

SOCIOMETRICA

FRAGILI, ROBUSTE E ANTIFRAGILI

*RANKING DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE
NEL BIENNIO DEL COVID-19*

ANTONIO PREITI

29 LUGLIO 2022

ATTRIBUZIONI

Il presente Report è stato realizzato da un gruppo di lavoro di Sociometrica, guidato da Antonio Preiti. Si ringrazia Fabrizio Arosio per il contributo prezioso fornito allo studio.

www.sociometrica.it - apreiti@sociometrica.it - www.antoniopreiti.it -

<https://www.linkedin.com/in/antonio-n-preiti-288b20b/?originalSubdomain=it>

INDICE

Parte 1: La congiuntura turistica 2019-2021	3
METODOLOGIA	4
IL RANKING: IL PRIMATO DI COMO	5
IL MERCATO DOMESTICO	11
IL MERCATO INTERNAZIONALE	12
Parte 2: La struttura turistica italiana	15
L'ANDAMENTO PRE-COVID (2014-19)	15
LA STRUTTURA MOLECOLARE DELL'OFFERTA	16
IL "REDDITO INTERNO" DEL TURISMO	19
CONCLUSIONI	20
APPENDICE	21

Parte 1. La congiuntura turistica 2019-2021

Il nostro Paese, come il resto del mondo, è stato colpito dall'epidemia del Covid-19 che ha manifestato i suoi effetti sul turismo e i viaggi sin dal febbraio 2020, per proseguire nel corso dei mesi fino a oggi, con una molteplicità di forme, intensità e variazioni di cui siamo stati tutti testimoni. Dopo una primissima fase di lockdown molto stringente, in cui è stato vietato pressoché ogni tipo di spostamento e di viaggio, nel corso dei mesi successivi si sono alternati vari tipi di situazione, di regole per gli spostamenti e nell'organizzazione dei viaggi.

Il sistema turistico italiano è stato colpito pesantemente, come mai era successo prima nella sua pur lunga storia. Non ci siamo accontentati però di queste valutazioni d'ordine generale, e abbiamo voluto capire di più sulla natura, l'intensità e la varietà di questo *tsunami* che ha colpito il settore. Non ci sono bastate neppure le valutazioni al livello regionale, perché quasi sempre si tratta di aree molto ampie, che raccolgono destinazioni turistiche molto diverse tra loro. Per altro, la destinazione turistica non solo è l'unità di grandezza essenziale sul mercato turistico, ma è anche quella che realmente viene scelta dal viaggiatore.

Si potrebbe fare un lungo, ma non certo inutile, approfondimento su cosa debba intendersi per "destinazione turistica": fondamentalmente conta la percezione del turista, perciò se considera Madonna di Campiglio come destinazione turistica a sé stante e compiuta, non farà caso al fatto che sia frazione del comune di Pinzolo, allo stesso modo nessuno bada alla distinzione amministrativa del Garda tra le tre regioni a cui appartengono le sue destinazioni turistiche: la Lombardia, il Trentino e il Veneto, perché considerano o il Garda nel suo insieme o ciascuna singola destinazione con la sua specifica identità. Non potevamo usare "l'arbitrio" di sostituirci alla percezione di ogni singolo turista, e perciò abbiamo scelto l'unità amministrativa del comune come una "proxy" della destinazione turistica. Nella stragrande maggioranza dei casi così è nella realtà. E, comunque, non possiamo avere dati secondo la visione soggettiva dei turisti, ma solo sulla base comunale. E così abbiamo fatto, cioè abbiamo considerato i dati comunali e solo i dati ufficiali dell'Istat.

Raramente si ragiona sulle destinazioni turistiche, nonostante la loro centralità, perché si preferisce appunto la dimensione regionale. In questo caso, abbiamo un motivo in più per centrare l'attenzione sulle singole destinazioni, cioè sui comuni, perché senza questa granularità non avremmo capito le differenze che l'impatto del Covid ha portato nei territori e come le singole destinazioni abbiano risposto all'incredibile impatto dell'epidemia. Inoltre, solo studiando le differenti performance possiamo capire anche la strada che si apre davanti alle nostre destinazioni turistiche: quali strategie funzionano e quali meno; dove intervenire con più vigore e dove con minore priorità. Insomma, solo l'analisi delle singole

destinazioni turistiche ci restituisce una dinamica autentica della realtà.

METODOLOGIA

Siamo partiti dall'analisi dei **dati relativi a 3.390 comuni** italiani, tutti quelli che l'Istat segnala come comuni "turistici", ovvero comuni in cui è presente almeno una struttura ricettiva di qualunque tipo. Da questo numero di comuni siamo passati all'elaborazione dei **dati sui primi 500 comuni più rappresentativi**. La rappresentatività l'abbiamo calcolata guardando alle presenze turistiche complessive, di ogni ordine e tipologia, registrate nel 2019. Abbiamo limitato ai primi 500 comuni per tre ordini di ragioni: 1) rappresentano complessivamente oltre il 95% del movimento turistico; 2) si eliminano i dati "outlier", cioè cambiamenti "abnormi" dovuti però solo al numero estremamente basso di abitanti del comune; 3) aumenta la significatività dei confronti tra comuni.

Sui 500 comuni più turistici abbiamo creato un database che contiene: 1) tutte le informazioni di carattere turistico, ad esempio gli arrivi e le presenze per comune, la consistenza dell'offerta turistica, sia alberghiera che extra-alberghiera; 2) alcune informazioni di base, come la popolazione, la zona altimetrica, la tipologia turistica del comune e altre ancora; 3) alcune informazioni di carattere economico, come il numero dei contribuenti e, soprattutto, il numero dei contribuenti con un reddito pari o superiore a 55 mila euro. Com'è noto non sono molte le informazioni economiche (reddito complessivo, consumi, produzione industriale, ecc.) disponibili al livello comunale, mentre lo sono al livello provinciale e regionale. Perciò sulla parte economica la scelta è stata, per forza di cose, limitata.

Lavorando con i dati comunali abbiamo creato un ranking dei comuni turistici, ovvero una classifica calcolata sulla base della loro performance nel 2021 e nel 2020 rispetto al 2019. Inoltre, abbiamo creato delle classifiche parziali, ad esempio dei comuni con più camere alberghiere, quelli con la migliore performance di medio periodo, quelli con il rapporto più elevato tra strutture extra-alberghiere e alberghi, e altre ancora per dare un'idea più circostanziata di cos'è oggi il sistema turistico italiano.

Ogni classifica parziale è stata talvolta rapportata a 100, perciò sulla base di un numero-indice, in maniera da poter operare un confronto tra le diverse classifiche e, inoltre, di poter delineare una valutazione generale della turisticità, che tenga conto sia della congiuntura (anni dal 2014 al 2021) che della struttura (entità dell'offerta turistica).

In sostanza, abbiamo lavorato su tre tipi di dati: a) dati in valore assoluto; b) indicatori statistici e c) valori diacronici, in maniera da avere un quadro insieme di grande dettaglio, ma comparabile al suo interno.

