



eurac
research

DOSSIER **OVERTOURISM. OVVERO QUANDO IL TURISMO SUPERA I LIMITI**

Eurac Research - Center for Advanced Studies
Ottobre 2018

Autori: Greta Erschbamer, Elisa Innerhofer, Harald Pechlaner

Le destinazioni turistiche più amate soffrono sempre più di sovrappollamento. In alcune città i residenti hanno persino organizzato dimostrazioni per esprimere il loro disappunto per le masse di turisti in arrivo. Anche in Alto Adige, in alta stagione, certe località sono molto affollate. Cosa si può fare perché il turismo non diventi un peso per gli abitanti del luogo e allo stesso tempo le destinazioni rimangano attrattive? Quali opportunità offrono le nuove tecnologie?

In questo dossier passiamo in rassegna i vari aspetti del fenomeno, proponiamo approcci per affrontarlo e possibili soluzioni.

Illustrazione: Oscar Diodoro
Grafica: Alessandra Stefanut
Traduzione: Flavia De Camillis,
Valentina Bergonzi

Overtourism: di cosa si tratta?

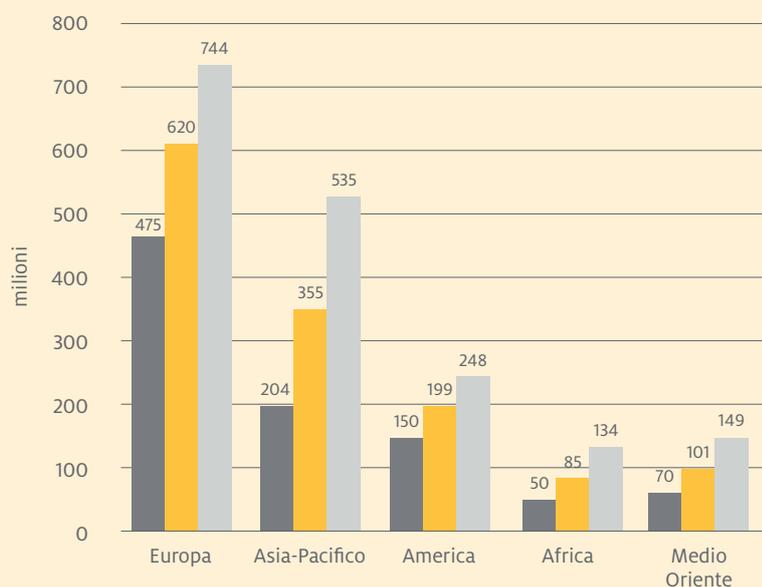
Le destinazioni più amate dai turisti sono sempre più affollate. Spiagge gremite, file interminabili per accedere alle attrazioni turistiche, traffico perennemente rallentato e centri storici bloccati sono solo alcuni tra gli effetti che visitatori e residenti di località turistiche subiscono in tutto il mondo.

Oggi più che mai l'evoluzione del turismo risente dell'influsso degli avvenimenti e delle tendenze globali.

Tra questi rientrano l'evoluzione della mobilità, i cambiamenti demografici e la digitalizzazione, così come la crescente urbanizzazione, che spinge sempre più persone a spostarsi dalle campagne ai centri abitati. Ad esempio, grazie alle compagnie aeree a basso costo, che consentono di coprire distanze enormi in breve tempo a prezzi convenienti, oggi sempre più persone possono raggiungere agevolmente ogni angolo del pianeta. Chi gode di buona salute in età avanzata può sfruttare la libertà personale ed economica per viaggiare. I viaggi sono più frequenti anche se più brevi. In paesi densamente popolati come India e Cina si sta formando una classe media incline a viaggiare. Grazie alla digitalizzazione stanno emergendo società che operano a livello internazionale e offrono prodotti di viaggio sempre più innovativi. Tutto ciò comporta che i luoghi più amati e visitati non siano gli unici a essere periodicamente sovraffollati; anche nelle mete secondarie turisti e residenti si pestano i piedi gli uni con gli altri.

