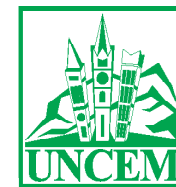
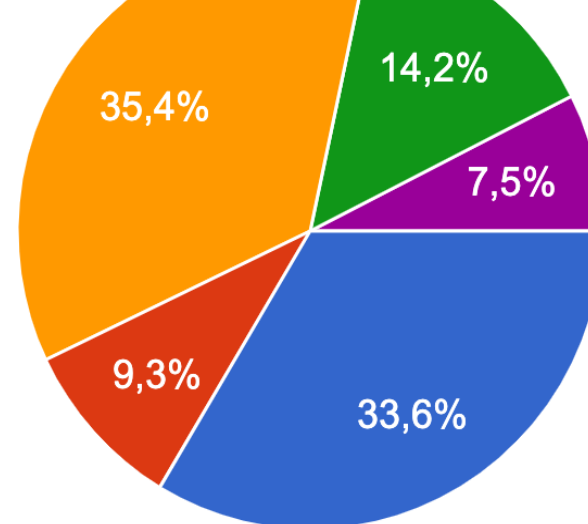
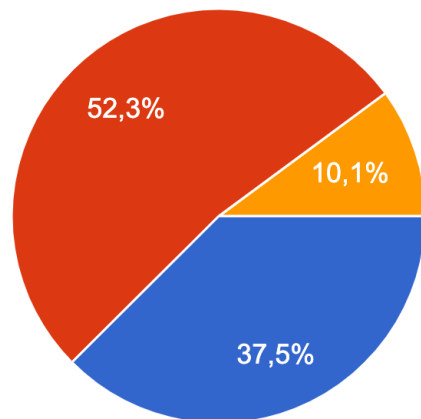
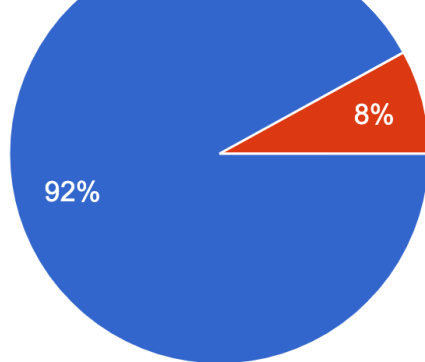


[i risultati dell'indagine Uncem 2026]

