



Milano nell'era dell'overtourism: analisi della pressione turistica percepita dai cittadini



MILANO NELL'ERA DELL'OVERTOURISM: ANALISI DELLA PRESSIONE TURISTICA PERCEPITA DAI CITTADINI

A cura di The Data Appeal Company e Doxa

Introduzione

The Data Appeal Company & Doxa: la partnership

Milano come caso studio: un'analisi integrata

Capitolo 1

La percezione della pressione turistica nei municipi di Milano

1.1 Metodologia e KPI

1.2 L'indice di pressione turistica percepita: i risultati dell'indagine

1.3 La natura dei Punti di Interesse presenti nei municipi e la loro correlazione alla pressione turistica percepita

Capitolo 2

La prospettiva dei residenti

2.1 Metodologia e KPI

2.2 L'indice della qualità della vita percepito dai residenti di Milano

2.3 Il ruolo del turismo: tra valore e disvalore

Capitolo 3

L'integrazione delle due prospettive

MUNICIPIO 6 – BARONA / LORENTEGGIO / NAVIGLI:
esempio riuscito di equilibrio urbano

MUNICIPIO 3 - CITTÀ STUDI / LAMBRATE / PORTA VENEZIA:
quando cultura e movida generano troppo stress

MUNICIPIO 7 – BAGGIO / DE ANGELI / SAN SIRO: spazi verdi, ottimi trasporti e pochi turisti garantiscono la vivibilità

MUNICIPIO 5 – VIGENTINO / CHIARAVALLE / GRATOSOGLIO: la necessità di riqualificare e connettere

Conclusioni

Introduzione

Oggi il fenomeno della pressione turistica eccessiva rappresenta un ostacolo per il benessere di numerose destinazioni italiane. Venezia, le Cinque Terre, Firenze e Roma sono solo alcune delle mete sottoposte a maggiore stress, in cui **la qualità della vita per i residenti spesso risente del sovraffollamento e della concentrazione di flussi in determinati periodi o lungo tutto il corso dell'anno.**

L'esposizione costante a tale fenomeno, conosciuto a livello mediatico come “**overtourism**”, ha generato uno scenario complesso e diversificato per ciascuna destinazione e per la stessa comunità locale.

Urge pertanto compiere uno sforzo per preservare l'equilibrio sociale, economico e ambientale.

In questo contesto, **The Data Appeal Company e Doxa** hanno costruito un'analisi congiunta sulla città di Milano, con l'obiettivo di esplorare le correlazioni tra la percezione della qualità della vita e della pressione turistica da parte sia dei visitatori che dei residenti.

I risultati dell'indagine sono stati raccolti in questo white paper pensato per fornire una chiave di lettura a destinazioni, istituzioni e territori di entità diverse, per affrontare la problematica con maggiore consapevolezza e valutare strumenti e strategie atti a ricostituire **un turismo più equilibrato, che generi benessere e soddisfazione sia per i visitatori che per i residenti.**

The Data Appeal Company & Doxa: la partnership

Per offrire a istituzioni e stakeholder del turismo strumenti che aiutino ad affrontare temi come la percezione della qualità della vita e della pressione turistica, The Data Appeal Company e Doxa hanno intrapreso **una collaborazione innovativa, unendo le loro competenze per sviluppare un approccio analitico integrato.**

L'obiettivo di questa iniziativa è fornire una **comprensione multidimensionale** della percezione della pressione turistica, combinando dati puntuali di natura qualitativa, quantitativa e le opinioni dei residenti.

Questa sinergia ha portato alla creazione di un **metodo replicabile** che consente di osservare come viene percepito il turismo da diverse angolazioni, specialmente riguardo tematiche come il sovraffollamento o la gentrificazione. Il modello proposto non si limita a descrivere il fenomeno intrinseco per la città di Milano, ma funge da **pilota per altre destinazioni che desiderano affrontare in modo efficace le sfide legate ad una gestione di qualità dei flussi.**

Milano come caso studio: un'analisi integrata

L'analisi condotta su Milano si basa sull'osservazione dell'impatto del turismo attraverso una doppia angolatura. Da un lato, **The Data Appeal Company** ha monitorato e interpretato tutti gli **indicatori di pressione turistica**: la concentrazione dei visitatori (indice di popolarità), il tasso di saturazione degli affitti brevi e la loro concentrazione spaziale, il numero di recensioni pubblicate sul web e l'indice di stagionalità.

Dall'altro, **Doxa** ha condotto un'indagine sul **percepito dei residenti**, per comprendere come la popolazione locale viva l'evoluzione della propria città, in termini di qualità della vita, vivibilità quotidiana e sostenibilità.

L'analisi integrata ha consentito di esplorare in profondità la **relazione tra pressione turistica e benessere percepito dei residenti**, e comprendere quanto e come il turismo incida sulla qualità della vita urbana: **è percepito come una risorsa o come una fonte di disagio? La convivenza tra residenti e visitatori è in equilibrio o tende a generare frizioni?**

Milano, in questo senso, diventa un **laboratorio di osservazione privilegiato**, utile per comprendere dinamiche sempre più comuni anche ad altre città italiane. Hub culturale e turistico di fama internazionale, secondo i dati del The Economist nel 2023 Milano è risultata terza città al mondo per rapporto tra arrivi e residenti.

Questo approccio ha consentito di trasformare dati e percezioni in uno strumento di lettura strategico a supporto delle politiche pubbliche e delle scelte di pianificazione turistica. Non si tratta solo di misurare l'impatto, ma di orientare le decisioni verso un **modello di turismo più sostenibile, inclusivo e coerente con il benessere della comunità locale**.

La percezione della pressione turistica nei municipi di Milano

A cura di The Data Appeal Company

L'obiettivo dell'analisi condotta da Data Appeal è rilevare il **livello della percezione della pressione turistica sulla città di Milano** e come varia in ciascun municipio della città.

L'analisi si compone di due punti di vista:



Saturazione delle strutture ricettive non tradizionali (ossia affitti brevi) disponibili sui canali OTA (come Booking, Expedia, ecc.). In questo caso, è stato rilevato il numero di strutture che i visitatori possono trovare sul territorio meneghino, le tariffe e la saturazione stessa.

La scelta di monitorare in particolare le performance degli affitti brevi ricade sull'evidenza dell'uso diffuso e sempre più crescente di piattaforme come Airbnb o Booking per la prenotazione di stanze, appartamenti, o case intere per brevi periodi. Un fenomeno che si verifica nelle aree centrali delle città e che oggi viene spesso associato all'aumento dei costi di affitto, allo spostamento dei residenti dal centro verso le periferie, e alla pressione sulle infrastrutture locali, compromettendo così la percezione della qualità della vita urbana.



Reputazione del territorio (Sentiment analysis), ossia la percezione espressa dagli utenti online sui punti di interesse visitati (es: ristoranti, attrazioni, musei, ecc.). Gli utenti, dunque, possono includere sia i viaggiatori che i residenti, con una accentuazione verosimile sui turisti, soprattutto per i punti di interesse relativi alla ricettività.