IL RANKING: IL PRIMATO DI COMO

Prima di entrare nell'analisi al livello comunale diamo uno sguardo d'insieme all'andamento dei flussi turistici complessivi nazionali: come si può vedere, si è passati nel primo anno di pandemia da 436 milioni di presenze turistiche a 208 milioni, oltre la metà del mercato perduto, che in termini percentuali è del 47,7% (Tab. 1). Se si tiene conto che la pandemia è scoppiata in termini di impatto collettivo nel febbraio 2020 e che il lockdown è stato deciso nel marzo successivo, in realtà, in termini sostanziali la caduta è ben più alta di quello che il conteggio annuale fa registrare. Nel 2021 si sono registrati 289 milioni di presenze turistiche, circa 20 punti percentuali di recupero rispetto ai dati del 2020, arrivando così al 66,2% rispetto al 2019.

Tab. 1 - Andamento complessivo presenze turistiche su tutto il territorio nazionale

Presenze turistiche complessive	Numero totale presenze turistiche	valore percentuale (2019=100)
2021	289.178.142	66,2
2020	208.447.085	47,7
2019	436.739.271	100,0

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

Vediamo adesso l'analisi al livello comunale, cioè delle singole destinazioni turistiche, considerando complessivamente tutto il biennio 2020-21.

Nonostante che nel suo complesso il turismo italiano abbia ricevuto un pesantissimo impatto dall'epidemia, 25 comuni fanno registrare nel 2021 un numero di presenze turistiche addirittura superiore rispetto al 2019. Al primo posto in questa speciale graduatoria, che vorremmo chiamare della resilienza del turismo, o forse sarebbe utilissimo usare il concetto di "antifragile" di Nassim Taleb, c'è Como, che nel 2019 ha fatto registrare 757mila presenze turistiche complessive (vale a dire notti passate nelle strutture ricettive del comune) e nel 2021, dopo due anni di epidemia, si supera, registrando un milione e 148mila presenze turistiche, vale a dire il 51,5% in più rispetto a due anni prima (Tab. 2). Un risultato clamoroso, tanto che la destinazione che si trova al secondo posto, Padenghe sul Garda, con il 40,8%, fa registrare una crescita elevata, ma distante oltre 10 punti da Como, e per ogni posizione

inferiore della classifica il successo si riduce ogni volta di quasi 10 punti: + 38,0% Fermo, + 26,0% Castagneto Carducci, + 18,9% Manciano, + 12,1% Porto Cesareo e + 10,3% Sirolo.

Si è appena accennato al concetto di antifragile, perché sembra molto adatto a descrivere il fenomeno che abbiamo registrato. Solitamente si contrappone alla fragilità la robustezza, cioè la qualità che rende possibile per una entità, qualunque essa sia (una persona, un'azienda, una città, una nazione) di rispondere alle congiunture sfavorevoli. Chi è robusto riesce a rispondere meglio. Il concetto di antifragile è qualcosa di più, perché indica una qualità delle entità osservate non solo di rispondere agli eventi negativi, ma di sapersene avvantaggiare. Non c'è qui il proposito, né lo spazio, per approfondire la teoria di Taleb, che peraltro ha coniato anche la metafora del "cigno nero", ampiamente usata proprio nel caso della pandemia, ma semplicemente per indicare che nel panorama complicatissimo, e a tratti disastroso, dell'impatto del Covid-19 sull'industria turistica, alcune destinazioni non solo sono riuscite a "resistere" o a "rispondere", cioè a essere "resilienti", ma con un intreccio non facilmente districabile di fattori soggettivi (le loro specifiche politiche) e oggettivi (la loro posizione geografica, le loro caratteristiche orografiche, la loro percezione mediatica), si sono dimostrate antifragili, cioè capaci di trarre vantaggio da una difficoltà generale.

Se scorriamo questa speciale graduatoria delle 200 destinazioni "antifragili" e di quelle "robuste" (Tab. 11 dell'Appendice) vediamo alcuni fattori che accomunano le destinazioni turistiche più antifragili e più robuste. Naturalmente si tratta di mettere in luce tendenze generali da situazioni che sono ciascuna a sé stante, in quanto nella dimensione comunale ricadono molti fattori, anche particolari, che è pressoché impossibile riportare a un loro significato generale. Nonostante la varietà delle situazioni che si possono incontrare al livello comunale, senz'altro si fanno notare i seguenti fenomeni:

- un primo elemento che possiamo definire "Fattore A", dove la lettera A sta per "affidabilità". Non si tratta di un fattore oggettivo (anche se ha componenti oggettive), ma della percezione soggettiva che una destinazione sia più sicura, più adeguata ("*fitting*") con la situazione che si è venuta a creare con l'epidemia. Non si tratta di provvedimenti specifici, ma della sensazione complessiva che una destinazione offre di sé;

- questo elemento s'intreccia poi con elementi oggettivi, di cui il più importante sembra essere il lago. Non è chiaro perché, ma è netta la sensazione che i turisti vedano nelle località lacuali un elemento di preferenza sia rispetto alle città, sia anche rispetto a una buona parte delle località balneari. Difficile fare una introspezione psicologica di questa sensazione, probabilmente percepiscono un senso di bassa pressione sia della presenza delle persone che della logistica: i laghi spesso sono lontani dalle grandi vie di trasporto; una certa intensità del verde sembra quasi protettiva; la lentezza dei suoi soggiorni sembra più "consona" al periodo vissuto;

- un terzo elemento, che vedremo con maggiore chiarezza quando andremo a dividere le presenze

turistiche italiane da quelle straniere, è dato dalla montagna che, soprattutto per quanto riguarda il turismo straniero, è l'unica, soprattutto la parte alpina, che si dimostra anch'essa antifragnole, o comunque robusta, perché riesce a contenere le perdite di turismo estero, cosa che non riesce quasi a nessuna altra destinazione italiana;

- un altro elemento è dato dal successo delle località balneari che potremmo definire di relativa difficoltà d'accesso, intesa più in senso di percezione, che in senso di effettiva, oggettiva, difficoltà. Fatto sta che destinazioni come Fermo, nelle Marche; Sirolo, sempre nelle Marche; Castagneto Carducci in Toscana; Ugento, nell'estrema punta della provincia di Lecce; l'isola di Favignana in Sicilia; Roseto degli Abruzzi sembrano destinazioni "fuori mano", riservate, meno note e perciò immaginate con meno persone, e perciò con una minore pressione antropica. Non è esattamente il "turismo di prossimità", perché le destinazioni balneari vicino alle grandi città sono tendenzialmente in difficoltà, ma sembra vincere la prossimità più sicura, ma più lontana dai flussi dei grandi centri abitati;

- l'insieme di questi elementi dà vita a una sensazione comune, uniforme, e in qualche modo superiore a ogni altro elemento citato, che potremmo definire dell'elogio dell'"eremo d'eccellenza", cioè di destinazioni che stanno generalmente fuori dai grandi flussi, ma che mantengano un *appeal* elevato, o comunque non inferiore alle destinazioni usualmente considerate di classe o di qualità. È un sentimento sottile, quello che si evince, di considerare la qualità come un antidoto all'epidemia. Come se le destinazioni, e gli alberghi, con il loro servizio personalizzato, potessero contenere i pericoli dell'epidemia. Parliamo di sensazioni, di qualcosa che si avverte, che non si può magari definire con esattezza, ma che determina inesorabilmente la scelta di dove fare un viaggio o una vacanza.

