



La valorizzazione dei piccoli centri come alternativa all'overtourism

Milano, 23 gennaio 2026

Il turismo in Italia



479 milioni

presenze turistiche complessive nel 2025



+3,0%

rispetto al 2024

Fonte: ufficio statistica MiTur

Le presenze turistiche in Italia

3,5 notti

permanenza media nel 2025 (3,3 nel 2024)

Fonte: Confindustria Alberghi

60,4 miliardi di euro

spesa complessiva dei visitatori stranieri nel 2025

Fonte: stima ENIT

185 miliardi di euro

spesa turistica complessiva nel 2025

Fonte: stima ENIT

Le presenze turistiche in Italia

Le 30 città italiane con la maggior crescita negli ultimi 10 anni (2014-2024)

Città	Δ % 2014-2024
Bari	125,1%
Bergamo	117,4%
Como	97,9%
Lecce	93,8%
Trieste	93,5%
Bologna	92,0%
Verona	84,6%
Roma	80,0%
Bolzano	68,0%
Bressanone	64,1%
Alghero	51,7%
Livigno	50,7%
Cefalù	50,2%
Brescia	48,3%
Rio di Pusteria	47,5%

Città	Δ % 2014-2024
Trento	45,3%
Genova	45,3%
Castagneto Carducci	44,6%
San Giovanni di Fassa	42,2%
Arco	41,6%
Peschiera del Garda	38,4%
Palermo	37,6%
Milano	37,3%
Bardolino	36,3%
Ortisei	36,2%
Sesto	35,9%
Padova	34,2%
Badia	33,8%
Chioggia	33,8%
Napoli	33,6%