Se il primo punto di vista dà un'idea della pressione del settore degli affitti brevi sulla città, e quindi indirettamente dell'impatto che i flussi turistici possono avere sul tessuto urbano, dall'altro lato l'analisi reputazionale ci consente di ottenere una panoramica sull'attrattività della città e sulla qualità della sua offerta.

Questa indagine è stata realizzata attraverso la **combinazione di indici di performance e di dati di natura qualitativa proprietari**, basati sulla raccolta ed elaborazione delle tracce digitali prodotte dai visitatori sul territorio meneghino.

Le fonti considerate per la raccolta delle recensioni – supportata da processi guidati da **Intelligenza Artificiale** - sono circa 130, tra cui Tripadvisor, Booking.com, Expedia, Airbnb, Google e The Fork.

1.1 Metodologia e KPI

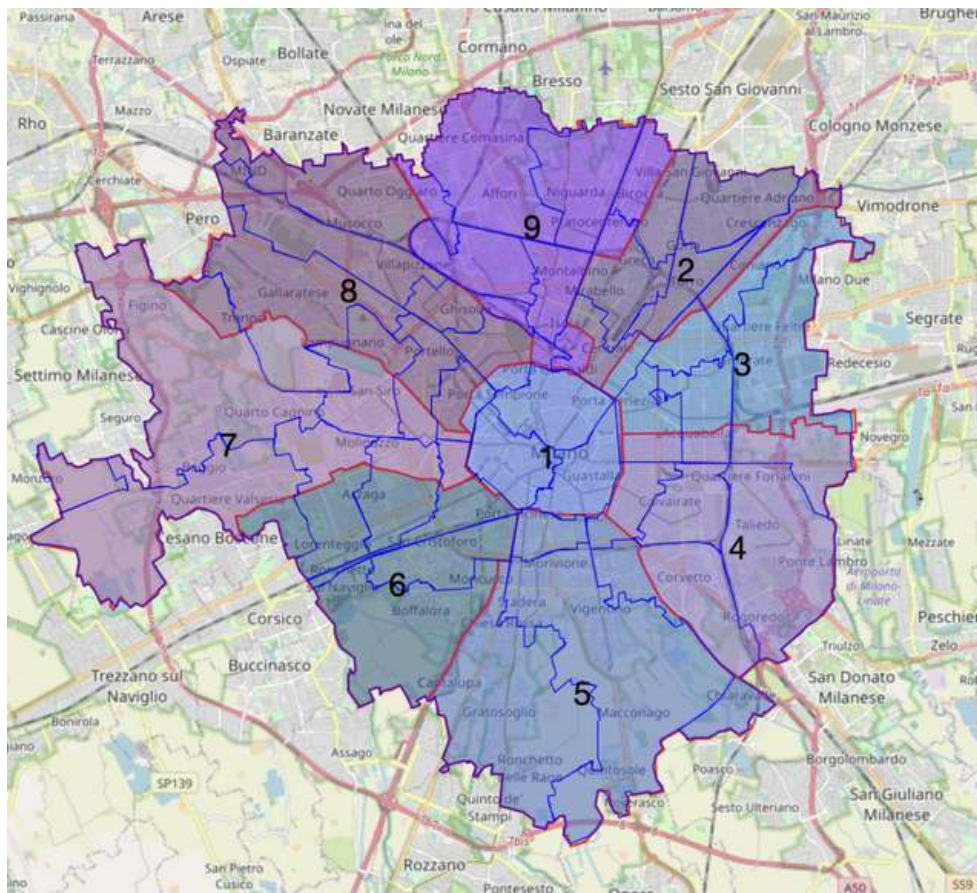
The Data Appeal Company ha costruito l'analisi degli effetti della percezione della pressione turistica nella città di Milano attraverso metriche proprietarie sintetizzate in **indicatori di performance specifici (KPI)**, consultati considerando sia i singoli municipi, che l'intera area urbana.

Tutti i dati raccolti sono relativi all'anno 2024 (gennaio-dicembre).

Il comune di Milano risulta oggi suddiviso nei seguenti municipi:

M1 - Centro Storico
M2 - Stazione Centrale / Gorla / Turro / Crescenzago
M3 - Città Studi / Lambrate / Porta Venezia
M4 - Vittoria / Forlanini
M5 - Vigentino / Chiaravalle / Gratosoglio

M6 - Barona / Lorenteggio
M7 - Baggio/ De Angeli/ San Siro
M8 - Fiera/ Gallarate/ Quarto Oggiaro
M9 - Stazione Garibaldi/Niguarda



Oltre alla variabile geografica, in alcuni casi i KPI sono stati considerati solo in riferimento a una precisa industry – ossia un settore commerciale correlato all’ambito turistico – come illustrato di seguito.

1 - Analisi della saturazione OTA (affitti brevi): i KPI

La saturazione OTA

La saturazione OTA misura il rapporto tra offerte disponibili e il totale delle offerte vendute (o non più disponibili) sui canali delle Online Travel Agencies (come Booking.com) scansionati giornalmente da Data Appeal. La Industry Affitti Brevi, secondo la classificazione di Data Appeal, comprende: appartamenti vacanze, case o appartamenti (singoli), affittacamere.

Tariffe OTA (Affitti Brevi)

In correlazione all'indice di Saturazione, è stato considerato il valore delle tariffe OTA per il mercato degli affitti brevi.

Questo indice raccoglie le tariffe minime, medie e massime disponibili sulle varie piattaforme di distribuzione online, considerando i prezzi rilevati per il soggiorno in una stanza matrimoniale doppia per una notte. Le tariffe OTA consentono quindi di monitorare e confrontare l'andamento dei prezzi nel mercato dell'ospitalità e degli alloggi, elaborando i dati pubblicamente disponibili su queste piattaforme.

Numero di strutture adibite ad affitti brevi

Per poter ottenere una panoramica sulla distribuzione degli affitti brevi sul territorio meneghino, è stato valutato il numero dei Punti di Interesse (POI) disponibili online legati a questa categoria di mercato. In questo modo, è stato possibile comprendere l'entità del settore sul territorio.

2 - Analisi Reputazionale: i KPI

Area Popularity Index

L'Area Popularity Index misura la popolarità di un territorio, mettendo in relazione il volume di tutte le attività presenti (Punti di Interesse - POI) con quello delle tracce digitali, e la relativa percezione da parte dei visitatori (Sentiment). Tale indice è calcolato su di una scala da 0 a 120.

L'indice permette di monitorare in tempo reale quali sono i POI più rilevanti e, quindi, l'affluenza nell'area di riferimento. Tale indicatore può considerarsi dunque un proxy per rilevare le presenze e dedurre il livello di frequentazione per le aree o i settori legati al turismo.

