

GEOGRAFIE DEL TURISMO E GEOGRAFIE DEL DIGITALE: UN MODELLO TERRITORIALE PER L'INTEGRAZIONE COSTA- ENTROTERRA

Ilaria Bruner*

Abstract

GEOGRAPHIES OF TOURISM AND GEOGRAPHIES OF THE DIGITAL: A TERRITORIAL MODEL FOR COAST-HINTERLAND INTEGRATION – Tourism in Campania is characterized by a marked polarization between coastal areas, which are highly developed and subject to intense tourism pressure, and inland territories, where tourism intensity remains weaker and more fragmented. At the same time, in recent years digitalization has been playing an increasingly important role in the competitiveness and visibility of destinations, with a strong impact on the tourism sector as well. This article aims to analyze the relationship between digitalization and the geographies of tourism in Campania through an integrated approach that combines traditional tourism indicators with a composite index of digital maturity constructed using Multi-Criteria Decision Analysis (MCDA) techniques. The introduction of the digital-tourism gap makes it possible to identify divergences and potential for rebalancing, suggesting that digitalization may play a strategic role in territorial cohesion.

Keywords: territorial rebalancing, coast-hinterland, digitalization, digital indicators

1. Introduzione

Il turismo mediterraneo è storicamente caratterizzato da una struttura territoriale fortemente sbilanciata in favore delle aree costiere, che presentano una concentrazione significativa di servizi ed attività, a fronte di una posizione marginale, rispetto ai principali flussi turistici, delle aree interne. Tale fenomeno, inteso anche come litoralizzazione del turismo, è evidenziato da numerosi studi italiani ed europei, che mettono in luce come la prossimità al mare rappresenti il principale fattore di localizzazione dell'offerta turistica e delle infrastrutture ricettive (Stratigea, 2023; Rebola, 2022). Di contro, le zone interne, pur caratterizzate da un vasto patrimonio culturale e identitario, ancor più che ambientale, mostrano capacità di attrazione turistica decisamente più limitate e disomogenee, accentuando un divario territoriale che si sviluppa tanto sulla dimensione economica quanto sulla distribuzione delle opportunità di sviluppo.

Tale polarizzazione costa-entroterra si inserisce, quindi, in un quadro più ampio di squilibri tra regioni centrali e periferiche, già discusso nella letteratura sullo sviluppo

* Dipartimento di Scienze Politiche, Università degli Studi di Napoli Federico II, ilaria.bruner@unina.it

territoriale e sulla geografia del turismo. Infatti, la riflessione lanciata da Rossi Doria sulla “*polpa e osso*” (1958) è, di fatto, applicabile all’intera penisola, con gli sbilanci tra zone rurali e urbane, tra montagna e pianura, che si accentuano quotidianamente (Pazzagli, 2015).

Tali squilibri si inscrivono in un quadro più ampio di diseguaglianze regionali che attraversano l'intera Europa. La letteratura sullo sviluppo regionale ha ampiamente documentato come la concentrazione delle risorse e delle opportunità nelle aree centrali e metropolitane riproduca nel tempo condizioni di svantaggio strutturale per le zone periferiche, con effetti persistenti sulla coesione sociale, sul mercato del lavoro e sulla capacità di innovazione (Iammarino *et al.*, 2019; Rodríguez-Pose, 2018). In ambito turistico, questa struttura si traduce in una distribuzione asimmetrica delle presenze, delle infrastrutture ricettive e degli investimenti, che tende a rafforzare i territori già consolidati e a marginalizzare ulteriormente quelli meno visibili nei circuiti nazionali e internazionali. In particolare, alcuni studi (Contu *et al.*, 2024; Li *et al.*, 2015) mostrano come la distanza dai principali corridoi turistici, la minore densità infrastrutturale e la debolezza dei servizi complementari concorrano a mantenere una differenziazione strutturale tra destinazioni costiere e aree interne, con effetti sulla resilienza socioeconomica e sulla competitività a lungo termine. In questo contesto, il riequilibrio territoriale non riguarda soltanto la ridistribuzione dei flussi turistici, ma anche, e soprattutto, il rafforzamento delle condizioni che possano permettere ai territori meno centrali di valorizzare il proprio potenziale.

In parallelo, il fenomeno turistico contemporaneo ha subito profonde trasformazioni anche sul piano concettuale. La mobilità, tradizionalmente considerata nella sua dimensione puramente funzionale — come spostamento tra un'origine e una destinazione — è oggi riletta come un sistema complesso, in cui le motivazioni dei viaggiatori, la pianificazione degli itinerari e i processi di governance territoriale interagiscono a scale multiple (Sharples & Telfer, 2015). Come sottolinea Ferrari (2025), la mobilità turistica non può essere ridotta a una variabile di costo o di accessibilità, ma costituisce una chiave interpretativa del rapporto tra spazio, identità e comportamento dei visitatori, con implicazioni dirette per la pianificazione territoriale e la valorizzazione dei contesti geograficamente più fragili.

Negli ultimi anni, poi, la trasformazione digitale è divenuta un elemento centrale nel dibattito sulle nuove geografie del turismo: la diffusione di tecnologie digitali, infrastrutture ad alta connettività, piattaforme informative e sistemi di prenotazione online ha, infatti, modificato in modo significativo tanto i comportamenti dei visitatori quanto i processi di promozione e gestione delle destinazioni. Così come nella quasi totalità degli ambiti della vita sociale, la digitalizzazione ha assunto un ruolo strategico anche nella competitività territoriale, influenzando la visibilità delle destinazioni, la qualità dei servizi, l’accesso alle informazioni e la capacità di innovazione (Wu, 2024; Restrepo-Sarmiento & Gómez Torres, 2023; Jiang, 2023).

Nel contesto fino ad ora delineato, le trasformazioni in atto appaiono particolarmente rilevanti per i territori periferici o meno consolidati dal punto di vista turistico. La letteratura suggerisce, infatti, che una dotazione digitale adeguata, basata su infrastrutture, competenze e strumenti di gestione, può ridurre alcune barriere tradizionali legate alla

localizzazione e alla distanza dai poli attrattivi, favorendo una maggiore integrazione nelle reti turistiche nazionali e internazionali (Kummitha, 2025; Polukhina, 2024). Inoltre, le tecnologie digitali facilitano la narrazione dei luoghi, la fruibilità dei servizi e la costruzione di esperienze turistiche basate su informazioni personalizzate e accessibili, contribuendo così alla valorizzazione contesti geograficamente più fragili o spesso meno conosciuti (Stryzhak, 2022; Roziqin, 2023).