L'estate delle Montagne

**Turismo, dati e prospettive
per capire come è andata
E se le comunità vivono**



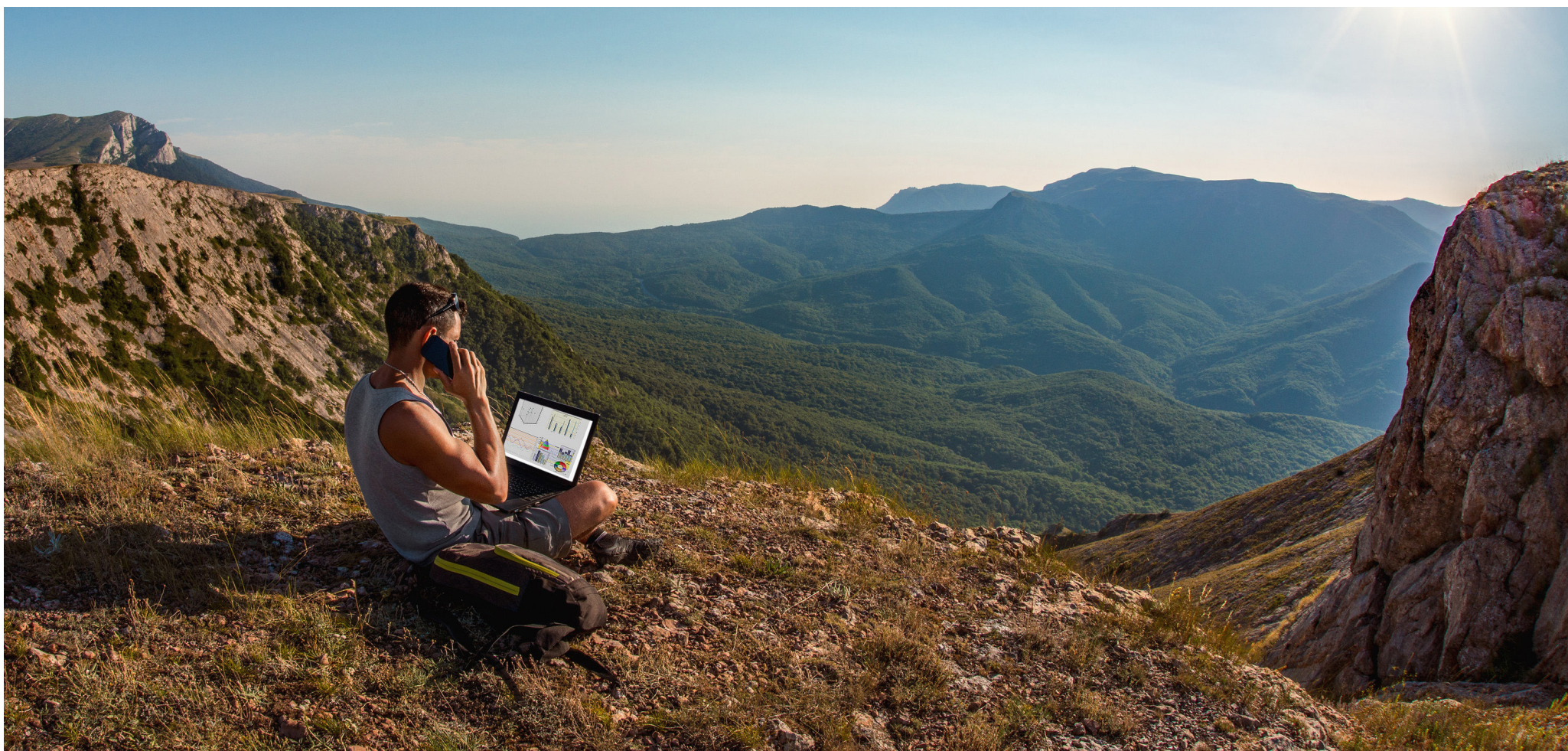
Ogni anno ci proviamo. I titoli estivi dei giornali dedicati al “turismo cafone”, al (rischio) di overtourism (che contesto ontologicamente, non essendo vero questo fenomeno nelle Alpi e negli Appennini), alla fruizione ovattata e minata dai selfie facili di versanti alpini e spiagge del belpaese, hanno indotto un dibattito che, al pari di altre estati, merita di essere approfondito. Anche interrogando la Politica e le Istituzioni che vanno verso le elezioni del 2027. Abbiamo tutti gioito con il Ministro del Turismo Mazzi che a inizio agosto ha annunciato grandi numeri per il turismo d'estate nel nostro Paese. Scrive il Ministero del Turismo che a luglio 2026 è stato “fondamentale il contributo dei piccoli Comuni: +5,3% di arrivi e +4,6% di presenze, segnale di un turismo sempre più diffuso, esperienziale e destagionalizzato. Tra le regioni che registrano la crescita più rilevante nel primo semestre del 2026, sul versante dei piccoli Comuni, si segnalano la Calabria (+12,1% in termini di presenze), l'Abruzzo (+10,9%) e il Piemonte (+9,8%). Un risultato sostenuto anche dalle oltre 20mila sagre annuali, che attraggono 48 milioni di visitatori, generano 2,1 miliardi di euro di indotto e impiegano circa 10.500 occupati”.

Benissimo, figuriamoci. Numeri interessanti ma dobbiamo stare attenti a una vera emergenza. Ovvero che i turisti siano in crescita, e questo va bene, ma anche che la fragilità dei territori e della crisi demografica - con quella climatica - non siano adeguatamente affrontate, tralasciate nel guardare solo al turismo, che va bene e che fa bene. Proviamo ad approfondire, grazie al sondaggio estivo Uncem.