In questo caso, l'indice è stato valutato sull'area complessiva della città, in riferimento ai seguenti ambiti: Ricettività tradizionale, Affitti Brevi, Trasporti, Intrattenimento, Locali e Ristorazione, Attrazioni.

Seasonal Balance

Il Seasonal Balance valuta l'equilibrio della domanda turistica durante tutto l'anno in una determinata destinazione, nonché la stagionalità dei flussi.

L'indice, calcolato su una scala da 0 a 100, si basa sulla distribuzione delle tracce digitali nel corso dell'anno e misura la frequenza e la concentrazione delle visite sul territorio. In questo modo, identifica la misura in cui il turismo è soggetto a maggiore o minore stagionalità. Se il Seasonal Balance è alto, i flussi turistici sono distribuiti equamente nel tempo e sul territorio, come spesso accade nelle aree metropolitane. Quanto più si riduce, tanto più la località è dipendente da un'eccessiva concentrazione in un breve periodo dell'anno, come può accadere alle aree balneari.

Volume delle tracce digitali

Il volume delle tracce digitali considera l'insieme dei contenuti online, come commenti e recensioni, scritti dalle persone in rete. Tali informazioni costituiscono le fondamenta della reputazione digitale dell'area in oggetto, nonché della percezione della qualità dei servizi e dei luoghi in un territorio.

1.2 L'indice di pressione turistica percepita: i risultati dell'indagine

Per ottenere una misurazione obiettiva e più esplicativa della condizione dei singoli municipi in relazione al fenomeno della pressione turistica percepita, sono stati ponderati tutti i KPI elencati sopra fino a ottenere un **indice sintetico di pressione turistica percepita**, con specifiche categorie di valutazione di valore: alto (10); medio-alto (tra 6 e 10); medio-basso (tra 4 e 6); basso (tra 0 e 4).

Grazie all'indice, è possibile comprendere com'è percepito il volume dei flussi di visitatori da parte degli utenti e dei visitatori stessi sul territorio. **Se l'indice ha un valore alto, significa che la pressione turistica è molto percepita dai visitatori/utenti**; se basso, significa che la pressione turistica è poco o affatto percepita dai visitatori/utenti.

Vediamo qual è l'indice di pressione turistica percepita in ogni singolo municipio:

QUARTIERE	INDICE DI PRESSIONE TURISTICA PERCEPITA
M1 - Centro Storico	Alto
M3 - Città studi / Lambrate / P.ta Venezia	Medio-alto
M2 - Stazione Centrale / Gorla Turro / Crescenzago	Medio-alto
M6 - Barona / Lorenteggio / Navigli	Medio-alto
M8 - Fiera / Gallarate / Quarto Oggiaro	Medio-basso
M9 - Stazione Garibaldi / Niguarda	Medio Basso
M7 - Baggio / De Angeli / San Siro	Basso
M4 - Vittoria / Forlanini	Basso
M5 - Vigentino / Chiaravalle / Gratosoglio	Basso



Se escludiamo il Municipio 1 che è l'area per antonomasia in cui i flussi turistici sono predominanti, **il Municipio 3 (Città Studi / Lambrate / P.ta Venezia), il Municipio 2 (Stazione Centrale / Gorla / Turro / Crescenzago) e il Municipio (Barona / Lorenteggio/Navigli) risultano le aree più esposte alla pressione turistica.** Si tratta, infatti, di aree che tendenzialmente attraggono molti visitatori, o che sono di snodo rispetto all'accesso al centro storico.



Il Municipio 7 (Baggio/ De Angeli/ San Siro) e il Municipio 5 (Vigentino / Chiaravalle / Gratosoglio), più periferici registrano l'indice di pressione turistica percepita più basso.



Il Municipio 4 (Vittoria / Forlanini), nonostante sia considerato centrale perché comprensivo del quartiere Porta Romana, mantiene una distribuzione dei flussi equilibrata grazie alla sua estensione.



1.3 La natura dei Punti di Interesse presenti nei municipi e la loro correlazione alla pressione turistica percepita

Per poter ottenere una panoramica sulla struttura del territorio, è stata indagata anche **la natura delle attività commerciali e dei luoghi fisici maggiormente recensiti** all'interno dei municipi che hanno ottenuto il punteggio di pressione turistica percepita maggiore e minore. Segue una descrizione complementare all'indagine condotta da Doxa, e alla correlazione delle evidenze tra le ricerche svolte.



MUNICIPIO 1 - Centro Storico: è il quartiere che comprende il Duomo, la Galleria Vittorio Emanuele, la Pinacoteca di Brera, il Castello Sforzesco e altri luoghi rappresentativi del centro cittadino. Quest'area è caratterizzata prevalentemente dalla presenza di attrazioni come quelle sopracitate (ossia musei, chiese, basiliche) e spazi verdi come i Giardini Indro Montanelli e Parco Sempione. Le categorie di Punti di Interessi rilevate riguardano principalmente la ricettività e la ristorazione. **Il Municipio 1 ha ottenuto il punteggio di pressione turistica percepita maggiore tra tutti i municipi, considerata la sua vocazione turistica.**



MUNICIPIO 3 - Città Studi / Lambrate / P. ta Venezia: un quartiere che si presenta eterogeneo: da un lato, un punto di riferimento per l'area universitaria di Città Studi in cui ha sede anche un distaccamento del Politecnico di Milano; dall'altro, un'area in cui attività legate soprattutto a intrattenimento, locali e ristorazione si concentrano tra Porta Venezia e Lambrate. L'area verde più estesa qui è quella di Parco Lambro. Anche in questo caso, sono ricettività e ristorazione a farla da padrone nella composizione del territorio. Il Municipio 3 ha ottenuto un punteggio medio alto di percezione della pressione turistica.



MUNICIPIO 6 - Barona / Lorenteggio/Navigli: raccoglie il perimetro dell'area attorno al Naviglio Grande e al Naviglio Pavese, assieme a municipi periferici, come Barona e Lorenteggio. Il quartiere è connotato da una ricca presenza di verde urbano, grazie ai parchi che si estendono ai confini del quartiere con l'area extraurbana. In questo caso, sono soprattutto le attività di ristorazione ad emergere. **Municipio 6 ha ottenuto un punteggio medio-alto secondo il ranking della percezione della pressione turistica.**



MUNICIPIO 7- Baggio/ De Angeli/ San Siro: contiene un'area a vocazione principalmente residenziale, ricca di palazzi storici, assieme allo Stadio San Siro e al quartiere della periferia occidentale Baggio. Il Boscoincittà e il Parco delle Cave rendono questo spicchio della città più verde. Ricettività e ristorazione sono, anche in questo caso, i settori prevalenti. **Il punteggio della percezione della pressione turistica nel Municipio 7 è inferiore alla media, attestandosi su un ranking medio-basso.**



MUNICIPIO 5 - Vigentino / Chiaravalle / Gratosoglio: è caratterizzato dalla presenza dell'Università Bocconi assieme a una vasta area residenziale, punteggiata da aree verdi e parchi (come il Parco della Vettabbia e Alessandro Ravizza). I luoghi legati all'intrattenimento passano in secondo piano, lasciando spazio soprattutto a locali per la ristorazione e strutture ricettive. **Anche il Municipio 5 si attesta su un livello piuttosto basso di indice di pressione turistica.**

La prospettiva dei residenti

A cura di Doxa

2.1 Metodologia e KPI

Per contribuire alla riflessione su questi temi, Doxa ha condotto una survey tra i residenti della città di Milano, con l'obiettivo di **esplorare il loro punto di vista sulla qualità della vita e sul ruolo del turismo nel contesto urbano**.