Allo stesso tempo, la ricerca accademico-scientifica ha iniziato a sviluppare approcci più strutturati per misurare la digitalizzazione territoriale e la sua relazione con il turismo. Tra questi, gli approcci di *Multi-Criteria Decision Analysis* (MCDA) sono sempre più adottati per integrare variabili eterogenee – infrastrutturali, economiche, informative – e costruire indici sintetici utili alla pianificazione e alla governance (Riandari *et al.*, 2023; Liao, 2023). L'uso di strumenti multicriteriali consente di rappresentare in modo più completo la complessità dei processi turistici contemporanei, nei quali dimensioni tradizionali (come la densità ricettiva o la pressione dei flussi) coesistono con nuovi elementi legati alla connettività, ai dati digitali e ai sistemi informativi territoriali (Wang, 2024). Questo orientamento metodologico è particolarmente rilevante nel contesto europeo, dove diversi organismi internazionali promuovono la digitalizzazione come leva per migliorare la competitività delle PMI turistiche e rafforzare la resilienza delle destinazioni (OECD, 2025).

Il quadro che emerge da questa letteratura indica, dunque, come il rapporto tra turismo e digitalizzazione stia acquisendo una crescente rilevanza analitica e politica. Tuttavia, ciò che rimane ancora relativamente poco esplorato è il modo in cui la trasformazione digitale possa incidere sui divari territoriali interni alle regioni mediterranee, e in particolare sulla storica contrapposizione tra costa ed entroterra.

2. La sfida attuale: ripensare il modello turistico e il ruolo degli indicatori digitali

La recente evoluzione del settore turistico rende sempre più evidente la necessità di superare un modello di analisi basato esclusivamente sulla misurazione dei flussi, in quanto indicatori tradizionali come arrivi, presenze o tassi di utilizzazione, pur essendo strumenti consolidati nelle statistiche ufficiali, non risultano più sufficienti per interpretare sistemi turistici complessi, nei quali la dimensione digitale e quella territoriale interagiscono in forme nuove e multilivello. Le trasformazioni osservate nelle destinazioni europee e mediterranee mostrano, infatti, come il turismo sia oggi un fenomeno caratterizzato da reti di relazioni che si estendono ben oltre i confini delle singole località, richiedendo un passaggio concettuale da un modello centrato sulla destinazione urbana a un modello che assume la regione come scala analitica e operativa (Buhalis & Amaranggana, 2015).

In questo contesto, la sfida attuale consiste nel passare da un turismo che si limita a misurare i flussi ad un turismo che li pianifica all'interno di un sistema-regione. Ciò implica una diversa concezione del rapporto tra territori forti e territori marginali: la costa e l'entroterra non possono più essere considerati come entità separate o concorrenti, ma devono essere viste come componenti di un'unica struttura regionale che necessita di una programmazione integrata e di strumenti di governance in grado di coglierne le

interdipendenze. Le evidenti disparità tra aree costiere e interne, più volte documentate nella letteratura, rendono questo passaggio quanto mai urgente, soprattutto in regioni – come la Campania – caratterizzate da forti polarizzazioni geografiche. La digitalizzazione si inserisce in questo quadro come uno dei principali fattori di trasformazione. Numerosi studi mostrano come le tecnologie digitali abbiano modificato non soltanto le modalità di fruizione turistica, ma anche la produzione di informazioni, la rappresentazione dei territori e i processi decisionali delle istituzioni (Xiang *et al.*, 2017; Del Vecchio *et al.*, 2018). In tale prospettiva, gli indicatori digitali non possono essere considerati semplici misure tecniche, ma assumono un ruolo più ampio, diventando elementi capaci di orientare strategie, identificare criticità, valutare potenzialità e contribuire alla costruzione di politiche regionali più informate. La loro rilevanza cresce in modo particolare nei territori meno turisticati, lì dove la disponibilità di infrastrutture digitali, servizi informativi e presenze online può incidere significativamente sulla visibilità e sull'accessibilità delle destinazioni, contribuendo a ridefinire i rapporti tra centro e periferia.

Alla luce di queste considerazioni, il lavoro si fonda su una domanda di ricerca centrale: in che modo la dimensione digitale può contribuire alla coesione territoriale del sistema turistico e al riequilibrio tra le aree costiere e quelle interne? In altri termini, come può il digitale divenire un linguaggio condiviso tra territori forti e territori marginali, favorendo una loro integrazione all'interno di un medesimo spazio regionale di sviluppo?

A tal proposito, risulta utile chiarire subito cosa si intenda per indicatori digitali. La letteratura recente (Huang *et al.*, 2025; De Silva *et al.*, 2025) converge nel considerarli un insieme eterogeneo di variabili che possono essere ricondotte a tre grandi dimensioni concettuali, non rigidamente separate ma utili da un punto di vista analitico. La prima riguarda i fattori abilitanti, ovvero l'insieme delle infrastrutture e delle condizioni che rendono possibile la trasformazione digitale: la connettività a banda ultralarga, la diffusione di reti 5G, gli strumenti di governance basati su dati aperti e i sistemi informativi territoriali rientrano in questa categoria, in quanto costituiscono la struttura portante che consente ai territori di partecipare all'economia digitale (OECD, 2025; Wu, 2024). Una seconda dimensione riguarda le cosiddette impronte digitali, vale a dire i dati generati dalle attività online dei visitatori e degli operatori: ricerche e prenotazioni sulle piattaforme, recensioni, contenuti generati dagli utenti, dati di mobilità e interazioni sui social media. Si tratta di informazioni dinamiche, che riflettono in tempo reale i comportamenti, le preferenze e le modalità di fruizione della domanda, e che influiscono in modo diretto sulla visibilità delle destinazioni e sulla loro capacità di competere nel mercato turistico globale (Gretzel *et al.*, 2020; Roziqin, 2023). Una terza dimensione, più trasversale, riguarda il contesto digitale, inteso come la capacità istituzionale e progettuale dei territori di adottare e integrare strumenti digitali nei processi di programmazione. Rientrano in questa prospettiva i progetti finanziati attraverso politiche pubbliche – come il PNRR o i fondi europei dedicati allo *smart tourism* – e le strategie locali che utilizzano il digitale come leva per sostenere l'innovazione e la competitività delle destinazioni (Femenia-Serra & Ivars-Baidal, 2021; Del Vecchio *et al.*, 2018).

L'integrazione di queste tre categorie consente di interpretare il turismo come un sistema in cui la dimensione digitale svolge un ruolo sempre più centrale nella definizione delle

opportunità e dei vincoli territoriali. Come osservato, la digitalizzazione non determina necessariamente un aumento immediato dei flussi turistici, ma permette ai territori di essere più visibili, più leggibili e più accessibili sul piano informativo, favorendo così percorsi di sviluppo che non dipendono esclusivamente dalla localizzazione fisica o dalla presenza di grandi attrattori. È in questo senso che il digitale può fungere da strumento di riequilibrio regionale, contribuendo alla riduzione delle disparità e rendendo le aree interne più competitive e riconoscibili nel panorama turistico contemporaneo.

3. Obiettivi e metodologia della ricerca

L'analisi sviluppata in questo lavoro approfondisce il tema del riequilibrio territoriale attraverso il caso studio della Campania, regione in cui le dinamiche descritte in precedenza – polarizzazione costiera, marginalità delle aree interne, crescente rilevanza della digitalizzazione – risultano particolarmente evidenti. La Campania rappresenta, infatti, un laboratorio privilegiato per osservare come territori con caratteristiche socioeconomiche e infrastrutturali differenti rispondano ai processi di trasformazione digitale e come tali processi possano incidere sulle geografie del turismo.

