre retailer e operatori turistici presentano percentuali ancora inferiori. Anche tra i policy maker e le organizzazioni pubbliche – attori chiave nella definizione delle strategie di conservazione – la conoscenza, pur leggermente più alta (50-67%), resta insufficiente.

⁷ Progetto INTERREG CENTRAL EUROPE, “Central Europe Biodiversity Innovative Communities”, ID CE0200652, capofila Regione Liguria. Lo studio richiamato nel testo si inserisce nell’Attività 2.2 del progetto, finalizzata a valorizzare i prodotti e i servizi ecosistemici (SE) rilevanti per il mercato. Per questa attività, il Dipartimento di Economia dell’Università di Genova ha agito come soggetto di consulenza tecnica coordinato dalla prof.ssa Barbara Cavalletti. I paesi partecipanti sono Italia, Austria, Germania, Croazia, Slovenia, Slovacchia, Polonia e Ungheria. L’indagine ha coinvolto 133 partecipanti provenienti da dieci regioni partner e 11 categorie di *stakeholder* (produttori, consumatori, operatori turistici, rivenditori, ONG, gestori forestali, ecc.) per valutare la percezione e la consapevolezza dei SE e la disponibilità a pagare un sovrapprezzo per prodotti che li incorporano. Data la diversità dei mercati nazionali, è stata adottata una strategia mirata, basata su questionari online, interviste e il coinvolgimento di intermediari chiave (ristoratori, rivenditori, operatori turistici) per favorire la diffusione e l’adozione di pratiche sostenibili.

Il divario diventa ancora più evidente quando si analizzano i comportamenti concreti di acquisto e vendita di beni e servizi ad alto valore ecologico. L'indagine mostra un punteggio medio di 3,4 su 5⁸, appena sopra la neutralità, e solo tre paesi su nove presentano livelli di engagement significativamente superiori alla media. Questo risultato mette in luce una discrepanza marcata tra la consapevolezza dichiarata e le scelte effettive di mercato.

Questi risultati offrono spunti di riflessione importanti e di valenza generale. Anche se il 61% degli intervistati afferma di comprendere l'importanza della biodiversità, questa consapevolezza non si traduce automaticamente in scelte di consumo sostenibili. Per ridurre il divario tra conoscenza e comportamento è necessario affiancare campagne educative a incentivi economici, schemi di certificazione e un maggiore coinvolgimento degli intermediari, come retailer, grossisti e operatori turistici. Potenziare questi attori con formazione mirata, sistemi di etichettatura chiari e strumenti di comunicazione efficaci può avere un impatto significativo sul comportamento dei consumatori finali.

Un esempio recente è fornito dai primi risultati preliminari di un esperimento di campo (Braut *et al.*, 2025) condotto nell'ambito del Centro Nazionale AGRITECH⁹. L'iniziativa si è rivolta a *crowdfunder* interessati a sostenere progetti innovativi, per il finanziamento di un progetto di rigenerazione e conservazione del capitale naturale, offrendo in cambio piccoli premi – in questo caso, prodotti lattiero-caseari realizzati su pascoli di alta qualità, frequentati da animali allevati all'aperto dalla primavera al tardo autunno.

Il progetto mirava a raccogliere fondi per l'acquisto di una macchina spazzolatrice destinata alla manutenzione di pascoli situati in gran parte all'interno o nei pressi di aree protette. Per testare l'efficacia della comunicazione, i potenziali sostenitori sono stati raggiunti con messaggi differenti: alcuni enfatizzavano la salute e il gusto legati al premio, altri sottolineavano il valore altruistico della conservazione degli ecosistemi, altri ancora utilizzavano contenuti generici.

⁸ Si tratta della risposta alla domanda: “Con quale frequenza acquisti o vendi prodotti e/o servizi legati alla biodiversità locale (ad esempio, alimenti di provenienza sostenibile, servizi di eco-turismo o prodotti naturali artigianali)?”. E risposte su una scala da 1 (mai) a 5 (sempre).

⁹ Agritech è uno dei Centri Nazionali di Ricerca attivati nell'ambito del PNRR. I suoi obiettivi principali sono: garantire cibo nutriente, sano e sostenibile per tutti; realizzare la piena circolarità dei sistemi alimentari e agricoli; ripristinare la diversità nei nostri sistemi alimentari, agricoli e sociali. L'Università di Genova è partner del Centro e il suo team di ricerca è autore del lavoro a cui si fa riferimento nel testo.

I risultati mostrano che i messaggi focalizzati su salute e gusto o sulla tutela degli ecosistemi hanno generato un numero significativamente maggiore di interazioni e donazioni rispetto ai messaggi generici. Questo suggerisce che la combinazione di incentivi legati al prodotto e motivazioni ambientali è particolarmente efficace nel mobilitare risorse a favore di iniziative di conservazione.

Consumatori e produttori rappresentano attori chiave nella promozione dei servizi ecosistemici e possono essere protagonisti del cambiamento. L'introduzione di schemi pilota di Pagamenti per Servizi Ecosistemici, sviluppati in collaborazione con questi *stakeholder*, permetterebbe di sperimentare buone pratiche, creare esempi concreti di successo e rafforzare la credibilità necessaria a una diffusione più ampia.

Per trasformare la consapevolezza astratta dei servizi ecosistemici in una domanda di mercato reale, è necessario un approccio coordinato che combini comunicazione, formazione, sviluppo di capacità locali, incentivi economici e un monitoraggio costante, supportato da dati di vendita e indagini periodiche.

In questo quadro, i Pagamenti per Servizi Ecosistemici assumono un ruolo centrale: non solo strumenti di compensazione finanziaria, ma meccanismi di comunicazione credibile, capaci di orientare i comportamenti di consumatori, operatori e turisti verso scelte pro-ambientali. I PES, integrati con strumenti di governance e campagne informative, possono sostenere un turismo rigenerativo, che contribuisca concretamente alla valorizzazione e al ripristino del capitale naturale.

Un approccio che unisce strumenti di mercato e interventi pubblici è indispensabile per guidare la transizione verso un'economia veramente sostenibile, capace non solo di ridurre i danni ambientali, ma anche di rigenerare e accrescere il valore del capitale naturale.

Nel settore turistico, questo significa andare oltre le pratiche di mera mitigazione dell'impatto ambientale, riconoscendo il turismo come strumento attivo di rigenerazione del capitale naturale e culturale. Il valore di un prodotto turistico non risiede solo nel servizio offerto, ma è il risultato di un insieme di attributi ambientali, paesaggistici e culturali che definiscono l'esperienza del visitatore.

Le attività turistiche che beneficiano della qualità di questi servizi dovrebbero quindi adottare un approccio rigenerativo, contribuendo direttamente alla tutela e al miglioramento delle risorse naturali e culturali.

È essenziale promuovere integrazione e sinergie tra diversi tipi di turismo e favorire la collaborazione tra operatori, comunità locali e istituzioni, per valorizzare le peculiarità del territorio e garantire sostenibilità a lungo termine.

Strumenti economici e finanziari come i Pagamenti per Servizi Ecosistemici o schemi di compensazione ecologica possono incentivare la conservazione della natura, coinvolgendo anche i turisti in progetti di ripristino ambientale, pulizia di spiagge, iniziative culturali e programmi di tutela della biodiversità.

3.5. Considerazioni conclusive

Un turismo rigenerativo impone un vero e proprio cambio di paradigma: passare da una logica di difesa dell'ambiente a una prospettiva in cui le attività turistiche producono benefici ambientali e sociali. In questo senso, il turismo può diventare un settore strategico per la crescita economica, fornendo una forte motivazione per incrementare le azioni di conservazione del capitale naturale.

Per affrontare minacce come il cambiamento climatico, è fondamentale combinare educazione ambientale, il rafforzamento delle partnership e delle reti di cooperazione locale e l'adozione di soluzioni basate sulla natura (Nature-Based Solutions, NBS). L'educazione al valore degli ecosistemi può contribuire a colmare la debolezza dovuta alla mancanza di azioni di conservazione e, allo stesso tempo, rafforzare il potenziale del turismo come motore di rigenerazione ecologica e di sviluppo sostenibile.

Le politiche pubbliche devono superare l'approccio tradizionale di mera regolamentazione e controllo, orientandosi verso strumenti che incentivino pratiche capaci di generare benefici ambientali e sociali. I Pagamenti per Servizi Ecosistemici (PES) rappresentano un meccanismo chiave: consentono di intercettare la disponibilità a contribuire dei turisti e degli operatori economici, canalizzando risorse verso progetti di rigenerazione e tutela degli ecosistemi.

La valutazione dei servizi ecosistemici offre alle autorità locali strumenti essenziali per una pianificazione territoriale sostenibile, permettendo di integrare benefici come la protezione costiera, il supporto alla pesca, la regolazione climatica, la conservazione del suolo e la tutela delle foreste nei piani di gestione e nelle strategie di sviluppo. Strumenti innovativi, come la certificazione di aree naturali terrestri e marine per la generazione di crediti di carbonio, possono creare ulteriori incentivi economici per la conservazione e il ripristino.

Il ripristino e la tutela degli ecosistemi producono effetti positivi anche sul piano socioeconomico: creano nuovi posti di lavoro, stimolano l'ecoturismo e supportano pratiche agricole e forestali sostenibili, oltre alla pesca. Ecosistemi terrestri e marini in buona salute regolano i nutrienti, prevengono fenome-

ni erosivi e disastri naturali, mantengono la fertilità del suolo, proteggono la biodiversità e generano benefici economici e ambientali di lungo periodo.

Per essere efficaci, le politiche pubbliche devono promuovere strategie di sviluppo che valorizzino il patrimonio naturale, terrestre e marino, e incentivino reti di collaborazione tra operatori turistici, comunità locali e istituzioni. Questo approccio facilita una distribuzione equa dei benefici economici, rafforza la resilienza sociale e assicura una gestione condivisa delle risorse naturali. Solo integrando pienamente il capitale naturale nei processi decisionali sarà possibile garantire uno sviluppo turistico locale sostenibile e rigenerativo, capace di generare benessere diffuso e duraturo.

Bibliografia

- Barbaglia L., Fatica S., Rho C. (2023). *Flooded Credit Markets: Physical Climate Risk and Small Business Lending*. European Commission, 2023, JRC136274.
- Becker A., Di Girolamo F., Rho C. (2023). *Loan Pricing and Biodiversity Exposure: Nature-Related Spillovers to the Financial Sector*. European Commission, JRC135774.
- Bellato L., Pollock A. (2025). Regenerative tourism: a state-of-theart review, in *Tourism Geographies*, vol. 27, n. 3-4, pp. 558-567.
- Braut B., Cavalletti B., Corsi M. (2025). *Behavioural Response to the advertisement of Public and Private Aspects of an Impure Public Good: Evidence from a Field Experiment through a Crowdfunding Campaign*. Preprint, disponibile su ResearchGate: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.36278.20800>.
- Cavalletti B., Corsi M., Lagomarsino E. (2020). A payment scheme for the ecosystem services of mountain grassland embedded in dairy products, in *Journal of Cleaner Production*, vol. 389, 136026.
- Giannakis E., Grammatikopoulou I., Zurbaran Nucci M., Maes J., La Notte A. Pisani D. (2025). *Natural Capital and Regional Growth: Insights from the European Union*. Publications Office of the European Union, <https://data.europa.eu/doi/10.2760/1218910>, JRC139761.
- Holladay P.J. (2019). Regenerative tourism: beyond sustainable Tourism, in *Journal of Tourism Futures*, vol. 5, n. 3, pp. 287-296.
- Kato K. (2020). Regenerative tourism: Reimagining sustainability, in *Tourism Geographies*, vol. 22, n. 3, pp. 501-515.
- Martínez-Alier J., Røpke I. (2008). *Recent Developments in Ecological Economics*. Edward Elgar Publishing.
- Tham A., Sharma B. (2023). Regenerative tourism: Opportunities and challenges, in *Journal of Responsible Tourism Management*, vol. 3, n. 1, pp. 15-23.
- UN (2024). *System of Environmental Economic Accounting-Ecosystem Accounting*. Statistical Papers Series F No. 1. United Nations publication.

4.
RIFLESSIONI SU PROFILI GIURIDICI
IN TEMA DI *OVERTOURISM*

di *Piera Maria Vipiana*

4.1. La nozione di *overtourism* come fenomeno anche giuridicamente rilevante

Se il turismo è una importante attività, da vari punti di vista – incluso quello giuridico –, lo è pure il fenomeno, emerso piuttosto di recente, dell’*overtourism*.

Per “turismo” si intende normalmente un insieme di attività volte a realizzare viaggi e soggiorni, di solito per motivi di ricreazione o culturali: caratteristico del turismo e insito nella sua radice è il movimento dal luogo dove si vive abitualmente ai luoghi dove si svolgono le suddette attività, che ha come esito finale il ritorno al luogo di origine (Vipiana, 2020). Ovviamamente molte altre possono essere le definizioni di turismo (di recente una rassegna interessante si trova in Landini, 2021).

Il turismo può essere più o meno florido e l'afflusso di turisti più o meno abbondante. Di per sé un alto numero di turisti e quindi un'attività turistica fiorente costituisce un fattore positivo per l'economia e il lavoro. Invece l'*overtourism* è un concetto che presenta connotazioni negative.

Quanto all’*overtourism*, si possono dare più definizioni. Ad esempio, si può affermare che «*overtourism* is ‘the excessive growth of visitors leading to overcrowding in areas where residents suffer the consequences of temporary and seasonal tourism peaks, which have enforced permanent changes to their lifestyles, access to amenities and general well-being’...». Con l'importante precisazione che «*overtourism* is a worldwide issue that is impacting destinations from different parts of the world» (Séraphin *et al.*, 2022).

Quindi l'*overtourism* consisterebbe in un eccesso di turismo in determinate località, soprattutto in taluni periodi dell'anno, che presenta con-

seguenze negative, quali il rischio di deturpamento di paesaggio e beni culturali, la contrazione dell'offerta di locazioni stabili per gli aspiranti residenti e i lavoratori fuori sede, l'aumento esponenziale dei canoni di queste ultime.

Certamente l'*overtourism* è un fenomeno fluttuante, per così dire, ossia mutevole in dipendenza sia di fattori esterni e del tutto casuali, sia di altri fattori, incluse le misure che cercano di contenerlo.

Sotto il primo profilo, si è osservato che la crisi del settore turistico può essere causata da fattori quali disastri naturali, problemi di salute pubblica, instabilità politica e sociale, incluso il terrorismo (Lubrano, 2024): addirittura, un vero e proprio azzeramento delle attività turistiche si era avuto, in occasione della pandemia da Sars Covid-19, a causa delle restrizioni nei movimenti delle persone volte a far fronte alla pandemia stessa. Ovviamamente l'azzeramento o la diminuzione delle attività turistiche comportano anche un più o meno drastico attutirsi dei problemi legati all'*overtourism*.

Sotto il secondo profilo, a volte accade che, per svariate ragioni, fra le quali proprio le disposizioni a vario titolo introdotte per ovviare l'*overtourism*, si determini una contrazione dell'afflusso turistico¹ e quindi una riduzione del fenomeno in parola.

Sull'*overtourism* non mancano analisi scientifiche, o di carattere generale (Dodds e Butler, 2019) o in ordine a singole estrinsecazioni dello stesso (a mero titolo esemplificativo, Remenyik *et al.*, 2021, e Coconi *et al.*, 2024) – anche nell'ambito di esperienze d'oltreoceano (ad esempio cfr. Rejowski e Ferro, 2023) – alcune delle quali presentano pure qualche cenno al punto di vista giuridico. Ad esempio, da tempo si discute in merito agli «effetti indesiderati delle crociere» e alla «necessità di redistribuire i flussi verso aree caratterizzate da una minore pressione antropica», oltre che alla «necessità di preservare i valori delle identità locali» (Morillo e Becheri, 2020, p. X).

Al contrario, le riflessioni strettamente giuridiche sono molto rare o addirittura assenti, anche in riviste specializzate in diritto del turismo: in altri termini, il tema è al centro di molti studi, anche a livello monografico, ma solo molto di recente la riflessione scientifica in campo giuridico si è resa conto del rilievo del tema (De Giorgi, 2025). Parallelamente, finora la normativa ha affrontato i fenomeni legati all'*overtourism* solo in via marginale.

In realtà, un buon diritto, in particolare un buon diritto pubblico e amministrativo, così come fa bene all'economia, fa bene al turismo – rap-

¹ Questo, molto recentemente, è accaduto alle Cinque Terre, in Liguria: si è infatti osservato, nel corso del 2025, una diminuzione del flusso dei turisti (Bompani, 2025).

presentando un vero e proprio «volano» del turismo – (Vipiana, 2020, p. 16) e probabilmente potrebbe contenere talune delle potenzialità per contrastare l'*overtourism*.

4.2. La considerazione giuridica dell'*overtourism de iure condito*: i principi

Il tema dell'*overtourism*, se si guarda il diritto positivo, si può sicuramente ritenere oggetto di taluni principi: essi, se letti e soprattutto interpretati correttamente, dovrebbero valere come i pilastri giuridici volti a contrastare il fenomeno.

Ci si riferisce, innanzi tutto, alla sostenibilità del turismo (Giani, 2024; Fracchia, 2024; Giani *et al.*, 2024; D'Orsogna, 2024) quale palese declinazione dello sviluppo sostenibile (Videtta, 2012; Cafago, 2007; Francioni, 2007; Salvia, 1998; Passmore, 1991; Fracchia e Vernile, 2022; Borrello e Videtta, 2023): di essa sono state fornite più definizioni, ma quella forse preferibile riconosce il turismo sostenibile in quello che tiene conto «appieno dei suoi impatti economici, sociali ed ambientali, attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei turisti, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti»².

Proprio la necessaria sostenibilità del turismo dovrebbe precludere l'ammissibilità di qualsiasi attività turistica improntata all'*overtourism*: il turismo è fonte di sviluppo economico e di lavoro, come noto, ma sempre nell'alveo della sostenibilità. D'altronde un tipo di turismo non sostenibile – come quello avente ad oggetto un luogo paesaggisticamente rilevante, che i turisti deturpano – comporterebbe, talora già in breve tempo, talaltra a lungo termine, la minore attrattività per gli stessi turisti dell'oggetto dell'attività turistica e quindi il depotenziamento o il venir meno del turismo in quel luogo.

Inoltre la Costituzione italiana, quantunque non contenga il termine turismo, offre un ricco tessuto di disposizioni rilevanti in tema di turismo, che per un verso sono volte a dar rilievo alle attività turistiche – ad esempio si pensi al principio personalistico di cui all'art. 2, in cui si colloca una base costituzionale del turismo³ –, ma per un altro verso e al contempo, mirano

² Tale definizione di turismo sostenibile è quella data dall'UNWTO (www.unwto.org/sustainable-development).

³ Tale disposizione sancisce il primato della persona umana: il turismo è uno strumento per realizzare la personalità e il benessere del soggetto e quindi è meritevole di protezione e promozione secondo la Carta costituzionale.

ad evitare che tali attività, che costituiscono anche una delle componenti trainanti del prodotto interno lordo dell'Italia, come di molti altri Paesi, si svolgano in danno di una serie di valori tutelati in sede costituzionale, quali l'ambiente, la salute umana, il paesaggio, i beni e le attività culturali⁴.

In sintesi e senza che sia necessario soffermarsi a lungo sul punto, il principio del turismo sostenibile, corroborato o, meglio, avallato, dai precetti costituzionali, impongono un turismo che non sfoci nella deriva dell'*overtourism*.

4.3. (Segue): le disposizioni di dettaglio, ma “di contorno”

Se dai principi si passa alle norme concrete volte a contrastare l'*overtourism*, si può ritenere che manchi del tutto una normativa specifica di ampio respiro, mentre si rinvengono poche disposizioni su temi connessi – in questo senso disposizioni di contorno – e inefficaci a contrastare in maniera esaustiva il fenomeno in esame.

Tali disposizioni normative vigenti si possono classificare a seconda che siano state dettate da fonti primarie oppure da fonti secondarie: in questa sede se ne darà conto in maniera sintetica, proprio perché non appaiono per nulla risolutive sul piano della problematica in esame.

In particolare, non poche disposizioni hanno avuto ad oggetto le cosiddette locazioni brevi ad uso turistico, che hanno avuto una significativa espansione specie dopo la pandemia, costituiscono una soluzione talvolta unica in certe località prive di strutture ricettive di tipo alberghiero o para alberghiero, e comunque interessante per turisti che viaggiano in famiglia o in piccoli gruppi e desiderano optare per la preparazione in autonomia dei pasti.

Da una parte, con disposizioni aventi forza di legge sono state introdotte prescrizioni utilissime per ogni abitazione perché volte ad aumentare le misure di sicurezza degli alloggi destinati a tali locazioni: si è prevista la necessaria installazione di estintori, con l'effettuazione periodica di controlli e revisioni, nonché di sistemi di rilevazione di gas e di monossido di carbonio⁵.

⁴ I riferimenti sono, ovviamente, soprattutto gli articoli 9, 32 e 41 Cost.

⁵ Al riguardo il decreto-legge 18 ottobre 2023, n. 145, recante “Misure urgenti in materia economica e fiscale, in favore degli enti territoriali, a tutela del lavoro e per esigenze indifferibili” e convertito in legge con modificazioni dalla legge 15 dicembre 2023, n. 191, stabilisce, al comma 7 dell'art. 13-ter (Disciplina delle locazioni per finalità turistiche, delle locazioni brevi, delle attività turistico-ricettive e del codice identi-

Dall'altra parte, sempre con disposizioni di rango legislativo si è stabilito che ogni locatore di immobili destinati a locazioni brevi ad uso turistico deve munirsi di un codice identificativo nazionale (CIN)⁶ ed esporlo adeguatamente all'esterno dello stabile e negli annunci pubblicitari riguardanti la locazione⁷; altrimenti incorre in sanzioni piuttosto pesanti⁸: anche in tal

ficativo nazionale), che le unità immobiliari ad uso abitativo oggetto di locazione, per finalità turistiche o ai sensi dell'articolo 4 del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, gestite nelle forme imprenditoriali di cui al comma 8, sono munite dei requisiti di sicurezza degli impianti, come prescritti dalla normativa statale e regionale vigente. In ogni caso, si precisa che tutte le unità immobiliari sono dotate di dispositivi per la rilevazione di gas combustibili e del monossido di carbonio funzionanti nonché di estintori portatili a norma di legge da ubicare in posizioni accessibili e visibili, in particolare in prossimità degli accessi e in vicinanza delle aree di maggior pericolo e, in ogni caso, da installare in ragione di uno ogni 200 metri quadrati di pavimento, o frazione, con un minimo di un estintore per piano. Per la tipologia di estintori si fa riferimento alle indicazioni contenute al punto 4.4 dell'allegato I al decreto del Ministro dell'interno 3 settembre 2021, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 259 del 29 ottobre 2021.

⁶ L'art. 13-ter del citato d.m. 145/2023, come convertito in legge, prevede, al comma 1, che il Ministero del turismo, salvo quanto previsto dal comma 3, assegna, tramite apposita procedura automatizzata, un codice identificativo nazionale (CIN) alle unità immobiliari ad uso abitativo destinate a contratti di locazione per finalità turistiche, alle unità immobiliari ad uso abitativo destinate alle locazioni brevi ai sensi dell'articolo 4 del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, e alle strutture turistico-ricettive alberghiere ed extralberghiere definite ai sensi delle vigenti normative regionali e delle province autonome di Trento e di Bolzano e detiene e gestisce la relativa banca dati.

⁷ Ai sensi del comma 6 del medesimo articolo, chiunque propone o concede in locazione, per finalità turistiche o ai sensi dell'articolo 4 del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, una unità immobiliare ad uso abitativo o una porzione di essa, ovvero il soggetto titolare di una struttura turistico-ricettiva alberghiera o extralberghiera, è tenuto ad esporre il CIN all'esterno dello stabile in cui è collocato l'appartamento o la struttura, assicurando il rispetto di eventuali vincoli urbanistici e paesaggistici, nonché ad indicarlo in ogni annuncio ovunque pubblicato e comunicato. I soggetti che esercitano attività di intermediazione immobiliare e i soggetti che gestiscono portali telematici hanno l'obbligo di indicare, negli annunci ovunque pubblicati e comunicati, il CIN dell'unità immobiliare destinata alla locazione per finalità turistiche o ai sensi dell'articolo 4 del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, ovvero della struttura turistico-ricettiva alberghiera o extralberghiera.

⁸ Il comma 8 del citato art. 13-ter del D.L. 145/2023 come convertito in legge prevede: il titolare di una struttura turistico-ricettiva alberghiera o extralberghiera priva di CIN nonché chiunque propone o concede in locazione, per finalità turistiche o ai sensi dell'articolo 4 del decreto legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, unità immobiliari o porzioni di esse prive di CIN è punito con la sanzione pecuniaria da euro 800 a euro 8.000, in relazione alle dimensioni della struttura o dell'immobile. La mancata esposizione e indicazione del CIN ai sensi del comma 6 da parte dei soggetti obbligati è punita con la sanzione pecuniaria da euro 500 a euro 5.000, in relazione alle dimensioni della struttura o dell'immobile, per ciascuna struttura o unità

caso le disposizioni presentano una *ratio* comprensibile ed espressamente dichiarata da esse⁹, quella di escludere ogni forma di locazione breve di fatto e quindi di evitare evasioni fiscali.

Dall'altra parte ancora, non a livello legislativo, ma con circolare del Ministero dell'Interno¹⁰, era stato introdotto l'obbligo, per i gestori di strutture ricettive, di identificare *de visu* i loro ospiti: di conseguenza, erano state considerate non conformi all'art. 109 del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza (TULPS), di cui al regio decreto 18 giugno 1931, n. 773, le procedure di *check in* da remoto, nell'assunto che queste ultime potrebbero essere pregiudizievoli alla sicurezza pubblica.

Come è stato ampiamente riportato anche dai mezzi di informazione, il Tribunale amministrativo per il Lazio, dinanzi al quale la circolare era stata impugnata¹¹, ha accolto il ricorso, reputando in parte fondati motivi che stavano alla base del ricorso. Intanto, ha sostenuto che l'obbligo dell'identificazione *de visu* contrasterebbe con la riduzione degli adempimenti amministrativi prevista dal D.L. 6 dicembre 2011, n. 201 (recante "disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici"), convertito in legge con modificazione dalla L. 22 dicembre 2011, n. 214. Invero, l'art. 40 – che contiene la significativa rubrica "Riduzione degli adempimenti amministrativi per le imprese" – ha sostituito il comma 3 dell'articolo 109 del citato testo unico delle leggi di pubblica sicurezza del 1931 e successive modificazioni, con il seguente comma: «Entro le ventiquattro ore successive all'arrivo, i soggetti di cui al comma 1 comunicano alle questure territorialmente competenti, avvalendosi di mezzi informatici o telematici o mediante fax, le generalità delle persone alloggiate, secondo

immobiliare per la quale è stata accertata la violazione e con la sanzione dell'immediata rimozione dell'annuncio irregolare pubblicato. Chiunque concede in locazione unità immobiliari ad uso abitativo, per finalità turistiche o ai sensi dell'articolo 4 del decreto-legge 24 aprile 2017, n. 50, convertito, con modificazioni, dalla legge 21 giugno 2017, n. 96, prive dei requisiti di cui al comma 7 è punito, in caso di esercizio nelle forme imprenditoriali di cui al comma 8 e in assenza dei requisiti di cui al primo periodo del predetto comma 7, con le sanzioni previste dalla relativa normativa statale o regionale applicabile e, in caso di assenza dei requisiti di cui al secondo periodo del medesimo comma 7, con la sanzione pecuniaria da euro 600 a euro 6.000 per ciascuna violazione accertata.

⁹ L'incipit del citato comma 1 è il seguente: «Al fine di assicurare la tutela della concorrenza e della trasparenza del mercato, il coordinamento informativo, statistico e informatico dei dati dell'amministrazione statale, regionale e locale e la sicurezza del territorio e per contrastare forme irregolari di ospitalità...».

¹⁰ In data 18.11.2024, prot. 0038138.

¹¹ Dalla Federazione Associazioni Ricettività Extralberghiera (FARE), che nel ricorso ha affermato di essere attiva sin dal 2011 e di rappresentare sul territorio nazionale il settore ricettivo extralberghiero, sia imprenditoriale sia non imprenditoriale.

modalità stabilite con decreto del Ministro dell'interno, sentito il Garante per la protezione dei dati personali»¹².

Osserva il giudice amministrativo che la circolare in questione non sembra aver preso in considerazione la modifica legislativa, poiché ha ripristinato quanto richiesto in passato, reintroducendo l'obbligo di identificazione *de visu* a carico dei gestori di strutture ricettive.

D'altronde – aggiunge il giudice – l'identificazione *de visu* non elimina il rischio che l'alloggio possa essere utilizzato anche da soggetti non identificati dal gestore o dal proprietario dell'immobile locato, a seguito del primo contatto: pertanto tale tipo di identificazione non è idonea a conseguire il risultato che si era prefissata la circolare, che non specifica perché la verifica dell'identità da remoto non sia sufficiente a conseguire il medesimo obiettivo con minor pregiudizio sui destinatari dell'atto impugnato, in base al principio di proporzionalità. In effetti, nel caso della locazione breve, a seguito dell'identificazione (anche se *de visu*), il proprietario o comunque il gestore non ha più alcun obbligo (ma nemmeno possibilità) di verificare chi è il soggetto ospitato, poiché non è presente una reception con personale dedicato e, anzi, i soggetti che intendono usufruire della soluzione della locazione breve lo fanno sovente anche perché prediligono riservatezza e indipendenza.

Infine, il giudice, nella citata sentenza, reputa che la circolare non contenga giustificazioni adeguate dell'obbligo che impone: non cita nessun dato che valga a supportare il suo contenuto e il generico riferimento ad una intensificazione delle c.d. locazioni brevi su tutto il territorio nazionale, anche a causa del Giubileo della Chiesa cattolica iniziato dal 24 dicembre 2024, nonché ad una difficile evoluzione della situazione internazionale; invece, secondo il Tribunale, il riferimento a dati concreti sarebbe necessario a dimostrare la proporzionalità della misura che viene adottata.

In definitiva, il giudice amministrativo annulla la circolare summenzionata, ritenendola viziata, sia per violazione del vigente disposto dell'art. 109 TULPS, sia per contrasto con il principio di proporzionalità, sia per eccesso di potere discendente dalla carenza di istruttoria¹³.

Ad un altro livello, quello comunale, i regolamenti di molti Comuni sono costellati da disposizioni recanti misure aventi lo scopo, più o meno

¹² Il D.L. 4 ottobre 2018, n. 113, convertito con modificazioni dalla L. 1° dicembre 2018, n. 132, ha disposto (con l'art. 19-bis, comma 1) che il presente articolo «si interpreta nel senso che gli obblighi in esso previsti si applicano anche con riguardo ai locatori o sublocatori che locano immobili o parti di essi con contratti di durata inferiore a trenta giorni».

¹³ TAR Lazio, Sez. I Ter, 27 maggio 2025, n. 10210.

univoco, di disincentivare l'*overtourism* in generale o quello che si riscontra in determinati periodi dell'anno.

Le più diffuse fra tali disposizioni regolamentari sono quelle che introducono aumenti nell'ammontare delle imposte di soggiorno che i turisti debbono pagare, anche quanto all'uso degli immobili destinati a locazioni breve ad uso turistico ricettivo.

Altre disposizioni prevedono ingressi a pagamento in determinate zone o addirittura in intere città.

Quanto alle soluzioni ad ampio raggio, ad esempio, in via sperimentale e soltanto per alcuni soggetti, il Comune di Venezia ha introdotto un ticket per l'accesso a tutto il centro, istituto molto discusso, anche a livello dottrinale (Tosi e Bagarotto, 2021; Giorgi, 2024), nell'ambito del dibattito sui rapporti fra tassazione e turismo (su cui, ad esempio, cfr. Ficari e Scanu, 2013).

Quanto alle soluzioni a breve raggio, in altri casi si sono introdotti biglietti a pagamento per l'ingresso in determinate aree pubbliche ad alto interesse turistico – ad esempio, a porzioni di spiagge – includendo in alcuni luoghi una navetta per raggiungerle¹⁴.

4.4. Le soluzioni suggeribili per contrastare l'*overtourism* nel diritto vigente

Al fine di ovviare all'*overtourism* a situazione giuridica invariata, ossia senza modificare le leggi si potrebbero avanzare alcune proposte.

Innanzi tutto, occorrerebbe un'approfondita conoscenza della realtà, tramite un attento monitoraggio, aggiornato costantemente, degli arrivi, delle partenze, degli eventuali soggiorni nelle varie località (o anche nei quartieri di una località), nell'arco di un periodo di tempo significativo (più anni): pare ovvio che, al fine di un'adeguata conoscenza, occorra l'uso di strumenti informatici.

L'intelligenza artificiale, unita ad un corretto monitoraggio del territorio, sembra poi utile non solo ai fini conoscitivi, ma anche per verificare in tempo reale i flussi dei turisti in una determinata zona al fine di guiderli nelle aree caratterizzate, in quel momento, da minore affollamento. Il sistema si basa su piattaforme digitali integrate con telecamere e finora, a quanto consta, è stato utilizzato in talune zone montane proprio ai fini di

¹⁴ Emblematico è quanto avvenuto per l'accesso all'Arcomagno di San Nicola Arcella, formazione geologica sita in Calabria, sulla costa tirrenica, precisamente nel Golfo di Policastro della Riviera dei Cedri.

contenere l'*overtourism* a tutto vantaggio della sostenibilità in alta quota (al riguardo cfr. Netti, 2025).

Si potrebbe, in sintesi, introdurre quello che è stato efficacemente denominato *smart tourism*, che si basa su un uso oculato della tecnologia (Hasan, Sharma, 2021).

In ordine al tema in esame occorre una meditata e corretta presa in considerazione degli interessi in gioco, che possono essere contrastanti: da un lato, la necessità di sviluppo economico attraverso attività “pulite” in comparazione, ad esempio, a molte attività industriali; inoltre l’opportunità di creare “indotto”; dall’altro lato, la necessità di salvaguardare le esigenze abitative dei residenti e dei lavoratori trasfertisti, che in molte località fanno fatica a trovare alloggi o devono versare canoni di locazione dagli importi esorbitanti a causa del fatto che molti proprietari di case preferiscono adibire i propri immobili alle redditizie locazioni brevi ad uso turistico.

Conseguentemente sembra ineludibile un temperamento degli interessi in gioco: questo avviene sia, a monte, ad opera del legislatore, se questo ritiene di intervenire; sia a valle, tramite atti amministrativi generali; sia ancora più nei dettagli ad opera di provvedimenti singoli.

Esiste inoltre una soluzione che non comporta alcuna modifica legislativa o comunque normativa, ma semplicemente un rafforzamento dell’attività di un organismo che dovrebbe avere un ruolo nodale in materia: ci si riferisce alle attività di pubblicità e promozione del turismo, anche all'estero, ad esempio attraverso ENIT Spa, che si occupa della promozione dell'offerta turistica italiana, incrementandone l'attrattività.

Le attività di ENIT Spa sono volte a finalità che includono la destagionalizzazione, la diversificazione dell'offerta e la valorizzazione di strutture e siti turistici; inoltre, esso cura la promozione dell'immagine turistica italiana all'estero, coinvolgendo regioni e autonomie territoriali.

Ovviamente, la promozione turistica da parte di ENIT Spa deve coordinarsi con quella attiva a livello locale, visto che il turismo è oggetto di competenze in ogni Comune e di esso si occupa personale apposito, che opera anche attraverso strutture, quali sportelli, dedicati in modo specifico al settore. In generale, sembra importantissimo che tali strutture convogliino i turisti in zone turisticamente non affollate: ad esempio, le località dell'entroterra delle zone costiere oggetto, nel periodo estivo, di *overtourism*. Non bisogna poi dimenticare, in proposito, l'apporto dei soggetti privati, in particolare delle pro-loco, che, come associazioni private non riconosciute, sono in grado di supplire alle carenze dei soggetti pubblici, nell'ottica, prevista in sede costituzionale, della sussidiarietà orizzontale.

Specifiche attività di valorizzazione dei luoghi meno conosciuti possono aver luogo attraverso la sistemazione di aree verdi – anche attraverso la pulizia dei sentieri –, il recupero di immobili pubblici e privati, le aperture al pubblico di quelli che abbiano una valenza culturale (in senso ampio), le incentivazioni a esercizi commerciali del posto, la creazione di nuove attrattive che esulano da opere d’arte, come l’istituzione di musei del cibo (in proposito Vipiana, 2018) e simili. Non si deve nemmeno dimenticare il *favor* verso manifestazioni di rievocazione storica oppure eventi religiosi o folcloristici o in genere culturali (in senso ampio), che siano presenti magari da secoli, ma suscettibili di interesse da parte di turisti alla ricerca di esperienze e valori autentici: in proposito, una recente legge, la L. 7 ottobre 2024, n. 152¹⁵, affronta finalmente il tema (Gualdani, 2024), peraltro limitandosi a trattare delle manifestazioni di rievocazione storica e quindi di una porzione circoscritta, sebbene rilevante, di tali eventi.

Sempre nell’ottica di alleggerire l’afflusso dei turisti in certe zone e farlo affluire in aree limitrofe e poco frequentate, sarebbe imprescindibile – oltre all’incremento dell’attrattività di queste ultime e alla conseguente pubblicizzazione – la creazione di una rete di trasporti efficiente fra le località più note e tradizionalmente appetibili dai turisti (quali Riviera ligure di Ponente a nord e Langhe a sud) con altre località sconosciute (ad esempio, quelle dell’Alta Langa, situata esattamente a metà fra tale Riviera e Langhe): vale a dire, tanto una ristrutturazione delle strade e autostrade esistenti, quanto l’implementazione dei trasporti pubblici, specie di quelli meno impattanti dal punto di vista ambientale. A titolo esemplificativo, da questo punto di vista sarebbe utile il potenziamento – o la creazione – di un sistema di trasporto integrato fra linea ferroviaria e autobus (possibilmente elettrici e, se necessario, di piccole dimensioni), in modo da assicurare il collegamento, attraverso trasporti pubblici, fra i centri maggiori e quelli presso i quali favorire lo sviluppo delle attività turistiche.

Un’altra linea strategica nell’ottica del “decongestionamento”, per così dire, delle zone oggetto di *overtourism* è costituita dalla promozione turistica tramite incentivi, ad esempio fiscali: in particolare, potrebbe essere utile l’introduzione di meccanismi di detrazione sulle imposte sui redditi per chi investe in opere di ristrutturazione e manutenzione ordinaria e straordinaria in immobili da destinare all’ospitalità turistica in zone caratterizzate da scarsissimo flusso turistico.

¹⁵ Rubricata “Disposizioni in materia di manifestazioni di rievocazione storica e delega al Governo per l’adozione di norme per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale”.

Sempre sul piano del decongestionamento, ma a livello verticale (per così dire), risulta altresì imprescindibile un obiettivo che ci si propone da anni, ma finora è rimasto prevalentemente sulla carta: una seria politica di destagionalizzazione, che incentivi il turista a scegliere località nei periodi in cui normalmente non sono affollate, come i posti di mare in inverno o le stazioni sciistiche in estate.

5. Riflessioni conclusive e prospettiva de *iure condendo*

In sintesi, in merito alla problematica dell'*overtourism* – diffusa in moltissime località in tutto il Pianeta – soluzioni *de iure condito* sussistono e dovrebbero essere percorse in modo sistematico e fino in fondo. Tuttavia, è innegabile che strategie nuove dovrebbero essere introdotte a livello legislativo e regolamentare.

Quanto agli interventi normativi, finora sono mancati: invero, sono state introdotte soltanto singole disposizioni “di contorno”, come le abbiamo definite, che non affrontano di petto il problema, ma si limitano a offrire soluzioni marginali a questioni semplicemente connesse all'*overtourism*.

Occorrerebbero, invece, interventi normativi mirati e specifici sulla tematica in esame, che siano improntati ai principi in materia di turismo, ai quali si è accennato¹⁶ e che sono ben noti.

Nel caso di leggi, non potrebbero essere solo leggi regionali, poiché sono coinvolte materie ulteriori rispetto al turismo (materia in ordine alla quale la potestà è quella generale e residuale delle Regioni): invero, rilevano pure materie come la sicurezza pubblica, l'ordinamento civile e la salute.

A livello regolamentare, nei Comuni che richiederebbero un maggior afflusso turistico in modo da decongestionare quello di aree limitrofe oggetto di *overtourism*, si potrebbe auspicare, a titolo esemplificativo, la previsione di aliquote dell'imposta municipale propria (IMU) di favore nei confronti di proprietari che destinano a fini turistici unità abitative situate in zone dimenticate dal turismo.

Soprattutto, per affrontare l'*overtourism* in maniera efficace servirebbero visioni chiare a livello statale, regionale e locale: conseguentemente occorrerebbe l'adozione di una serie di disposizioni legislative specifiche e mirate a contrastare l'*overtourism* e i suoi effetti negativi, attuando al contempo un efficace contemperamento degli interessi in gioco – nell'ottica

¹⁶ Cfr. *supra*, al § 2.

dello sviluppo sostenibile – e assicurando, coordinandole, le iniziative (a livello locale) di natura regolamentare e provvidenziale, quali misure che tengano in considerazione le peculiarità di ogni singolo luogo.

Bibliografia

- Bompani M. (2025). Cinque Terre, calo turisti “Dobbiamo fare sistema via alla promozione unica”, in *La Repubblica*, Genova, 30 agosto 2025.
- Borrello M., Videtta C. (2023). *Sviluppo sostenibile. Riflessioni sul terzo pilastro*, Edizioni dell’Orso.
- Cafagno M. (2007). *Principi e strumenti di tutela dell’ambiente come sistema complesso, adattivo, comune*, Giappichelli.
- Coconi A., Bordacconi M., Barbagli C., Herold G. (2024). *The Effect of Overtourism upon the ecology of Florence’s historic centre*, in K. Berr, L. Koegst, O. Kühne, (eds.). *Landscape Conflicts*, Springer.
- De Giorgi G. (2025). *Overtourism e strumenti di regolazione dei flussi*, Relazione al Congresso Italo-Argentino (AIAPDA), Melfi-Matera, 25-27 settembre 2025.
- D’Orsogna M. (2024). *Turismo culturale e sviluppo sostenibile: nuovi orizzonti per la ripresa e il rilancio delle aree interne*, in L. Giani (a cura di). *Turismo e Territori. Problemi e prospettive per lo sviluppo sostenibile*, Editoriale scientifica.
- Dodds, R., Butler, R. (eds.). (2019). *Overtourism. Issues, Realities and Solutions*, De Gruyter.
- Ferrara R., Sandulli M.A. (a cura di). (2014). *Trattato di diritto dell’ambiente*, I, Giuffrè.
- Ficari V., Scanu G. (2013). “*Tourism taxation*”. *Sostenibilità ambientale e turismo fra fiscalità locale e competitività*, Giappichelli.
- Fois P. (a cura di). (2007). *Il principio dello sviluppo sostenibile nel diritto internazionale ed europeo dell’ambiente*, Editoriale scientifica.
- Fracchia F. (2024). *Turismo sostenibile: una proposta di inquadramento teorico*, in L. Giani (a cura di). *Turismo e Territori. Problemi e prospettive per lo sviluppo sostenibile*, Editoriale scientifica.
- Fracchia F., Vernile S. (2022). Lo sviluppo sostenibile oltre il diritto ambientale, in *Le Regioni*, vol. XLX, n. 1-2, pp. 15-45.
- Francioni F. (2007)., *Sviluppo sostenibile e principi di diritto internazionale nell’ambiente*, in P. Fois (a cura di). *Il principio dello sviluppo sostenibile nel diritto internazionale ed europeo dell’ambiente*, Editoriale scientifica.
- Giani L. (a cura di). (2024). *Turismo e Territori. Problemi e prospettive per lo sviluppo sostenibile*, Editoriale scientifica.
- Giani L. (2024). *Turismo e sviluppo territoriale. Spunti di riflessione*, in L. Giani (a cura di). *Turismo e Territori. Problemi e prospettive per lo sviluppo sostenibile*, Editoriale scientifica.

- Giani L., Iacopino A., Castello V. (2024). *Dal turismo culturale al turismo dell'heritage. I driver chiave dello sviluppo sostenibile dei territori in una prospettiva multidimensionale*, in L. Giani (a cura di). *Turismo e Territori. Problemi e prospettive per lo sviluppo sostenibile*, Editoriale scientifica.
- Giorgi S. (2024). Il contributo di accesso veneziano e l'insostenibile overtourism: natura giuridica e prospettive di implementazione, in *Rivista telematica di diritto tributario*.
- Gualdani A. (2024). La disciplina giuridica delle attività culturali. La legge in materia di manifestazioni di rievocazione storica e delega al Governo per l'adozione di norme per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale: una prima riflessione, in *Aedon*, n. 3.
- Hassan A., Sharma A. (eds.). (2021). *Overtourism, Technology Solutions and Decimated Destinations*, Springer.
- Landini S. (2021). *Sustainable Tourism Contracts*, Springer Giappichelli.
- Lubrano B. (2024). *Verso un turismo resiliente ed ecosostenibile*, in L. Giani (a cura di). *Turismo e Territori. Problemi e prospettive per lo sviluppo sostenibile*, Editoriale scientifica.
- Morvillo A., Becheri E. (2020). *Introduzione*, in A. Morvillo, E. Becheri (a cura di). *Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia*, supplemento alla XXIII edizione del Rapporto sul Turismo Italiano, Consiglio Nazionale delle Ricerche e Istituto di Ricerca su Innovazione e Servizi per lo Sviluppo, Rogiosi editore.
- Netti E. (2025). *In montagna l'Ai scende in campo per contenere l'overtourism*, ne *Il Sole 24 Ore*, 23 agosto 2025.
- Passmore J. (1991). *La nostra responsabilità per la natura*, Feltrinelli.
- Rejowski M., Ferro R. (2023). *Perspectivas da pesquisa sobre Hospitalidade no Turismo em cenário nacional e internacional*, in *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 21, n. 3, pp. 439-459.
- Remenyik B., Barcza A., Csapó J., Szabó B., Fodor G., Dávid L.D. (2021). Overtourism in Budapest: Analysis of spatial process and suggested solutions, in *Regional Statistics*, vol. 11, n. 3, pp. 179-197.
- Salvia F. (1998). Ambiente e sviluppo sostenibile, in *Rivista giuridica dell'ambiente*, vol. 13, pp. 235-246.
- Séraphin H., Gladkikh T., Vo-Thanh T. (eds.). (2022). *Overtourism. Causes, Implications and Solutions*, Palgrave Macmillan (Springer Nature Switzerland AG).
- Tosi L., Bagarotto E.M. (2021). La tassazione delle città d'arte ed il contributo di accesso alla città di Venezia, in *Rivista Trimestrale di diritto tributario*, vol. 10, n. 1, pp. 97-117.
- Videtta C. (2014). *Lo sviluppo sostenibile. Dal diritto internazionale al diritto interno*, in R. Ferrara, M.A. Sandulli (a cura di). *Trattato di diritto dell'ambiente*, I, Giuffrè, pp. 221-269.
- Vipiana P.M. (2018). I Musei legati al cibo: introduzione ad uno studio giuridico, in *Il diritto dell'economia*, vol. 31, n. 1, pp. 143-156.
- Vipiana P.M. (2020). *Diritto pubblico del turismo*, II edizione, Pacini.