Il numero complessivo di comuni italiani che sono cresciuti nonostante, o forse a causa), dell'epidemia sono appena 25, mentre 28 comuni sono rimasti sostanzialmente sui numeri del 2019. Possiamo così dire che l'epidemia non ha colpito per nulla, o non in maniera rilevante solo 50 comuni sui 3.390 esaminati, per questa ragione è importante capire quali sono e provare a capire anche il perché questo fenomeno sia avvenuto.

In questo modo è possibile uscire da una dimensione generica in cui tutto il mondo del turismo sembra essere colpito in maniera uniforme, cominciando a mettere in rilievo le differenze, che talvolta possono essere molto significative.

Tab. 2 - Andamento presenze turistiche tra il 2021 e il 2019 (Top 20)

Ranking	Comune	Presenze turistiche 2019	Presenze turistiche 2021	Variazione percentuale
1	Como	757.901	1.148.096	51,5
2	Padenghe sul Garda	191.739	269.884	40,8
3	Fermo	452.596	624.745	38,0
4	Castagneto Carducci	799.029	1.006.801	26,0
5	Manciano	178.469	212.174	18,9
6	Porto Cesareo	306.481	343.501	12,1
7	Sirolo	199.795	220.460	10,3
8	Ugento	759.282	806.024	6,2
9	Eraclea	495.225	523.957	5,8
10	Termoli	159.000	166.773	4,9
11	Favignana	208.358	218.400	4,8
12	Numana	616.612	643.412	4,3
13	Asiago	185.344	193.023	4,1
14	Gallipoli	509.586	525.603	3,1
15	Chioggia	1.376.237	1.415.488	2,9
16	Vieste	1.915.749	1.969.531	2,8
17	Potenza Picena	167.584	170.860	2,0
18	Roseto degli Abruzzi	487.239	493.902	1,4
19	Rodi Garganico	329.371	334.021	1,4
20	Cupra Marittima	281.520	285.073	1,3

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

Per completare il quadro dell’impatto dell’epidemia sul complesso delle destinazioni turistiche italiane, è utile sintetizzare i comuni secondo il livello della loro performance nel biennio 2019-2021 (Tab. 3). Abbiamo 25 comuni che si sono dimostrati antifragili, cioè hanno utilizzato a proprio favore le difficoltà generali apportate dal Covid-19. Un numero quasi pari di comuni (27) si è dimostrato robusto e un numero molto più elevato (154) “abbastanza robusto”, mentre i comuni fragili, che hanno perso tra il 25% e il 50% delle presenze turistiche, sono 211 e quelli che, seguendo la triade antifragilità, robustezza e fragilità, si trovano in una situazione di particolare fragilità sono 83. Ricordiamo che abbiamo considerato per queste elaborazioni i primi 500 comuni turistici del Paese.

Il concetto di fragilità, così come gli altri due della triade, sono da considerarsi non un giudizio di valore sulle destinazioni, ma semplicemente come la constatazione di come un evento improbabile, e naturalmente da nessuno previsto, abbia costituito un terribile e inedito “*stress-test*” per le destinazioni turistiche. È evidente che se ci fosse uno *stress-test* inedito, con un accadimento impreveduto, il tipo di fragilità, o di antifragilità manifestate sarebbero probabilmente diverso. In qualche modo anche l’invasione dell’Ucraina da parte della Russia rappresenta un “cigno nero”, anche se meno importante per il turismo del “cigno nero” per eccellenza rappresentato dall’epidemia del Covid-19. Con i dati del 2022 vedremo anche le conseguenze del conflitto sulle singole destinazioni turistiche e la loro capacità di dimostrarsi antifragile o meno su un vento di natura diversa, anche se ugualmente impreveduto.

Tab. 3 - Destinazioni turistiche italiane secondo il livello di risposta alla crisi

Tipologia della destinazione	Numero comuni	valore percentuale
Antifragile (+ presenze sul 2019)	25	5,0
Robusta (-5% presenze sul 2019)	27	5,4
Abbastanza robusta (-25% presenze sul 2019)	154	30,8
Fragile (perdita presenze dal 25% al 50%)	211	42,2
Molto fragile (perdita presenze oltre il 50%)	83	16,6
Totale comuni	500	100,0

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

Anche se le graduatorie sono realizzate sui primi 500 comuni turistici italiani, è evidente che le differenze tra un comune e l’altro, come peso turistico (vedremo anche quello), è notevole. Abbiamo perciò isolato quelle destinazioni che l’Istat definisce come “grandi città (con turismo multidimensionale)” per vedere le loro performance nel biennio. Si tratta in gran parte delle grandi città d’arte.

Firenze è la destinazione turistica che ha performato peggio nel biennio, con una caduta in due anni del 71,4% delle presenze turistiche (Tab. 4). Segue Roma non distante, con il 71,1%, e poi Napoli con il 64,0% e Milano (- 59,9%); leggermente meglio Venezia, che si è fermata al – 55,8%. Fra le grandi città quelle che hanno performato meno peggio sono: Genova, Bari, Palermo, Torino, Bologna, Catania e Verona. Si tratta di città che hanno un peso minore del turismo in generale, e ancora meno di quello internazionale. Dove il turismo ha una forte “dipendenza” dalle dinamiche internazionali, con una quota spesso maggioritaria di turismo straniero rispetto a quello nazionale, questa caratteristica che è sempre molto positiva, in questo caso ha mostrato una fragilità.

Se si scorre la classifica delle prime 200 destinazioni turistiche in base alla migliore performance nel biennio dell’epidemia, si scopre che alcune città medie sono andate meglio delle grandi destinazioni. Ad esempio, Ancora e Livorno fanno registrare rispettivamente un appena - 1,6% e un - 4,8%. Non male neppure Pesaro con - 12,6%, Ravenna con – 19,3%, Savona con – 20,1% e Pistoia con il – 21,3%. In sostanza, le città medie sono apparse o meno “pericolose”, o più affidabili, o semplicemente perché hanno una componente internazionale inferiore alle grandi. Vedremo che la componente turismo straniero rispetto al turismo domestico è una variante molto importante, ma non definisce al 100% la performance delle destinazioni turistiche. Savona, Ravenna, Pistoia hanno una percentuale di turismo straniero non disprezzabile. Comunque dedicheremo la prossima parte proprio ad analizzare distintamente le due componenti turistiche, quella italiana e quella straniera per capire come hanno inciso rispettivamente sull’andamento delle singole destinazioni turistiche.

Tab. 4 – Grandi destinazioni turistiche italiane secondo il livello d’impatto del Covid-19

Grandi destinazioni	variazione 2021-19	Grandi destinazioni	Variazione 2021-19
Firenze	-71,4	Catania	-44,2
Roma	-71,1	Bologna	-40,9
Napoli	-64,0	Torino	-39,1
Milano	-59,9	Palermo	-38,1
Venezia	-55,8	Bari	-31,9
Verona	-48,1	Genova	-25,1

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

IL MERCATO DOMESTICO

Analizziamo adesso la componente del mercato domestico. Dal totale generale prima visto eliminiamo la componente del turismo straniero. Vale a dire analizziamo il contributo dei turisti italiani (“residenti”) alle dinamiche nel biennio delle 500 destinazioni turistiche italiane. Anche in questo caso misuriamo le dinamiche del totale delle presenze turistiche dal 2019 alla fine del 2021 (Tab. 5).