L'indagine si struttura attorno a un duplice obiettivo: da un lato, si intende analizzare in che modo la digitalizzazione possa contribuire a ridurre le divergenze tra costa ed entroterra, offrendo alle aree interne strumenti e opportunità per rafforzare la propria visibilità e capacità competitiva; dall'altro, l'obiettivo è costruire un framework interpretativo che integri indicatori turistici e digitali, così da identificare differenziali territoriali e potenziali traiettorie di riequilibrio all'interno del sistema regionale. L'attenzione non è rivolta alla misurazione dei flussi in senso tradizionale, ma alla capacità dei territori di posizionarsi all'interno dell'ecosistema turistico contemporaneo, in cui infrastrutture materiali e digitali concorrono alla definizione della loro attrattività. Per perseguire tali obiettivi, è stata adottata una metodologia articolata in diverse fasi successive, con riferimento al biennio 2023–2024. In primo luogo, è stata elaborata un'analisi turistica basata sui principali indicatori forniti dall'ISTAT: densità turistica, densità ricettiva, intensità turistica e tasso di utilizzazione lorda. Tali indicatori sono stati georiferiti e rappresentati attraverso elaborazioni cartografiche in ambiente GIS, al fine di evidenziare i gradienti territoriali e la distribuzione dei fenomeni su scala provinciale. Ciò ha consentito di delineare con chiarezza la geografia del turismo campano, confermando la forte concentrazione delle presenze lungo la fascia costiera e la relativa debolezza dell'entroterra.

Successivamente, è stata realizzata un'analisi multicriteriale (MCDA), coerente con gli approcci già consolidati nella letteratura sul *decision making* territoriale e sulla valutazione integrata di variabili eterogenee (Liao, 2023; Riandari *et al.*, 2023; Wang, 2024). L'obiettivo di tale fase era costruire un indicatore sintetico di digitalizzazione capace di restituire un quadro complessivo della maturità digitale dei territori. L'indicatore è stato costruito a partire da otto variabili, organizzate in quattro dimensioni concettuali (Tab. 1). La prima dimensione, relativa alle infrastrutture, include la copertura della banda ultralarga ($BUL \geq 30$ Mbit/s) e la copertura 5G, entrambe desunte dalle rilevazioni AGCOM e dai dati del Piano BUL di Infratel/MISE. La seconda dimensione riguarda la

presenza digitale delle imprese e include la quota di esercizi ricettivi presenti su piattaforme di prenotazione online e la quota di imprese del settore turistico-ricettivo dotate di sito web, ricavate dalle rilevazioni ISTAT sull'utilizzo delle ICT nelle imprese. La terza dimensione attiene alla governance digitale e comprende i finanziamenti PNRR per la digitalizzazione dei comuni – estratti dalla piattaforma PA Digitale 2026 e da OpenCUP – e i progetti PNRR specificamente dedicati allo *smart tourism* finanziati nel periodo di riferimento. La quarta dimensione cattura le impronte digitali dei territori, attraverso il numero di recensioni su TripAdvisor e Google Maps riferite alle strutture ricettive e ristorative e l'indice di popolarità online delle destinazioni ricavato da Google Trends.

Dimensione	Variabile	Fonte	Anno
Infrastrutture	Copertura BUL $\geq$ 30 Mbit/s	Infratel/MISE, Piano BUL	2023-2024
	Copertura 5G	AGCOM	2023-2024
Imprese digitali	Quota imprese ricettive su piattaforme online	ISTAT, Rilevazione ICT imprese	2023-2024
	Quota imprese turistico-ricettive con sito web	ISTAT, Rilevazione ICT imprese	2023-2024
Governance	Finanziamenti PNRR digitalizzazione comuni	OpenCoesione	2023-2024
	Progetti PNRR smart tourism finanziati	OpenCoesione	2023-2024
Impronte digitali	Recensioni TripAdvisor/Google Maps	Scraping su TripAdvisor API e Google Places API	2023-2024
	Indice popolarità online	Google Trends	2023-2024

Tabella 1: Variabili dell'indice sintetico di maturità digitale

Fonte: Elaborazione personale dell'autrice

Tutte le variabili sono state normalizzate attraverso trasformazioni logaritmiche, ove necessario per ridurre l'asimmetria delle distribuzioni, e successivamente riscalate nell'intervallo [0,1] mediante tecnica *min-max scaling*. L'aggregazione è avvenuta mediante pesatura equiponderata, assegnando a ciascuna delle otto variabili un peso uguale pari a 1/8, in assenza di criteri consolidati in letteratura che giustificano una differenziazione dei pesi per questo specifico contesto territoriale.

La fase finale ha previsto la costruzione di un indicatore differenziale, definito come *Digital–Tourism Gap*, calcolato come differenza tra l'indice turistico e l'indice digitale normalizzati. Valori negativi del gap ($< -0,10$) indicano territori in cui la maturità digitale è superiore all'intensità turistica, segnalando un potenziale di sviluppo ancora inespresso; valori positivi ($> 0,10$) identificano invece aree in cui la pressione turistica eccede la capacità digitale disponibile; una fascia intermedia ($-0,10 \leq \text{gap} \leq 0,10$) individua i contesti di sostanziale equilibrio tra le due dimensioni. La soglia di $\pm 0,10$ è stata definita in modo da escludere dalla fascia centrale i soli territori caratterizzati da divergenze strutturalmente significative, mantenendo nell'intervallo di equilibrio i casi limite di lieve disallineamento. L'approccio prova a superare letture dicotomiche del territorio, offrendo una rappresentazione integrata che mette in relazione dinamiche fisiche e digitali del turismo regionale.

4. Il sistema turistico campano tra polarizzazione e distribuzione dei flussi

L'analisi degli indicatori turistici della Campania consente di ricostruire una geografia regionale fortemente strutturata, nella quale la contrapposizione tra costa ed entroterra continua a rappresentare l'elemento organizzativo principale del sistema turistico. Le carte, realizzate sulla base degli ultimi dati ISTAT disponibili (2024), restituiscono un quadro coerente con le dinamiche delineate nei paragrafi precedenti, mostrando come la distribuzione dell'offerta e della domanda si concentri soprattutto lungo le fasce costiere, mentre le aree interne mantengono un ruolo più marginale, seppur con alcune eccezioni significative.

I valori assoluti e normalizzati dei quattro indicatori per ciascuna provincia campana sono riportati in forma sinottica nella Tab. 2, alla quale si rimanda per una lettura quantitativa di dettaglio a supporto delle elaborazioni cartografiche di seguito discusse.

