

Primo piano

IL BUSINESS DELLE VACANZE

«Turista», parola superata La mutazione antropologica da visitatore a consumatore e le nostre città in overdose

Il caso di Venezia, che è arrivata fino a 13,3 milioni di presenze, e gli elementi di cambiamento: visite più brevi e preferenza all'alloggio in appartamenti privati

di **Massimiano Bucchi**
e **Elia Fattorini**

I passeggeri che un giorno del 1990 salirono sul volo Ryanair da Dublino a Londra (che apriva l'era «low cost» della compagnia) non immaginavano certo di trovarsi a una svolta che avrebbe cambiato profondamente il turismo, il modo di viaggiare e perfino la stessa geografia. Un cambiamento, di cui solo oggi riusciamo a comprendere l'effettiva portata, spinto da una combinazione di innovazioni e fattori.

Trolley, social e piattaforme

Negli stessi anni entra infatti in scena il compagno inseparabile del viaggiatore contemporaneo e soprattutto dei viaggi del weekend: il trolley, innovazione tanto semplice quanto geniale che mette su ruote il bagaglio e lo comprime al minimo indispensabile per il viaggio low cost. Ma per la definitiva deflagrazione del fenomeno turistico così come oggi lo conosciamo mancano ancora due ingredienti fondamentali. Innanzitutto, le piattaforme per la prenotazione di alberghi e alloggi privati come Booking.com e Airbnb.

Booking, fondata nel 1996 da uno studente olandese, nasce con l'idea di permettere ai viaggiatori di con-

frontare e prenotare facilmente il proprio soggiorno. Oggi proprietà di un grande gruppo internazionale, è il sito di viaggi più visitato al mondo e registra oltre un miliardo di pernottamenti prenotati all'anno, un dato continuamente cresciuto negli ultimi anni. Airbnb, arrivata nel decennio successivo, ha allargato il mercato agli alloggi privati, portando il turismo dentro condomini, quartieri residenziali e case fino ad allora estranei ai circuiti alberghieri tradizionali. Secondo il sito insideairbnb.com, oggi nella sola Parigi ci sono oltre sessantamila alloggi disponibili sulla piattaforma; a Roma oltre trentamila, a Venezia oltre ottomila. La possibilità di prenotare in tempo reale e confrontare prezzi e condizioni incentiva ulteriormente i viaggi e incoraggia la percezione che ogni destinazione, per quanto lontana, sia a portata di mano.

L'ultimo ingrediente è rappresentato dai social, in particolare Instagram. Le immagini di parenti e conoscenti che fotografano (e si fotografano) in città d'arte e località di villeggiatura sono benzina che alimenta il nostro desiderio di visitare a nostra volta gli stessi luoghi. Tutte queste innovazioni trovano terreno fertile nell'aumento dei livelli di benessere e della capacità di spesa in una parte crescente del mondo. Il raggiungimento di una soglia di relativo benessere si esprimeva tradizionalmente nell'acquisto di beni vistosi: automobili, grandi elettrodomestici, abbigliamento. Oggi numerosi indicatori ci segnalano una saturazione di questo tipo di consumo. Ecco allora che il turismo rappresenta per molti un'alternativa

ideale anche per certificare il raggiunto benessere alle proprie cerchie sociali.

Se il turismo diventa «over»

Questi cambiamenti sono spesso riassunti con una parola che da qualche anno è entrata nel linguaggio comune: overtourism. Fino a poco tempo fa era un termine noto solo agli addetti ai lavori, oggi è sempre più diffuso nel dibattito pubblico. Per il Parlamento Europeo si ha quando «l'impatto del turismo, in determinati periodi e in determinati luoghi, supera le soglie di capacità fisica, ecologica, sociale, economica, psicologica e politica». Il termine è recente, ma l'idea che il turismo possa superare una soglia di sostenibilità è più antica. Già dagli anni Settanta, con il dibattito sui limiti dello sviluppo, si afferma il concetto di «capacità di carico»: quanti visitatori può sostenere un luogo senza perdere equilibrio ambientale, sociale ed economico? Oggi quella domanda non è più sufficiente. Il punto, quindi, non è solo quanti turisti arrivano, ma che cosa la loro presenza produce nello spazio urbano, nella casa, nel lavoro, nei servizi e nella vita quotidiana.