Come si può vedere, sono molte le destinazioni turistiche italiane che nel biennio hanno accresciuto il numero delle presenze turistiche nazionali, nonostante l’epidemia. Abbiamo così Como in testa, che ha addirittura quasi triplicato la sua clientela nazionale (+ 181,2%). Anche Positano e Praiano, così come altre destinazioni della Costiera Amalfitana (Sorrento, Amalfi, Ravello), hanno accresciuto notevolmente la loro parte di presenze turistiche di italiani. Com’è noto, soprattutto nel 2020, ma anche nel 2021, la stragrande maggioranza degli italiani (ma analogamente hanno fatto anche i residenti negli altri paesi) ha preferito frequentare luoghi turistici all’interno del Paese. Nel complesso, le destinazioni turistiche nazionali che hanno visto crescere il numero di turisti italiani sono state 153 su 500. Se ne deduce che non tutte le destinazioni hanno tratto vantaggio da questa “forzata” scelta domestica dei turisti italiani. Diventa così interessante vedere le dinamiche delle preferenze all’interno di questa classifica che diversifica molto i risultati, passando dal quasi raddoppio di Como alle 347 destinazioni turistiche che hanno perso turisti italiani fino a un massimo di – 88,9%.

Tab. 5 – Andamento presenze turistiche degli italiani tra il 2021 e il 2019 (Top 20)

Comune	variazione 2021-19	Comuni	variazione 2021-19
Como	181,2	Castagneto Carducci	53,2
Positano	145,7	Sorrento	52,1
Praiano	105,5	Cannobio	47,7
Padenghe sul Garda	95,5	Pienza	46,6
Sciacca	83,4	Amalfi	46,5
Riomaggiore	80,8	Fermo	43,7
Termeno ssd vino/Tramin	67,7	Eraclea	42,2
Limone sul Garda	65,5	Montepulciano	40,9
Cefalù	59,7	Ravello	35,1
Porto Tolle	59,3	Ostuni	34,9

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

Una tendenza generale, che abbiamo già visto nella graduatoria generale, è la preferenza dei turisti italiani verso le località lacuali, perché oltre a Como, tra le prime 20 ci sono Padenghe sul Garda, Limone sul Garda, Cannobio, e ancora nelle prime 30 posizioni anche Malcesine e Manerba sul Garda.

Un “pienone” di turisti italiani, come si è detto, ha fatto la Costiera Amalfitana, che evidentemente ha saputo sostituire la caduta del turismo straniero, lì molto presente, con la componente italiana. Affiorano anche nelle prime posizioni destinazioni “minori” della Toscana come Pienza e Montepulciano, e in genere l’area meridionale della provincia di Siena e le destinazioni balneari della provincia di Grosseto. Da notare anche che la risposta all’epidemia è stata più pronta nelle destinazioni turistiche “dominate” dalla presenza alberghiera, perché si tratta di aziende che hanno un rapporto vivo, intenso sul mercato, a differenze di quelle dove “dominano” le case in affitto, le cui dinamiche sono più inerziali, e comunque lasciate all’iniziativa di singoli proprietari. Da aggiungere anche che molti proprietari di seconde case che generalmente mettono sul mercato degli affitti, in questi due anni le hanno usate con maggiore intensità per il loro uso personale, perciò le hanno tolte dal mercato. Queste due tendenze hanno così determinato che la risposta migliore la dessero le destinazioni con una relativamente maggiore presenza di alberghi. Vediamo adesso le dinamiche della componente straniera del mercato.

IL MERCATO ESTERO

Quando guardiamo al confronto nei due anni rispetto al turismo internazionale vediamo un quadro completamente diverso: solo 5 comuni su 500 hanno più presenze turistiche nel 2021 rispetto al 2019. Al primo posto c’è sempre Como, primato confermato anche sul turismo straniero, ma nel mentre su quello nazionale abbiamo registrato quasi un raddoppio, in quello internazionale siamo al + 22,9%. I comuni che hanno contenuto le perdite, ad esempio scendendo fino a un massimo del 25% rispetto al 2019, sono 65, perciò 430 comuni su 500 hanno registrato una caduta del turismo straniero oltre, e spesso ben oltre, il 25%, con 50 comuni che hanno perso oltre l’80% delle presenze turistiche straniere pre-covid.

Quando si analizzano le dinamiche interne delle destinazioni rispetto al turismo internazionale, a parte la posizione di Como, che sembra avere dinamiche positive di immagine, di percezione di valore, di *appeal*, sue proprie, osserviamo un peso ancora importante, ma minore, delle destinazioni lacuali rispetto a quello che abbiamo registrato per il turismo nazionale: sono “solo” due i comuni sul lago nelle prime 20 posizioni, comunque si tratta di una presenza consistente, perché le destinazioni lacuali sono in genere una parte minoritaria del mercato turistico italiano, mentre hanno un grande successo le destinazioni balneari con alcune caratteristiche: sono le più prossime rispetto ai paesi confinanti (si sottolinea che il mezzo di trasporto prevalente nel biennio è stata l’automobile, piuttosto che l’aereo o il

treno) come Sarzana, Sestri Levante, Finale Ligure e Chioggia; altre sono in posti “ai confini del mondo”, nel senso che si trovano geograficamente nei posti più lontani, ad esempio Ugento, all’estremo della provincia di Lecce; altre ancora sono legate ai porti, perché comunque un po’ di traffico di merci e di persone nei porti è continuato. Una parte rilevante nel contenimento della perdita delle presenze straniere la fa l’area dell’Alto Adige/Sud Tirolo, sia per la presenza nelle prime 20 posizioni di ben tre destinazioni: San Martino in Passiria, che ha perso solo l’1,9% delle presenze turistiche straniere, Appiano sulla Strada del Vino (- 6,3%) e Caldaro sulla Strada del Vino (- 12,7%). Inoltre, nelle prime 30 posizioni compaiono anche Termeno e Chiusa sempre in provincia di Bolzano. In questo caso sono scattati più elementi: la prossimità all’Austria; la montagna che è sembrata più sicura rispetto alle città e anche al mare; una sensazione di “rimanere a casa”, determinata dalla comune lingua tedesca, che naturalmente ha coinvolto anche i turisti dalla Germania (Tab. 6).