L'indagine è stata realizzata tra **luglio e settembre 2024** su un campione di 506 residenti, attraverso un questionario online somministrato a un panel web. Lo scopo era quello di raccogliere in modo strutturato le percezioni dei cittadini: **cosa funziona e cosa non funziona nella città, quali aspetti incidono sulla qualità della vita e, in particolare, che impatto ha il fenomeno turistico su queste dinamiche**.

Di norma, il turismo viene analizzato quasi esclusivamente dal punto di vista del visitatore, mentre il **punto di vista del residente** resta spesso marginale. Con questa ricerca, si vuole colmare questo vuoto, portando al centro dell'analisi le opinioni e le esperienze quotidiane di chi la città la vive ogni giorno.

2.2 L'indice della qualità della vita percepito dai residenti di Milano

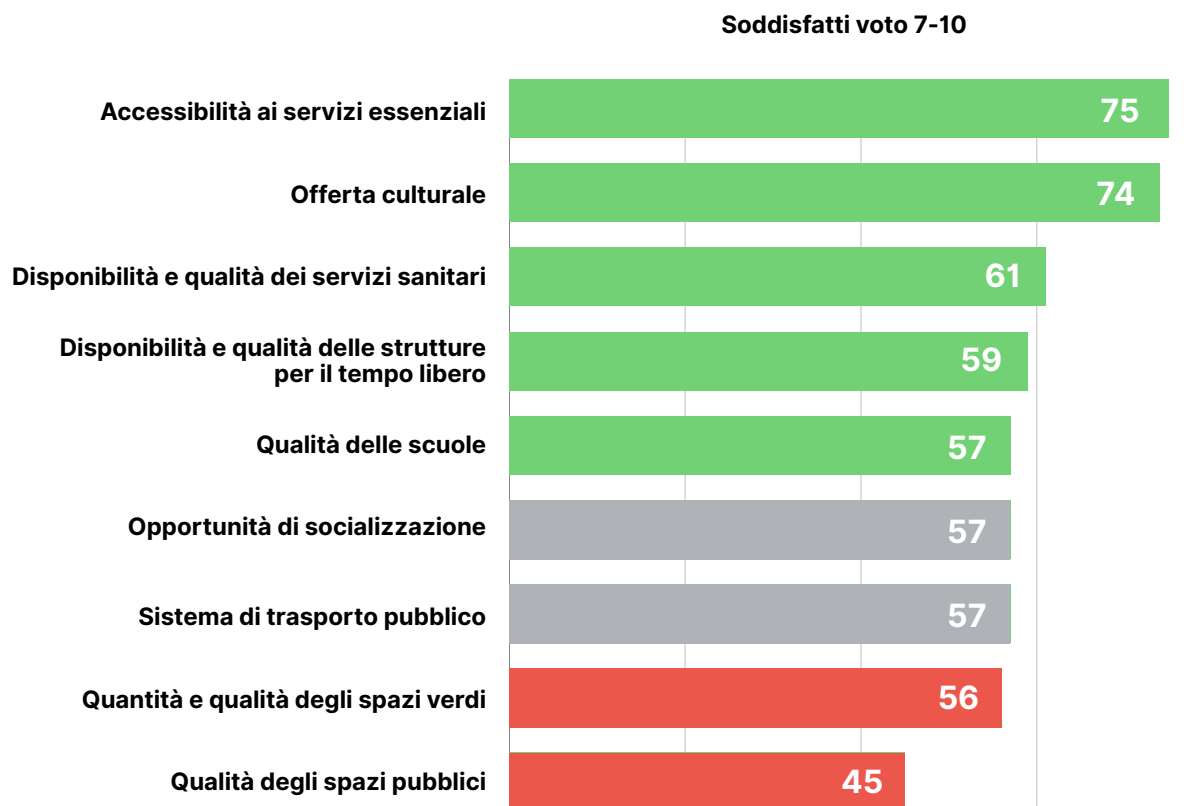
Dall'indagine emerge un quadro articolato della qualità della vita percepita dai milanesi. Su una scala da 1 a 10, l'indice medio si attesta di poco sopra la sufficienza segnalando una percezione moderatamente positiva, salendo tuttavia di molto in alcuni quartieri più avvantaggiati dove si supera ampiamente il voto di 7.

Cosa piace di più ai milanesi della loro città?

Anzitutto è una città che “funziona bene”: Milano ha una buona offerta di **servizi essenziali** per il 75% dei suoi residenti (trasporti, supermercati, farmacie, uffici pubblici, ecc.). Anche l’offerta **culturale** raccoglie un ampio consenso: il 74% dei residenti la giudica positivamente, segnale di un tessuto culturale vivo e percepito come parte integrante della qualità della vita urbana.

Più articolato è il giudizio su altri ambiti. La **sanità** (in linea con un trend nazionale) ottiene una valutazione positiva dal 61% degli intervistati, mentre i servizi per il **tempo libero** convincono il 59%. Più bassa la soddisfazione per gli **spazi verdi** (56%) e, in particolare, per la qualità degli **spazi pubblici urbani** — come piazze, marciapiedi, arredi e illuminazione — che raccoglie il giudizio positivo di meno della metà del campione (45%).