	DR posti letto/ km ²	DR norm.	DT presenze/ km ²	DT norm.	IT presenze/ residente	IT norm.	IUL %	IUL norm.
Napoli	97,2	125,4	12204	135,2	5,0	96,5	34,4	119,6
Salerno	20,8	99,7	1045	97,3	5,2	96,6	13,7	91,7
Caserta	7,0	95,0	518	95,5	1,5	93,3	20,3	100,5
Avellino	2,4	93,5	108	94,2	0,8	92,6	12,2	89,7
Benevento	2,7	93,6	63	94	0,5	92,4	6,2	81,6

Tabella 2: Valori assoluti e normalizzati degli indicatori turistici per provincia
Fonte: Elaborazione su dati ISTAT e Demoskopika (2025). I valori normalizzati sono calcolati con metodologia Mazziotta-Pareto (centrata su 100)

Nel dettaglio, la carta della densità ricettiva (Fig. 1), espressa come rapporto tra posti letto ed estensione territoriale, evidenzia valori particolarmente elevati nella provincia di Napoli e nelle isole del Golfo, dove la storica tradizione turistica e la presenza di destinazioni di rilievo internazionale hanno favorito la formazione di un sistema ricettivo

altamente strutturato. Anche la provincia di Salerno presenta livelli elevati, probabilmente trainata dalla Costa d'Amalfi e dal sistema costiero cilentano, confermando la centralità del litorale nel modello turistico regionale. Di interesse è il dato relativo alla provincia di Avellino: pur essendo un territorio interno, essa mostra valori medio-alti che si discostano dalla tendenza generale delle aree lontane dalla costa: questa performance può essere interpretata alla luce della progressiva affermazione di forme di turismo rurale, enogastronomico e naturalistico, che negli ultimi anni hanno favorito lo sviluppo di una ricettività diffusa, coerente con le logiche dello *slow tourism* e con la valorizzazione delle produzioni territoriali. Al contrario, le province di Caserta e soprattutto Benevento presentano livelli bassi, indicando sistemi ricettivi meno strutturati e con minori investimenti consolidati.

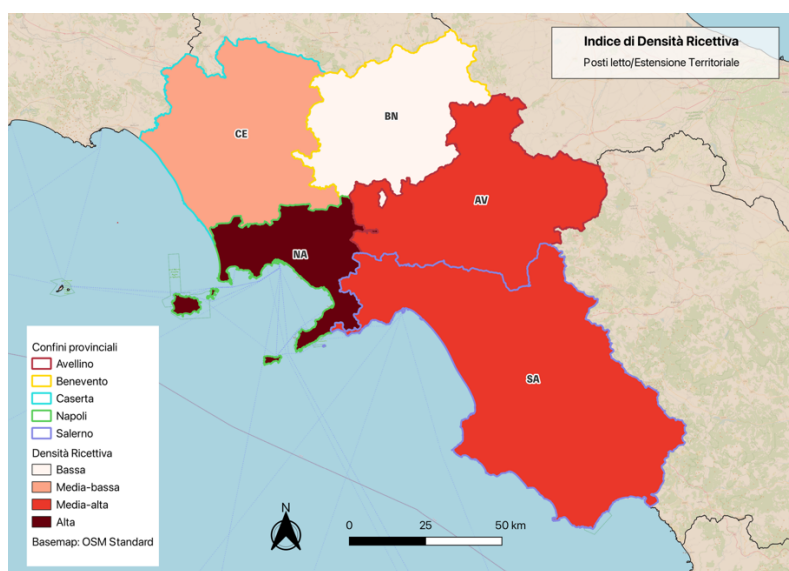


Figura 1: Indice di densità ricettiva

Fonte: Elaborazione personale dell'autrice su dati ISTAT (2024)

La densità turistica (Fig. 2), che rapporta le presenze all'estensione territoriale, conferma la predominanza di Napoli e Salerno, ma introduce alcuni elementi di differenziazione rispetto alla densità ricettiva: l'elaborazione cartografica mostra come Avellino e Benevento assumano valori molto bassi, mentre Caserta presenta livelli intermedi. Ciò che emerge con chiarezza è la mancata corrispondenza tra l'offerta e la domanda nella provincia di Avellino: se da un lato la densità ricettiva segnala una capacità di accoglienza crescente, dall'altro la densità turistica rivela che tali strutture non intercettano ancora flussi significativi. Questa discrepanza indica che la fase espansiva della ricettività irpina, sostenuta da politiche di valorizzazione culturale e ambientale, non si è ancora tradotta in un consolidamento della domanda, confermando la natura emergente del modello turistico locale.

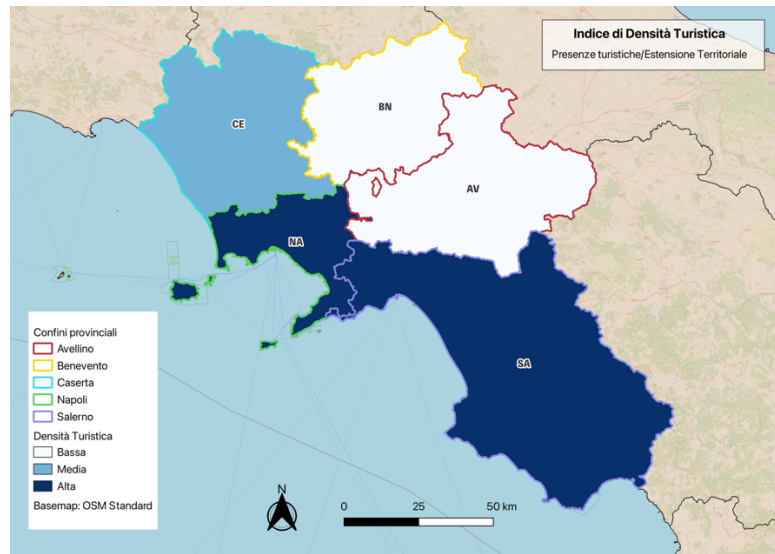
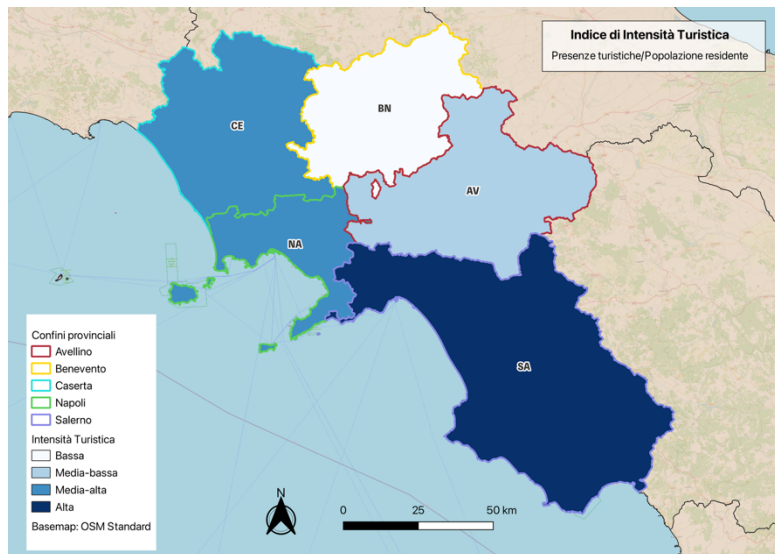