Nel dibattito corrente overtourism significa, in sostanza, overdose da turismo. Con le conseguenze che ormai conosciamo, soprattutto in alcune città: aumento dei prezzi di affitti e ristoranti, difficoltà di trovare alloggi per famiglie e studenti, congestione di luoghi e mezzi pubblici, sostituzione di negozi e servizi di prossimità con attività pensate per visitatori occasionali, coesistenza tra abitazioni private e alloggi turistici negli stessi edifici. Ma l'impatto negativo coinvolge gli stessi visitatori, allorché si trovano a trascorrere vacanze o weekend in luoghi congestionati da altri visitatori.

Il boom dei pernottamenti

Partiamo da qualche dato. Nel 2024 l'Europa ha superato per la prima volta la soglia dei 3 miliardi di pernottamenti nelle strutture ricettive, con i dati disponibili per il 2025 che segnano un ulteriore incremento. Oltre il 60% di questi pernottamenti si concentra in soli quattro Paesi: Spagna, Italia, Francia e Germania. Per l'Italia il dato è di 466 milioni di presenze (il più alto mai rilevato dall'ISTAT) con il Veneto che si conferma come la regione più frequentata, con 73,5 milioni di presenze. Nel 2024 Venezia e Verona hanno registrato rispettivamente 13,3 milioni e 3,1 milioni di presenze (intese come notti trascorse nelle strutture ricettive). In questo quadro cresce il ruolo delle piattaforme per

Overtourism in numeri

Mobilità facile, piattaforme digitali e pressione sulle città

La scala europea



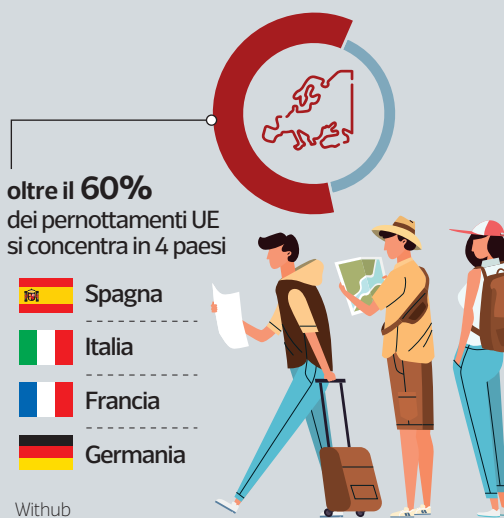
Oltre 3 miliardi
pernottamenti nelle strutture ricettive UE nel 2024



+11,4%
notti prenotate via piattaforme online tra 2024 e 2025



951,6 milioni
notti in alloggi brevi prenotati tramite piattaforme online nell'UE nel 2025



la prenotazione di alloggi: +11,4% di pernottamenti tra il 2024 e il 2025, che ha segnato il dato più elevato mai registrato dalle banche dati europee.

La resistenza nelle città

Da qualche anno l'overtourism è divenuto anche oggetto di mobilitazioni da parte dei residenti in varie località (tra cui Barcellona, Venezia, Isole Canarie e Baleari, Lisbona, Amsterdam), con manifestazioni di protesta e alcune azioni simboliche come il boicottaggio dei lucchetti cifrati, utilizzati per consegnare le chiavi degli appartamenti ai turisti. «Le vostre vacanze, la mia miseria» è stato uno degli slogan più diffusi in Spagna.

A fronte di queste proteste, alcune istituzioni e amministrazioni hanno tentato di introdurre alcune iniziative. L'intervento più drastico è stato probabilmente quello di Barcellona, dove si è introdotta una regolamentazione molto più rigida degli appartamenti turistici prevedendo una progressiva eliminazione delle licenze nel 2028.

Amsterdam ha implementato una serie di misure a partire dal 2023: aumento cospicuo della tassa di soggiorno (che adesso può superare addirittura il 12% del costo del pernottamento), limite al numero di notti per gli affitti brevi e, soprattutto, il primo caso nella storia di una campagna comunicativa volta a disincentivare il turismo, soprattutto quello più rumoroso e molesto («Stay Away»). Nonostante questi tentativi, nel 2025 Amsterdam ha superato i 23 milioni di pernottamenti, un valore ampiamente superiore all'intera popolazione dei Paesi Bassi, a cui vanno aggiunti i visitatori giornalieri. Un gruppo di residenti ha addirittura avviato un'azione legale contro l'amministrazione comunale per tutelare i propri diritti.