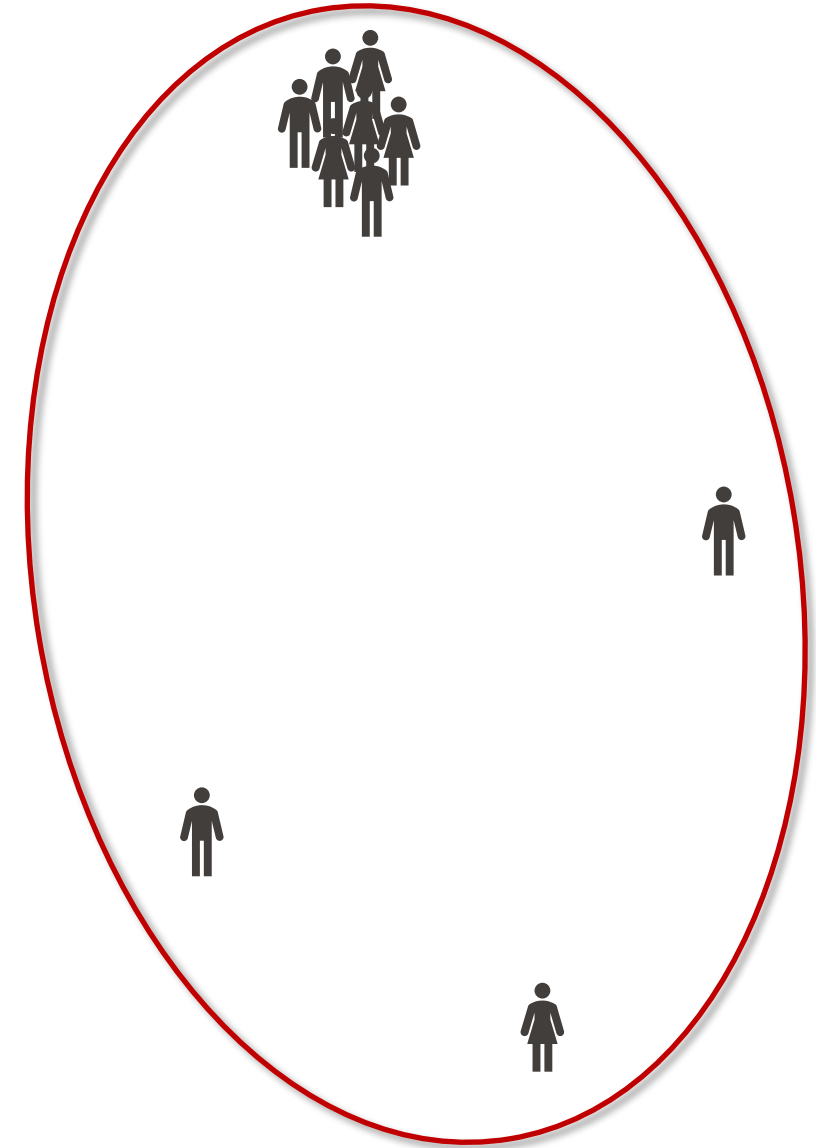
NUMERI ALTI



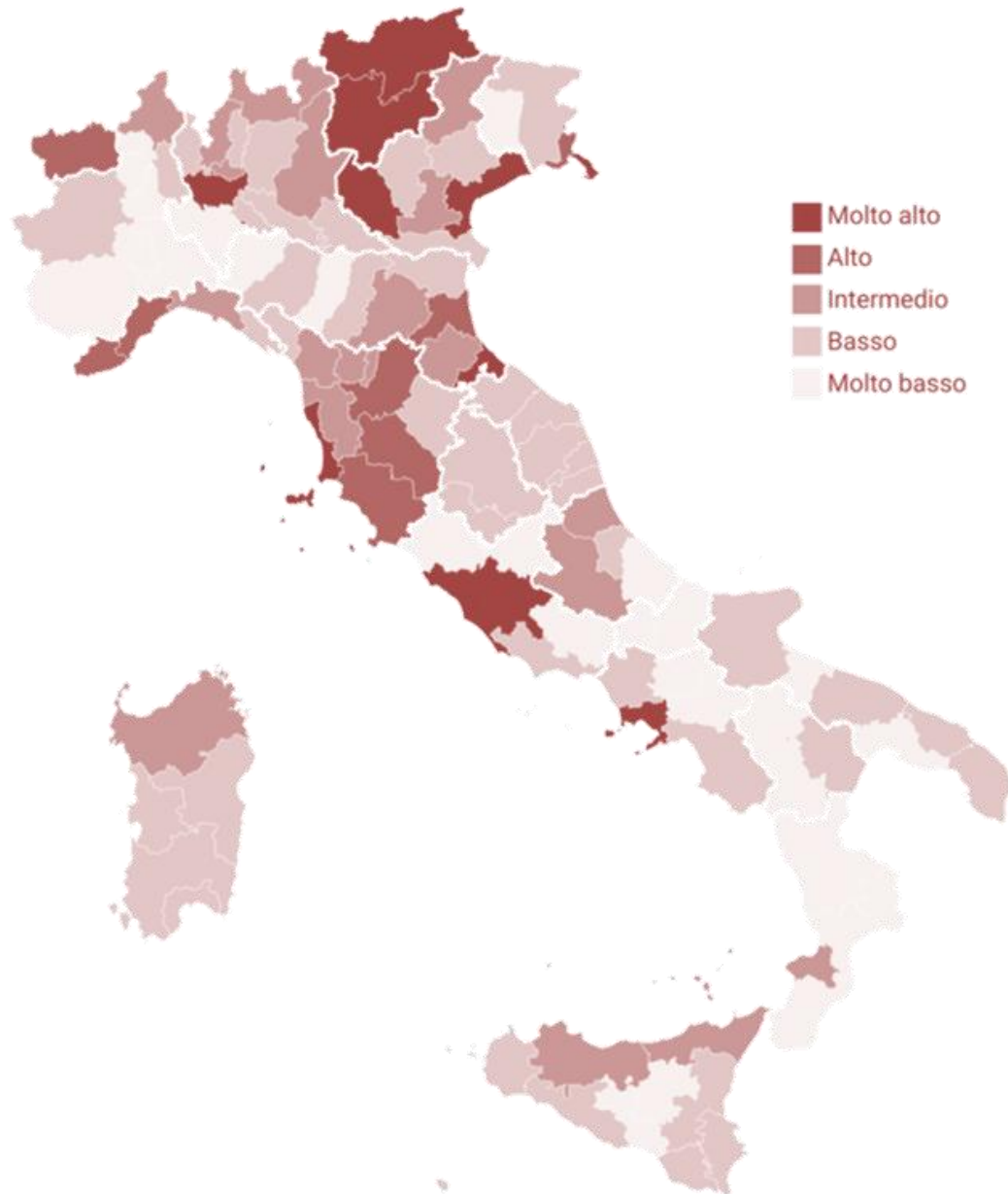
CRITICITÀ

Il fenomeno dell'overtourism

75% dei turisti si concentra
4% del territorio



Il fenomeno dell'overtourism – l'Indice Complessivo di Sovraffollamento Turistico (ICST) di Demoskopika



La classifica delle province con ICST alto/molto alto

- 1° Rimini
- 2° Venezia
- 3° Bolzano
- 4° Livorno
- 5° Napoli
- 6° Milano
- 7° Trento
- 8° Roma
- 9° Verona
- 10° Trieste
- 11° Aosta
- 12° Savona
- 13° Ravenna
- 14° Imperia
- 15° Grosseto
- 16° Firenze
- 17° Gorizia
- 18° Siena

L'Indice Complessivo di Sovraffollamento Turistico (ICST) valuta complessivamente il sovraffollamento turistico attraverso una combinazione di indicatori che riflettono diverse dimensioni dell'impatto turistico su una provincia. Questo indice aiuta a comprendere come il turismo incida sulla densità di popolazione, sull'uso delle infrastrutture ricettive, sull'intensità dell'interazione turistica rispetto ai residenti, e sull'impatto ambientale relativo alla gestione dei rifiuti.

Il fenomeno dell'overtourism – densità e intensità turistica

Le province per n. di turisti per km²

Le prime 10 posizioni

Rimini	17.369,5
Venezia	15.707,6
Napoli	12.204,1
Milano	11.431,2
Roma	8.804,4
Trieste	8.250,4
Livorno	7.629,9
Verona	6.310,9
Bolzano	5.007,4
Gorizia	4.164,1

Le province per n. di turisti per residenti

Le prime 10 posizioni

Bolzano	68,7
Venezia	46,6
Rimini	44,1
Trento	35,9
Aosta	30,1
Livorno	28,5
Grosseto	26,9
Siena	21,2
Verona	21,0
Belluno	20,3

Alcune contromisure

CONTINGENTAMENTO *(es. Pompei, La Pelosa,...)*

REGOLAMENTAZIONE TRAFFICO E ORDINE PUBBLICO *(es. Firenze)*

TASSA DI ACCESSO *(es. Venezia)*

REGOLAMENTAZIONE AFFITTI BREVI

Le aree di valorizzazione

Alcuni suggerimenti



I borghi d'Italia

379 Borghi selezionati e certificati (con un procedimento esso stesso certificato ISO9001) che sono l'**espressione della Bellezza e del fascino di cui l'Italia è leader nel mondo.**

Regione	Borghi certificati
Valle d'Aosta	3
Piemonte	20
Lombardia	28
Veneto	11
Trentino Alto Adige	16
Friuli Venezia Giulia	15
Liguria	29
Emilia Romagna	17
Toscana	30
Marche	32
Umbria	33
Lazio	25
Abruzzo	27
Molise	5
Campania	14
Puglia	14
Basilicata	10
Calabria	16
Sicilia	25
Sardegna	9

Ci sono aree e regioni al di fuori delle rotte turistiche tradizionali che offrono numerosi punti di interesse turistico da poter sviluppare



I borghi d'Italia

Valle d'Aosta

Bard
Etroubles
Fontainemore

Piemonte

Barolo (CN)
Castagnole delle Lanze (AT)
Cella Monte (AL)
Chianale (CN)
Cocconato (AT)
Garbagna (AL)
Garessio (CN)
Guarene (CN)
Ingria (TO)
Mombaldone (AT)
Monforte D'Alba (CN)
Neive (CN)
Orta San Giulio (NO)
Ostana (CN)
Rassa (VC)
Ricetto di Candelo (BI)
Rosazza (BI)
Usseaux (TO)
Vogogna (VB)
Volpedo (AL)

Lombardia

Bagolino (BS)
Bellano (LC)
Bienno (BS)
Cassinetta di Lugagnano (MI)
Castellaro Lagusello (MN)
Castelponzone (CR)
Clusone (BG)
Corenno Plinio (LC)
Cornello dei Tasso (BG)
Fortunago (PV)
Gardone Riviera (BS)
Golferenzo (PV)
Gradella (CR)
Grazie (MN)
Gromo (BG)
Limone sul Garda (BS)
Lovere (BG)
Maccagno Imperiale (VA)
Monte Isola (BS)
Morimondo (MI)
Pomponesco (MN)
Sabbioneta (MN)
San Benedetto Po (MN)
Soncino (CR)
Tremezzo (CO)
Tremosine sul Garda (BS)
Varzi (PV)
Zavattarello (PV)

Veneto

Arquà Petrarca (PD)
Asolo (TV)
Borghetto (VR)
Cison di Valmarino (TV)
Follina (TV)
Malcesine (VR)
Mel di Borgo Valbelluna (BL)
Montagnana (PD)
Portobuffolè (TV)
San Giorgio (VR)
Sottoguda (BL)