5.

IL “VALORE” DEL PAESAGGIO RURALE NEL TURISMO CONTEMPORANEO

di *Giacomo Zanolin e Giampietro Mazza*

5.1. Introduzione

Il presente contributo si pone nell’ambito di un percorso di ricerca applicata e di riflessione teorica, volto ad analizzare criticamente alcuni aspetti di carattere geografico che stanno all’origine dei processi di valorizzazione turistica dei territori.

Il cammino intrapreso dal turismo negli ultimi decenni (e in maniera sempre più marcata negli ultimi anni), sembra invitare a mettere in discussione alcuni dei precetti su cui si è fondata una parte significativa degli studi svolti nel corso del XX secolo. In ambito geografico, gli studi hanno a lungo costruito le proprie basi teoriche e metodologiche su approcci quantitativi di matrice funzionalista,volti ad elaborare modelli di analisi spaziale (Claval, 1972). Questi studi hanno consentito, almeno a partire dagli anni ’50 del Ventesimo secolo, di creare una base epistemologica forte, in quanto razionale e facilmente riconoscibile anche da parte di studiosi afferenti ad altri ambiti disciplinari. Tuttavia, con il passare del tempo, i risultati di queste ricerche si sono rivelati fragili, in quanto la loro tendenza a oggettivare e racchiudere all’interno di gabbie rigide l’analisi di fenomeni per loro natura complessi, si è rivelata problematica. Si tratta di una questione di natura epistemologica, ma anche di una criticità che deriva dalla crescente complessificazione del fenomeno turistico, il quale non solo si è allargato alla scala globale, ma è anche penetrato sempre più in profondità nelle dinamiche territoriali locali (Duhamel, 2018).

Non è un caso che oggi molti studiosi propongano di considerare il turismo come una disciplina a sé stante, dotata di uno statuto epistemologico proprio, per quanto ovviamente correlato ad altri saperi specialistici di ma-

trice territoriale, sociale, culturale, politica ed economica (Hoerner, 2000; 2003; Kadri e Bédard, 2005; 2006).

Di fronte a sfide come queste, la geografia ha evidentemente dovuto avviare una fase di riflessione critica rispetto ai propri approcci metodologici, aprendo una stagione nella quale alla grammatica razionalista si è gradualmente accostata (non sostituita) una grammatica umanistica (Vallega, 2004). Quest'ultima è infatti utile a comprendere negli interessi e nelle metodologie di ricerca, elementi riferibili alla sfera soggettiva, per cercare di andare nella direzione di una maggiore comprensione della complessità di una realtà che appare sempre più aleatoria e costruita socialmente (Berger e Luckmann, 1969).

Dal punto di vista degli studi sul turismo, tutto questo ha significato una riflessione critica volta a decostruire i discorsi (Minca, 1996a; 1997) e focalizzata su alcuni degli approcci con cui era stato analizzato il cosiddetto turismo moderno, inteso come

quella forma di turismo [...] che “scopre” e valorizza luoghi lontani, che li trasforma, che ne distilla l’essenza identitaria per trasformarla spesso in icona, in immagine a uso e consumo dei bacini di domanda. Il turismo moderno promette la visita reale di luoghi lontani e il contatto con le culture di quei luoghi (Minca, 1996b, p. 125).

Come accennato, i modelli tradizionali dell’analisi spaziale, elaborati per studiare questo fenomeno, si sono rivelati efficaci per la loro epoca, ma con il tempo hanno cominciato a mostrare elementi di debolezza, che oggi non possiamo ignorare. In particolare modelli evolutivi come quelli di Miossec (1977) e di Butler (1980), mostrano numerosi elementi di debolezza alla luce delle evidenze contemporanee, in quanto pretendono di poter interpretare seguendo logiche matematiche di matrice cartesiana il ciclo di vita delle località turistiche, generalizzando fenomeni che sono sempre e indissolubilmente legati a una molteplicità di fattori storici contingenti e alle specificità della scala locale.

In particolare le tendenze messe in evidenza grazie all’emergere degli strumenti interpretativi offerti dal concetto di *overtourism* (Pechlaner *et al.*, 2020), mostrano quanto quelle che dovrebbero essere delle fasi di saturazione ed esaurimento del ciclo di vita di un prodotto turistico, in realtà non ne generano necessariamente la crisi. Al contrario, stiamo osservando in vari contesti processi di accumulazione in cui l’iperturisticizzazione non mette in difficoltà il sistema turistico (almeno dal punto di vista economico), bensì lo alimenta. Su tutt’altro piano vanno ovviamente letti gli impatti territoriali, ma su questo torneremo più avanti. Per ora basti notare la con-

tinua crescita turistica di località che, ben lungi dall'essere messe in crisi dall'eccessivo carico turistico, elaborano strategie che vanno essenzialmente nella direzione dell'innalzamento dei prezzi (acuendo le criticità connesse ai processi di gentrificazione turistica), o dell'allargamento dell'offerta, espandendo il turismo su territori limitrofi, come se la diluizione del problema potesse essere una soluzione¹.

C'è stata una fase, tra la fine degli anni '90 e i primi anni Duemila, in cui l'analisi si è soffermata sul passaggio dalla modernità alla postmodernità (Jameson, 1989). In questo periodo è stata sviluppata l'interessante idea di intendere lo spazio turistico postmoderno come

caratterizzato da un'estrema frammentazione dei segni che lo orientano, dalla ricostruzione dell'altrove e del passato in ambiti artificiali, dal ricorso metonimico ai simulacri per dare vita a paesaggi simulati a misura d'immagine. In termini culturali possiamo leggerlo come la materializzazione più sorprendente dell'implosione delle immagini che caratterizzano le esperienze cognitive mediatiche contemporanee (Minca, 1996b, p. 126).

Queste basi teoriche hanno consentito un significativo avanzamento negli studi, aprendo la porta ad approcci volti a focalizzare l'attenzione sui nuovi target del turismo contemporaneo, ovvero consumatori che vogliono ottenere il massimo appagamento dalla loro esperienza trovando efficaci corrispondenze tra lo spazio visitato e lo spazio immaginato prima della partenza. Si tratta senza dubbio di stimoli importanti, da cui oggi possiamo partire per approfondire le dinamiche contemporanee. Per questo motivo, riteniamo che un rinnovato approccio alla geografia del turismo potrebbe basarsi su una nuova attenzione al significato che attribuiamo a specifici concetti, come per esempio quello di paesaggio qui analizzato, applicati a specifici ambiti di ricerca.

Questo contributo parte quindi da alcune sintetiche riflessioni di carattere teorico relative al concetto di paesaggio, utili a introdurre e contestualizzare il tema delle immagini paesaggistiche e la loro relazione con la comunicazione turistica. A partire da queste basi, allo scopo di applicare nel concreto le elaborazioni teoriche, il contributo si concentra, nella seconda parte, sulle rappresentazioni turistiche dei paesaggi rurali, la cui importanza è fondamentale dal punto di vista della costruzione di un immaginario

¹ Citiamo a questo proposito la recente campagna promossa da VisitItaly intitolata "99% di Italia": www.visititaly.eu/it/ultime-notizie/99-percent-of-italy-campagna-visit-italy-turismo-di-massa.

turistico relativo all’Italia. Tutto questo offre le basi per alcune riflessioni proposte nel paragrafo conclusivo, volte a proporre una prima elaborazione relativa a un possibile approccio “paesaggistico” allo studio del turismo contemporaneo.

5.2. Il “valore” del paesaggio nella comunicazione turistica

Tra coloro i quali pongono lo studio del paesaggio al centro dei loro interessi, vi è una generale convergenza nel riconoscere l’importanza di approcci olistici e fondati sulla consapevolezza della polisemia del concetto (Gavinelli, 2012). Il proliferare di studi di carattere teorico e applicativo nel corso degli ultimi decenni (tra cui per esempio Farinelli, 1991; Bonessio 1997; Berque, 2022; Besse, 2008; Jakob, 2009; Roger, 2009; Lanzani, 2011; Martínez de Pisón, 2016; Turco, 2010; Castiglioni, 2022; Tanca, 2025), testimonia una crescente attenzione per questo tema.

Senza dilungarci nella presentazione di questi variegati approcci, possiamo richiamare almeno il punto di vista di Angelo Turco, secondo il quale il paesaggio sarebbe una configurazione della territorialità, ovvero una manifestazione empirica che può assumere il nostro rapporto con il territorio, un “dispositivo iconico” grazie al quale la territorialità acquista coerenza in virtù dello statuto dello sguardo (Turco, 2010). A suo parere, il paesaggio «in nessun modo [...] può essere considerato come fisso e dato una volta per tutte e in nessun modo può essere confuso con gli oggetti che lo compongono» (Turco, 2010, p. 129). Si tratta di un aspetto molto importante dal punto di vista del turismo, in quanto molto spesso, a scopo promozionale, alcuni aspetti molto specifici tendono a essere generalizzati, trasformando la complessità del paesaggio in una collezione di elementi puntuali consumabili nel corso dell’esperienza turistica. Dal punto di vista degli studi sul turismo, si pone pertanto un problema nel momento in cui il paesaggio, che per sua natura «traduce iconicamente il processo di territorializzazione, o alcuni suoi segmenti» (Turco, 2010, p. 129), viene a sua volta iconizzato attraverso rappresentazioni visuali di vario tipo (pittorico, fotografico, cinematografico, cartografico) create con finalità economiche legate alla costruzione di un profitto. In questi casi, il paesaggio viene pertanto ridotto a un’immagine, che viene mercificata e venduta ai turisti come obiettivo dell’esperienza. Quest’ultima, a quel punto, non è più finalizzata a entrare in relazione con la complessità dei territori, ma a fruire dei significati che ad essa vengono associati attraverso gli strumenti del marketing.

Un secondo punto di vista rilevante in questa sede, è quello di Augustin Berque (2022), secondo il quale l'interesse sempre più diffuso nei confronti del paesaggio, deriva dallo sviluppo e dall'affermazione di un “pensiero del paesaggio”, che caratterizza la cultura occidentale contemporanea. A suo modo di vedere, nell'epoca attuale si stanno moltiplicando i discorsi sul paesaggio in concomitanza con una fase storica in cui, paradossalmente, la cura per gli aspetti ecologici e l'attenzione agli impatti estetici dell'azione antropica sulla terra si sta facendo più debole, contribuendo a generare forme degradate del paesaggio che, secondo alcuni studiosi, possono giungere ad assumere forme mostruose (Metta, 2022). Questo tratto caratteristico della contemporaneità deve essere messo in contrapposizione, sempre secondo Berque (2022), con quello che lui stesso ha definito come il “pensiero paesaggista”, che ha caratterizzato la storia e si è basato sull'inclusione dell'oggetto nel soggetto, originando un pensiero che era intrinsecamente strutturato in termini paesistici (Maggioli e Tanca, 2022). Da questi processi di lungo periodo, sarebbero derivati gran parte dei paesaggi che oggi hanno un rilevante valore ecologico e a cui il gusto contemporaneo attribuisce un importante valore estetico. Si tratta, non a caso, dei paesaggi su cui concentrano molta attenzione coloro i quali si occupano di promuovere turisticamente i territori. Parafrasando il pensiero di Berque, potremmo dire che il pensiero paesaggista ha generato questi paesaggi, il pensiero del paesaggio ha costruito i discorsi che oggi ci portano ad apprezzarli, il turismo li ha valorizzati economicamente. Da tutto questo deriva un primo problema fondamentale, che è al centro delle riflessioni proposte in questo contributo, in quanto nel momento in cui il pensiero del paesaggio diventa lo strumento attraverso il quale viene costruito un valore che non è solo culturale o sociale, ma anche economico, il paesaggio stesso si trova esposto al rischio di essere trasformato in merce. Da questo possono derivare ovviamente benefici, ma anche potenziali rischi, soprattutto dal punto di vista dei processi a lungo termine. Per questo sono necessarie ulteriori riflessioni.

5.2.1. Oltre il “paesaggio identitario”: verso un “paesaggio affine”

Già queste prime affermazioni mostrano che non possiamo limitare lo studio del rapporto tra paesaggio e turismo alla concezione restrittiva proposta in Italia a livello normativo. Senza dilungarci eccessivamente in una digressione di questo tipo, ci limitiamo a evidenziare come, sia

la versione rinnovata dell'articolo 9 della Costituzione², sia il Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio³, si fondono su un approccio al tema che deriva essenzialmente dalla Legge Galasso (L. 431/1985), nella quale il paesaggio era concepito come un bene dotato di un valore patrimoniale di carattere storico ed ecologico ancorato a fattori identitari locali e nazionali.

Si tratta, a nostro parere, di una visione riduttiva, che trascura le più semplici definizioni condivise a livello internazionale, le quali introducono alcuni elementi fondamentale importanza. Tra queste citiamo a titolo esemplare almeno la Convenzione Europea del Paesaggio, che fin dall'art. 1 definisce il paesaggio come «una determinata parte di territorio, così come è percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni»⁴. Viene evidentemente evidenziata l'importanza delle dimensioni soggettiva e percettiva, quindi il ruolo del paesaggio come portale che apre lo sguardo sulla pluralità dei punti di vista che si esprimono sul territorio. La normativa italiana sottovaluta quindi le potenzialità di un concetto che offre la possibilità di addentrarsi nella complessità delle relazioni che si instaurano tra singole soggettività, gruppi sociali e territori. Queste entità sono ovviamente contraddistinte anche da valori culturali ed ecologici ereditati dal passato, ma sono anche in costante cambiamento e quindi non stigmatizzabili attraverso visioni identitarie passatiste, che per loro natura uniformano e distinguono sulla base di valori solo apparentemente razionali, ma in realtà fondati su visioni dicotomiche tipiche della modernità (Remotti, 1996; 2010):

se è sufficientemente tramontato il mito della razza, ha trionfato invece il mito dell'identità [...] L'identità è una versione assai più elegante, seducente, accettabile, non così manifestamente criticabile, dunque condivisibile e condivisa: c'è un consenso, un largo, confortevole, rassicurante consenso sull'identità (Remotti, 2010 [ed. 2017], p. XIV).

Il lavoro di Francesco Remotti sull'identità solletica un pensiero importante dal punto di vista geografico, in quanto offre uno stimolo a ragionare

² La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica [cfr. artt. 33, 34].

Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione.

Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello Stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali.

³ Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42.

⁴ www.premiopaesaggio.beniculturali.it/convenzione-europea-del-paesaggio/.

criticamente sul valore identitario del paesaggio. Nel corso dei suoi studi di carattere filosofico, l'antropologo è partito da una critica radicale al concetto di identità, che in un primo tempo è stata da lui definita "normale" (1993), ovvero intrinseca al linguaggio delle scienze sociali che ne reificano il valore, poi "irrinunciabile" (1996), quindi inevitabile ma contro cui il linguaggio e la ricerca devono cercare di difendersi, successivamente ha affermato che è qualcosa di cui "si può fare a meno" (2010), invitando la ricerca a un atteggiamento radicale volto a contrastare gli impatti sociali dell'identità. Più recentemente ha quindi proposto il concetto di "somiglianza", o meglio SoDif⁵ (2019), allo scopo di provare a indicare una via alternativa su cui costruire discorsi in grado di superare le problematiche implicazioni etiche e pratiche correlate al concetto di identità. In pratica, se quest'ultimo ha un peso legato anche all'effetto reificante del linguaggio, introducendo una nuova categoria di pensiero si può provare a incoraggiare un cambiamento culturale, basato sull'utilizzo (non necessariamente consapevole) di un linguaggio fondato su principi alternativi rispetto a quelli dicotomici insiti nel concetto di identità:

Occorre [...] riconoscere che il SoDif [...] è un terreno molto scivoloso, ovvero che nell'instabilità delle somiglianze la tentazione di fare nostra l'identità di un soggetto stabile e permanente è molto forte. Resistere a tutto questo significa provare a pensare di nuovo il soggetto:

- non in termini di semplicità ma di molteplicità;
- non in termini di identità, ma di somiglianza;
- non in termini di sostanza, ma di processo;
- non in termini di individualità ma di individualità (Remotti, 2019 [ed. 2022], p. 262).

La sfida intellettuale aperta dall'applicazione del SoDif agli studi geografici è estremamente affascinante e difficilmente contenibile nelle dimensioni di un singolo contributo. Tuttavia, a un primo livello, possiamo provare a evidenziare alcuni aspetti volti a mostrare le potenzialità di un approccio al paesaggio basato sul SoDif, anziché sull'identità, cercando di mostrare quali scenari interessanti potrebbe aprire dal punto di vista dello studio degli impatti del turismo sui territori. Proponiamo di definire questo paesaggio come "paesaggio affine", in contrapposizione al "paesaggio

⁵ Questo acronimo indica la crasi tra Somiglianze-Differenze, introdotto da Remotti in contrapposizione con la rigidità divisiva del concetto dicotomico di identità, per comprendere la capacità (interna o esterna) dell'essere umano di aprirsi alla dinamicità dei processi e di includere la diversità e la complessità delle relazioni intersoggettive.

identitario”. Il paesaggio affine, liberato dai vincoli dell’identità e dell’autenticità, si propone non solo come cornice estetica o risorsa economica, ma come soggetto relazionale, capace di generare consapevolezza e legami sociali nei territori attraversati dal turismo. Prendendo spunto dal ragionamento proposto da Remotti, il paesaggio affine può quindi configurarsi come un’opportunità per:

- superare i discorsi semplificanti introdotti dal turismo per descrivere in termini stereotipati i territori;
- guardare alle caratteristiche dei territori non in termini identitari, cercando (o talvolta inventando) specificità, ma di affinità, ovvero sfruttando il turismo come potenziale occasione educativa in grado di mostrare alle persone le relazioni che legano tra loro territori vicini e lontani;
- superare l’idea che il paesaggio sia un condensato di caratteristiche intrinseche e immutabili di un territorio, valorizzando invece la capacità dei paesaggi di mostrare i processi storici che li hanno generati e, al contempo, i processi in atto nella contemporaneità e mai definitivi. In questo modo il paesaggio offrirebbe anche uno stimolo importante per approfondire lo studio critico di alcuni concetti fondamentali, come quelli di autenticità e di tradizione;
- contribuire al superamento dell’individualismo che caratterizza la contemporaneità, accompagnando le persone all’incontro con la complessità dei territori e favorendo una maggiore socializzazione e relazionalità dei comportamenti.

Il paesaggio affine è quindi potenzialmente uno strumento utile per favorire la costruzione di relazioni costruttive e pacifche tra i territori. Stimola infatti il dialogo tra le polifoniche soggettività che agiscono al loro interno, le quali: derivano da passati variegati, vivono una contemporaneità dinamica ed eterogenea e hanno visioni del futuro non sempre convergenti. Il paesaggio è intrinsecamente caratterizzato da questa varietà, in quanto deriva dall’eterogeneità dei valori culturali, che per loro natura non sono riconducibili a unità statiche.

Il paesaggio affine non è parte di un patrimonio inteso in senso generico, bensì di patrimonio territoriale, il quale può (deve) avere anche un valore economico ma

si accresce in quanto reinterpretato attraverso la *médiance* di una società locale (*milieu*) che lo riconosce, lo cura, “lo tratta” per produrre ricchezza durevole, trasformandolo in risorsa secondo principi di resilienza nei limiti imposti dalla riproduzione (o accrescimento) del suo valore di esistenza (Magnaghi, 2020, p. 126).

La valorizzazione (economica e culturale) del paesaggio affine come patrimonio territoriale, consente quindi di provare a introdurre nel progetto locale (Magnaghi, 2010) alcuni principi esistenziali, utili a valorizzare il lavoro degli attori locali e non solo la mercificazione di valori estetici o ecologici di un territorio. In estrema sintesi, il paesaggio affine consente quindi di integrare nel progetto locale strumenti capaci di contrastare la mercificazione e lo sfruttamento illimitato del territorio, restituendo al paesaggio il ruolo di motore di un processo circolare di territorializzazione, anziché relegarlo a semplice risorsa per lo sviluppo turistico.

Se concepiamo il paesaggio come parte di un patrimonio territoriale, riconosciamo il suo valore in quanto organismo evolutivo e in costante cambiamento, che non può essere identitario in quanto non genera una tensione dicotomica tra se stesso e varie forme di alterità. Per sua natura, il paesaggio così inteso ha una profonda propensione al dialogo con altri paesaggi a loro volta somiglianti e quindi con vari livelli di affinità di tipo storico, culturale, ecologico, politico, economico, sociale, ecc. Inteso in questi termini, il paesaggio non ha un valore in sé, né aspira a essere riconosciuto nella sua unicità, per la semplice ragione che la sua stessa esistenza dimostra l'eterogeneità dei processi in atto nelle diverse regioni del pianeta terra.

Il paesaggio affine, al contrario del paesaggio identitario, non serve a generare un valore economico mercificabile, ma si configura come base per la convivenza e genera valore a partire dai concreti processi territoriali che si sviluppano al suo interno. In questo modo, anche quando viene “venduto” sulla base di una valorizzazione economica dei canoni estetici che contraddistinguono la sua immagine, non viene necessariamente consumato, perché si configura come la base per la convivenza che unisce i soggetti e le comunità che lavorano nei territori, andando al di là delle logiche di consumo correlate al capitalismo.

5.3. La patrimonializzazione dei paesaggi rurali italiani

Come abbiamo recentemente avuto modo di evidenziare (Mazza e Zanolin, 2025), il paesaggio rurale può essere inteso come patrimonio solo considerando il suo continuo cambiamento, anche se nella quotidianità lo percepiamo come un dato di fatto definitivo, come il punto di arrivo di un processo storico. Essendo un risultato della vita attiva degli esseri umani (Arendt, 2019), ovvero la forma visibile e l'espressione esistenziale del lavoro delle comunità locali che costantemente si appropriano e riappropriano del territorio in cui vivono, quello che vediamo oggi è solo

un fugace momento contingente, domani il paesaggio rurale sarà qualcosa di diverso. Per questo motivo, nel contesto delle riflessioni proposte in questa sede, volte a proporre una linea di pensiero utile ad approfondire il ruolo del paesaggio nei processi di comunicazione turistica, proponiamo di utilizzare i paesaggi rurali come dispositivi esemplari su cui basare il ragionamento.

Come abbiamo già osservato, i rischi e le conseguenze insiti nella trasformazione del paesaggio in un semplice contenitore di canoni estetici, in attesa di una valorizzazione economica da realizzare attraverso la patrimonializzazione, è sempre dietro l'angolo, per questo è necessario andare alle radici dei problemi e sviscerarne la complessità.

Ovviamente qualsiasi paesaggio contiene in sé anche una matrice storica, la quale lo configura come eredità delle stratificazioni che ne hanno definito le forme attuali, su cui si fonda il potenziale apprezzamento da parte dei turisti. Tuttavia, la positiva valutazione estetica da cui dipende questo apprezzamento, non deriva da un processo spontaneo, ma da un progetto consapevole, volto a costruire un immaginario condiviso in grado di apprezzare determinati elementi, sui quali si sceglie di focalizzare l'attenzione. Il medesimo progetto può essere finalizzato anche ad avviare un processo di patrimonializzazione, ovvero di costruzione di un valore economico per questi elementi selezionati. Pertanto, in un certo senso, la patrimonializzazione del paesaggio è funzionale a una valorizzazione economica basata sulla trasformazione di alcune sue componenti in merci e sulla predisposizione di specifiche tipologie di attori al loro consumo. Sulla base di questo processo, gli operatori del settore turistico mirano ovviamente a ottenere un profitto.

Siccome gli elementi di cui si compone il paesaggio sono per loro natura fragili e transitori (si tratta quindi di merci deperibili), è evidente che il turismo espone fortemente i paesaggi a un rischio di deperimento.

Di cruciale importanza, da questo punto di vista, è l'ordine con cui si compongono le diverse fasi del processo. La valorizzazione turistica di un paesaggio non dovrebbe infatti mai essere il punto di partenza, bensì l'ultima fase di un progetto territoriale. Questi dovrebbe infatti partire dalle competenze locali e dalle caratteristiche ecologiche del luogo, allo scopo di creare un organismo territoriale autosufficiente dal punto di vista sociale, politico ed economico. Solo dopo aver raggiunto una adeguata capacità di autosostenersi e autoregolarsi senza cessare di aprirsi al cambiamento, un territorio è pronto a sfruttare il turismo per generare un flusso economico complementare e potenzialmente decisivo per garantire il sostentamento degli operatori locali.

Per comprendere meglio il senso di questi ragionamenti, può essere utile approfondirli applicandoli a contesti concreti, chiarendo fin da subito che i paesaggi selezionati non hanno valore in senso generale, semplicemente riteniamo che possano aiutare il lettore a cogliere meglio il pensiero che stiamo cercando di presentare.

5.3.1. *L'impatto ambiguo del turismo in Valle Maira*

Un primo contesto sul quale proponiamo di riflettere è quello della Valle Maira, localizzata nelle Alpi Cozie cuneesi e ampiamente studiata in quanto area fortemente soggetta processi di spopolamento che hanno riguardato gran parte delle regioni montuose italiane nella seconda metà del Ventesimo secolo (Bartaletti, 2004; Dematteis, 2011). A fronte di questi processi di marginalizzazione, negli ultimi anni sono state condotte ricerche che hanno messo in evidenza una certa vivacità del territorio, legata all'arrivo di nuovi abitanti provenienti da altre regioni italiane ed europee, che hanno gradualmente soppiantato gli abitanti originari e avviato piccole attività imprenditoriali in grado di restituire una vitalità socio-economica e culturale al territorio (Pettenati, 2012; 2014).

In questo contesto, è stato avviato un processo di valorizzazione turistica fondato proprio sulle caratteristiche che ne definiscono la marginalità: alta qualità naturalistica; debole pressione turistica; evidenti segni della storia rurale. Nel corso degli ultimi due decenni circa, quindi in un tempo relativamente breve, questo processo ha portato a ottimi risultati dal punto di vista quantitativo, infatti, risulta tra le valli piemontesi con la maggiore presenza di strutture ricettive e locazioni turistiche (oltre 350 insieme alla Valle Vermenagna) e con il maggior numero di posti letto (oltre 2.500), seconda (insieme alle Valli Varaita e Vermenagna) solo alle Valli Monregalesi e alla valle Stura⁶. Il risultato è un numero di presenze in costante aumento e quindi un successo dal punto di vista turistico. Emblematico è però il caso di Marmora, un piccolo paese nella valle, che nel 2023 ha raggiunto le 21.000 presenze (De Rossi e Mascino, 2025), ma la cui popolazione si attesta sulle 58 unità, di cui solo 4 con meno di diciotto anni (1 maschio di 16 anni, 1 femmina di 14 anni, 1 femmina di 8 anni, 1 maschio di 4 anni)⁷.

⁶ Fonte dati: Osservatorio turistico Cuneese – www.visitpiemonte-dmo.org/wp-content/uploads/2025/04/Nota_OsservatorioCuneese_Consuntivo2024_IndicazioniPrimavera_DEF.pdf.

⁷ Popolazione residente al 1° gennaio 2025. Fonte: Demoistat.it.

Il confronto tra i dati demografici e i dati turistici mostra chiaramente che il successo del processo di valorizzazione turistica ha generato effetti territoriali variegati. Come ben spiegato in uno studio recente

ci avevamo creduto in tanti a quel progetto capace di coniugare ambiente, eredità storico-culturale, turismo soft e *green*. Ma bisogna avere il coraggio di guardare in faccia la realtà: la patrimonializzazione e la valorizzazione delle risorse non determinano automaticamente abitabilità. Le decine di migliaia di presenze della Val Maira, spesso qualificate (turisti colti e rispettosi, provenienti dal Nord Europa), non hanno generato nuovi servizi, welfare, strutture commerciali locali. Gli operatori, terminata l'alta stagione estiva e invernale, ritornano a valle, verso le pianure, dove ci sono scuole e servizi per le famiglie (De Rossi e Mascino, 2025, p. 44).

Il caso della Valle Maira appare pertanto emblematico di quanto la valorizzazione turistica possa generare effetti ambivalenti dal punto di vista territoriale.

In seguito alla pubblicazione di un articolo di commento al libro su cui è pubblicato l'articolo di De Rossi e Mascino che abbiamo citato, il sindaco di Marmora ha replicato con queste parole:

ad una lettura superficiale parrebbe che la trentennale scelta turistica ambientalmente sostenibile (almeno negli intenti) della valle Maira non sia una storia di successo e con altro tipo di turismo invece i destini sarebbero stati diversi. Sappiamo che non è così perché la montagna soffre ovunque: ma siamo felici e orgogliosi delle scelte fatte in valle e non si deve e non si può guardare ad altri modelli⁸.

Pur dichiarando di sentirsi in accordo con i temi relativi all'abitabilità dei territori e alla necessità di costruire politiche più attente ai cambiamenti che stanno riguardando l'organizzazione sociale ed economica delle montagne, il sindaco non ritiene quindi di dover mettere in discussione il percorso di valorizzazione turistica intrapreso. Si tratta ovviamente di una posizione legittima e comprensibile nel suo contesto, che tuttavia mostra la difficoltà di pensare progetti territoriali per le aree rurali che vadano al di là del turismo come primo fattore di sviluppo economico.

L'esempio della Valle Maira ci aiuta quindi a ragionare su almeno due aspetti di cruciale importanza:

⁸ Fonte: www.ildolomiti.it/altra-montagna/attualita/2025/e-sufficiente-unofferta-turistica-vincente-per-affrancare-le-montagne-dallo-spopolamento-il-dibattito-nasce-dal-modello-valle-maira-0.

- in primo luogo, il fatto che non necessariamente il successo di un progetto di valorizzazione turistica di un territorio genera opportunità per gli abitanti e quindi favorisce la rigenerazione dei processi che stanno alla base della vitalità di un territorio. In assenza di un progetto territoriale di più ampia portata e sviluppato su una scala più grande rispetto a un singolo comune o a una valle, volto ad attivare fattori economici differenti e servizi per i cittadini, lo sviluppo turistico genera un'economia potenzialmente effimera;
- decenni di insistenza sul settore turistico come unico volano dello sviluppo economico per le aree rurali italiane rende ormai molto difficile anche solo immaginare delle alternative, non solo da parte di chi visita i territori, ma anche da parte di chi li abita e agisce attivamente al loro interno con impegno e passione. Il caso della Valle Maira è quindi emblematico del fatto che il turismo genera forme pervasive non solo di etero-rappresentazione ma anche di autorappresentazione.

5.3.2. La costruzione di un paesaggio rurale in Oltrepò Pavese

Un secondo contesto rilevante ai fini della riflessione in atto in questa sede è quello dell'Oltrepò Pavese, dove l'esperienza di alcuni agricoltori (e agricoltrici) permette di mostrare un esempio di paesaggio rurale costruito per attrarre turisti, appagando il senso indotto dal pensiero del paesaggio.

Dal punto di vista storico, il paesaggio rurale dell'Oltrepò Pavese è noto soprattutto per la produzione di vini, che contraddistingue larga parte della porzione collinare di questa regione. In virtù di un'antica tradizione (secondo fonti archeologiche risalirebbe all'epoca romana o addirittura preromana), alla fine del Diciannovesimo secolo erano presenti circa 225 vitigni autoctoni (Maffi, 2010, 2012). Tra questi, solo poco più di una decina sono sopravvissuti agli effetti omologanti indotti dall'industrializzazione dell'agricoltura e dalla standardizzazione dei prodotti agricoli, avvenuta nel corso del Ventesimo secolo (Ravegnani, 1974; Bevilacqua, 2022). Ne è conseguita, ovviamente, una perdita di biodiversità e un degrado delle caratteristiche ecologiche della regione vitivinicola, che tuttavia è stato meno marcato in Oltrepò Pavese, rispetto ad altre regioni italiane. Ciononostante, i vini di questa regione risultano più deboli sul mercato rispetto ad altri prodotti in Italia (si pensi per esempio a Langhe-Roero-Monferrato), per una molteplicità di ragioni che non possiamo approfondire in questa sede, ma tra le quali rientra anche la valorizzazione del paesaggio associato al

vino. Anche per questa ragione, negli ultimi anni sono emerse esperienze legate alla ricerca di soluzioni alternative o complementari rispetto alla specializzazione in ambito vitivinicolo. In questo ambito, è emersa una produzione molto particolare e rilevante dal punto di vista delle riflessioni che stiamo conducendo in questo contributo.

A partire dai primi anni 2000, alcuni agricoltori (o meglio agricoltrici), hanno avviato una conversione di alcune porzioni di territorio storicamente destinata ai vigneti alla produzione di lavanda ibrida e officinale (*lavandula angustifolia*). Alcune aziende si sono così aperte alla multifunzionalità, affiancando alla produzione di vino la coltivazione della lavanda, il cui impatto paesaggistico è evidentemente significativo. Questa riconversione della produzione agricola è particolarmente interessante dal nostro punto di vista, in quanto la lavanda non svolge un ruolo solo dal punto di vista dei prodotti che da essa si possono derivare (oli essenziali, prodotti per la cosmetica, ecc.), ma soprattutto in virtù della sua capacità di generare paesaggi esteticamente apprezzabili da parte degli abitanti delle città.

L'introduzione della lavanda in alcune zone dell'Oltrepò Pavese ha pertanto consentito di avviare un processo di valorizzazione del paesaggio che ha favorito l'attivazione (o il rafforzamento) di flussi turistici soprattutto dalla vicina area metropolitana milanese, cogliendo anche l'occasione offerta dall'aumento della domanda di turismo di prossimità nei complicati anni post-pandemia da Sars-Cov-2.

L'impatto scenico e multisensoriale generato da campi di lavanda in fiore è evidentemente in grado di fare leva sull'immaginario rurale di molti abitanti della città, contribuendo a rilanciare l'immagine dell'Oltrepò Pavese, che negli ultimi anni si era deteriorata perdendo molto del fascino che aveva un tempo, anche a causa delle difficoltà in cui versa il settore viti-vinicolo. Si tratta ovviamente di esperienze puntuali, che non stanno ridefinendo in generale il paesaggio dell'Oltrepò Pavese, che tuttavia offrono interessanti stimoli di riflessione sul rapporto tra produzione agricola e paesaggistica. Le ragioni di questo interesse derivano dal fatto che questa esperienza mostra in modo eclatante il fondamentale ruolo del paesaggio nella valorizzazione turistica del territorio. In particolare, rende evidente il fatto che, in alcuni casi, la "produzione" di paesaggio prevale sulla necessità di avviare colture produttive in sé. Il paesaggio della lavanda in Oltrepò Pavese non ha nessun radicamento storico e, anche se genera un'opportunità di reddito diretto, deve il suo successo soprattutto alla facile associazione di canoni estetici attribuiti alla ruralità che popolano l'immaginario urbano dei potenziali visitatori, ricordando i colori e i profumi di una delle regioni rurali più famose d'Europa, ovvero la Provenza. Tutto ciò non to-

glie nulla all'efficacia delle iniziative imprenditoriali avviate in Oltrepò Pavese, che di per sé paiono più che apprezzabili. Tuttavia, offrono stimoli di riflessione interessanti rispetto alla capacità di produzioni primarie, fortemente orientate alla costruzione del paesaggio, di generare (o sostenere nel medio-lungo periodo) un progetto territoriale in grado di restituire vitalità a un territorio complesso come l'Oltrepò Pavese.

5.3.3. Il valore del paesaggio della pastorizia in Sardegna al di là del turismo

Per concludere questa rapida rassegna, possiamo ragionare su un'ultima tipologia di paesaggio rurale, ovvero quello costruito da alcuni pastori sardi. Con il loro esempio, essi stanno infatti mostrando come sia possibile oggi costruire paesaggi rurali vivi e vitali puntando innanzitutto sulla produzione e sulla qualità della vita (dell'allevatore e del bestiame), lasciando la valorizzazione turistica in secondo piano.

Come noto, la pastorizia esprime un tratto distintivo dell'economia sarda, che ovviamente incide fortemente sui processi di territorializzazione (e de-territorializzazione). In particolare l'allevamento ovino e caprino hanno un peso specifico (in termini sia economici, sia culturali), di fondamentale importanza: nel 2023 in Sardegna è stato allevato rispettivamente il 28,77% e il 47,88% del totale di capi caprino e ovini allevati in Italia⁹. Già solo questi semplici dati ci consentono di comprendere le ragioni per cui, in particolare l'allevamento di ovini, sia talmente importante in Sardegna da rendere le pecore un elemento distintivo dei suoi paesaggi rurali, contribuendo non solo a definirne il significato in senso pratico, ma anche simbolico. Da questo derivano evidentemente potenzialità che prescindono dalla dimensione produttiva in sé, ma anche dalla possibilità di valorizzazione in ambito turistico, connesse all'alta riconoscibilità internazionale dei sistemi rurali connessi alla pastorizia sarda. Non a caso, già negli anni '80 Angioni affermava che «quando in Europa si tratta di pastorizia e di pastoralismo non si può non citare il caso della Sardegna» (Angioni, 1989, p. 11).

A fronte di tutto ciò, in un contesto come quello sardo, che almeno a partire dagli anni '60 ha conosciuto una crescente valorizzazione turistica, rivolta in gran parte alle regioni costiere (Solinas, 1971), sarebbe facile pensare a una conversione della pastorizia a pratica di supporto a forme di turismo rurale utili a valorizzare il vasto entroterra. Le condizioni di

⁹ Fonte dati ISTAT (2023): <https://esploradati.istat.it/databrowser/#/it/dw>.

crescente spopolamento e marginalizzazione che caratterizzano gran parte delle regioni interne della Sardegna, inducono a cercare strategie di sviluppo economico e sociale volte a restituire vitalità a questi territori. In un'epoca nella quale il turismo viene spesso presentato come un'opportunità per le aree marginali, la valorizzazione turistica del paesaggio pastorale potrebbe sembrare la soluzione migliore. Questo effettivamente viene fatto in alcune occasioni (Lampreu, 2023), ma ciò che interessa ai fini della nostra riflessione è notare in che modo la pastorizia continua a svolgere un ruolo in sé, contribuendo a costruire il paesaggio rurale sardo non in virtù del suo potenziale turistico, ma in virtù del suo ruolo produttivo. Non è tutto, perché proprio in virtù di questa vocazione pratica, la pastorizia sarda non si limita a perpetuare pratiche antiche all'insegna di una tradizione congelata nel tempo dai processi di patrimonializzazione. Al contrario, la pastorizia sarda è un patrimonio territoriale, in quanto continua a generare reddito aprendosi all'innovazione senza snaturarsi in alcuni suoi tratti distintivi. L'innovazione introdotta soprattutto da alcune aziende della provincia di Sassari, consiste nella ricerca di modelli produttivi che siano efficaci dal punto di vista quantitativo, ma anche dal punto di vista del benessere animale e della qualità della vita dell'allevatore. In questi territori, innovare a fini produttivi non significa incrementare l'apporto tecnologico allo scopo di intensificare la produzione, al contrario, significa valorizzare competenze ereditate dai padri, sviluppate con la pratica e approfondite con lo studio, per migliorare dal punto di vista qualitativo tutte le fasi della produzione.

Come noto, il lavoro dell'allevatore è molto faticoso e sottopone gli addetti al settore a ritmi di lavoro che molto spesso scoraggiano le nuove generazioni. I più giovani spesso preferiscono abbandonare il mestiere e le terre di famiglia, per dedicarsi ad attività terziarie meno logoranti e potenzialmente più efficaci dal punto di vista della generazione del reddito. Le forme di resistenza identitaria che spesso si associano a pratiche radicate nei territori come la pastorizia in Sardegna, incrementano pertanto il rischio di abbandono dei territori rurali, in quanto nel passaggio tra le generazioni rischiano di generare delle cesure con effetti territoriali devastanti. Per questo motivo, la scelta di alcuni allevatori del sassarese di cambiare il loro modo di produrre e di vivere, al fine di poter continuare a svolgere il loro lavoro e, indirettamente, di mantenere il loro ruolo come presidio del territorio, è di fondamentale importanza dal punto di vista di questa analisi. Alcune delle innovazioni più significative, tra quelle introdotte, riguardano per esempio la scelta di ridurre le mungiture da due (la mattina e la sera) a una (la mattina). Si tratta di un processo che

richiede molto tempo e una forte competenza, in quanto le pecore devono gradualmente cambiare dal punto di vista fisiologico e delle abitudini. In questo modo si verifica un lieve calo nella produzione di latte (tollerabile secondo gli allevatori), ma in cambio gli animali risultano meno stressati e anche gli allevatori riescono a vivere a ritmi più compatibili con la contemporaneità. Non sono infatti più obbligati a giornate di lavoro infinite e quasi senza soluzione di continuità (ormai anacronistiche), possono quindi partecipare alla vita sociale, avendo la possibilità di liberare alcune ore del giorno non più dedicate esclusivamente al lavoro. Già da queste sintetiche suggestioni, si può evincere come questa esperienza mostri in che modo un paesaggio rurale possa rimanere vivo e vitale senza fondare la propria esistenza sull'estetizzazione di alcuni tratti che lo caratterizzano. Tutto ciò non esclude, ovviamente, la possibilità di una valorizzazione anche turistica del paesaggio, ma questa avviene solo in seconda istanza, come attività utile a generare plusvalore, mentre il valore economico fondamentale deriva dal lavoro nel primario, su cui si fonda anche il senso del paesaggio.

5.4. Conclusioni

Sulla base di alcuni stimoli teorici e di esperienze riferite a specifici contesti territoriali, in questo contributo abbiamo cominciato a costruire una proposta per una teoria del paesaggio che auspiciamo possa essere utile ad affrontare alcuni problemi che riguardano il turismo contemporaneo. Nella prima parte del testo, speriamo di avere illustrato efficacemente le ragioni per cui riteniamo necessario elaborare nuovi strumenti concettuali, allo scopo di comprendere la dinamicità del fenomeno turistico contemporaneo e gli effetti totalizzanti che la diffusione di questa pratica stanno avendo sui territori a varie scale. Per questo motivo, abbiamo provato a mettere in discussione alcuni modelli tradizionali e a ripartire sulla scia del cammino proposto alla fine degli anni '90 del Ventesimo secolo dagli studi sulla decostruzione dello spazio turistico nella postmodernità (Minca, 1996a; 1996b; 1997). Abbiamo quindi cercato, in una letteratura scientifica riferita a diversi ambiti disciplinari, gli stimoli intellettuali più adatti a costruire una base di pensiero coerente. In particolare, le riflessioni offerte dai lavori di Remotti (1996; 2010; 2019), Magnaghi (2010; 2022), Berque (2022) e Turco (2010), ci hanno permesso di proporre una concezione del paesaggio che riteniamo utile dal punto di vista degli studi sul turismo, in quanto non più radicata nella dimensione identitaria, ma anco-

rata alla relazionalità e alla processualità che caratterizzano la produzione (e ri-produzione) del territorio. Questa prospettiva pensiamo possa essere in grado di offrire un'alternativa credibile alle logiche consumistiche che in molti casi caratterizzano il turismo. Infatti, restituendo al paesaggio la sua complessità, possiamo recuperare la sua funzione come interfaccia tra rappresentazione simbolica e trasformazione materiale. A partire da questo, riteniamo sia possibile indirizzare gli studi sul turismo verso un atteggiamento critico nei confronti della mercificazione dei territori, da cui derivano molti dei problemi che oggi si associano al cosiddetto *overtourism* (Pechlaner *et al.*, 2020).

Le riflessioni proposte in questo contributo sono ancora a uno stato di avanzamento iniziale e necessiteranno di ulteriori approfondimenti teorici e di studi applicati; tuttavia possiamo provare a cominciare a delineare alcune riflessioni conclusive.

In primo luogo, abbiamo messo in evidenza i problemi connessi alla valorizzazione economica delle identità. Come ben evidenziato da Remotti (1996; 2010; 2019), il discorso identitario è molto efficace in virtù della sua semplicità. Per questo motivo facilita la costruzione di un valore economico associato a specifiche visioni sul paesaggio, ma al tempo stesso lo trasforma in merce, lo consuma e di conseguenza deteriora i territori di cui è una configurazione (Turco, 2010). Siamo consapevoli che la nostra proposta di contrapporre al paesaggio identitario il paesaggio affine, produce un discorso più debole e meno efficace dal punto di vista del marketing, in quanto propone di ambire alla complessità e non costruisce un'immagine semplice e accattivante. Nel breve periodo un progetto territoriale fondato sul paesaggio affine genererebbe pertanto flussi economici inferiori, ma probabilmente non comprometterebbe le dinamiche territoriali. Favorendo la coesione che dovrebbe essere alla base del progetto locale (Magnaghi, 2010), nel lungo periodo potrebbe generare una maggiore stabilità e quindi una maggiore sostenibilità del progetto stesso. È evidente che un progetto di questo tipo non riuscirebbe a generare gli incassi che il turismo potrebbe garantire, si tratterebbe quindi di scegliere le priorità su cui puntare, se dare maggior peso all'accumulazione di ricchezza o al sostegno ai processi sociali ed ecologici che rendono vitale un territorio. In definitiva, a nostro avviso, il punto è scegliere se scommettere esclusivamente sul turismo, o provare a percorrere anche altre vie al fine di ridurre il rischio di esporre i territori (e di conseguenza le comunità umane e le dinamiche ecologiche) all'andamento altalenante e imprevedibile del mercato.

La nostra proposta per un paesaggio affine, si basa sulla consapevolezza della forza con cui il pensiero del paesaggio (Berque, 2022) incide sul

turismo contemporaneo. Si fonda quindi sulla rilevazione dei rischi connessi alla riduzione del paesaggio a un'immagine, spesso stereotipata, che tende a ridurre la complessità comprimendola in significati univoci ad uso del mercato turistico. Da questo, possono sorgere le narrazioni identitarie su cui si fonda il discorso turistico sul paesaggio, che lo presenta come espressione di una realtà che deriva dalla storia e si è cristallizzata definitivamente nelle forme attuali.

Recuperare il senso complesso del paesaggio nel progetto territoriale significa considerarlo come entità dinamica e in divenire, smontare le narrazioni omologanti indotte dal turismo e costruire una base epistemologica utile a studiare il fenomeno turistico riducendo il rischio di essere abbagliati dai discorsi che ne stanno alla base. Un rischio che non riguarda solo i potenziali visitatori, ma anche gli abitanti, infatti non solo l'etero-rappresentazione dei territori può essere alterata dal turismo, ma alla lunga anche nell'auto-rappresentazione può accadere di fare sempre più fatica a distinguere il paesaggio dalla sua immagine turistica.