Due anni fa, com'è noto, il Comune di Venezia ha introdotto in via sperimentale un contributo per i visitatori giornalieri in alcuni fine settimana tra primavera ed estate.

Gli elementi di cambiamento

Il dato numerico è, tuttavia, solo

3

I miliardi di pernottamenti

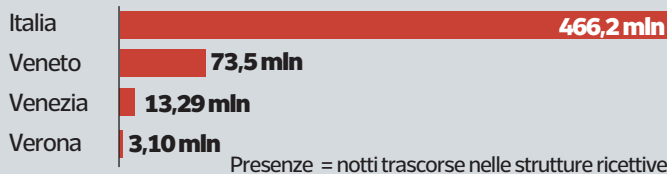
Nel 2024 l'Europa ha superato per la prima volta la soglia dei 3 miliardi annui di pernottamenti nelle strutture ricettive; i dati disponibili per il 2025 segnano un ulteriore incremento di questa cifra

13,3

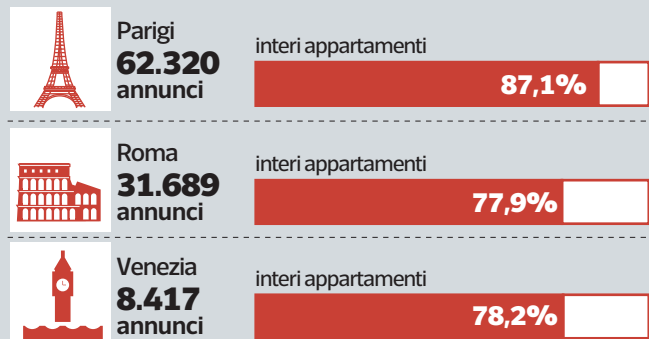
Le presenze a Venezia

Nel 2024 Venezia e Verona hanno registrato rispettivamente 13,3 milioni e 3,1 milioni di presenze (notti trascorse nelle strutture ricettive). I dati dell'intero Veneto è stato di 73,5 milioni (prima regione in Italia)

Italia e Veneto (presenze 2024)



Airbnb: annunci disponibili



Proteste e risposte



Fonte: Eurostat, Istat, Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi 2024 - Osservatorio del Turismo Regionale Federato del Veneto - Comune di Venezia - Annuario del Turismo 2024 - Inside irbnb (Parigi 16/6/2026, Roma 20/6/2026, Venezia 15/6/2026)

uno degli aspetti di un cambiamento più generale del turismo e delle sue caratteristiche. Per Michele Tamma, professore di Economia e Gestione delle imprese a Ca' Foscari e presidente del Ciset (Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica) i dati offrono «un quadro dei flussi turistici in Veneto che negli ultimi anni nel complesso è sostanzialmente stabile, ma non aiuta a comprendere alcune importanti trasformazioni. In sintesi - spiega Tamma - quattro sono gli elementi di cambiamento principali. Il primo è il cambiamento nelle esperienze che i visitatori ricercano, che sono sempre più orientate al benessere in senso ampio, alle esperienze outdoor e legate all'ambiente. Il secondo è il capitale umano, le professionalità che lavorano nel turismo. Il terzo è l'overtourism, la concentrazione in alcuni luoghi e in alcuni periodi che è avvertita con più forza e in modo più negativo laddove c'è uno squilibrio nello sviluppo urbano. Infine l'avvento dell'Intelligenza Artificiale, che è destinata ad avere un ruolo sempre più importante nella pianificazione dell'offerta turistica».

L'ipotesi è che al di là dell'innegabile crescita quantitativa, soprattutto in alcune aree, siamo di fronte a una mutazione antropologica, al punto da chiedersi se il termine turista (da tour, giro, viaggio sportivo, attestato in italiano dal 1837) sia ancora adeguato per descrivere attività ed esperienze che si allontanano sempre di più dalla tradizione: visite più brevi in cui il giro per la città non

sempre è incentrato sulla visita a palazzi e musei; alloggi in appartamenti privati; esperienze enogastronomiche; attività sportive nella natura.

