



## Overtourism: BVA Doxa e The Data Appeal Company del Gruppo Almwave insieme per un turismo più sostenibile

- *Siglata una collaborazione per analizzare l'impatto che l'aumento dei flussi turistici porta sulle destinazioni e pianificare un turismo a misura di cittadino grazie a Big Data e Intelligenza Artificiale*
- *I risultati della ricerca saranno presentati in un white paper che fornirà una fotografia completa dell'overtourism a Milano e Firenze, basata su dati quantitativi e qualitativi*
- *Già partito un progetto pilota in collaborazione con Fondazione Destination Florence relativo alla nuova campagna #EnjoyRespectFirenze*

Firenze, 10 giugno 2024 – Milano e Firenze stanno vivendo un momento di grande fermento turistico, accompagnato da sfide importanti. In questo contesto **BVA Doxa**, istituto di ricerca leader in Italia, parte del gruppo internazionale The BVA family e **The Data Appeal Company**, società del Gruppo Almwave e specializzata in analytics basati su Big Data e Intelligenza Artificiale per il mondo del turismo, uniscono le forze e le relative expertise per analizzare e comprendere il fenomeno dell'overtourism, a partire dalle città di Milano e Firenze, utilizzando la miniera di dati che arriva dal web, dai social e dalle survey.

L'aumento esponenziale dei flussi turistici richiede una gestione attenta, per garantire un'esperienza positiva sia ai visitatori che ai residenti, preservando al contempo il patrimonio storico, artistico e ambientale delle città e con i centri storici che affrontano la gentrificazione.

Milano, capitale della moda e del business, ha registrato nel 2023 il suo anno migliore di sempre, con circa 8,5 milioni di arrivi in città e oltre 11,5 milioni nell'area urbana. Firenze, culla del Rinascimento e scrigno di tesori artistici, ha visto a sua volta un notevole incremento di turisti nel 2023, con circa 6,5 milioni di arrivi e un +15% rispetto all'anno precedente.

L'obiettivo della ricerca è quello di elaborare un white paper, accompagnato da un set di dati grezzi, che possa aiutare a guidare le amministrazioni e le municipalità nei piani su territorio e turismo. Attraverso un approccio metodologico rigoroso e combinando dati quantitativi e qualitativi, la ricerca si concentrerà su tre principali asset: correlazione tra qualità della vita dei residenti e turismo, percezione del turismo da parte dei cittadini delle due città e ruolo delle istituzioni locali.

"Siamo entusiasti di collaborare con The Data Appeal Company per questo importante progetto", ha dichiarato **Simone Pizzoglio**, Partner e Head of BU di BVA Doxa. "L'overtourism è una sfida complessa che richiede un approccio multidisciplinare. La combinazione di dati quantitativi e qualitativi, unita all'analisi di big data, ci permetterà di ottenere una comprensione profonda del fenomeno e di fornire raccomandazioni concrete per una gestione più sostenibile del turismo a Milano e Firenze".

"Siamo convinti che questa ricerca possa essere un prezioso strumento per le istituzioni locali e per tutti gli attori coinvolti nel settore turistico", ha affermato **Mirko Lalli**, CEO di The Data Appeal Company. "L'obiettivo è quello di costruire un modello di turismo a misura di cittadino, che sia in grado di generare benefici economici per la città nel rispetto dell'ambiente e della comunità locale. Come sempre vogliamo aiutare, attraverso i dati e la comprensione dei fenomeni, a riequilibrare la qualità della vita del cittadino residente con la qualità dell'esperienza del cittadino temporaneo".



In particolare, la ricerca sarà realizzata con diverse modalità. Tra queste un sondaggio quantitativo condotto su un campione rappresentativo di residenti di Milano e Firenze, una serie di interviste ai cittadini per approfondire le loro opinioni sull'overtourism, un'analisi del sentiment della popolazione su piattaforme online come forum, social media e blog oltre che un'analisi di Big Data, fornita da The Data Appeal Company, che permetterà di tracciare i flussi turistici, la loro distribuzione sul territorio e il loro impatto sulle città.

I risultati della ricerca saranno presentati a ottobre all'interno di un white paper che da un lato fornirà una fotografia completa dell'overtourism a Milano e Firenze e dall'altro evidenzierà le aree di criticità e le opportunità per una gestione più sostenibile del turismo. Il tutto fornendo anche raccomandazioni concrete alle istituzioni locali per migliorare la qualità della vita dei cittadini e per promuovere un turismo più rispettoso dell'ambiente e della comunità locale.