I borghi d'Italia

Trentino Alto Adige

Bondone (TN)
Borgo Valsugana (TN)
Caldes (TN)
Canale (TN)
Castelrotto – Kastelruth (BZ)
Chiusa – Klausen (BZ)
Egna – Neumarkt (BZ)
Glorenza – Glurns (BZ)
Luserna (TN)
Mezzano (TN)
Ossana (TN)
Pieve Tesino (TN)
Rango (TN)
San Lorenzo in Banale (TN)
Sèn Jan di Fassa (TN)
Vipiteno – Sterzing (BZ)

Friuli Venezia Giulia

Cividale del Friuli (UD)
Clauiano (UD)
Cordovado (PN)
Fagagna (UD)
Gradisca d'Isonzo (GO)
Palmanova (UD)
Poffabro (PN)
Polcenigo (PN)
Sappada Vecchia – Plodn (UD)
Sesto al Reghena (PN)
Spilimbergo (PN)
Strassoldo (UD)
Toppo (PN)
Valvasone Arzene (PN)
Venzona (UD)

Liguria

Apricale (IM)
Badalucco (IM)
Brugnato (SP)
Campo Ligure (GE)
Castelvecchio di Rocca Barbena (SV)
Celle Ligure (SV)
Ceriana (IM)
Cervo (IM)
Colletta di Castelbianco (SV)
Deiva Marina (SP)
Diano Castello (IM)
Finalborgo (SV)
Framura (SP)
Laigueglia (SV)
Lingueglietta (IM)
Millesimo (SV)
Moneglia (GE)
Montemarcello (SP)
Noli (SV)
Perinaldo (IM)
Pieve di Teco (IM)
Seborga (IM)
Taggia (IM)
Tellarò (SP)
Triora (IM)
Varese Ligure (SP)
Verezzi (SV)
Vernazza (SP)
Zuccarello (SV)

Emilia Romagna

Bagnara di Romagna (RA)
Bagno di Romagna (FC)
Bertinoro (FC)
Bobbio (PC)
Brisighella (RA)
Castell'Arquato (PC)
Compiano (PR)
Dozza (BO)
Fiumalbo (MO)
Gualtieri (RE)
Montechiarugolo (PR)
Montefiore Conca (RN)
Montegridolfo (RN)
San Giovanni in Marignano (RN)
San Leo (RN)
Verucchio (RN)
Vigoleno (PC)

I borghi d'Italia

Toscana	Marche	Umbria	Lazio	Abruzzo	Molise
Anghiari (AR)	Arcevia (AN)	Acquasparta (TR)	Amatrice (RI)	Abbateggio (PE)	Termoli Borgo Vecchio (CB)
Barga (LU)	Cingoli (MC)	Allerona (TR)	Atina (FR)	Anversa degli Abruzzi (AQ)	Fornelli (IS)
Buonconvento (SI)	Corinaldo (AN)	Arrone (TR)	Bassano in Teverina (VT)	Bugnara (AQ)	Frosolone (IS)
Campiglia Marittima (LI)	Esanatoglia (MC)	Bettona (TR)	Boville Ernica (FR)	Campoli (TE)	Oratino (CB)
Capalbio (GR)	Frontino (PU)	Bevagna (PG)	Capranica Prenestina (RM)	Caramanico Terme (PE)	Sepino (CB)
Casale Marittimo (PI)	Gradara (PU)	Castiglione del Lago (PG)	Castel di Tora (RI)	Casoli (CH)	
Castelfranco di Sopra (AR)	Grottammare (AP)	Citerna (PG)	Castel Gandolfo (RM)	Castel del Monte (AQ)	
Castiglione di Garfagnana (LU)	Macerata Feltria (PU)	Corciano (PG)	Castel San Pietro Romano (RM)	Castelli (TE)	
Cetona (SI)	Mercatello sul Metauro (PU)	Deruta (PG)	Castelnuovo di Porto (RM)	Città Sant'Angelo (PE)	
Coreglia Antelminelli (LU)	Mondavio (PU)	Giano dell'Umbria (PG)	Castro dei Volsci (FR)	Civitella del Tronto (TE)	
Giglio Castello (GR)	Mondolfo (PU)	Lugnano in Teverina (TR)	Civita (VT)	Crecchio (CH)	
Loro Ciuffenna (AR)	Monte Grimano Terme (PU)	Massa Martana (PG)	Collalto Sabino (RT)	Guardiagrele (CH)	
Lucignano (AR)	Montecassiano (MC)	Monte Castello di Vibio (PG)	Foglia (RT)	Introdacqua (AQ)	
Montaione (FI)	Montecosaro (MC)	Montecchio (TR)	Greccio (RT)	Navelli (AQ)	
Montefioralle (FI)	Montefabbri (PU)	Montefalco (PG)	Nemi (RM)	Opi (AQ)	
Montemerano (GR)	Montefiore dell'Aso (SP)	Monteleone D'Orvieto (TR)	Orvinio (RT)	Pacentro (AQ)	
Montescudaio (PI)	Montelupone (MC)	Monteleone di Spoleto (PG)	Percile (RM)	Palena (CH)	
Mulazzo (MS)	Monteprandone (AP)	Montone (PG)	Pico (FR)	Penne (PE)	
Palazzuolo sul Senio (FI)	Moresco (FM)	Nocera Umbra (PG)	Ronciglione (VT)	Pescocostanzo (AQ)	
Pitigliano (GR)	Morro d'Alba (AN)	Norcia (PG)	San Felice Circeo (LT)	Pettorano sul Gizio (AQ)	
Poppi (AR)	Offagna (AN)	Paciano (PG)	Sperlonga (LT)	Pietracamela (TE)	
Populonia (LI)	Offida (AP)	Panicale (PG)	Subiaco (RM)	Preto (CH)	
Porto Ercole (GR)	Pergola (PU)	Passignano sul Trasimeno (PG)	Sutri (VT)	Rocca San Giovanni (CH)	
Raggiolo (AR)	Petricoli (FM)	Preci (PG)	Torre Alfina (VT)	Santo Stefano di Sessanio (AQ)	
San Casciano dei Bagni (SI)	Ripatransone (AP)	Rasiglia (PG)	Vitorchiano (VT)	Scanno (AQ)	
San Donato in Poggio (FI)	San Ginesio (MC)	San Gemini (TR)		Tagliacozzo (AQ)	
Santa Fiora (GR)	Sarnano (MC)	Scheggino (PG)		Villalago (AQ)	
Scarperia e San Piero (FI)	Sassoferrato (AN)	Sellano (PG)			
Sovana (GR)	Servigliano (FM)	Spello (PG)			
Suvereto (LI)	Torre di Palme (FM)	Stroncone (TR)			
	Treia (MC)	Torgiano (PG)			
	Visso (MC)	Trevi (PG)			
		Vallo di Nera (PG)			