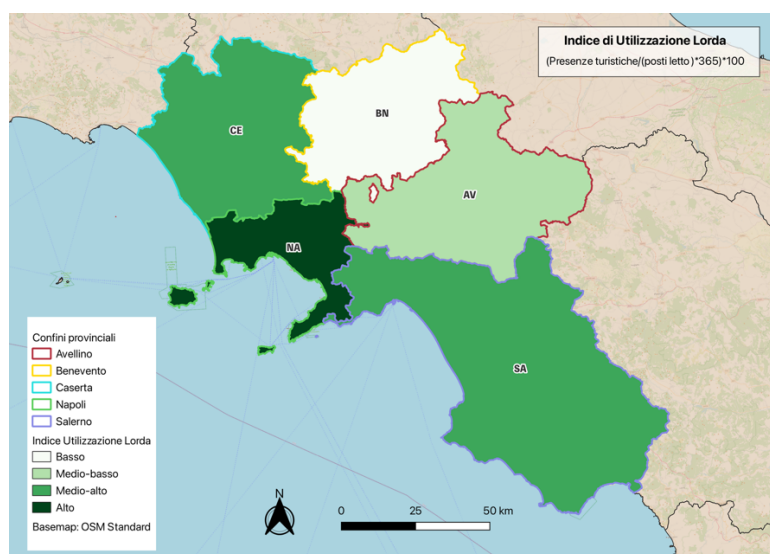
Figura 2: Indice di densità turistica
Fonte: Elaborazione personale dell'autrice su dati ISTAT (2024)

L'intensità turistica (Fig. 3), definita come rapporto tra presenze e popolazione residente, contribuisce ad approfondire il quadro, evidenziando il diverso peso che il turismo assume nei sistemi socio-territoriali. I livelli più elevati emergono nella provincia di Salerno, dove la presenza dei visitatori supera in modo significativo il numero dei residenti, segnalando una forte pressione turistica. La provincia di Napoli presenta valori medio-alti, influenzati sia da un consistente afflusso turistico sia dall'elevata densità demografica. Le province interne mostrano livelli bassi, a conferma di una relazione ancora debole tra turismo e comunità locali. Questo indicatore, pur coerente con le carte precedenti, mette in luce il ruolo diversificato che il turismo svolge nei diversi territori, distinguendo tra aree ad alta specializzazione turistica e contesti dove l'incidenza sull'economia locale è minima.



*Figura 3: Indice di intensità turistica**Fonte: Elaborazione personale dell'autrice su dati ISTAT (2024)*

Infine, la carta dell'indice di utilizzazione lorda (Fig. 4), che misura il rapporto tra presenze e posti letto, mostra una distribuzione che rispecchia in parte i risultati precedenti, ma introduce, anch'essa, sfumature ulteriori: i valori più alti si registrano a Napoli, indicando non solo una forte domanda, ma anche una buona capacità di sfruttamento delle strutture ricettive nel corso dell'anno. Seguono Salerno e Caserta, suggerendo l'esistenza di un sistema turistico meno soggetto a stagionalità estrema. Le province interne di Benevento e Avellino presentano valori bassi, sottolineando una ricettività scarsamente utilizzata e confermando la difficoltà di attrarre flussi regolari.

*Figura 4: Indice di utilizzazione turistica lorda**Fonte: Elaborazione personale dell'autrice su dati ISTAT (2024)*

Nel complesso, le carte evidenziano un sistema turistico regionale organizzato lungo un chiaro gradiente territoriale: la costa si configura come l'asse portante dell'intera struttura, mentre l'entroterra mostra una partecipazione limitata e, in alcuni casi, solo potenziale. La divergenza registrata nel caso di Avellino – un'offerta in crescita che non trova ancora un corrispettivo nella domanda – rappresenta un elemento particolarmente rilevante, perché suggerisce l'esistenza di territori in transizione, nei quali le condizioni materiali dell'offerta precedono la maturazione del loro posizionamento turistico. L'insieme di queste evidenze conferma la necessità di affiancare all'analisi dei flussi fisici una lettura delle dinamiche digitali, al fine di comprendere se e in che misura la dimensione digitale possa contribuire a colmare alcune delle divergenze osservate.

5. La digitalizzazione come risorsa territoriale turistica per la Campania

La mappatura dell'Indice Digitale Turistico, ottenuto attraverso il modello multicriteriale illustrato nella sezione metodologica, consente di osservare come la dimensione digitale si distribuisca sul territorio campano e in che modo essa dialoghi, o al contrario diverga, rispetto alle dinamiche turistiche evidenziate nel paragrafo precedente. L'indice sintetizza diverse componenti della maturità digitale territoriale, tra cui infrastrutturazione, dotazione tecnologica delle imprese, presenza online delle attività ricettive, accessibilità informativa e produzione di contenuti digitali, restituendo così un quadro complessivo della prontezza dei territori ad operare all'interno di un ecosistema turistico quanto mai digitalizzato.

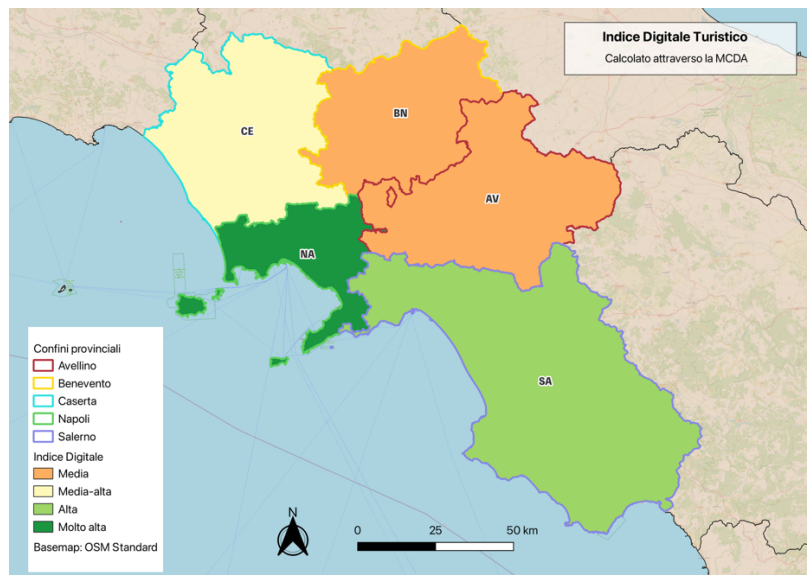


Figura 5: Indice digitale turistico

Fonte: Elaborazione personale dell'autrice tramite analisi MCDA

Province	D.1 (Infrastrutture)	D.2 (Imprese digitali)	D.3 (Governance)	D.4 (Impronte digitali)	MCDA Indice digitale
<i>Napoli</i>	0.8827	0.7523	0.6520	0.9529	<i>0,81</i>
<i>Salerno</i>	0.8584	0.7069	0.7069	0.8079	<i>0,77</i>
<i>Caserta</i>	0.8862	0.6848	0.7552	0.5538	<i>0,72</i>
<i>Avellino</i>	0.8354	0.6112	0.8659	0.4075	<i>0,68</i>
<i>Benevento</i>	0.8495	0.5866	0.8900	0.3540	<i>0,67</i>