**I Comuni devono lavorare insieme. L'offerta turistica non può essere -
come per molte altre tematiche - gestita a livello di campanile.**

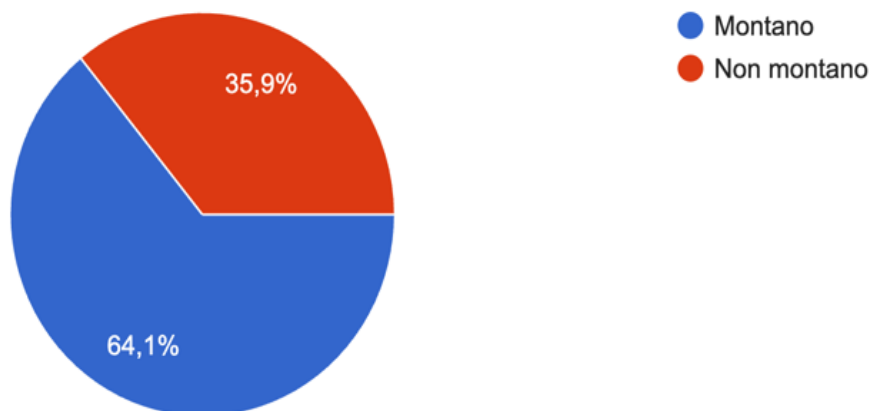
**Su questo punto occorrono ancora formazione e costruzione di
politiche che vedano maggiore dialogo tra operatori privati, imprese, e
sistema degli Enti locali.**





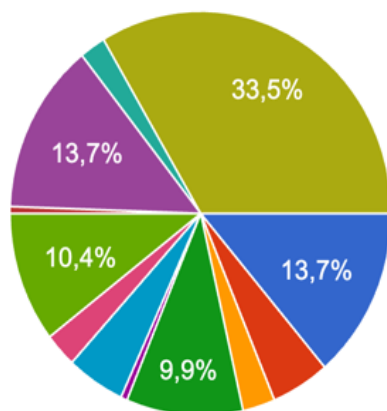
Quali Comuni

Il Comune dove vivo (per la maggior parte dell'anno) è



Chi ha risposto

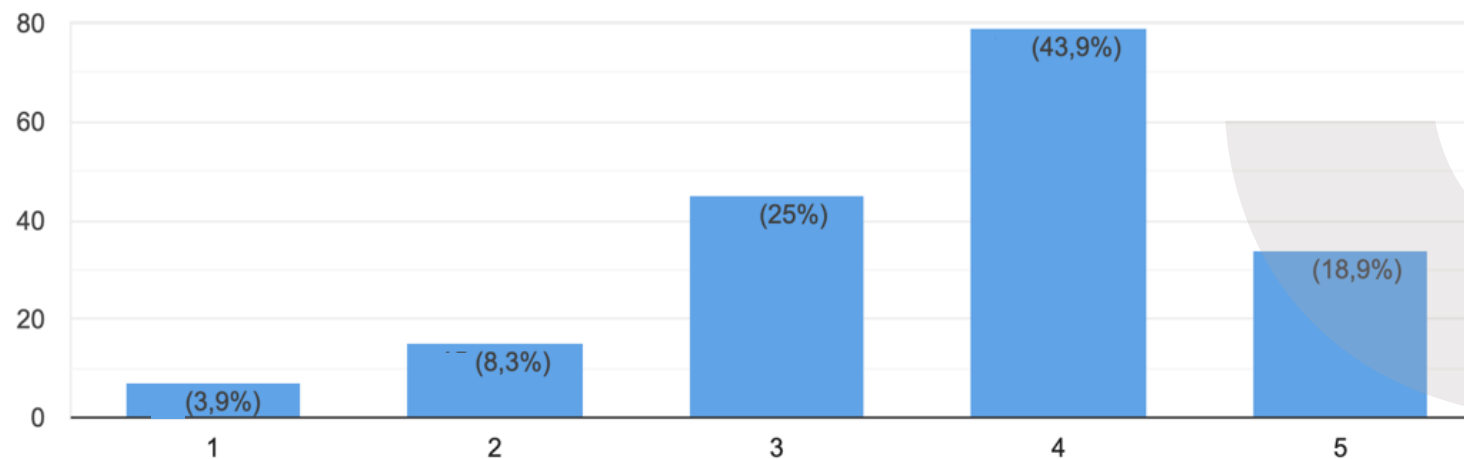
Il mio ruolo:



- Sindaco
- Assessore
- Consigliere
- Operatore del Turismo
- Impresa non del turismo
- Albergatore o ristoratore
- Destinatio Manager o Professionista
- Impiegato pubblico