A nostro parere, il paesaggio affine offre l'occasione per guardare al passato come opportunità per rivolgersi al futuro. Proponendo di sostituire al discorso sull'identità, quello sull'affinità (o sulla somiglianza, per usare il linguaggio di Remotti), auspiciamo quindi che la ricerca scientifica possa giungere a offrire il proprio contributo nell'ambito di progetti territoriali che possono comprendere il turismo al loro interno, ma che non possono partire da esso, né vederlo come principale opportunità di reddito. Il rischio, che a nostro avviso non vale la pena correre, consiste nell'indebolimento del substrato sociale locale, che può cessare di produrre territorio per dedicarsi esclusivamente alla sua vendita come prodotto turistico. Il pericolo, insomma, consiste nella possibile trasformazione degli abitanti in operatori del marketing inconsapevoli. Questi ultimi, infatti, a volte iniziano a guardare al proprio territorio secondo i filtri delle narrazioni turistiche, venendo a loro volta abbagliati dalla possibilità di un guadagno immediato e facile. In questo modo espongono (spesso inconsapevolmente), i territori al rischio di un degrado nel medio e lungo periodo. Questo degrado che non significa necessariamente declino della località turistica (Butler, 1980; Miossec, 1977), ma del progetto territoriale, in quanto non più guidato da abitanti che agiscono in virtù del loro legame profondo con il territorio, bensì soltanto in virtù di visioni stereotipate e banalizzanti, o della ricerca di un profitto basato sul consumo delle risorse locali.

Bibliografia

- Arendt H. (2019, ed. or. 1958). *Vita Activa. La condizione umana*, Bompiani.
- Bartaletti F. (2004). *Geografia e cultura delle Alpi*, FrancoAngeli.
- Berger P.L., Luckmann T. (1969, ed. or. 1966). *La realtà come costruzione sociale*, Il Mulino.
- Berque A. (2022, ed. or. 2008). *Pensare il paesaggio*, Mimesis.
- Besse J.M. (2008). *Vedere la Terra. Sei saggi sul paesaggio e la geografia*, Bruno Mondadori.
- Bevilacqua P. (2022). *Un'agricoltura per il futuro della terra. Il sistema di produzione del cibo come paradigma di una nuova era*, Slow Food Editore.
- Bonesio L. (1997). *Geofilosofia del paesaggio*, Mimesis.
- Butler R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources, in *Canadian Geographer*, vol. 24, n. 1 pp. 5-12.
- Castiglioni, B. (2022). *Paesaggio e società. Una prospettiva geografica*, Carocci.
- Claval P. (1972). *L'evoluzione storica della geografia umana*, FrancoAngeli.
- De Rossi A., Mascino L. (2025). in Collettivo l'altra montagna, *La montagna, con altri occhi. Ridisegnare le terre alte*, People.
- Dematteis G. (a cura di). (2011). *Montanari per scelta*, FrancoAngeli.
- Duhamel P. (2018). *Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs, territoires*, Armand Colin.
- Farinelli F. (1991). L'arguzia del paesaggio, in *Casabella*, vol. 575-576, pp. 10-12.
- Gavinelli D. (2012). *Il paesaggio: percorsi multidisciplinari, segni culturali, significati geografici*, in A.G. Dal Borgo, D. Gavinelli (a cura di). *Il paesaggio nelle scienze umane. Approcci, prospettive e casi di studio*, Mimesis, pp. 211-236.
- Hoerner J.-M. (2000). Pour la reconnaissance d'une science touristique, in *Revue Espaces*, vol. 173, pp. 18-20.
- Hoerner J.-M. (2003). *Traité de tourismologie. Pour une nouvelle science touristique*, Presses de l'Université de Perpignan.
- Jakob M. (2009). *Il paesaggio*, Il Mulino.
- Jameson F. (1989). *Il Postmoderno*, Milano.
- Kadri B., Bédard F. (2005). Vers une science du tourisme?, in *Téoros. Revue de Recherche en Tourisme*, vol. 24, n. 2, pp. 77-80.
- Kadri B., Bédard F. (2006). Vers les "sciences du tourisme"? Complexité et transdisciplinarité, in *Téoros. Revue de Recherche en Tourisme*, vol. 25, n. 1, pp. 62-64.
- Lampreau S. (2023). *Aree rurali e turismo. Politiche, strumenti e strategie di sviluppo territoriale*, Tab edizioni.
- Lanzani A. (2011). *In cammino nel paesaggio. Questioni di urbanistica e di geografia*, Carocci.
- Maffi L. (2010). *Storia di un territorio rurale. Vigne e vini nell'Oltrepò Pavese. Ambiente, società, economia*, FrancoAngeli.

- Maffi L. (2012). *Natura docens. I vignaioli e sviluppo economico dell'Oltrepò Pavese nel XIX secolo*, FrancoAngeli.
- Maggioli M., Tanca M. (2022). *Pensiero paesaggista e pensiero del paesaggio*, in A. Berque, *Pensare il paesaggio*, Milano-Udine, Mimesis, pp. 15-36.
- Magnaghi A. (2010). *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Bollati Boringhieri.
- Magnaghi A. (2020). *Il principio territoriale*, Bollati Boringhieri.
- Martínez de Pisón E. (2016 ed. or. 2009). *Miradas sobre el paisaje*, Editorial Biblioteca Nueva.
- Mazza G., Zanolini G. (2025). *Paesaggi rurali in ricomposizione tra Sardegna e Lombardia*, Mimesis.
- Metta A. (2022). *Il paesaggio è un mostro. Città selvatiche e nature ibride*, Derive Approdi.
- Minca C. (1996a). *Spazi Effimeri*, Cedam.
- Minca C. (1996b). Lo spazio turistico postmoderno, in AA.VV., *Il viaggio. Dal grand tour al turismo post-industriale*, Edizioni Magma, pp. 123-133.
- Minca C. (1997). (De)costruire lo spazio turistico, in *Bollettino della Società Geografica Italiana*, vol. XII, n. II, pp. 511-522.
- Miossec J.M. (1977). Un model de l'espace touristique, in *L'Espace géographique*, vol. 6, pp. 41-48.
- Pechlaner H., Innerhofer E., Erschbamer G. (eds.). (2020). *Overtourism. Tourism Management and Solutions*, Routledge.
- Pettenati G. (2012). *Nuovi abitanti, nuovi territori e nuove reti sulle Alpi piemontesi. I casi di Stroppo (Val Maira) e Rore (Val Varaita)*, in M. Varotto, B. Castiglioni (a cura di). *Di chi sono le Alpi?*, Padova University Press, pp. 239-250.
- Pettenati G. (2014). *Valle Maira*, in F. Corrado, G. Dematteis, A. Di Gioia (a cura di). *Nuovi montanari. Abitare le Alpi nel XXI secolo*, FrancoAngeli, pp. 87-99.
- Ravegnani A. (1974). *I vini dell'Oltrepò Pavese*, Mazzotta Editore.
- Remotti F. (1993). *Luoghi e corpi. Antropologia dello spazio, del tempo e del potere*, Bollati Boringhieri.
- Remotti F. (1996). *L'ossessione identitaria*, Laterza.
- Remotti F. (2010). *Contro l'identità*, Laterza.
- Remotti F. (2019). *Somiglianze. Una via per la convivenza*, Laterza.
- Roger A. (2009, ed. or. 1997). *Breve trattato sul paesaggio*, Sellerio.
- Solinas G.A. (1971). *Appunti ed osservazioni sul turismo in Sardegna*, Gallizzi.
- Tanca M. (2025). *Paesaggio/paesaggi: singolare plurale*, in M. Tanca (a cura di). *Paesaggio/paesaggi. Singolare plurale*, FrancoAngeli, pp. 9-55.
- Vallega A. (2004). *Le grammatiche della geografia*, Pàtron.

6.

SUPPORTO DECISIONALE E INNOVAZIONE: LA RICERCA OPERATIVA NEL CONTESTO DELLO SVILUPPO TURISTICO

di *Daniela Ambrosino*

6.1. Introduzione

La ricchezza del patrimonio artistico, storico, culturale e naturalistico italiano fa sì che l'Italia sia riconosciuta come meta turistica di primaria importanza e pertanto risulta fondamentale valorizzare e integrare i territori in destinazioni logicamente e logisticamente connesse, in modo da rendere il turismo motore di sviluppo economico e sociale su scala nazionale. Questo è tanto più necessario quanto più vogliamo valorizzare lo sviluppo turistico locale, di quei borghi e di quelle piccole realtà che sono numerose sul territorio italiano. Il settore turistico è un settore in continua espansione, i dati ISTAT aggiornati disponibili a giugno 2025 (Ministero del turismo, 2025) evidenziano arrivi e presenze in crescita, con una permanenza media pari a circa 3,5 notti per visitatore, in crescita sia per i turisti stranieri, sia per gli italiani. È un settore che richiede oggi più che mai una pianificazione accurata, una gestione efficiente delle risorse, una profonda comprensione delle dinamiche del mercato e, soprattutto, la capacità di prendere decisioni informate e strategiche. Le piccole imprese, e le microimprese, tipiche del settore turistico italiano, sono scarsamente digitalizzate e troppo spesso prendono decisioni sulla base di intuizioni, delle esperienze passate o sulla spinta di interessi particolari per obiettivi di brevissimo termine, senza un'adeguata base quantitativa e un'analisi rigorosa dei dati disponibili. Questo modo di operare non è più sostenibile in un settore dinamico, competitivo e caratterizzato da turisti sempre più variegati e alla ricerca di esperienze differenti.

Il Piano Strategico del Turismo (PST, 2023-2027), un documento per la pianificazione e lo sviluppo del turismo in Italia, *delinea le priorità e le azioni strategiche per promuovere un turismo sostenibile, innovativo e*

competitivo a livello internazionale, sottolineando come principali sfide future la digitalizzazione, la sostenibilità ambientale e l'inclusione. Nel PST vengono elencate alcune criticità del settore turistico, tra cui menzioniamo la frammentazione territoriale dell'offerta, il fenomeno di *overtourism*, il rischio di inadeguata valorizzazione di alcuni territori, e il ritardo nella transizione digitale di strutture e infrastrutture. Le risposte a queste criticità rientrano tra gli obiettivi del PST e in particolare citiamo qui quelle risposte e quelle azioni che la ricerca operativa e le nuove tecnologie possono supportare. Tra gli obiettivi del PST c'è quello di *creare una rete sempre più strutturata per un'industria di settore che sia integrata e portatrice di una visione e finalità condivise*.

L'importanza della collaborazione tra i diversi attori che fanno parte della supply chain turistica (TSC) viene sottolineata anche da numerosi ricercatori. La creazione di un prodotto turistico coinvolge spesso molte parti che offrono servizi e prodotti diversi, rendendo la struttura della TSC molto complessa (Zhang *et al.*, 2009; Mancini *et al.*, 2022). L'obiettivo principale dell'industria turistica è quello di soddisfare al meglio le esigenze dei clienti finali (i turisti). La collaborazione tra i principali soggetti di una TSC è fondamentale per il successo di un prodotto e contribuisce all'ottimizzazione dell'intera catena (Szpilko, 2017). Ma pensiamo ai vantaggi che si potrebbero ottenere mettendo in rete non solo operatori della TSC ma anche musei, borghi o destinazioni. Queste reti permetterebbero di offrire nuovi prodotti e servizi turistici spostando l'attenzione e i flussi dei turisti anche verso destinazioni meno note, risolvendo almeno in parte il problema dell'*overtourism*, e rispondendo anche ad una nuova domanda turistica da parte di coloro che chiedono l'autenticità del viaggio e sono alla scoperta di culture locali.

Mettere in rete non è sufficiente, servono nuovi modelli di mobilità sostenibile, mobilità lenta (sentieri e cammini, ferrovie storiche, percorsi ciclabili), mobilità condivisa (car sharing/car pooling, bike sharing) mobilità intelligente (servizi organizzati a chiamata con politiche di pricing adeguate per incentivare la condivisione). Un adeguato sistema di trasporto è necessario per favorire lo sviluppo delle destinazioni minori e per permettere una gestione dei flussi turistici volta alla delocalizzazione. L'integrazione del sistema di trasporto e l'intermodalità sono due fattori chiave per incrementare i collegamenti delle destinazioni minori. A supporto della progettazione di servizi *SmartCity* per la mobilità sostenibile possiamo far riferimento al progetto *ROME Digital Hub* collocato all'interno del *Programma Europa Digitale* a sostegno della trasformazione digitale delle società e delle economie europee, con particolare riferimento alle piccole e

medie imprese (PMI) e alla Pubblica Amministrazione (PA). Questo progetto permette alle PMI e alla PA di testare prima di investire, grazie ad un servizio di consulenza gratuito (esclusivamente per un certo numero di soggetti) realizzato da esperti del CNR- IAC.

Il progetto ROME Digital Hub è a supporto della transizione digitale che rappresenta un altro elemento cruciale sottolineato dal PST. Favorire la transizione digitale, ovvero consentire a tutti gli operatori turistici di beneficiare pienamente delle opportunità offerte dalla digitalizzazione e dalle nuove tecnologie. Si tratta di strumenti di intelligenza artificiale che permettono di raccogliere ed elaborare moltissimi dati, di sviluppare software e app a supporto dei turisti ma anche a supporto delle destinazioni turistiche. Grazie a tutto ciò, i turisti potranno godere a pieno dell'esperienza turistica organizzando meglio i propri itinerari in modo da soddisfare al massimo le aspettative (grazie a un sistema di preferenze che può guidare le scelte), in modo da evitare code, smistando così i flussi in maniera efficiente. Nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), è stato avviato un progetto per la creazione di un *Hub digitale del turismo* con l'obiettivo di permettere la gestione integrata dell'offerta turistico-ricettiva italiana, per migliorare il coordinamento, a livello nazionale, delle azioni di promozione delle destinazioni turistiche, fino ad arrivare ad offerte turistiche personalizzate.

La ricerca operativa, la statistica, l'intelligenza artificiale possono essere integrate in queste piattaforme, in semplici app o in software di supporto alle decisioni sia per offrire prodotti e servizi su misura in base alle richieste dei turisti, sia per permettere alle imprese di massimizzare i benefici e ridurre i rischi nella progettazione dell'offerta turistica, ed infine anche per supportare la governance nel raggiungimento di macro obiettivi.

Il settore turistico contribuisce in modo significativo all'occupazione e allo sviluppo economico delle destinazioni turistiche e delle aree circostanti (Rebollo e Baidal, 2003). Questo capitolo si propone di esplorare il ruolo che la ricerca operativa, le nuove tecnologie e l'intelligenza artificiale possono avere nel migliorare il processo decisionale nel settore turistico, promuovendo l'innovazione, la sostenibilità e la competitività delle destinazioni, competitività basata sulla valorizzazione dei territori e la promozione del patrimonio culturale.

Il presente capitolo è strutturato come segue: nella sezione 2 verranno presentati i diversi strumenti che possono supportare il decisore nel complesso processo decisionale. Nella terza sezione l'attenzione sarà sull'innovazione e sull'uso dei big data nel settore turistico. Nella quarta sezione verranno forniti alcuni esempi di applicazioni della ricerca operativa nel settore turistico. La sezione 5 sarà dedicata alle conclusioni.

6.2. La ricerca operativa nei processi decisionali

La Ricerca Operativa (RO) è un insieme di metodi e modelli matematici a supporto delle decisioni per un uso efficiente delle risorse disponibili in quantità limitata che sono necessarie per la produzione di beni e servizi. L'obiettivo di ogni manager è quello di ottenere il massimo beneficio possibile dall'utilizzo delle risorse che ha a disposizione e questo obiettivo guida anche gli strumenti di ricerca operativa. Decisori, analisti e ricercatori collaborano per dare le migliori risposte ai problemi decisionali che i decisori quotidianamente affrontano, siano questi problemi di natura strategica, tattica oppure operativa.

Il concetto di beneficio è cambiato nel tempo e oggi l'attenzione è più che mai puntata sull'obiettivo della sostenibilità: dai benefici intesi come mera possibilità di ottenere vantaggi economici oggi parliamo di sostenibilità ambientale, sociale ed economica (Purvis *et al.*, 2019). Abbiamo quindi più obiettivi, spesso in contrasto tra loro, che devono essere perseguiti. L'attenzione andrà quindi alla ricerca del miglior utilizzo delle risorse disponibili, per trovare il miglior punto di equilibrio tra questi tre diversi obiettivi di sostenibilità. Non esiste infatti una sola soluzione ottimale per questi problemi di natura multi obiettivo¹. Esistono piuttosto diverse soluzioni efficienti (Deb, 2014), soluzioni che non sono dominate da altre soluzioni, ovvero soluzioni per cui non è possibile migliorare un obiettivo senza peggiorarne un altro (soluzioni che compongono la frontiera di Pareto). Avere strumenti in grado di fornire soluzioni efficienti è quello a cui deve tendere un buon gruppo di manager che collaborano per la riuscita del loro prodotto e/o servizio. Solitamente si ricorre ai modelli di ottimizzazione perché le soluzioni possibili (teoricamente dette ammissibili) sono molte e non facilmente individuabili dai decisori. Quando è possibile per il decisore definire a priori un insieme di alternative possiamo far riferimento agli strumenti offerti dal *Multiple criteria decision analysis* (MCDA), una branchia della ricerca operativa. L'analisi e i metodi decisionali multicriterio sono particolarmente indicati per affrontare problemi decisionali complessi, caratterizzati da obiettivi confliggenti, forme di dati eterogenee e alti livelli di incertezza, dove di fatto le alternative vengono determinate

¹ Nei problemi decisionali con un solo obiettivo, risolti tramite un modello di ottimizzazione, per soluzione ottimale si intende quella soluzione che massimizza il beneficio rispettando contemporaneamente tutti i vincoli, ovvero le condizioni imposte. Può essere ad esempio la soluzione che massimizza il livello di soddisfazione dei clienti/turisti o quella che minimizza i tempi di percorrenza. Per approfondimenti sui modelli di ottimizzazione si rimanda a Hillier e Lieberman (2021).

a priori dai manager che definiscono anche un insieme di criteri per valutarle. MCDA supporta il decisore nella scelta dell'opzione preferibile (*choice problem*), nell'ordinamento delle opzioni dalla migliore alla peggiore (*ranking problem*) oppure nella loro assegnazione a classi ordinate (*sorting problem*) (Durbach e Stewart, 2012).

La ricerca operativa offre quindi un supporto alle decisioni e può aiutare i decisori a perseguire tutti gli obiettivi di sostenibilità accennati pocanzi. Ma perché è necessario parlare anche di innovazione? La ricerca operativa è una disciplina ormai matura e consolidata, le sue radici risalgono agli anni '40, quando fu formalizzata durante la seconda guerra mondiale per risolvere problemi militari complessi. Da allora si è evoluta e utilizza strumenti matematici e computazionali (programmazione lineare e intera, teoria delle code, simulazione, algoritmi di ottimizzazione, ecc.) per supportare decisioni complesse. La ricerca operativa si sta ancora evolvendo, integrando la potenza computazionale e le tecnologie digitali: l'utilizzo di Big Data, algoritmi di machine learning e intelligenza artificiale ha permesso di sviluppare modelli *data-driven*, metaeuristiche avanzate e sistemi di supporto alle decisioni in tempo reale. Oggi si combinano metodi matematici tradizionali con tecniche di intelligenza artificiale (AI) (previsione, ottimizzazione adattativa, apprendimento automatico) per affrontare problemi su scala maggiore, con maggiore velocità e robustezza (Wandelt *et al.*, 2025).

Per comprendere come avvenga questa integrazione, è utile fare un passo indietro e analizzare gli elementi chiave che influenzano il processo decisionale. L'atto di prendere decisioni efficaci richiede innanzitutto un adeguato patrimonio di informazioni: è fondamentale conoscere profondamente il problema e considerare tutte le implicazioni che il sistema in cui operiamo può esercitare sulla problematica stessa. Queste implicazioni possono derivare da vari fattori, quali le normative che pongono numerosi vincoli all'operatività delle imprese, o i diversi gusti e preferenze dei potenziali clienti, che rappresentano le principali fonti di domanda di beni e servizi. Un aspetto altrettanto importante è valutare le conseguenze della decisione sull'intero sistema, poiché ci troviamo all'interno di un contesto caratterizzato da molteplici legami e interdipendenze. Comprendere questa rete di relazioni è essenziale per formulare strategie e interventi efficaci, in grado di favorire uno sviluppo turistico sostenibile e innovativo. Il decisore deve essere in grado di condurre un'analisi accurata del sistema che lo circonda e del problema specifico, avendo ben chiaro il proprio patrimonio di risorse e gli obiettivi da perseguire. Solo così può fornire a esperti di sistemi di supporto alle decisioni e ad analisti tutte le informazioni e i dettagli necessari.

Questi professionisti si attiveranno per raccogliere, organizzare e analizzare i dati, scegliendo i metodi decisionali più opportuni. Questo processo permette di costruire un sistema di supporto alle decisioni (DSS) in grado di individuare soluzioni alternative, valutarle e selezionare quelle più adeguate.

Proprio quando entrano in gioco gli esperti dell'ottimizzazione, del data science e della teoria delle decisioni con l'obiettivo di creare un DDS, le nuove tecnologie svolgono un ruolo cruciale. La statistica è sempre stata complementare alla ricerca operativa permettendo l'analisi dei dati storici e l'estrapolazione di quei dati di input necessari ai modelli decisionali. Oggi agli strumenti statistici si affiancano altri strumenti di analisi. La proliferazione di sensori IoT, i social media, le piattaforme di e-commerce e i sistemi di monitoraggio online generano un flusso continuo di dati, un vero e proprio big data che, se opportunamente gestito, può fornire una comprensione molto accurata dei fenomeni in esame. La sfida consiste nel selezionare, filtrare ed elaborare questo immenso volume di dati, estrapolandone informazioni utili per il processo decisionale². La teoria della decisione sottolinea l'importanza di una corretta stima delle probabilità associate ai diversi scenari possibili. Tali stime, per essere affidabili, necessitano di una base dati robusta e di modelli predittivi validati empiricamente. L'utilizzo di strumenti quali la regressione multipla, le serie temporali, le tecniche di data mining e, più recentemente, gli algoritmi di machine learning, è ormai un'esigenza per chiunque ambisca a operare in contesti decisionali complessi. L'intelligenza artificiale, in particolare, offre strumenti avanzati per l'analisi predittiva e la simulazione di scenari, consentendo di valutare l'impatto potenziale delle diverse decisioni. Recentemente, Montenegro *et al.*, 2025 hanno proposto un approccio operativo volto a fornire alle autorità cittadine strumenti concreti per valutare gli impatti potenziali e le tempistiche delle scelte di policy contribuendo a ridurre l'incertezza nella pianificazione e nell'implementazione degli interventi.

Prima di procedere nella trattazione facciamo un breve promemoria: per avere soluzioni utilizzabili ricordiamoci che i modelli sono una rappresentazione astratta della realtà e quindi è necessario un'analisi accurata dei processi e del contesto operativo; ricordiamoci anche che si tratta di strumenti a supporto delle decisioni che non intendono sostituire il decisore ma solo affiancarlo; non è infatti possibile includere in un modello matematico, e più in generale in un DDS, tutti quegli aspetti che il decisore terrà in considerazione nel momento in cui prenderà la propria decisione.

² Le nuove tecnologie entrano in campo anche in altre fasi del processo decisionale, ad esempio nella selezione dell'approccio risolutivo più opportuno e promettente.

6.3. Innovazione e big data nel settore turistico

I big data e l'intelligenza artificiale stanno riconfigurando il turismo verso modelli di *smart tourist destination*. Possiamo affermare che il concetto di destinazione turistica *smart* nasce dall'interconnessione digitale tra destinazioni, comunità di *stakeholder* e piattaforme dinamiche, che generano intensi flussi di conoscenza e migliorano i sistemi di supporto alle decisioni (Buhalis, Amaranggana, 2015; Jovicic, 2019). La diffusione di social network e applicazioni digitali rende il turismo sempre più configurabile come esperienza, frutto di collaborazione, co-creazione e digitalizzazione (Aarikka-Stenroos e Jaakkola, 2012; Neuhofer *et al.*, 2013; Lu *et al.*, 2015).

I turisti, durante il viaggio e nei processi decisionali e comunicativi, producono grandi volumi di dati (sensori, micro-device, telecamere, check-in, recensioni). Questi big data rappresentano una base promettente per sviluppare destinazioni smart e per permettere alle imprese turistiche e alle destinazioni turistiche di personalizzare l'offerta, di progettare servizi su misura e di monitorare i flussi turistici per gestire al meglio le capacità, evitando anche situazioni di sovraffollamento turistico. Proviamo a fare qualche esempio per capire meglio.

Sensori IoT installati in aree di interesse turistico, come musei, parchi o centri storici, possono monitorare in tempo reale il numero di visitatori, i loro percorsi e i tempi di permanenza. Questi dati possono essere utilizzati per ottimizzare la gestione della folla, prevenire la congestione e migliorare l'esperienza dei visitatori. Gli algoritmi di Machine Learning (ML) possono analizzare i dati demografici, le preferenze e i comportamenti dei turisti (raccolti attraverso app, siti web e sistemi di prenotazione online) per offrire raccomandazioni personalizzate su hotel, ristoranti, attività e itinerari. Questo aumenta la soddisfazione dei clienti e incentiva la fidelizzazione. L'AI può essere utilizzata per analizzare le recensioni online, i commenti sui social media e i feedback dei clienti per valutare la percezione di una destinazione turistica, di un hotel o di un'attrazione. Questo consente di identificare punti di forza e di debolezza, e di intervenire tempestivamente per migliorare l'offerta. Modelli predittivi basati sull'AI possono analizzare dati storici, informazioni meteorologiche, eventi speciali e tendenze di mercato per prevedere la domanda turistica in una determinata destinazione. Questo consente di pianificare adeguatamente le risorse, ottimizzare i prezzi e gestire la capacità.

Tuttavia, l'adozione pratica di questi strumenti innovativi resta limitata: molte potenzialità sono ancora teoriche o circoscritte a casi esemplari, a causa di barriere tecniche, manageriali e normative. Ardito *et al.* (2019) si

propone di indagare aspetti chiave per tradurre la trasformazione digitale in risultati pratici: in che modo i big data supportano il decision-making nel management turistico; come favoriscono la co-creazione di esperienze locali digitali e la competitività delle destinazioni; quali sono le implicazioni per il knowledge management nel turismo intelligente; come influenzano l’innovazione dei business model; e infine come possono migliorare la qualità dei servizi offerti da organizzazioni pubbliche e private. Studi empirici mostrano applicazioni concrete: sistemi di *big data analytics* migliorano l’online reputation management e la competitività di destinazioni di nicchia (Cillo *et al.*, 2019); le piattaforme che organizzano e rendono fruibili grandi raccolte di dati (es. Google Arts & Culture) facilitano la creazione di valore e l’allineamento di interessi tra *stakeholder* (Pesce *et al.*, 2019). D’altro canto, emergono criticità significative come ad esempio i rischi di privacy e sicurezza derivanti da dati di localizzazione e social mining (Vu *et al.*, 2018).

Per i decisori locali e i manager turistici, ciò comporta la necessità di investire in governance dei dati, competenze analitiche e infrastrutture tecnologiche, oltre a definire metriche condivise per valutare gli impatti. Un approccio integrato basato su raccolta e integrazione di dati, analytics descrittiva e predittiva, e modelli decisionali/ottimizzazione, può tradurre i big data in vantaggi concreti per la competitività e la sostenibilità delle destinazioni turistiche.

Alle destinazioni turistiche minori per realizzare questi risultati senza investimenti insostenibili è consigliabile partire con pilot focalizzati. Cruciale è la costruzione di una governance locale per la condivisione e la qualità dei dati – accordi tra comune, operatori, associazioni e piattaforme – e investire in *capacity building* per interpretare i risultati. Le principali barriere delle piccole comunità (risorse finanziarie limitate, carenza di competenze, infrastrutture e problemi di privacy/competitività) possono essere mitigate con uso di soluzioni cloud e strumenti low-cost, e l’adozione di pratiche *privacy-by-design* (anonimizzazione e minimizzazione dei dati), partnership con università o centri tecnologici. Si pensi ad esempio al Progetto ROME Digital Hub, già menzionato nell’introduzione, che offre la possibilità anche a piccole realtà di avere una progettazione per verificare la fattibilità e i risultati potenziali di un sistema innovativo.

Un approccio progressivo e misurabile, fondato su chiari indicatori di performance (KPI), permette di trasformare i big data in vantaggi concreti per la competitività e la sostenibilità locale.

6.4. Applicazioni della ricerca operativa

In questa sezione vengono descritte diverse applicazioni della RO nel settore turistico.

6.4.1. Modelli per la distribuzione efficiente delle risorse

Il primo esempio riguarda uno studio sviluppato per promuovere una gestione efficiente delle risorse, in particolare nella fase di pianificazione di iniziative di turismo sostenibile (Arborino *et al.*, 2021). Come già detto nelle sezioni precedenti, si tratta di un settore in cui diversi elementi ostacolano l'attuazione di politiche sostenibili, e tra questi ricordiamo il numero elevato di attori coinvolti, la presenza di obiettivi confliggenti e la necessità di razionalizzare risorse limitate. Questi stessi elementi aumentano il rischio di allocazioni di risorse non ottimali (Onder *et al.*, 2013). In questo contesto la RO può dare un importante contributo.

Arbolino *et al.* (2021) propongono un modello di ottimizzazione multi-obiettivo per migliorare la selezione di progetti turistici finanziati pubblicamente, al fine di allocare le risorse in modo più efficiente e integrare gli aspetti della sostenibilità. I sistemi di supporto alle decisioni basati su tecniche multi-obiettivo permettono una valutazione efficace degli effetti delle politiche turistiche e contribuiscono a migliorarne la sostenibilità (Shcherbina, Shembeleva, 2014). Il modello proposto valuta gli impatti ambientali, sociali ed economici per scegliere le attività turistiche che massimizzano l'utilità complessiva degli *stakeholder*. L'approccio proposto supporta i decisori politici nella pianificazione turistica sostenibile permettendo una valutazione più completa degli interventi sulla base di vincoli legislativi e obiettivi di sostenibilità. Per testare il modello è stato analizzato un caso reale: un bando di una pubblica amministrazione italiana finalizzato a sostenere l'attrattività di aree urbane. Gli autori sottolineano che la principale limitazione del loro lavoro riguarda il fatto che le priorità espresse nel modello, ovvero l'importanza data ai diversi obiettivi perseguiti, non riflettono le preferenze di un decisore reale e pertanto richiedono una verifica empirica. Questo limite è grande se pensiamo all'importanza dei processi partecipativi che permettono di integrare le preferenze reali degli *stakeholder* nelle scelte pubbliche, ma è anche possibile superarlo, rendendo così il modello pienamente operativo, raccogliendo le preferenze attraverso survey mirate, interviste strutturate e incontri con esperti e portatori di interesse.

L'approccio proposto in Arbolino *et al.* (2021) può essere adattato e utilizzato anche in un contesto minore, come quello di un comune o di una destinazione turistica, per decidere su quali attività turistiche e su quali progetti di valorizzazione del territorio intervenire distribuendo le risorse a disposizione e massimizzando il beneficio globale ottenibile.

Un altro esempio di utilizzo della RO riguarda la gestione del mix della domanda finalizzato alla decarbonizzazione del turismo (Sun *et al.*, 2020). L'ottimizzazione del mix della domanda (market-mix) rappresenta uno strumento analitico cruciale per conciliare obiettivi di decarbonizzazione con le esigenze socio-economiche delle destinazioni. Il profilo di emissioni per visitatore è guidato da una gerarchia di fattori: la distanza dal mercato di origine (*long-haul* vs *short-haul*), la durata del soggiorno, il modo di trasporto interno, le attività svolte, la finalità del viaggio e i livelli di consumo (Lundie *et al.*, 2007; Oklevik *et al.*, 2019). L'ottimizzazione del mix della domanda non è un approccio unilaterale che mira esclusivamente a favorire mercati a basse emissioni e a demarketing di segmenti ad alto impatto; si configura piuttosto come una metodologia integrata che individua leve di riduzione delle emissioni che, contemporaneamente, realizzino i maggiori benefici socio-economici o le minori perdite derivanti dalla ristrutturazione del portafoglio di mercato. È necessario considerare attentamente il contributo sociale ed economico del turismo a livello locale, regionale e nazionale. Incorporare le relazioni complesse tra vincoli economici, sociali e ambientali è essenziale per individuare percorsi di mitigazione delle emissioni socialmente e politicamente accettabili. Diversi segmenti di visitatori generano livelli differenti di impatto positivo e negativo e presentano trade-off rilevanti. Pertanto, l'ottimizzazione del mix richiede un quadro analitico capace di definire il portafoglio di mercato desiderato sulla base delle preferenze dei decisorи (governo, comunità, imprese) rispetto a obiettivi concorrenti. Possono essere effettuate diversi tipi di analisi per valutare gli impatti. Aree in difficoltà economica privilegeranno obiettivi economici (ricavi, PIL, occupazione), mentre regioni affette da *overtourism* adotteranno indicatori come indice di congestione, percezione dei residenti e dispersione temporale/geografica. Grazie a molteplici indicatori turistici è possibile calcolare per segmento l'intensità economica, ambientale e sociale; il rapporto di intensità per persona (intensity ratio) profila il beneficio/costo marginale associato all'accoglienza di un visitatore addizionale di quel segmento, evidenziando i trade-off tra emissioni, contributo economico e benefici sociali. L'analisi di ottimizzazione produce il mix di mercato desiderato, indicando quali segmenti aumentare o ridurre rispetto al baseline. L'attuazione richiede poi strategie coordinate tra politica, imprese e

società civile. È importante sottolineare i limiti e le implicazioni distributive: la riconfigurazione nazionale del mix può generare esiti non uniformi a livello regionale, peggiorando diseguaglianze o squilibri territoriali (Mai e Smith, 2018). Per questo motivo il successo della trasformazione del mercato richiede due elementi fondamentali: una capacità di governance multilivello che coordini politiche, imprese e società civile, e degli strumenti di policy design che prevedano misure di compensazione e programmi per la diversificazione economica delle aree potenzialmente svantaggiate. L'approccio proposto da Sun *et al.* (2020), è stato applicato a Taiwan; il caso di studio ha dimostrato come un modello di ottimizzazione possa fornire una roadmap quantitativa per le strategie di gestione del carbonio turistico, pur evidenziando che non esiste una soluzione unica e che sono necessarie valutazioni di sostenibilità territoriale e meccanismi di adattamento locale (Sun e Pratt, 2014).

Tra le tecniche di ottimizzazione troviamo l'ottimizzazione bilivello (*bilevel optimization*) che rappresenta un utile supporto per i problemi gerarchici a due livelli in cui il decisore *leader* prende una decisione e, successivamente, il decisore *follower* risolve a sua volta un problema di ottimizzazione, tenendo in considerazione (come vincoli) elementi derivanti dal primo decisore ovvero dalla decisione ottimizzata al primo livello. Tornando al problema decisionale appena descritto, se il processo decisoriale fosse articolato su più livelli, da un primo livello di analisi macro si arriverebbe poi al secondo livello più di dettaglio, per un'analisi micro dei singoli territori. In questo modo l'ottimizzazione potrebbe anche mitigare gli effetti indesiderati, definendo come distribuire i vari segmenti tra i territori, imponendo livelli minimi di domanda per territori che rischierebbero di essere esclusi o troppo ridotti (analisi di primo livello), supportando quindi lo sviluppo delle aree meno turistiche con interventi mirati e risorse ad hoc (analisi di secondo livello). Con questo approccio si può parlare di macro obiettivi calati poi nelle singole realtà locali come micro-obiettivi, permettendo così una distribuzione efficiente delle risorse.

L'approccio proposto in Sun *et al.* (2020) può essere adattato per essere utilizzato a livello di aree caratterizzate da un forte sbilanciamento nei flussi turistici, si pensi ad esempio alla Regione Liguria. In Liguria convive una forte dicotomia territoriale: da un lato numerosi borghi medievali di grande valore storico-paesaggistico, spesso poco conosciuti e scarsamente visitati; dall'altro tratte costiere e borghi molto noti (es. aree incluse nei circuiti delle Cinque Terre, altre località costiere) che soffrono di sovrappopolamento turistico. Questa distribuzione squilibrata genera problemi doppi: molte risorse culturali locali restano sottoutilizzate, mentre i siti più po-

polari subiscono pressioni ambientali, logistiche e sociali che impongono misure di contingentamento degli ingressi e ripensamento delle politiche di gestione turistica. Applicare approcci quantitativi per proporre una redistribuzione dei flussi con successiva mappatura degli interventi da realizzare, sia per valorizzare i borghi poco visitati che per gestire sovraffollamento costiero, è un passo importante e necessario; il lavoro di Sun *et al.* (2020) favorisce una riflessione.

A valle della ridefinizione del mix di mercato desiderato per la redistribuzione dei flussi, sono necessari molteplici interventi, alcuni dei quali sono già stati menzionati in questo capitolo. Possiamo richiamare gli interventi sulla mobilità, elemento cruciale di uno sviluppo turistico delle destinazioni meno conosciute. Sistemi di trasporto a chiamata o sistemi integrati possono essere delle valide soluzioni (Maltese *et al.*, 2025). Non approfondiamo questi interventi per la vastità e la complessità della letteratura in questo ambito.

6.4.2. *Modelli per la gestione di attività turistiche e destinazioni*

Passiamo ora ad altri interventi che possiamo definire più a misura di piccole destinazioni, come ad esempio le cosiddette strategie di *product development*, ovvero la creazione di nuovi prodotti e servizi turistici integrati, come i pacchetti esperienziali tematici (enogastronomia, artigianato, cammini), capaci anche di aumentare la permanenza e la spesa dei turisti; oppure la gestione di eventi e relativa calendarizzazione, che permette di distribuire l'offerta nel tempo per ridurre stagionalità e anche per evitare sovrapposizioni tra eventi di destinazioni limitrofe.

Torniamo quindi al concetto di condivisione delle informazioni e della necessità di fare rete per raggiungere i migliori risultati possibili a valle di processi decisionali basati su dati e metodi quantitativi. Gli interventi messi in pratica dalle destinazioni che devono essere valorizzate, se condivisi con le destinazioni limitrofe affette da sovraffollamento, possono anche risultare parzialmente utili per gestire questa criticità (Nurhayat e Itir, 2021).

Per quanto riguarda gli interventi nelle destinazioni sovraffollate, sono attualmente allo studio diversi sistemi di contingentamento, come ad esempio sistemi di prenotazione obbligatoria per ingressi nelle ore di punta o nei punti di interesse maggiormente presi di assalto dai turisti. La RO e l'AI offrono strumenti per determinare, a livello di pianificazione, il numero di persone che possono prenotare per accedere ai punti di interesse (POI) in ogni slot temporale; la stessa ampiezza dello slot temporale è og-

getto di un'analisi e viene determinato grazie ad approcci di ottimizzazione. Anche a livello operativo il supporto della RO e dell'AI è più che mai importante, si pensi all'aggiornamento delle disponibilità residue, oppure all'individuazione di eventuali situazioni critiche di sovraffollamento che si sono create e per suggerire real time alcuni comportamenti ai turisti all'interno dei POI.

Altri strumenti economici come i sistemi di *pricing* e il *dynamic pricing*, ovvero l'utilizzo di tariffe differenziate nel tempo (Chenavaz e De Giovanni, 2025) si rivelano utili per adattare la domanda all'offerta rigida (legata ai vincoli di capacità) e per spostare turisti dai periodi (settimane, giorni, fasce orarie) più richiesti a quelli meno. Anche in questo caso sono i complessi modelli di pricing che permettono di determinare i prezzi ottimali per massimizzare i profitti, realizzando altresì obiettivi di ridistribuzione dei turisti, definendo prezzi diversificati nel tempo. Il prezzo può essere determinato anche dinamicamente in base all'andamento delle prenotazioni e al momento della prenotazione (ovvero avvicinandosi alla data di inizio dell'evento il prezzo viene modificato in funzione della capacità residua); questa pratica viene seguita con logiche differenti in diversi settori: nel trasporto aereo, nel settore crocieristico e alberghiero, ma anche nell'organizzazione di eventi sportivi, culturali e ricreativi.

Infine, interventi necessari, non tanto per la ridistribuzione dei flussi ma quanto per il contenimento dell'impatto del sovraffollamento turistico sui territori, riguardano le infrastrutture: il potenziamento dei servizi igienici, della raccolta rifiuti, e del trasporto pubblico può diminuire l'impatto. Proprio in merito alla gestione dei rifiuti, possiamo citare l'esempio del Comune di Riomaggiore che sta sviluppando e mettendo in essere pratiche innovative studiate ad hoc per il particolare contesto morfologico che caratterizza il territorio preso di assalto dai turisti. Una panoramica della gestione dei rifiuti nel Comune di Riomaggiore ed un approccio quantitativo per ottimizzare la raccolta lungo una catena logistica composta da microisole ecologiche, depositi periferici e un centro di smistamento è proposta in Ambrosino e Mangano (2025).

6.4.2.1. Creazione di itinerari turistici e gestione dei flussi

Approfondiamo ora gli approcci di RO che possono essere utilizzati per la creazione di nuovi prodotti turistici intesi come itinerari tematici o itinerari personalizzati per i turisti, la cui creazione e offerta si basa sulla collaborazione tra gli operatori della TSC e tra le destinazioni (tema già

ampliamente discusso nell'introduzione). Nel processo di definizione del prodotto/servizio turistico, tipicamente il principale obiettivo è quello di soddisfare le esigenze dei clienti (turisti), facendo fronte alle preferenze di trasporto, sulle attività da svolgere e sulle destinazioni, mantenendo bassi i costi. Ad esempio è possibile definire un itinerario per un turista, o per un insieme di turisti, con richieste specifiche relative alla durata, al budget, alle attività che devono essere svolte, alle modalità di trasporto preferite. Se tutte le richieste possono essere soddisfatte siamo in grado di proporre un itinerario su misura. A volte le richieste dei turisti non sono compatibili tra di loro, ovvero non è possibile rispettare contemporaneamente tutte le richieste (non è possibile determinare una soluzione ammissibile). Allora è necessario segnalare il problema e proporre soluzioni diverse, ad esempio un itinerario più lungo per poter realizzare tutte le attività richieste, oppure un itinerario che esclude alcune attività, verificando con il turista stesso le preferenze sulle attività da svolgere.

La RO può sicuramente dare un utile contributo nella definizione di itinerari da offrire ai turisti, in quanto permette di integrare diversi aspetti sia inerenti ai turisti che inerenti alle imprese turistiche qui meglio identificate nella destinazione turistica intesa in senso ampio. Abbiamo già detto che gli attori della TSC operano per soddisfare le esigenze dei clienti finali. E quello che spesso si vuole offrire è un itinerario su misura per i clienti, non dimenticando però la sostenibilità (in tutti e tre i diversi aspetti) delle imprese turistiche e delle destinazioni coinvolte nell'offerta turistica. Cosa si intende per itinerario? Qui faremo riferimento all'itinerario definito da Wong e McKercher (2012) come un insieme pianificato di attività e un percorso di viaggio che il turista seguirà durante la sua visita. Considerando il punto di vista del turista, l'itinerario deve offrire una sequenza di visite a vari luoghi (punti di interesse), integrando diverse attività (visita, spostamento, pernottamento, pasti) in modo da rispettare le richieste temporali e il budget disponibile (Yochum *et al.*, 2020).

Molti sono i lavori presenti in letteratura per l'ottimizzazione di pacchetti turistici, ma pochi lavori hanno riconosciuto e trattato la natura multi-obiettivo di questo problema. Spesso quando si parla di itinerari turistici il problema viene modellato come un problema di *orienteering* (Guastalla *et al.*, 2025). Tra gli studi principali, De Falco *et al.* (2016) hanno sviluppato un algoritmo evolutivo per pianificare tour personalizzati a piedi all'interno di aree urbane, ottimizzando cinque obiettivi, quali il punteggio delle visite e il numero di punti di interesse visitati, minimizzando distanza e deviazioni temporali. Questo metodo è stato applicato a Napoli. Altri lavori, come quello di Lim *et al.* (2018) hanno proposto un framework di

raccomandazione che combina un modello bi-obiettivo per massimizzare le preferenze dei turisti e la loro popolarità. Anche Yochum *et al.* (2020) hanno utilizzato algoritmi genetici adattativi per identificare itinerari in varie città, considerando diversi criteri come la popolarità e il costo di ingresso dei punti di interesse. In Piya *et al.* (2023) gli autori propongono un approccio quantitativo per sviluppare pacchetti turistici personalizzati, consentendo ai turisti di scegliere le attività preferite e di definire gli input principali per la creazione del pacchetto stesso. Si tratta di un approccio multi-obiettivo: il modello matematico sviluppato mette in relazione costi, distanza e numero di attività, combinando questi elementi con pesi diversi in base alle preferenze individuali di ogni turista. Questo approccio consente di personalizzare gli itinerari e include ipotesi come la pianificazione su più giorni, la partenza e il ritorno nello stesso alloggio, e la possibilità di impostare un limite di budget. Gli autori conducono un'analisi di sensibilità al fine di testare come i cambiamenti nei pesi influiscano sui risultati delle raccomandazioni.

Infine, sempre più studi sottolineano come l'attenzione all'ambiente possa e debba essere considerata anche nella pianificazione degli itinerari, favorendo l'integrazione di concetti di sostenibilità. La sostenibilità ambientale può essere inserita nei modelli che definiscono un itinerario come vincolo, ovvero le scelte complessivamente non potranno portare ad un impatto ambientale superiore a determinate soglie fissate dalle destinazioni interessate.

Nei modelli che mirano alla definizione di itinerari sostenibili, è possibile includere un vincolo che favorisca la diversificazione dei flussi turistici. Ad esempio, si può imporre la scelta di un micro-itinerario, inteso come una sequenza di attività opportunamente selezionate, all'interno di un insieme di micro-itinerari precedentemente individuati dalla destinazione turistica. Questo approccio consente di utilizzare tali micro-itinerari come strumenti efficaci per riequilibrare i flussi, spostandoli dai punti di interesse e dalle attività più attrattive verso quelli meno frequentati, integrandoli in percorsi diversificati e sostenibili.

Un esempio di definizione di *un'offerta di itinerari* turistici con riferimento ad un contesto molto particolare è quello proposto nello studio di Mancini *et al.* (2022). La ricerca affronta il problema di un operatore turistico che desidera offrire un insieme limitato di pacchetti turistici, scelti tra un'ampia gamma di opzioni, a diverse categorie di turisti caratterizzate da preferenze e budget differenti, con l'obiettivo di massimizzare la loro soddisfazione media. Aspetto interessante di questo lavoro è che gli itinerari devono essere pianificabili tra una partita e l'altra di un grande evento sportivo.