Tabella 3: Indice digitale turistico

Fonte: Elaborazione personale dell'autrice tramite analisi MCDA

La Fig.5 mostra come i livelli più elevati di digitalizzazione si concentrino nella provincia di Napoli, che raggiunge valori maggiori grazie alla combinazione di un'elevata dotazione infrastrutturale, di un sistema imprenditoriale innovativo e di una forte visibilità digitale

delle destinazioni. Tale risultato è coerente con quanto osservato nell'analisi turistica: la centralità del capoluogo e delle destinazioni costiere trova un corrispettivo anche nella sfera digitale, confermando una sovrapposizione tra competitività turistica e competitività digitale. La provincia di Salerno presenta valori alti, sostenuti sia dalla maturità digitale delle destinazioni costiere sia dalla crescente diffusione di pratiche e strumenti digitali. La digitalizzazione appare sufficientemente consolidata da supportare un sistema turistico complesso e articolato, in cui la componente digitale assume un ruolo strutturale nella comunicazione, nella promozione e nell'organizzazione dei servizi.

La provincia di Caserta presenta livelli medio-alti, che collocano il territorio in una fascia intermedia del processo di digitalizzazione. Questo posizionamento risulta interessante se confrontato con le carte turistiche: pur non raggiungendo i livelli di Napoli e Salerno, Caserta mostra una maturità digitale superiore a quella delle province interne, indicando la presenza di un potenziale non del tutto espresso sul piano turistico ma supportato da basi digitali relativamente solide. La situazione appare diversa per le province interne di Avellino e Benevento, entrambe collocate nella fascia media dell'indice, ma con alcune differenze rilevanti. L'Irpinia presenta livelli moderati di digitalizzazione, coerenti con quanto emerso nell'analisi della densità ricettiva: la ricettività diffusa e i modelli emergenti di turismo rurale sembrano aver favorito investimenti digitali legati soprattutto alla promozione territoriale, alle reti di piccoli operatori e alle produzioni tipiche. La provincia di Benevento, pur collocandosi anch'essa nella fascia media, evidenzia livelli leggermente più alti rispetto a quanto ci si aspetterebbe osservando le carte turistiche, in cui il territorio risultava caratterizzato da valori molto bassi in quasi tutti gli indicatori. Questo elemento indica che, nonostante una domanda turistica modesta, alcuni segmenti del tessuto territoriale beneventano – soprattutto in termini di infrastrutturazione digitale e di dotazioni tecnologiche – presentano condizioni di base potenzialmente favorevoli a futuri percorsi di sviluppo.

Nel complesso, la carta dell'indice digitale rivela un quadro meno polarizzato rispetto alle carte turistiche, con una maggiore omogeneità tra le province e un gradiente costa–entroterra meno marcato. La digitalizzazione sembra diffondersi con una logica più orizzontale, intercettando anche territori che, sotto il profilo turistico, risultano ancora marginali. Questa differenza suggerisce la presenza di un potenziale trasformativo significativo: la dimensione digitale può anticipare, sostenere o accelerare processi di valorizzazione territoriale non ancora pienamente affermati nelle dinamiche dei flussi fisici.

6. Un indicatore per leggere il riequilibrio territoriale: il digital-tourism gap

Le evidenze di cui sopra costituiscono la base per il confronto diretto tra la dimensione turistica e quella digitale, volto a identificare eventuali disallineamenti, ambiti di coerenza e territori che esprimono margini di sviluppo ancora inespressi. La carta del *Digital–Tourism Gap* (Fig. 6) permette infatti di osservare in che misura la prontezza digitale dei territori campani sia coerente, o non, con la loro attuale performance turistica. L'analisi del *gap* non si limita a evidenziare divergenze quantitative, ma consente di individuare

modelli territoriali differenti, restituendo una lettura interpretativa del rapporto tra potenzialità digitali e capacità attrattiva.

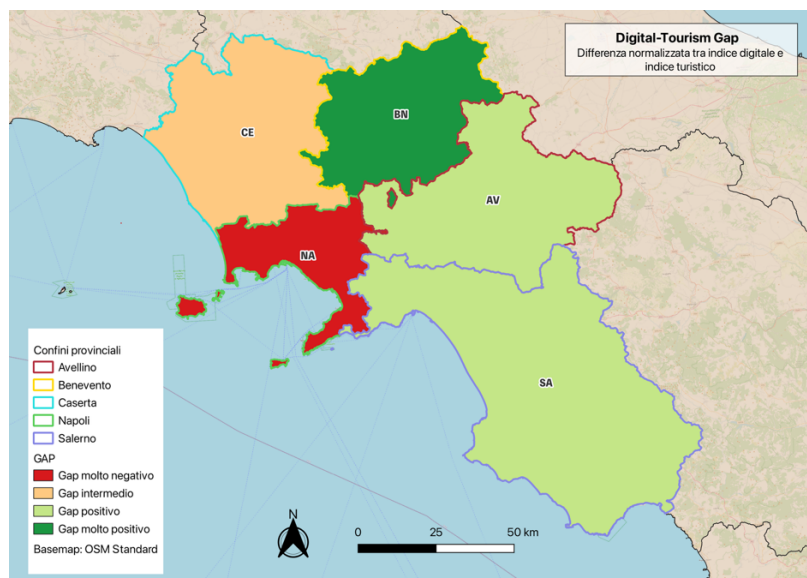


Figura 6: Digital-Tourism gap
 Fonte: Elaborazione personale dell'autrice

La categoria del *gap* molto negativo, che nella carta interessa in modo evidente la provincia di Napoli, segnala territori nei quali la performance turistica risulta nettamente superiore rispetto ai livelli di digitalizzazione raggiunti. In questi contesti, la domanda è forte, matura e consolidata, e la dotazione digitale, pur particolarmente sviluppata, non riesce a sostenere pienamente la complessità del sistema turistico. Si tratta di territori in cui l'attività turistica continua a basarsi in larga misura su fattori tradizionali (accessibilità, notorietà, risorse naturali e culturali), ma in cui l'insufficiente integrazione digitale rischia di amplificare fenomeni di congestione, limitare l'efficienza gestionale e rallentare processi di innovazione che potrebbero invece contribuire a una governance più sostenibile dei flussi. Il *gap* molto negativo rappresenta dunque una condizione di vulnerabilità dei sistemi turistici centrali, che richiederebbero una digitalizzazione più capillare per mantenere livelli di competitività e differenziazione adeguati. Il *gap* intermedio, osservabile nella provincia di Caserta, individua territori caratterizzati da una sostanziale coerenza tra il profilo turistico e quello digitale. In questi casi, la maturità digitale segue andamento proporzionale alla domanda turistica, senza evidenziare scarti significativi né in eccesso né in difetto. Si tratta di contesti in cui la digitalizzazione è sufficiente a sostenere i livelli di attrattività attuali, ma non necessariamente tale da innescare dinamiche di sviluppo accelerate. La presenza di un *gap* contenuto suggerisce un equilibrio stabile, ma anche una possibile criticità: territori in cui la digitalizzazione non precede né stimola la crescita, ma semplicemente la accompagna, con il rischio che l'assenza di un vantaggio digitale possa limitare le capacità competitive future. Di particolare interesse è la categoria del *gap* positivo e molto positivo, che emerge con