I borghi d'Italia

Campania

Albori (SA)
Atrani (SA)
Castellabate (SA)
Conca dei Marini (SA)
Cusano Mutri (BN)
Frigento (AV)
Furore (SA)
Gesualdo (AV)
Montesarchio (BN)
Monteverde (AV)
Nusco (AV)
Savignano Irpino (AV)
Summonte (AV)
Zungoli (AV)

Puglia

Alberona (FG)
Bovino (FG)
Cisternino (BR)
Gravina in Puglia (BA)
Locorotondo (BA)
Maruggio (TA)
Monte Sant'Angelo (FG)
Otranto (LE)
Pietramontecorvino (FG)
Presicce – Acquarica (LE)
Roseto Valfortore (FG)
Sammichele di Bari (BA)
Specchia (LE)
Vico del Gargano (FG)

Basilicata

Acerenza (PZ)
Castelmezzano (PZ)
Guardia Perticara (PZ)
Irsina (MT)
Maratea (PZ)
Miglionico (MT)
Pietrapertosa (PZ)
Rivello (PZ)
Venosa (PZ)
Viggianello (PZ)

Calabria

Aieta (CS)
Altomonte (CS)
Badolato (CZ)
Bova (RC)
Buonvicino (CS)
Caccuri (KR)
Civita (CS)
Fiufreddo Bruzio (CS)
Gerace (RC)
Morano Calabro (CS)
Oriolo (CS)
Rocca Imperiale (CS)
Santa Severina (KR)
Stilo (RC)
Trebisacce (CS)
Tropea (VV)

Sicilia

Agira (EN)
Buccheri (SR)
Calascibetta (EN)
Castelmola (ME)
Castiglione di Sicilia (CT)
Castroreale (ME)
Cefalù (PA)
Erice (TP)
Ferla (SR)
Forza D'Agro' (ME)
Gangi (PA)
Geraci Siculo (PA)
Militello in Val di Catania (CT)
Montalbano Elicona (ME)
Monterosso Almo (RG)
Novara di Sicilia (ME)
Palazzolo Acreide (SR)
Petràlia Soprana (PA)
Salemi (TP)
Sambuca di Sicilia (AG)
San Marco D'Alunzio (ME)
Savoca (ME)
Sperlinga (EN)
Sutera (CL)
Troina (EN)

Sardegna

Atzara (NU)
Bosa (OR)
Carloforte (SU)
Castelsardo (SS)
La Maddalena (SS)
Lollove (NU)
Posada (NU)
Sadali (SU)
Tempio Pausania (SS)

Continua...

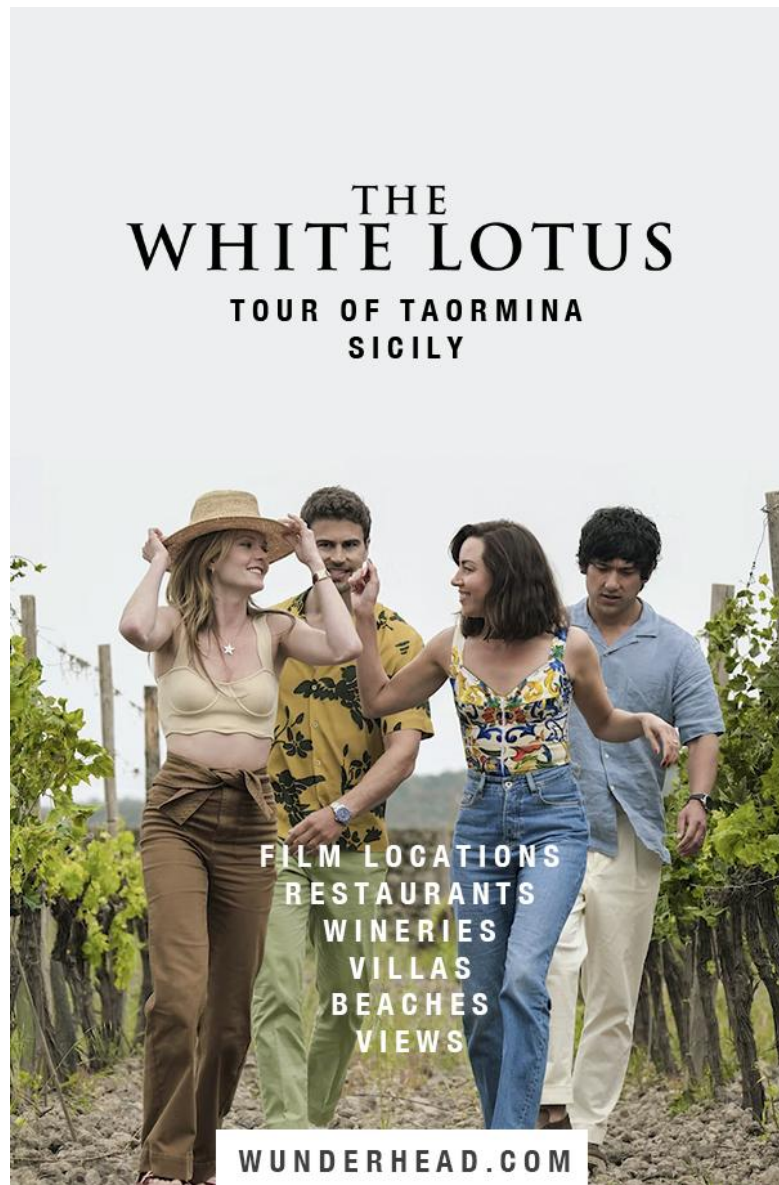
maggiore **COMUNICAZIONE** e **PROMOZIONE**



- ✓ Maggiore distribuzione dei flussi di turisti in mete alternative
- ✓ Turismo diffuso e distribuito sul territorio
- ✓ Riduzione dell'overtourism