Per Duccio Canestrini, antropologo, autore del libro *Trofei di viaggio* (Boringhieri) sul ruolo dei souvenir che i visitatori portano a casa, bisogna guardare queste trasformazioni nel quadro più ampio di un cambiamento di lungo periodo in cui il turismo si è trasformato «in un'esperienza di consumo, come dimostra il fatto che la scelta è spesso guidata da un confronto sui prezzi, come quando si fa la spesa al supermercato. L'overtourism (che peraltro veniva denunciato fin dagli inizi dell'Ottocento da viaggiatori che vedevano aumentare i flussi di turismo borghese in destinazioni tradizionalmente esclusive) è in parte una conseguenza di questo atteggiamento di consumo, in cui le destinazioni vengono, appunto, consumate».

Si perde così, secondo Canestrini, ogni elemento di «estraneazione, di insolito, di conoscenza» che in passato caratterizzava il viaggio turistico. Tutto è già noto e prevedibile prima della partenza, anche grazie ai social e alle piattaforme di recensioni

Tutto previsto

Tutto è già noto e prevedibile prima della partenza, anche grazie ai social e alle piattaforme di recensioni

ni, si sa già che cosa si vuole provare e che cosa aspettarsi, dai panorami ai ristoranti fino ai luoghi per farsi un selfie. Il viaggio non è più soltanto spostamento, scoperta o conoscenza, ma spesso consumo anticipato di qualcosa che è già stato visto, recensito, fotografato e desiderato prima ancora della partenza.

La gestione dei flussi

La discussione sulla gestione dei flussi turistici, e in particolare sull'overtourism, si riduce spesso all'aspetto quantitativo e, di conseguenza, al confronto tra chi vorrebbe introdurre maggiori limiti e regolamentazione e chi è contrario a ogni limitazione. Una discussione che rischia di essere miope e fuorviante se non guarda al contesto più ampio. Da un lato significa ripensare lo sviluppo economico e sociale di alcuni territori in modo che il turismo sia un motore di sviluppo importante, ma non l'unico, e possa coesistere con altre attività. Purtroppo, in molti casi, la politica ha visto nel turismo un'opportunità di crescita e di consenso di breve periodo, laddove altre forme di sviluppo richiedono investimenti di lungo periodo.

D'altra parte, per valorizzare appieno la risorsa rappresentata dal turismo e visitatori non è più sufficiente contare i numeri, ma occorre comprenderne le trasformazioni che sono sempre più rapide, complesse e profonde.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso

Le crociere e la crescita rapida dei flussi, Trieste si scopre affollata (+30% in 5 anni) «Positivo, ma la dinamica va governata»

Si parla tanto di overtourism a Nordest, soprattutto per Venezia, ma il dibattito è acceso anche a Trieste. Da qualche anno, infatti, Trieste corre. La città, per anni percepita come meta di passaggio, ha completato la sua trasformazione in destinazione turistica strutturata, con oltre 1,6 milioni di presenze annue e una crescita a doppia cifra. Numeri che alimentano il dibattito, soprattutto nei weekend e nei giorni di arrivo delle grandi navi da crociera (che prima attraccavano a Venezia). Per Maurizio Giudici, presidente di Federalberghi Trieste, il problema ancora non si pone. Per evitare che esploda, tuttavia, serve una regia capace di governare un fenomeno che, se gestito, può diventare un forte motivo di sviluppo economico.

Presidente Giudici, Trieste è davvero a rischio overtourism, come potrebbe sembrare da alcune polemiche vive sul territorio?

«Oggi Trieste non registra overtourism. Registra, invece, una crescita molto rapida dei flussi e una risposta del sistema non sempre altrettanto veloce. Nei momenti di picco - arrivi delle navi, weekend, eventi - residenti e turisti percepiscono sovraffollamento, ma è un ingolfamento temporaneo, non strutturale».

Quando si può parlare davvero di overtourism?

«Non esiste un parametro oggettivo. È una percezione. Se i flussi si concentrano tutti nello stesso punto, la città sembra piena. La soluzione è distribuire l'offerta: Duino, Muggia, Carso, enogastronomia, natura, cultura. Una rete più ampia riduce la pressione sul centro».

Quanto è aumentato il turismo rispetto al 2019?