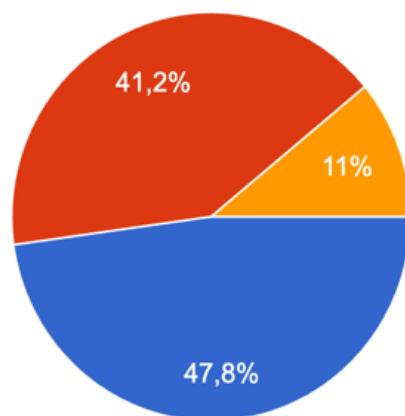
La soddisfazione

Come ritieni sia stata, in termini qualitativi generali la stagione turistica estiva nelle aree montane italiane, da giugno ad agosto 2026?

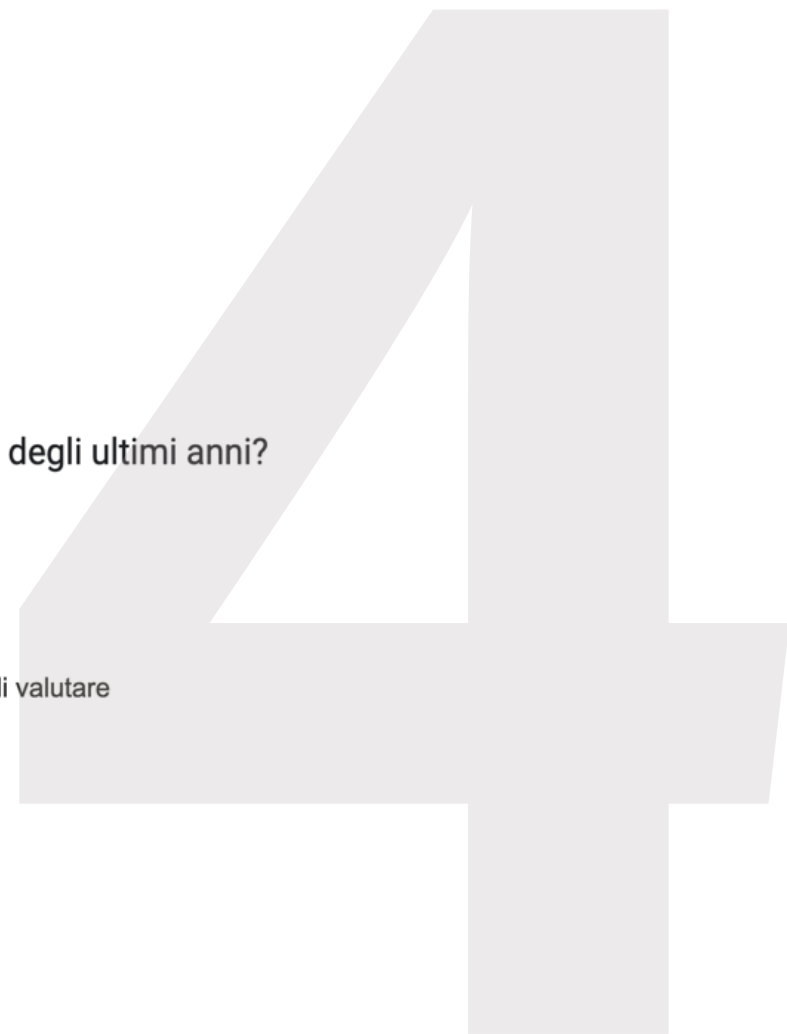


Prima e dopo

Credevi vi fossero maggiori flussi turistici in questi ultimi mesi, rispetto alle estati degli ultimi anni?