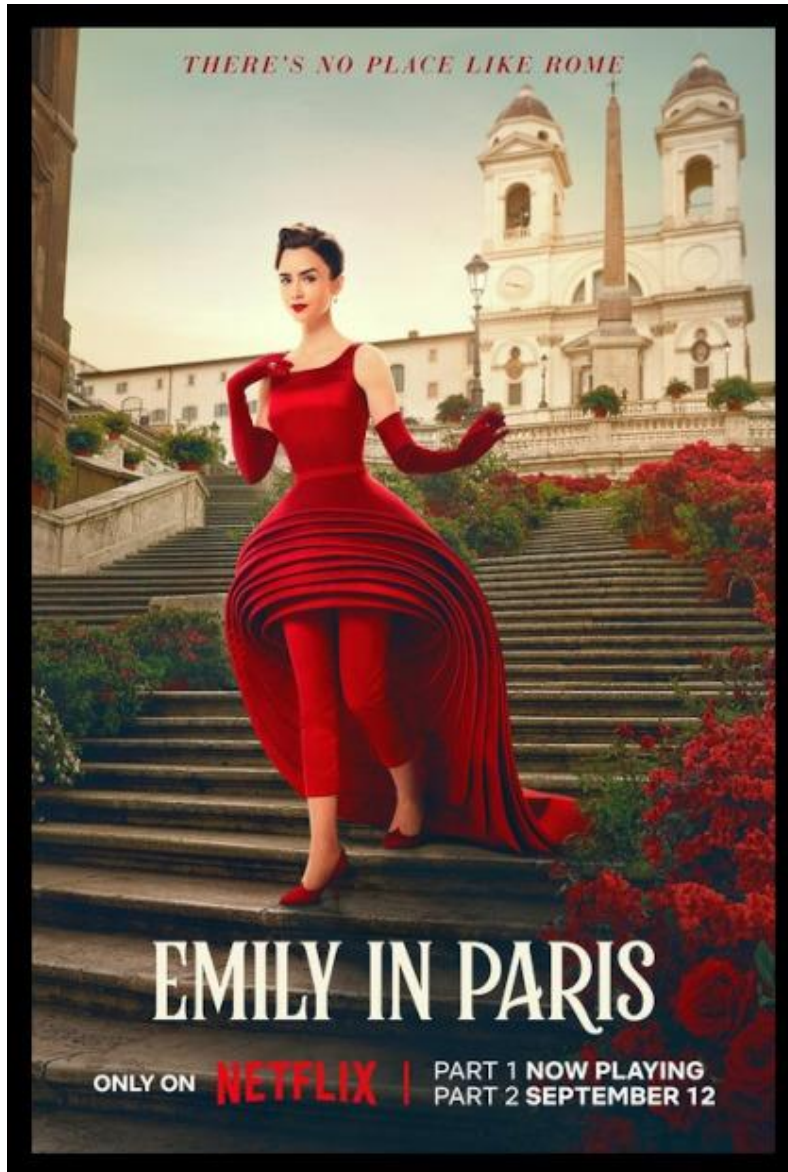
L'effetto influencer e serie TV

The White Lotus



Nel 2022 la seconda stagione della serie americana **«The White Lotus»** viene ambientata a **Taormina** (ogni stagione ruota intorno agli ospiti di un resort per ricchi turisti americani, tra i quali avvengono omicidi, tradimenti, liti e altro). A seguito della messa in onda, l'hotel San Domenico Palace (hotel dove è ambientata la serie) ha avuto un **picco di visite web** da USA, Regno Unito e Australia e secondo i dati dell'ufficio del turismo di Taormina, nel 2023 le presenze di turisti statunitensi nelle strutture ricettive della città sono quasi **raddoppiate**. Inoltre, molte agenzie di viaggio hanno messo in vendita **pacchetti** assemblati sulla base dei luoghi mostrati nella serie (Noto, Giardini Naxos, Cefalù,...), creando così un turismo diffuso.

Emily in Paris



Le stagioni 4 e 5 della serie Netflix **«Emily in Paris»** sbarcano nella città di **Roma**, trasformando la città in un enorme set vivente e alimentando l'interesse turistico. Anche in questo caso, molte agenzie si sono adoperate nel creare **tour tematici** che ripercorrevano le location iconiche della serie. Questo, da un lato, ha generato un turismo mordi e fuggi che ha alimentato l'overtourism e sollevato diverse polemiche, ma dall'altro ha spinto i turisti ad esplorare **nuovi angoli della città** meno gettonati e provare esperienze gastronomiche che hanno **stimolato e incentivato l'economia locale**.

Il caso Roccaraso



Nel gennaio 2025 (e un nuovo appello nel gennaio 2026), la tiktokker napoletana **Rita De Crescenzo** lancia un video sul suo canale TikTok nel quale invita i suoi follower nella località di **Roccaraso**, mostrandola come un luogo di divertimento e convivialità sulla neve. Le milioni di visualizzazioni hanno scatenato **un'ondata di visitatori** arrivati tramite pullman organizzati che hanno creato disagi alla viabilità e ai servizi. All'impatto **positivo** derivante da un **maggior afflusso turistico** per la città di Roccaraso si è contrapposto, quindi, un impatto **negativo** dovuto ai problemi di **traffico**, alla gestione dei **rifiuti** e all'**ordine pubblico** causati dalle eccessive presenze, al punto da costringere il Sindaco a introdurre nei weekend un **limite massimo** di autobus giornalieri.

L'opinione degli stakeholders

Il ruolo del settore Ho.Re.Ca.

In questo scenario, il settore Ho.Re.Ca. viene visto come un attore strategico per rendere il turismo italiano più sostenibile e diffuso. Il contributo di questo settore può avvenire tramite: **collaborazione tra strutture; pratiche sostenibili; promozioni mirate e pacchetti integrati; miglioramento della qualità dei servizi e una buona comunicazione.** Il contributo del settore Ho.Re.Ca. è, quindi, percepito come potenzialmente rilevante, ma è anche vincolato alla coordinazione tra operatori e al supporto di politiche pubbliche.

*“Lavorare in combine con altre strutture,
operando insieme per il bene comune”*

“promuovere prodotti tipici e locali”

“Possono contribuire certamente al miglioramento dell'offerta turistica ma attraverso le camere di commercio locali devono organizzarsi per ottenere risultati più congrui ”

Il turismo in Italia

Tra gli stakeholders intervistati e che hanno partecipato all'indagine, il turismo viene percepito, in linea generale, come **una grande risorsa che dà un enorme contributo alla nazione e con ancora ampi margini di crescita**. L'enorme patrimonio culturale, paesaggistico ed enogastronomico del Paese viene considerato un **vantaggio strategico** per l'economia e l'occupazione. Per un turismo più diffuso anche nei **borghi e piccoli centri**, la richiesta degli addetti al settore è quella di **investire maggiormente sulle strutture di accoglienza**.