Uno strumento della ricerca operativa che può essere utilizzato per la gestione dei flussi turistici è la rete spazio-temporale (Ambrosino e Asta, 2021). Le reti (o grafi) consentono di distribuire nel tempo e nello spazio un flusso di turisti che intende visitare un determinato numero di punti di interesse. Tale strumento si presta a diverse applicazioni: può essere impiegato sia per risolvere problemi di sovraffollamento, in cui un elevato numero di turisti raggiunge una certa destinazione e deve essere distribuito in modo da evitare la formazione di code o congestioni in specifici punti di interesse (ad esempio, ipotizzando che tutti i turisti debbano visitare determinate attrazioni), sia per identificare quali attrazioni far visitare e come distribuire i turisti tra un insieme più ampio di opzioni all'interno di una destinazione. In quest'ultimo caso, l'obiettivo può essere quello di garantire la visita di alcuni punti particolarmente attrattivi, evitando comunque congestioni, e di organizzare al meglio l'esperienza di visita per diversi gruppi di turisti, massimizzandone la soddisfazione complessiva.

Lo strumento delle reti spazio-temporali è estremamente flessibile e consente di integrare diverse tipologie di vincoli, sia relativi alle capacità ricettive dei singoli POI (numero massimo di visitatori ammissibili in un dato momento), sia relativi al tempo necessario per visitarli. È inoltre possibile impostare vincoli per garantire che certe attrazioni siano visitate da tutti i turisti, o che almeno un certo numero di turisti visiti attrazioni meno note o valorizzate. Questa elevata versatilità rende le reti spazio-temporali un valido strumento per la pianificazione e la gestione dei flussi turistici in diversi contesti e con obiettivi diversificati.

Finora, la trattazione ha trascurato la dimensione cruciale della sostenibilità sociale e dell'inclusione (Harju-Myllyaho e Jutila, 2021). È fondamentale, invece, esplorare come gli strumenti di ottimizzazione, ricerca operativa e intelligenza artificiale possano essere adattati per definire itinerari turistici che rispondano a specifici requisiti di accessibilità e inclusività. Consideriamo, ad esempio, la possibilità di individuare percorsi dedicati a turisti con limitata mobilità motoria. La sfida principale non risiede tanto nell'adattamento degli strumenti quantitativi quanto nell'accurata identificazione e integrazione delle informazioni necessarie per alimentare questi strumenti con dati di input pertinenti e affidabili. Per poter definire un itinerario che soddisfi determinati standard di accessibilità, è necessario dotare ogni attività o POI potenzialmente selezionabile con attributi descrittivi che ne quantifichino il livello di accessibilità. Tali attributi possono includere: presenza di rampe o ascensori, larghezza dei passaggi, tipologia di pavimentazione, disponibilità di servizi igienici accessibili, presenza di personale formato sull'assistenza a persone con disabilità. Nel momento in

cui si utilizza uno strumento di definizione dell’itinerario, è possibile aggiungere vincoli specifici che forzino la selezione di attività o punti di interesse che presentino le caratteristiche di accessibilità richieste. Ad esempio, si può imporre che l’itinerario includa solo luoghi con le caratteristiche richieste, oppure che garantisca la presenza di un certo numero di servizi accessibili lungo il percorso.

Concludiamo questa sezione ricordando che la gestione efficace delle risorse è vitale per il successo di qualsiasi destinazione turistica. La ricerca operativa può essere impiegata per ottimizzare diversi aspetti, dall’allocazione del budget per la promozione turistica alla pianificazione e gestione dei trasporti, fino alla modellizzazione dei flussi turistici. In altre parole, la ricerca operativa e l’innovazione possono essere utilizzate per comprendere e gestire i flussi turistici, evitare la congestione, migliorare l’esperienza dei visitatori e massimizzare i benefici economici per tutti gli *stakeholder* coinvolti. La ricerca operativa e l’intelligenza artificiale offrono, infatti, strumenti per prevedere la domanda turistica, ottimizzare i percorsi e pianificare itinerari a basso impatto ambientale o con determinati livelli di sostenibilità sociale. Nel contempo, permettono di gestire l'affluenza turistica. Le possibilità di applicazione di questi strumenti sono davvero molteplici, e la digitalizzazione rappresenta un prerequisito necessario per ottenere tutti i vantaggi competitivi che tali strumenti possono offrire sia agli operatori turistici, sia alle destinazioni, sia ai turisti stessi.

6.5. Conclusioni

Questo capitolo ha esplorato il ruolo cruciale che la ricerca operativa e le nuove tecnologie possono svolgere nel supportare le decisioni e promuovere l’innovazione nel settore turistico. L’efficacia del processo decisionale è intrinsecamente legata alla qualità e alla quantità delle informazioni disponibili, e il supporto che possono fornire le nuove tecnologie e l’intelligenza artificiale è totale.

Partendo dalla constatazione che molte decisioni nel turismo sono ancora prese senza un’adeguata base quantitativa, si è evidenziato come l’applicazione di modelli di RO possa portare a miglioramenti significativi in termini di efficienza, sostenibilità e soddisfazione dei turisti.

Esplorando il legame tra RO e innovazione, si è evidenziato come l’analisi dei big data, il machine learning e la digitalizzazione possano alimentare i modelli di RO e promuovere lo sviluppo di soluzioni innovative

nel turismo. Le nuove tecnologie e le nuove fonti di dati possono essere utilizzate per personalizzare l'offerta turistica, migliorare l'esperienza dei visitatori e creare nuovi modelli di business.

Infine, sono state esaminate alcune delle principali applicazioni della RO nel settore turistico, fornendo esempi concreti di come questa disciplina possa essere utilizzata per ottimizzare l'allocazione delle risorse, per gestire i flussi di visitatori e promuovere la sostenibilità ambientale e l'inclusività, supportando enti del turismo, operatori privati e le associazioni di categoria a prendere decisioni più informate e strategiche.

Una nota conclusiva non può prescindere da ricordare l'importanza della comunicazione nella promozione del turismo. Le nuove tecnologie offrono strumenti straordinari per far conoscere i prodotti e servizi turistici, per condividere l'offerta con il mondo intero. Tuttavia, è necessario investire nella formazione dei giovani, affinché siano pronti a diventare i futuri professionisti del settore turistico, capaci di sfruttare al meglio le nuove tecnologie e di promuovere un turismo più sostenibile e responsabile.

Bibliografia

- Aarikka-Stenroos L, Jaakkola, E. (2012). Value co-creation in knowledge intensive business services: A dyadic perspective on the joint problem solving process in *Industrial Marketing Management*, vol. 41, pp. 15-26.
- Ambrosino D., Asta V. (2021). An innovative operation-time-space network for solving different logistic problems with capacity and time constraints, in *Networks*, vol. 78, pp. 350-367.
- Ambrosino D., Mangano S. (2025). Analyzing waste management strategies for “Cinque Terre” area, in corso di pubblicazione su *Smart City: Urban Technologies for Socio-Economic Inclusion, Lecture Notes on Information Systems and Organisations*, Springer.
- Arbolino R., Boffardi R., De Simone L., Ioppolo G. (2021). Multi-objective optimization technique: A novel approach in tourism sustainability planning, in *Journal of Environmental Management*, vol. 285, 112016.
- Ardito L., Cerchione R., Del Vecchio P., Raguseo E. (2019). Big data in smart tourism: challenges, issues and opportunities, in *Current Issues in Tourism*, vol. 22, n. 15, pp. 1805-1809.
- Buhalis D., Amaranggana A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services, in *Information and Communication Technologies in Tourism*, pp. 377-389.
- Chenavaz R.Y., De Giovanni D. (2025). Dynamic pricing, objective and subjective quality, and the price-quality relationship, in *European Journal of Operational Research*, Cham, pp. 377-389.

- Cillo V., Rialti R., Usai A., Del Giudice, M. (2019). Niche tourism destinations' online reputation management and competitiveness in big data era: Evidence from three Italian cases, in *Current Issues in Tourism*, vol. 24, n. 2, pp. 177-191.
- Deb K. (2014). *Multi-objective optimization, Search methodologies*, in E. Burke, G. Kendall (eds.) *Search Methodologies. Introductory Tutorials in Optimization and Decision Support Techniques*, Springer US, pp. 403-449.
- De Falco I., Scafuri U., Tarantino E. (2016). Optimizing personalized touristic itineraries by a multiobjective evolutionary algorithm, in *International Journal of Information Technology & Decision Making*, vol. 15, n. 6, pp. 1269-1312.
- Durbach I.N., Stewart T.J. (2012). Modeling uncertainty in multi-criteria decision analysis, in *European Journal of Operational Research*, vol. 223, n. 1, pp. 1-14
- Guastalla A., Aringhieri R., Hosteins P. (2025). The team orienteering problem with service times and mandatory & incompatible nodes, in *Computers & Operations Research*, vol. 183, 107170.
- Harju-Myllyaho A., Jutila S. (eds.). (2021). *Inclusive Tourism Futures*, Channel View Publications.
- Hillier F.S., Lieberman G.J. (2021). *Introduction to Operations Research*, McGraw-Hill Education.
- Jovicic D.Z. (2019). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination, in *Current Issues in Tourism*, vol. 22, pp. 276-282.
- Lim K.H., Chan J., Leckie C., Karunasekera S. (2018). Personalized trip recommendation for tourists based on user interests, points of interest visit durations and visit recency, in *Knowledge and Information Systems*, vol. 54, n. 2, pp. 375-406.
- Lu J., Mao Z., Wang M., Hu L. (2015). Goodbye maps, hello apps? Exploring the influential determinants of travel app adoption, in *Current Issues in Tourism*, vol. 18, pp. 1059-1079.
- Lundie S., Dwyer L., Forsyth P. (2007). Environmental-economic measures of tourism yield, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 15, n. 5, pp. 503–519.
- Mai T., Smith C. (2018). Scenario-based planning for tourism development using system dynamic modelling: A case study of Cat Ba island, Vietnam, in *Tourism Management*, vol. 68, pp. 336-354.
- Maltese I., Crotti D., Marcucci E., Gatta V., Scaccia L. (2025). Multimodality at destination: A focus on domestic tourism, in *Research in Transportation Business & Management*, vol. 58, 101249.
- Mancini S., Triki C., Piya S. (2022). Optimal selection of touristic packages based on user preferences during sports mega-events, in *European Journal of Operational Research*, vol. 302, n. 3, pp. 819-830.
- Ministero del turismo (2025). Estate 2025, Ministero del Turismo: Italia si conferma regina d'Europa per tasso di saturazione e competitività. Comunicato stampa settembre 2025. www.ministeroturismo.gov.it/category/comunicati-stampa/
- Montenegro J., Conceição L., Rossetti R. (2025). Forecasting C-ITS deployments: a discrete choice modelling approach”, relazione al convegno *European Working Group on Transportation*, 1-4 September, Edinburgh.

- Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. (2013). *Experiences, co-creation and technology: A conceptual approach to enhance tourism experiences*, in J. Fountain, K. Moore (eds.), *CAUTHE 2013: Tourism and Global Change: On the Edge of Something Big*, Lincoln University, pp. 562-571.
- Nurhayat I., Itir C.I. (2021). *As a possible solution of overtourism in destination: alternative tourism movement*, in A. Sharma, A. Hassan (eds.), *Overtourism as Destination Risk: Impacts and Solutions*, Emerald Publishing Ltd, pp. 97-110.
- Oklevik O., Geossling S., Hall C.M., Steen Jacobsen J.K., Grøtte I.P., McCabe S. (2019). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 27, n. 12, pp. 1804-1824.
- Onder E., Yıldırım B., Ozdemir M. (2013). Multi-criteria decision-making approach for evaluating tourism destinations in Turkey, in *Academic Journal of Tourism and Management Researches*, vol. 1, n. 1, pp. 1-15.
- Pesce D., Neirotti P., Paolucci E. (2019). When culture meets digital platforms: Value creation and stakeholders' alignment, in *Current Issues in Tourism*.
- Piano Strategico del Turismo (PST) 2023-2027, Ministero del turismo, www. ministeroturismo.gov.it/piano-strategico-del-turismo-2/
- Piya S., Triki C., Al Maimani A., Mokhtarzadeh M. (2023). Optimization model for designing personalized tourism packages, in *Computers & Industrial Engineering*, vol. 175, 108839.
- Purvis B., Mao Y., Robinson D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins, in *Sustainable Science*, vol. 14, pp. 681-695.
- Rebollo J.F.V., Ivars Baidal J.A. (2003). Measuring sustainability in a mass tourist destination: Pressures, perceptions and policy responses in Torrevieja, Spain, in *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 11, n. 2-3, pp. 181-203.
- Shcherbina O., Shembeleva E. (2014). Modeling recreational systems using optimization techniques and information technologies, in *Annals of Operations Research*, vol. 221, n. 1, pp. 309-329.
- Sun Y.-Y., Pratt S. (2014). The economic, carbon emission, and water impacts of Chinese visitors to Taiwan: Eco-efficiency and impact evaluation, in *Journal of Travel Research*, vol. 53, n. 6, pp. 733-746.
- Sun Y.-Y., Lin P.-C., Higham J. (2020). Managing tourism emissions through optimizing the tourism demand mix: Concept and analysis, in *Tourism Management*, vol. 81, 104161.
- Szpilko D. (2017). Tourism supply chain. Overview of selected literature, in *Procedia Engineering*, vol. 182, pp. 687-693.
- Yochum P., Chang L., Gu T., Zhu M. (2020). An adaptive genetic algorithm for personalized itinerary planning. *IEEE Access*, vol. 8, pp. 88147-88157.
- Vu H.Q., Law R., Li G. (2018). Breach of traveller privacy in location-based social media, in *Current Issues in Tourism*, vol. 22, n. 15, pp. 1825-1840.
- Wandelt S., Signori A., Chang S., Wang S., Du Z., Sun X. (2025). Unleashing the potential of operations research in air transport: A review of applications, methods, and challenges, in *Journal of Air Transport Management*, vol. 124, 102747.

Wong C.U.I., McKercher B. (2012). Day tour itineraries: Searching for the balance between commercial needs and experiential desires, in *Tourism Management*, vol. 33, n. 6, pp. 1360-1372.

Zhang X., Song H., Huang G.Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda, in *Tourism Management*, vol. 30, n. 3, pp. 345-358.

MISURARE IL TURISMO A VENEZIA, 1914-2024

di *Davide Ceccato e Giovanni Favero*

7.1. La nascita della statistica del turismo a Venezia: le pubblicazioni tra il 1914 e il 1935

Nel 1928, l'allora capo della camera di commercio di Venezia, Ferdinando Pellizzon (1928), scrisse un editoriale sulle origini e l'evoluzione delle statistiche turistiche nella e sulla città di Venezia. Come da lui riportato, il primo tentativo ufficiale di quantificare il movimento turistico nella città di Venezia fu fatto dalla Camera di commercio nel 1914, presentando una stima del flusso di turisti per i due anni precedenti (1912 e 1913). Le cifre principali prodotte erano quelle delle presenze e, anche se parzialmente, quelle degli arrivi. Nel suo resoconto, Pellizzon osservava che, per stimare il numero delle presenze, questa prima indagine era stata costruita su un modello basato sul «numero medio di forestieri alloggiati negli alberghi cittadini», che teneva conto delle tendenze stagionali e del numero di letti disponibili per calcolare le presenze annuali: «Essa, prendendo per base la quantità media di forestieri alloggiati negli alberghi cittadini, tenuto conto del vario andamento della diversa affluenza nelle differenti stagioni e del numero di letti disponibili, ha calcolato le “presenze” complessive...» (Pellizzon, 1928, p. 78).

Nonostante la sua funzionalità, il modello era ancora considerato carente di informazioni complete e affidabili, poiché un conteggio preciso dei forestieri all'arrivo sarebbe stato “impossibile” da ottenere: la maggior parte degli arrivi via mare era costituita da escursionisti e non veniva presa in considerazione, le case private e le pensioni non erano oggetto di indagine e la cifra dei forestieri non era disaggregata tra visitatori stranieri e italiani (regnicoli).

Da parte sua, pochi anni prima, l'ufficio statistico del comune di Venezia aveva iniziato a pubblicare statistiche locali mensilmente su un'ampia

gamma di argomenti nel suo bollettino municipale («Bollettino mensile dell'ufficio di statistica»), seguendo la tendenza di molte grandi città italiane (Barizza, 1989; Favero, 2001). Dal 1912, il numero di hotel, stabilimenti balneari (bagni) e ristoranti venne regolarmente pubblicato. Oltre ai dati sui servizi di ospitalità e alloggio, il bollettino mostrava anche dati sui visitatori di musei e gallerie (Venezia. Ufficio di Statistica, 1912). La novità era rappresentata dal fatto che per la prima volta venivano pubblicati dati parzialmente riferiti alla mobilità turistica. Inizialmente, il numero di gondole che viaggiavano dalla stazione ferroviaria agli hotel, il numero di passeggeri della compagnia di navigazione locale e quelli sbarcati nel bacino di San Marco venivano visualizzati in tabelle.

Il Bollettino statistico mensile pubblicato dal comune di Venezia dal 1912 era una nuova, estesa versione di una pubblicazione periodica iniziata nel 1870 in seguito all'istituzione nel 1867 di una Giunta municipale di statistica. La composizione della giunta comprendeva solitamente, insieme a notabili e studiosi privati, docenti di economia e statistica nelle scuole tecniche. Luigi Bodio, professore di statistica nella Scuola Superiore di Commercio di Venezia, che nel 1871 divenne capo dell'ufficio statistico nazionale, fu anche per alcuni anni un membro attivo di tale organo (Atti del Consiglio comunale di Venezia, 1869, p. 51). Tuttavia, la sua fu un'eccezione, e Bodio non rivendicò mai questo ruolo nella sua successiva carriera. Come alcuni studi storici hanno sostenuto, in Italia una netta divisione separava, per tutto il XIX secolo, gli statistici accademici, per lo più docenti all'interno della Facoltà di Giurisprudenza nelle università, da coloro che gestivano la produzione di statistiche in ambito locale (Marucco, 1996, p. VIII; Favero, 2001, pp. 79-84). A livello nazionale, gli statistici accademici erano coinvolti nel Consiglio superiore di statistica, che sovraintendeva all'operato dell'Ufficio centrale di statistica, dove tuttavia venivano assunti solo ingegneri e laureati delle Scuole superiori di commercio o delle scuole tecniche superiori. A livello locale, le statistiche venivano raccolte ed elaborate dal personale comunale, che di solito aveva un diploma di scuola superiore.

Le statistiche locali iniziarono ad assumere un ruolo meno subordinato solo nei primi anni del XX secolo: la nascita di un'Unione statistica delle città italiane (USCI) nel 1907 segnò un punto di svolta nella capacità delle statistiche municipali di organizzare la raccolta e la pubblicazione di dati comparabili (Gaspari, 2022). Tra i suoi promotori più importanti c'era Aldo Contento, all'epoca professore di statistica all'Università di Catania, i cui studi riguardavano principalmente la popolazione di Venezia, dove viveva (Contento, 1906).

Né nel «bollettino modello» che l'USCI diffuse tra i comuni italiani, né nell'Annuario statistico delle città italiane vennero tuttavia pubblicate cifre sulla mobilità turistica. L'inclusione di scarsi dati su stabilimenti balneari, hotel e passeggeri, nelle tabelle pubblicate nel nuovo bollettino mensile, avviato dal comune veneziano nel 1912, costituiva quindi un'eccezione nel panorama nazionale ed era molto probabilmente collegata al diretto coinvolgimento dell'amministrazione locale guidata dal sindaco Filippo Grimani nello sviluppo della località balneare del Lido negli anni precedenti (Reberschak, 2002).

Dopo la guerra, un ruolo nella graduale espansione degli argomenti delle tabelle statistiche, anche per quanto riguarda il movimento turistico, fu giocato dal direttore dell'ufficio statistico comunale, Rodolfo Gallo, un appassionato storico dell'arte (1881-1964). Raffinato studioso e membro di importanti associazioni culturali veneziane, Gallo, impiegato presso il comune di Venezia dal 1899, assunse la direzione dell'ufficio statistico nel 1921 e avviò la pubblicazione del periodico mensile ufficiale *Rivista di Venezia*, una raccolta di articoli vari sulla città che durò fino al 1935 (Mariacher, 1964; 1967). Il suo interesse per la misurazione del movimento turistico è chiaramente collegato alla sua preoccupazione per l'importanza del patrimonio artistico e storico. Nel 1922, il bollettino statistico iniziò ad essere pubblicato nello stesso «vecchio» formato ma come appendice della *Rivista di Venezia*. Nel 1928, una variazione fu rappresentata dalla rapida crescita di musei e gallerie di cui si presentavano dati sui visitatori. Tuttavia, la maggiore novità fu la pubblicazione, per la prima volta, di cifre sui viaggi aerei, che mostravano il numero di passeggeri dei collegamenti aerei da Venezia per Roma e Vienna in una tabella sulla «navigazione aerea». Dopo molti aggiustamenti, nel 1932, la tabella avrebbe semplicemente mostrato il traffico da e per l'aeroporto veneziano, il numero totale di passeggeri e una colonna interamente dedicata al numero di piccoli aerei «turistici» operativi (*Venezia. Ufficio di Statistica*, 1932).

A partire dal 1930, una nuova normativa impose a tutti gli enti amministrativi locali e nazionali il requisito di una laurea biennale in statistica per ricoprire posizioni che si occupavano della raccolta e pubblicazione di statistiche (RDL 436/1930). Tali scuole biennali di statistica erano state create a Padova e a Roma negli anni precedenti in seguito alla crescente importanza politica attribuita alla statistica italiana dal regime fascista. Ciò avrebbe gradualmente migliorato le competenze del personale comunale. Allo stesso tempo, alcuni dei più esperti statistici comunali venivano assunti all'Istituto Centrale di Statistica (ISTAT).

Gallo stesso si trasferì nel 1929 all'ISTAT come capodipartimento incaricato del censimento e delle indagini speciali: si occupò specificamente dei centri urbani e del censimento coloniale. Nel 1934, conclusi i lavori del censimento, chiese di tornare nella sua città, con l'obiettivo di proseguire le sue ricerche storiche¹. Durante il suo periodo all'ISTAT, si occupò sia dei rapporti annuali dei Consigli provinciali dell'economia (che erano incaricati dei compiti assegnati alle ex Camere di commercio) sia dei bollettini mensili pubblicati dai comuni italiani, al fine di indicare una serie di tabelle da inserire in tutti i bollettini, consentendo così all'ISTAT di confrontare e aggregare i dati risultanti (Gallo, 1932). Tra queste era inclusa una tabella sugli arrivi mensili e sui giorni totali di permanenza dei viaggiatori italiani e stranieri, insieme a un'altra tabella sul numero di passeggeri che utilizzavano i trasporti pubblici.

Di conseguenza, nel 1933, nel Bollettino Veneziano, furono incluse tabelle sul numero di persone partite in treno dalla stazione di Venezia e quello dei passeggeri di autobus e tram (in particolare, quelle della CIGA, Compagnia Italiana Grandi Alberghi). Cosa più importante, fu aggiunta una intera nuova sezione sotto il nome di "Soggiorno, permanenza e turismo Venezia-Lido", con lo scopo, per la prima volta, di fornire esplicitamente un quadro del fenomeno turistico. La sezione comprendeva due tabelle. Una era riferita al movimento dei forestieri durante l'anno precedente, diviso in italiani e stranieri e aggregato in arrivi e partenze per tipo di alloggio, indicando la durata media del soggiorno. La seconda tabella mostrava il numero di arrivi per nazionalità. Questi numeri erano ricavati dai dati raccolti ed elaborati dal Consiglio provinciale dell'economia, che li pubblicava anche nel suo Bollettino. Questo formato è durato fino all'ultimo numero del bollettino statistico comunale di luglio 1935.

Dopo essere stata interrotta per più di tre anni a causa della guerra d'Etiopia e delle successive sanzioni contro l'Italia, la pubblicazione del bollettino riprese nel 1939. I fascicoli del 1939 presentano poche differenze rispetto ai precedenti. Le principali variazioni si riscontrano nelle tabelle sui trasporti (tram e navigazione), dove i dati sono divisi per mese e quindi sono cumulativi. Inoltre, le cifre che rappresentano l'offerta (numero di alberghi) scompaiono, in quanto aggregate con le altre attività commerciali pubbliche (Ufficio provinciale dell'economia corporativa di Venezia, 1939). Dal giugno 1940, tutte le cifre sui trasporti e sui viaggi furono omesse dal bollettino statistico per l'intero periodo della seconda guerra mondiale per riapparire parzialmente negli anni successivi alla guerra.

¹ Archivio di Stato di Venezia (d'ora in poi ASV), *Rodolfo Gallo*, b. 1, lettera di Gallo all'Associazione fascista della scuola, 29 giugno 1940.

Almeno dal 1931, parallelamente al bollettino statistico mensile comunale, l'ENIT (Ente Nazionale Italiano del Turismo) iniziò a pubblicare dati mensili nel proprio bollettino completamente dedicato al movimento dei forestieri nelle principali località turistiche d'Italia (ENIT, 1929). Nel 1932, il bollettino cambiò la sua denominazione in «Statistiche del Turismo» (ENIT, 1932a).

I primi dati per Venezia (relativi ai flussi turistici per l'anno 1929) apparvero in una tabella basata principalmente su fonti esterne all'ENIT. Venezia fu aggiunta alla “tabella standard ENIT” nel 1930 (ENIT, 1930), ma i primi dati ENIT (1932b) per la città apparvero solo nel febbraio 1932 (dati relativi al 1931). Inizialmente, le tabelle mostravano il numero di arrivi e partenze per le diverse destinazioni (in colonna). Dal 1932, le destinazioni elencate furono divise in: “città d’arte”, tra le quali si trovava Venezia (figura 4), “stazioni idrotermali” (con il Lido di Venezia) e località montane. Nel dicembre del 1933, iniziarono a essere pubblicati dati sui viaggiatori segnalati dagli albergatori alla polizia locale, divisi per mese e nazionalità ma aggregati a livello provinciale. La pubblicazione fu sospesa nel 1935, a causa della guerra d'Etiopia (ISTAT, 1957).

Da parte sua, anche la Camera di commercio (in seguito denominata “Consiglio” o “Ufficio dell'economia corporativa”: L. 731/1926; RDL 1071/1927) pubblicava il proprio bollettino. Per quanto riguarda i dati di viaggio, dal gennaio 1935, il bollettino di questo ufficio avrebbe pubblicato solo tabelle sul numero di persone in partenza in treno e sui viaggiatori in arrivo e in partenza via mare, senza alcun riferimento specifico al turismo. Dal marzo dello stesso anno, sarebbe stato aggiunto il traffico aereo (numero di passeggeri, aerei commerciali e turistici). L'ultimo numero di questo bollettino sarebbe stato pubblicato nel 1939. Tutte le pubblicazioni di dati sul flusso di stranieri sarebbero cessate prima del 1940, a causa dei provvedimenti per l'economia di guerra (risparmio di risorse come la carta) ma, soprattutto, dell'interruzione del flusso di stranieri in Italia.

7.2. L'importanza della statistica e del turismo durante il fascismo

Se il 1914 è il primo anno in cui l'amministrazione locale della città tentò di quantificare l'afflusso di turisti a Venezia, è nel periodo tra le due guerre che ebbe luogo la principale “rivoluzione” nel sistema delle statistiche turistiche nella e sulla città di Venezia. Più in dettaglio, e come si evince dalle pubblicazioni statistiche e dalla corrispondenza interna degli uffici locali, si potrebbe ipotizzare che i maggiori cambiamenti si siano verificati tra la fine

degli anni '20 e la prima metà degli anni '30, quando (1) nuove serie di dati sulla mobilità vennero pubblicate per rispondere a (2) un aumentato interesse da parte delle autorità pubbliche per l'industria turistica in crescita. Il primo punto potrebbe essere immaginato come una conseguenza del secondo, il quale, a sua volta, fu causato da un cambiamento nelle condizioni socio-tecniche e politico-economiche che modellavano il fenomeno del turismo.

Parte di questo cambiamento è rappresentata dalla crescente produzione di statistiche da parte dell'autorità statale italiana che dal XIX secolo iniziò a perseguire un percorso simile a quelli intrapresi da altri paesi per amministrare e governare le proprie risorse e la popolazione (Desrosières, 2010). Questo processo nazionale si rifletté a livello locale, come si può vedere nel caso di Venezia, dove la prima pubblicazione dell'ufficio statistico comunale apparve nel 1870 (Comune di Venezia, 1870). Per l'intero paese, la prima indagine statistica sul turismo straniero sarebbe stata condotta da Luigi Bodio (1899), già per lungo tempo direttore delle statistiche ufficiali italiane, appunto nel 1899. Dall'unificazione, le istituzioni statistiche nazionali seguirono sempre più una logica di centralizzazione, programmazione e autonomizzazione che, sia pure interrotta da tagli al bilancio e priorità mutevoli, culminò nel primo periodo fascista, con la creazione dell'Istituto Centrale di Statistica del Regno d'Italia nel 1926. Questa istituzione assunse una propria personalità giuridica, assorbendo le funzioni statistiche precedentemente assegnate a una divisione del Ministero dell'Economia Nazionale; era gestita autonomamente e riferiva direttamente al capo del governo; attirò le competenze di molti statistici che lavoravano negli uffici statistici delle più grandi città italiane (Gallo, 1926). Il diffuso senso di "fiducia nei numeri" (Porter, 1996) e di devozione alla statistica all'interno delle istituzioni del regime fascista è ben rappresentato, nel caso di Venezia, nell'introduzione al bollettino statistico provinciale del 1939. Questo breve testo rappresenta non solo un aperto elogio alla statistica, ma suggerisce anche un disprezzo per la conoscenza e i metodi di governo non quantitativi. Infatti, l'autore affermava che le statistiche sono l'elemento base per controllare tutti i fenomeni e citando uno statistico del secolo precedente (Gioia, 1809) affermava che grazie al "giusto valore" attribuito dal fascismo alle statistiche, l'"ignoranza burocratica" (burocrazia) era stata ridotta:

oggi, con l'avvento del Fascismo, la statistica è stata riportata al suo giusto valore e non vi è società che non faccia, della statistica, un elemento indispensabile della propria attività... lo studio della statistica è andato crescendo a misura che è scemata l'ignoranza della burocrazia... (Consiglio provinciale dell'economia corporativa, 1939, p. 3).

Il secondo processo a lungo termine alla base del crescente interesse per la raccolta, la produzione e l'uso di dati sul turismo fu l'emergere e lo sviluppo dell'industria turistica, che in Italia si sovrappose in qualche modo, cronologicamente, con lo sviluppo delle statistiche coordinate a livello nazionale. Sebbene l'attività turistica esistesse da tempo a Venezia (Davis e Marvin, 2005), una industria turistica organizzata iniziò a fiorire solo alla fine del XIX secolo con la creazione di un bagno al Lido di Venezia e si affermò ulteriormente con lo sviluppo dei grandi alberghi all'inizio del XX secolo (Gerbaldo, 2015).

Il settore dell'ospitalità crebbe anche attraverso la nascita di associazioni e organizzazioni nazionali dedicate al turismo. Tra queste, l'Associazione Nazionale per il Movimento dei Forestieri aprì il suo ufficio turistico a Venezia nel 1909². Data la crescente importanza dell'industria dei forestieri, l'ENIT fu istituito nel 1919 (Battilani, 2020, p. 103), in un tentativo a livello statale di coordinare la gestione del turismo (come visto nel caso delle statistiche), ponendo le basi per la creazione del sistema nazionale di statistiche turistiche. Durante il periodo fascista, furono istituiti uffici locali indipendenti con lo scopo di coordinare e gestire il turismo (Berrieno, 2005): a Venezia, ci furono i primi tentativi, fatti principalmente dalla Camera di Commercio, di creare un “ufficio turistico autonomo” (AAST) (RDL 765/1920). Tuttavia, l'AAST veneziana divenne operativa solo molto più tardi, nel 1960. Nel periodo fra le due guerre, invece, gli sforzi per spostare la scala amministrativa dell'istituzione che regolava il turismo si moltiplicarono con scarsi risultati. Anche se i primi tentativi di istituire un “comitato provinciale per il turismo” fallirono a causa di una percepita concorrenza con gli uffici comunali³, con RDL 1425/1935 fu istituito l'Ente Provinciale per il Turismo (EPT) (Tizzoni, 2017, p. 151). Queste istituzioni dovevano lavorare a fianco del comune per gestire il turismo, concentrandosi sulla regolamentazione e classificazione delle strutture ricettive e sul controllo e l'applicazione della tassa di soggiorno⁴.

Il crescente interesse per le statistiche sul movimento dei turisti è rilevabile nei pochi segmenti disponibili della corrispondenza prodotta e ricevuta dalla Camera di commercio, poi Consiglio provinciale dell'economia,

² ASV, *Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura*, Terzo deposito, b. 201 Associazione Nazionale Italiana per il Movimento dei Forestieri, Statuto Sociale, 1901, Roma, Nuova antologia, n. 7, 1901.

³ ASV, *Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura*, Terzo deposito, b. 203, Organizzazioni rappresentanze turistiche, 25 aprile 1930.

⁴ ASV, *Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura*, Terzo deposito, b. 203, Promemoria sull'unificazione delle direttive turistiche a Venezia, 1939.

di Venezia durante l'era fascista. Le ragioni principali per raccogliere e comunicare questi numeri non erano sempre esplicite, ma, quando lo erano, si riferivano alla necessità di comprendere il valore dell'industria, in termini di profitto economico generato. Come affermato da un direttore di lunga data della Camera di commercio, i numeri sul lato della domanda (arrivi turistici, trasporti) avrebbero potuto essere utilizzati per ottenere una stima contabile del fenomeno, usando le spese dei turisti come coefficiente per determinare l'impatto economico del turismo (Pellizzon, 1928, pp. 78-84). Inoltre, i documenti e la corrispondenza che non si limitano a mostrare le statistiche turistiche, ma le discutono anche, si riferiscono chiaramente all'economia legata al movimento dei turisti. Si può affermare che, date le finalità economiche della Camera stessa, i numeri da questa pubblicati sulla mobilità turistica fossero sin da prima della guerra intesi a descrivere le tendenze economiche dell'industria.

L'uso e la circolazione di statistiche per descrivere e definire l'industria del turismo non era una peculiarità dell'era fascista. Alla fine del XIX secolo, il primo articolo scientifico che si riferiva al movimento dei turisti stranieri menzionava anche le loro spese (Bodio, 1899). Fin dai primi anni dell'ENIT, venne poi esplicitato che descrivere le caratteristiche economiche del turismo era l'obiettivo principale delle statistiche. In una prima pubblicazione per l'ENIT, la statistica era contemplata come uno strumento utile non solo per osservare il turismo ma anche per promuovere lo sviluppo dell'industria turistica e delle attività satellite e per rendere il turismo stesso un'attività più efficiente (Bachi, 1921).

L'entusiasmo nella produzione e comunicazione delle statistiche turistiche sembrò raggiungere il suo apice durante gli anni del fascismo a causa di una concomitanza di fattori. Il primo insieme di fattori era strutturale e legato a (1) l'espansione dell'industria turistica, (2) lo sviluppo delle reti e di nuovi mezzi di trasporto (come l'aviazione) (3) l'aumentata importanza attribuita all'industria turistica nell'economia nazionale (4) la ricerca dell'amministrazione fascista di una razionalizzazione delle pratiche di governo (attraverso un uso diffuso delle statistiche). D'altra parte, la crisi economica iniziata in Italia nel 1927 e aggravatasi negli anni successivi sembrò coincidere, almeno a livello locale, con un'intensificazione della circolazione di numeri sui flussi turistici. Questi numeri venivano comunicati tra i diversi uffici per evidenziare l'impatto della crisi sull'industria turistica e per richiamare l'attenzione sulla necessità di soluzioni⁵.

⁵ ASV, *Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura*, Terzo deposito, bb. 202-203.

7.3. Nuove indagini e nuovi studi: 1946-2010

Come accade di solito durante i conflitti (Battilani, 2001), con l'inizio della Seconda Guerra Mondiale l'afflusso di turisti diretti a Venezia cessò. Le statistiche sui viaggiatori non furono pubblicate e si può presumere che, insieme a una contrazione dell'attività turistica, svanì anche la volontà di comunicare una quantità che "non c'era". Pochi anni dopo la fine della guerra, i numeri sul movimento dei viaggiatori diretti a Venezia iniziarono a riapparire nelle pubblicazioni. Nel 1948, la Camera di commercio ricominciò a pubblicare il bollettino nello stesso formato di prima della guerra con serie di dati sul movimento dei forestieri, divisi per categoria di alloggio e nazionalità. Insieme ai dati su arrivi, presenze e partenze, venivano mostrati il numero di passeggeri di aerei, autobus e vaporetti (Venezia. Ufficio di Statistica, 1948). Il bollettino mensile fu pubblicato fino al 1952. Nel 1955, l'ultima pubblicazione statistica autonoma della camera di commercio, "Note statistiche", mostrava dati sugli arrivi e le presenze di stranieri e italiani a Venezia e Lido per gli anni dal 1951 al 1955 (Camera di commercio industriale agricoltura Venezia, 1956). Nel 1956, il Comune iniziò a curare una pubblicazione annuale autonoma che conteneva informazioni statistiche sul movimento turistico a Venezia. Questa pubblicazione almeno dal 1964 fu poi curata dall'AAST e successivamente (L. 217/1983) dall'APT.

Nella "Sintesi del Movimento Turistico" annuale dell'AAST (1965), i dati principali mostrati erano quelli riferiti agli arrivi e alle presenze (con l'aggiunta della durata media del soggiorno per tabelle specifiche) in diverse aree di Venezia divise per categoria di alloggi e nazionalità dei turisti. Il numero di strutture ricettive era incluso in modo sintetico mentre tutti gli altri dati sulla mobilità non apparvero mai. La successiva APT (1983-1993) continuò a pubblicare mensilmente questi tipi di dati, probabilmente per uso interno delle istituzioni, in volumi chiamati "Movimento Turistico". Inoltre, i dati venivano occasionalmente pubblicati in relazione a eventi speciali, come Pasqua e Carnevale.

Parallelamente, l'ENIT pubblicava sporadicamente dati per la città di Venezia (con la terraferma) in vari annuari. Infatti, le stesse istituzioni che operavano prima della guerra (ENIT, EPT, AAST – poi APT) rimasero gli attori centrali nella produzione e diffusione di statistiche sul movimento dei turisti nei decenni del dopoguerra. A livello nazionale, dal 1959, e attraverso l'ENIT, l'Istituto Centrale di Statistica iniziò a raccogliere e pubblicare dati sul turismo nell'"Annuario Statistico del Commercio Interno" (ISTAT, 1957). Una moltitudine di dati sugli alloggi fu pubblicata insieme

ai dati sul movimento dei viaggiatori. Dal 1960 al 1963, gli arrivi e le presenze per categoria di alloggio a Venezia (capoluogo di provincia) apparvero in tabelle, per essere in seguito aggregati per l'intera provincia (ISTAT, 1959; 1962).

Una menzione speciale va fatta degli studi locali che furono realizzati nell'ultimo quarto del XX secolo. La pubblicazione “Turismo a Venezia” del 1979, curata dal CoSES (Consorzio per lo Sviluppo Economico e Sociale della Provincia di Venezia, 1979) sotto il patrocinio del Comune di Venezia, è una fonte che fornisce un’idea della crescente capacità analitica, consapevolezza e volontà di comprendere il turismo a livello locale. Questa pubblicazione era concepita come uno strumento per studiare l’impatto economico del turismo e per essere la base per l’implementazione di politiche turistiche al punto da suggerire la creazione di un “osservatorio del turismo” per raccogliere informazioni da tutti gli attori coinvolti nel settore. In “Turismo a Venezia”, oltre a una rielaborazione dei dati prodotti da ENIT, EPT e AAST, il CoSES pubblicò un’indagine campionaria sul turismo estivo a Venezia per fornire esplicitamente un quadro del fenomeno degli escursionisti (pendolari) e del loro comportamento intervistando i turisti stessi. Questo è il primo esempio di un’indagine campionaria autonoma per la città di Venezia e introduce il tema degli escursionisti come centrale. Durante gli anni ’80, la percezione del turismo tra parte dell’opinione pubblica e delle istituzioni si spostò verso una prospettiva più critica, in particolare in relazione al sovraffollamento causato da un numero eccessivo di turisti (Gazzettino di Venezia, 1982; Consorzio per lo sviluppo economico e sociale della provincia di Venezia, 1983; Vio, 1986; Zanon, 1986). Questo nuovo riconoscimento dei problemi posti dai turisti fu alla base di un crescente interesse del mondo accademico che portò alla pubblicazione di studi fondamentali sulla “capacità di carico” da parte di economisti attivi all’Università Ca’ Foscari (Canestrelli e Costa, 1990; Costa e Zanetto, 1991). Questi studi avrebbero segnato il percorso di un dibattito ancora in corso nel mondo accademico veneziano (Bertocchi e Camatti, 2022). Fu tra la metà degli anni ’80 e i primi anni ’90 che furono condotte diverse indagini a seguito della problematizzazione del turismo. Per i ricercatori, durante questo periodo, “la complessità del fenomeno e la crescente difficoltà nel controllarlo divennero evidenti” (Costa e Manente, 1996, p. 48). I principali punti comuni in questo filone di studi sono una maggiore attenzione ai visitatori giornalieri e al sovraffollamento, la loro relazione con i residenti e il fatto che la maggior parte dei modelli quantitativi furono progettati e proposti proprio come strumenti per rendere possibile la gestione pubblica del fenomeno turistico.

L'importanza attribuita alla necessità di trovare una misura quantitativa divenne evidente in uno studio del CoSES del 1988, dove la “massima capacità turistica del centro storico” fu calcolata in 21.000 visitatori giornalieri (Costa e Van der Borg, 1988). Poco dopo, Canestrelli e Costa (1990) pubblicarono uno studio basato su un modello di analisi costi-benefici per determinare la capacità di carico turistica per il centro di Venezia. Questa capacità fu definita come il limite massimo di visitatori che la città poteva ospitare prima che la loro presenza iniziasse a peggiorare la qualità dell'esperienza turistica e la qualità della vita della popolazione residente. Per trovare questo limite di capacità, i ricercatori costruirono un modello che descriveva l'uso delle risorse da parte di residenti e turisti e che poteva essere utilizzato per determinare “un livello ottimale di uso turistico” di Venezia basato sui “livelli di aspirazione” della “popolazione non turistica” (residenti).

In questo studio, i turisti erano divisi fra coloro che soggiornavano in alberghi, strutture ricettive non alberghiere e i visitatori giornalieri, ma la novità era rappresentata dall'inclusione dei residenti oltre la “classica” dicotomia turista-residente, che fu corretta attraverso la separazione dei residenti in popolazione “turismo-dipendente” e “non turismo-dipendente”, mostrando così la complessità economica e sociale del fenomeno. Con il passare del tempo, vari studi hanno quindi cercato di esplorare il turismo in maggiore profondità, con l'obiettivo di informare le politiche di destinazione e di gestione dei flussi. Un'indagine qualitativa *ad hoc* pubblicata nel 1996 ha analizzato i comportamenti dei turisti e ha fornito una rappresentazione più variegata della popolazione di escursionisti, al fine di comprenderne la quota nel numero totale di turisti. I “falsi escursionisti” – coloro che trascorrevano le notti nella terraferma o nelle provincie di Padova, Venezia e Treviso (PaTreVe) e visitavano Venezia durante il giorno – furono considerati la categoria che richiedeva la «massima attenzione» poiché erano «turisti mancati con pernottamento» (Costa e Manente, 1996, p. 66). Tuttavia, nella stessa pubblicazione, si suggeriva che i flussi di turisti di ritorno (solitamente alloggiati nella terraferma) potessero essere reindirizzati verso attrazioni diverse e attraverso percorsi alternativi in terraferma.

Oltre a rispondere alla necessità di trovare un limite di “capacità” per – principalmente – rispondere al rischio di sovraffollamento, nel 2008 il CoSES condusse un ulteriore studio suggerendo di applicare tariffe diverse per i servizi specifici che potevano essere utilizzati dai turisti (Scaramuzzi, Di Monte, Pedenzini e Santoro, 2008). L'idea di “far pagare i turisti” per l'uso della città, sotto forma di tassazione indiretta o diretta, venne reintrodotta in questo periodo e avrebbe assunto diverse configurazioni nei decenni a venire. Nel 2009, lo stesso gruppo di ricerca avrebbe introdotto

un modello ispirato al concetto di capacità di carico, considerando anche nuove categorie di individui mobili, come i pendolari lavorativi, gli studenti e gli utenti di seconde case (Scaramuzzi, Di Monte, Pedenzini e Santoro, 2009). All'inizio degli anni 2010, un nuovo studio ha introdotto l'idea di creare un sistema di prenotazione per accedere alla città, con livelli di prezzo variabili in base al livello di affluenza (Massiani e Santoro, 2012).

Da parte sua, con l'eccezione di un'indagine *ad hoc* condotta nel 2008, l'organismo locale responsabile delle statistiche sul turismo, ovvero il Dipartimento del Turismo del Comune, a partire dagli anni 2000 e fino ad oggi, ha pubblicato l'Annuario del Turismo della Città di Venezia, un rapporto statistico progettato per gli operatori turistici. Tuttavia, nonostante l'inclusione di sottocategorie più dettagliate (come i tipi di alloggio), questo rapporto conserva in gran parte gli elementi fondamentali stabiliti nelle pubblicazioni di un secolo prima.

Gli ultimi decenni del XX secolo e i primi anni del XXI hanno visto un'impennata nelle indagini locali, riflettendo una crescente prospettiva critica sul turismo. Durante questo periodo, tuttavia, è emersa una dicotomia tra le statistiche prodotte dagli organismi nazionali e quelle sviluppate a livello locale. Il cambiamento più significativo nelle statistiche nazionali sul turismo in questo periodo è stato di natura istituzionale. Da un lato, è stato istituito un sistema nazionale per il coordinamento della produzione statistica al fine di garantire uniformità e standardizzazione. Dall'altro lato, le funzioni statistiche sono state decentralizzate, con la responsabilità trasferita agli uffici statistici delle singole amministrazioni regionali. In questi decenni, in parte a causa del crescente volume di dati generati, le informazioni sulla mobilità turistica a Venezia o su scala locale sono in gran parte assenti dalle pubblicazioni nazionali (eccetto nel caso di studi specializzati o *ad hoc*) e, nonostante il quadro locale abbia mostrato un dinamismo creativo in termini di contenuti e sperimentazione metodologica, le categorie statistiche introdotte dalle indagini, come le classificazioni specifiche degli escursionisti, non sono state integrate nelle statistiche ufficiali.

7.4. Dalle statistiche ai Big Data sul turismo: gli anni 2020

Oggi, tre differenze chiave distinguono la produzione e la presentazione delle statistiche turistiche dalle pratiche passate.