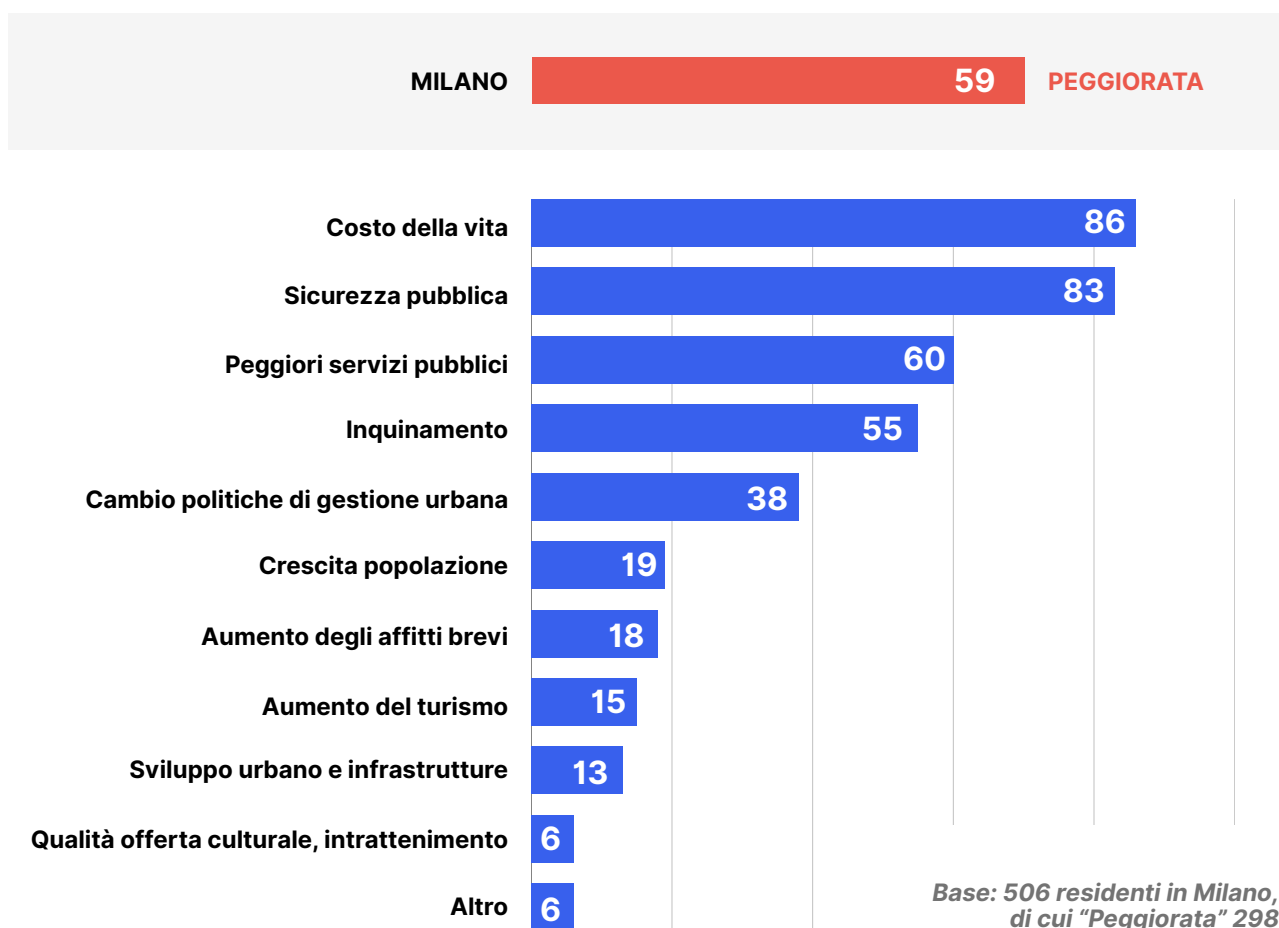
Domanda: Sempre pensando alla qualità della vita, in particolare, quanto sei soddisfatto dei seguenti aspetti. Utilizza una scala da 1 a 10, dove 1 indica totale insoddisfazione e 10 estrema soddisfazione.



Base: 506 residenti in Milano

È particolarmente significativo che il **59% degli intervistati dichiara però un peggioramento della qualità della vita rispetto al passato**. Le motivazioni principali di questo declino sono legate all'**aumento del costo della vita** e alla crescente percezione di insicurezza — due aspetti che toccano direttamente le condizioni quotidiane di chi vive in città.

Domanda: Quali elementi hanno inciso di più sul cambiamento della qualità della vita nella tua città negli ultimi tre anni? Indica i 4 principali



L'aumento del turismo e degli affitti brevi non sembra invece rappresentare motivo principale di peggioramento della qualità della vita. Anzi, l'analisi per area territoriale offre conferme interessanti in questo senso.

I livelli più alti di qualità della vita percepita si registrano proprio nel centro città e nel quartiere 4 (zona Navigli), due aree soggette a una pressione turistica significativa, e probabilmente al tempo stesso con una profilazione di popolazione più agiata dal punto di vista **socio-economico**.



QUARTIERE	PRESSIONE TURISTICA	QUALITÀ VITA
M1 - Centro Storico	Alto	Alto
M3 - Città studi / Lambrate / P.ta Venezia	Medio-alto	Medio-basso
M2 - Stazione Centrale / Gorla Turro / Crescenzago	Medio-alto	Medio
M6 - Barona / Lorenteggio / Navigli	Medio-alto	Alto
M8 - Fiera / Gallarate / Quarto Oggiaro	Medio-Basso	Alto
M9 - Stazione Garibaldi / Niguarda	Medio Basso	Medio
M7 - Baggio / De Angeli / San Siro	Basso	Medio
M4 - Vittoria / Forlanini	Basso	Medio basso
M5 - Vigentino / Chiaravalle / Gratosoglio	Basso	Medio

2.3 Il ruolo del turismo: tra valore e disvalore

Il giudizio dei milanesi sul turismo appare **articolato e ambivalente**, a conferma di un fenomeno percepito come portatore sia di benefici sia di criticità.

Nel complesso, tra i milanesi prevale una visione lucida e sostanzialmente positiva del turismo, soprattutto per il suo impatto economico: **il 71% riconosce che genera occupazione**, mentre **il 64% lo considera una risorsa per l'economia locale**.