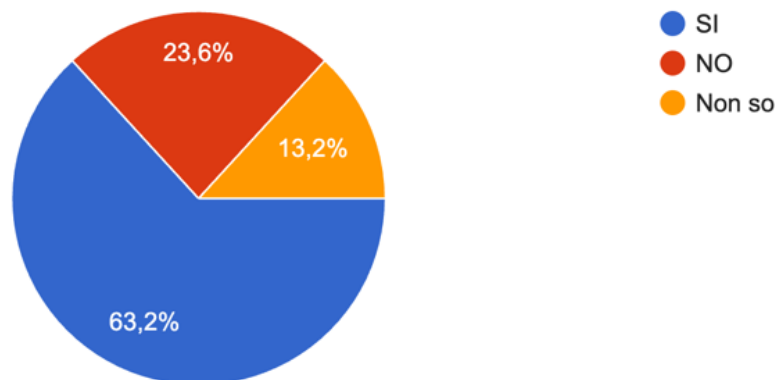


- SI
- NO
- Non sono in grado di valutare



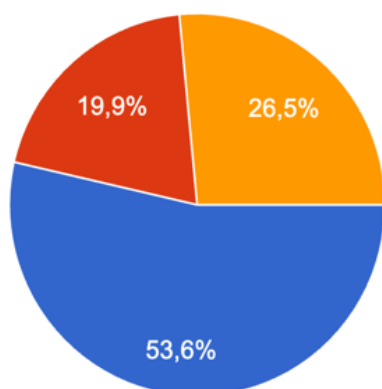
Quale crescita

Hai registrato nel tuo Comune montano (dove operi o che frequenti), e nei Comuni della valle, un aumento degli arrivi e delle presenze, rispetto agli anni scorsi?



Gli operatori

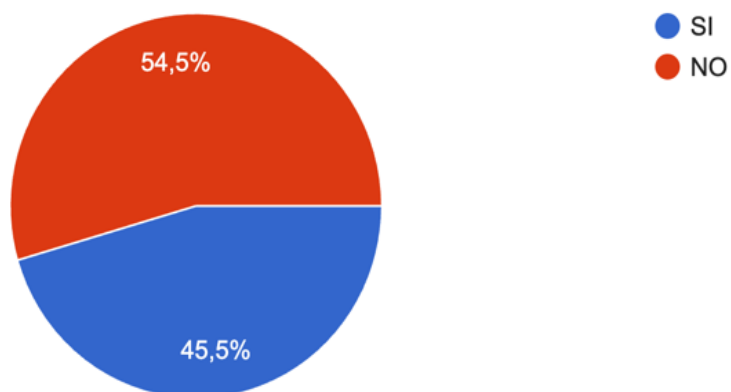
Hai registrato positivi commenti dagli operatori turistici (hotel, strutture ricettive, camping, ristoranti)?



- SI
- NO
- Non ci siamo parlati e confrontati

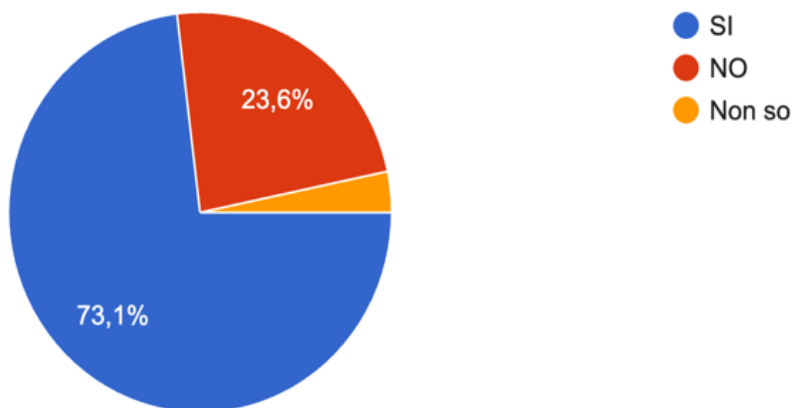
Verso l'inverno

Stai lavorando, nel tuo ruolo, sulla stagione invernale 2026-2027, per programmare accoglienza, attività, eventi manifestazioni?



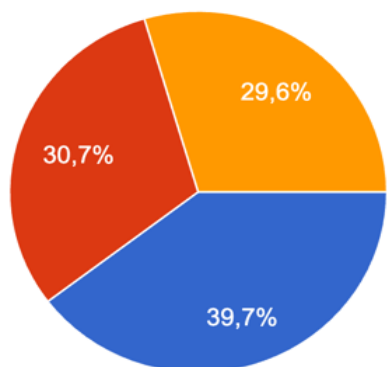
Quale “vocazione”

Ritieni il Comune dove operi, dove vivi, che amministri o che frequenti forte di una buona "vocazione turistica"