La prima riguarda l'esistenza di uno specifico ufficio del turismo responsabile dell'aggregazione e della diffusione dei dati relativi al turismo, una caratteristica istituzionale assente all'inizio del XX secolo, quando

l’immaturità dell’industria turistica si rifletteva nella mancanza di un organismo specializzato.

La seconda differenza deriva dalla recente rivoluzione nella raccolta, elaborazione e comunicazione dei dati nel campo del turismo (Grassini e Dugheri, 2021). Oltre ai metodi tradizionali, nuove tecnologie come telecamere, dispositivi contapersone, dati di posizionamento mobile (MPD) forniti dagli operatori di rete mobile e dati estratti dai social media offrono una rappresentazione più dettagliata del turismo in città. La generazione automatizzata, la raccolta immediata e la visualizzazione quasi in tempo reale dei dati contribuiscono a una rappresentazione (percepita) più accurata della presenza e del movimento turistico all’interno di Venezia, un fenomeno difficile da catturare attraverso le tradizionali statistiche di arrivi e partenze, poiché i visitatori giornalieri sono tipicamente esclusi da questi conteggi. Tutti i dati vengono tradotti in informazioni visualizzate e continuamente aggiornate, mostrate su una dashboard all’interno della Smart Control Room, un’infrastruttura digitale sviluppata dal Comune di Venezia in linea con le raccomandazioni di pianificazione urbana dell’UNESCO per la città (Basili e De Vettor, 2014). Questo sistema è progettato per facilitare analisi quantitative e qualitative più rapide e più complete dei flussi turistici, migliorando la capacità della città di monitorare e gestire efficacemente le dinamiche turistiche.

Il flusso di turisti è rappresentato attraverso l’analisi dei dati derivati dal posizionamento geografico delle SIM card, noti come Mobile Positioning Data (MPD). Le *heatmap* che illustrano i punti di origine e destinazione di queste SIM card forniscono una panoramica completa dei modelli di movimento, mentre una mappa della città sovrapposta con colonne 3D rappresenta visivamente la concentrazione di SIM card all’interno del perimetro urbano. In termini di risoluzione temporale, la visualizzazione MPD offre una rappresentazione più dettagliata della presenza fisica degli individui (turisti) rispetto ai dati tradizionali su arrivi e presenze. Inoltre, l’MPD consente la categorizzazione degli utenti di telefoni cellulari per nazionalità, età e luogo di origine, fornendo nuove informazioni sui turisti. Se combinata con i dati dei sensori contapersone, la densità delle SIM card può fungere da *proxy* per valutare il sovraffollamento in aree specifiche. Rispetto alle statistiche turistiche convenzionali, la maggiore granularità temporale dell’MPD è generalmente considerata economicamente vantaggiosa, sebbene la sua affidabilità metodologica rimanga oggetto di dibattito (Grassini e Dugheri, 2021). Inoltre, l’integrazione dell’MPD in una piattaforma unificata, come il sistema Smart Control Room, potrebbe facilitare l’identificazione di correlazioni con altre tipologie di dati, come le condizioni meteorologiche, e migliorare lo sviluppo di modelli predittivi.

L'MPD è solo una delle diverse forme di dati digitali che possono essere utilizzati per analizzare il turismo. I dati generati da e sulle piattaforme online sono diventati anch'essi oggetto di scrutinio da parte di istituzioni pubbliche e organizzazioni della società civile. A livello regionale, ad esempio, l'OTRF raccoglie contenuti generati dagli utenti (UGC) dei *social media* per l'analisi del *sentiment* delle esperienze dei visitatori a Venezia.

La *datafication* del turismo non ha solo portato alla creazione di nuovi tipi di dati, ma ha anche facilitato l'ingresso di attori privati nel campo della quantificazione del turismo, dagli operatori di rete mobile alle società di analisi dei dati. Nonostante le limitazioni e le sfide intrinseche dei dati nativi digitali, l'amministrazione veneziana continua a investire in questi sistemi come parte dei suoi sforzi per gestire e regolare i flussi turistici in modo più efficace.

Una terza e ultima differenza chiave riguarda la discrepanza tra ciò che viene ufficialmente osservato e registrato nelle statistiche turistiche e i flussi generati dalle trasformazioni che si verificano nel settore ricettivo. La crescente dipendenza dalle piattaforme online per la prenotazione di alloggi privati in città – come Airbnb – è diventata una pratica diffusa tra i turisti, al punto che gli affitti a breve termine rappresentano ora una quota sostanziale del settore ricettivo. Tuttavia, ottenere statistiche ufficiali accurate sulla portata di questo fenomeno rimane difficile, in parte a causa delle difficoltà nell'identificare tutte le inserzioni e nel tracciare con precisione l'attività degli *host* (Nieuwland e van Melik, 2020). In risposta a queste lacune nei dati ufficiali, siti *web* di monitoraggio e piattaforme collaborative come Ocio-Venezia hanno mobilitato dati estratti da Airbnb per analizzare le dinamiche degli affitti a breve termine nel centro storico, offrendo una prospettiva critica sull'espansione del settore ricettivo turistico. Negli ultimi anni, in particolare tra i gruppi che resistono agli impatti del turismo sull'onda dell'ascesa delle prenotazioni online, sembra esserci stato un cambiamento di attenzione verso i dati sull'ospitalità, privilegiando una stima dei posti letto turistici e l'uso delle proprietà residenziali, piuttosto che le statistiche tradizionali sugli arrivi e sui flussi alberghieri. Al contrario, le autorità pubbliche sono rimaste caute sull'affidabilità dei dati prodotti da fonti alternative, optando invece per affidarsi alle banche dati amministrative ufficiali, dove gli affitti turistici registrati sono formalmente annotati. Questa divergenza nelle fonti di dati riflette tensioni più ampie tra gli approcci istituzionali alla gestione del turismo e gli sforzi di altri attori per documentare e criticare l'espansione del settore.

7.5. Conclusione

Durante il XIX secolo e l'inizio del XX secolo, dati esplicativi sulla mobilità turistica risultano assenti. Sebbene i registri dei visitatori fossero stati a lungo mantenuti dalle strutture ricettive, fu solo nel 1914 che gli amministratori iniziarono a esprimere un crescente interesse a quantificare questi visitatori. L'era fascista segnò un punto di svolta nella produzione e pubblicazione delle statistiche turistiche, uno sviluppo che può essere attribuito a (1) una crescente enfasi sull'analisi statistica, (2) l'espansione dell'industria turistica e (3) la conseguente proliferazione della documentazione statistica del fenomeno turistico.

I dati statistici ebbero un ruolo più prominente nelle comunicazioni amministrative tra la fine degli anni '20 e l'inizio degli anni '30, in coincidenza con la crisi economica iniziata in Italia nel 1927, quando il monitoraggio e la dimostrazione delle prestazioni del settore turistico divennero una priorità riconosciuta (Mennicken e Espeland, 2019).

Dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale, è possibile datare l'avvio di una seconda fase, caratterizzata dalla stabilizzazione e dal perfezionamento del sistema di quantificazione del turismo. Questo processo, avviato dall'amministrazione centrale attraverso ENIT e ISTAT poco prima della guerra, è proseguito nel dopoguerra.

La terza fase nella storia della quantificazione del turismo a Venezia corrisponde agli ultimi tre decenni del XX secolo e all'inizio del XXI secolo, un periodo in cui gli impatti del turismo di massa divennero sempre più evidenti e di conseguenza entrarono nel discorso pubblico e accademico. Quest'era fu caratterizzata da (1) l'implementazione di indagini ad hoc e (2) uno spostamento dell'attenzione dalla stagionalità alla durata delle visite, con particolare interesse per il fenomeno dei visitatori giornalieri.

Dopo più di un secolo di quantificazione del turismo nella e per la città di Venezia, gli anni 2010 hanno infine inaugurato una nuova era, caratterizzata da significative trasformazioni nei metodi utilizzati per osservare e quantificare il turismo e l'attività turistica.

Le pratiche statistiche impiegate per analizzare e gestire il fenomeno turistico a Venezia sembrano aver seguito una traiettoria evolutiva. Nel tempo, tre distinti regimi statistici sono emersi e si sono progressivamente integrati. Dal 1914, le statistiche sul turismo erano principalmente derivate dai registri alberghieri, con un'attenzione particolare alla qualità dei turisti, determinata dal loro paese di origine. Questi dati venivano compilati e riportati mensilmente agli enti amministrativi locali, alle associazioni di categoria e alla CIGA. A partire dal 1979, l'approccio me-

todologico si espanso con l'introduzione di indagini campionarie *ad hoc* e della modellazione econometrica, spostando l'attenzione primaria sulla durata dei soggiorni dei visitatori.

Gli anni 2020 hanno visto una “rivoluzione dei dati” (Kitchin, 2022) che ha permeato anche il campo delle statistiche turistiche, contrassegnata dall'emergere dei Big Data e dei dati digitali. L'espansione delle ICT ha introdotto nuove forme di alloggio, come Airbnb, che è diventato un punto focale di dibattito a Venezia, in particolare tra gli attivisti preoccupati per gli effetti del turismo eccessivo. Contemporaneamente, questa trasformazione ha generato una vasta gamma di nuove fonti di dati che possono fornire nuove intuizioni sulle dinamiche turistiche. In particolare, nella Smart Control Room del Comune di Venezia, i dati sulla mobilità – insieme ai Mobile Positioning Data (MPD) – vengono raccolti tramite sensori contapersone, nonché sensori meteorologici e di traffico installati in tutta la città. Questo sistema integrato, che può essere definito un “assemblaggio di dati” (Kitchin e Lauriault, 2014), mira a produrre un'analisi più accurata, tempestiva e completa dei fenomeni turistici. Consentendo un'analisi di correlazione più efficiente e lo sviluppo di modelli predittivi, un tale approccio migliora la capacità di comprendere e gestire i flussi turistici. Inoltre, questo cambiamento non ha solo trasformato la produzione delle statistiche turistiche, ma ha anche alterato la gamma di attori coinvolti nella loro generazione. Accanto alle statistiche pubbliche ufficiali, sono emerse fonti alternative di dati relativi al turismo, comprese quelle prodotte da aziende private specializzate nell'analisi dei dati (come AirDNA e The Data Appeal), operatori di rete mobile (come TIM e Vodafone) e siti web e organizzazioni di monitoraggio (come Inside Airbnb e Ocio-Venezia). Questi nuovi produttori hanno ampliato il panorama della quantificazione del turismo, offrendo diverse prospettive e metodologie oltre la tradizionale raccolta dati governativa.

Bibliografia

- Azienda autonoma soggiorno e turismo (1965). *Sintesi del movimento turistico nel comune di Venezia nell'anno 1964: rilevazioni statistiche*. AAST Venezia.
- Aziende di Promozione Turistica di Venezia (1994). *Movimento Turistico 1983-1993*. Venezia.
- Bachi R. (1921). Sulla rilevazione statistica del movimento dei forestieri: Relazione alla Direzione Generale dell'Ente nazionale per le industrie turistiche, in *Giornale degli Economisti e Rivista di Statistica*, vol. 61, n. 8, pp. 277-289.

- Barizza S. (1987). *Il Comune di Venezia, 1806-1946: l'istituzione, il territorio, guida-inventario dell'archivio municipale*. Comune di Venezia.
- Basili K., De Vettor G., (a cura di). (2014). "Venezia e la sua Laguna" Patrimonio Mondiale Unesco. Piano di Gestione 2012-2018. 3b press.
- Battilani P. (2009). *Vacanze di pochi, vacanze di tutti: l'evoluzione del turismo europeo*. Il Mulino.
- Battilani P. (2020). Gli anni in cui tutto cambiò: il turismo italiano fra il 1936 e il 1957, in *TST. Transportes, Servicios y Telecomunicaciones*, vol. 41, n. 1, pp. 103-133.
- Berrino A. (a cura di). (2005). *Storia del turismo. Annale 2004*. FrancoAngeli.
- Bertocchi D., Camatti N. (2022). *Tourism in Venice: mapping overtourism and exploring solutions*, in J. van der Borg (ed.). *A Research Agenda for Urban Tourism*. Edward Elgar Publishing, pp. 107-125.
- Bertrand G. (2017). L'administration vénitienne et l'évolution des techniques d'enregistrement des étrangers dans le contexte de la Révolution française (1789-1797), in *Diasporas. Circulations, migrations, histoire*, vol. 29, pp. 105-129.
- Bodio L. (1899). Sul movimento dei forestieri in Italia e sul denaro che vi spendono, in *Giornale degli economisti*, vol. 19, pp. 54-58.
- Camera di Commercio di Venezia (1914). *Bollettino camera di commercio Venezia*. Camera di Commercio di Venezia.
- Camera di commercio industria ed agricoltura Venezia – Provincia di Venezia (1956). *Note statistiche 1951-1955*. Camera di commercio industria ed agricoltura Venezia.
- Canestrelli E., Costa P. (1991). Tourist carrying capacity: A fuzzy approach, in *Annals of Tourism Research*, vol. 18, n. 2, pp. 295-311.
- Carr N. (2002). The tourism-leisure behavioural continuum, in *Annals of Tourism Research*, vol. 29, n. 4, pp. 972-986.
- Città di Venezia (2020). *Annuario del turismo 2019*. Assessorato al Turismo. Centro Produzione Multimediale.
- Comune di Venezia (1870). *Bollettino ufficiale della giunta di statistica del Comune di Venezia*. Comune di Venezia
- Consiglio provinciale dell'Economia corporativa (1939). *Bollettino mensile di statistica a cura dell'Ufficio Provinciale dell'Economia Corporativa Venezia*. Consiglio provinciale dell'economia di Venezia.
- Consorzio per lo sviluppo economico e sociale della provincia di Venezia. CoSES. (1979). *Turismo a Venezia*. CoSES.
- Contento A. (1906). *La popolazione di Venezia dopo il 1871, comparata con quella delle maggiori città italiane: note*. (supplemento al Bollettino trimestrale di Statistica del Comune di Venezia, n. 4, 1904), Tipografia Ferrari.
- Costa P., Manente M. (1996). Venice and its visitors: A survey and a model of qualitative choice, in *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 4, n. 3, pp. 45-69.
- Costa P., Van Der Borg J. (1988). Un modello lineare per la programmazione del turismo, in *COSES informazioni*, vol. 32, n. 33, pp. 21-26.

- Davis R.C., Marvin G.R. (2004). *Venice, the Tourist Maze: A Cultural Critique of the World's Most Touristed City*. University of California Press.
- Demunter C. (2017). *Tourism statistics: Early adopters of big data*, in *Sixth UNWTO International Conference on Tourism Statistics*, Manila, Philippines, 2017.
- Desrosières A. (2010). *La politique des grands nombres: Histoire de la raison statistique*. La Découverte.
- Desrosières A. (2013). *Pour une sociologie historique de la quantification: l'argument statistique I*. Presses des Mines via OpenEdition.
- Desrosières A. (2014). *Prouver et gouverner: une analyse politique des statistiques publiques*. La Découverte.
- ENIT (1929). *Bollettino Mensile di Statistica del movimento dei forestieri nelle stazioni di cura, soggiorno e turismo*. Maggio 1929. ENIT.
- ENIT (1930). *Bollettino Mensile di Statistica*. Aprile 1930. Roma.
- ENIT (1932a). *Statistica del Turismo: Bollettino Mensile dell'Ente Nazionale Industrie Turistiche*. Gennaio, 1932. Roma.
- ENIT (1932b). *Statistica del Turismo*. Aprile-Maggio, 1932. Roma.
- Favero G. (2001). *Le misure del regno: direzione di statistica e municipi nell'Italia liberale*. Il poligrafo.
- Gallo R. (1926). Il riordinamento del servizio statistico, in *Rivista mensile della città di Venezia*, vol. 5, n. 3, pp. 153-155.
- Gallo R. (1932). Relazione del Capo del Reparto III (Censimento e inchieste speciali), in *Annali di Statistica*, serie 6, pp. 261-264.
- Gaspari O. (2022). *Storia dell'USCI. Unione statistica delle città italiane 1905-1987. La rete degli statistici comunali*. Libereditizioni.
- Gazzettino di Venezia (1982). Tanta Gente. Anzi, troppa, 22 febbraio 1982.
- Gerbaldo P. (2015). *Compagnia italiana dei grandi alberghi: Un sogno italiano dalla Belle époque al Miracolo economico (CIGA, 1906-1979)*. G. Giappichelli Editore.
- Gioia M. (1809). *Indole, estensione, vantaggi della statistica. Confutazione dell'opuscolo che ha per titolo: Del fine delle statistiche. Risposta alle obbiezioni fatte alle Tavole statistiche di Melchiorre Gioia*. presso Pirotta e Maspero stampatori-librai.
- Grassini L., Dugheri G. (2021). Mobile phone data and tourism statistics: a broken promise, in *National Accounting Review*, vol. 3, n. 1, pp. 50-68.
- Hall C.M. (2005). Reconsidering the geography of tourism and contemporary mobility', in *Geographical Research*, vol. 43, n. 2, pp. 125-139.
- ISTAT (1957). Le rilevazioni statistiche in Italia dal 1861 al 1956', in *Annali di Statistica*, serie VII, Vol. 6.
- ISTAT (1957). *Annuario statistico del commercio interno*. Istituto Centrale di Statistica.
- ISTAT (1959). *Annuario statistico*.
- ISTAT (1962). *Annuario statistico*.
- ISTAT (1971). *Attrezzatura Alberghiera in Italia al I° Gennaio 1969*. Istituto Centrale di Statistica.

- Kitchin R. (2022). *The Data Revolution: A Critical Analysis of Big Data*. Open Data & Data Infrastructures.
- Kitchin R., Lauriault T. (2014). *Towards Critical Data Studies: Charting and Unpacking Data Assemblages and their Work*. The Programmabile City WP 2.
- Mariacher G. (1964). Rodolfo Gallo, in *Bollettino dei Musei Civici Veneziani*, vol. 9, n. 1-2, pp. 4-8.
- Mariacher G. (1967). Obituary: Rodolfo Gallo (1881-1964), in *Imago Mundi*, vol. 21, n. 1, p. 115.
- Marucco D. (1996). *L'amministrazione della statistica nell'Italia unita*. Laterza.
- Massiani D.P.J., Santoro G. (2012). The relevance of the concept of capacity for the management of a tourist destination: Theory and application to tourism management in Venice, in *Rivista Italiana di Economia, Demografia e Statistica*, vol. 66, n. 2, pp. 141-156.
- Mennicken A., Espeland W.N. (2019). What's new with numbers? Sociological approaches to the study of quantification, in *Annual Review of Sociology*, vol. 45, pp. 223-245.
- Nieuwland S., van Melik R. (2020). Regulating Airbnb: how cities deal with perceived negative externalities of short-term rentals, in *Current Issues in Tourism*, vol. 23, n. 7, pp. 811-825.
- Pellizzon F. (1928). Il Movimento Turistico di Venezia e il Suo Rendimento Economico, in *Rivista Mensile della Città di Venezia*, vol. 7, n. 2-3, pp. 78-84.
- Porter T.M. (1996). *Trust in numbers: The pursuit of objectivity in science and public life*. Princeton University Press.
- Reberschak M. (2002). Filippo Grimani e la 'nuova Venezia'. In *Storia di Venezia. L'Ottocento e il Novecento* (Vol. 1, pp. 323-348). Istituto dell'Enciclopedia Italiana – Fondazione Giorgio Cini.
- Scaramuzzi I., Di Monte G., Pedenzini C., Santoro G. (2008) *Flussi, tariffe e prospettive di intervento Doc. 1034.0*, Coordinamento per le Politiche Strategiche del Turismo – Comune di Venezia. CoSES.
- Scaramuzzi I., Di Monte G., Pedenzini C., Santoro G. (2009). *Modello logico di sostenibilità urbana per il turismo a Venezia. Doc. 1094.0*, Coordinamento per le Politiche Strategiche del Turismo – Comune di Venezia. CoSES.
- Tizzoni E. (2017). Politica e turismo in epoca fascista tra centro e periferia. *Ricerche di storia politica*, vol. 20, n. 2, pp. 147-168.
- Ufficio provinciale dell'economia corporativa di Venezia (1939). *Bollettino mensile di statistica Venezia*. Tip. S. Marco.
- Van der Borg J., Camatti N., Bertocchi D., Albarea A. (2017). *The Rise of the Sharing Economy in tourism: Exploring Airbnb Attributes for the Veneto Region*. University Ca' Foscari of Venice, Dept. of Economics Research Paper Series No. 5.
- Venezia. Ufficio di Statistica. (1912). *Bollettino mensile dell'Ufficio di Statistica del Comune di Venezia*. Venezia.
- Venezia. Ufficio di Statistica. (1932). *Bollettino mensile dell'Ufficio di Statistica del Comune di Venezia*. Venezia.

- Venezia. Ufficio di Statistica (1948). *Bollettino di statistica*. Venezia.
- Venezia. Ufficio di Statistica (1953). *Bollettino di statistica*. Venezia.
- Vio E. (1986). *Turismo a Venezia: come evitare la congestione*. Consorzio per lo sviluppo economico e sociale della provincia di Venezia.
- Zanon G. (1983). *Turisti in Centro Storico dal 1979 al 1982*. Consorzio per lo sviluppo economico e sociale della provincia di Venezia.

8.

LA MOBILITAZIONE DEGLI ATTORI CULTURALI NELLA GENESI DEL MODERNO CARNEVALE DI VENEZIA. UN'ANALISI RETROSPETTIVA

di Arianna Candeago

8.1. Introduzione

Il concetto di *overtourism* ha assunto un rilievo crescente nella letteratura scientifica a partire dal 2015, legandosi inizialmente a sentimenti di resistenza al turismo più che a valutazioni empiriche dei flussi (Colomb e Novy, 2017; Dodds e Butler, 2019). Negli anni successivi, tuttavia, il perfezionamento delle indagini quantitative ha consentito di identificare con maggiore precisione specifici contesti urbani e territoriali soggetti a eccessive pressioni turistiche (Peeters *et al.*, 2018), sollevando interrogativi di natura economica, sociale e ambientale in merito alla sostenibilità dei modelli di sviluppo adottati.

In questo quadro, la letteratura sul management turistico ha progressivamente spostato il proprio focus dall'ideazione di politiche di attrattività alla valutazione degli effetti collaterali generati da tali strategie, sottolineando le responsabilità degli attori pubblici nel produrre, o quantomeno facilitare, dinamiche turistiche non intenzionali (Milano *et al.*, 2019). Nonostante ciò, risulta tuttora carente una riflessione di tipo retrospettivo sui processi che hanno condotto all'affermazione di scenari di *overtourism*. In particolare, si avverte la mancanza di un'indagine mirata a ricostruire le premesse politiche, strategiche e culturali che, a livello locale, hanno reso possibili simili esiti, favorendo la progressiva trasformazione di *alcune* città in destinazioni turistiche a forte intensità (Wadhwani e Jones, 2014; Wadhwani e Decker, 2017).

In questa prospettiva, Venezia rappresenta un osservatorio privilegiato. Sebbene la vocazione turistica della laguna abbia radici remote (Davis e Marvin, 2004), è solo a partire dalla fine degli anni '70, nel contesto di un rapido spopolamento del centro storico (Favero, 2014), che si assisté a un intervento attivo del Comune per consolidarne l'economia turistica, me-

dante il lancio di una serie di eventi in collaborazione con la Biennale, in particolare in occasione del Carnevale (Bressanello, 2009). Tale operazione superò ampiamente le aspettative iniziali dei promotori, dando origine a un processo di mobilitazione plurale – pubblico, privato, associativo – che contribuì alla destagionalizzazione del turismo e alla sua trasformazione in fenomeno strutturale e pervasivo.

Le pubblicazioni disponibili, tuttavia, tendono a restituire una lettura celebrativa o puramente storico-descrittiva della rinascita del Carnevale moderno, trascurando l'analisi delle dinamiche decisionali e delle reti di attori che crearono le condizioni per una crescita inarrestabile dei flussi. Grazie all'impiego di nuove fonti documentarie, il presente contributo intende pertanto proporre una ricostruzione di tale processo di mobilitazione tra anni '60 e '80, mediante un'indagine articolata lungo due direttive. Da un lato, si esamineranno le scelte politiche e strategiche che alla fine degli anni '70 portarono all'invenzione di nuove iniziative volte ad attirare visitatori durante la bassa stagione; dall'altro, si inquadrerà il ruolo assunto da certe politiche di destinazione – capaci di catturare l'interesse dell'industria turistica globale – e il dibattito politico intorno al turismo, per individuare le cornici interpretative che orientarono misure e azioni specifiche. In ultima istanza, si cercherà di chiarire – anche alla luce degli studi sui movimenti sociali – come e perché tale mobilitazione si sia rivelata ben più incisiva rispetto agli obiettivi originari.

8.2. La reinvenzione del Carnevale di Venezia attraverso i materiali d'archivio

Ai fini di una ricostruzione storica delle scelte politiche e strategiche adottate dal Comune a partire dai tardi anni '70 nel rilancio del Carnevale e, più in generale, del processo di mobilitazione degli attori culturali, risulta imprescindibile il ricorso a fonti archivistiche finora poco considerate dalla storiografia.

Particolare rilievo assumono, in questo senso, i fondi conservati presso l'Archivio Generale del Comune di Venezia, che includono i verbali della Giunta e del Consiglio comunale relativi al periodo 1960-85, nonché gli atti presidiali del sindaco Mario Rigo (1975-85), figura istituzionale centrale nella promozione dell'iniziativa. Tali materiali offrono infatti un quadro analitico delle condizioni economiche e sociali della città nel periodo in analisi, delle criticità emerse e delle soluzioni discusse in ambito politico, nel più ampio contesto di confronto tra forze di maggioranza e opposizione.

Complementari a queste fonti sono le carte prodotte dalla Biennale Teatro, ente attivamente coinvolto nell'organizzazione dei primi Carnevali, oggi custodite all'Archivio Storico delle Arti Contemporanee. Tra *Fondo storico* e *Raccolta documentaria* si rinvengono atti preparatori, corrispondenze ufficiali, rassegne stampa, materiali di comunicazione istituzionale e scambi epistolari con le direzioni artistiche, tra cui quella di Maurizio Scaparro (1979-82), il quale esercitò un ruolo determinante nella definizione della formula culturale dell'evento.

A integrare la documentazione “pubblica” concorrono gli archivi privati di Rigo e Scaparro, conservati rispettivamente a Roma presso l'Archivio Storico del Senato della Repubblica e a Venezia presso la Fondazione Giorgio Cini. Essi raccolgono ritagli di giornale, interviste, discorsi, rassegne stampa, fotografie e, soprattutto, corrispondenza personale, materiali che permettono di approfondire aspetti meno formali della vicenda, offrendo spunti interpretativi preziosi per comprendere la genesi delle scelte operative.

Non meno importanti ai fini di un discorso sul turismo in laguna sono poi alcune serie archivistiche della Camera di Commercio di Venezia Rovergo, in particolare quelle denominate *Turismo e Sport* e *Trasporti aerei* nel fondo *Camera di Commercio, Industria, Agricoltura, Artigianato di Venezia*, che rilevano svariate attività di promozione turistica invernale e progetti di connessione tra Venezia e le capitali europee. Queste iniziative, approntate tra tardi anni '70 e '90, testimoniano l'adozione di strategie volte a consolidare la visibilità della città nei circuiti turistici internazionali, che certo incisero sui flussi di persone.

Infine, l'esame sistematico degli archivi della stampa quotidiana locale e nazionale consente di cogliere i termini del dibattito pubblico sulle politiche di attrattività, ovvero di osservare le modalità secondo cui si è evoluta la percezione collettiva dei flussi turistici in risposta alle ricadute materiali sulla città e sulle abitudini di vita della popolazione.

8.3. Per una breve storia del moderno Carnevale di Venezia

Sono noti, grazie agli studi di Alessandro Bressanello (2009), attori ed episodi che scandirono la progressiva rinascita del Carnevale veneziano tra la fine degli anni '70 e l'inizio degli anni '80, e che contribuirono alla sua definitiva consacrazione ad evento chiave della vita lagunare nei successivi anni '90 e Duemila.

Abolito assieme ad altre usanze popolari con la caduta della Serenissima nel 1797, il Carnevale risorse ufficialmente nel 1980, quando Comune

di Venezia e Biennale Teatro, con la collaborazione di Azienda Autonoma di Soggiorno e Turismo (AAST), Scuola Grande di San Marco e Cooperativa Settemari, organizzarono il *Carnevale del Teatro*: una manifestazione della durata di sei giorni, basata su un programma di oltre centoventi spettacoli da svolgersi nei teatri della città (per l'occasione aperti dalle 12 alle 24), nel “Teatro del Mondo” a Punta della Dogana e nei campielli, che ebbe un successo inaspettato¹. A ben vedere, già nel 1979 la stessa Scuola Grande di San Marco, con il sostegno economico di Comune e Azienda di Promozione Turistica (APT), aveva proposto un programma di eventi per coinvolgere i Veneziani – oltre agli occasionali turisti invernali – con intrattenimenti in piazza San Marco, nelle calli e al palasport dell'Arsenale, in risposta ad alcune mascherate spontanee che gruppi di studenti dell'Accademia di Belle Arti avevano inscenato l'anno precedente su esempio di quanto si andava facendo a Burano e Campalto. Se nel 1979 erano stati soprattutto i Veneziani a rispondere all'iniziativa pensata per far rivivere le antiche tradizioni della Serenissima (i turisti rilevati furono circa 21.700), nel 1980 molte strutture ricettive registrarono il tutto esaurito (gli ospiti negli alberghi ammontarono a 33.200) e le presenze dichiarate furono addirittura 200.000, nonostante la quasi totale assenza di pubblicità dell'evento². Nei giorni di domenica, giovedì e martedì in cui la manifestazione si svolse la città fu sottoposta a un'invasione cui non era preparata: molti ristoranti e alberghi rimasero chiusi per la consueta pausa stagionale; esercizi e negozi mantenevano orari ridotti; e i trasporti urbani si dimostrarono insufficienti (Bressanello, 2009, pp. 15-16, 24).

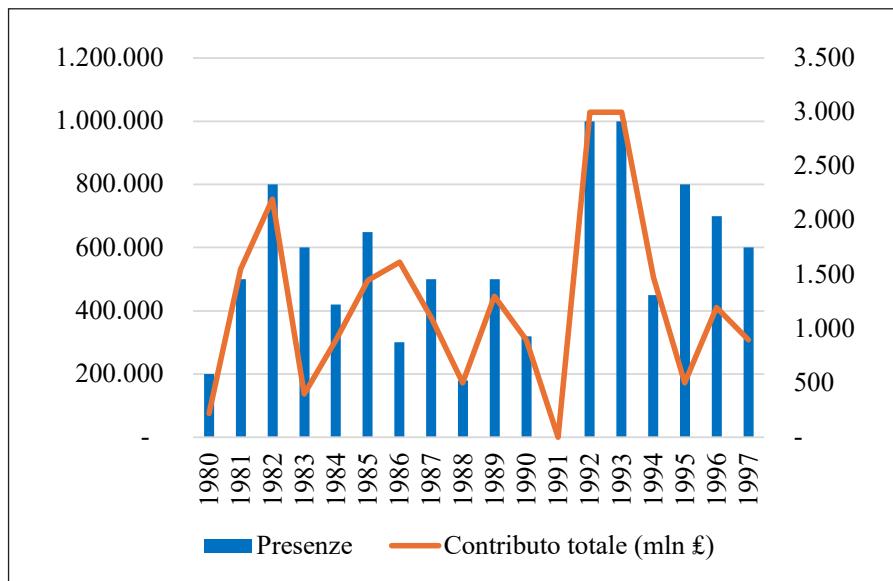
La riuscita del *Carnevale del Teatro* fu tuttavia tale da indurre l'amministrazione comunale a rinnovare il sodalizio con la Biennale Teatro diretta da Maurizio Scaparro per i successivi due anni (nel 1981 con il *Carnevale della Ragione* e nel 1982 con la manifestazione *Napoli a Venezia*), riproponendo l'idea di Carnevali tematici diffusi, capaci sia di coinvolgere la popolazione sia di attirare i turisti. Intravedendo le opportunità di crescita e guadagno che l'evento prospettava per la città, la sua durata già nel 1981

¹ “E stasera addio in Mondovisione”, 1980; Bressanello (2009), pp. 19-24. La Scuola Grande di San Marco, al pari della Cooperativa Settemari, era un'associazione dedita a promuovere iniziative sportive, culturali, o ricreative capaci di perpetuare la “venezianità” e di conservare il modo di vivere delle genti lagunari. All'epoca dei fatti era presieduta da Mario Rigo, sindaco di Venezia e vicepresidente della Biennale. I nomi dei sostenitori del primo Carnevale sono reperibili in: Roma, Archivio Storico del Senato della Repubblica (d'ora in poi ASSR), *Mario Rigo*, Prima parte (Noale), Comune di Venezia, Unità 9 «Nascita del nuovo Carnevale di Venezia», <7 fogli».

² Venezia, Archivio Storico delle Arti Contemporanee, *Raccolta documentaria*, Teatro, Rassegna stampa, «Carnevale del Teatro», 1980, p. 5; “Carnevale-boom”, 1980.

fu prolungata da sei a dieci giorni e il budget stanziato fu progressivamente incrementato grazie anche a sovvenzioni esterne, con evidenti ricadute in termini di presenze e arrivi³.

Fig. 1 - Relazione tra contributi economici complessivi stanziati per l'organizzazione del Carnevale e numero totale di presenze registrate durante i giorni dell'evento (1980-1997)



Fonte: elaborazione dell'autore su dati comunali.

Nel corso degli anni '80 l'organizzazione sarebbe stata affidata in prevalenza all'assessorato al turismo, con il contributo economico di sponsor quali Alivar (1984) e Stefanel, Lavazza, Monte dei Paschi di Siena (1986), con risultati altalenanti ma con flussi sempre importanti (non si sarebbe mai scesi sotto la soglia delle 200.000 presenze) (Bressanello, 2009, pp. 51, 68). Dopo la sospensione del 1991 a causa della Guerra del Golfo, la gestione dell'evento fu assegnata per due edizioni a Publitalia sotto supervisione del Comune, e infine dal 1994 al neonato Comitato Carnevale di Venezia, sorto dalle ceneri della Carnevale di Venezia srl che raggruppava

³ Bressanello (2009), pp. 27-28, 35-36. Nel 1981 la Biennale ricevette 200 milioni dal Governo e 100 milioni dalla RAI; mentre nel 1982 il Comune di Napoli si fece cofinanziatore dell'evento.

associazioni culturali, organizzative, di produzione e comunicazione della città (Bressanello, 2009, pp. 105, 111-112, 119-120, 127-128, 135). Furono questi gli anni in cui le presenze raggiunsero le cifre più elevate, come dimostrano i dati resi noti dal Comune di Venezia in sede di conferenza stampa: dopo la parentesi dei tardi anni '80, che aveva visto i numeri decrescere, le presenze iniziarono a mantenersi sopra la media (con picchi quasi 1 milione di persone tra 1992 e 1993), confermando (pur con alcune eccezioni negli anni 1983, 1995, 1996 e 1997) l'esistenza di una correlazione diretta tra contributi economici stanziati per l'organizzazione e flussi, che certo meriterebbe ulteriore attenzione (Fig. 1).

Era questo il segno che il Comune e gli enti a lui prossimi erano stati in grado di trovare una formula efficace per rilanciare il Carnevale (andando ben oltre le loro aspettative), successo che invece non erano riusciti a ottenere quanti prima del 1980 avevano provato a ripristinare l'antica tradizione. Il *Carnevale del Teatro* era infatti stato preceduto da una serie di tentativi "minori" a partire dagli anni '60, dislocati sia a Venezia, sia nelle isole e nell'entroterra, attuati dietro iniziativa ora delle amministrazioni ora di enti locali. Nel 1963, ad esempio, l'allora sindaco Giovanni Favaretto Fisca e l'assessore al turismo Vito Chiarelli avevano ideato un Carnevale incentrato su di una festa per bambini, una sfilata di maschere da tutta l'Italia e un "festival goliardico" con la partecipazione di atenei stranieri, che terminava martedì grasso in piazza San Marco con gare di abilità e a Ca' Giustinian con un ballo. Scarsa fu l'affluenza, come limitato fu l'eco mediatica, tanto da decidere di non dare un seguito all'iniziativa. Ancora, nel 1967 l'ENAL locale aveva promosso a Burano dei cortei di maschere e mezzibusti di cartapesta, per la cui organizzazione dal 1969 avrebbe ricevuto contributi pubblici, oltre che la collaborazione dell'isola tutta. Infine, dal 1970 a Campalto si erano organizzate sfilate di carri allegorici, che sarebbero rimaste evento di riferimento fino all'istituzionalizzazione del Carnevale lagunare, pur senza riuscire a suscitare l'interesse di una platea più ampia e variegata di persone oltre alla cittadinanza (Bressanello, 2009, pp. 15-16).

8.4. Quale futuro per il centro storico di Venezia? La mobilitazione degli attori politici e culturali per lo sviluppo "sostenibile" di una città turisticamente appetibile

Ma che cosa aveva mosso gli attori politici e culturali della città a rilanciare una desueta tradizione della Serenissima? Esisteva una correlazione

tra i tentativi “minori” approntati negli anni ’60 e ’70, e quelli di successo del decennio successivo?

I documenti d’archivio rivelano come le manifestazioni in esame fossero nate quale risposta a un più ampio dibattito allora in corso, che vedeva coinvolte *in primis* l’amministrazione comunale, provinciale e regionale, nonché, di riflesso, l’opinione pubblica. Un dibattito che aveva successivamente indotto a individuare nel turismo (anche invernale) la risorsa trainante dell’economia lagunare (e non solo).

Tra anni ’60 e ’70 Comune, Provincia e (poi) Regione andavano discutendo animatamente su quale funzione assegnare al centro storico rispetto al resto del Comune e al Veneto, soprattutto a seguito dello sviluppo negli anni ’50 dell’area industriale di Porto Marghera e della contestuale espansione (demografica, edilizia ed economica) della terraferma. Tali fenomeni avevano infatti mutato profondamente il volto e la concezione stessa della città, svuotandola da un lato di molte attività industriali e produttive (con tutte le ricadute che ciò ebbe in termini di occupazione e indotto), dall’altro di una significativa fetta di popolazione (tendenzialmente quella più giovane), che aveva preferito abbandonare la laguna in favore di costi minori, miglior qualità di vita e servizi più efficienti. Il nucleo storico non era stato interessato da un sistematico piano di risanamento edilizio e stava incorrendo in un progressivo decadimento del patrimonio residenziale (soprattutto in determinati quartieri) oltre che artistico e monumentale; così come non era stato al centro di un piano urbanistico e infrastrutturale capace di collegarlo efficientemente con altri centri veneti, italiani ed europei. Fenomeni che, di fatto, avevano determinato una generale involuzione socio-economica e un impoverimento culturale (Carraro e Manoli, 1967; Favaretto Fisca, 1970; Fontana, 2002; Pes, 2002; Rubini, 2020).

Sono i verbali del Consiglio e della Giunta comunale a registrare il nodo della questione in seno ai partiti che si alternavano alla guida della città (DC e PSI): come è possibile ridare una funzione economica a Venezia in modo da farle ritrovare una ragione vitale e da farle mantenere una popolazione giovane e attiva⁴?

Data l’urgenza e la complessità della questione (non risolvibile in sede politica), già nel 1962 si provvide ad interpellare specialisti di vari settori, organizzando una serie di convegni di caratura internazionale (es. Il

⁴ Ad esempio cfr.: Venezia, Archivio Generale del Comune (d’ora in poi AGCV), *Consiglio comunale, Verbali*, 1962, b. 2, fasc. 10; *Ivi*, 1964, b. 7, fasc. 3; *Ivi*, 1965, b. 4, fasc. 6; AGCV, *Giunta comunale, Verbali*, 1962, b. 3, fasc. 9; *Ivi*, 1964, b. 8, fasc. 2; *Ivi*, 1965, b. 3, fasc. 11.

problema di Venezia, 1964) e fondando, con l'appoggio dello Stato, il Comitato ministeriale di studio dei problemi di Venezia, che divenne tuttavia effettivamente attivo solo dopo l'alluvione del 1966 (Il Comitato, 1967). Fu questo evento catastrofico a dare una spinta significativa al dibattito sul futuro di Venezia, in cui intervenne dallo stesso anno anche l'UNESCO (nell'ottica di dare maggior visibilità alla fragilità della città e raccogliere fondi per interventi di salvaguardia) (Rollet Adriane e Conil Lacoste, 1969) e, soprattutto, dal 1967 il neonato Consorzio per lo sviluppo economico e sociale della Provincia di Venezia (Co.s.e.s.) (Zanon, 2006).

Fondato su iniziativa del consigliere Prof. Giuseppe Mazzariol e del futuro sindaco Mario Rigo (al tempo assessore provinciale) con la partecipazione dell'amministrazione comunale e provinciale e di vari enti locali (tra cui, *in primis*, l'Ente Provinciale Turismo di Venezia), il Co.s.e.s. ebbe in questi anni un ruolo chiave nell'inquadrare le condizioni economiche e sociali della Provincia e nel proporre un piano di sviluppo efficace, che allontanasse lo spettro del neo-insularismo verso cui Venezia stava muovendo a grandi passi. Il Co.s.e.s. riconobbe infatti come il centro storico, a causa dei mutamenti occorsi, non fosse in grado di sussistere autonomamente, né economicamente né socialmente. Nelle isole non potevano trovare spazio adeguato tutte le funzioni (direzionale, industriale, turistica, portuale, residenziale, universitaria, commerciale) e l'unica strategia adottabile parve essere quella di una piena integrazione tra laguna e terraferma, di fatto ormai spontaneamente avviata. Si ritenne perciò necessario e sensato procedere a una selezione e distribuzione dei compiti tra le varie parti della città secondo le principali vocazioni che già stavano emergendo, affidando a Marghera una funzione essenzialmente industriale, a Mestre residenziale e al centro storico compiti prevalentemente direzionali, commerciali (artigianali), residenziali e, soprattutto, turistici e culturali (Carraro e Manoli, 1967, pp. 11-13; Carraro e Manoli, 1968, pp. 86-88; Favaretto Fisca, 1970, pp. 5-6).

A partire dagli anni '70 Comune e Provincia iniziarono pertanto a ragionare sistematicamente sul turismo quale fattore decisivo per colmare le sacche di depressione esistenti in laguna, nell'ottica di sviluppare in maniera sostenibile sia per la popolazione che per la città stessa i flussi, già importanti negli anni '60⁵. Il pericolo concreto – sottolineava anche la stampa locale e nazionale – era quello di trasformare Venezia in una «città-museo», preda di un turismo «distratto e superficiale», di cui avrebbero fatto le spese i Veneziani (*Avvenire d'Italia*, 1975).

⁵ Per approfondimenti: Zannini (2014); AGCV, *Gabinetto del sindaco Mario Rigo, Atti*, 1975, b. 112; *Ivi*, 1976, bb. 5, 6; *Ivi*, 1977, bb. 103, 117; *Ivi*, 1979, b. 119.

A fronte della fondazione nel 1973 dell'EPT, fu ancora una volta il Co.s.e.s., su richiesta esplicita del Comune (nella persona, ora, di Mario Rigo sindaco), ad avviare nel 1979 un'indagine per valutare lo stato di fatto del settore e le sue possibili prospettive. Il volume *Il turismo a Venezia*, che raccoglieva i risultati della ricerca, illustrava (dati AAST alla mano) come le attività turistiche stessero progressivamente divenendo un fattore decisivo e indispensabile per il bilancio cittadino, pur con alcune criticità che necessitavano di essere gestite per garantire «un corretto ed equilibrato sviluppo del sistema economico e sociale veneziano» (Co.s.e.s., 1979, p. 4; Costa e Van Der Borg, 1988).

Il Co.s.e.s. in particolare riconobbe l'urgenza di slegarsi dai modelli arcaici e inadeguati che il settore seguiva, per creare diversi livelli di coordinamento, organizzazione e promozione (comunale, comprensoriale, regionale), demandando al Comune la direzione delle attività turistiche. L'obiettivo principale doveva essere quello di prolungare la stagionalità e di incrementare l'indice di permanenza del turismo stanziale, poiché si convenne che i flussi si concentravano prevalentemente nei mesi primaverili ed estivi (aprile-settembre) e si caratterizzavano per soggiorni brevi (2-3 notti) o addirittura visite giornaliere. Ciò avrebbe consentito di favorire forme di occupazione più stabili per i numerosi addetti alle attività turistiche e para-turistiche, e soprattutto per la popolazione più giovane, sovvenendo alla disorganica distribuzione dei posti di lavoro tra i vari settori produttivi (Bilancio della “verifica”, 1978, pp. 8-10; Co.s.e.s., 1979, pp. 36-39, 100-101, 289-318, 350-351).

Contestualmente il Co.s.e.s. auspicava un miglioramento dei collegamenti con la terraferma e le principali città italiane ed europee, puntando a concludere gli interventi a Piazzale Roma, al Tronchetto, ai *terminals* di Fusina e Punta Sabbioni, oltre che il potenziamento dell'aeroporto Marco Polo e delle autostrade, per assicurare un più comodo e rapido collegamento dei punti focali del turismo⁶.

Da ultimo, si raccomandava una generale riqualificazione dei servizi e dell'offerta turistica, puntando a sviluppare un programma culturale in rapporto con enti, istituzioni e associazioni della città, capace cioè di coinvolgere anche i Veneziani, penalizzati da una programmazione scadente spesso pensata per i soli turisti (*Il problema culturale di Venezia*, 1973, p. 24; *La situazione economica del Veneto*, 1973, p. 18). In altri termini, capace di plasmare una nuova politica del tempo libero.

⁶ Sul nodo autostrade: AGCV, *Gabinetto (...)*, *Atti*, 1975, bb. 45, 46; *Ivi*, 1976, bb. 82, 83; sull'aeroporto: *Ivi*, 1975, b. 96; *Ivi*, 1976, b. 101; *Ivi*, 1979, b. 15. Sui rapporti Comune-Co.s.e.s. durante il primo mandato Rigo: *Ivi*, 1975, b. 95; *Ivi*, 1976, b. 99; *Ivi*, 1979, b. 14.

8.5. Una città per tutte le stagioni: Venezia dalla promozione del turismo invernale all'invenzione del Carnevale moderno

Nei tardi anni '60 e nel corso del successivo decennio, a ben vedere, non erano mancati timidi tentativi di rilanciare Venezia nel periodo invernale, rivelatisi però incapaci di rivitalizzare il centro storico durante la bassa stagione.