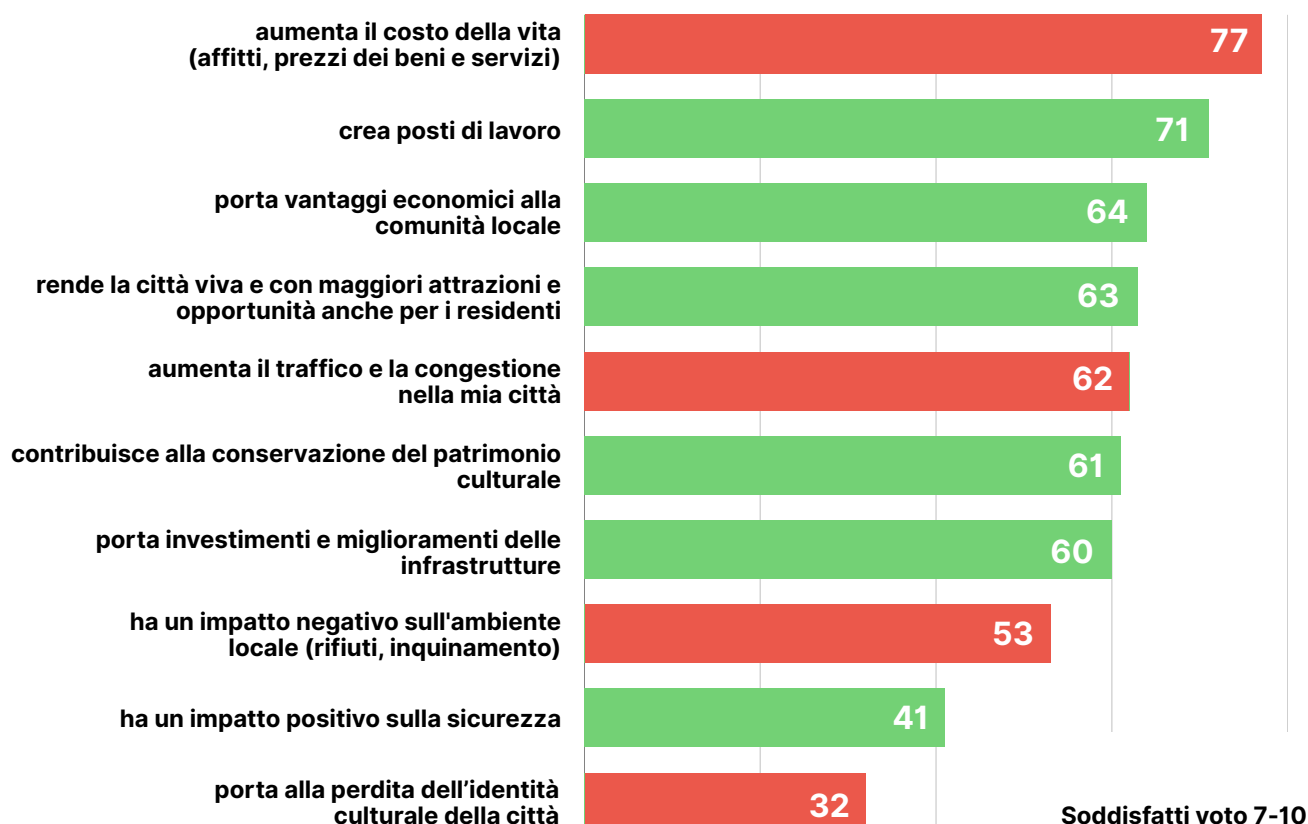
Ma non è solo una questione di numeri: **il 63% degli intervistati afferma che il turismo rende la città più viva e dinamica**, segnalando un apprezzamento diffuso per l'energia, la vitalità e il fermento culturale che i flussi turistici contribuiscono ad alimentare nel tessuto urbano milanese.

L'unico elemento critico segnalato con forza dai milanesi è **l'effetto del turismo sull'inflazione: il 77% ritiene che contribuisca all'aumento dei prezzi**, un tema particolarmente sentito in una città dove il caro vita e la spinta inflattiva pesano sempre più sulla qualità della vita percepita.

Più sfumato, ma comunque presente, il giudizio sull'impatto ambientale del turismo, indicato come problematico da oltre la metà degli intervistati, anche se con toni decisamente meno allarmati.

Assai più contenuta, infine, la quota di coloro (**32%**) che ritengono che **il turismo comporti una perdita dell'identità culturale della città**, un dato che suggerisce come i milanesi, pur sensibili ai cambiamenti del tessuto urbano, **non percepiscano ancora una trasformazione profonda o irreversibile della propria identità locale legata ai flussi turistici**, almeno non quanto ne percepiscono gli effetti economici più immediati e tangibili.

Domanda: quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni riguardanti l'impatto del turismo? Utilizza una scala da 1 a 10, dove 1 indica per niente d'accordo e 10 estremamente d'accordo.



L'integrazione delle due prospettive

Per capire con chiarezza **se, e in che misura, la pressione turistica incida sulla qualità della vita percepita** dai milanesi nei diversi quartieri della città, sono stati messi a confronto i risultati delle due analisi condotte in precedenza. È stata dunque **costruita una matrice che incrocia le due variabili chiave**: da un lato l'indice di pressione turistica percepita di Data Appeal, dall'altro l'indice medio di qualità della vita espresso dai residenti rilevato da Doxa.

Il risultato è una classificazione in **quattro grandi profili urbani**:

-  quartieri dove turismo e qualità della vita convivono positivamente;
-  aree dove il turismo è molto presente, ma la qualità percepita resta bassa;
-  zone più tranquille, con basso afflusso turistico ma alta vivibilità;
-  territori periferici o marginali, segnati da una qualità percepita insoddisfacente e scarsa attrattività esterna.

Questa lettura incrociata permette di **andare oltre il dibattito astratto sui “pro” e “contro” del turismo e del sovraffollamento turistico** restituendo una **mappa concreta e sfumata** delle relazioni tra attrattività e benessere, equilibrio e tensione, quartiere per quartiere.



La matrice ha permesso così di identificare alcuni municipi di Milano che incarnano, in modo esemplare, le diverse combinazioni tra pressione turistica e qualità della vita percepita. Ogni caso è un'occasione per approfondire le dinamiche specifiche che si generano nei diversi contesti urbani, offrendo una chiave di lettura concreta dei fenomeni osservati.

MUNICIPIO 6 – BARONA / LORENTEGGIO / NAVIGLI: esempio riuscito di equilibrio urbano

Il **Municipio 6**, che comprende Barona, Lorenteggio e tutta l'area dei Navigli, si configura come un esempio paradigmatico di **riqualificazione urbana riuscita**, capace di mantenere una **qualità della vita percepita alta**, anche a fronte di una **pressione turistica medio-alta**. Questa combinazione rende l'area un interessante caso di equilibrio urbano, in cui la crescita dell'attrattività non ha compromesso la vivibilità quotidiana.

Dall'incrocio dei dati Doxa e The Data Appeal Company emergono **forti segnali di allineamento tra la prospettiva dei residenti e quella dei turisti**: gli spazi pubblici, in particolare lungo i Navigli, e l'offerta culturale locale (eventi, mostre, mercatini, luoghi simbolici come le Colonne di San Lorenzo e Porta Ticinese) ottengono valutazioni molto positive da entrambi i fronti. **In questo caso, la vitalità urbana non si traduce in stress, ma viene percepita come elemento qualificante del vivere quotidiano.**

Un altro elemento chiave riguarda il **patrimonio di spazi verdi e la pedonalità diffusa**: la presenza di parchi riqualificati e la valorizzazione dei percorsi lungo i canali hanno un impatto concreto sul benessere dei residenti, offrendo luoghi di socialità e tempo libero molto apprezzati. Qui, le tracce digitali raccolte da The Data Appeal Company, che intercettano il sentiment di chi visita, e le risposte alla survey Doxa, che esprimono il vissuto quotidiano di chi abita, convergono nel tratteggiare un'immagine coerente: **una zona dinamica, vivibile e in continua trasformazione positiva**.

Non mancano, tuttavia, alcune **criticità legate alla mobilità**. I residenti segnalano una certa **insoddisfazione nei confronti del trasporto pubblico e parcheggi**, un aspetto che potrebbe costituire un punto di attenzione nel futuro sviluppo del quartiere. Sebbene la metropolitana M2, i tram e le piste ciclabili colleghino efficacemente l'area con il centro città, **permangono esigenze di maggiore capillarità e puntualità nei servizi**. Inoltre, la **vivacità serale della zona**, soprattutto nei fine settimana, richiede qualche attenzione in più alla **gestione della movida e della sicurezza**, nell'ottica di mantenere un buon equilibrio tra animazione e qualità della vita.