L'overtourism è un fenomeno localizzato e non diffuso, che riguarda sia le città e i loro centri, sia gli spazi extraurbani. Anche le aree immerse nella natura, ad esempio alcuni comprensori sciistici, rientrano tra le mete turistiche più visitate. In particolare in alta stagione, la presenza massiccia di visitatori spesso disturba sia i residenti sia i turisti stessi. In città come Amsterdam, Venezia o Barcellona, ma anche in località extraurbane, il fenomeno dell'overtourism ultimamente ha scatenato forti tensioni. I residenti hanno persino manifestato contro la crescita esponenziale del turismo, stanchi delle code e degli affitti introvabili o gonfiati a causa della diffusione di piattaforme come Airbnb e stanchi di trovarsi a fare i conti a fine stagione con risorse, come l'acqua, sfruttate fino a scarseggiare. Simili sviluppi si ripercuotono fortemente sulla percezione che la popolazione locale ha del turismo. I turisti rappresentano un importante fattore economico per molti paesi. Le città e le regioni non vogliono rinunciare a questa fonte di guadagno. Per questo cercano di fare appello al senso di responsabilità dei visitatori o di influenzarne il comportamento – e di riflesso la percezione dei residenti – attraverso l'introduzione di regolamenti e di misure per la gestione dei flussi turistici. Gli ultimi sviluppi dimostrano che devono essere le industrie turistiche internazionali e gli operatori turistici nazionali, regionali e locali, a coordinare la gestione dei flussi turistici. Le sfide infatti non sono destinate a diminuire. Recenti analisi dimostrano che il turismo globale non è nemmeno vicino al raggiungimento del suo apice: molte destinazioni stanno ancora aspettando il boom di visite.

PREVISIONE DEL NUMERO DI ARRIVI INTERNAZIONALI A LIVELLO MONDIALE DAL 2010 AL 2030 DIVISI PER REGIONI



Fonte: UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition, p. 15

Overtourism: un fenomeno nuovo?

Sebbene negli ultimi mesi il fenomeno del sovraffollamento turistico abbia occupato media, conferenze e dibattiti, la discussione sulla percezione del “troppo” in relazione al turismo non è nuova. Negli anni ottanta il ricercatore Jost Krippendorf aveva già parlato del turismo come fenomeno di massa, proponendo 23 modi “per umanizzare il viaggio” che dovrebbero essere di supporto agli attori coinvolti nella gestione del turismo. Krippendorf denominò il turismo “divoratore di paesaggi” e richiamò l’attenzione su alcune sue evoluzioni errate, dimostrando che l’industria turistica che distrugge il proprio territorio si priva della sua risorsa principale. Nel 1980 la rivista GEO si chiese in tono critico “quanti turisti ci stanno in un ettaro di spiaggia?”, discutendo il concetto di *carrying capacity*, cioè la “capacità portante dell’ambiente”. Questo concetto è stato utilizzato negli anni novanta da diversi ricercatori del settore turistico per analizzare la capacità portante di alcune destinazioni.

Sembrerebbe dunque che il tema del sovraffollamento turistico sia stato già sufficientemente affrontato da diverse prospettive scientifiche, sebbene le conclusioni raggiunte siano state messe in pratica solo in parte. Dai primi studi emerge anche come i manager del turismo non apprezzino il concetto di overtourism, che mette in risalto un’avversione nei confronti del turismo incontrollato. Del resto, chi vorrebbe vedere la propria destinazione turistica etichettata come “troppo turistica”? Ciononostante anche i responsabili delle destinazioni riconoscono sempre di più la necessità di investire maggiormente affinché i flussi dei visitatori si distribuiscano nello spazio e nel tempo. Le conclusioni degli studi, delle conferenze e delle pubblicazioni dedicati al tema dell’overtourism dimostrano tuttavia che non è possibile misurare in modo preciso la portata del problema. Questo significa che non lo si può risolvere semplicemente imponendo delle soglie al numero dei visitatori ammessi. Sarebbe opportuno invece creare degli strumenti ad hoc per una gestione proattiva del turismo.

Quali sono le cause del sovraffollamento turistico?

Le cause dell’overtourism possono essere molteplici e diverse a seconda della località. Gli sviluppi globali svolgono senz’altro un ruolo importante. Ad esempio determinati cambiamenti della società, come la crescente mobilità, comportano la nascita di “masse” che per molte persone rappresentano un eccesso. Possono inoltre concorrere anche fattori specifici per ogni località, da valutare di caso in caso se si vuole ottenere un’analisi profonda del fenomeno. Per esempio, fattori come i collegamenti efficienti e la facilità con la quale i turisti possono raggiungere una località, il livello di professionalità dei servizi

turistici o eventuali vantaggi legati al cambio di valuta possono rappresentare un’attrattiva per i turisti.

Anche l’evoluzione della percezione del turismo è un fattore importante. In molte destinazioni in cui il turismo negli anni ha portato benessere e un forte sviluppo economico, le nuove generazioni vivono questa attività in modo diverso rispetto ai propri nonni o genitori. Gli addetti più giovani notano anche i lati negativi, come per esempio gli effetti dei flussi turistici sull’ambiente: il traffico congestionato, le spiagge e i sentieri sporchi e sovraffollati non vengono più accettati passivamente, ma con una nuova consapevolezza e sensibilità ambientale.

