



2022

IL CAPITALE CULTURALE  
*Studies on the Value of Cultural Heritage*

**eum**

*Rivista fondata da Massimo Montella*



## Il capitale culturale

*Studies on the Value of Cultural Heritage*

n. 25, 2022

ISSN 2039-2362 (online)

© 2015 eum edizioni università di macerata

Registrazione al Roc n. 735551 del 14/12/2010

*Direttore / Editor in chief* Pietro Petrarola

*Co-direttori / Co-editors* Tommy D. Andersson, Elio Borgonovi, Rosanna Cioffi, Stefano Della Torre, Michela di Macco, Daniele Manacorda, Serge Noiret, Tonino Pencarelli, Angelo R. Pupino, Girolamo Sciuillo

*Coordinatore editoriale / Editorial coordinator* Maria Teresa Gigliozzi

*Coordinatore tecnico / Managing coordinator* Pierluigi Feliciati

*Comitato editoriale / Editorial board* Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati, Costanza Geddes da Filicaia, Maria Teresa Gigliozzi, Chiara Mariotti, Enrico Nicosia, Emanuela Stortoni

*Comitato scientifico - Sezione di beni culturali / Scientific Committee - Division of Cultural Heritage* Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati, Maria Teresa Gigliozzi, Susanne Adina Meyer, Marta Maria Montella, Umberto Moscatelli, Caterina Paparello, Sabina Pavone, Francesco Pirani, Mauro Saracco, Emanuela Stortoni, Carmen Vitale

*Comitato scientifico / Scientific Committee* Michela Addis, Mario Alberto Banti, Carla Barbati, Caterina Barilaro, Sergio Barile, Nadia Barrella, Gian Luigi Corinto, Lucia Corrain, Girolamo Cusimano, Maurizio De Vita, Fabio Donato, Maria Cristina Giambruno, Gaetano Golinelli, Rubén Lois Gonzalez, Susan Hazan, Joel Heuillon, Federico Marazzi, Raffaella Morselli, Paola Paniccia, Giuliano Pinto, Carlo Pongetti, Bernardino Quattrococchi, Margaret Rasulo, Orietta Rossi Pinelli, Massimiliano Rossi, Simonetta Stopponi, Cecilia Tasca, Andrea Ugolini, Frank Vermeulen, Alessandro Zuccari

*Web* <http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult>, email: [icc@unimc.it](mailto:icc@unimc.it)

*Editore / Publisher* eum edizioni università di macerata, Corso della Repubblica 51 – 62100 Macerata, tel (39) 733 258 6081, fax (39) 733 258 6086, <http://eum.unimc.it>, [info.ceum@unimc.it](mailto:info.ceum@unimc.it)

*Layout editor* Oltrepagina srl

*Progetto grafico / Graphics* +crocevia / studio grafico



Rivista accreditata WOS  
Rivista riconosciuta SCOPUS  
Rivista riconosciuta DOAJ  
Rivista indicizzata CUNSTA  
Rivista indicizzata SIMED  
Inclusa in ERIH-PLUS

# Pianificare per (ri)partire: il turismo a Barcellona nell'era post-Covid

Fabrizio Ferrari\*, Giusy Sola\*\*

## *Abstract*

I flussi turistici non si distribuiscono uniformemente nella città, ma tendono a polarizzarsi attorno ai luoghi simbolici e nodali della stessa. Tale situazione può avere due esiti: da un lato, la rigenerazione urbana e la creazione di luoghi condivisi fra residenti e visitatori; dall'altro, la costruzione di luoghi enclavici, che conducono al *crowding out* della popolazione residente. La pandemia può forse essere considerata una fase di *reset and restart*, un ripensamento e una ricostruzione del sistema del turismo urbano, coinvolgendo tutti gli agenti in una pianificazione innovativa, dinamica e sostenibile.

Barcellona, città *leader* del turismo europeo, negli ultimi anni ha visto sorgere fenomeni come: l'*overtourism* e il superamento della capacità di carico; la *touristification*; la gentrificazione turistica; e la turismofobia. Barcellona intende conciliare le esigenze della città e del

\* Fabrizio Ferrari, Professore associato in Geografia Economico-Politica, Università "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara, Dipartimento di Economia, viale Pindaro, 42, 65127 Pescara, e-mail: fabrizio.ferrari@unich.it.