Tab. 6 – Andamento presenze turistiche degli stranieri tra il 2021 e il 2019 (Top 20)

Comune	variazione 2021-19	Comuni	variazione 2021-19
Como	22,9	Appiano ssd vino/Eppan	-6,3
Taranto	19,0	Castiglione della Pescaia	-9,7
Padenghe sul Garda	17,7	Scarlino	-10,0
Ugento	7,9	Chioggia	-11,2
Sarzana	7,0	Vieste	-11,3
Castagneto Carducci	-0,3	Finale Ligure	-11,9
Porto Azzurro	-1,6	Arco	-11,9
San Martino in Passiria/St. Martin	-1,9	Caldaro sulla strada del vino/Kaltern	-12,7
Manerba del Garda	-4,6	Sestri Levante	-12,9
Capoliveri	-5,7	Gargnano	-13,3

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

Finora abbiamo visto e analizzato la congiuntura del biennio 2019-2021, adesso vediamo qualcosa di più sulla “struttura” del turismo italiano visto attraverso le singole destinazioni turistiche. Come si è detto, spesso le analisi sono fatte o sul totale del Paese, o sulle regioni; si tratta, naturalmente, di analisi e dati molto utili, ma non sono sufficientemente dettagliate, perché nella stessa regione ci sono destinazioni grandi e piccole, connotate in maniera diversa (balneari, cittadine, montane, ecc.), e con mercati di riferimento molto diversi tra loro. Solo attraverso un’analisi al livello delle singole destinazioni turistiche

si riesce ad avere un quadro insieme più esaustivo e di dettaglio. D'altro canto l'unità di grandezza nell'industria del turismo è la destinazione: si va in vacanza avendo in testa (e nella pratica) una specifica destinazione. Anche quando si tratta di *tour* (che rappresentano comunque una minoranza) l'attenzione va alla "collezione" di destinazioni che si intendono visitare, piuttosto che un tutto generico dentro cui stare. In sostanza, la destinazione è il centro dell'universo turistico. Nella seconda parte analizzeremo alcuni dei dati più importanti al livello comunale, per dare una reale immagine dell'offerta turistica italiana.

Parte 2. La struttura turistica italiana

Il biennio definito dall'epidemia ha naturalmente scomposto tutta la geografia delle destinazioni turistiche, come abbiamo visto nelle pagine precedenti. Abbiamo trovato in testa alla classifica della congiuntura Como, e poi tutta una serie di piccole destinazioni. Questo è il quadro determinato dalla congiuntura, ma vale la pena fare un'analisi strutturale dell'offerta turistica italiana, realizzata attraverso le singole destinazioni turistiche.

Vedremo di seguito quali sono le destinazioni turistiche più importanti del Paese, come si distribuisce tra loro l'offerta ricettiva e anche un calcolo inedito di quello che possiamo definire il "rendimento interno" dell'industria dell'ospitalità, cioè delle destinazioni che riescono a creare, in termini proporzionali, cioè relativi, più ricchezza dal turismo.

Prima però di addentrarci in queste analisi facciamo una sorta "flashback" ritornando al periodo precedente lo scoppio dell'epidemia, per vedere le *performance* migliori delle singole destinazioni turistiche negli ultimi cinque anni che hanno preceduto il Covid-19.

L'ANDAMENTO PRE-COVID (2014-2019)

Per ottenere la stima migliore dell'andamento del mercato per le principali 500 destinazioni turistiche italiane negli ultimi cinque anni che hanno preceduto il Covid-19, cioè dal 2014 al 2019, abbiamo calcolato una regressione sulla serie storica dei dati relativi alle presenze turistiche. Il risultato è il coefficiente angolare della regressione che indica a quale ritmo annuale è cresciuto il mercato di ciascuna singola destinazione.

La città che è cresciuta di più nei cinque anni pre-covid è Roma, seguita da un insieme molto variegato di destinazioni turistiche di varia natura che possono così essere raggruppate: alcune destinazioni balneari, soprattutto della Puglia; altre due grandi città turistiche come Firenze e Milano; alcune città medie come Belluno, Arezzo e Bologna. Anzi, se una tendenza univoca può essere estratta dallo scorrere le prime 50 posizioni di questa classifica, è la grande presenza delle città, soprattutto di quelle medio-grandi. Abbiamo visto già Bologna, ma subito dopo i Top 20 troviamo Verona, Napoli, Rimini e Torino. E ancora Matera, Genova, Padova e Como (Tab. 7).

Si delinea perciò una crescita pressoché uniforme, ma soprattutto al centro-nord, delle città medie che affiancano alla normale attività economica anche un crescente flusso turistico. Per il resto ci sono meno uniformità, nel senso che coesistono sia comuni montani (soprattutto Alto Adige, Trentino e Val d'Aosta), sia comuni della Toscana "minori" e di altre regioni centrali del Paese.

Tab. 7 – Andamento presenze turistiche tra il 2014 e il 2019 (Top 20)

Comune	Tasso di variazione 2014-19	Comuni	Tasso di variazione 2014-19
Roma	6,1	Cremona	2,4
Monopoli	5,0	Oristano	2,3
Gioiosa Marea	4,6	Modica	2,1
Polignano a Mare	4,6	Firenze	2,0
Trani	3,7	Melendugno	1,7
Sirolo	3,1	Milano	1,6
Taranto	3,1	Porto Azzurro	1,4
Belluno	2,7	Porto Tolle	1,2
Venezia	2,6	Arezzo	1,1
Castagneto Carducci	2,4	Bologna	1,0

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

LA STRUTTURA MOLECOLARE DELL'OFFERTA TURISTICA

Quando si passa da entità regionali molto ampie alla struttura molecolare della rete delle destinazioni turistiche si ha un'esatta cognizione delle "forze in campo", cioè dell'insieme delle destinazioni turistiche che formano l'offerta del nostro Paese.

Perché è importante focalizzare l'attenzione sulle singole destinazioni turistiche? Per molte ragioni. La prima è che rappresentano il reale "prodotto" acquistato dall'ospite; la seconda è che nel mercato turistico funziona in maniera totalizzante la percezione del valore del *brand*, per cui l'Italia è un *brand*, ma anche ciascuna destinazione turistica, o almeno quelle più famose sono un *brand* esse stesse. Il mercato turistico è un mercato di *brand*, per cui Roma è un *brand*, Firenze, lo stesso, e così anche Como, Venezia, Capri e così via. L'*appeal* di una destinazione è il suo capitale sociale, e nessuna geografia amministrativa può cancellare o deviare la percezione sostanziale del turista, cioè della domanda; la terza ragione principale è che ogni *brand* ha la sua "personalità", il suo "messaggio" o, per dirla in un termine solo, il suo "*target*". Anche a prescindere dalla propria volontà.

Non possiamo avere un ranking dei *brand*, cosa che si può ottenere con altri tipi di analisi di carattere demoscopico, ma abbiamo una buona *proxy*, rappresentata dal numero di camere alberghiere presente in ogni destinazione turistica. La presenza degli alberghi è la prima traccia, o meglio la prima indicazione che lì, in quella destinazione, c'è una domanda turistica, cioè un certo numero di persone che potenzialmente vorrebbe visitarla. Spesso nelle statistiche dell'offerta turistica ci si sofferma su due dati: il numero degli alberghi e il numero dei posti-letto. In realtà, quello che si vende è la camera alberghiera, non il posto-letto, per cui le statistiche sui posti-letto sono vetuste e, per di più, imprecise, perché di fatto il numero dei posti letto è variabile (letti aggiunti, brandine, ecc.) Ovviamente conta il numero degli alberghi, ma la vera dimensione dell'offerta turistica è data dal numero delle camere alberghiere. Vediamo perciò il ranking relativo a quest'ultima.

Di gran lunga è Roma la destinazione turistica con la maggiore offerta, con 61mila camere alberghiere (Tab.8); al secondo posto, con circa la metà delle camere, è Rimini (34mila), seguita a breve da Milano, che offre 29mila camere. Venezia e Jesolo hanno rispettivamente circa la metà delle camere di Rimini e un quarto rispetto a Roma. Firenze è leggermente sotto le due destinazioni venete prima citate. Da notare che la Riviera Romagnola conta ben sei destinazioni fra le prime 20, anzi per essere più esatti, ben 6 tra le prime 11: oltre a Rimini, ci sono Cervia, Riccione, Bellaria, Cesenatico e Cattolica. Detto in altri termini, la Riviera Romagnola, se sommata, supera persino Roma e sta appena sotto la somma delle camere delle tre grandi città d'arte Roma, Firenze e Venezia.