Quando si può parlare di troppo turismo?

Quando i residenti devono adeguare in modo eccessivo le proprie attività quotidiane ai flussi di visitatori, il turismo può diventare un problema. C’è il pericolo che la percezione del “troppo” capovolga completamente l’attitudine dei residenti nei confronti del turismo. Ciò implica una tendenza sempre più critica verso il turismo e un conseguente disinteresse verso i vantaggi che comporta. Il fenomeno dell’overtourism ha al centro la percezione del turismo da parte dei residenti, ovvero il livello di sopportazione della società. Questo include sia la dimensione fisica - quanti visitatori ed escursionisti può reggere un parco naturale? - ma soprattutto la soglia psicologica: quanto turismo possono sopportare i residenti? Quando cominciano a percepire la presenza dei visitatori come eccessiva? La risposta dipende dalla società di riferimento, non esistono definizioni universalmente valide.

Non tutte le destinazioni amate e molto frequentate combattono il fenomeno del sovraffollamento. L’eccesso non viene necessariamente percepito come tale dalla popolazione residente. Si tratta quindi di un fenomeno strettamente legato all’accettazione da parte dei residenti in situazioni specifiche. È opportuno ricordare che oggi sia i residenti sia i turisti hanno esperienza di viaggio. Chi viaggia lo fa sempre più alla ricerca di una meta esclusiva e particolare. L’arrivo di troppe persone rischia tuttavia di distruggere la fama di certe località cosiddette esclusive.

Un ulteriore aspetto importante è dato dal fatto che una buona parte dei turisti globali desidera visitare attrazioni riconosciute a livello internazionale, contribuendo così a ridurne l’attrattiva poiché vengono percepite come troppo turistiche.

Dove si applicano le misure per contrastare il sovraffollamento turistico?

Come illustrato in precedenza, il fattore determinante nel dibattito sull'over-tourism è la percezione dei residenti. Se ci si interroga su quale tipo di turismo sia opportuno perseguire in futuro in una località turistica e quali siano le strategie per attuarlo, è necessario tenere conto delle idee e delle aspettative della popolazione residente. Oggi chi si occupa del management delle destinazioni deve occuparsi, molto più che in passato, delle esigenze dei residenti, dialogare con loro e organizzare gli spazi senza incidere sulla qualità di vita e sulla competitività.

Controllare i flussi di visitatori senza limitarne la crescita, in particolare la crescita qualitativa: questa è la sfida più importante. In questo senso gli sviluppi tecnologici attuali e futuri possono essere considerati una notevole opportunità. Per esempio, l'impiego di app per la gestione dei flussi turistici può servire a distribuire le presenze in modo più uniforme.

Cosa si può fare?

La redistribuzione spazio-temporale dei flussi turistici è un'opzione. I sistemi di gestione dei flussi turistici rappresentano una buona misura per correggere i flussi di visitatori ed evitare resse e lunghe code, dando allo stesso tempo al turista la sensazione di essere in buone mani. Con gestione dei flussi turistici si intendono quelle misure che indirizzano la distribuzione spaziale, temporale e quantitativa dei turisti. Offerte allettanti nei periodi di bassa stagione, per esempio, possono contribuire ad alleggerire le presenze in alta stagione.

Un'ulteriore possibilità di gestione delle località prese d'assalto dai turisti può essere l'introduzione di quote massime o di una limitazione degli ingressi. Queste limitazioni devono essere individuate tenendo conto della capacità portante della destinazione o dell'attrazione considerata, sia dal punto di vista sociale sia dal punto di vista ambientale. Il turismo sostenibile ha successo solo se sviluppato in accordo con l'ambiente e con la cultura del posto. Per esempio, si possono aprire le strade al trasporto individuale solo in determinati orari, oppure limitare il traffico attraverso ingressi controllati. Il progetto pilota #Dolomitesvives, svolto nell'estate del 2017 sul passo Sella, ne è un esempio (vedi box).

DUBROVNIK

Le località storiche attraggono i turisti come un magnete, specialmente dopo essere state insignite del titolo di patrimonio dell'umanità dell'UNESCO. Il porto croato di Dubrovnik non fa eccezione.