\*\* Giusy Sola, Cultore della materia in Geografia e in Geografia Economico-Politica, Università "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara, viale Pindaro, 42, 65127 Pescara, e-mail: giusy.sola@gmail.com.

I §§ 1, 2, 3 e 7 sono da attribuire a Fabrizio Ferrari; i §§ 4, 5 e 6 sono da attribuire a Giusy Sola.

turismo, affrontando anche l'attuale situazione pandemica, tramite studiate pianificazioni e strategie, promuovendo la cultura e la diversificazione dell'offerta, la redistribuzione dei turisti, la sostenibilità, la partecipazione e la cooperazione degli *stakeholders*.

Tourist flows are not uniformly distributed in the city, but tend to polarize around the symbolic and nodal places of it. This situation can have two outcomes: on the one hand, the urban regeneration and the creation of places shared among residents and visitors; on the other hand, the construction of enclavic places which lead to crowding out of the resident population. The pandemic may perhaps be considered a reset and restart phase for a rethinking and reconstruction of the urban tourism system, involving all agents (tourists, enterprises, local communities, public authorities, etc.) within an innovative, dynamic and sustainable planning.

In recent years, Barcelona, the leading city in European tourism, has seen the rise of phenomena such as: overtourism and the overcoming of the carrying capacity; touristification; tourist gentrification; and tourism-phobia. Barcelona intends to reconcile the needs of city and tourism, also addressing the current pandemic situation, through studied plans and strategies, promoting culture and the offer diversification, the redistribution of tourists, sustainability, the participation and cooperation of stakeholders.

## 1. *Introduzione*

Da un punto di vista della letteratura scientifica, sembra passato molto tempo da quando ci si interrogava sull'esistenza del fenomeno turistico urbano<sup>1</sup> e ci si apprestava a studi sempre più complessi, fino a comporre delle vere e proprie agende di ricerca<sup>2</sup>.

La grande città, la metropoli, nella concezione classica degli studi sul turismo era rappresentata come luogo da cui allontanarsi, con i suoi ritmi frenetici, il continuo addensarsi di persone, la contrazione degli spazi saturati dall'espansione edilizia, il degradarsi degli ambienti di vita e l'incremento delle diverse forme di inquinamento.

Tuttavia, il turismo urbano ha generato negli ultimi decenni una forza polarizzante, addirittura primaria in alcuni contesti regionali e nazionali. Tra le molteplici spiegazioni<sup>3</sup> di tale effetto si individuano dinamiche ormai consolidate, come il processo di urbanizzazione crescente della popolazione mondiale e lo sviluppo di diverse funzioni di offerta, ma anche fenomeni più recenti, come l'incremento nella diffusione dell'uso di Internet in supporto ai viaggi a partire dagli anni 2010. In quest'ultimo caso, l'avvento di nuove piattaforme collaborative da un lato ha avvicinato domanda e offerta, dall'altro ha moltiplicato le occasioni di sovraccarico del numero di turisti a causa del contem-

<sup>1</sup> Ashworth 1992.

<sup>2</sup> Edwards *et al.* 2008.

<sup>3</sup> Gravari-Barbas *et al.* 2019.

poraneo aumento dell'offerta ricettiva e della riduzione dei prezzi medi della stessa.

Da questi fenomeni di complessificazione e frammentazione del mosaico degli attori del turismo urbano, che vanno a formare un sistema sempre più eterogeneo e, sovente, conflittuale, si è venuto a consolidare un *corpus* concettuale piuttosto robusto. Nel percorso teorico intrapreso si è progressivamente sottolineata la separazione degli spazi turistici da quelli non turistici nelle città, con accezioni positive quali *Tourism Business Districts*<sup>4</sup> oppure estremamente negative quali *Tourist Bubbles*<sup>5</sup>. Il dibattito ha coinvolto inizialmente gli aspetti più propriamente morfologici e fisici del dualismo delle città turistiche, evidenziando processi di sviluppo urbano, di per sé positivi, ma che vanno a connotare ancora di più gli spazi turistici, quali la *tourist gentrification*<sup>6</sup> e la *heritagization*<sup>7</sup> fino a pervenire alla turistificazione della città. In una fase successiva, il dibattito si è spostato sul piano sociologico, in cui alcuni autori cominciano positivamente ad osservare il progressivo allineamento delle visioni della città da parte della comunità locale e dei turisti<sup>8</sup>, con questi ultimi che diventano essi stessi attori essenziali della vita urbana<sup>9</sup>, mentre altri evidenziano le potenziali conflittualità crescenti<sup>10</sup>, la rottura dei delicati equilibri nell'ecosistema urbano turistico.