Tab. 8 – Offerta di camere alberghiere (Top 20)

Comune	Offerta di camere alberghiere	Comuni	Offerta di camere alberghiere
Roma	61.321	Cattolica	9.277
Rimini	34.993	Torino	7.681
Milano	29.047	Bologna	6.616
Venezia	15.827	Lignano Sabbiadoro	6.463
Jesolo	15.730	Napoli	6.444
Firenze	14.661	Abano Terme	6.039
Cervia	14.162	Caorle	5.888
Riccione	13.073	Chianciano Terme	5.684
Bellaria-Igea Marina	11.352	San Michele al Tagliamento	5.303
Cesenatico	10.782	Sorrento	5.015

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

Un altro modo per misurare la consistenza, cioè il peso specifico di ogni singola destinazione turistica è di misurare, oltre che l’offerta turistica, anche la domanda, che nell’industria dell’ospitalità è rappresentata dal conteggio delle presenze turistiche, ovvero delle notti spese nella specifica destinazione durante l’anno. Prendiamo come riferimento il 2019, perché naturalmente i due anni successivi hanno sconvolto – come si è visto – il mercato. D’altro canto, i primi segnali del 2022 indicano che si sta rapidamente ritornando alla situazione precedente all’epidemia. Una volta concluso l’anno potremo vedere quanto, come e con quali differenze il 2022 ha riportato la situazione al 2019. Per adesso consideriamo il 2019 come l’anno di riferimento.

Come si può notare Roma mantiene il primato anche adottando la prospettiva della domanda turistica con 30milioni di presenze, seguita a distanza da Venezia con quasi 13milioni e Milano appena dopo (12milioni). Seguono poi Firenze, Rimini e Cavallino-Treporti, vicino a Venezia (Tab. 9). Non c’è una perfetta coincidenza tra offerta di camere e presenze, ma questo dipende molto anche dalla stagionalità, cioè dal differente periodo di apertura degli alberghi, soprattutto quelli balneari.

Tab. 9 – Totale presenze turistiche (Top 20)

Comune	Presenze turistiche	Comuni	Presenze turistiche
Roma	30.980.083	Riccione	3.632.025
Venezia	12.948.519	Torino	3.626.036
Milano	12.474.208	Lazise	3.606.249
Firenze	10.955.345	Lignano Sabbiadoro	3.495.091
Rimini	7.548.135	Cervia	3.468.948
Cavallino-Treporti	6.269.451	Cesenatico	3.403.237
San Michele al Tagliamento	5.851.482	Bologna	3.188.040
Jesolo	5.438.519	Sorrento	2.756.578
Caorle	4.319.483	Verona	2.743.943
Napoli	3.765.847	Ravenna	2.719.090

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

IL REDDITO INTERNO DEL TURISMO

Il turismo non viene considerato, in quanto tale, nella contabilità nazionale. C'è il settore alberghi e ristoranti, quello delle agenzie di viaggio, ma non c'è nessuna misura diretta di calcolo del reddito nazionale prodotto dall'industria dell'ospitalità. Naturalmente ci sono varie stime sia del suo contributo alla produzione della ricchezza nazionale, sia rispetto ai suoi notevoli effetti moltiplicativi.

Abbiamo il numero delle presenze turistiche che indicano un dato generale, vale a dire il numero di notti spese, ma non sappiamo il prezzo medio a cui queste notti vengono acquistate. Perciò se volessimo calcolare il reddito prodotto nel suo insieme dal turismo per ogni singola destinazione sarebbe molto difficile.

Abbiamo voluto fare un altro calcolo, molto importante, che possiamo definire del "rendimento interno" dell'industria dell'ospitalità, per ogni singola destinazione turistica. La differenza rispetto al reddito complessivo (di cui il numero delle presenze turistiche è in qualche modo valutabile come una *proxy*), è data dalla circostanza che in questo caso non è il totale che conta, ma la percentuale, in senso evocativo, di "valore aggiunto" che viene prodotto dalla singola unità. Avessimo i dati del rendimento interno medio di ogni camera alberghiera di ogni singola destinazione, quello sarebbe il valore. Ma questi dati non sono disponibili, allora abbiamo calcolato quello che, in qualche modo, possiamo definire l'impatto del valore aggiunto turistico sul reddito generale dei residenti nella destinazione.

In sostanza, abbiamo considerato per ogni destinazione turistica quanta parte dei suoi contribuenti (quota percentuale) dichiara un reddito elevato (maggiore di 55mila euro) sul totale dei contribuenti. Sappiamo benissimo che non tutti i contribuenti di una destinazione turistica lavorano direttamente nel settore, ma moltissimi ne sono influenzati in tanti modi. L'ipotesi perciò è che se una destinazione riesce a creare un "valore aggiunto" notevole, questo non potrà non diffondersi tra la popolazione. Si tratta di un indicatore, non molto di più, di qualcosa che oggi è impossibile calcolare. Di qui il suo valore.

L'indicatore si dimostra molto efficace, nonostante la sua metodologia molto più indiretta di quella che servirebbe. In sostanza, possiamo dire che Portofino è la destinazione turistica italiana dove si estrae *pro-capite*, il maggior "valore aggiunto" dell'industria dell'ospitalità (Tab. 10). Il concetto di valore aggiunto è messo nelle virgolette proprio perché non è esattamente la sua misura, ma in qualche modo la evoca e la approssima.

La lista dei comuni è una sorta di collana delle destinazioni più famose, quelle dove più intensa è la presenza degli alberghi, e all'interno di questi di quelli di maggiore pregio. Dopo Portofino c'è Milano,

poi Forte dei Marmi, Courmayeur, Camogli e addirittura tre destinazioni della provincia di Bolzano: Corvara in Badia, Selva di val Gardena e Appiano.

Il ranking dimostra, una volta di più, la capacità del fenomeno turistico in generale, e dell'industria dell'ospitalità in particolare, di diffondere reddito e benessere anche verso chi non è impegnato direttamente in questo settore dell'economia. Questo dipende sia dalla circostanza che il settore dell'ospitalità è un settore ad alta intensità di lavoro (perciò l'automazione può sostituire poco) e anche perché i settori economici che vi sono coinvolti sono molto ampi: dall'agricoltura all'edilizia; dai servizi professionali all'industria dei beni di consumo.

Tab. 10 – Contribuenti con reddito maggiore di 55mila euro sul totale contribuenti (Top 20)

Comune	Presenze turistiche	Comuni	Presenze turistiche
Portofino	17,0	Siena	9,5
Milano	13,1	Roma	9,4
Forte dei Marmi	12,6	Appiano sulla strada del vino	9,4
Courmayeur	12,0	Capri	9,4
Camogli	11,7	Positano	9,4
Corvara in Badia/Corvara	11,6	Bologna	9,0
Peschiera Borromeo	11,6	Pisa	8,9
Cortina d'Ampezzo	11,1	Sestriere	8,9
Selva di Val Gardena	9,9	Santa Margherita Ligure	8,8
Sauze d'Oulx	9,8	Cernobbio	8,8

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022

CONCLUSIONI

Scriviamo il report nel mese di luglio, quindi nel pieno dell'estate del 2022, quando il turismo sembra aver ripreso la sua consistenza pre-Covid: le destinazioni turistiche sono piene, gli aeroporti ancor di più e, complice il caldo straordinario di queste settimane, si ha proprio l'impressione che l'industria dell'ospitalità abbia ripreso a marciare ai ritmi del 2019.