In sintesi, **il Municipio 6 rappresenta un modello di equilibrio tra attrattività turistica e qualità della vita locale**. Il confronto tra i dati di The Data Appeal e Doxa restituisce un quadro coerente e in larga parte positivo: i segni di rigenerazione urbana, la forza simbolica dei luoghi, la varietà di spazi e funzioni, la qualità ambientale e culturale rendono quest'area **un laboratorio virtuoso di convivenza tra turisti e residenti**, che potrebbe ispirare strategie analoghe anche in altri contesti urbani.

MUNICIPIO 3 - CITTÀ STUDI / LAMBRATE / PORTA VENEZIA: quando cultura e movida generano troppo stress

Il Municipio 3, che include le aree di Città Studi, Lambrate e Porta Venezia, si colloca nella categoria **Medio-alta pressione turistica - Bassa qualità della vita percepita** e rappresenta una situazione particolarmente complessa. Pur essendo una zona molto attrattiva e dinamica, **la pressione turistica e le molteplici funzioni presenti hanno inciso negativamente sulla qualità della vita percepita dai residenti.**

Le forze in gioco sono diverse e a volte contrastanti. Da un lato, l'area gode di una **forte attrattività culturale e di lifestyle**: Porta Venezia è nota per essere un polo vibrante, con una ricca offerta di moda, nightlife, ristorazione etnica e una marcata diversità culturale. Lambrate e Città Studi, invece, rappresentano poli universitari, artistici e creativi, con eventi, mostre, e fiere come la Design Week che attraggono visitatori e contribuiscono a una vivacità cittadina importante.

Dall'altro lato, però, **emergono criticità legate agli spazi verdi**, che risultano insufficienti o non adeguatamente utilizzati. Nonostante un sentiment mediamente positivo su questa tematica (spinto soprattutto dalle tracce digitali entusiaste sui Giardini Indro Montanelli di Porta Venezia), i dati della survey evidenziano una carenza diffusa: i parchi non sono numerosi e la qualità percepita è disomogenea. Spesso le aree verdi sono **sovraffollate o in condizioni di degrado.**

I problemi infrastrutturali si riflettono soprattutto nel **trasporto pubblico**, segnalando difficoltà di connessione interna nonostante la presenza di linee metropolitane e ferroviarie. Inoltre, in alcune zone come **Lambrate** si registra una mobilità congestionata, con carenza di parcheggi e traffico pesante.

L'aumento delle **attività commerciali, la crescita della movida e l'intenso afflusso universitario**, se da un lato alimentano la **vitalità e l'attrattività**, dall'altro aumentano **rumore, traffico e affollamento**, generando un elevato livello di stress urbano per i residenti.

In sintesi, il Municipio 3 racconta la storia di una **vitalità urbana spinta al limite**: un'area ricca di opportunità culturali e sociali, ma che paga il prezzo di una sovrapposizione di funzioni — movida, università, residenzialità — senza un adeguato equilibrio infrastrutturale e ambientale.

Non si tratta di una crisi di identità: M3 ha una visione chiara di sé stessa, ma necessita di più **spazi vivibili, trasporti più efficienti e una gestione più attenta dei flussi turistici** per poter garantire una qualità della vita sostenibile e condivisa tra residenti e visitatori.

MUNICIPIO 7 – BAGGIO / DE ANGELI / SAN SIRO: spazi verdi, ottimi trasporti e pochi turisti garantiscono la vivibilità

Il Municipio 7, che comprende Baggio, De Angeli e San Siro, rappresenta un esempio di **Bassa pressione turistica - Alta qualità della vita percepita** ed è uno dei municipi più verdi e apprezzati di Milano. Qui si trovano grandi **polmoni verdi** come il Parco delle Cave e il Boscoincittà, che contribuiscono significativamente alla qualità della vita dei residenti.

Tuttavia, emerge un dato interessante: la **percezione della qualità degli spazi verdi e pubblici da parte dei residenti risulta inferiore rispetto al sentiment positivo espresso dai turisti**. Questo suggerisce la presenza di possibili **aree di miglioramento**, soprattutto nella manutenzione e nella valorizzazione di questi spazi, per rispondere meglio alle aspettative di chi vive quotidianamente il quartiere.

In generale, questa area mostra una qualità della vita percepita elevata, favorita dalla combinazione di ampi spazi verdi, servizi efficienti e un'offerta culturale valida. La **bassa pressione turistica** contribuisce a preservare un ambiente più tranquillo e vivibile, elemento fondamentale per il benessere quotidiano dei residenti.

La combinazione tra tranquillità, dotazione verde e buona qualità dei servizi rende questa parte della città un esempio riuscito di equilibrio tra benessere locale e sostenibilità urbana, da tutelare e valorizzare nel tempo, seppur venga richiesta **una maggiore attenzione alla manutenzione e alla fruibilità quotidiana degli spazi pubblici da parte dei residenti**.

MUNICIPIO 5 – VIGENTINO / CHIARAVALLE / GRATOSOGGIO: la necessità di riqualificare e connettere

Il **Municipio 5**, che comprende **Vigentino, Chiaravalle e Gratosoglio**, si distingue per una **bassa qualità della vita percepita** e una **scarsa pressione turistica**. Nonostante la presenza di grandi aree verdi come il **Parco Agricolo Sud Milano**, i residenti lamentano criticità diffuse: **trasporti carenti, spazi pubblici poco curati e un'offerta culturale debole**.

Curiosamente, il sentiment rilevato tra le tracce digitali è leggermente migliore rispetto a quello riscontrato nelle risposte dei residenti alla survey, segno che l'area ha **potenzialità inesprese**, soprattutto sul piano paesaggistico e ambientale. Tuttavia, la quotidianità per chi ci vive resta faticosa, soprattutto per la **mancaanza di infrastrutture efficienti e di luoghi di socialità** ben curati.

Nel confronto tra i dati Doxa e quelli di Data Appeal, emerge un bisogno chiaro: **riqualificare e connettere meglio questa parte di città**, valorizzandone il patrimonio verde e restituendo qualità urbana e servizi ai residenti, che in prospettiva potrebbero **generare anche maggiore attrattività per il mercato turistico**.

Conclusioni

L'analisi condotta sui municipi milanesi evidenzia una marcata **eterogeneità nei livelli percepiti di qualità della vita** (fonte: Doxa) e di **pressione turistica percepita** (fonte: Data Appeal), mettendo in luce una **geografia urbana complessa**, dove i fenomeni socio-territoriali si intrecciano con forza ma senza una regolarità assoluta.

Nel dettaglio, **non si osserva una correlazione lineare e uniforme tra pressione turistica e qualità della vita** nei diversi municipi e non necessariamente una maggiore pressione turistica mostra un nesso causale con la qualità della vita percepita dai residenti.