“Il turismo nella nostra Nazione va fortissimo in città d'arte e grandi centri urbani”

“sostegno all'economia nazionale e lavoro, possibilità comunque di entrare in contatto con culture diverse”

Il fenomeno overtourism

Il fenomeno dell'overtourism in Italia viene percepito come **reale e concreto**, concentrato soprattutto in particolari periodi dell'anno come la primavera e l'estate. Un tema che si convoglia nelle grandi città e nelle mete turistiche più famose e che trasforma i **centri storici in spazi dedicati esclusivamente ai turisti**, con relative **conseguenze sulla qualità della vita dei residenti**.

“L'overtourism si manifesta nelle città piuttosto che nei piccoli centri creando il problema del caro-affitti”

“è un fenomeno reale che sta portando gli abitanti a spostarsi dal centro delle grandi città”

La distribuzione dei flussi

Secondo l'opinione della maggioranza degli stakeholder intervistati è possibile e auspicabile una **distribuzione più diffusa dei flussi turistici in Italia** e questa rappresenta uno **strumento fondamentale** per migliorare l'esperienza di viaggio, ridurre il sovraffollamento e promuovere un turismo maggiormente sostenibile. Piccoli borghi, aree naturali e territori meno conosciuti ricchi di tradizioni e identità culturali compongono un vasto numero di **destinazioni alternative** con elevato potenziale turistico, ma che attualmente risultano ancora **poco raccontati e narrati**.

“si potrebbe regolarizzare meglio e puntare anche ad incentivare posti meno gettonati”

“Tutti i piccoli borghi e attrazioni meno conosciute, valorizzarle con percorsi meno turistici e meno conosciuti”

“bisognerebbe pubblicizzare queste nuove destinazioni”

La distribuzione dei flussi

La percezione prevalente tra gli stakeholder è che la maggior **preferenza dei turisti per grandi città e capitali** è dovuta prevalentemente alla loro **notorietà internazionale**, alla **facilità di accesso** e alla **ricchezza dell'offerta culturale, di servizi e strutture di accoglienza**. Monumenti iconici, infrastrutture efficienti e una varietà di attività rendono queste destinazioni più rassicuranti e immediate. I piccoli borghi e le mete alternative molto più spesso sono **assenti di uno storytelling** che racconti le **tradizioni**, l'**enogastronomia** e la **natura** di questi luoghi.

“Spesso i turisti si concentrano sulle mete più famose poiché vengono in Italia una sola volta nella vita”

“i monumenti e la storia per le grandi città, dei borghi si conosce poco”

La valorizzazione dei piccoli centri

Secondo gli operatori di settore intervistati sarebbe utile **promuovere** e **garantire** esperienze di qualità, unitamente agli investimenti per le strutture di accoglienza, per poter migliorare l'accesso alle meravigliose “chicche” che il nostro Paese offre in ogni angolo recondito.

“cercherei di rendere più agevole la circolazione e la fruizione delle bellezze turistiche con infrastrutture più funzionali”

“Pubblicità innovative e controcorrenti”

“Bisognerebbe promuovere e pubblicizzare dei nuovi percorsi direttamente con agenzie che lavorano all'estero”

Le prospettive e le percezioni degli italiani

Il turismo come risorsa fondamentale per il sistema Italia

65,5%

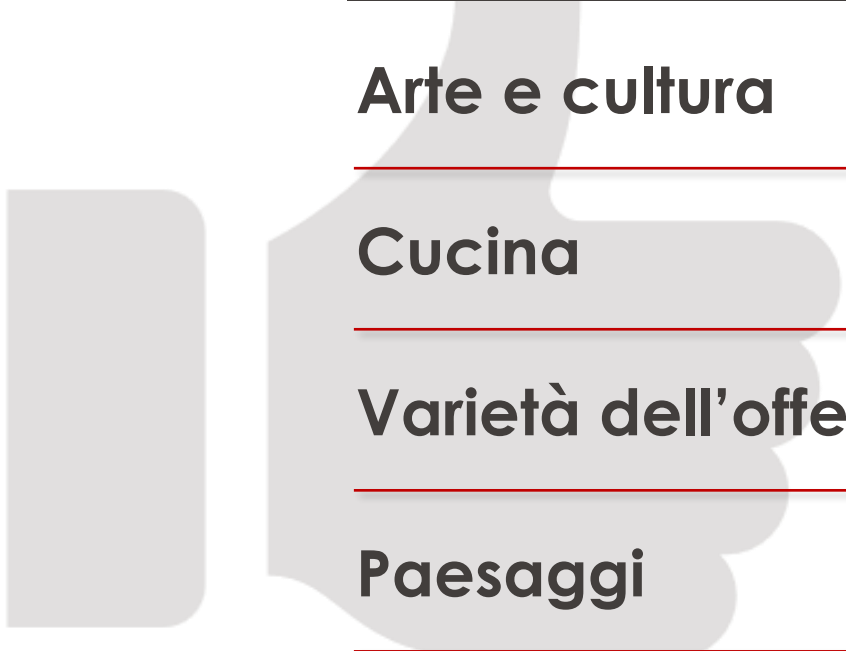
il turismo è una risorsa con enormi potenzialità