La promozione

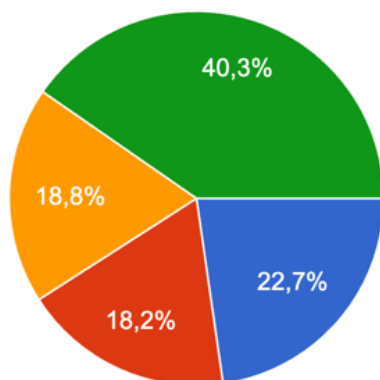
Il Comune e la valle dove operi, dove vivi, che amministri o che frequenti ha beneficiato di campagne promozionali del mio territorio, da parte di Regione... promozione turistica, ENIT, Ministero del Turismo?



- SI
- NO
- Non sono in grado di valutare

Gli investimenti

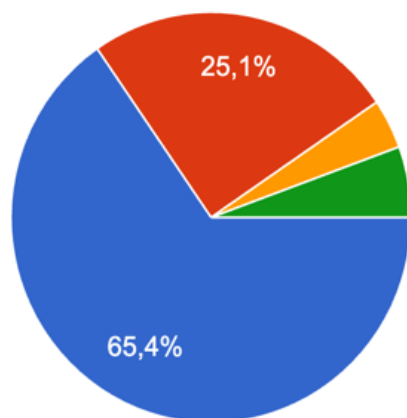
Sei a conoscenza di nuovi investimenti da parte degli operatori turistici sul tuo territorio, o di esigenze di investimento?



- SI, vi sono operatori che vogliono investire
- SI, vi sono operatori che vorrebbero investire ma non hanno capacità finanziaria
- NO, gli operatori turistici del territorio non investono
- Non ci siamo confrontati su questi aspetti

Con i tour operator

Ritieni sia importante lavorare con Tour Operator, Destination Manager, Operatori del turismo, per "promuovere" il territorio montano - che frequenti o c...fferta turistica al di fuori dei mercati tradizionali?

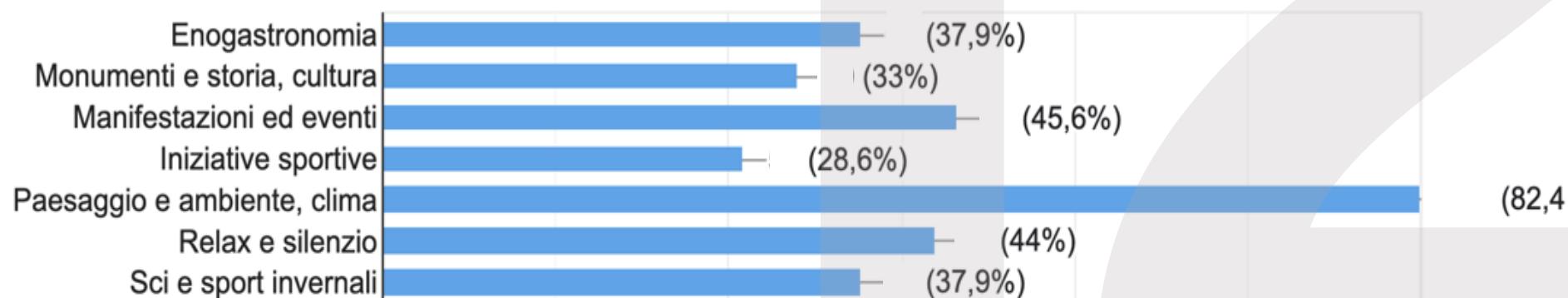


- SI
- NO
- Non ancora, ma voglio farlo e ho opportuni contatti
- Non ancora, ma vorrei farlo però non conosco Tour Operator disponibili a lavorarci