La ricerca contribuirà così a far luce sulle aspettative e sui bisogni dei cittadini, permettendo alle istituzioni locali di sviluppare politiche mirate, per migliorare la qualità della vita delle persone.

Un progetto pilota è stato lanciato nei giorni scorsi a Firenze, in collaborazione con Fondazione Destination Florence, in concomitanza del lancio della nuova campagna **#EnjoyRespectFirenze**.

La metodologia di analisi, che unisce survey e big data, consente la replicabilità della ricerca in tutte le destinazioni turistiche italiane e internazionali.



### **BVA Doxa**

BVA Doxa, in origine DOXA, è la prima società di ricerche di mercato fondata in Italia e da sempre è sinonimo di qualità e affidabilità. Dal 2019 è parte di The BVA Family, leader mondiale nel campo della ricerca, analisi dei dati e consulenza.

The BVA Family è stato il primo gruppo nel settore di riferimento ad adottare un approccio orientato al purpose, inteso come motivo fondamentale per cui un'organizzazione esiste. BVA Doxa ha assunto quindi lo status di Società Benefit a giugno 2022 con lo scopo di impattare positivamente su società, staff e ambiente. BVA Doxa crede 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), oltre a competenze pluriennali in ambiti specifici come quello del Gaming. Inoltre, BVA Doxa con BVA Nudge Consulting, si distinguono come leader nella ricerca e applicazione delle Scienze Comportamentali grazie allo sviluppo di un metodo di “nudging” che influenza il comportamento rendendo più efficace il raggiungimento dei risultati desiderati. Per rispondere alle continue e diverse esigenze espresse dai clienti, BVA Doxa ha costruito negli anni un ampio portfolio di soluzioni, 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 BVA Doxa.

### **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 Almwave.

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](http://www.datappeal.io)

### **GRUPPO ALMAWAVE**

Almwave S.p.A. è una società italiana, quotata sul mercato Euronext Growth Milan (AIW.MI), attiva in ambito Data & Artificial Intelligence. Il Gruppo dispone di tecnologie proprietarie, soluzioni e servizi che concretizzano il potenziale dell'AI e dei dati nell'evoluzione digitale di aziende e pubbliche amministrazioni e può contare su oltre 400 clienti nazionali ed internazionali, in settori quali Government, Finance, Energy & Utilities, Turismo, Healthcare, operando direttamente e tramite partner. Sono più di 400 i professionisti che fanno parte della squadra Almwave. Il Gruppo si avvale di laboratori tecnologici AI dedicati allo sviluppo di prodotti, piattaforme e soluzioni verticali destinate ai diversi comparti di mercato. Gli asset tecnologici di Almwave, pensati e realizzati come modello di esperienza naturale nell'interazione tra uomo e macchina, consentono di interpretare testo e voce in oltre 40 lingue, interagire in chiave multicanale, analizzare il dato e l'informazione in un'ottica di valorizzazione della conoscenza e automazione per il supporto alle decisioni. I centri di competenza consentono, inoltre, di realizzare il potenziale dei dati in contesti complessi, unendo le competenze sui principali framework di mercato in aree quali Data Management, Machine Learning, Location Intelligence, e la conoscenza dei processi di business nei settori verticali di riferimento.

Il perimetro Almwave, parte del Gruppo Almwave, include le società SisTer, The Data Appeal Company, Mabrian Technologies, Obda Systems, Almwave do Brasil, Almwave Usa. [www.almawave.com](http://www.almawave.com)



Per informazioni:

**BVA Doxa**

Ufficio Stampa – Veronica Boldrin Comunicazione

Veronica Boldrin, mob. 333.2321222, [comunicazione@veronica-boldrin.it](mailto:comunicazione@veronica-boldrin.it)

Comunicazione e Marketing

Nikos Kotoulas, mob. 346 0027863, [nikos.kotoulas@bva-doxa.com](mailto:nikos.kotoulas@bva-doxa.com)

**THE DATA APPEAL COMPANY – GRUPPO ALMAWAVE**

Contatti Almaxwave (Ufficio Stampa esterno):

Thanai Bernardini, mob. 335.7245418, [me@thanai.it](mailto:me@thanai.it)

Alessandro Bozzi Valenti, mob. 348.0090866, [alessandro.valenti@thanai.it](mailto:alessandro.valenti@thanai.it)

Contatti Gruppo Almaxviva:

Ilaria De Bernardis, Responsabile Media Relations, mob. 342.9849109, [i.debernardis@almaviva.it](mailto:i.debernardis@almaviva.it)

Mariagrazia Scaringella, Media Relations, tel. 06.3993.1, mob. 340.8455510, [m.scaringella@almaviva.it](mailto:m.scaringella@almaviva.it)