Al contrario, alcuni dati sembrano suggerire che laddove c'è maggiore attenzione all'offerta turistica in termini di servizi, mobilità e spazi verdi, questa può tradursi anche in una migliore qualità della vita per chi vi abita.

In alcune aree – come nel caso del Municipio 3 (Città Studi / Lambrate / Porta Venezia) e, in parte, nei Municipi 2 e 6 – vi è una correlazione positiva: municipi con moderata pressione turistica registrano anche una percezione alta della qualità della vita. Questo potrebbe essere legato alla maggiore presenza di servizi, vivacità culturale e accessibilità urbana, che migliorano sia l'esperienza del turista che quella del residente.

Al contrario, nei Municipi 4, 5 e 7, tale relazione sembra invertita: si osserva una bassa qualità della vita nonostante una ridotta pressione turistica, suggerendo che altre variabili socioeconomiche abbiano un peso maggiore.

Incorporando i **dati socioeconomici ISTAT e IRPEF**, emerge un ulteriore livello di complessità. Ad esempio, il **Municipio M1 – Centro Storico** – mostra i valori più alti sia per la percezione della pressione turistica che per reddito medio (81.486 €), suggerendo che **una forte attrattività turistica può coesistere con un'elevata capacità economica dei residenti**, ma non necessariamente con una qualità della vita percepita superiore.

Al contrario, in municipi come **M9 (Garibaldi/Niguarda) e M5 (Vigentino/Chiaravalle)**, dove i redditi sono più bassi (intorno ai 28.000–34.000 €), la pressione turistica è modesta ma la qualità della vita rimane anch'essa bassa, indicando condizioni strutturali potenzialmente penalizzanti, come minore accesso ai servizi o difficoltà di mobilità.

QUARTIERE	PRESSIONE TURISTICA	* QUALITÀ VITA	*% LAUREATI	*% OCCUPATI	*% STRANIERI	** REDDITO MEDIO
M1 - Centro Storico	Alto	Alto	40%	44%	17%	80K €
M3 - Città studi / Lambrate / P.ta Venezia	Medio-alto	Medio-basso	36%	47%	14%	40K €
M2 - Stazione Centrale / Gorla Turro / Crescenzago	Medio-alto	Medio	27%	48%	25%	36K €
M6 - Barona / Lorenteggio / Navigli	Medio-alto	Alto	27%	44%	16%	40K €
M8 - Fiera / Gallarate / Quarto Oggiaro	Medio-Basso	Alto	25%	44%	19%	34K €
M9 - Stazione Garibaldi / Niguarda	Basso	Medio	24%	47%	23%	29K €
M7 - Baggio / De Angeli / San Siro	Basso	Medio	26%	44%	18%	47K €
M4 - Vittoria / Forlanini	Basso	Medio-basso	29%	46%	18%	35K €
M5 - Vigentino / Chiaravalle / Gratosoglio	Basso	Medio	27%	45%	16%	34K €

Fonti dati:

*Qualità della vita, % laureati, % occupazione, % stranieri: fonte ISTAT – Censimento permanente della popolazione e delle abitazioni 2021, dati per sezione di censimento.

**Reddito medio: elaborazione su dati IRPEF, Ministero dell'Economia e delle Finanze.

In conclusione, il turismo si conferma un fenomeno interconnesso ma non determinante in sé per la qualità della vita: la sua influenza dipende dalla capacità del territorio di gestire i flussi in modo equilibrato e sostenibile.

In alcuni casi, infatti, come dimostra il caso del Municipio 3, un certo livello di affluenza turistica può rappresentare **un’opportunità** per rafforzare i servizi e rendere i municipi più attrattivi anche per i residenti. In altri, il rischio è quello del cosiddetto “**unbalanced tourism**”¹, in cui l’eccessiva concentrazione dei flussi compromette l’equilibrio urbano e la vivibilità.

Il modello Milano rappresenta un **laboratorio prezioso**, ma non universalmente esportabile. Si tratta di una città metropolitana a bassa stagionalità, capace di attrarre turisti tutto l’anno per motivi che spaziano dal business alla cultura, fino al lifestyle.

Questo la distingue da contesti più vulnerabili alla stagionalità (come le località balneari o montane), dove l’impatto dei picchi di affluenza è più marcato e spesso meno gestibile.

Resta il fatto che la tipologia di analisi condotta su Milano sia uno strumento replicabile per altre realtà territoriali al fine di individuare le aree più deboli e i punti critici da risolvere, e al contempo identificare le aree che offrono una esperienza più equilibrata e soddisfacente da prendere a modello.

I dati suggeriscono che **la valutazione della qualità della vita nei contesti urbani a vocazione turistica non può prescindere da un approccio multidimensionale, che integri indicatori percettivi e quantitativi.**

Solo attraverso **strumenti analitici combinati** – come quelli offerti da Data Appeal e Doxa – è possibile fornire un **supporto concreto agli stakeholder locali per una gestione più equilibrata, sostenibile e inclusiva dei territori, che tenga conto sia dell’esperienza dei residenti che di quella dei turisti.**

Doxa

Doxa è la prima società di ricerche di mercato fondata in Italia e da sempre è sinonimo di qualità e affidabilità.

In Doxa crediamo fortemente nella competenza di settore, con Business Unit dedicate a specifiche industry e clienti: Istituzioni, Finance, Utilities, Telco, Retail, FMCG, Media & Digital, Mobility, Tech & Durables, Pharma.

Per rispondere alle continue e diverse esigenze espresse dai clienti, Doxa ha costruito negli anni un ampio portfolio di soluzioni, studi proprietari unici, tecniche e strumenti di analisi, investendo costantemente nell'innovazione per fornire dati e indicazioni al supporto della strategia di Aziende e Organizzazioni.

L'attenzione rivolta all'innovazione con lo scopo di adattare le soluzioni a un mercato in continua evoluzione, insieme al rigore scientifico, sono da sempre tratti distintivi di Doxa.

Nel giugno 2025, Doxa entra nel Gruppo Ipsos.

THE DATA APPEAL COMPANY – GRUPPO ALMAWAVE

The Data Appeal Company attraverso algoritmi proprietari, basati sull'intelligenza artificiale, il machine learning e l'analisi semantica raccoglie, misura e analizza tutti i feedback pubblicati online, li combina con dati geografici e di contesto, offrendo ai territori e alle aziende l'opportunità di ottimizzare il potenziale di business, conoscere approfonditamente il mercato e ottenere un vantaggio competitivo. The Data Appeal Company SpA (ex Travel Appeal) è entrata a far parte nel 2022 del Gruppo Almaxwave. Nel 2023 l'azienda ha acquisito il 70% del capitale sociale di Mabrian Technologies S.L., società spagnola specializzata in soluzioni Travel e Destination Intelligence, per consolidare il posizionamento del Gruppo a livello internazionale. L'obiettivo della società è quello di semplificare l'uso e la comprensione dei dati, per aiutare aziende e destinazioni turistiche a prendere decisioni efficaci e consapevoli.

www.datappeal.io