Su cosa puntare

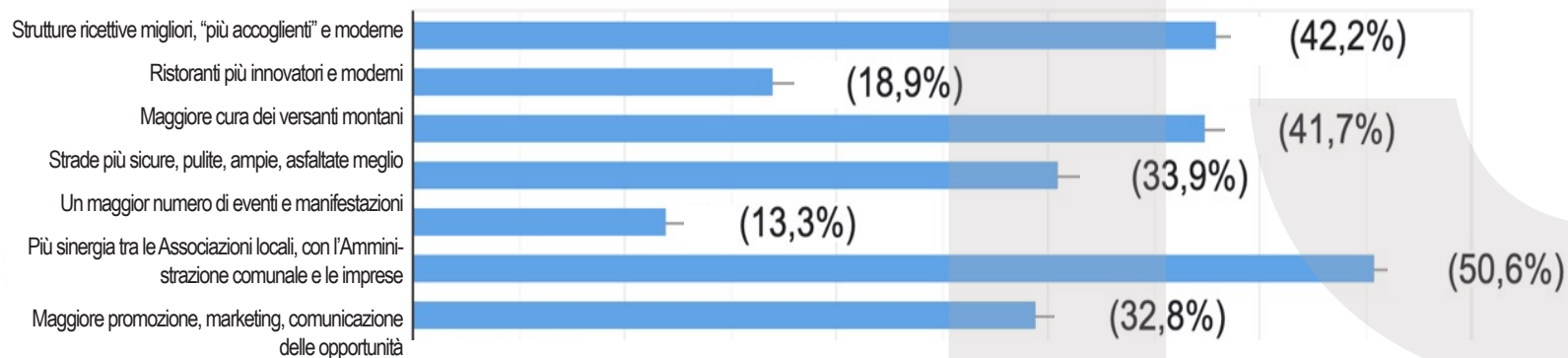
Su cosa punta l'offerta turistica sul territorio dove operi, dove vivi, che amministri o che frequenti?

182 risposte



Cosa serve di più

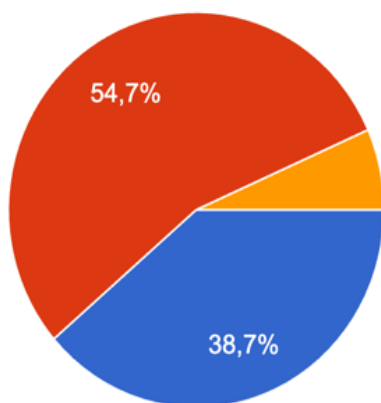
Cosa servirebbe al territorio dove operi, dove vivi, che amministri o che frequenti per crescere nelle presenze (notti dormite)?





Quale overtourism

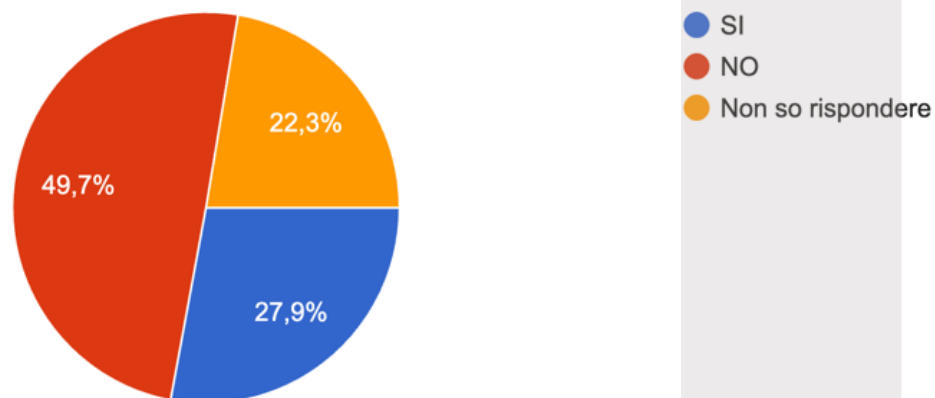
Credi che nei territori che frequenti o che meglio conosci, anche come Amministratore o operatore, vi sia un problema di "overtourism" o di eccessive presenze?



- Si
- NO
- Non so rispondere

Regolare i flussi

Ci sono strumenti per regolare afflussi eccessivi sui territori?





L'estate 2026 restituisce l'immagine di una montagna italiana attrattiva, con flussi turistici complessivamente positivi, ma anche con una domanda molto netta: la crescita delle presenze può diventare crescita delle comunità? È questo il punto centrale che emerge dall'indagine Uncem dedicata alla stagione estiva nelle Alpi e negli Appennini. Una fotografia che non si limita a contare turisti, ma prova a capire cosa accade nei territori, quali investimenti si muovono, quali servizi mancano e quale rapporto esiste tra turismo, identità e vita quotidiana delle comunità. Il 64,1% di chi ha risposto vive prevalentemente in un Comune montano, mentre il 35,9% in un Comune non montano.