evidenza nelle province di Salerno, Avellino e soprattutto Benevento. Qui la digitalizzazione risulta più avanzata rispetto alla performance turistica osservata nelle carte del turismo, delineando territori con potenzialità ancora largamente inesprese. In questi casi, la dotazione digitale – che include infrastrutture adeguate, presenza online strutturata e capacità tecniche diffuse – non si traduce ancora in un equivalente livello di attrattività turistica. Tale condizione può essere interpretata come un indicatore di opportunità: territori in cui l'ecosistema digitale è già predisposto e potrebbe fungere da leva per attivare processi di sviluppo turistico, rafforzare la visibilità esterna, facilitare la costruzione di reti territoriali e sostenere modelli emergenti come il turismo rurale, culturale o outdoor. Di pari passo, il *gap* positivo segnala anche la necessità di integrare maggiormente la digitalizzazione con strategie di valorizzazione territoriale, affinché le risorse digitali possano diventare effettivamente operative nel generare nuova domanda. Nel complesso, la lettura della carta mette in evidenza tre geografie distinte: da un lato i poli turistici maturi ormai spesso saturi, dall'altro le aree interne in cui la digitalizzazione precede la crescita turistica, e infine territori intermedi in cui domanda e dotazione digitale procedono su traiettorie parallele ma senza elementi di accelerazione. Questa articolazione evidenzia come il digitale non si distribuisca secondo le stesse logiche dei flussi turistici ma, in alcuni casi, ne anticipi o ne ritardi l'evoluzione. L'analisi del *digital-tourism gap*, dunque, non solo completa il quadro metodologico, ma offre una chiave interpretativa utile per leggere le possibilità di riequilibrio del sistema turistico regionale, soprattutto laddove la disponibilità di infrastrutture e competenze digitali potrebbe contribuire a rafforzare territori oggi marginali ma dotati di margini di sviluppo significativi.

7. Limiti della ricerca

Nonostante i risultati ottenuti offrano una lettura articolata del rapporto tra digitalizzazione e geografie del turismo in Campania, l'analisi presenta alcuni limiti che è opportuno esplicitare, tanto sul piano metodologico quanto su quello delle fonti.

Un primo limite riguarda la natura proxy degli indicatori digitali utilizzati. Nessuna delle variabili incluse nell'indice misura direttamente la maturità digitale di un territorio nel senso pieno del termine: la copertura infrastrutturale non equivale all'effettivo utilizzo delle reti, la presenza su piattaforme di prenotazione online non riflette necessariamente la qualità o la competitività dell'offerta, e il volume di recensioni o l'indice di popolarità su Google Trends catturano la visibilità online ma non la capacità gestionale o progettuale dei soggetti territoriali. Si tratta, in altri termini, di approssimazioni ragionevoli di fenomeni più complessi, la cui interpretazione richiede cautela e consapevolezza dei margini di approssimazione impliciti in ogni indice composito.

Un secondo limite attiene alla qualità e alla completezza dei dati disponibili. Alcune variabili – in particolare quelle relative alle impronte digitali, come le recensioni su piattaforme commerciali o gli indici di ricerca online – derivano da fonti non istituzionali, soggette a bias di selezione, discontinuità temporali e copertura disomogenea tra territori. Le aree con minore attività turistica tendono a essere strutturalmente sottorappresentate in queste fonti, rischiando di accentuare artificialmente il divario digitale rispetto alle destinazioni più consolidate. Analogamente, i dati relativi ai finanziamenti PNRR

riflettono la fase di assegnazione delle risorse e non necessariamente il loro effettivo impiego o impatto sul territorio nel periodo di riferimento.

Un terzo limite, forse il più rilevante sul piano analitico, riguarda la scala di osservazione. L'analisi è condotta a livello provinciale, che costituisce la granularità massima consentita dalla disponibilità e comparabilità delle fonti statistiche ufficiali utilizzate. Questa scelta implica inevitabilmente una perdita di dettaglio: all'interno di ciascuna provincia coesistono realtà molto differenziate (ad esempio, comuni costieri ad alta intensità turistica, borghi interni con vocazione emergente, aree rurali scarsamente connesse) che una lettura aggregata a scala provinciale non è in grado di restituire pienamente. Un'analisi a scala comunale consentirebbe letture più fini e interventi di policy maggiormente mirati, ma richiederebbe una disponibilità di dati digitali disaggregati che allo stato attuale risulta ancora parziale e non sistematica per il contesto italiano.

Tali limiti non inficiano la validità dell'approccio proposto, ma ne definiscono il perimetro interpretativo e indicano al contempo direzioni prioritarie per sviluppi futuri della ricerca.

8. Conclusioni e prospettive

L'analisi condotta mostra come il sistema turistico campano continui a essere caratterizzato da una forte polarizzazione costiera, mentre l'entroterra rimane segnato da livelli di attrattività più contenuti. Tuttavia, è proprio nei territori interni che cresce la prontezza digitale, sostenuta da interventi infrastrutturali, da programmi pubblici e da un progressivo radicamento di pratiche digitali nel tessuto socioeconomico locale. Tale divergenza tra geografie del turismo e geografie del digitale rappresenta uno degli elementi più significativi emersi dal lavoro. In questo senso, il Digital–Tourism Gap si configura come uno strumento interpretativo in grado di individuare i territori nei quali la digitalizzazione può accompagnare e sostenere processi di riequilibrio e, al tempo stesso, di riconoscere quei contesti, in particolare lungo la costa, in cui è necessario intervenire per migliorare la sostenibilità dei flussi e rafforzare la capacità del sistema turistico di governare la pressione esercitata dai visitatori. Il gap rende così visibile ciò che i soli indicatori turistici o digitali non sarebbero in grado di cogliere in modo autonomo.

I risultati non si esauriscono tuttavia in una lettura descrittiva, ma offrono indicazioni operative che possono orientare la programmazione regionale secondo una logica d'intervento differenziata per classi di territorio. Per i territori con gap molto negativo la priorità non è investire ulteriormente nell'attrazione di flussi, quanto rafforzare la capacità del sistema digitale di governarli, attraverso strumenti di *smart visitor management*, piattaforme per la redistribuzione della domanda verso itinerari alternativi e un potenziamento del ruolo delle *Destination Management Organization* (DMO) provinciali e regionali. Per i territori con gap intermedio, invece, la sfida è evitare che l'equilibrio attuale si traduca in stagnazione: le politiche più efficaci sono quelle che stimolano un salto qualitativo nella digitalizzazione, anche attraverso obiettivi espliciti di maturità digitale nei Piani di Sviluppo Locale e nei Contratti Istituzionali di Sviluppo. Per i territori con gap positivo la dotazione digitale già presente costituisce una precondizione favorevole che le politiche devono saper attivare, trasformando infrastrutture e competenze digitali esistenti in visibilità turistica concreta, attraverso i programmi europei

di sviluppo rurale (FEASR/PSR) e il coinvolgimento attivo dei Gruppi di Azione Locale (GAL). Trasversalmente, i risultati suggeriscono l'opportunità di introdurre il Digital–Tourism Gap all'interno dei sistemi di monitoraggio delle politiche turistiche regionali, affiancandolo agli indicatori tradizionali di flusso, così da consentire una programmazione fondata su evidenze territoriali aggiornate e differenziate.