Tale situazione deve oggi essere letta anche nel quadro degli effetti immediati e futuri che comporterà l'attuale situazione pandemica: se da un lato si può ipotizzare come la forza attrattiva dei poli urbani permanga di fatto immutata e, quindi, magnetizzerà ancora i flussi dei visitatori, dall'altro si deve considerare una possibile maggiore concorrenza fra i centri per attirare turisti di nuovo desiderosi di viaggiare. Pertanto, in questa fase di necessario blocco delle attività, potrebbe essere utile una riflessione comune che esalti il ruolo della *governance* su più livelli decisori e conduca a una pianificazione intelligente che coinvolga i diversi attori della comunità locale.

In tal senso, il caso di studio di Barcellona, che si vuole indagare nel presente lavoro, offre diversi spunti di riflessione: dall'osservazione del rapido sviluppo urbano, alla esplosione del fenomeno turistico, all'attento processo pianificatorio di progettazione turistica, fino alle evidenti manifestazioni di dissenso. Sarà interessante offrire un primo spunto di discussione, dunque, sulle tematiche del turismo urbano in quella che sarà la futura era post-pandemica.

<sup>4</sup> Getz 1993.

<sup>5</sup> Judd 1999.

<sup>6</sup> Cocola-Gant 2018.

<sup>7</sup> De Cesari, Dimova 2019.

<sup>8</sup> Russo, Quagliari-Dominguez 2013.

<sup>9</sup> Wearing, Foley 2017.

<sup>10</sup> Novy, Colomb 2017.

## 2. Città e turismo, un rapporto complesso

Le città non si devono pensare come paesaggi museificati, bensì come luoghi vivi e vitali dove l'azione creativa degli attori coinvolti funge da forza di cambiamento che plasma gli spazi pubblici e privati, rendendoli luoghi di fruizione eterogenei e ibridi<sup>11</sup>. La sovrapposizione di attrattive globalizzanti alle forme architettoniche storiche, le modifiche alle abitudini tradizionali e di fruizione della città possono essere visti, in senso positivo, come fasi di rigenerazione urbana<sup>12</sup>, ma anche, in senso negativo, come momento di frattura fra “città reale” e “città sognata”<sup>13</sup>. Entrando nell'arena globale del turismo, si vengono ad esplicitare, dunque, questioni di contemperazioni fra esigenze di attrazione di flussi di visitatori e necessità di preservare il tradizionale tessuto urbano, sia in senso materiale che immateriale.

Bisogna pure constatare in generale che tali mutamenti urbani negli ultimi anni hanno denotato una accelerazione nei ritmi, motivata anche dalla sempre più marcata competitività fra le città e dalle nuove tecnologie di comunicazione. In particolare, la competitività fra le città si è tradotta inizialmente nella concentrazione delle attività in determinate aree, laddove si vanno ad addensare alcuni fattori di polarizzazione, come l'eredità storica, l'accessibilità, il valore dei terreni e alcuni elementi di pianificazione che vanno a migliorare l'attrattività dei luoghi<sup>14</sup>. L'approccio iniziale sulla distrettualizzazione turistica è stato, dunque, di tipo ecologico e morfologico, volto ad osservare fenomeni sull'edificato, sul consumo di spazio urbano e dell'accessibilità e fruibilità delle aree di massima concentrazione del turismo anche alla popolazione locale. In tal senso, studi molto recenti osservano i processi di riqualificazione degli spazi, utilizzando nuovi paradigmi come quello della *tourism gentrification*, fenomeno complesso in cui si scorge una marcata interconnessione fra gli attori dal lato dell'offerta e quelli dal lato della domanda, come anche, più in generale, tutte le persone in qualche modo interessate e influenzate da tali processi (prima fra tutte, ovviamente, la comunità locale di riferimento). La *tourism gentrification*, sebbene sia un fenomeno positivo di per sé in quanto consiste nella rivalorizzazione e risanamento del patrimonio immobiliare, determina anche un cambiamento socio-spaziale, l'aumento dei prezzi dei locali e la sostituzione o allontanamento della popolazione locale a causa di visitatori o turisti aventi un maggiore capitale economico e culturale<sup>15</sup>. Cocola Gant sostiene che la gentrificazione turistica causa tre forme interconnesse di

<sup>11</sup> Richards 2011.