Nel 1966 ad esempio un gruppo di professori universitari e rappresentanti del mondo intellettuale ed economico veneziano fondò il Comitato Venezia isola degli studi. Esso si proponeva di rianimare la laguna nella stagione turisticamente morta duplicando le iniziative culturali estive nei mesi invernali e richiamando la popolazione universitaria internazionale per convegni e corsi, da ospitarsi nelle istituzioni e strutture alberghiere della città. L'idea di configurare Venezia come centro di alta cultura (e non come «museo») puntava sulla naturale predisposizione dell'area storica ad accogliere funzioni di tipo quaternario e sul forte richiamo cosmopolita che essa esercitava nel campo della cultura e dell'arte (Venezia isola degli studi, 1966; Campolieti, 1989). Tuttavia le iniziative si dimostrarono spesso avulse dalla realtà circonstante e slegate tra loro, mancando di incidere sullo sviluppo socio-economico della regione (De Michelis, 1970, p. 63). Esempio emblematico – seppur legato a una fase embrionale del progetto – fu il Carnevale organizzato nel 1963 dal sindaco Favaretto Fisca, che puntò sul coinvolgimento di diciannove atenei da tutto il mondo proprio per agevolare il dialogo con istituti d'alta formazione stranieri e suscitare il loro interesse per eventuali investimenti in laguna (Bressanello, 2009, p. 15). Il successo fu però scarso e la proposta non ebbe un seguito concreto, così come non lo ebbero altre attività (es. mostre e spettacoli teatrali) che l'assessorato al turismo del Comune e AAST incentivarono nei mesi autunnali dei primi anni '70⁷.

Le ragioni del fallimento sono molto probabilmente da ricercare, oltre che nell'assenza di una programmazione forte, accattivante e coordinata su più fronti, nell'inadeguata promozione approntata sia dalle istituzioni, sia dall'EPT e dal Comitato Veneto per la Propaganda, che per i bilanci limitati impiegarono tecniche propagandistiche tradizionali (volantini a stampa) e mancarono di aderire metodicamente a manifestazioni di settore in Italia e all'estero per pubblicizzare Venezia in inverno⁸.

⁷ Cfr. La situazione economica del Veneto, 1973, pp. 2, 18-36; AGCV, *Gabinetto (...), Atti*, 1975, b. 113; *Ivi*, 1979, b. 117.

⁸ L'Ente Provinciale per il Turismo, 1973. La mancata presenza a fiere di settore è testimoniata anche dall'assenza di fascicoli dedicati presso l'Archivio della Camera di Commercio. Cfr. anche: AGCV, *Gabinetto (...), Atti*, 1976, b. 10; *Ivi*, 1979, b. 118.

I Carnevali del 1979 e, soprattutto, del 1980 segnarono di fatto un punto di svolta, imponendosi come eventi capaci di coinvolgere la cittadinanza e di attrarre ingenti numeri di turisti, che nei decenni sarebbero però andati via via crescendo fino a divenire problema concreto per la città e gli abitanti. Il *Carnevale del Teatro*, con la sua programmazione diffusa, diversificata e di qualità, fu accolto favorevolmente da enti e opinione pubblica, forse perché parve in grado di rispondere a molte delle esigenze che il Co.s.e.s. (di cui Mario Rigo, ricordiamo, era stato promotore) aveva messo in evidenza nei suoi rapporti su Venezia: a partire dalla creazione di un palinsesto culturale in collaborazione con enti, istituzioni e associazioni cittadine, fino al ripensamento della politica del tempo libero, passando per la destagionalizzazione del turismo nel periodo invernale.

Alla base dell'incremento esponenziale dei flussi negli anni '80 e della loro esplosione negli anni '90, una sistematica attività di promozione approntata prevalentemente dall'APT tramite la partecipazione a fiere del turismo estero per pubblicizzare Venezia in inverno. Nel 1976-77 si iniziò con Parigi, per procedere poi con i Paesi dell'Est (1981-84), l'Olanda e il Belgio (1984-85), la Francia (1984-87), la Repubblica Federale Russa (1985-89), l'Unione Sovietica (1988-89), la Germania, l'Austria e la Svizzera (1987) e l'Ungheria (1990), per citare le principali⁹. Dal 1982 e ancor più nei primi anni '90 l'APT, forte dei risultati ottenuti in termini di arrivi e presenze, avrebbe ricevuto contributi economici dall'Associazione Veneziana Albergatori per intensificare tali azioni di valorizzazione, in particolare per invitare giornalisti e *tour operators* di punta a visitare Venezia durante la bassa stagione e per acquistare pagine pubblicitarie su riviste e periodici¹⁰. L'Associazione inoltre dal canto proprio avrebbe approntato sin dai primi

⁹ Venezia, Archivio della Camera di Commercio di Venezia Rovigo (d'ora in poi ACCV), *Camera di Commercio, Industria, Agricoltura, Artigianato di Venezia*, Turismo e Sport, Turismo – Mostre e promozione turistica, fasc.: «Promozione turistica Venezia d'inverno a Parigi»; «Promozione Venezia d'inverno nei paesi dell'Est»; «Manifestazione promozionale Venezia d'inverno in Francia»; «Manifestazione promozionale Venezia d'inverno nella Repubblica Federale Russa»; «Promozione Venezia d'inverno in Germania, Austria, Svizzera»; «Promozione veneta nell'Unione Sovietica»; «Fiera del turismo di Lipsia»; «Manifestazioni turistiche in Ungheria». Si veda anche: AGCV, *Gabinetto del sindaco Mario Rigo, Atti, 1980*, bb. 165, 168, 169; *Ivi, 1981*, bb. 101, 120; *Ivi, 1983*, b. 115; *Ivi, 1984*, b. 3.

¹⁰ ACCV, *Camera di Commercio (...)*, Turismo e Sport, Turismo – Contributi, fasc.: «Associazione Veneziana Albergatori – Contributi per attività promozionali (1992-95)»; «Incontro con tour operators (1990-91)»; «Proposta di partecipazione ad inserti sul quotidiano *La Nuova Venezia* (1989)»; «Proposta di acquisto di una pagina di pubblicità sul periodico *Bell'Italia* (1990)»; «Realizzazione di un numero monografico su Venezia della rivista *Bell'Italia*». ACCV, *Camera di Commercio (...)*, Turismo e Sport, Turismo – Manifestazioni, «Azioni di promozione turistica Venezia d'inverno (Visite giornalisti)» (1983).

Carnevali una parallela attività di promozione dell’evento, proponendo pacchetti turistici comprensivi di viaggio e festa in maschera, mettendo a disposizione abiti noleggiati da Cinecittà (Bressanello, 2009, p. 40).

Alle campagne dell’APT Comune e Camera di Commercio affiancarono una pubblicizzazione su un piano per così dire più culturale, realizzando documentari, mostre fotografiche e volumi per far conoscere a un pubblico più vasto e diversificato la bellezza verace della laguna in inverno e delle sue tradizioni, Carnevale *in primis*, nella speranza di suscitare la curiosità di possibili viaggiatori. Si ricordano in particolare i documentari trasmessi sulle reti nazionali e estere *Venezia d’inverno* (1983) e *Venezia senza stagioni* (1987)¹¹; le mostre fotografiche itineranti *Il Carnevale a Venezia* (1981-91), *Venezia d’inverno* (1984-98) e *Ritorno a Venezia* (1987-95)¹²; le celebri raccolte di scatti di Fulvio Roiter e Gianni Berengo Gardin. Anche gli Istituti Italiani di Cultura disseminati nelle principali capitali europee intervennero, organizzando eventi dedicati. Emblematico, per la sua alacrità, l’Istituto parigino, che negli anni 1981, 1985 e 1986 propose al Centre Pompidou un ciclo di conferenze sul Carnevale (in parte motivate dal tema “Parigi a Venezia” dell’edizione 1985); ed esportò tra gli altri spettacoli della Fenice, della Compagnia della Calza e de L’Avogaria (“Il Carnevale di Venezia si sposta a Parigi”, 1986; Bressanello, 2009, pp. 32, 59, 68).

A contribuire all’aumento dei flussi turistici in periodo di Carnevale concorse anche l’enorme eco mediatica che l’amministrazione comunale creò intorno all’evento, attraverso una quotidiana rassegna stampa sulle testate giornalistiche locali, nazionali e (successivamente) straniere, e attraverso mirati accordi con la RAI e negli anni 1992 e 1993 con Mediaset¹³. In particolare a partire già dal 1981 il Comune acconsentì a trasmettere in diretta sulle reti televisive regionali e nazionali dapprima gli eventi dell’ultima sera del Carnevale, poi gli spettacoli di più giornate, giungendo infine a proporre registrazioni, interviste ai protagonisti e documentari anche sulle reti internazionali (“E stasera addio in Mondovisione”, 1980; Bressanello, 2009, pp. 24, 32, 40, 65, 73, 80, 92).

¹¹ ACCV, *Camera di Commercio* (...), Turismo e Sport, Turismo – Osservatori, indagini, studi, pubblicazioni, fascc.: «Documentario camerale *Venezia senza stagioni*»; «Documentario *Venezia d’inverno*».

¹² ACCV, *Camera di Commercio* (...), Turismo e Sport, Turismo – Manifestazioni, fascc.: «Mostra fotografica sul Carnevale di Venezia»; «Mostra fotografica *Venezia d’inverno*»; «Mostra fotografica *Ritorno a Venezia*».

¹³ Si ricordi che l’organizzazione dei Carnevali 1992 e 1993 venne affidata a Publitalia, la concessionaria di pubblicità che faceva capo alla Fininvest, società di comunicazione di Silvio Berlusconi. A tal proposito cfr. Bressanello, 2009, pp. 111-116; 119-124; “Viva il telecarnevale”, 1992; “Un’overdose di tivù”, 1992; “Un Carnevale per le Tv”, 1993.

Significativo infine segnalare come Comune, Provincia e Regione si adoperarono per agevolare il flusso turistico da/per Venezia, investendo oltre che sul trasporto pubblico locale (pullman e treni dalla terraferma) e sui collegamenti autostradali¹⁴, sulla creazione e pubblicizzazione di nuove tratte aeree, come suggerito dal Co.s.e.s. Gli interventi si inserivano in realtà all'interno di un più ampio piano di rilancio dell'aeroporto Marco Polo, approntato a partire da una serie di convegni e studi commissionati dalle citate amministrazioni tra la fine degli anni '70 e la metà degli anni '80 per individuare le migliori modalità di potenziamento e specializzazione dello scalo¹⁵. Al fine di garantire un afflusso regolare di viaggiatori durante tutto l'anno, si avviarono già dai tardi anni '70 i primi contatti con compagnie aeree di punta (Alitalia, KLM, Lufthansa, Swissair, per citarne alcune) per incrementare o creare *ex novo* rotte capaci di collegare Venezia con le principali città europee¹⁶. Comparvero o vennero intensificate, ad esempio, le tratte con Vienna (1973-86), Zurigo (1978-80), Madrid (1978), Lione e Nizza (1982-91), Lugano e Strasburgo (1982-83), Amsterdam (1985), Marsiglia (1986), Monaco e Düsseldorf (1986), Francoforte (1986), Copenaghen (1989), Budapest e Mosca (1991), Lisbona e Barcellona (1993), Istanbul (1993)¹⁷.

¹⁴ AGCV, *Gabinetto* (...), Atti, 1981, bb. 106, 107, 108; *Ivi*, 1982, b. 48; *Ivi*, 1983, b. 54; *Ivi*, 1984, bb. 48, 58, 59; *Ivi*, 1985, b. 67.

¹⁵ Si segnalano in particolar modo i convegni *Quali prospettive per l'aeroporto Marco Polo di Venezia?* (Venezia, 1983), *Il ruolo dell'aeroporto Marco Polo in un moderno sistema aeroportuale* (Venezia, 1984) e *Il ruolo degli aeroporti di Venezia e Treviso nell'area Nord-Est* (Venezia, 1989); lo *Studio per lo sviluppo del traffico all'aeroporto Marco Polo* (1982-85), *l'Indagine Transtec sui trasporti di terzo livello 1985* e lo studio dedicato a *L'evoluzione dei trasporti aerei e il Marco Polo* (1989). I risultati delle indagini sono conservati in omonimi fascicoli presso: ACCV, *Camera di Commercio* (...), Trasporti aerei. Per un'efficace sintesi delle problematiche dell'aeroporto si veda: *Il ruolo dell'aeroporto Marco Polo in un moderno sistema aeroportuale*, 1973; oltre a: AGCV, *Gabinetto* (...), Atti, 1981, b. 116; *Ivi*, 1982, b. 80; *Ivi*, 1986, b. 11.

¹⁶ Cfr. ACCV, *Camera di Commercio* (...), Trasporti aerei, fascc.: «Contatti con Lufthansa per potenziamento traffico aereo Venezia-Germania» (1976-78); «Contatti con Alitalia, Tyrolean, Austrian Airlines per volo Venezia-Vienna» (1973-86); «Contatti Swissair per volo Venezia-Zurigo» (1978-80); «Contatti con linee aeree jugoslave per istituzione voli da/su Venezia» (1978-90); «Contatti con Alitalia per volo Venezia-Barcellona» (1980); «Contatti con KLM volo Venezia-Amsterdam» (1982); «Contatti con Sabena per volo Venezia-Bruxelles» (1981-90).

¹⁷ Cfr. ACCV, *Camera di Commercio* (...), Trasporti aerei, fascc.: «Promozione volo Venezia-Madrid»; «Contatti con Air Littoral: promozione volo Venezia-Lione, Venezia-Nizza»; «Contatti con Crossair volo Venezia-Strasburgo e Lugano-Venezia»; «Promozione volo Alitalia Amsterdam-Milano-Venezia»; «Contatti con Air France per volo Venezia-Marsiglia»; «Promozione volo Lufthansa Düsseldorf-Monaco-Venezia»; «Promozione volo invernale Alitalia Venezia-Francoforte»; «Volo SAS Venezia-Copenaghen»; «Collegamen-

8.6. L'altro volto del Carnevale: verso la monocultura turistica

È la stampa locale e nazionale a registrare gli effetti della mobilitazione degli attori culturali già nel breve termine, evidenziando – cosa preziosa – da un lato le ricadute materiali del Carnevale e dei flussi turistici connessi sulla città, dall'altro, il punto di vista della popolazione e la sua percezione degli eventi.

È in questa sede interessante notare che, se nel 1980-1981 le testate giornalistiche si ponevano entusiasticamente nei confronti del rinato evento, inneggiando alla folla che aveva rianimato la città facendola uscire «dal letargo invernale»¹⁸, nel 1982 sembravano palesarsi i primi flebili malumori della cittadinanza di fronte alle orde di turisti che di fatto già paralizzavano il centro storico nel periodo di Carnevale, danneggiandolo anche materialmente¹⁹. Sono, tra i vari, *La Nuova Venezia* e *Il Giornale* a testimoniare gli effetti negativi della manifestazione, con l'amministrazione comunale costretta a chiudere il Ponte della Libertà e a istituire sensi unici nelle calli per limitare e regolare gli arrivi nei weekend della *kermesse*²⁰; e con la Soprintendenza ai Beni ambientali indotta a presentare un esposto alla Procura della Repubblica sui danni patiti dai monumenti storici (“Un dossier ai giudici”, 1985).

Di fronte all'inefficacia e all'inattuabilità di alcune possibili soluzioni prospettate dal Comune per arginare la paralisi del capoluogo (es. decentramento degli spettacoli in tutti i campi²¹; prolungamento del Carnevale²²; istituzione di un ticket d'ingresso alla città²³), si assistette grossomodo dal

to aereo Venezia-Budapest»; «Promozione volo Aeroloft Venezia-Mosca»; «Studio per collegamento aereo Venezia-Lisbona»; «Promozione volo Sabena Barcellona-Venezia»; «Studio per collegamento aereo Venezia-Istanbul».

¹⁸ “Siamo usciti dal letargo”, 1980; “È tornata la grande folla”, 1980; “Torna il Carnevale”, 1980; “Ora non c’è dubbio”, 1981.

¹⁹ “Il Carnevale ha mandato in tilt Venezia”, 1982; “Carnevale addio”, 1984; “La follia è sbarcata”, 1985; “Io carnevalo, tu carnevali”, 1985.

²⁰ Bressanello (2009), pp. 49, 64, 87, 89, 116; “E la città si è chiusa davanti all'invasore”, 1985; “Centomila in maschera”, 1992.

²¹ “Il Carnevale abbandona San Marco”, 1983; “Gran Ballo a Venezia”, 1983; “Tutta la città in maschera”, 1985; “Il Centro storico immobilizzato”, 1987.

²² Nel 1989, su proposta di assessorato al turismo e APT, la durata del Carnevale fu inutilmente estesa a quattro settimane per diluire gli arrivi: a gennaio gli alberghi rimasero vuoti e la città congestionata nell'ultimo weekend. Cfr. Bressanello (2009), pp. 75, 83, 89-90; “A Venezia con il Carnevale”, 1989; “Non è questo il Carnevale”, 1989.

²³ “Per entrare a Venezia si pagherà”, 1983; “Troppa gente per Carnevale”, 1985. Per ulteriori articoli: ASSR, *Mario Rigo*, Prima parte (Noale), Avvenimenti, Unità 18 «Ticket a Venezia».

1987 a un progressivo inasprimento dei toni critici della popolazione e a una decisa presa di posizione in senso anti-carnevalesco²⁴. Proprio nel 1987 infatti venne stilato un documento firmato da ventidue intellettuali che, cogliendo il crescente dissenso dei Veneziani, sostenevano come fosse tempo di salvare Venezia «dalle degenerazioni di un Carnevale che non ha più radici nella tradizione e nella storia»; tra i firmatari l'assessore alla cultura Mario Rigo (che il Carnevale lo aveva fatto rinascere) e i sovrintendenti Asso e Valcanover (“A Venezia nasce un partito anti-carnevale”, 1987). Nel 1989 venne poi istituito il Comitato di salvaguardia del residente, per tutelare i Veneziani ormai insofferenti verso i «foresti, padroni della città» (“Ci attendono giorni di fuoco”, 1989). Nel 1990, ancora, nacque un nuovo “partito” anti-Carnevale, capeggiato da Massimo Cacciari e sostenuto dai consigli di quartiere, il quale avrebbe voluto sopprimere la festa svuotata di significato e ridotta a pura operazione commerciale (si parlava di «delirio consumistico») che stava «sommergendo» Venezia portandola a un declino irreversibile²⁵. Nel 1992, infine, forte anche il ruolo giocato da Publitalia e Silvio Berlusconi nell’organizzazione delle edizioni 1992-1993, il centro sociale Morion e il neonato Comitato Venezia a misura d'uomo promossero il Contro Carnevale in campo Santa Margherita, contro «la mercificazione della città, la gestione Fininvest e la *monocultura turistica*» che a questa data sembrava aver preso il sopravvento in laguna (“Venezia, al Carnevale sfila la contestazione”, 1992; “De Michelis aggredito”, 1992).

Ad essere contestato in questa fase “matura” non era più il solo sovraffollamento del capoluogo, ma anche l'aumento dei prezzi dei generi di consumo, l'alto prezzo delle abitazioni e i costi esorbitanti degli interventi edili, la perdita di qualsiasi identità cittadina e lo stravolgimento del settore commerciale dominato dalla vendita di prodotti per i turisti: una mescolanza che dagli anni '90 parve generare un costo della vita insopportabile, che contribuì in maniera determinante alla fuga dal centro storico. Disagi che trovarono pieno riscontro nelle indagini sociologiche allora avviate da diversi studiosi interessati ad approfondire la percezione del turismo da parte della popolazione (Montanari e Muscarà, 1995; Van Der Borg, Costa e Gotti, 1996; Quinn, 2007; Zanini, Lando e Bellio, 2007).

²⁴ “Venezia scricchiola”, 1987; “Il Centro storico immobilizzato”, 1987; “Non appartiene alla città”, 1987; “In laguna ride il Carnevale”, 1987.

²⁵ “Altro che acqua alta”, 1990; “Venezia un coro di sì”, 1990; “Così Venezia la colta si ribella”, 1992.

8.7. Conclusioni

In un'intervista rilasciata a *La Repubblica* il 14 febbraio 1980 (“Sulle sponde del Canal Grande”) l'allora direttore della Biennale Teatro Maurizio Scaparro, interpellato circa il nutrito programma del rinato Carnevale di Venezia, dichiarava con tono compiaciuto che l'evento era «una scommessa importante» perché in una circostanza come quella in cui «con la cultura si faceva politica (...) si decideva l'avvenire della città». Il Carnevale, rifiorito spontaneamente tra la popolazione ma di fatto istituzionalizzato dal Comune nei tardi anni '70, nasceva infatti quale risposta politica ad una serie di problematiche economiche, sociali e culturali che affliggevano il centro storico e che sempre più erano andate acuendosi negli anni '60 dopo lo sviluppo di Porto Marghera e della terraferma, impedendone un pieno sviluppo. Il turismo, in particolare quello invernale, era stato individuato dalle amministrazioni quale soluzione utile a contrastare lo spopolamento e invecchiamento della città – offrendo impieghi e redditi più stabili –, a frenare il suo impoverimento culturale – proponendo un ricco calendario di eventi – e a contenere la sua decadenza materiale – sostenendo investimenti edilizi. In questo senso il Carnevale, con la sua lunga tradizione, era parso evento capace di incontrare, più di altri, sia l'interesse della popolazione sia quello dei viaggiatori, nell'ottica di uno sviluppo sostenibile del mercato turistico e di una sua piena integrazione nel tessuto sociale, economico ed urbano di Venezia (e oltre). Tuttavia, se in un primissimo momento i flussi furono accolti favorevolmente, l'imponente campagna promozionale coordinata negli anni '80 su più fronti (fiere del turismo, programmi televisivi, incontri di studio, trasporti, ecc.) li rese presto insopportabili per i Veneziani, che già dall'inizio del decennio aprirono un'accesa polemica nei confronti di quanti andavano – a detta loro – invadendo la città.

L'esame del materiale archivistico prodotto dalle istituzioni e dalle persone direttamente coinvolte nella reinvenzione del Carnevale, così come dagli enti più o meno indirettamente interessati alla sua promozione, ha consentito di delineare solo a grandi linee il processo di mobilitazione che portò tra anni '60 e '80 all'invenzione di nuove iniziative volte ad attirare i turisti durante la bassa stagione. Molto resta infatti ancora da analizzare per comprendere appieno gli eventi. Auspicabile sarebbe ad esempio un ulteriore scavo archivistico nelle carte dell'amministrazione provinciale e regionale, che certo influenzarono la linea di azione del Comune; così come utile sarebbe la visione della documentazione resa da AAST, EPT e APT, che molto si spesero a favore del Carnevale.

Bibliografia

- A Venezia con il Carnevale della Fantasia si farà festa dall'Epifania al 7 Febbraio: Festa decentrata per evitare il grosso afflusso a San Marco. (1989, 2 gennaio). *Il Gazzettino*.
- A Venezia nasce un partito anti-carnevale: Un gruppo di intellettuali e di operatori culturali spara a zero. (1987, 7 marzo). *La Repubblica*.
- Altro che acqua alta, sarà il Carnevale a sommersere Venezia: La decima edizione della *kermesse* sta confermando la degenerazione in un delirio consumistico. (1990, 17 febbraio). *Corriere della Sera*.
- L'Avvenire d'Italia*, 23 marzo 1975.
- Bilancio della “verifica” (1978). in *Comune di Venezia. Bimestrale di informazione*, vol. 6, n. 4, pp. 6-12.
- Bressanello A. (2009). *Il Carnevale in età moderna. 30 anni di Carnevale a Venezia. 1980-2010*, La Toletta Edizioni.
- Campolieti G. (1989). *Venezia isola degli studi 1966-1989. Venti anni di attività dell'Associazione Venezia isola degli studi*, s.e.
- Il Carnevale abbandona San Marco: Tutta Venezia farà da palcoscenico. (1983, 1° febbraio). *Il Giornale*.
- Carnevale addio. Per Venezia è stato proprio un buon affare: Non ci hanno guadagnato solo gli albergatori. Ma qualcuno rimpiange il passato. (1984, 7 marzo). *L'Unità*.
- Carnevale-boom. (1980, 14 febbraio). *Il Diario*.
- Il Carnevale di Venezia si sposta a Parigi. (1986, 26 febbraio). *La Repubblica*.
- Il Carnevale ha mandato in ‘tilt’ Venezia: centinaia di migliaia di turisti in costume nelle calli. (1982, 15 febbraio). *Il Giornale*.
- Un Carnevale per le Tv di Berlusconi. (1993, 13 febbraio). *La Nuova Venezia*.
- Carraro G., Manoli P. (a cura di). (1967). *Venezia deve vivere*, Comune di Venezia.
- Carraro G., Manoli P. (a cura di). (1968). *I problemi di Venezia al Consiglio Comunale*, Comune di Venezia.
- Centomila in maschera sbarcano a Venezia: I Vigili nel pomeriggio hanno dovuto istituire sensi unici nelle calli del centro. (1992, 24 febbraio). *La Repubblica*.
- Il Centro storico immobilizzato dalla grande folla: Gli spettacoli decentrati non hanno evitato il caos. (1987, 5 marzo). *Il Gazzettino*.
- “Ci attendono giorni di fuoco, meglio chiudersi in casa”: Presa di posizione del comitato salvaguardia del residente. (1989, 5 gennaio). *La Nuova Venezia*.
- Colomb C., Novy J. (eds.). (2017). *Protest and Resistance in the Tourist City*, Routledge.
- Il Comitato ministeriale per lo studio dei problemi di Venezia*, (1967). in G. Carraro, P. Manoli (a cura di). *Venezia deve vivere*, Comune di Venezia, pp. 51-53.
- Co.s.e.s. (a cura di). (1979). *Il turismo a Venezia*, Comune di Venezia.
- Così Venezia la colta si ribella, non si vive di solo effimero: In questo modo, dice Cacciari, si accelera la definitiva demolizione del tessuto economico diverso da quello del turismo e dell'effimero. (1992, 23 febbraio). *La Repubblica*.

- Costa P., Van Der Borg J. (1988). Un modello lineare per la programmazione del turismo. Sulla capacità massima di accoglienza del Centro Storico di Venezia, in *Coses Informazioni*, vol. 32-33, pp. 21-26.
- Davis R., Marvin G. (2004). *Venice, the Tourist Maze: A Cultural Critique of the World's Most Touristed City*, University of California Press.
- De Michelis aggredito dal “suo” Carnevale: In strada un corteo di protesta. (1992, 22 febbraio). *La Stampa*.
- De Michelis, G. (1970). *Rapporto su Venezia 1970. Appunti per una strategia di intervento*, Comune di Venezia.
- Dodds, R., Butler, R. (2019). The phenomena of overtourism: A review, in *International Journal of Tourism Cities*, vol. 5, n. 4, pp. 519-528.
- Un dossier ai giudici, così è ridotta Venezia dopo Carnevale. (1985, 15 marzo). *La Repubblica*.
- E la città si è chiusa davanti all'invasore: Drastico provvedimento di ordine pubblico per evitare un collasso. (1985, 12 febbraio). *Il Gazzettino*.
- E stasera addio in Mondovisione al rinato Carnevale. (1980, 19 febbraio). *Il Giornale*. È tornata la grande folla: Il maxi programma ha animato tutta la città. (1980, 20 febbraio). *Il Gazzettino*.
- L'Ente Provinciale per il Turismo – Promozione turistica (1973). in *Notiziario del Comune di Venezia*, vol. 3, n. maggio 1973, pp. 25-27.
- Favaretto Fisca G., (1970). *Venezia 70: problemi e prospettive*, Tipografia Commerciale di Venezia.
- Favero G. (2014). Venezia dopo Venezia: Economia e demografia urbana nel Novecento, in *Laboratoire Italien*, vol. 15, pp. 79-89.
- La follia è sbarcata nell'isola luminosa: Quel che non poté fare Napoleone poterono le maschere. (1985, 21 febbraio). *Il Gazzettino*.
- Fontana G.L. (2002). *L'economia*, in M. Isnenghi (a cura di). *Storia di Venezia. L'Ottocento e il Novecento*, II vol., Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, pp. 1439-1483.
- Gran Ballo a Venezia, si apre il Carnevale: Abbandonata per motivi finanziari dalla Biennale Teatro la sagra della laguna si suddividerà in numerose iniziative. (1983, 6 febbraio). *Corriere della Sera*.
- In laguna ride il Carnevale: Come ogni anno i veneziani si lamentano, ma la festa impazza. (1987, 25 febbraio). *La Stampa*.
- Io carnevalo, tu carnevali, Venezia si diverte: La grande congestione che terrorizza gli ottantamila veneziani rimasti. (1985, 16 febbraio). *Il Giorno*.
- Milano C., Novelli M., Cheer J. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns, in *Tourism Planning & Development*, vol. 16, n. 4, pp. 353-357.
- Montanari A., Muscarà C. (1995). Evaluating tourist flows in historic cities: the case of Venice, in *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, vol. 86, n. 1, pp. 80-87.
- “Non appartiene alla città il Carnevale di Salvadori”: Si moltiplica il dissenso. (1987, 24 febbraio). *La Nuova Venezia*.

Non è questo il Carnevale capace di riempire gli alberghi in gennaio: Ava comunica che gli alberghi sono quasi vuoti come ogni gennaio. (1989, 27 gennaio). *Il Gazzettino*.

Ora non c'è dubbio: è esploso! La città si diverte, la piazza ribolle, l'assessore ride, i commercianti... non piangono. (1981, 23 febbraio). *Il Gazzettisno*.

Un'overdose di tivù sul Carnevale Fininvest. (1992, 3 marzo). *La Nuova Venezia*.

Peeters P., Gössling S., Klijns J. et al. (2018). *Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.

Per entrare a Venezia si pagherà il biglietto. (1983, 4 maggio). *La Repubblica*.

Pes L. (2002). *Gli ultimi quarant'anni*, in M. Isnenghi (a cura di). *Storia di Venezia. L'Ottocento e il Novecento*, III vol., Istituto dell'Enciclopedia Italiana Treccani, pp. 2393-2435.

Il problema culturale di Venezia (1973). in *Notiziario del Comune di Venezia*, vol. 4, n. giugno 1973, p. 24.

Il problema di Venezia: aspetti economici e sociali. Convegno internazionale sulla conservazione e vita di Venezia (1964). Fondazione Giorgio Cini e Comune di Venezia.

Quinn B. (2007). Performing tourism in Venice: local residents in focus, in *Annals of Tourism Research*, vol. 34, n. 2, pp. 458-476.

Rollet Adriane L.J., Conil Lacoste M. (a cura di). (1969). *Rapporto su Venezia*, Arnoldo Mondadori Editore.

Rubini C. (2020). *La Grande Venezia nel secolo breve. Guida alla topografia di una metropoli incompiuta (1917-1993)*, Cierre Edizioni.

Il ruolo dell'aeroporto Marco Polo in un moderno sistema aeroportuale (1973). in *Notiziario del Comune di Venezia*, vol. 4, n. giugno 1973, p. 19.

Siamo usciti dal letargo: Per la prima volta la città ha scoperto una sua vitalità invernale. (1980, 17 febbraio). *Il Gazzettino*.

La situazione economica del Veneto. La relazione 1972 dell'UnionCamere del Veneto (1973). in *Notiziario del Comune di Venezia*, vol. 6, n. agosto 1973, p. 18.

Sulle sponde del Canal Grande Arlecchino la fa da padrone. (1980, 14 febbraio). *La Repubblica*.

Torna il Carnevale e tornano i turisti nella Venezia invernale. (1980, febbraio). *La Notte*.

Troppa gente per Carnevale: numero chiuso a Venezia?. (1985, 25 febbraio). *La Stampa*.

Tutta la città in maschera, lanciata la sfida a Venezia: Iniziative a go go, stavolta Mestre non sarà Cenerentola. (1985, 7 febbraio). *La Nuova Venezia*.

Van Der Borg J., Costa P., Gotti G. (1996). Tourism in European heritage cities, in *Annals of Tourism Research*, vol. 23, n. 2, pp. 306-321.

Venezia, al Carnevale sfila la contestazione: La protesta dei comitati e dei quartieri “questa ormai è una città in svendita”. (1992, 21 febbraio). *La Stampa*.

Venezia isola degli studi (1966). in *Rivista Veneta*, vol. 2, n. settembre 1966, pp. 58-59.

- Venezia scricchiola: L'alta marea della gente ha travolto le strutture. (1987, 5 marzo). *Il Gazzettino*.
- Venezia un coro di sì al Carnevale sfrattato da piazza San Marco: Cacciari “Occorre scegliere una strategia di decentramento che va perseguita con coerenza per non intasare ancor più il centro della città”. (1990, 9 febbraio). *La Repubblica*.
- Viva il telecarnevale: Venezia, balli mascherati nazional-popolari sotto l'occhio Tv. (1992, 20 febbraio). *Corriere della Sera*.
- Wadhwani R.D., Decker S. (2017). *The practice of historical methods in organization studies*, in R. Mir, S. Jain (eds.). *The Routledge Companion to Qualitative Research in Organization Studies*, Routledge, pp. 113-127.
- Wadhwani R.D., Jones G. (2014). *Historical reasoning in entrepreneurship theory and research*, in M. Bucheli, R.D. Wadhwani (eds.). *Organizations in Time: History, Theory, Methods*, Oxford University Press, pp. 192-216.
- Zannini A. (2014). Il turismo a Venezia dal secondo dopoguerra ad oggi, in *Laboratoire Italien*, vol. 15, pp. 191-199.
- Zanini F., Lando F., Bellio M. (2007). Effects of tourism on Venice: commercial changes over 30 years, in *Working Papers. Department of Economics. Ca' Foscari University of Venice*, vol. 33, pp. 2-20.
- Zanon G. (a cura di). (2006). *Co.s.e.s. 1967-2007. Autostoria*, s.e.

9.

LE POLITICHE TURISTICHE DELLA REGIONE LIGURIA E LE CINQUE TERRE

di *Elisa Tizzoni*

9.1. Introduzione

Borghi sospesi in un'atmosfera d'altri tempi, paesaggi unici plasmati dagli elementi naturali e dall'uomo, ma anche treni affollati e sentieri congestionati da turisti poco avvezzi al territorio aspro della Liguria: queste sono le caratteristiche per le quali sono note le Cinque Terre, termine con il quale si indicano i borghi costieri di Riomaggiore, Manarola, Corniglia, Vernazza e Monterosso, situati nella provincia della Spezia, oggi destinazione internazionale minacciata da fenomeni di *overtourism*¹ che rischiano di danneggiare l'immagine dei luoghi, l'esperienza turistica e la qualità della vita dei residenti (Giuffrida, 2024).

Le Cinque Terre nel corso dei secoli furono menzionate da letterati, artisti e viaggiatori per il paesaggio particolarmente suggestivo, caratterizzato da pendii terrazzati coltivati prevalentemente a vite e attraversati da una rete di sentieri a picco sul mare, e per la produzione vinicola locale, apprezzata soprattutto per il passito *sciacchetrà*, insignito della denominazione di origine controllata nel 1973.

Nonostante i numerosi elementi di richiamo, fino al secondo dopoguerra la crescita del turismo nelle Cinque Terre fu ostacolata dalla difficile accessibilità dei luoghi e dalla carenza di strutture ricettive e servizi, come testimoniato da un'inchiesta svolta nel 1954 nel comune di Monterosso (che

¹ Con il termine *overtourism*, utilizzato soprattutto nell'ambito delle scienze economiche, oltre che in sociologia, geografia e in tutte le discipline afferenti ai cosiddetti *tourism studies*, si indica, secondo la definizione fornita da Milano *et al.* (2019, p. 1) «the excessive growth of visitors leading to overcrowding in areas where residents suffer the consequences of temporary and seasonal tourism peaks, which have caused permanent changes to their lifestyles, denied access to amenities and damaged their general wellbeing».

costituisce una delle poche fonti di dati su arrivi e presenze nelle Cinque Terre per i periodi meno recenti), secondo la quale si registravano appena 21.372 presenze annue². Con la costruzione dei primi collegamenti stradali tra i borghi e gli assi viari principali, completati alla fine degli anni '60, si verificò una progressiva crescita di importanza del settore ricettivo, seppur con caratteri ben diversi dal modello di turismo mediterraneo "di massa" all'epoca prevalente: la morfologia tipicamente medievale dei borghi, la relativa lontananza dagli assi di grande circolazione stradale, le perdutamente carenze del trasporto ferroviario e l'esposizione ad un alto rischio di dissesto idrogeologico imposero limiti strutturali alla crescita dell'offerta ricettiva, caratterizzata dalla prevalenza di alloggi privati (affittacamere e più recentemente bed & breakfast). Le Cinque Terre, pertanto, nel corso dei decenni vissero un aumento esponenziale non solo dei turisti, ma anche e soprattutto degli escursionisti giornalieri; l'inserimento delle Cinque Terre nella lista dei luoghi patrimonio dell'umanità dell'United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO (1997) e l'istituzione del parco nazionale delle Cinque Terre (1999) rafforzarono il sistema di tutela del territorio, ma stimolarono anche l'ulteriore crescita dei flussi di viaggiatori, aumentando la visibilità sui mercati internazionali e creando le premesse per nuove iniziative turistiche, seppur tarate su modelli sostenibili.

Pertanto, il crescente interesse per il sentierismo e la ricerca di destinazioni "autentiche" favorì l'incremento di turisti e escursionisti nelle Cinque Terre, dove attualmente si registrano circa 3.000.000 di visitatori ogni anno, un numero oggi formato da una quota non trascurabile di crocieristi sbarcati nell'*hub* del capoluogo spezzino.

Non stupisce, dunque, che nel 2020 il *Management Plan for the UNESCO site Porto Venere, Cinque Terre and the Islands (Palmaria, Tino e Tinetto)* (2020), un documento redatto su raccomandazione dell'UNESCO dopo la drammatica alluvione che colpì le Cinque Terre nel 2011, riferendosi alla pressione turistica sottolineasse: «the high attendance of the site generated a series of pressures that are difficult to manage, also due to the morphology of the territory» (p. 38). Questi recenti sviluppi stimolano dunque l'indagine sui processi che nel corso dei decenni hanno permesso ai cinque borghi di diventare una delle mete italiane più note a livello internazionale, come testimoniato da un aumento dei visitatori che, almeno in alcuni periodi dell'anno, appare di difficile gestione.

² Archivio Storico della Regione Liguria, Fondo EPT La Spezia, classe V, fald. 180, Fabio Tesi, Gino Redano Coppedè, *Inchiesta statistica sul movimento turistico nel Comune di Monterosso. Anno 1954* (Monterosso, 15 gennaio 1955).

Questo saggio intende quindi contribuire ad una maggiore conoscenza delle trasformazioni del turismo nelle Cinque Terre adottando il punto di vista della storia delle politiche pubbliche e concentrandosi, in particolare, sul ruolo della regione, un ente investito sin dalle prime fasi della sua esistenza di competenze strategiche per il settore turistico e per la tutela del territorio, vale a dire per i due aspetti centrali nel fenomeno dell'*overtourism*.

Sarà preso in esame un arco temporale compreso tra l'entrata in funzione delle regioni ordinarie (primi anni '70), corrispondente al periodo in cui lo sviluppo turistico delle Cinque Terre (un processo, peraltro, ad oggi scarsamente indagato) subì una decisa accelerazione, e l'alluvione delle Cinque Terre (2011), che, nella sua drammaticità, impose una temporanea pausa al flusso turistico, prima di una rinascita culminata nel fenomeno dell'*overtourism*.

Nei paragrafi che seguono cercheremo dunque di capire se e in che modo le politiche turistiche regionali abbiano favorito, gestito, guidato la crescita del turismo nelle Cinque Terre, basandoci su documentazione prodotta da organi e uffici della regione Liguria (atti di indirizzo, normativi, amministrativi e di pianificazione, mozioni e ordini del giorno presentati all'assemblea regionale ecc.) e dai soggetti che con esso si trovarono ad interagire in ambito turistico (il parco delle Cinque Terre e le amministrazioni comunali, le istituzioni europee); sono stati inoltre consultati giornali e riviste di tiratura sia nazionale che locale, dati statistici, report, oltre a documenti conservati presso l'Archivio storico della regione Liguria.

9.2. Da una riforma all'altra: il ruolo della regione nell'organizzazione e nella pianificazione turistica in Liguria

Come noto mentre l'istituzione delle regioni a statuto speciale fu avviata ancora prima dell'elezione dell'assemblea costituente, l'introduzione delle regioni ordinarie, prevista nel titolo V della Costituzione italiana del 1948, si rivelò un processo lungo e travagliato: le prime elezioni dei consigli regionali, a lungo posticipate, furono indette nel 1970 e solo alcuni anni dopo il trasferimento di competenze ai nuovi enti fu reso effettivo attraverso la cosiddetta “seconda regionalizzazione”³; inoltre, le regioni

³ Ci si riferisce soprattutto alla Legge (L) n. 382 del 22 luglio 1975 *Norme sull'ordinamento regionale e sulla organizzazione della pubblica Amministrazione* e al Decreto del presidente della Repubblica (DPR) n. 616 del 24 luglio 1977 *Attuazione della delega di cui all'art. I della legge 22 luglio 1975, n. 382*.

ordinarie si scontrarono con difficoltà di ordine materiale e burocratico e, soprattutto, con il tentativo del governo centrale di ridimensionare il ruolo dei nuovi enti richiamando a sé parte delle competenze loro attribuite con la cosiddetta tecnica del ritaglio (Romanelli, 1995, p. 174).

Il trasferimento delle funzioni in materia turistica venne regolato da un decreto apposito, in virtù del quale «le funzioni amministrative esercitate dagli organi centrali e periferici dello Stato in materia di turismo ed industria alberghiera» furono conferite alle regioni a statuto ordinario, titolari anche di funzioni di controllo e vigilanza su Aziende autonome di cura, soggiorno e turismo (AA) ed Enti provinciali del turismo (EPT)⁴; le regioni, tuttavia, avrebbero dovuto rivolgersi all'Ente nazionale per il turismo (ENIT) per le iniziative di promozione all'estero mentre sul rapporto tra regioni e ministero del Turismo si profilava un vuoto normativo.

A seguito della seconda regionalizzazione, molte regioni assunsero provvedimenti specifici nel settore turistico, spesso rifacendosi a quanto attuato negli anni precedenti dalle regioni a statuto speciale, anche in questo caso incorrendo talvolta nell'impugnazione delle misure adottate da parte del governo centrale.

Per quanto riguarda la Liguria, la prima legge regionale (LR) sul turismo, emanata nel 1978 da una giunta “rossa”, che prevedeva la soppressione degli EPT e il trasferimento di buona parte delle loro competenze alle AA e ai comuni, fu immediatamente sottoposta al giudizio di legittimità della Corte costituzionale su iniziativa delle autorità centrali dello Stato (P.L., 1978)⁵. La vicenda si chiuse con la cessazione della materia del contendere,

⁴ DPR n. 6 del 14 gennaio 1972 *Trasferimento alle Regioni a statuto ordinario delle funzioni amministrative statali in materia di turismo ed industria alberghiera e del relativo personale*.

⁵ La regione, costituitasi in giudizio, giustificò il suo operato con riferimento a tre provvedimenti normativi: il DPR n. 6 del 14 gennaio 1972 *Trasferimento alle Regioni a statuto ordinario delle funzioni amministrative statali in materia di turismo ed industria alberghiera e del relativo personale*, che aveva trasferito alle regioni le funzioni concorrenti gli EPT già esercitate dagli organi centrali e periferici dello Stato (art. 1); il già citato DPR n. 616 del 24 luglio 1977, che assegnava alle regioni la facoltà di sopprimere gli enti pubblici operanti nelle materie ad esse trasferite (art. 13) e infine la L. n. 38 del 23 febbraio 1978 *Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 23 dicembre 1977, n. 936, concernente misure fiscali urgenti*, che nominava espressamente la facoltà delle regioni di sopprimere gli EPT con LR in attuazione del DPR 616/1977, cfr. Ordinanza della Corte costituzionale n. 258 del 25 novembre 1986 *Giudizio di legittimità costituzionale in via principale – Regione Liguria – Turismo e industria alberghiera – Legge regionale 2 novembre 1978 – Riordinamento del settore e scioglimento degli enti provinciali per il turismo – Ricorso dello Stato – Sopravvenuta legge statale 17 maggio 1983, n.217 – Definizione dei principi fondamentali in materia – Cessazione della materia del contendere*, in Gazzetta ufficiale serie speciale, Corte costituzionale, n. 57, 3.12.1986, pp. 39-40.

dal momento che la legge quadro sul turismo del 1983⁶ prescrisse il definitivo scioglimento degli EPT e, allo stesso tempo, introdusse dei nuovi enti, le Aziende di promozione turistica (APT), definiti «organismi tecnico-operativi e strumentali muniti di autonomia amministrativa e di gestione» (art. 4) ma comunque strettamente legate alla regione, che individuava gli ambiti territoriali in cui esse avrebbero dovuto operare. Secondo la legge quadro, inoltre, la regione definiva gli strumenti e le modalità per il coordinamento tra enti territoriali e APT, approvava leggi regionali per disciplinare compiti e funzioni di queste ultime, rilasciava un nulla-osta per l'istituzione di uffici di informazione e di accoglienza turistica (IAT) da parte delle APT, disponeva il trasferimento delle entrate e del personale degli enti turistici disciolti agli organismi che ne avevano ereditato le competenze.

In Liguria il passaggio alla nuova organizzazione turistica si rivelò lungo e complesso, tanto che la LR che disponeva lo scioglimento degli EPT e l'istituzione delle APT fu approvata cinque anni dopo l'emanazione della legge quadro, nel 1988⁷; l'EPT della Spezia, in particolare, cessò effettivamente di esistere solamente nel 1993 e le sue attribuzioni furono suddivise tra comuni, provincia e APT presenti sul territorio.

La LR del 1988, inoltre, disciplinando attività e compiti delle APT, disponeva che esse stabilissero un «collegamento funzionale» con gli enti locali territoriali e le strutture regionali, attraverso attività informative e consultive ed eventualmente collaborando nella realizzazione di manifestazioni e eventi di promozione (art. 5), e che, nel caso di destinazioni turistiche situate all'interno di parchi o aree protette – come le Cinque Terre – collaborassero con l'ente preposto alla tutela (art. 6, comma 4).

Nel 1995 fu approvata una nuova riforma regionale dell'organizzazione turistica, la quale, rispecchiando l'orientamento generale adottato dai poteri pubblici nel corso degli anni '90, dichiarava l'intento di «snellire e semplificare» l'azione amministrativa, identificando i compiti della regione nel settore⁸. La riforma del 1995 introduceva inoltre una programmazione

⁶ L. n. 217 del 17 maggio 1983 *Legge quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell'offerta turistica*.

⁷ LR n. 50 del 7 settembre 1988 *Organizzazione turistica regionale*.

