

6 settembre 2018



Corriere del Veneto – Ed. Padova e Rovigo

Ufficio Stampa Consorzio Bibione Live  
0432 1746101  
[press.office@bibione.com](mailto:press.office@bibione.com)

# Il G20 Veneto batte Romagna ma per gli esperti c'è il rischio «overtourism» delle spiagge

**BIBIONE** Se gli Stati generali della montagna li organizza il ministero per le Autonomie alla volta di metà ottobre, le spiagge pigliatutto in Italia se li sono organizzati da sé. A **Bibione** ieri si è aperto il G20s, summit delle venti località marine italiane prese d'assalto, ogni anno, da milioni di vacanzieri. Operatori economici, amministrazioni ed esperti di turismo affrontano una tre giorni articolata in cui croci e delizie del settore si intrecciano. Decine di tavoli di lavoro punteranno oggi sugli argomenti più disparati, dalla gestione dei rifiuti alle infrastrutture, dalle ciclabili alla tutela ambientale. Anche se, il tema che su tutti emerge è il turismo che cambia. Che vuole esperienze e non cartoline. I numeri, però, sono quelli di

un turismo cannibale: il Veneto, anche senza contare il piazzamento delle «cugine» friulane Lignano Sabbiadoro e Grado, contende il primato assoluto alla Riviera Romagnola.

Ad esempio, Cavallino-Treporti, mecca di campeggiatori e camperisti, si piazza al secondo posto dopo Rimini (oltre 7 milioni di turisti l'anno) con la ragguardevole cifra di 6 milioni. Numeri alla mano, sommando Cavallino cui seguono Jesolo (5,3 milioni), **Bibione** (5,3 milioni), Caorle (4,2 milioni) e, al diciassettesimo posto Chioggia e Sottomarina (1,3 milioni) si superano i 22 milioni di turisti l'anno. L'intera Riviera Romagnola, da Rimini a Cattolica passando per Riccione, Cervia, Cesenatico e Bellaria, arriva ai 20 milioni.

Numeri monstre che fanno gridare al miracolo turistico dell'Adriatico, certo, ma, in realtà, sono numeri che pongono anche una serie di criticità da superare. Non ultima quella della cosiddetta «densità turistica» nei piccoli centri. E per piccoli centri si intende pure Venezia, che piccola - tecnicamente - lo è davvero. A spiegare cos'è l'overtourism è Jan Van Der Borg, docente di Turismo a Ca' Foscari.

«Nel mondo del turismo - spiega Van Der Borg - il problema dell'alta densità è il tema chiave in questo momento. Il rischio è che con la crescita ulteriore della domanda

turistica mondiale non solo Venezia o Cortina rischiano di non farcela ma anche le località di mare». E i sintomi, secondo Van Der Borg, sono chiarissimi: «Il costo per la collettività che cresce e che spesso è persino difficile da misurare ma anche, più banalmente, la difficoltà a fare la spesa sotto casa perché tutto si trasforma in nome delle necessità dei visitatori o le file interminabili per salire sui mezzi pubblici fino alle manifestazioni più estreme, come a Barcellona che si è ribellata al grido di "tourism is terrorism"».

L'aspetto forse più curioso, sia per i centri storici che per le spiagge, è che il sovraffollamento infastidisce tanto il residente quanto lo stesso turista. A ricordare come ormai il «turismo esperienziale» sia la nuova frontiera è Mara Mamente, direttore di Ciset: «Il turista cerca un'esperienza quando viaggia, un contatto con l'autenticità del luogo che ne racconti l'essenza». Le orde di turisti, però, sono un ostacolo evidente a un'esperienza autentica. E allora che si fa? «La risposta è un cambiamento del business model, - continua Van Der Borg - che deve coinvolgere imprese, abitanti e amministratori». E a questo punto non manca neppure un inserto polemico nei confronti della Regione Veneto: «Ricordo assessori che definivano una crescita del turismo al

7% come un successone. Ma bisogna capire quanto ci costa una crescita del 7%. Cosa ci ha portato via? Cosa ci abbiamo perso? Ecco, forse è ora di smetterla di perseguire numeri sempre maggiori di visitatori». E allora si deve individuare un target ben preciso di turisti da attrarre, anche attraverso un'analisi certosina dei social media perché, conclude il professore: «Le statistiche classiche ormai lasciano il tempo che trovano, è sui social che capiamo come chi è olandese come me si aspetta piste ciclabili serie come requisito minimo e, invece, a Mestre come in Riviera del Brenta, non le trova».

Manente, invece, si è rivolta principalmente a stakeholders e governance, insomma, a chi il turismo lo fa di mestiere e a chi governa località che di turismo vivono. «L'Europa, con progetti come Bluemed sui monitoraggi flessibili - ha ricordato il direttore del Ciset - sta puntando molto sui temi delle competenze e della governabilità come vie maestre per raggiungere un alto livello qualitativo e ricordo che in Italia oltre il 65% delle presenze sono in aree costiere». Italo Candoni, vicepresidente Confindustria Veneto, poi, ha ribadito come il turismo sia impresa a tutti gli effetti, con la necessità di avere una politica industriale. Mentre un ministero dedicato, per ora, resta nel libro dei sogni. Tocca accontentarsi dell'accorpamento col dicastero all'Agricoltura.

## I LIDI PIÙ GETTONATI D'ITALIA

Numero presenze in milioni l'anno

1	Rimini	7,09
2	Cavallino-Treporti	6,02
3	Jesolo	5,35
4	Bibione	5,32
5	Caorle	4,28
6	Riccione	3,54
7	Lignano Sabbiadoro	3,50
8	Cervia	3,43
9	Cesenatico	2,93
10	Sorrento	2,42
11	Bellaria - Igea Marina	2,14
12	Comacchio	2,06
13	Vieste	1,93
14	Cattolica	1,84
15	Castiglione della Pescaia	1,40
16	Forio	1,32
17	Chioggia	1,31
18	Ischia	1,31
19	Grado	1,23
20	Arzachena	1,14

■ Spiagge venete  
■ Altre spiagge italiane

Fonte: Istat, Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi

L'Ego