In questo studio abbiamo cercato di capire quale sia stato l'impatto dell'epidemia sulle singole destinazioni turistiche. Troppo spesso si valutano i dati nazionali, o regionali, che nella loro ampiezza non riescono a mettere in luce le differenze interne, talvolta notevoli, se non notevolissime, che si riscontrano tra le singole destinazioni turistiche.

Abbiamo trovato una situazione estremamente differenziata:

- Come si rileva una delle poche, se non pochissime, destinazioni turistiche che ha addirittura guadagnato dal confronto tra il 2019 e il 2021, nel senso che ha avuto più presenze turistiche di due anni prima. Abbiamo usato per Como il concetto di antifragile, cioè di una entità che non solo risponde bene alla crisi, ma addirittura se ne avvantaggia. È evidente che per Como siamo in presenza di una crescita evidente del suo *appeal* in questi ultimi anni; la sua collocazione sul lago, tipologia molto preferita in questi due anni dai turisti; il suo essere "turismo di prossimità" per residenti in paesi stranieri. Quale sia l'esatto mix di elementi, certo è che Como esce bene dalla terribile congiuntura determinata dall'esplosione dell'epidemia;

- situazione opposta per le grandi città d'arte, che hanno accusato un colpo enorme, clamoroso, dall'epidemia, con cadute che al primo anno hanno toccato oltre il 70% e poi hanno lievemente migliorato nel secondo;

- ottime performance hanno avuto le località lacuali del nord del Paese, perché sono sembrate più affidabili, più "rarefatte", cioè con un minore carico antropico e più "lente", nel senso che nell'immaginario turistico sono sembrate più "fitting", cioè più aderenti ai tempi nuovi che si stavano realizzando;

- buona anche la risposta delle destinazioni montane, soprattutto della provincia di Bolzano, dove oltre la percezione della montagna come più rassicurante, vi è stata la capacità di contenere la perdita dei turisti stranieri che, invece, hanno quasi azzerato la loro presenza nelle grandi città;

- una capacità di contenimento, e talvolta anche di crescita, anche delle città media che, in qualche modo, hanno "sostituito" quelle più grandi, quando si è trattato comunque di scegliere per la vacanza un contesto urbano o per seguire una spiccata tendenza verso il turismo culturale.

La conclusione è che i due anni di epidemia non hanno colpito in maniera indistinta e totalizzante tutto il turismo italiano, ma lo hanno fatto con innumerevoli distinzioni, rispetto all'orografia delle destinazioni, rispetto alla loro ampiezza e rispetto alla percezione, a tratti insondabile, di differente sicurezza che l'una o l'altra ha fornito.

Sotto traccia, e talvolta anche in maniera evidente, si leggono trasformazioni e cambiamenti che disegnano un modo di concepire la vacanza estremamente flessibile, pronta a cambiare tipologia di

destinazione non appena vincoli o opportunità si presentano; a cambiare mezzo di trasporto; a cercare magari destinazioni “al confine del mondo” nell’immaginario, ma molto vicine fisicamente, com’è apparso in alcune delle scelte dei turisti che hanno più sorpreso. Siamo entrati in un’epoca di grande elasticità rispetto al tipo di vacanza e anche di grande volatilità delle posizioni conquistate. Tutto è in discussione, tutto è in cambiamento.

APPENDICE

Tab. 11 – Ranking delle destinazioni turistiche secondo la migliore *performance* 2019-2021

Comune	Tot. presenze 2019	Tot. presenze 2021	Variazione percentuale
Como	757.901	1.148.096	51,5
Padenghe sul Garda	191.739	269.884	40,8
Fermo	452.596	624.745	38,0
Castagneto Carducci	799.029	1.006.801	26,0
Manciano	178.469	212.174	18,9
Porto Cesareo	306.481	343.501	12,1
Sirolo	199.795	220.460	10,3
Ugento	759.282	806.024	6,2
Eraclea	495.225	523.957	5,8
Termoli	159.000	166.773	4,9
Favignana	208.358	218.400	4,8
Numana	616.612	643.412	4,3
Asiago	185.344	193.023	4,1
Gallipoli	509.586	525.603	3,1
Chioggia	1.376.237	1.415.488	2,9
Vieste	1.915.749	1.969.531	2,8
Potenza Picena	167.584	170.860	2,0
Roseto degli Abruzzi	487.239	493.902	1,4
Rodi Garganico	329.371	334.021	1,4
Cupra Marittima	281.520	285.073	1,3
Peschici	623.071	628.788	0,9
Scarlino	306.203	309.022	0,9
Bibbona	1.086.188	1.095.053	0,8
Porlezza	228.485	230.061	0,7
Rio	211.440	212.716	0,6
Manerba del Garda	593.277	592.262	-0,2
Porto Azzurro	216.884	215.946	-0,4
Porto Tolle	193.710	192.889	-0,4
Grosseto	1.125.514	1.115.275	-0,9
Capoliveri	997.182	987.615	-1,0

Taranto	264.083	260.657	-1,3
Savignano sul Rubicone	184.823	181.971	-1,5
Ancona	332.331	327.079	-1,6
Ostuni	410.669	403.746	-1,7
Albenga	461.783	453.127	-1,9
Portoferraio	562.332	549.234	-2,3
Mondolfo	175.749	171.597	-2,4
Martinsicuro	444.285	433.237	-2,5
Tortoli	602.866	587.477	-2,6
Massa	808.721	783.282	-3,1
San Martino in Passiria/St. Martin in Passeier	332.392	321.266	-3,3
Lerici	227.230	219.714	-3,3
Dormelletto	190.307	184.006	-3,3
Melendugno	502.977	486.058	-3,4
Ledro	356.543	344.443	-3,4
Castiglione del Lago	203.365	196.208	-3,5
Castiglione della Pescaia	1.506.463	1.445.818	-4,0
Fano	579.554	552.383	-4,7
Livorno	365.631	348.041	-4,8
Piombino	884.187	840.828	-4,9
Sestri Levante	398.740	378.651	-5,0
Tignale	256.453	243.743	-5,0
Calceranica al Lago	219.579	208.126	-5,2
Ceriale	190.182	180.353	-5,2
Civitanova Marche	173.962	164.349	-5,5
Cecina	627.456	590.119	-6,0
Gabicce Mare	563.060	528.708	-6,1
Comacchio	1.998.304	1.869.800	-6,4
Tortoreto	518.908	484.619	-6,6
Lavagna	207.927	193.876	-6,8
Marciana	227.952	210.444	-7,7
Passignano sul Trasimeno	179.658	165.767	-7,7
Nardò	259.000	237.977	-8,1
Formigine	157.557	144.485	-8,3
San Quirico d'Orcia	180.626	164.768	-8,8
Castellabate	171.024	155.882	-8,9
Funes/Villnöß	158.071	143.451	-9,2
Caorle	4.319.483	3.913.376	-9,4
Salò	191.028	172.229	-9,8