⁸ LR n. 3 del 9 gennaio 1995 *Riordino dell'organizzazione turistica regionale e ristrutturazione degli enti*; si veda in particolare l'art. 2, Funzioni della regione: «La Regione esercita le seguenti funzioni: a) programmazione e coordinamento delle iniziative di promozione turistica e delle attività turistiche attraverso: 1) la predisposizione di programmi che fissano gli obiettivi generali dell'azione regionale nel settore e che contengono gli indirizzi ai quali si deve conformare l'attività dell'Agenzia preposta alla promozione turistica della Liguria di cui all'articolo 4 della presente legge e delle aziende di promozione turistica (APT); 2) l'armonizzazione delle iniziative degli enti locali territoriali e degli

turistica regionale attraverso l'approvazione di un piano turistico di durata quinquennale (corrispondente alla legislatura), che, in realtà, più che fissare orientamenti e obiettivi perseguiti dalla regione, stabiliva linee di indirizzo per APT, enti locali e altri soggetti, oltre a fornire una ricognizione dello *status quo* e delle tendenze del turismo ligure (art. 3).

Il primo piano turistico regionale, approvato nel 1995 da una giunta di centro-sinistra, operava numerosi riferimenti allo sviluppo turistico sostenibile, coerentemente con il crescente interesse che in quell'epoca la società civile, anche grazie ad alcune iniziative delle Nazioni Unite⁹, mostrava verso questi temi¹⁰.

In particolare, in merito al tema «rapporto tra turismo e risorse», il primo piano turistico regionale insisteva sulla necessità di «intervenire in modo deciso sui parametri relativi alla pianificazione del territorio», per porre fine all'urbanizzazione massiccia e disordinata che aveva caratterizzato i decenni precedenti, e di perseguire la «progressiva decentrificazione degli arenili ed una politica di verde al limitare delle spiagge»; più in generale, si auspicava la creazione di un «rapporto reale tra turismo, ambiente, urbanistica (intendendo come tale il rapporto tra crescita e sviluppo socio-economico e uso del territorio) e condizioni di crescita delle attività economiche»¹¹.

altri organismi operanti nella regione in favore del turismo; b) promozione dell'immagine unitaria e complessiva dell'offerta turistica regionale anche attraverso la predisposizione di progetti riguardanti specifiche componenti dell'offerta turistica presenti nel territorio regionale quali la costa la montagna il patrimonio storico e artistico le aree protette; c) cura dei rapporti anche mediante la predisposizione di progetti speciali con l'ENIT con le altre regioni italiane con i paesi della Unione europea e con altri enti e organismi operanti nel settore; d) gestione dell'Osservatorio turistico regionale di cui all'articolo 24 quale sezione dell'Osservatorio socio – economico ai fini di un'aggiornata informazione degli operatori turistici e degli enti pubblici operanti nel settore e di una puntuale conoscenza dei mercati della domanda turistica; e) funzioni e attività che si rendano necessarie per esigenze di carattere unitario o straordinario ai sensi della normativa statale e regionale”.

⁹ Nel 1992 le Nazioni Unite organizzarono a Rio de Janeiro la *United Nations Conference on Environment and Development* (nota anche come *Earth Summit*), nel corso della quale fu elaborato il programma di azioni per lo sviluppo sostenibile Agenda 21 (fatto proprio negli anni successivi da molti enti locali) e, nel 1995, promossero la *World Conference on Sustainable Tourism* (Conferenza di Lanzarote).

¹⁰ Facciamo presente che nel 1997 fu proposta alla regione da Italia nostra, Legambiente, WWF e altre associazioni ambientaliste una legge di iniziativa popolare per la tutela, valorizzazione e pianificazione dei sentieri liguri (che tuttavia dai controlli effettuati nelle banche dati legislative non risulta essere entrata in vigore), volta a favorire una fruizione sostenibile del territorio, anche e soprattutto in chiave turistica, ottenendo il plauso del sindaco di Riomaggiore (Crose liguri: una legge da tutelare, 1997).

¹¹ Regione Liguria, Piano turistico regionale quinquennale – Turismo 2000, approvato dal consiglio regionale il 19.12.1995, testo disponibile al sito: <https://aiweb.regione.liguria.it/aiweb/attivitaistituzionali?52&annoproc=1996&numproc=3624> (pp. 3-4), consultato il 02.05.2025.

La norma del 1995 disponeva inoltre la creazione dell’Agenzia per la promozione turistica della Liguria, istituita effettivamente solo alcuni anni dopo, sotto forma di ente dotato di personalità giuridica e autonomia amministrativa, le cui finalità consistevano nel «promuovere l’immagine unitaria dell’offerta turistica della Liguria, per favorirne la commercializzazione e per la realizzazione di iniziative speciali»¹².

All’inizio del nuovo millennio l’organizzazione turistica locale fu sottoposta ad una nuova “rivoluzione”, conseguenza di due importanti innovazioni normative: le modifiche del titolo V della Costituzione, che nella nuova versione includeva tra le materie di competenza esclusiva della regione anche quelle relative al turismo (nonostante in alcuni aspetti, come quello relativo alle professioni turistiche, i vincoli imposti dalla legislazione nazionale restassero significativi)¹³, e l’approvazione di una nuova riforma nazionale dell’organizzazione turistica, che, recependo le modifiche costituzionali, introduceva i sistemi turistici locali (STL)¹⁴, caratterizzati dalla collaborazione tra enti pubblici e soggetti privati, attribuendo alla regione il compito di riconoscerli e di stabilirne le modalità di finanziamento¹⁵.

Nel 2004 anche le APT liguri furono dunque sciolte e fu annunciata la prossima istituzione degli STL; la regione dovette però adottare ulteriori provvedimenti legislativi¹⁶ prima che gli STL diventassero operativi, nel 2007. In questa occasione fu istituito anche l’STL *Cinque Terre e Riviera Spezzina*, la cui attività, tuttavia, si scontrò subito con difficoltà di carattere gestionale e finanziario, come sottolineato da Amoretti e Varani (2016):

l’STL Cinque Terre [...] ha avuto molteplici problemi nel suo avviamento, riconducibili alla presentazione del Piano di Sviluppo Turistico (PST), alla situazione di dissesto finanziario del comune di Riomaggiore che preclude di fatto la possibilità, per l’Amministrazione comunale, di intervenire con investimenti

¹² LR n. 15 del 27 marzo 1998 *Agenzia regionale per la promozione turistica*, art. 1.

¹³ L. costituzionale n. 3 del 18 ottobre 2001 *Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione*.

¹⁴ L. n. 135 del 29 marzo 2001 *Riforma della legislazione nazionale del turismo*; l’art. 5 definisce gli STL «contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall’offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell’agricoltura e dell’artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate».

¹⁵ In Liguria i primi anni Duemila furono caratterizzati dalla discontinuità anche per motivi strettamente politici, poiché nelle elezioni regionali del 2000 si registrò la prima vittoria di una coalizione di centro-destra, guidata da Sandro Biasotti (Forza Italia).

¹⁶ LR n. 14 del 10 agosto 2004 e LR n. 28 del 4 ottobre 2006, aventi entrambe ad oggetto *Organizzazione turistica regionale*.

diretti nello sviluppo del settore strategico del turismo e, non meno importante, il commissariamento del parco Nazionale delle Cinque Terre (pp. 237-238).

Nel 2006 fu emanata una nuova legge sull'organizzazione turistica regionale che, oltre a disciplinare le competenze degli enti turistici locali, dedicava un intero capo alla programmazione turistica e al marketing territoriale regionale, prevedendo che la giunta regionale proponesse al consiglio (assemblea legislativa) un programma turistico e di marketing territoriale regionale, con durata pari a quella della legislatura di riferimento¹⁷.

Inoltre, la LR del 2006 istituì il tavolo di concertazione per il turismo e del marketing territoriale, incaricato di esprimere un parere sugli atti di programmazione turistica della regione e sul piano annuale dell'agenzia regionale per la promozione turistica, e la consultazione regionale sul turismo, soppressa dalla LR n. 29 del 30 dicembre 2015 (art. 8); fu inoltre modificato l'ordinamento dell'osservatorio turistico regionale (istituito dalla LR 3/1995) e dell'agenzia regionale per la promozione turistica, quest'ultima ora esplicitamente incaricata di svolgere iniziative di “marketing territoriale” (art. 10).

L'architettura organizzativa definita nel 2006 fu sottoposta ad un'ulteriore revisione nel 2015, in attuazione della cosiddetta legge del Rio¹⁸, che disponeva il riordino delle province, lasciando alle regioni ampi margini di manovra sul riparto delle funzioni; nel caso della Liguria le competenze nel settore turistico esercitate dalle province furono trasferite alla regione¹⁹, inizialmente prevedendo il mantenimento in attività degli STL, i quali di fatto hanno cessato la loro attività da alcuni anni.

Oggi la gestione delle politiche turistiche si basa essenzialmente su due livelli, quello locale, dove risultano attive amministrazioni comunali, consorzi, associazioni private e di categoria, e quello regionale, stanti le competenze della regione in materia previste dalla Costituzione, esercitate anche attraverso l'agenzia “In Liguria”, per quanto riguarda la promozione. Enti parco, comuni e unioni di comuni possono inoltre aderire al “Patto per lo sviluppo strategico del turismo in Liguria”, introdotto nel 2016 allo scopo di realizzare «azioni sinergiche ed interventi coordinati per il perseguimento di obiettivi di crescita del settore e delle potenzialità turistiche della Liguria», accedendo in questo modo a finanziamenti regionali e impegnandosi, di contro, a partecipare alle iniziative promozionali coordi-

¹⁷ LR n. 28 del 4 ottobre 2006 *Organizzazione turistica regionale*, art. 7.

¹⁸ L. n. 56 del 7 aprile 2014 *Disposizioni sulle città metropolitane, sulle province, sulle unioni e fusioni di comuni*.

¹⁹ LR n. 15 del 10 aprile 2015 *Disposizioni di riordino delle funzioni conferite alle province in attuazione della legge 7 aprile 2014*, n. 56.

nate dalla regione, a disciplinare la costituzione di IAT, ad applicare l'imposta di soggiorno, a contrastare l'abusivismo e a promuovere il turismo accessibile²⁰.

9.3. L'istituzione della regione in Liguria tra grandi aspettative e vecchie criticità

Nel territorio delle Cinque Terre le istituzioni locali sollecitarono l'intervento della regione già nelle prime fasi della sua esistenza, soprattutto per ottenere gli investimenti necessari alla realizzazione di opere pubbliche che i comuni non erano riusciti a completare nei decenni precedenti a causa della scarsità dei fondi disponibili e che in larga misura condizionavano la fruizione dei borghi da parte dei turisti.

È quanto si verificò in particolare quando, nei primi anni '70, il sistema fognario delle Cinque Terre, in maggioranza prive di depuratori, si dimostrò incapace di reggere il forte aumento delle utenze nel periodo estivo, come testimoniato da ricorrenti sversamenti di liquami in mare. I sindaci fecero fronte all'inquinamento degli specchi d'acqua prossimi ai borghi imponendo il divieto di balneazione e nella polemica che seguì fu chiamata in causa anche la regione (guidata da una giunta rossa, come già accennato), seppur in modo differente a seconda del colore politico delle amministrazioni comunali: mentre a Monterosso, l'unico comune delle Cinque Terre dotato di un depuratore, il sindaco socialista giudicò positivamente l'operato della regione («l'apporto della regione, sul piano igienico non ci è mai mancato»), a Vernazza, guidata da una giunta centrista, molti interpretarono l'ordinanza con cui il sindaco aveva vietato la balneazione e, inizialmente, anche il semplice accesso alla spiaggia (quest'ultimo provvedimento ritirato dopo una clamorosa protesta dei bagnanti) come «un tentativo di sensibilizzare le autorità regionali ed avere quindi finanziamenti per la costruzione dell'impianto [di depurazione delle acque fognarie]» (Ferrari, 1974)²¹.

Sulla carta stampata, i ricorrenti episodi di inquinamento delle acque nelle Cinque Terre furono in alcuni casi interpretati come l'epifenomeno

²⁰ LR n. 33 del 27 dicembre 2016 *Disposizioni collegate alla legge di stabilità per l'anno 2017*, art. 2, comma 81; il Patto per lo sviluppo strategico del turismo venne approvato con deliberazione della giunta regionale n. 568 del 14 luglio 2017.

²¹ A Vernazza i bagnanti, alla vista degli operai comunali che transennavano le spiagge, reagirono occupando i binari della ferrovia.

di una gestione del territorio inadeguata, a causa dell'inerzia delle autorità centrali e, più recentemente, della regione, colpevoli di non aver imposto limiti e regole allo sfruttamento turistico dei luoghi, e dei privati, più spesso impegnati in speculazioni che in investimenti per la tutela di quelle risorse ambientali sulle quali si basava il turismo: «Nella programmazione turistica la regione come prima lo Stato, è assente, mentre l'iniziativa privata continua a fare ciò che non dovrebbe e a non fare, invece, quello che sarebbe necessario» (Migliorino, 1974).

Negli anni '80, l'impegno della regione per la conservazione e valorizzazione di quei beni paesaggistici che costituivano non solo un valore in sé ma anche un elemento di richiamo per i viaggiatori fu giudicato insufficiente quando le criticità idrogeologiche delle Cinque Terre emersero in tutta la loro pericolosità, causando una frana che per circa un decennio impose la chiusura della Via dell'amore, un sentiero posto tra Riomaggiore e Manarola particolarmente suggestivo e visitato da turisti provenienti da tutto il mondo: se il primo stanziamento della regione per mettere in sicurezza il sentiero (50 milioni di lire) fu definito dal sindaco di Riomaggiore «un'inezia» (Vestri, 1984), un successivo finanziamento ben più consistente (315 milioni, su un totale di 540 milioni messi a disposizione per il ripristino) fu comunque ritenuto insufficiente dallo stesso primo cittadino (Sarà presto ristrutturata e riaperta la Via dell'amore nelle Cinque Terre, 1985; Vestri, 1986).

Il ruolo della regione si rivelò più incisivo, almeno dal punto di vista finanziario, a partire dagli anni '90, quando l'ente si fece carico di assegnare ingenti fondi europei pensati per favorire lo sviluppo socio-economico delle aree mediterranee, tra le quali le Cinque Terre.

9.4. Valorizzare il territorio grazie ai fondi europei: il ruolo della regione

La regione fu investita di compiti determinanti nel complesso processo necessario per ottenere finanziamenti europei che nei primi anni '90 contribuirono al boom del turismo nelle Cinque Terre²²: le opportunità più

²² È opportuno ricordare che nel 1989 e nel 1991 all'interno del parlamento europeo furono presentate due mozioni alla commissione affinché offrisse sostegno tecnico, normativo e finanziario alla regione Liguria per mettere in sicurezza e valorizzare il territorio della Cinque Terre, Historical Archives of the European Union, Firenze, Pe2-15859, Motion for a resolution by Mr Parodi pursuant to Rule 63 of the Rules of Procedure on the restoration and enhancement of the Geographical area of the Cinque Terre, 20 febbraio

rilevanti furono offerte dai Programmi integrati mediterranei (PIM), avviati alla fine del 1990 e formalmente conclusi nel 1993, i quali si ponevano l'obiettivo di rilanciare lo sviluppo socio-economico dell'Europa mediterranea, proteggendola dalla concorrenza recata in alcuni settori dalla Spagna e dal Portogallo dopo il loro ingresso nella CEE²³.

I PIM, attingendo a fondi comunitari integrati con fondi nazionali per un totale di 6,1 miliardi di ECU, prevedevano azioni pluriennali e interessavano tutte le regioni della Grecia e una parte delle regioni costiere mediterranee francesi e italiane, escludendo le grandi agglomerazioni urbane e le aree interessate da un'attività turistica permanente (dove erano possibili solo interventi in materia di pesca e acquicoltura). Assumendo l'obiettivo di rilanciare l'agricoltura e stimolare lo sviluppo di altre attività con un contributo che poteva coprire oltre il 70% dell'investimento totale, i PIM interessavano quasi tutti i settori economici, compreso il turismo (Mancini, 1989), menzionando nel contempo l'esigenza di tutelare l'ambiente e, a differenza di altri bandi europei, prevedevano la possibilità di finanziare interventi infrastrutturali, anche relativamente a «le infrastrutture e gli impianti direttamente connessi allo sviluppo del turismo»²⁴.

Ad uno sguardo d'insieme, i PIM rappresentarono «il primo progetto complessivo europeo di intervento strutturale integrato a livello territoriale, che interviene su tutti i settori economici suscettibili di sviluppo a livello locale», introducendo dunque un approccio innovativo nelle politiche di sviluppo rurale (Brasili e Fanfani, 2003); i PIM si distinguevano inoltre da altri strumenti di finanziamento per il ruolo svolto da regioni e enti locali nella definizione e implementazione dei piani (De Witte, 1990).

I PIM avrebbero infatti dovuto essere elaborati dalle autorità regionali, responsabili della definizione delle procedure per la presentazione e l'approvazione delle azioni da finanziare; le regioni, inoltre, partecipavano, assieme alla commissione e agli stati membri, ai «contratti di programma» che consentivano materialmente l'applicazione dei piani. Nel contesto italiano, tuttavia, anche a causa della presenza di diversi livelli di governance,

1989; Pe3-25535, Motion for a resolution pursuant to the rule 63 of the Procedure by Mr Speciale e Mr Parodi on the restoration and improvement of the Cinque Terre (Italy), 18 febbraio 1991.

²³ Nel provvedimento che introduceva i PIM, il regolamento CEE del consiglio n. 2088/85 del 23 luglio 1985, si affermava «l'obiettivo di migliorare le strutture socio-economiche di queste regioni, in particolare della Grecia, per permettere loro di adattarsi, nelle migliori condizioni possibili, alla nuova situazione creata dall'allargamento» (titolo I, art. 1).

²⁴ Regolamento CEE del consiglio n. 2088/85 del 23 luglio 1985, allegato II Elenco di azioni che tendono a conseguire gli obiettivi dei PIM, lettera c).

l'efficacia dei PIM fu minata dalla lentezza con cui vennero impegnati i fondi erogati (Brasili e Fanfani, 2003); nel caso della Liguria fu necessario adottare ben tre diverse LR per definire gli aspetti procedurali e i criteri di finanziamento²⁵, prima di giungere all'approvazione di un piano complessivo di investimenti pari a 177.990.000 ECU²⁶.

Tra i soggetti che ottennero finanziamenti, figurava anche la cooperativa agricola Cinque Terre, costituita nel 1973 allo scopo di tutelare i viticoltori locali e migliorare lo standard qualitativo della produzione, che già negli anni precedenti aveva promosso interventi di rilievo non solo per l'economia rurale ma anche per il paesaggio, come la costruzione delle prime monorotaie di campo (1979), utilizzate per trasportare l'uva lungo i ripidi terrazzamenti²⁷.

Il programma di azioni presentato alla regione dalla cooperativa Cinque Terre, denominato “Interventi integrati per la valorizzazione turistico-ambientale dell'area delle Cinque Terre”, prevedeva un investimento di 2.475.004.000 lire (inizialmente l'investimento previsto superava i 5 miliardi di lire e fu ridotto su richiesta della regione) e ottenne un finanziamento a valere sul PIM Liguria pari a 1.267.200.000 lire (in parte a carico della CEE e in parte a carico della regione Liguria, come previsto dai PIM)²⁸. La parte più cospicua degli investimenti riguardava la misura del PIM n. 11 “capacità ricettiva” e prevedeva il recupero di 25 unità di edilizia rurale; il progetto includeva inoltre diversi interventi afferenti alla misura “agriturismo e attività extra-ricettiva” (tra i quali interventi di ripristino della viabilità pedonale ed equestre e la creazione di una stalla con 10 cavalli)

²⁵ LR n. 20 del 29 giugno 1987 *Disciplina della prima attuazione del Programma Integrato Mediterraneo Liguria*; LR n. 73 del 22 dicembre 1988 *Disciplina delle modalità attuative del Programma Integrato Mediterraneo (PIM) Liguria*; LR n. 45 del 10 novembre 1989 *Norme integrative della LR 22 dicembre 1988 n. 73 relativa all'attuazione del PIM Liguria*.

²⁶ Decisione della commissione 88/391/CEE del 13 giugno 1988 che approva un programma integrato mediterraneo per la regione Liguria.

²⁷ Il giudizio complessivo sull'operato della cooperativa riportato in un articolo del 1994 appare decisamente positivo: «un importante aiuto all'agricoltura locale è venuto dall'allestimento delle monorotaie percorse da trenini a cremagliera, che consentono di collegare i ripidi versanti terrazzati con i centri costieri o con la strada litoranea, limitando al massimo l'impatto ambientale. Tali impianti sono stati realizzati grazie all'iniziativa della cooperativa Agricoltura 5 Terre che attraverso i piani integrati mediterranei (PIM) è riuscita ad ottenere preziosi finanziamenti CEE. La costituzione della cooperativa, con sede presso la cantina sociale di Groppo, ha inoltre contribuito in maniera determinante al miglioramento delle tecniche colturali, della qualità dei prodotti e dell'immagine di mercato» (Rollando, 1994, p. 201).

²⁸ Deliberazione della giunta regionale n. 5788 del 19 dicembre 1990; si veda inoltre la Deliberazione della giunta regionale n. 1602 del 5 aprile 1990.

e una quota minoritaria di spesa a valere sulla misura “parchi e itinerari”, che prevedeva la costruzione di un impianto di risalita a uso privato tra la SS 370 e la località di Montenero.

Tra gli interventi effettivamente realizzati, quelli più duraturi e di più diretto impatto sul turismo nelle Cinque Terre furono quelli sul patrimonio edilizio, peraltro recepiti all’interno delle norme di attuazione del piano regolatore generale del comune di Riomaggiore del 1992, dove si prescrivevano norme specifiche (in particolare la stipula di una convenzione con il comune) per le unità immobiliari recuperate attraverso le risorse del PIM²⁹. L’importanza degli interventi di ristrutturazione appare tanto più evidente quanto più si considera che ancora oggi l’offerta ricettiva delle Cinque Terre, come anticipato, si basa largamente su alloggi privati o affittacamere/ bed & breakfast³⁰.

9.5. Il binomio tutela-valorizzazione nei provvedimenti per la protezione del territorio

Un fattore decisivo per lo sviluppo turistico delle Cinque Terre fu l’istituzione di un parco (dapprima regionale e poi nazionale) e di un’area marina protetta, non solo perché ciò contribuì a preservare il patrimonio paesaggistico e le produzioni tipiche, ma soprattutto perché l’ente parco si fece carico della gestione di progetti che interessavano direttamente il settore ricettivo.

L’iter che condusse alla nascita del parco, tuttavia, si rivelò lungo e complesso: l’associazione Italia nostra presentò alla regione Liguria una proposta di istituzione di 12 parchi regionali poco dopo l’entrata in funzione del nuovo ente e, non ricevendo inizialmente riscontri, nel 1974 organizzò un convegno sul tema dei parchi regionali liguri a Spotorno (Panin, 1974). Pochi mesi dopo il convegno, la regione sottopose a vincoli il 20% del territorio regionale (Repetto, 1974) ma solo nel 1977 fu approvato il primo provvedimento legislativo per l’istituzione dei parchi regionali li-

²⁹ Comune di Riomaggiore, Piano regolatore generale, norme di attuazione, approvato con Decreto del presidente della giunta regionale n. 350 del 26 maggio 1997.

³⁰ Notiamo che delle 470 unità locali attive nel settore ricettivo nelle Cinque Terre nell’anno 2023 (individuate in base al codice Ateco), ben 424 erano rappresentate da affittacamere, bed & breakfast, case vacanze ed esercizi assimilabili (fonte: elaborazione dell’Ufficio studi ed orientamento al lavoro della Camera di commercio Riviere di Liguria su dati Infocamere).

guri³¹. I commentatori osservarono che il parco delle Cinque Terre era «quello più difficile a realizzarsi per il complesso problema della proprietà frazionata, per gli interessi in gioco e per i singoli piani regolatori» (Vestri, 1977), ed infatti fu necessario attendere il 1985 affinché fosse istituito il sistema di aree di interesse naturalistico-ambientale Bracco-Mesco-Cinque Terre-Montemarcello, non ancora un vero e proprio parco dunque ma un insieme di “aree protette” e di “aree cornice”, quest’ultime sottoposte a vincoli meno rigidi e concepite non solo per tutelare il paesaggio tradizionale ma anche per valorizzare la triade agricoltura-turismo-artigianato³².

È opportuno sottolineare che nello stesso anno in cui fu creato il sistema di aree di interesse naturalistico-ambientale Bracco-Mesco-Cinque Terre-Montemarcello fu approvata una LR finalizzata a sostenere l’agricoltura tradizionale delle Cinque Terre, dove però non erano presenti cenni all’agriturismo o a una possibile integrazione tra attività agricole e turismo³³.

In ogni caso il percorso iniziato con l’istituzione delle aree protette continuò negli anni successivi, attraverso la creazione del parco naturale regionale delle Cinque Terre, nel 1995³⁴, e, infine, con la nascita del parco nazionale, nel 1999³⁵. Il parco nazionale fu inizialmente presentato come un modello innovativo, sia perché l’oggetto della tutela non era costituito da un ambiente incontaminato ma dal paesaggio terrazzato, profondamente segnato dall’attività antropica, sia perché il nuovo ente si pose l’obiettivo di coniugare conservazione e valorizzazione del territorio, anche in chiave turistica. In occasione dell’istituzione del parco nazionale, il ministro dell’Ambiente Edo Ronchi dichiarò: «è il primo che dispone, oltre alla conservazione delle natura, la valorizzazione e il restauro di un paesaggio

³¹ LR n. 40 del 12 settembre 1977 *Norme per la salvaguardia dei valori naturali per la promozione di parchi e riserve naturali in Liguria*.

³² LR n. 12 del 18 marzo 1985 *Individuazione e disciplina del sistema di aree di interesse naturalistico-ambientale “Bracco-Mesco-Cinque Terre-Montemarcello”*; si veda in particolare l’art. 2, dove sono elencate le finalità del sistema, tra le quali, al comma c: «concorrere allo sviluppo sociale ed economico delle popolazioni locali promuovendo e favorendo in armonia con i piani e con i programmi di sviluppo inerenti le zone interessate e nel rispetto delle stesse risorse ambientali e territoriali iniziative agricole turistiche artigianali nonché di miglioramento dell’assetto del suolo e del livello dei servizi». La LR consentiva inoltre la presenza di «strutture d’appoggio» all’attività «turistico-escursionistica-agrituristica» nelle cosiddette ZAI (zone per attrezzature ed impianti), collocate in prossimità delle aree urbanizzate (art. 5).

³³ LR n. 41 dell’8 maggio 1985 *Norme per la salvaguardia e l’incremento dell’attività agricola nelle Cinque Terre*, modificata dalla LR n. 67 del 30 novembre 1988 *Modifiche ed integrazioni della legge regionale 8 maggio 1985 n. 41 “Norme per la salvaguardia e l’incremento della attività agricola nelle Cinque Terre”*.

³⁴ LR n. 12 del 22 febbraio 1995 *Riordino delle aree protette*.

³⁵ DPR del 6 ottobre 1999 *Istituzione del parco nazionale delle Cinque Terre*.

storico agrario noto in tutto il mondo» (Secondino, 1999); in realtà, questo approccio rifletteva le trasformazioni vissute nel corso degli anni '90 dal modello di gestione dei parchi in Europa, in direzione di un approccio meno "conservazionista" e sempre più impegnato sul fronte dello sviluppo locale (Rombai, 2002, pp. 340-341).

Coerentemente con queste tendenze, sin dai primi anni di attività il parco nazionale delle Cinque Terre promosse interventi di recupero e studio del paesaggio terrazzato e dell'ambiente naturale e, al contempo, varò alcune iniziative per la fruizione dei luoghi da parte dei turisti, la più longeva e significativa delle quali è probabilmente la Carta 5 Terre (oggi ridefinita 5 Terre card), creata nel 2001 per consentire la fruizione a pagamento di una serie di servizi, incluso l'accesso a sentieri. Nei primi anni Duemila, dunque, il parco assunse un ruolo sempre più incisivo nella gestione del territorio delle Cinque Terre e dei suoi asset turistici, suscitando non solo apprezzamento ma anche critiche, in alcuni casi fatte proprie da esponenti del consiglio regionale.

I primi anni di esistenza del parco furono pertanto accompagnati dalla polemica politica in seno al consiglio regionale, con esponenti del centro-destra che in alcuni casi posero in dubbio la stessa ragion d'essere del parco³⁶ o contestarono alcune iniziative, prime fra tutte la 5 Terre card³⁷, e rappresentanti della sinistra che criticarono la condotta dei vertici dell'ente³⁸.

³⁶ Nel luglio del 2000 un gruppo di Consiglieri regionali DS, riferendosi a dichiarazioni del vicepresidente del consiglio regionale (Francesco Bruzzone, Lega Nord) riportate dalla stampa locale, il quale «avrebbe affermato che l'istituzione del parco è frutto di una volontà centralistica, prevaricatrice delle autonomie locali e delle popolazioni», chiedeva di conoscere l'orientamento della giunta (guidata dal centro-destra), considerando che l'amministrazione precedente (guidata dal centro-sinistra) aveva supportato la nascita del parco nazionale e che quest'ultimo costituiva “una opportunità notevole per lo sviluppo economico e sociale delle popolazioni interessate, come del resto sta a dimostrare la crescita costante di visitatori e di turisti”, Interpellanza al presidente e alla giunta regionale n. 46 del 24 luglio 2000, oggetto: Sul parco nazionale delle Cinque Terre e le dichiarazioni del vice presidente del consiglio regionale Francesco Bruzzone in merito, proponenti: Moreno Veschi, Nicolò Alonso, Luigi Cola, Ubaldo Benvenuti.

³⁷ Una mozione (successivamente ritirata) di Bruzzone relativa ad alcuni aspetti della gestione del parco e, in particolare, alla 5 Terre card, definita una “tassa” per l'accesso ai sentieri, sosteneva tra l'altro che le code di turisti in attesa del controllo del titolo di accesso ai sentieri avevano creato un “gravissimo danno all'immagine dei luoghi” e chiedeva alla regione di assumere iniziative finalizzate ad abolire la card e a provocare la rimozione del presidente del parco, Mozione n. 80 del 02 maggio 2002, Oggetto: sulla tassa di accesso ai sentieri del parco delle Cinque Terre, proponente: Francesco Bruzzone.

³⁸ Una proposta di ordine del giorno presentata dai consiglieri Arturo Fortunati e Vincenzo Nesci, PRC (non adottato), pur premettendo di considerare «positivamente la tutela e la conservazione di tutto il territorio ligure», riferendosi a «l'atteggiamento, autoritario e molto feudale, dell'attuale presidente del parco nazionale delle 5 terre» e al «proibizioni-

La prima stagione di attività del parco delle Cinque Terre si chiuse nel 2010, quando un’inchiesta giudiziaria determinò l’azzeramento dei suoi vertici e la revoca del Piano del parco (Lazzaris, 2020).

Nel 2011, inoltre, si verificò un evento alluvionale dalle conseguenze particolarmente gravi, responsabile di 13 vittime tra l’area delle Cinque Terre e l’antistante zona della Val di Vara e di ingenti danni agli abitati (Agnoletti *et al.*, 2012). L’alluvione del 2011, oltre a ricevere eco dai media a livello globale, stimolò ulteriori studi sul “caso” Cinque Terre, sino ad allora considerato una *best practice* nell’ambito dei *tourism studies* e dei *management studies*, che evidenziarono criticità nelle politiche regionali e nelle iniziative a favore del turismo assunte prevalentemente da parco e enti locali, ritenute almeno in parte inadeguate sotto il profilo della sostenibilità e dei rischi associati all’*overtourism*³⁹.

9.6. Conclusioni

Il confronto tra le fonti citate consente di tracciare un bilancio generale dell’azione della regione nei confronti di quelle trasformazioni del turismo nelle Cinque Terre che hanno condotto all’*overtourism*, nonostante l’impossibilità di consultare documentazione archivistica prodotta dai comuni e la mancanza di serie storiche complete di dati statistici, anche in questo caso a livello comunale, pongano limiti ad una valutazione complessiva.

In primo luogo, la definizione delle competenze turistiche su scala locale appare come un processo lungo e complesso, a causa degli iniziali contrasti tra regioni e stato centrale ai quali abbiamo accennato e dei frequenti rimaneggiamenti dell’architettura istituzionale e del riparto di funzioni, in

smo di maniera» imposto dal parco agli abitanti del comune della Spezia residenti in zone rientranti nell’area-parco, impegnava presidente e giunta «ad intervenire, per quanto di competenza e nelle forme più opportune, al fine di porre rimedio ai guasti, anche sociali, che coloro che dovrebbero istituzionalmente governare il parco delle 5 terre potrebbero produrre, mantenendo atteggiamenti quanto meno irriguardosi nei confronti di parte dei cittadini che, da generazioni, hanno prodotto questo sito culturale di eccezionale valore, nel quale l’uomo e la natura sono riusciti ad integrarsi perfettamente con un paesaggio affascinante e unico», Ordine del giorno n. 89 del 2001, Riguardante il parco delle Cinque Terre, proponenti: Arturo Fortunati, Vincenzo Nesci.

³⁹ “The regional authority approach has done little to stimulate the retention and enhancement of abandoned terraces. [...] The 2011 flooding unveiled the governance shortcomings in the site, and the long recovery is a testimony to the fragmented policy environment [...] it can be stated that the Cinque Terre fell short of pursuing sustainable development principles recommended in tourism policy and planning” (Amore, 2024, p. 204).

parte determinati da innovazioni nella normativa nazionale, in parte dovuti a scelte degli organi regionali.

Nel caso specifico delle Cinque Terre, nel corso degli anni '80 e '90 l'azione della regione si intensificò, soprattutto attraverso l'adozione di strumenti di tutela, fino alla nascita del parco regionale, passaggio indispensabile per la costituzione del parco nazionale che oggi costituisce il principale attore locale in ambito turistico, oltre che nella protezione del territorio; anche in questo caso, tuttavia, i tempi lunghi e le contraddizioni dell'azione amministrativa furono più volte sottolineati dagli osservatori contemporanei.

Negli anni '90 si registrò inoltre il tentativo di applicare sistematicamente gli strumenti della pianificazione anche al settore turistico, innestando in essi i principi dello sviluppo sostenibile, e di rafforzare il ruolo di coordinamento della regione, ma l'esame puntuale degli atti adottati rivela una frequente riduzione delle politiche turistiche alle attività di marketing e la delega sistematica di compiti di gestione agli enti locali.

I punti di debolezza delle politiche turistiche regionali possono essere in parte ricondotti allo scarso approfondimento delle caratteristiche della domanda e nelle abitudini di viaggio nelle Cinque Terre, come del resto confermato dalla carenza di serie di dati complete su scala comunale e di studi *ad hoc* fino ad anni recenti. Gli stessi interventi realizzati negli anni '90 grazie ai PIM sembrano concepiti per valorizzare un territorio " vergine" dal punto di vista turistico, investendo soprattutto sulla riqualificazione di edifici per la creazione di nuovi esercizi ricettivi. Il crescente interesse per le Cinque Terre, soprattutto da parte della domanda straniera, e il conseguente incremento dei flussi, cominciarono ad essere oggetto di dibattito politico solo quando i segnali di congestionsamento assunsero piena evidenza e con essi aumentarono i costi che gli enti pubblici dovevano assumere per offrire ai turisti un'esperienza di visita appagante e sicura e tutelare al contempo le esigenze dei residenti.

Le conseguenze ambientali e sociali del sovraffollamento delle Cinque Terre, dunque, cominciarono ad essere studiate quando da semplice rischio divennero realtà consueta, cominciando ad ipotizzare concrete misure di contenimento dell'*overtourism* solo recentemente.

In un dibattito pubblico oggi sempre più animato, nel quale l'*overtourism* è talvolta ritenuto un'opportunità, anziché una minaccia, emerge ciclicamente anche il problema della desertificazione delle Cinque Terre nella stagione invernale, causata dal progressivo calo della popolazione stabile, dalla carenza di servizi pubblici e da altri fattori (non ultimi gli eventi climatici estremi che limitano gli spostamenti quotidiani) e che trova nel turismo una causa (si pensi alla conversione di alloggi privati in

bed & breakfast, che aggrava l'emorragia di residenti) ma anche un possibile rimedio, nel caso si assumano provvedimenti per destagionalizzare i flussi.

Sia che si consideri il tema dell'*overtourism*, sia che si prenda in esame il problema della desertificazione, l'impegno diretto della regione appare necessario, in considerazione delle competenze e delle risorse di questo ente e del ruolo di coordinamento e armonizzazione delle esigenze di diversi soggetti (compreso l'ambiente) che essa può e deve svolgere.

Bibliografia

- Agnoletti M., Emanueli F., Maggiari G., Preti F. (2012). *Paesaggio e dissesto idrogeologico: il disastro ambientale del 25 ottobre 2011 nelle Cinque Terre*, in M. Agnoletti, A. Carandini, W. Santagata (a cura di). *Florens 2012. Studi e ricerche*, Bandecchi & Vivaldi, pp. 25-46.
- Amore A. (2024). *Reframing Sustainability and Resilience in the Recovery of the Cinque Terre following the October 2011 Flooding*, in C.M. Hall, G. Prayag (eds.). *Tourism, Cyclones, Hurricanes and Flooding*, Channel View Publications, pp. 191-211.
- Amoretti G., Varani N. (2016). *Psicologia e geografia del turismo. Dai motivi del turista all'elaborazione dell'offerta*, libreriauniversitaria.it edizioni.
- Brasili C., Fanfani R. (2003). La politica di sviluppo rurale in Europa, in *Nuovo diritto agrario*, n. 1, pp. 37- 62.
- Crose liguri: una legge da tutelare (1997). in *Italia nostra*, n. 339, p. 23.
- De Witte B. (1990). *The Integrated Mediterranean Programmes in the Context of Community Regional Policy*, European University Institute, (working paper LAW, 1990/08), testo disponibile al sito: <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/71>, consultato il 02.05.2025.
- Ferrari A. (1974). Una domenica da 80 mila lire al tuffo nel mare inquinato delle Cinque Terre, in *Corriere della Sera*, 08.07.1974, p. 4.
- Giuffrida A. (2024). ‘We’re not anti-tourist’: Italy’s picturesque villages struggle to cope with deluge of Insta-visitors, in *The Guardian*, 23.06.2024, testo disponibile al sito: www.theguardian.com/world/article/2024/jun/23/were-not-anti-tourist-italys-picturesque-villages-struggle-to-cope-with-deluge-of-instavisors, consultato il 02.05.2025.
- Lazzaris S. (2020). Così la crisi climatica sgretola le Cinque Terre, in *Domani*, 10.11.2020, pp. 6-7.
- Mancini G.P. (1989). La misura itinerari turistici nei Pim, in *Italia nostra*, n. 271, pp. 44-47.
- Migliorino G. (1974). Sulla Riviera ligure la crisi turistica è la figlia della speculazione edilizia, in *Corriere della Sera*, 29.07.1974, p. 7.

- Management Plan for the UNESCO Site Porto Venere, Cinque Terre and the Islands (Palmaria, Tino e Tinetto) (2020). testo disponibile al sito: <https://whc.unesco.org/en/list/826/documents/>, consultato il 02.05.2025.
- Milano C., Cheers J.M., Novelli M. (2019). *Overtourism: an evolving phenomenon*, in C. Milano, J.M. Cheers, M. Novelli (eds.). *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism*, CABI, pp. 1-17.
- Panin U. (1974). Le ruspe assaltano la Liguria, in *Corriere della Sera*, 23.06.1974, p. 21.
- P.L. (1978). Turismo: la Liguria difende la sua legge, in *La Stampa*, 14.01.1978, p. 8.
- Repetto A. (1974). La Liguria sottopone a vincolo il 20 per cento del territorio, in *Corriere della Sera*, 09.12.1974, p. 21.
- Rollando A. (1994). La situazione agricola nella provincia della Spezia, in *Bollettino della Società geografica italiana*, vol. 11, pp. 201-206.
- Romanelli R. (1995). *Centralismo e autonomie. Le ragioni del centralismo*, in Id. (a cura di). *Storia dello Stato italiano dall'unità a oggi*, Donzelli, p. 125.
- Rombai L. (2002). *Geografia storica dell'Italia. Ambienti, territori, paesaggi*, Le Monnier.
- Sarà presto ristrutturata e riaperta la Via dell'amore nelle Cinque Terre (1985). in *Corriere della Sera*, 10.05.1985, p. 25.
- Secondino S. (1999). Via libera al parco nazionale delle Cinque Terre. A Monterosso scontro sugli allevamenti in mare, in *Corriere della Sera*, 25.09.1999, p. 19.
- Vestri S. (1977). Varata entro luglio a La Spezia la LR sui parchi, in *Corriere della Sera*, 30.06.1977, p. 11.
- Vestri S. (1984). La “Via dell'amore” alle Cinque Terre chiusa per la minaccia di frane, in *Corriere della Sera*, 12.03.1984, p. 5.
- Vestri S. (1986). Praticabile da oggi a lunedì nelle Cinque Terre la romantica ma pericolante “Strada dell’Amore”, in *Corriere della Sera*, 29.03.1986, p. 5.

10.

OVERTOURISM E GESTIONE DEI FLUSSI TURISTICI: IL CASO DELLE CINQUE TERRE¹

di *Claudia Burlando e Tiziano Pavanini*

10.1. Introduzione

L'evoluzione del turismo di massa ha avuto un impatto significativo sulla società e sull'ambiente. Negli ultimi decenni, con la crescita dell'economia globale e l'aumento della disponibilità di mezzi di trasporto a prezzi accessibili, sempre più persone hanno la possibilità di viaggiare in luoghi lontani e sperimentare culture diverse.

Le implicazioni del turismo di massa sono numerose e complesse. Da un lato, il turismo ha contribuito a stimolare l'economia di molte destinazioni turistiche favorendo la creazione di occupazione e diventando importante fonte di entrate, dall'altro, dove turismo di massa ha portato a un eccessivo sfruttamento delle risorse naturali e culturali delle destinazioni. Oltre a inquinamento, erosione del suolo e consumo eccessivo di risorse l'elevato numero di turisti può portare a una standardizzazione delle destinazioni, con omologazione delle attrazioni turistiche e perdita dell'autenticità culturale.

Speculazione immobiliare e aumento dei prezzi delle abitazioni possono aggiungersi rendendo difficile per i residenti continuare a vivere nelle proprie comunità.

Quando il numero di turisti supera la capacità di una destinazione di gestire l'afflusso e le risorse locali diventano insufficienti si verifica una condizione di *overtourism* (Peeters *et al.*, 2018).

¹ Il presente lavoro, frutto di una ricerca finanziata da CNA Liguria, è stato condotto per il Dipartimento di Economia dell'Università di Genova da Claudia Burlando e Tiziano Pavanini e per CNA Liguria da Valentina Figoli.

Il presente contributo fornisce un'analisi dei flussi turistici dei Comuni delle Cinque Terre in Liguria per individuare gli impatti del turismo e comprendere se, quando e dove vi siano situazioni di *overtourism*.

L'avvio del lavoro prevede un'analisi di *benchmarking* dei più importanti case studies nazionali e internazionali, allo scopo di identificare le criticità comuni e le politiche di mitigazione del fenomeno adottate nei vari contesti di riferimento, mentre l'obiettivo finale della ricerca è identificare, per il contesto delle Cinque Terre, un ventaglio di possibili soluzioni da porre al vaglio delle istituzioni e dei policy maker.

10.2. Definizioni di *overtourism*, cause del fenomeno e *benchmarking* nazionale e internazionale

10.2.1. Definizioni del fenomeno dell'*overtourism* in letteratura

Negli ultimi anni, il settore turistico ha sperimentato una notevole crescita a livello globale, con circa 1,4 miliardi di arrivi internazionali nel 2024 (UNWTO, 2025). Questo numero è aumentato significativamente rispetto ai 25 milioni del 1950 e ai 903 milioni del 2007 (Indovino, 2019).

Secondo le previsioni dell'UNWTO (Organizzazione Mondiale del Turismo) gli arrivi turistici internazionali supereranno gli 1,8 miliardi nel 2030.

*L'overtourism*² è definito dall'UNWTO come l'effetto negativo che il turismo, in una destinazione o in una sua parte, ha sulla qualità della vita percepita dai residenti e/o sull'esperienza dei visitatori che competono per risorse limitate. In particolare, è causato dal superamento della capacità fisica, ecologica, sociale, economica, psicologica e/o politica di certe località in certi periodi (Peeters *et al.*, 2018), e solo in tempi molto recenti si iniziano a proporre indici per misurare l'intensità turistica (Burlando *et al.*, 2025).

Indovino (2019) riporta sei diverse capacità che dovrebbero essere rispettate per evitare gli impatti negativi dell'*overtourism* (Tab. 1).

² Tale termine è stato coniato dalla società di marketing turistico Skift nel 2016 (Ali, 2016).

Tab. 1 - Tipologie di capacità volte a contenere gli impatti negativi dell'*overtourism*

<i>Tipo di capacità</i>	<i>Definizione</i>
Fisica	Il numero massimo di persone che uno spazio può contenere senza causare impatti negativi.
Ecologica	Le destinazioni devono essere in grado di gestire i flussi turistici senza danneggiare l'ambiente.
Sociale	Il numero limite di turisti per evitare tensioni con i residenti.
Economica	L'equilibrio tra i benefici e gli svantaggi economici del turismo.
Psicologica	Il numero massimo di turisti e/o residenti che possono essere presenti senza causare disagio psicologico (ad es. stress).
Politica	La capacità delle amministrazioni di gestire in modo efficace il numero di visitatori.

Fonte: elaborazione basata su Indovino (2019).

Secondo Milano (2017) i fattori che contribuiscono all'*overtourism* includono l'aumento dei prezzi degli immobili, la congestione e privatizzazione degli spazi pubblici, la perdita di potere d'acquisto per i residenti, lo squilibrio nel numero di visitatori e residenti, il lavoro stagionale e precario nel settore turistico, la trasformazione del tessuto commerciale, la crescita del turismo crocieristico e l'impatto sull'ambiente.

Ghidini (2019) evidenzia inoltre come l'*overtourism* sia un concetto relativamente nuovo e riporta l'esempio concreto dell'Islanda che, a causa delle sue bellezze naturali ed anche dei suoi tassi di cambio favorevoli, ha sperimentato uno sviluppo dell'economia locale ma al contempo un sovraccarico della propria capacità ricettiva.

Il fenomeno dell'*overtourism* è il risultato di una combinazione di numerosi fattori che hanno creato una “tempesta perfetta” di visitatori su destinazioni specifiche. Molti di questi fattori esistono da anni, ma alcune influenze hanno portato il problema ad un punto critico solo di recente. Oltre all'aumento della popolazione e al più diffuso benessere economico, anche la diffusione di informazioni attraverso *social media* e *web* ha permesso alle persone di informarsi sulle attrazioni turistiche e su come raggiungerle.

In generale, i fattori che consentono il continuo aumento del numero di turisti in tutto il mondo sono molto più potenti delle forze che desiderano limitare o ridurre le visite alle comunità colpite (Dodds and Butler, 2019).