<sup>12</sup> Gospodini 2001.

<sup>13</sup> Dubois, Ceron 2001.

<sup>14</sup> Page 1995.

<sup>15</sup> Rodríguez-Barcón *et al.* 2021.

spostamento della popolazione locale: residenziale, commerciale e simbolico, secondo diverse modalità, ossia quella diretta, per esclusione e per pressione<sup>16</sup>.

Secondo i primi studi<sup>17</sup>, l'impulso iniziale a una ondata di riqualificazione urbana mirata alla ristrutturazione degli spazi turistici è dovuto all'utilizzo di grandi somme di capitali da parte di imprese del settore, anche in *partnership* con gli enti locali di governo; secondo studi più recenti<sup>18</sup>, invece, l'impulso può provenire sia da azioni pianificate dall'alto sia da istanze dal basso, anche a motivo della profonda destrutturazione dell'offerta turistica urbana, in cui si ha l'ingresso di attori non professionisti, per esempio nella ricettività.

Particolarmente dibattuto è anche il passaggio dalla *gentrification* alla *touristification*. La prima comporta la riqualificazione dell'area, l'incremento della residenzialità permanente e la creazione di spazi in qualche modo elitari. La seconda, in alcuni casi successiva alla prima, è dovuta anche all'incremento della ricettività informale, fenomeno favorito dalle nuove tecnologie di comunicazione, così da accentuare gli aspetti consumistici del turismo e alterare gli spazi fisici e sociali dei luoghi urbani dove si va a sviluppare<sup>19</sup>. Infatti, dal punto di vista urbanistico, il fenomeno della *touristification* si riferisce alla modificazione di un'area secondo un'ottica *tourism-oriented* con la proliferazione di attività legate al consumo da parte dei visitatori<sup>20</sup>.

Tali situazioni conducono a fenomeni di sovraffollamento, *overtourism*<sup>21</sup>, tali da ingenerare sentimenti di antagonismo e protesta, sintetizzati con l'appellativo mediatico, forse eccessivo, di turismofobia<sup>22</sup>. Con il termine *overtourism* si fa riferimento alla saturazione delle principali mete e attrazioni turistiche, ciò implica conseguenze disastrose per l'ambiente, il patrimonio storico-culturale, la popolazione locale e i turisti<sup>23</sup>. *L'overtourism*, inoltre, richiama all'attenzione due concetti fondamentali: la resilienza e la capacità di carico. In particolare, la resilienza si riferisce alla capacità del territorio di assorbire gli shock e gli impatti; la capacità di carico<sup>24</sup> consiste nel numero di persone che visitano, nello stesso periodo, una determinata località. Dunque, in caso di saturazione turistica, entrambi i limiti massimi si devono ritenere superati, compromettendo la qualità delle risorse, l'esperienza turistica, le caratteristiche locali, economiche e socioculturali, così da creare un quadro complessivo insostenibile.

<sup>16</sup> Cocola-Gant 2016 e 2018.

<sup>17</sup> Gotham 2005.

<sup>18</sup> Gravari-Barbas, Guinand 2017.

<sup>19</sup> Sequera, Nofre 2018.

<sup>20</sup> De La Calle Vaquero 2019.

<sup>21</sup> Volo 2020.

<sup>22</sup> Milano 2018.

<sup>23</sup> Dodds, Butler 2019; Pechlaner *et al.* 2020; Séraphin *et al.* 2020.

<sup>24</sup> O'Reilly 1986.

Negli studi più recenti sul turismo urbano l'attenzione si è progressivamente spostata da un dibattito focalizzato esclusivamente sull'impatto del fenomeno sugli spazi urbani e la (ri)organizzazione degli stessi in funzione dei visitatori, a un approccio che vada a coinvolgere il sistema sociale locale urbano, formato da molteplici attori, che interagiscono fra loro e con altri attori esterni (ovviamente anche in modo conflittuale), così da stimolare reciprocamente le proprie capacità creative e innovative<sup>25</sup>. In questo modo, si evidenzia come il turismo non possa essere considerato un'attività determinante e monopolizzante di alcuni spazi urbani, ma che possono esservi diverse "città turistiche", facilmente identificabili, ma sovente non distinguibili dai luoghi quotidiani<sup>26</sup>; l'arena urbana si va allargando sempre più, sia per l'incremento del numero di attori, reti e interconnessioni, sia per la maggiore dispersione dei visitatori all'interno della città<sup>27</sup>.