«Negli ultimi 5 anni +28-30%, con trimestri al +10%. È una dinamica che va governata: se continua così, si arriva a un limite fisiologico. Per questo abbiamo affidato all'Università uno studio sull'impatto sociologico ed economico del turismo».



Giganti sul mare

Un'immagine notturna delle navi da crociera ormeggiate al porto di Trieste: ciascuna può ospitare tra le 4 e le 5 mila persone

I collegamenti via mare possono aiutare?

«Sì, sono utilissimi, ma non sempre coincidono con le fasce orarie giuste. La città si è risvegliata: ha capito che il turismo è un asset economico tentacolare. Va accompagnato, non lasciato al caso».

Le navi da crociera: opportunità o problema?

«Opportunità. Non sono navi di passaggio: sono navi in porto. Portano facchinaggio, carico merci, servizi, economia. I passeggeri arrivano uno o due giorni prima: la città deve attrarre quel turismo. E generano indotto anche per l'aeroporto, con 4-5.000 persone per nave».

Il tema parcheggi?

«Sono stati inaugurati 100 nuovi posti auto vicino alla Stazione Marittima. È un primo passo. Serve, però, una visione più ampia: corridoi, trasporti, servizi».

Trieste punta anche sul turismo congressuale?

«Molto. Il centro congressi è uno dei più nuovi del Nordest e ha un bilancio positivo. Per attrarre grandi congressi, però, servono hotel adeguati, trasporti, musei, servizi».

Quanti sono oggi i posti letto?

«Al 30 giugno 2025 erano 3.944 in 71 strutture alberghiere e 10.890 in 2.323 strutture extra-alberghiere, per un totale di 14.884 posti letto. Sono raddoppiati in 5-10 anni. Nei prossimi due anni arriveranno altri 400 posti in nuovi hotel a 4 e 5 stelle».

Il rischio è quello visto a Firenze o Venezia: residenti che se ne vanno?

«È un fenomeno da monitorare con attenzione. Per questo lo studio sociologico analizzerà anche gli elementi distorsivi: aumento degli affitti, pressione sugli studenti, turistificazione. Serve equilibrio: prima devono crescere gli alberghi, poi si riequilibra l'extra ricettivo».

Come conciliare gli interessi degli alberghi e dei privati che affittano?

«Gli alberghi non sono contro le case vacanze: sono contro l'abusivismo. L'offerta de-



Maurizio Giudici
Le navi? Sono un'opportunità, non un problema. E generano un forte indotto

ve essere diversificata e calibrata sul mercato. Un sistema alberghiero forte aumenta anche il valore degli appartamenti turistici».

C'è un tema di salari troppo bassi nel turismo?

«Il dumping contrattuale va combattuto. La Regione sta lavorando per concedere finanziamenti solo a chi applica i contratti nazionali. Le imprese pagherebbero volentieri stipendi più alti: stabilizzare un dipendente, infatti, significa qualità, programmazione, formazione. Ma il tema del differenziale fra il netto percepito dal lavoratore e costo per le aziende, che è molto alto, è un problema nazionale che non si può risolvere a Trieste».

Manca personale qualificato?

«Sì. Oggi non si sceglie tra dieci candidati: si spera che uno accetti. Molti vanno in Austria o Germania: 3.000 euro contro 1.700 a parità di impiego. Arrivano persone non qualificate, con turnover elevato. Serve un sistema di welfare e contrattazione di secondo livello».

Trieste può trainare il resto della regione?

«Trieste è l'unica media città del Friuli Venezia Giulia: fa da perno. Ma non cresce Trieste se non cresce la regione, e viceversa. Serve sistema: collegamenti con Grado, Lignano, Carso, Istria, ciclovie, enogastronomia, cultura. La regione ha tutto in un'ora e mezza: mare, colline, montagne».

Quindi serve una regia regionale?

«Sì. Bisogna scrivere un piano strategico di sviluppo turistico da qui a 5 anni. Se mostriamo una visione chiara, gli investitori arrivano».

In conclusione: Trieste deve gestire con attenzione il fenomeno?

«Oggi i numeri non sono da overtourism però un fenomeno non governato può andare bene ma anche, più probabilmente, finire male. Serve una regia per accompagnare la crescita e ci stiamo lavorando con impegno».

Carlo Tomaso Parmegiani

© RIPRODUZIONE RISERVATA