Nello studio “*The dark side of digital technology to overtourism: the case of Barcelona*”, Bourliataux-Lajoinie *et al.* (2019) riportano che l'*overtourism* ha attirato l'attenzione della ricerca accademica fin dagli anni '70 del secolo scorso. In particolare, essi si riferiscono al lavoro di Doxey

(1975), in cui l'autore sosteneva che il comportamento dei residenti di una destinazione turistica, posti sotto pressione dalla costante presenza massiccia di visitatori, si evolvesse attraverso quattro fasi consequenziali (più una aggiunta dagli autori stessi):

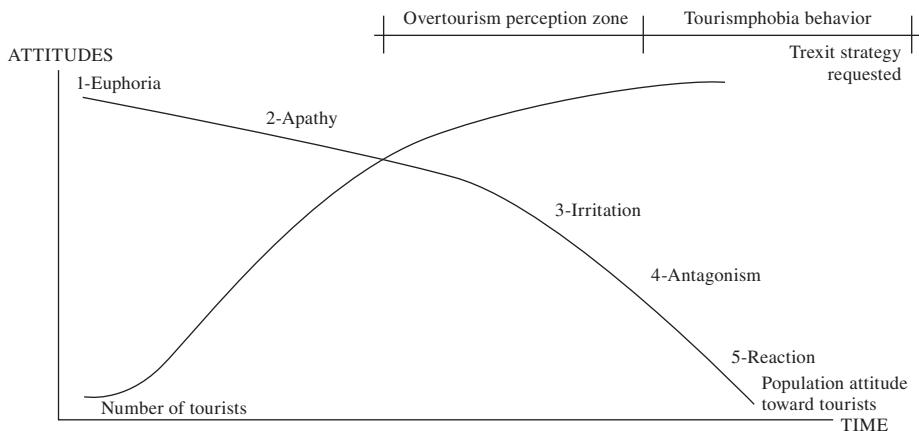
- *euforia* dovuta alla crescita economica che la iniziale e moderata presenza turistica comporta in loco (creazione di posti di lavoro, efficientamento delle infrastrutture di trasporto, migliore qualità della vita in generale);
- *apatia* conseguente al costante aumento della presenza turistica (con un senso di ospitalità che inizia a venire meno);
- *irritazione* quando i residenti iniziano a percepire maggiori le esternalità negative (rumore, rifiuti, stress) rispetto ai vantaggi economici;
- *antagonismo* che si verifica quando il turista inizia a essere percepito come vero disturbo nella vita quotidiana del residente;
- *riplanificazione* con i residenti che chiedono all'amministrazione locale di ripianificare l'accoglienza turistica in modo da sviluppare un turismo sostenibile.

Sulla base di tali fasi cronologiche, Bourliataux-Lajoinie *et al.* (2019) studiano il fenomeno della “turismofobia” o “anti-turismo” e riportano il termine *trexit* (contrazione tra *tourist* ed *exit*), come citato da Séraphin *et al.* (2018), per definire quelle strategie messe in atto dai pianificatori locali per regolare e arginare il flusso turistico. Ad esempio, si mira a riposizionare i servizi turistici in una specifica area al fine di attrarre una clientela minore in numero ma con maggiore potere d'acquisto (ad es. introducendo quote di visitatori). Di seguito (Fig. 1) le 4 fasi individuate da Doxey (1975) più la quinta aggiunta dagli autori.

Negli ultimi decenni alcuni studi hanno esaminato gli effetti positivi e negativi della crescita del turismo (Palombi, 2021) che è stato visto come un contributo allo sviluppo sociale ed economico sia in ambienti rurali che urbani. Tuttavia, il concetto di *overtourism* è emerso come conseguenza negativa della crescita del turismo già negli anni '90 dello scorso secolo (Dodds e Butler, 1990; Fierz, 1993; McKercher, 1996; Ap and Crompton, 1998; Kagermeier, 2021).

Solo in tempi più recenti assistiamo ad un vero cambiamento nella percezione sociale di alcune forme di turismo e alla nascita di movimenti di protesta che vanno dal problema delle trasformazioni socio spaziali alla “sindrome di Airbnb” (Routledge, 2001; Füller e Michel, 2014; Broudehoux, 2016; Garrett, 2016; Gravari-Barbas e Jacquot, 2016; Novy, 2016; Vianello, 2016; Gerritsma e Vork, 2017; Mermel, 2017; Plinkster e Boterman, 2017; Vives-Miró e Rullan, 2017).

Fig. 1 - Cinque fasi cronologiche dell'overtourism



Fonte: Bourliataux-Lajoinie *et al.* (2019).

10.2.2. Le principali cause dell'overtourism

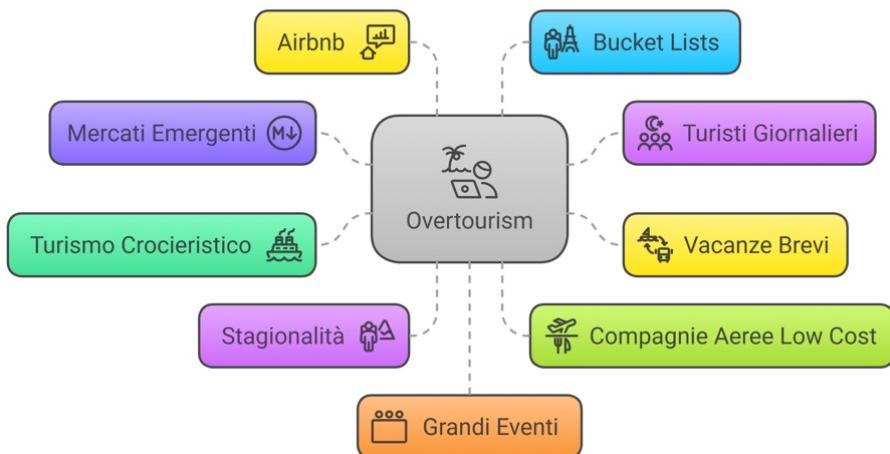
Tra le barriere chiave allo sviluppo del turismo sostenibile va primariamente evidenziata la priorità di interessi economici rispetto a quelli sociali e ambientali. Si può qui fare riferimento alla “tragedia dei beni comuni”³ in quanto il consumo eccessivo di risorse ha provocato un degrado della qualità ambientale (Indovino, 2019; Hartman e Sijtsma, 2018).

Rilevante è anche la mancanza di coordinazione tra attori economici, sociali e politici: spesso si verificano carenze di collaborazione tra le diverse parti interessate, comprese le aziende, le istituzioni e la comunità ospitante (Burlando e Pavanini, 2024).

In estrema sintesi di seguito (Fig. 2) sono riportate le principali cause dell'*overtourism*, così come indicate dalle principali agenzie internazionali di settore e riportate in Indovino (2019).

³ La tragedia dei beni comuni è un fenomeno socioeconomico che si verifica quando una risorsa pubblica o collettiva viene sfruttata da individui o gruppi senza un sistema di gestione adeguato, portando alla sua degradazione o esaurimento. In altre parole, quando i beni comuni, come l'aria pulita, l'acqua potabile, i boschi, i parchi e le riserve naturali, non sono gestiti in modo adeguato, possono essere depredati dai singoli individui o dalle imprese, generando un effetto negativo sulla collettività e sull'ambiente.

Fig. 2 - Principali cause del turismo eccessivo



Fonte: elaborazione autori basata su Indovino (2019).

10.2.3. Benchmarking nazionale e internazionale

Contesto italiano

Dall'analisi dei principali casi di studio nazionali (Tab. 2) risulta evidente che la gran parte delle destinazioni abbia deciso di adottare (o abbia in programma di farlo nel prossimo futuro) misure di contingentamento dei flussi turistici attraverso l'istituzione del numero chiuso. L'isola toscana di Montecristo e la città di Venezia (dal 2025) prevedono anche il pagamento di un contributo per la visita.

Tab. 2 - Soluzioni adottate e/o proposte dai casi di studio italiani

Contesto	Soluzione adottata e/o proposta
Dolomiti bellunesi	Creare una piattaforma che fornisca dati su traffico, arrivi e presenze e monitoraggio della qualità dell'aria per migliorare la qualità della vita di residenti e turisti. Incentivi economici per opzioni di <i>car sharing</i> e mobilità sostenibile.
Alto Adige	Numero chiuso di posti letto su scala provinciale fissato a 34 milioni di pernottamenti annui.
Lago di Braies	Prenotazione obbligatoria e numero massimo di turisti/giorno.

Tab. 2 - segue

<i>Contesto</i>	<i>Soluzione adottata e/o proposta</i>
Isola di Montecristo	L'Unione Europea ha stabilito un limite di visitatori annuali di 1.000 persone, che è stato portato a 2.000 dal 2019. Ticket 130€/persona comprensivo di motonave andata e ritorno e visita dell'isola guidata. Possibilità di visita solo da marzo ad aprile e da maggio a ottobre, per un totale di 22 giorni distribuiti in questi due periodi.
Perugia	Mobilità urbana trasversale su minimetro. Ordinanza che vieta ai bus turistici di entrare nell'area perimetrale del centro storico e monitoraggio che individua le tipologie di bus in transito.
Venezia	Dal 2024 sistema di tornelli automatici a garantire il numero chiuso di massimo 40.000 turisti al giorno e prenotazione tramite app. Contributo della visita (o “tassa di sbarco”) tra i 3€-10€ a seconda del grado di affollamento della città (sistema di bollini a colore). Stop all'ingresso delle grandi navi dal 1° agosto 2021.

Contesto europeo

La Tab. 3 riporta le soluzioni adottate nei principali casi di studio europei.

Tab. 3 - Soluzioni adottate e/o proposte dai casi di studio europei

<i>Contesto</i>	<i>Soluzione adottata e/o proposta</i>
Barcellona	Piano “Barcellona Turismo 2020 per un turismo sostenibile”.
Dubrovnik	“Du Visitors” e “Du Card” per disperdere il flusso di visitatori nelle zone meno affollate della città. Organizzazione di orario arrivo navi, su base giornaliera/annuale, con l'obiettivo di ottenere migliorare i flussi. Limite massimo per gli arrivi simultanei di navi (due) e visitatori provenienti dalle navi da crociera (4.000 persone). È la metà di quanto suggerito dall'UNESCO.
Amsterdam	Chiusura di un terminal crociere prossimo al centro storico e divieto di consumo di cannabis all'interno del quartiere a luci rosse. Creazione di video appositi per scoraggiare il “turismo molesto”.
Praga	Tetto al numero massimo di affitti annuali su Airbnb (causa di un turismo incontrollato e non regolarizzato).
Valencia	“Programma di Cooperazione Europea Transnazionale Interreg MED” per allontanare i flussi turistici da itinerari consolidati e sovraffollati.

Contesto internazionale

La Tab. 4 riporta le soluzioni adottate dai casi di studio internazionali esaminati. Dall'analisi risulta evidente come la maggior parte delle desti-

nazioni abbia deciso di adottare misure di contingentamento dei flussi turistici attraverso l'istituzione del numero chiuso (Isola di Boracay, Maya Bay, Machu Picchu, Taj Mahal).

Tab. 4 - Soluzioni adottate e/o proposte dai casi di studio internazionali

<i>Contesto</i>	<i>Soluzione adottata e/o proposta</i>
Giappone	Applicazione “Sayonara tax” a tutti i residenti e turisti che lasciano il Paese in aereo o in nave, con poche esenzioni (la tassa viene riscossa dalle aziende turistiche).
Isola di Boracay, Filippine	<p>Numero chiuso con un tetto di visitatori giornalieri.</p> <p>Obbligo di prenotazioni alberghiere solo presso hotel accreditati dal Dipartimento del Turismo.</p> <p>Divieto di alcune attività per preservare la bellezza naturale dell’isola e promuovere un turismo responsabile (fumare, bere, cene e feste in spiaggia).</p> <p>Casinò non più ammesso.</p> <p>Divieto di uso di plastica monouso.</p> <p>Divieto alle navi da crociera e alle navi che superano i 2.000 passeggeri durante l’alta stagione.</p>
Isola di Pasqua, Cile	Riduzione durata del visto concesso ai turisti per visitare Rapa Nui da 90 a 30 giorni.
Machu Picchu, Perù	<p>Numero di ticket per accedere all’area limitato a 4.550 al giorno e acquisto esclusivamente presso il sito ufficiale del Ministero della Cultura.</p> <p>Tempo massimo consentito in città è di due ore (e non oltre le 2 del pomeriggio) e divieto di rientro nel sito una volta usciti.</p> <p>Costo dei ticket in base a tipologia di circuito turistico e categoria di utenza (adulto, studente, bambino).</p>
Maya Bay, Tailandia	<p>Chiusura dell’isola per tre anni; Post riapertura imposto il seguente regolamento.</p> <p>Si può visitare l’isola un’ora al giorno dalle 10 alle 16.</p> <p>Limite massimo di 375 turisti/ora.</p> <p>Un massimo di 8 imbarcazioni alla volta, che possono attraccare solo sul lato del molo dell’isola.</p>
Taj Mahal/Agra, India	<p>Dal 2018 limite massimo giornaliero di 40.000 visitatori.</p> <p>Prezzi dei ticket quadruplicati.</p> <p>Installazione di 7 cancelli con tornelli.</p> <p>Limite massimo di tre ore all’interno del mausoleo.</p> <p>Dal 2019 possibilità di effettuare visite 5 notti al mese per alleggerire il flusso diurno.</p>

10.3. Il caso del Parco delle Cinque Terre

Il Parco delle Cinque Terre, il più piccolo parco nazionale d'Italia, è caratterizzato da un'elevata densità abitativa ed è suddiviso in tre comuni: Riomaggiore, Vernazza e Monterosso, con Manarola (nel comune di Riomaggiore) e Corniglia (nel comune di Vernazza) collegate. I confini del Parco comprendono anche parti dei comuni di Levanto (zona Mesco) e La Spezia (zona Tramonti), entrambi privi di popolazione residente o attività produttive.

Dal 1999 l'intero territorio del Parco è tutelato dal decreto del Presidente della Repubblica che istituisce il Parco Nazionale delle Cinque Terre. Le Cinque Terre sono inoltre Area Marina Protetta (AMP) e l'area di mare interessata segue un litorale di circa 19 chilometri.

10.3.1. Criticità legate al turismo nel contesto delle Cinque Terre⁴

Sulla base dei dati disponibili è stato possibile costruire alcuni dei principali indicatori turistici, utilizzati da ISTAT e dalla letteratura.

Innanzitutto, occorre tenere a mente che la densità turistica e la pressione turistica sono due concetti correlati ma distinti: mentre la pressione turistica si concentra sulla quantità di turisti rispetto all'area o alla popolazione, la densità turistica considera gli effetti e l'impatto del turismo sull'ambiente e sulla società (Candela, 1995; Università della Calabria, 2015).

In Tab. 5 i dati relativi ai tre Comuni delle Cinque Terre vengono confrontati con due *benchmark* ipotizzati di riferimento: la città della Spezia, in prossimità dell'area ma lontano dalle prime posizioni delle mete più visitate in Italia, e Venezia (centro storico), una delle destinazioni invece più affollate su scala nazionale. Tale parallelismo si rivela utile per poter dare un riferimento ai valori di pressione turistica, posto che in letteratura non esistono soglie limite per determinare l'esistenza o meno del fenomeno dell'*overtourism*.

⁴ Nel lavoro non sono inserite le visite in giornata e i dati sulla ricettività extra alberghiera perché non disponibili.

Tab. 5 - Indicatori di pressione o saturazione turistica Comuni Cinque Terre (2022)

#	Indicatore	Dati necessari	Monterosso	Riomaggiore (Manarola)	Vernazza (Corniglia)	La Spezia ⁵	Venezia (Centro Storico)
1	Arrivi	N. di turisti ospitati negli esercizi ricettivi in un determinato momento	99.804	102.169	46.495	219.372	4.646.360
2	Presenze	N. delle notti totali in loco	256.638	237.896	110.136	512.518	10.946.464
3	Permanenza media	Tot. presenze/ Tot. arrivi	2,57	2,32	2,36	2,33	2,36
4	Indice di pressione o saturazione turistica (presenze)	Presenze/Popolazione locale residente * 365	0,52	0,49	0,31	0,01	0,59
5	Indice di pressione o saturazione turistica (arrivi)	Arrivi/Popolazione locale residente	74,5	77,3	47,1	2,3	92,9

Gli indicatori elementari da osservare in riferimento alla pressione turistica di una destinazione sono gli arrivi (in colonna # indicati con la posizione 1) e le presenze (# 2) dei turisti. Tali indicatori misurano la domanda turistica e in estrema sintesi gli arrivi rappresentano le persone registrate all'atto del loro arrivo presso la struttura ricettiva (es. hotel) mentre le presenze indicano il numero di notti trascorse nel luogo scelto.

Tra i tre Comuni delle Cinque Terre, Riomaggiore e Monterosso sono risultati quelli maggiormente attrattivi per i turisti nel corso del 2022: in particolare il borgo di Monterosso al Mare ha registrato da solo quasi gli stessi arrivi dei due borghi facenti parte del Comune di Riomaggiore, ovvero il paese omonimo e Manarola; parecchio meno visitato risulta il Comune di Vernazza, comprendente i due borghi di Vernazza e Corniglia.

⁵ Disponibili solo arrivi e presenze per il periodo gennaio-agosto 2022. Fonte: Comune della Spezia.

Il dato sulle presenze restituisce un'informazione sul gradimento turistico complessivo: più i turisti apprezzano il soggiorno in una data località e maggiore sarà la loro permanenza in loco (Università della Calabria, 2015). Il gradimento dei turisti naturalmente può dipendere da una moltitudine di fattori che possono essere, tra gli altri, di natura economica o paesaggistica o derivare dalla qualità delle infrastrutture di mobilità e/o di pernottamento. Questa informazione si ricava anche dall'indicatore relativo alla permanenza media, data dal «rapporto tra il numero di notti trascorse (presenze) e il numero di clienti arrivati nella struttura ricettiva (arrivi)» (ISTAT, 2022).

In riferimento alle presenze, Monterosso supera il Comune di Riomaggiore collocandosi in prima posizione per l'anno 2022. Lo stesso si può osservare per il dato sulla permanenza media (# 3), dove Monterosso guida la classifica con 2,57 giorni. Un risultato sorprendente è quello del Comune di Vernazza che nonostante abbia mostrato un numero di arrivi e di presenze nettamente inferiori agli altri due Comuni, indica una permanenza media superiore a quella di Riomaggiore e non distante da quella di Monterosso (2,36 giorni). Il dato sulla permanenza media si mostra in linea o addirittura superiore a quello di Venezia.

Altri indicatori elementari sono quelli di pressione o saturazione turistica di una località e ne sono stati analizzati due: indice di pressione o saturazione turistica relativo alle presenze e indice di pressione o saturazione turistica relativo agli arrivi, rispettivamente #4 e #5.

In riferimento al primo indicatore di pressione descritto, Monterosso presenta il valore più alto (0,52): questo significa che nel borgo ogni giorno, in media annuale, ogni 2 residenti risulta poco più di un turista. È chiaro quanto sia rilevante condurre un'analisi dei diversi periodi dell'anno, considerando i mesi di picco e di morbida che, come si vedrà a breve, essi presentano valori estremamente differenziati.

Il secondo indicatore di pressione (relativo agli arrivi) mostra che in tutti e tre i Comuni ogni anno arrivano turisti per un valore molto superiore alla popolazione dei Comuni stessi (in particolare a Riomaggiore e Monterosso).

Dal confronto di tali indicatori con i *benchmark* scelti (Venezia-centro storico e La Spezia) si nota come la città di Venezia, una delle mete che più ha subito negli ultimi anni le conseguenze negative dell'eccessivo turismo, presenti i valori di entrambi gli indicatori di pressione turistica superiori rispetto ai Comuni delle Cinque Terre (rispettivamente 0,59 e 92,9): nel caso del primo indicatore, tuttavia, la differenza è esigua. Va notato infatti che, in riferimento all'indicatore di pressione turistica (presenze), i valori che mostrano Monterosso (0,52) e Riomaggiore (0,49) sono solo di poco inferiori al *benchmark* di riferimento Venezia (0,59); al contrario, per

quanto concerne l'indicatore di pressione turistica (arrivi), i valori risultano piuttosto distanti. In riferimento al confronto dei Comuni dell'area con la limitrofa città della Spezia appare evidente come i primi risultino molto più congestionati in relazione ad entrambi gli indicatori.

Lo stato di congestione dei borghi delle Cinque Terre non è tuttavia uniformemente distribuito nel tempo, ma oscilla molto a seconda dei periodi di maggiore o minore attrattività turistica dell'area. Per tale motivo, la Tab. 6 mostra gli indicatori di pressione turistica dei borghi delle Cinque Terre in rapporto al rispettivo mese di picco turistico e mese di morbida.

Tab. 6 - Indicatori di pressione turistica Comuni Cinque Terre per mese di picco o morbida (2022)

#	Indicatore	Dati necessari	Monterosso (febbraio)	Monterosso (agosto)	Riomaggiore (dicembre)	Riomaggiore (luglio)	Vernazza (gennaio)	Vernazza (agosto)
1	Arrivi	N. di turisti ospitati negli esercizi ricettivi in un determinato momento	407	14.660	1.105	15.954	418	6.772
2	Presenze	N. delle notti totali in loco	666	43.918	2.164	38.166	877	17.542
3	Permanenza media	Tot. presenze/ Tot. arrivi	1,63	2,99	1,95	2,39	2,09	2,59
4	Indice di pressione o saturazione turistica (presenze)	Presenze/Popolazione locale residente * 365	0,0012	0,99	0,04	0,82	0,03	0,68
5	Indice di pressione o saturazione turistica (arrivi)	Arrivi/Popolazione locale residente	0,28	9,98	0,72	10,35	0,49	7,95

Gli indicatori di pressione turistica mostrano ampie differenze a seconda del periodo di riferimento. I mesi meno visitati dei tre Comuni dell'area mostrano una pressione turistica del luogo prossima allo zero, al contrario nei mesi di picco quali luglio e agosto i valori sono molto elevati come nel caso di Monterosso (0,99). Tale differenza così marcata suggerisce che nei Comuni delle Cinque Terre è estremamente rilevante tenere in considerazione il divario dei diversi mesi dell'anno e che ogni ipotesi di soluzione deve essere

messi in relazione con il periodo di riferimento. Dallo studio emergono altresì ampi margini di distensione dei flussi, situazione che sarebbe profondamente diversa se i divari tra picchi e morbide fossero poco marcati. Tab. 7 mostra gli ulteriori indicatori utilizzati da ISTAT per studiare il turismo.

Tab. 7 - Indicatori di densità turistica Comuni Cinque Terre (2022)

#	<i>Indicatore</i>	<i>Formula</i>	<i>Monterosso</i>	<i>Riomaggiore (Manarola)</i>	<i>Vernazza (Corniglia)</i>
6	N. posti letto totali perl.000 abitanti	(Posti letto tot/Popolaz. * 1.000)	1.219/ 1.000 ab.	1.174/ 1.000 ab.	1.204/ 1.000 ab.
7	N. posti letto degli esercizi extra-alberghieri per 1.000 abitanti	(Posti letto extra-albergo/Popolaz. * 1.000)	494/ 1.000 ab.	1.004/ 1.000 ab.	1.097/ 1.000 ab.
8	N. posti letto totali per km ²	N. posti letto totali/km ²	145/km ²	151/km ²	69/km ²
9	N. posti letto totali del Comune su totale posti letto Italia ⁶	N. posti letto totali del Comune/ Tot. posti letto Italia	3,18%	3,03%	1,67%
10	Presenze totali dei clienti stranieri per abitante	Presenze totali dei clienti stranieri/ Totale abitanti	153,58	152,69	133
11	Presenze totali dei clienti italiani per abitante	Presenze totali dei clienti italiani/ Tot. abitanti	38,22	27,39	21,89
12	Presenze/Posti letto totali * 365	Presenze/Posti letto totali * 365	43,10%	42%	35,25%
13	Coefficiente di variazione delle presenze totali mensili	Deviazione standard delle presenze mensili/media * 100	82,26%	71,71%	71,38%
14	Presenze totali del Comune/ Presenze totali Italia ⁷	Presenze totali del Comune/Presenze totali Italia	0,08%	0,08%	0,04%
15	Presenze totali per km ²	Densità della presenza turistica	22.812/km ²	23.164/km ²	8.954/km ²

⁶ Totale posti letto Italia al 2021 pari a 5.120.175 sia alberghieri che extra-alberghieri. Fonte: ISTAT (2022).

⁷ Totale presenze in Italia al 2022 pari a 309.756.000. Fonte: elaborazione del Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica su dati Banca d'Italia.

Tra gli indicatori più significativi, il numero di posti letto per 1.000 abitanti (# 6) rivela un'elevata capacità ricettiva rispetto alla popolazione, segno di forte pressione turistica. La densità di posti letto per km² (# 8) conferma una concentrazione intensa soprattutto a Monterosso e Riomaggiore, dove il turismo incide pesantemente sull'uso del territorio. Le presenze turistiche per km² superano le 22.000 unità nei Comuni più turistici, evidenziando una saturazione critica. Infine, il rapporto tra presenze, residenti e superficie (# 20 in Tab. 8) mostra un forte squilibrio tra carico turistico e capacità del territorio. Questi dati confermano l'urgenza di strategie per ridurre la pressione nei momenti e nei luoghi più colpiti.

Tab. 8 - Ulteriori indicatori Comuni Cinque Terre (2022)

#	Indicatore	Formula	Monterosso	Riomaggiore (Manarola)	Vernazza (Corniglia)
16	Dimensione media strutture ricettive totali	N. posti letto/numero strutture ricettive totali	14,4	4,8	4,9
17	Dimensione media strutture extra-alberghiere	N. posti letto/numero strutture extra-alberghiere	7,2	4,3	4,5
18	Rapporto bagni/camere strutture ricettive totali	N. bagni/ numero camere * 100	95%	97,5%	94,1%
19	Rapporto bagni/camere strutture extra-alberghiere	N. bagni/ numero camere * 100	87,3%	97,2%	94,7%
20	Densità turistica totale	(Presenze + Residenti)/km ²	249,1	252,5	105,3

10.4. Soluzioni emerse dall'analisi nazionale e internazionale

Per contrastare il sovraffollamento numerosi contesti turistici hanno adottato strategie di contingimento dei flussi. La più diffusa è risultata il numero chiuso giornaliero, con accessi limitati e spesso legata ad un obbligo di prenotazione (come nei casi di Venezia, Machu Picchu, il lago di Braies o l'isola di Boracay). Un tema rilevante diventa allora l'individuazione del limite che deve basarsi su dati disaggregati sia a livello spaziale (ad esempio distinguendo tra un intero comune urbano e il suo centro storico) che a livello temporale (stagioni e mesi dell'anno hanno spesso andamenti molto diversi) e deve coinvolgere istituzioni e *stakeholder*.

Un'altra misura riguarda la limitazione ai mezzi di trasporto, come navi da crociera o autobus turistici, per ridurre gli ingressi simultanei (es. Dubrovnik, Amsterdam, Maya Bay). A ciò si affianca il controllo dei tempi di visita, spesso imposto per garantire una migliore esperienza (come nell'esempio di Machu Picchu che ha imposto un massimo di visita di 2 ore).

La tariffazione è usata per disincentivare l'eccessiva affluenza: può includere aumenti di prezzo, nuovi contributi di accesso (es. Venezia), o tariffe differenziate per tipologia di utente.

Altre strategie risultate dall'analisi di casi includono:

- limitazione dei posti letto (es. Alto Adige) o moratorie su nuove strutture;
- regolazione degli affitti brevi (es. Praga) con restrizioni, autorizzazioni e imposte specifiche;
- accesso solo ad hotel accreditati, come a Boracay, per gestire meglio i flussi;
- estensione degli orari di visita (es. Taj Mahal aperto anche di notte) per distribuire i flussi;
- piattaforme digitali per monitorare traffico e presenze in tempo reale (es. Dolomiti, Barcellona);
- *departure tax*, usata per finanziare servizi e infrastrutture turistiche.

Tali misure spesso dovrebbero essere tra loro combinate per perseguire una gestione sostenibile del turismo tutelando l'ambiente e la qualità della vita dei residenti.

10.5. Conclusioni

L'analisi effettuata sul contesto delle Cinque Terre ha evidenziato una forte carenza di dati ed eterogeneità di quelli esistenti, nonché una divergenza di percezioni, obiettivi e volontà di soluzione da parte degli *stakeholder* locali.

In particolare, si sono riscontrate sia l'assenza di rilevazioni dati puntuali su taluni flussi di turisti (visite in giornata), sia la carenza di rilevazioni dati relativi ai diversi modi di trasporto in accesso che rendono complesso un quadro di conoscenza della pressione sulle infrastrutture.

L'analisi dei dati condotta ha tuttavia permesso di individuare la rilevanza di disaggregare le analisi sia dal punto di vista temporale che dal punto di vista spaziale. La pressione turistica annuale risulta poco significativa, in quanto riflette forti variazioni tra i mesi di picco e quelli di bassa stagione (es. Indicatore di pressione turistica riferito a Monterosso rispetti-

vamente per febbraio e per agosto: 0,0012 e 0,99). Si è altresì rilevata una differenza di pressione turistica territoriale, seppur meno marcata, tra i diversi Comuni (es. Indicatore di pressione turistica riferito a Monterosso e Vernazza per il mese di agosto: 0,99 e 0,68).

Un primo elemento rilevante è quindi che tali divari indicano ampi margini di distensione dei flussi turistici nel tempo e nello spazio.

Sulla base dei dati e delle informazioni raccolte nel corso del presente lavoro, così come sulla base dell'analisi della letteratura nazionale ed internazionale effettuata, è possibile suggerire alcune soluzioni a contenimento della pressione turistica nelle Cinque Terre e/o a favore della suddetta distensione dei flussi. Si fa riferimento alle seguenti azioni e categorie di intervento principali applicabili al contesto:

- raccolta dati;
- coordinamento tra Autorità Locali e operatori di settore;
- comunicazione strategica;
- regolazione;
- tariffazione.

Tali categorie sono declinabili in una pluralità di strumenti specifici. L'obiettivo delle autorità rimane comunque quello di distribuire meglio il flusso turistico nello spazio (le diverse zone turistiche) e nel tempo (es. mesi dell'anno) alleviando la pressione sui momenti/luoghi più affollati e preservando la qualità della vita per i residenti locali e per i turisti stessi che avranno una percezione migliore dell'esperienza di soggiorno.

Nessuna soluzione risulta esente dalla necessità di dati completi e aggiornati al fine di consentire l'elaborazione di possibili soluzioni e di rendere possibile un monitoraggio e una confrontabilità degli stessi in luoghi in tempi diversi (es. possibilità di raffronto tra Comuni in anni differenti). Per questo motivo, la realizzazione di una piattaforma in grado di fornire i dati sul traffico, sugli arrivi e sulle presenze dei turisti (comprendendo le visite in giornata) risulta quanto mai prioritaria nel contesto delle Cinque Terre (es. piattaforma di cui si sono dotate le Dolomiti Bellunesi).

L'analisi di contesto ha mostrato l'esigenza forte di un maggiore coordinamento tra Autorità locali e tra *stakeholder*. Da tale coordinamento può derivare una condivisione di obiettivi e la conseguente ricerca di adeguati strumenti da applicare ai diversi contesti e ai diversi periodi dell'anno per andare nella direzione di un turismo più sostenibile dal punto di vista economico, sociale ed ambientale. *Conditio sine qua non* dell'individuazione delle soluzioni specifiche è tuttavia l'attivazione di un sistema di rilevazione dati permanente a cui affiancare indagini qualitative specifiche. La raccolta dei dati deve avere infatti una finalità di stima quantitativa (ricettività,

arrivi, presenze, visite in giornata, ecc.) ma non può prescindere da finalità di analisi qualitativa (meccanismi di conoscenza della destinazione scelta, motivi del viaggio/visita, aspettative, grado di soddisfazione, ecc.). In tale senso le rilevazioni dei dati della rete di telefonia mobile per l'analisi dei flussi turistici già avviate in alcuni contesti (es. Roma) sembrano fornire una base solida su cui poggiare analisi qualitative via via più specifiche. Così come si sta facendo strada una nuova definizione delle città che non si basi più solamente su densità di popolazione e di edifici ma che consideri i flussi di persone determinati attraverso le nuove possibilità offerte dalla tecnologia e in particolare dai dati della telefonia mobile, analogamente dovrebbe avvenire per i flussi turistici. I dati dei cellulari possono offrire infatti preziose informazioni spaziali e temporali sulle persone all'interno di una determinata area. Tale approccio presenta tuttavia anche dei limiti che riguardano in particolare le norme sulla privacy e il rischio di rappresentare in maniera eccessiva una certa parte della popolazione, come gli utenti più giovani e più ricchi (Dong *et al.*, 2024), ma è certamente un percorso da valutare attentamente per il decisore che abbia necessità di dati completi ed aggiornati su flussi del turismo di un'area.

Il lavoro ha poi permesso di individuare la rilevanza dei meccanismi di formazione del desiderio di viaggio dei turisti: diventa indispensabile comprendere sulla base di quali strumenti di informazione, tradizionali e non si formino le decisioni di viaggio (marketing, tour operator, ma anche *social media* e *influencer*). Diventa indispensabile una comunicazione strategica che raggiunga efficacemente il turista potenziale indirizzandone le decisioni. La creazione di una consapevolezza del turista è infatti determinante per dirigere le sue scelte e consentire una distensione dei flussi su tempi più dilatati e su un numero maggiore di luoghi da visitare.

Per quanto concerne le politiche di regolazione, in letteratura ne sono state individuate molteplici. La soluzione maggiormente adottata a livello internazionale risulta essere l'imposizione di un numero chiuso giornaliero: tale misura è stata implementata in otto contesti differenti in tutto il mondo e rappresenta una delle soluzioni più efficaci anche per i complessi museali. Anche in questo caso, tuttavia, risulta fondamentale la disponibilità di dati sui flussi al fine di poter determinare la capienza massima di un luogo (es. area, borgo, piazza, via principale, ecc.) e di conseguenza gestirne i flussi.

Le altre soluzioni adottate a livello internazionale riguardano le limitazioni al numero dei mezzi di trasporto in arrivo in una data destinazione, l'obbligo di prenotazione, il tetto al numero di affitti brevi o posti letto e il tempo massimo di visita concesso ai turisti.

Infine, possono essere usate forme di tariffazione flessibili per luoghi e/o orari: potrebbero quindi essere introdotte tariffe per l'accesso a luoghi turistici affollati, come monumenti o attrazioni principali, maggiori durante le ore di punta o in determinati periodi dell'anno. Altre possibilità includono l'imposizione di tasse sul pernottamento in hotel o strutture ricettive, oppure tasse sulle crociere che attraggono in porti affollati o ancora tariffazione delle visite in giornata. In questi casi diventa rilevante che il gettito sia poi utilizzato per il territorio e finalizzato a migliorare l'esperienza turistica e la convivenza con la popolazione locale.

Preliminarmente ad una politica di tariffazione, nel contesto delle Cinque Terre data la carenza di dati, potrebbe essere rilevante l'attivazione di un permesso di entrata gratuito emesso da un unico soggetto, che consenta di individuare arrivi e presenze dei turisti nell'area. Per l'ottenimento del ticket i turisti, rilasciando i dati su modalità/tempistica di soggiorno e sulle principali destinazioni da visitare consentirebbero alle autorità di disporre di informazioni adeguate sui flussi per poter poi procedere ad una mappatura di eventuali criticità.

Una azione di marketing territoriale capace di distribuire i flussi turistici in modo equilibrato rappresenta un'ulteriore necessaria chiave per valorizzare sia i borghi più noti sia quelli meno conosciuti, garantendo benefici sostenibili all'intero territorio.

Bibliografia

- Ali R. (2016). Exploring the coming perils of overtourism, in *Shift*, 8, 23.
- Ap J., Crompton J.L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, vol. 37, n. 11, pp. 120-130.
- Bourliataux-Lajoinie S., Dosquet F., del Olmo Arriaga J L. (2019). The dark side of digital technology to overtourism: the case of Barcelona, in *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, vol. 11, n. 5, pp. 582-593.
- Broudehoux A.M. (2016). *Favela tourism: negotiating visitors, socio-economic benefits, image and representation in pre-Olympics Rio de Janeiro*, in C. Colomb e J. Novy (eds.). *Protest and Resistance in the Tourist city*, Routledge, pp. 205-223.
- Burlando C., Musso E., Pavanini T., Traversa S. (2025). A proposal for an overtourism index. *Annals of Tourism Research*, vol. 115, 104042.
- Burlando C., Pavanini T. (2024). *Overtourism? An Analysis of the Cinque Terre Area*, Impressioni Grafiche.
- Candela G., Gozzi G. (1995). *Microeconomia del turismo*. CLUEB.

- Dodds R., Butler R.W. (2019). *The enablers of overtourism*, in R. Dodds, R.W. Butler (eds.). *Overtourism. Issues, realities and solutions*, de Gruyter, pp. 6-21.
- Dong L., Duarte F., Duranton G., et al. (2024). Defining a city – delineating urban areas using cell-phone data, in *Nature Cities*, vol. 1, pp. 117-125.
- Doxey G.V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences, in *Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings*, vol. 3, pp. 195-198.
- Ghidini J. (2019). *Overtourism, quando il turismo è di troppo. Il caso studio di Verona* (Tesi di Laurea, Università di Verona, a.a. 2018-19).
- Fierz G. (1993). Sri Lanka protests over tourism: tourism increases social and ethnic tensions, in *Contours*, vol., 6, n. 3-4, pp. 34-37.
- Füller H., Michel B. (2014). ‘Stop being a tourist!’ New dynamics of urban tourism in Berlin Kreuzberg, *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 38, n. 4, pp. 1304-1318.
- Garrett D. (2016). *Contesting China’s tourism wave: identity politics, protest and the rise of the Hongkonger city state movement*, in C. Colomb e J. Novy (eds.). *Protest and Resistance in the Tourist city*, Routledge, pp. 121-142.
- Gerritsma R., Vork J. (2017). Amsterdam residents and their attitude towards tourists and tourism, in *Coactivity: Philosophy, Communication*, vol. 25, n. 1, pp. 85-98.
- Gravari-Barbas M., Jacquot S. (2016). *No conflict? Discourses and management of tourism-related tensions in Paris*, in C. Colomb e J. Novy (eds.). *Protest and Resistance in the Tourist city*, Routledge, pp. 45-65.
- Hartman S., Sijtsma F.J. (2018). *Sustainable Tourism in the Wadden Sea Region: key mechanisms to overcome barriers to sustainability*, Waddenacademie.
- Indovino M. (2019). *Overtourism: cause, effetti e soluzioni* (Tesi di laurea, Università Luiss Guido Carlo, 2018-19).
- ISTAT (2022). XXV Edizione 2020-2022 del Rapporto sul Turismo Italiano. Link: www.iriss.cnr.it/wp-content/uploads/2023/01/XXV-Edizione-2020-2022-del-Rapporto-sul-Turismo-Italiano.pdf
- Kagermeier A. (2021). *Overtourism*. UTB.
- McKercher B. (1996). Differences between tourism and recreation in parks, in *Annals of Tourism Research*, vol. 23, n. 3, pp. 563-575.
- Mermet A.C. (2017). *Airbnb and tourism gentrification: critical insights from the exploratory analysis of the “Airbnb syndrome” in Reykjavik*, in M. Gravari-Barbas e S. Guinand (eds.). *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives*, Routledge, pp. 52-74.
- Milano C. (2017). *Overtourism y Turismofobia. Tendencias globales y contextos locales*. Ostelea School of Tourism & Hospitality.
- Novy J. (2016). *The selling (out) of Berlin and the de-and re-politicization of urban tourism in Europe’s “Capital of Cool”*, in C. Colomb, J. Novy (eds.). *Protest and Resistance in the Tourist city*, Routledge, pp. 52-72.
- Palombi M. (2021). *Il fenomeno dell’overtourism nelle realtà insulari: il caso studio dell’Isola di Pasqua* (Tesi di laurea, Università Ca’ Foscari di Venezia, a.a. 2021-22).

- Peeters P., Gössling S., Klijn J. et al. (2018). *Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.
- Plinkster F.M., Boterman W.R. (2017). When the spell is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district, in *Cultural Geographies*, vol. 24, n. 3, pp. 457-472.
- Routledge P. (2001). “Selling the rain”, resisting the sale: Resistant identities and the conflict over tourism in Goa, in *Social & Cultural Geography*, vol. 2, n. 2, pp. 221-240.
- Séraphin H., Sheeranb P., Pilatoc M. (2018). *Overtourism and the fall of Venice as a destination*, in *Journal of Destination Marketing and Management*, vol. 9, pp. 374-376.
- Università della Calabria (2015). *Lo studio del turismo: alcuni indicatori e loro utilità*.
- UNWTO (2025). *International Tourist Arrivals – Annual*. Accessed on www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard
- Vianello M. (2016). *The No Grandi Navi campaign: protests against cruise tourism in Venice*, in C. Colomb, J. Novy eds.), *Protest and Resistance in the Tourist city*, Routledge, pp. 185-204.
- Vives-Miró S., Rullan O. (2017). Desposesión de vivienda por turistización?: Revalorización y desplazamientos en el Centro Histórico de Palma (Mallorca), in *Revista de Geografía Norte Grande*, n. 67, pp. 53-71.

AUTRICI E AUTORI

Daniela Ambrosino è professore ordinaria di Ricerca operativa presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Genova.

Guido Amoretti è professore ordinario di Psicologia generale presso il Dipartimento di Scienze della formazione dell'Università di Genova.

Claudia Burlando è ricercatrice di Economia applicata presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Genova.

Arianna Candeago è borsista di ricerca presso il Dipartimento di Economia dell'Università Ca' Foscari di Venezia e cultrice della materia presso la Venice School of Management.

Barbara Cavalletti è professore associata di Scienza delle finanze presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Genova.

Davide Ceccato è docente a contratto presso l'Institut de Géographie et Durabilité dell'Università di Losanna.

Giovanni Favero è professore ordinario di Storia economica presso la Venice School of Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia.

Stefania Mangano è professore associata di Geografia economico-politica presso il Dipartimento di Scienze politiche e internazionali dell'Università di Genova.

Giampietro Mazza è assegnista di ricerca presso il Centro interuniversitario per la ricerca sull'influenza e le altre infezioni trasmissibili dell'Università di Genova.

Tiziano Pavanini è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Architettura e studi urbani del Politecnico di Milano.

Pietro Piana è professore associato di Geografia economico-politica presso il Dipartimento di Scienze politiche e internazionali dell'Università di Genova.

Leonardo Porcelloni è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze politiche e internazionali dell'Università di Genova.

Riccardo Spinelli è professore associato di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Genova.

Elisa Tizzoni è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Civiltà e forme del sapere dell'Università di Pisa.

Piera Maria Vipiana è professoressa ordinaria di Diritto costituzionale e pubblico presso il Dipartimento di Giurisprudenza dell’Università di Genova.

Andrea Zanini è professore associato di Storia economica presso il Dipartimento di Economia dell’Università di Genova.

Giacomo Zanolin è professore associato di Geografia presso il Dipartimento di Scienze della formazione dell’Università di Genova.

Vi aspettiamo su:

www.francoangeli.it

per scaricare (gratuitamente) i cataloghi delle nostre pubblicazioni

DIVISI PER ARGOMENTI E CENTINAIA DI VOCI: PER FACILITARE
LE VOSTRE RICERCHE.



Management, finanza,
marketing, operations, HR
Psicologia e psicoterapia:
teorie e tecniche
Didattica, scienze
della formazione
Economia,
economia aziendale
Sociologia
Antropologia
Comunicazione e media
Medicina, sanità



Architettura, design,
territorio
Informatica, ingegneria
Scienze
Filosofia, letteratura,
linguistica, storia
Politica, diritto
Psicologia, benessere,
autoaiuto
Efficacia personale
Politiche
e servizi sociali

FrancoAngeli

La passione per le conoscenze

Copyright © 2025 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835188599

FrancoAngeli

a strong international commitment

Our rich catalogue of publications includes hundreds of English-language monographs, as well as many journals that are published, partially or in whole, in English.

The **FrancoAngeli**, **FrancoAngeli Journals** and **FrancoAngeli Series** websites now offer a completely dual language interface, in Italian and English.

Since 2006, we have been making our content available in digital format, as one of the first partners and contributors to the **Torrossa** platform for the distribution of digital content to Italian and foreign academic institutions. **Torrossa** is a pan-European platform which currently provides access to nearly 400,000 e-books and more than 1,000 e-journals in many languages from academic publishers in Italy and Spain, and, more recently, French, German, Swiss, Belgian, Dutch, and English publishers. It regularly serves more than 3,000 libraries worldwide.

Ensuring international visibility and discoverability for our authors is of crucial importance to us.

FrancoAngeli



Il fenomeno dell'*overtourism* costituisce una delle criticità più evidenti del turismo contemporaneo. Ben oltre il semplice eccesso di visitatori, il termine designa un insieme di tensioni economiche, sociali, culturali e ambientali che mettono in discussione la sostenibilità stessa dei modelli di sviluppo turistico.

Il volume propone un approccio multidisciplinare all'*overtourism*, intrecciando prospettive provenienti dal diritto, dall'economia, dalla geografia, dalla psicologia, dalla storia. I contributi raccolti ne esplorano le cause e le manifestazioni, analizzano le politiche pubbliche e le pratiche di *governance* adottate nelle destinazioni più esposte e riflettono su possibili percorsi di transizione verso un turismo più equo, consapevole e sostenibile.

Il libro nasce dal Workshop *Did they decide wrong? Il ruolo delle politiche pubbliche nei processi di sviluppo turistico locale* (Università di Genova, 31 gennaio 2025), organizzato nell'ambito del Progetto PRIN 2022 *What went wrong? A retrospective analysis of destination policies in overtouristed hot-spots*.

Attraverso analisi teoriche e riflessioni di taglio applicativo, il volume offre una lettura articolata e critica di uno dei temi al centro del dibattito, e invita a ripensare il turismo come spazio di responsabilità condivisa e come occasione per immaginare nuove forme di abitare e di muoversi nel mondo.

Riccardo Spinelli è professore associato di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Genova, dove insegna, tra gli altri, Marketing del turismo e Management e marketing delle destinazioni turistiche. I suoi interessi di ricerca includono la gestione e il marketing delle imprese turistiche, il turismo nautico e il turismo sostenibile.

Andrea Zanini è professore associato di Storia economica presso il Dipartimento di Economia dell'Università di Genova, dove insegna, tra gli altri, Storia dei consumi e delle imprese turistiche. Tra i suoi interessi di ricerca vi sono lo sviluppo turistico e la storia dell'imprenditoria alberghiera in Italia dall'Ottocento a oggi.