81,1%

il turismo rappresenta un vantaggio per il sistema Italia

Il turismo come risorsa fondamentale per il sistema Italia

I PUNTI DI FORZA

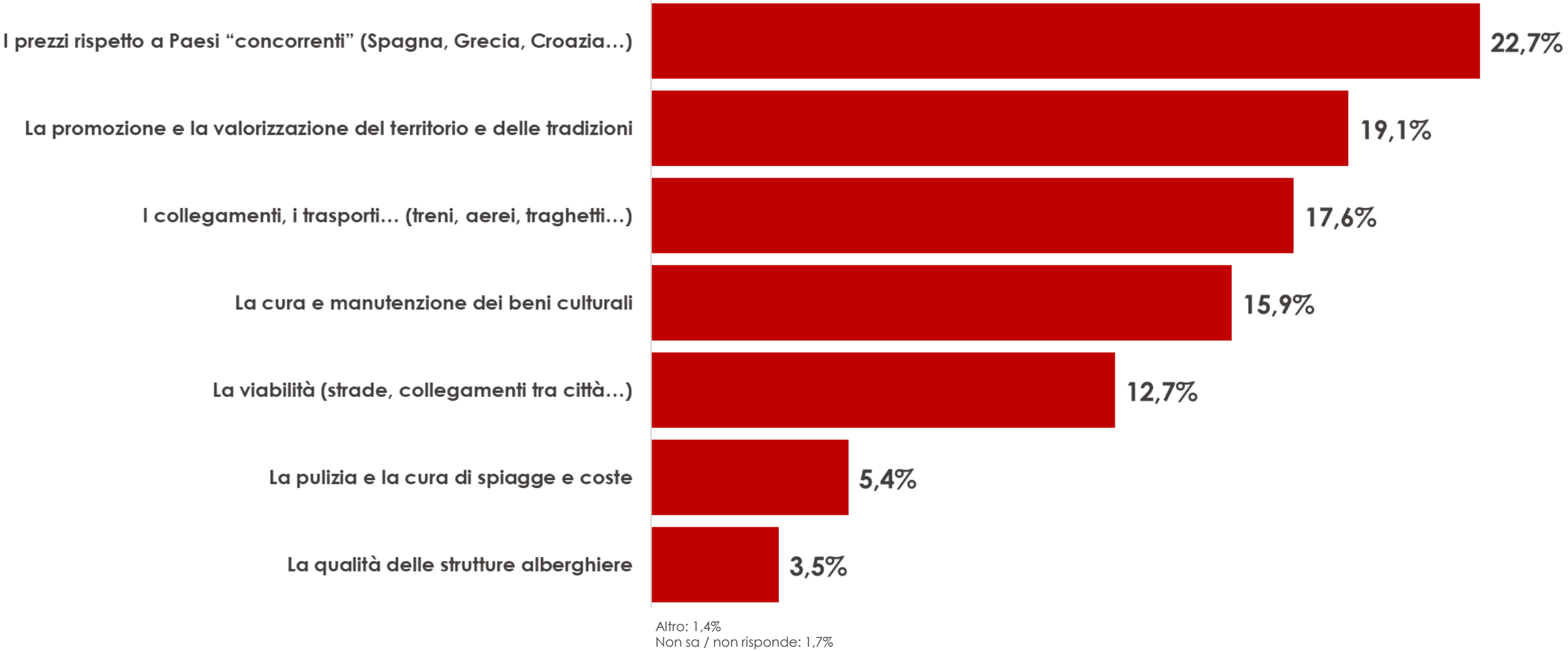


Arte e cultura	44,6%
Cucina	16,1%
Varietà dell'offerta	15,7%
Paesaggi	10,8%
Posizione geografica del nostro Paese	7,4%
Clima	3,3%

Altro: 0,5%
Non sa / non risponde: 1,6%

Il turismo come risorsa fondamentale per il sistema Italia

LE AREE DA VALORIZZARE/MIGLIORARE



Il turismo come risorsa fondamentale per il sistema Italia

LE FORME DI TURISMO SULLE QUALI INVESTIRE DI PIÙ

34,9%

Turismo diffuso e meno concentrato solo su alcune città/location (piccoli centri, destinazioni più periferiche)

16,5%

Turismo culturale

14,7%

Turismo sostenibile

13,4%

Turismo enogastronomico

9,6%

Turismo naturalistico

5,8%

Turismo lento

Altro: 1,1%
Non sa / non risponde: 4,0%

Il fenomeno overtourism

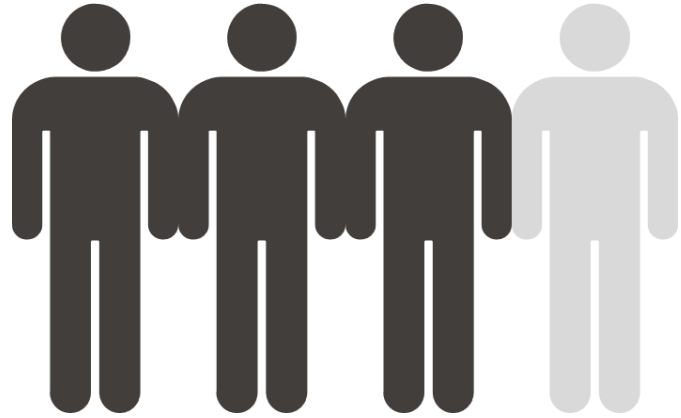
L'IMPATTO POSITIVO DELL'OVERTOURISM

Sostegno all'economia locale e nazionale	39,6%
Aumento della notorietà (luoghi, monumenti, città...)	14,9%
Costringe le amministrazioni a scelte drastiche che alla fine apportano miglioramenti alla città	9,2%
Sviluppo delle infrastrutture locali	7,0%
Aumento dei controlli con conseguente diminuzione della criminalità	6,6%
Miglioramento del decoro dei centri storici	6,6%
Creazione di eventi culturali	5,9%



Altro: 1,1%
Non sa / non risponde: 9,1%

Il fenomeno overtourism



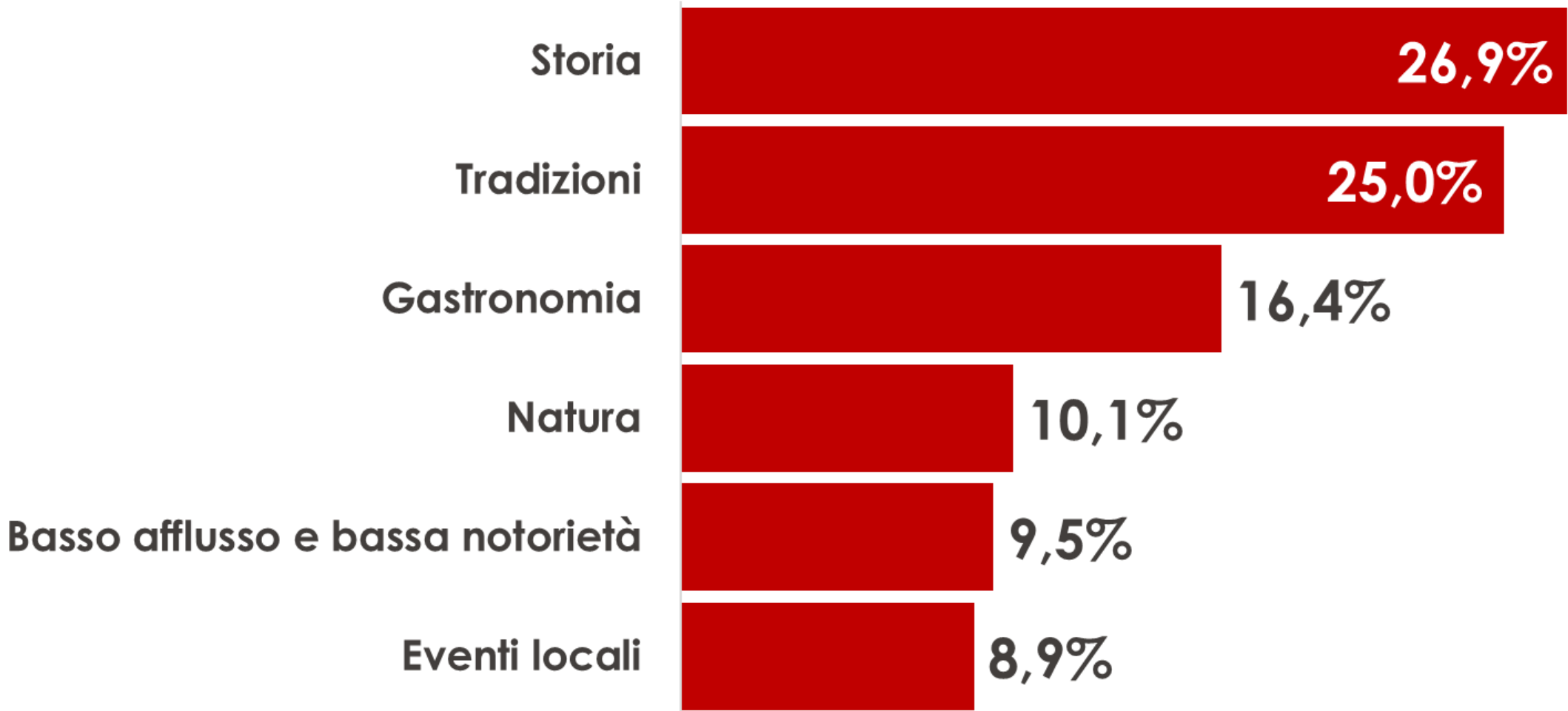
3 su **4** ritengono che una **distribuzione più diffusa** dei flussi turistici sul territorio migliori l'esperienza di viaggio