Alla domanda sulla qualità complessiva della stagione turistica di giugno, luglio e agosto, su una scala da 1 a 5, il 43,9% assegna un voto 4 e il 18,8% un voto 5: complessivamente il 62,7% esprime quindi una valutazione alta o molto alta. Il 25% si ferma a 3, mentre soltanto l'8,3% indica 2 e il 3,9% 1. Il 47,8% ritiene che negli ultimi mesi vi siano stati maggiori flussi turistici rispetto alle estati passate, mentre il 41,2% non registra una crescita e l'11% non è in grado di valutarla. Nei Comuni montani e nelle valli il dato appare più favorevole: **il 63,2% degli intervistati segnala un aumento di arrivi e presenze rispetto agli anni scorsi**, contro il 23,6% che non lo rileva e il 13,2% che non sa esprimersi.

Anche dagli operatori arrivano segnali prevalentemente positivi: **il 53,6% degli intervistati ha raccolto giudizi favorevoli da hotel, strutture ricettive, campeggi e ristoranti**; il 19,9% riferisce invece valutazioni negative, mentre il 26,5% non dispone di elementi sufficienti o di confronti diretti. Il 73,1% considera inoltre il proprio territorio dotato di una buona "vocazione turistica", contro il 23,6% che non la riconosce. E il 65,4% considera importante lavorare con tour operator, destination manager e operatori specializzati per portare l'offerta delle montagne anche fuori dai mercati tradizionali.

Ma è significativo soprattutto capire perché si sceglie la montagna. Il valore nettamente più indicato è

In sintesi



“paesaggio e ambiente, clima”, scelto dall’82,4%. Seguono manifestazioni ed eventi con il 45,6%, relax e silenzio con il 44%, enogastronomia e sci e sport invernali entrambi al 37,9%, monumenti, storia e cultura al 33%, iniziative sportive al 28,6%. Per crescere: il 50,6% indica la necessità di maggiore sinergia tra associazioni locali, amministrazioni comunali e imprese. Il 42,2% chiede strutture ricettive migliori, più accoglienti e moderne; il 41,7% una maggiore cura dei versanti montani; il 33,9% strade più sicure, pulite, ampie e meglio asfaltate; il 32,8% più promozione, marketing e comunicazione; il 18,9% ristoranti più innovativi e moderni e il 13,3% un maggior numero di eventi e manifestazioni. Più debole appare il sistema della promozione: solo il 39,7% ritiene che il proprio Comune o la propria valle abbiano beneficiato di campagne promozionali regionali, ENIT o del Ministero del Turismo; il 30,7% risponde negativamente e il 29,6% non è in grado di valutarlo. Anche sugli investimenti privati il quadro invita alla prudenza: il 22,7% segnala operatori intenzionati a investire, il 18,2% operatori che vorrebbero farlo ma non dispongono della capacità finanziaria necessaria, il 18,8% non registra investimenti e ben il 40,3% non dispone di informazioni sufficienti.

Il sondaggio consente anche di **ridimensionare una lettura indistinta dell’“overtourism” montano. Il 54,7% afferma che nel proprio territorio non esiste un problema di presenze eccessive**; il 38,7% ritiene invece che il problema esista. E quando si domanda se vi siano strumenti per regolare eventuali flussi eccessivi, soltanto il 27,9% risponde sì, mentre il 49,7% dice no e il 22,3% non sa rispondere. **Il vero indicatore di successo non può essere soltanto quante persone arrivano. Occorre capire quanto valore rimane nelle valli**, quante imprese crescono, quanti servizi vengono rafforzati, quanta occupazione viene generata e quanto il turismo contribuisce a rendere vive le comunità durante tutti i dodici mesi dell’anno. La sfida non è portare semplicemente più persone in montagna, ma trasformare i flussi in economie territoriali, servizi, lavoro, cura del paesaggio e nuova capacità di abitare Alpi e Appennini.





Aggiornato al 27 settembre 2026

A cura di UNCEM

Unione nazionale Comuni Comunità ed Enti montani

Via Palestro 30

10185 ROMA

uncem.nazionale@uncem.net

www.uncem.it

Presidente Marco Bussone