Belluno	175.193	157.915	-9,9
Arco	738.403	663.906	-10,1
Porto Recanati	475.540	427.508	-10,1
Appiano sulla strada del vino/Eppan	528.546	474.571	-10,2
Spotorno	251.156	225.341	-10,3
San Benedetto del Tronto	790.326	708.298	-10,4
San Leonardo in Passiria/St. Leonhard	314.278	281.741	-10,4
Alba Adriatica	489.281	437.678	-10,5
Gatteo	674.057	602.938	-10,6
Domaso	199.311	177.537	-10,9
Otranto	695.674	618.225	-11,1
Cavallino-Treporti	6.269.451	5.521.085	-11,9
Rosignano Marittimo	615.589	542.261	-11,9
Sarzana	189.253	166.461	-12,0
Mattinata	196.792	172.708	-12,2
Termeno sulla strada del vino/Tramin	188.304	164.742	-12,5
Pesaro	809.322	707.562	-12,6
Sessa Aurunca	328.416	287.116	-12,6
Grottammare	291.008	254.154	-12,7
Gargnano	178.507	155.780	-12,7
Brescia	641.130	558.675	-12,9
Maratea	244.369	212.608	-13,0
Villasimius	641.665	557.901	-13,1
Spoletto	239.963	208.519	-13,1
Senigallia	912.434	788.960	-13,5
Jesolo	5.438.519	4.694.759	-13,7
Rosolina	1.077.293	929.398	-13,7
Montepulciano	245.464	211.745	-13,7
Viareggio	1.037.111	893.697	-13,8
Monte Argentario	181.055	156.089	-13,8
Finale Ligure	767.506	660.188	-14,0
Urbino	587.560	505.291	-14,0
Brenzone sul Garda	428.545	368.664	-14,0
San Felice del Benaco	676.495	581.016	-14,1
Lignano Sabbiadoro	3.495.091	2.998.813	-14,2
Piacenza	277.086	237.222	-14,4
Cesenatico	3.403.237	2.903.667	-14,7
Cervia	3.468.948	2.956.250	-14,8
Caldaro sulla strada del vino/Kaltern an der Weinstraße	626.566	533.183	-14,9

Montalcino	183.451	156.177	-14,9
Porto Sant'Elpidio	350.451	297.723	-15,0
Montesilvano	511.249	434.077	-15,1
Pineto	332.198	281.707	-15,2
Monza	251.961	213.120	-15,4
Chiusa/Klausen	181.237	152.916	-15,6
Marlengo/Marling	230.768	194.305	-15,8
Massa Marittima	157.882	132.609	-16,0
Lana/Lana	615.067	515.769	-16,1
Parcines/Partschins	310.181	260.070	-16,2
Moneglia	179.775	150.700	-16,2
Campo nell'Elba	542.689	453.117	-16,5
Naturno/Naturns	494.402	411.424	-16,8
San Mauro Pascoli	243.743	202.438	-16,9
Faenza	157.100	130.527	-16,9
Malcesine	1.130.236	936.516	-17,1
Laces/Latsch	269.425	223.321	-17,1
Levanto	352.332	290.407	-17,6
Monfalcone	233.805	192.558	-17,6
La Maddalena	223.926	184.534	-17,6
Bardolino	2.101.596	1.727.860	-17,8
Misano Adriatico	828.304	680.678	-17,8
San Vincenzo	1.198.640	984.353	-17,9
Scena/Schenna	1.055.167	866.799	-17,9
Giulianova	535.089	439.569	-17,9
Iseo	372.439	305.918	-17,9
Lazise	3.606.249	2.957.876	-18,0
Valle di Casies/Gsies	266.215	218.125	-18,1
Terni	214.678	175.676	-18,2
Ventimiglia	171.708	140.380	-18,2
Monteriggioni	156.457	128.019	-18,2
Porto San Giorgio	161.956	132.320	-18,3
Riccione	3.632.025	2.962.870	-18,4
Lipari	413.661	337.467	-18,4
Tirolo/Tirol	836.565	682.188	-18,5
Imperia	209.988	171.193	-18,5
Lagundo/Algund	576.971	469.152	-18,7
Pienza	158.867	129.218	-18,7
Auronzo di Cadore	316.453	256.951	-18,8

Cannobio	298.357	242.060	-18,9
Forlì	222.516	180.235	-19,0
Ravenna	2.719.090	2.194.639	-19,3
Orbetello	1.165.731	940.947	-19,3
Castiadas	314.513	253.409	-19,4
Imola	198.337	159.954	-19,4
Bellaria-Igea Marina	2.216.032	1.780.397	-19,7
Bari Sardo	171.949	138.018	-19,7
Ginosa	162.480	130.529	-19,7
Laigueglia	198.605	159.310	-19,8
Follonica	549.142	440.121	-19,9
San Giuliano Terme	401.209	321.286	-19,9
Rapallo	282.734	226.482	-19,9
Monopoli	442.818	354.153	-20,0
Sciacca	287.640	229.965	-20,1
Savona	224.779	179.682	-20,1
Foligno	201.710	160.886	-20,2
Silvi	294.286	233.811	-20,5
San Michele al Tagliamento	5.851.482	4.632.666	-20,8
Bernalda	241.746	191.519	-20,8
Cattolica	1.848.353	1.459.013	-21,1
Prato allo Stelvio/Prad am Stilfserjoch	192.948	152.290	-21,1
Trapani	187.640	147.816	-21,2
San Bartolomeo al Mare	318.653	250.719	-21,3
Pistoia	150.580	118.478	-21,3
La Spezia	545.406	427.385	-21,6
Domus de Maria	160.479	125.838	-21,6
Camerino	294.951	230.559	-21,8
Brindisi	186.872	145.751	-22,0
Silandro/Schlanders	167.276	130.440	-22,0
Avelengo/Hafling	329.954	256.815	-22,2
Tremosine sul Garda	280.785	218.562	-22,2
Toscolano-Maderno	473.437	366.009	-22,7
Oristano	153.926	118.874	-22,8
Dorgali	389.815	300.101	-23,0
Badesi	245.331	188.959	-23,0
Gardone Riviera	241.182	185.536	-23,1
Moniga del Garda	570.150	437.673	-23,2
Sirmione	1.209.423	928.012	-23,3

Lecce	710.707	544.832	-23,3
Villabassa/Niederdorf	163.587	125.534	-23,3
Pieve Emanuele	385.572	294.460	-23,6
San Vito Lo Capo	536.856	409.568	-23,7
Renon/Ritten	411.863	314.076	-23,7
Castellaneta	343.669	261.747	-23,8
Carovigno	549.789	418.630	-23,9
Zambrone	242.015	184.103	-23,9
Camaiole	565.166	429.470	-24,0
Capalbio	170.028	129.022	-24,1
Desenzano del Garda	881.502	666.982	-24,3
Nova Siri	454.751	344.414	-24,3
Limone sul Garda	1.167.770	881.130	-24,5
Riva del Garda	1.590.189	1.198.418	-24,6

Fonte: Elaborazione Sociometrica, su dati Istat, 2022