84,9%

ritiene che i piccoli borghi abbiano un **potenziale turistico** non ancora sfruttato e con poca promozione

L'attrattività dei piccoli centri

LE CARATTERISTICHE CHE RENDONO ATTRATTIVO UN PICCOLO CENTRO



Altro: 0,7%
Non sa / non risponde: 2,5%

L'attrattività dei piccoli centri

Perché
non si va
nei piccoli
centri?

Difficoltà nel reperire informazioni sui collegamenti	21,4%
Percorsi poco conosciuti	20,2%
Minori attrazioni – Meno sensazionalismo	14,2%
Poche strutture ricettive	12,5%
Hanno poche attrattive e a parità di investimento del viaggio non sono adeguate	12,0%
Minori comodità	9,9%
Costi maggiori	4,1%

Altro: 2,7%
Non sa / non risponde: 3,0%

L'attrattività dei piccoli centri

49,1%

Nell'ultimo anno ha visitato piccoli centri, borghi o destinazioni meno famose

Le motivazioni...

La bellezza di questi luoghi **40,0%**

La tranquillità dei posti, ancora esenti dall'overtourism **25,1%**

Desiderio di vedere qualcosa di nuovo **17,2%**

Lo stile di vita di questi luoghi **6,7%**

Prezzi più bassi **5,4%**

Desiderio di cambiare **3,4%**

Altro: 1,9%

Non sa / non risponde: 0,3%

LE PREFERENZE DI SCELTA

METE MENO CONOSCIUTE vs METE MOLTO CONOSCIUTE

Mete meno
conosciute
54,0%

Mete molto
conosciute
32,3%

Non sa / non risponde: 13,7%

LE MOTIVAZIONI DI SCELTA

METE MOLTO CONOSCIUTE



L'attrattività dei piccoli centri

IL PROFILO DEL VIAGGIATORE

L'ESPLORATORE

Preferisce visitare mete meno conosciute per scoprire nuovi posti e godersi la tranquillità del luogo

- ✓ **Dai 45 anni in su**
- ✓ **Residenti al Centro**
- ✓ **Pensionati e lavoratori autonomi**
- ✓ **Dottorato e specializzazione post laurea**
- ✓ **Vive in capoluoghi di provincia o regione**
- ✓ **Reddito medio-basso**

IL CONFORMISTA

Preferisce visitare mete famose sfruttando anche la comodità dei collegamenti e avere tutti i servizi e le attrazioni a «portata di mano»

- ✓ **18-24 anni**
- ✓ **Residenti nel Nord Est**
- ✓ **Studenti e benestanti**
- ✓ **Diploma universitario/laurea breve**
- ✓ **Vive in piccoli paesi di provincia**
- ✓ **Reddito alto**

L'attrattività dei piccoli centri

LE STRATEGIE PER LA VALORIZZAZIONE DEI PICCOLI CENTRI



Altro: 1,0%
Non sa / non risponde: 2,6%

L'attrattività dei piccoli centri

60,4%

Ritiene che la promozione dei piccoli borghi possa contribuire alla **riduzione del fenomeno dell'overtourism**



3 su **4** attribuiscono molta importanza alle **recensioni online** nella fase di scelta di una destinazione

73,7%

crede che hotel,
ristoranti, caffè e bar
possano contribuire a un
turismo più sostenibile...
grazie anche ad una
maggiore promozione



Collaborazioni con il territorio **24,4%**

Politica dei prezzi **23,5%**

Prodotti locali **17,7%**

Esperienze tipiche **16,2%**

Accoglienza sostenibile **13,6%**

Altro: 0,9%

Non sa / non risponde: 3,7%

La conoscenza dei piccoli centri

Conosce borghi, centri piccoli o destinazioni meno famose?

Sì e nell'ultimo anno li ho visitati

38,7%

Sì, ma nell'ultimo anno non li ho visitati

41,0%

No, non ne conosco

15,5%

Non sa / non risponde: 4,8%

In sintesi...

TURISMO

Risorsa fondamentale grazie a patrimonio culturale, paesaggistico e gastronomico, ma concentrato su grandi centri e a prezzi elevati e ancora poco valorizzato

OVERTOURISM

Fenomeno concreto e reale con impatti negativi su qualità della vita, residenti e identità delle città, ma con benefici dal punto di vista economico

REDISTRIBUZIONE DEI FLUSSI TURISTICI

- ✓ *Promozione mirata di borghi e mete alternative*
- ✓ *Coinvolgimento di operatori e istituzioni*
- ✓ *Sfruttare canali social e influencer per coinvolgere i più giovani*
- ✓ *Rafforzamento strutture di accoglienza e servizi locali*
- ✓ *Regolamentazione e pianificazione*

**VALORIZZAZIONE DELL'INTERO TERRITORIO PER UN
TURISMO SOSTENIBILE, ACCESSIBILE E EQUILIBRATO**



VIAGGIARE È CONOSCENZA

LA CONOSCENZA È L'INIZIO DEL VIAGGIO

Thank You!

Viale San Michele del Carso, 10
20144 Milano
Tel. +39 02.4391.2184
www.onlynumbers.it
info@onlynumbers.it