Abitata da sole 40.000 persone, la città viene visitata ogni anno da 1,5 milioni di turisti. Con l'aiuto di operatori turistici internazionali oggi la città cerca di controllare le masse di visitatori limitando il numero e gli orari di accesso. Nel 2018 per esempio è stato ridotto il numero di navi da crociera che possono attraccare al porto. Allo stesso tempo alcune spiagge e città nei dintorni vengono spinte come destinazioni turistiche altrettanto interessanti, al fine di redistribuire i flussi di turisti.

Fonte: Turismo Dubrovnik



#DOLOMITESVIVES

Un aspetto estremamente negativo del turismo di massa è il traffico eccessivo, con il conseguente inquinamento acustico e ambientale. La mobilità sostenibile in questo senso può fare la differenza.

Nei mesi di luglio e agosto 2017 sul passo Sella ha avuto luogo l'iniziativa di mobilità sostenibile #Dolomitesvives, sostenuta dalle province autonome di Trento e Bolzano. L'obiettivo era quello di migliorare la qualità delle esperienze vissute al passo riducendo il traffico, il rumore e l'inquinamento. In questa occasione è stata applicata una policy combinata: nei nove mercoledì di luglio e agosto il passo è stato chiuso al traffico privato dalle 9 alle 16 ed è stato offerto un intrattenimento culturale e gastronomico speciale. L'accesso era consentito solo a mezzi pubblici, veicoli elettrici, ciclisti e pedoni. Il team di ricerca di Eurac Research ha monitorato l'iniziativa per scoprire in che modo i residenti, i turisti e gli esercenti vivessero la limitazione di traffico.



Per applicare in modo produttivo queste iniziative è necessario raccogliere dati e informazioni sui flussi di turisti. A tal fine può rivelarsi utile il monitoraggio degli spostamenti dei turisti in una regione.

Si potrebbero controllare servizi come Airbnb con opportune normative; strumenti legislativi che contribuiscono a gestire la capacità ricettiva di una località potrebbero per esempio evitare che la domanda turistica riduca eccessivamente lo spazio abitativo dei residenti. Anche una politica dei prezzi mirata può essere utile per gestire il turismo in senso qualitativo e quantitativo. Una diversificazione dei prezzi nell'arco della stagione consente al turista di decidere autonomamente quando visitare la località o l'attrazione turistica in base a quanto è disposto a spendere.

Infine, una tassazione variabile può garantire incassi aggiuntivi con cui compensare le conseguenze negative del turismo di massa. Si pensi per esempio alla tassa di soggiorno introdotta nelle isole Baleari (ecotassa).

MISURE E APPROCCI DI INTERVENTO

Gestione dei flussi turistici, per esempio redistribuzione spazio-temporale

Contromisure concrete come l'imposizione di quote massime

Riduzioni degli accessi, per esempio con limitazioni del traffico

Sviluppo di offerte e prodotti alternativi

Monitoraggio, per intervenire sulla base di dati concreti

Regolamentazione, per gestire fenomeni come Airbnb

Sostegno del turismo di qualità per esempio tramite le politiche dei prezzi

Introduzione di una ecotassa (per la cura del paesaggio) in aggiunta alla tassa di soggiorno

MONITORAGGIO DEL TURISMO: INTERNATIONAL NETWORK OF SUSTAINABLE TOURISM OBSERVATORIES (RETE INTERNAZIONALE DEGLI OSSERVATORI PER IL TURISMO SOSTENIBILE) DELL'ORGANIZZAZIONE MONDIALE DEL TURISMO E OSSERVATORIO PER IL TURISMO SOSTENIBILE IN ALTO ADIGE



La rete "International Network of Sustainable Tourism Observatories" (INSTO) è stata istituita nel 2004 dall'Organizzazione mondiale del turismo con l'obiettivo di monitorare il turismo nelle destinazioni turistiche attraverso un'osservazione a lungo termine delle performance turistiche e degli effetti sulla società, sull'ambiente e sull'economia. La rete mondiale consente alle destinazioni di apprendere l'una dall'altra e serve a porre le basi per la creazione di futuri standard per il turismo sostenibile. Con l'istituzione di un osservatorio in Alto Adige e la sua inclusione nella rete internazionale sono state create le condizioni per monitorare in modo sistematico gli sviluppi del turismo a livello locale, nonché per migliorare la sostenibilità facendo tesoro dalle esperienze di altre località turistiche.

Quali attori dovrebbero intervenire ai primi segnali di overtourism?

Questo aspetto è strettamente correlato alle misure di intervento. In primo luogo è necessario cogliere e interpretare correttamente i primi segnali di insofferenza dei residenti. Sebbene il concetto di sovraffollamento turistico non sia tematizzato volentieri dagli esercenti turistici, può essere utile discuterne apertamente quando si manifestano i primi deboli segnali di cambiamento nella società.