L'equilibrio tra costa ed entroterra non dipende, quindi, soltanto dalle infrastrutture materiali, né esclusivamente dalla capacità ricettiva, ma anche, e forse sempre più, dalla possibilità dei territori di connettersi, rappresentarsi e valorizzarsi attraverso il digitale. La digitalizzazione, in tal senso, non va intesa come una dimensione meramente tecnologica, bensì come una nuova forma di coesione territoriale: un insieme di pratiche, strumenti e relazioni che permette ai luoghi di raccontarsi, di collaborare, di costruire reti più ampie e di accedere a circuiti informativi e turistici che altrimenti resterebbero fuori portata.

In prospettiva, il modello sviluppato per la Campania offre spunti utili per analisi comparate in altri contesti mediterranei analoghi, nei quali la frattura costa–interno rappresenta una struttura territoriale ricorrente. L'obiettivo, in questa direzione, non è soltanto replicare un metodo, ma contribuire alla costruzione di un indice di turismo sostenibile intelligente, capace di combinare dimensioni digitali, ambientali e sociali in una prospettiva territoriale multilivello. Gli indicatori digitali assumono così il ruolo di ponte tra analisi ed azione, e in prospettiva tra conoscenza e governance, in quanto strumenti capaci di tradurre la complessità territoriale in evidenze operative e di orientare la costruzione di politiche turistiche che guardano alla crescita, all'equilibrio e alla coesione regionale.

Riferimenti

Alhaddar M. and Kummitha H.R. (2025), Digitalization and sustainable branding in tourism destinations from a systematic review perspective. *Discov Sustain* 6, 1167 (2025). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01751-3>

Buhalis D. and Amaranggana A. (2015), Smart tourism destinations: Enhancing destination competitiveness through technological innovation, in Tussyadiah I. & Inversini A. (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Springer, pp. 377–389.

Contu G., Dessì C., Massidda C. and Ortu M. (2024), Online reviews explain differences in coastal and inland tourists' satisfaction, *Scientific Reports*, 14, 23607.

De Silva P., Gunarathne N. and Kumar S. (2025), Exploring the impact of digital knowledge, integration and performance on sustainable accounting, reporting and assurance, *Meditari Accountancy Research*, 33(2), pp. 497–552.

Del Vecchio P., Mele G., Ndou V. and Secundo G. (2018), Creating value from social big data: Implications for smart tourism destinations, *Information Processing & Management*, 54(5), pp. 889–904.

Demoskopika (2025), *Overtourism, allarme rosso: Demoskopika scova i sistemi più sotto pressione. Indice Complessivo di Sovraffollamento Turistico (ICST)*, Istituto di Ricerca Demoskopika, Rende, 16 luglio 2025.

Femenia-Serra F. and Ivars-Baidal J. (2021), Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm, *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100560.

Ferrari F. (2025), *Mobilità e turismo. Teorie, pianificazione e azioni*, FrancoAngeli, Milano (Scienze geografiche, Open Access).

Gretzel U., Sigala M. and Xiang Z. (2020), Smart tourism: Foundations and developments, *Electronic Markets*, 30(1), pp. 1–10.

Huang Q., Wang X., Gao Q., Carraro A., Pezzuolo A. and Marinello F. (2025), How to assess the digitization and digital effort: A framework for Digitization Footprint (Part 1), *Computers and Electronics in Agriculture*, 230, 109875.

Iammarino S., Rodríguez-Pose A. and Storper M. (2019), Regional inequality in Europe: evidence, theory and policy implications, *Journal of Economic Geography*, 19(2), pp. 273–298.

- Jiang C. (2023), A ten-year review analysis of the impact of digitization on the social and economic sustainability of the tourism industry, *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 215.
- Li H., Goh C., Zhang Qiu H. & Meng F. (2014), Effect of tourism on balanced regional development: A dynamic panel data analysis in coastal and inland China, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(6), pp. 694–713.
- Liao H. (2023), An overview of fuzzy multi-criteria decision-making methods in hospitality and tourism industries, *Journal of Hospitality & Tourism Technology*, 14(3), pp. 345–362.
- OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development (2025), *Promoting the digitalisation of the tourism ecosystem in Italy: A focus on SMEs*, OECD Tourism Papers 2025/13.
- Pazzagli R. (2015), Bone's Territories: Territorial heritage and local autonomy in Italian inner areas, *Tafer Journal*, 84, pp. 1–8.
- Polukhina A. (2024), Digital solutions in tourism as a way to boost sustainable development, *Sustainability*, 17(3), 877.
- Rebola F. (2022), Inland or coastal: that's the question! Different impacts of COVID-19 on the tourism sector in Portugal, *Sustainability*, 14(23), 16248.
- Restrepo-Sarmiento J., Gómez Torres P.A., Londoño-Cardozo, J. (2023), Digital transformation in the tourism sector: A literature review, *Revista Ean*, (94). <https://doi.org/10.21158/01208160.n94.2023.3699>
- Riandari F., Defit S. and Yuhandri (2023), Multi-Criteria Decision Analysis (MCDA) to support decision making in tourism: A bibliometric review, in *Proceedings of ICAISD 2023* (244-254); DOI: 10.5220/0012447700003848.
- Rodríguez-Pose A. (2018), The revenge of the places that don't matter (and what to do about it), *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 11(1), pp. 189–209.
- Rossi Doria M. (1958), *Dieci anni di politica agraria*, Bari: Laterza.
- Roziqin A. (2023), Research trends of digital tourism: A bibliometric analysis, *Tourism Review and Consulting*, 4(1–2), pp. 28–49.
- Sharpley R. and Telfer D.J. (eds.) (2015), *Tourism and Development: Concepts and Issues*, Channel View Publications, Bristol.

Stratigea A. (2023), Coastalization patterns in the Mediterranean: a spatiotemporal analysis of coastal urban sprawl in tourism destination areas, *GeoJournal*. <https://doi.org/10.1007/S10708-022-10756-8>

Stryzhak O. (2022), Tourism and digital technologies: Analysis of the relationship, *Tourism and Digital Technologies*, 21(2), pp. 45–58.

Wang N. (2024), Using fuzzy multi-criteria decision-making to evaluate the digital economy's impact on urban tourism, *Journal of Urban Tourism Studies*, 2(1), pp. 55–71.

Wu W. (2024), Digital tourism and smart development: State-of-the-art review, *Sustainability*, 16(23), 10382.

Xiang Z., Du Q., Ma Y. and Fan W. (2017), A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism, *Tourism Management*, 58, pp. 51–65.