I primi soggetti a intervenire possono essere gli amministratori locali, per esempio promulgando nuovi regolamenti, come nel caso della gestione degli spazi. Anche le associazioni turistiche sono chiamate ad agire. La collaborazione diventa particolarmente importante quando si cerca di riequilibrare i flussi turistici distribuendoli tra località molto frequentate e centri meno conosciuti. Per rapportarsi all'overtourism è utile ragionare in termini di grandi aree: più località di una zona o comuni confinanti possono unire le forze nel tentativo di ridistribuire i flussi di visitatori. Oltre agli esponenti politici e alle associazioni turistiche, anche gli albergatori possono esercitare un certo effetto sul flusso di turisti mediante un'organizzazione mirata delle offerte e dei prodotti.

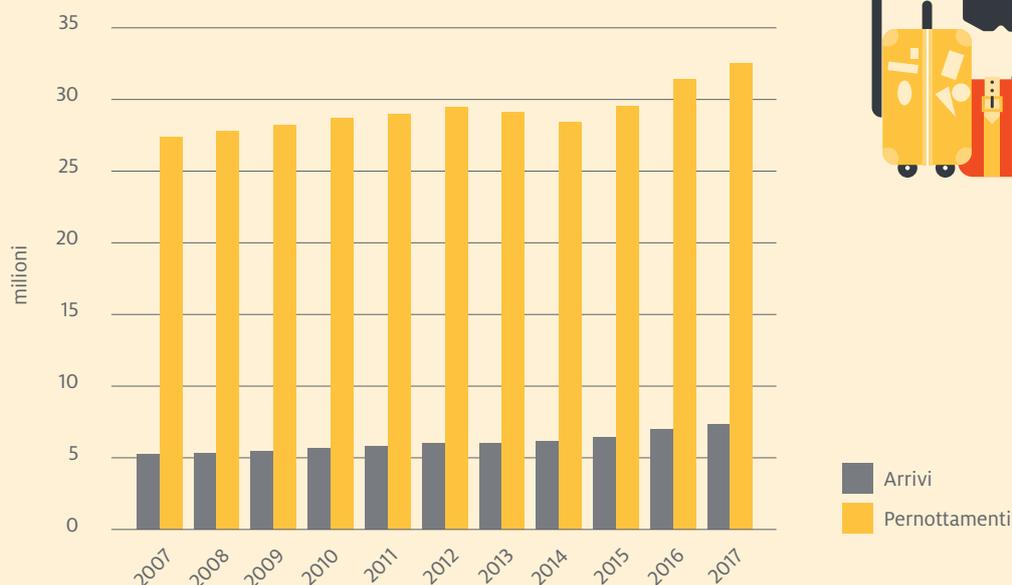
Attualmente si può parlare di overtourism in Alto Adige?

In alta stagione alcune località sono senz'altro sovraffollate, in particolare nei luoghi dove si concentrano traffico e visitatori, per esempio su strade principali, passi alpini e nelle valli dolomitiche, patrimonio dell'umanità dell'UNESCO. In molte destinazioni tuttavia non si è ancora verificato un aumento di turisti asiatici e d'oltreoceano. Poiché questi turisti si orientano anzitutto verso le attrazioni turistiche più note (i cosiddetti "hotspot"), in questi casi la sfida consiste nel pubblicizzare anche altre località, in modo da accorciare i tempi di permanenza negli "hotspot". Il turismo è un'importante risorsa nell'economia locale e come tale viene anche percepito. Grazie alla sua trasversalità si ripercuote positivamente anche su altri

settori, riuscendo a creare tra le altre cose un aumento diretto e indiretto dei posti di lavoro. In Alto Adige la gestione delle destinazioni è organizzata in particolare da IDM (Innovation Development Marketing). Le tre unità di gestione della destinazione (DME Est, Centro e Ovest) istituite nel 2017 consentono di controllare il turismo suddividendolo in grandi aree. IDM si dedica al tema della gestione dei flussi turistici e lavora in stretta collaborazione con diversi attori regionali e locali alla ricerca di soluzioni per le località particolarmente frequentate. In particolare, è stato istituito un gruppo di lavoro per la gestione dei flussi turistici in Alto Adige.

Per maggiori informazioni:
advanced.studies@eurac.edu

ARRIVI E PERNOTTAMENTI IN ALTO ADIGE 2007 - 2017



Fonte: ASTAT, 2018