In tal senso, una parte della letteratura sottolinea come un approccio condiviso della strutturazione del sistema urbano permette di aumentare il grado di sostenibilità e, alla scala macroregionale, di proporre una distinzione fra le diverse città<sup>28</sup>, accrescendo il coinvolgimento della comunità locale, ma, al contempo, sollecitando anche una fruizione più immersiva e critica per i visitatori.

Dunque, il delicato equilibrio fra tutti gli attori e gli *stakeholders* coinvolti passa necessariamente per la pianificazione delle azioni poste in campo per lo sviluppo del turismo urbano<sup>29</sup>, in modo che vengano coinvolte e valorizzate tutte le componenti del sistema, siano esse fisiche oppure umane<sup>30</sup>.

Diventa particolarmente rilevante negli ultimi anni il dibattito del superamento del mero concetto di sostenibilità per offrire nuovi spunti pianificatori, che mirino alla rigenerazione urbana<sup>31</sup>, in specie nelle metropoli europee, in un'ottica co-evolutiva che contemperi la preservazione delle unicità storiche da un lato, con le emergenze delle nuove tecnologie e della progressione verso le *smart cities* dall'altro.

### 3. *Il turismo urbano di fronte alla pandemia*

L'evento pandemico COVID 19 costituisce un fenomeno senza precedenti nella storia dell'umanità, uno shock che ha sostanzialmente rallentato, se non

<sup>25</sup> Prats *et al.* 2008.

<sup>26</sup> Ashworth, Page 2011.

<sup>27</sup> Pasquinelli 2017.

<sup>28</sup> Gravari-Barbas, Delaplace 2019.

<sup>29</sup> Sommer, Helbrecht 2017.

<sup>30</sup> Hinch 1996.

<sup>31</sup> Wise 2016; Day 2020.

fermato, tutte le attività umane a livello planetario, incidendo particolarmente sul turismo.

Sebbene si possa affermare senza ombra di dubbio che le metropoli possano comunque costruire vie alternative di sviluppo senza dover necessariamente fondare la propria economia sul turismo, occorre affermare peraltro come proprio l'allargamento della platea di attori della comunità locale impegnati nel sistema turistico, grazie ai *social network* e al proliferare di servizi *low cost*, rende necessaria una pianificazione strategica in tempi rapidi di ricostruzione dei percorsi, in quanto nel sistema si addensa ora un mosaico spesso frammentato di soggetti con scarsa resilienza economica. Fra questi, attenzione particolare va alla ricettività informale, non strutturata in forma di impresa; la stessa, secondo alcune ipotesi attuali in sviluppo<sup>32</sup>, pur di nuovo aumentando dopo la crisi pandemica, non dovrebbe essere in grado di raggiungere i livelli precedenti.

La pandemia può rappresentare d'altra parte un momento unico per le grandi città per ripensare i propri modelli di sviluppo, le traiettorie evolutive, in modo da non ritornare agli squilibri vissuti nel passato recente, attraverso una pianificazione attenta su più livelli di responsabilità e una migliore circolazione delle informazioni per tutti gli attori coinvolti<sup>33</sup>.

La declinazione pratica di come debba essere strutturata la pianificazione turistica del futuro, però, non è affatto semplice. Alcuni autori<sup>34</sup>, con una visione più critica, auspicano un maggior dibattito sulle tematiche della decrescita, della diversificazione economica e sulla ristrutturazione del tessuto sociale ed economico. In altri studi<sup>35</sup> si sollecita una visione sostenibile del turismo urbano che tenga conto di un allargamento del perimetro del fenomeno anche in altri luoghi, comprese le periferie e le aree rurali circostanti le città. Non mancano ipotesi suggestive, come la creazione di "aree sensibili"<sup>36</sup>, prevedendo forme di limitazione delle attività nei luoghi maggiormente sollecitati al rischio di *overtourism*.

#### 4. *Le problematiche gestionali del turismo a Barcellona*

Le opere di riqualificazione e riorganizzazione urbana e turistica a Barcellona sono iniziate in occasione dei Giochi Olimpici del 1992, in seguito ai quali la capitale della Catalogna ha conosciuto un enorme prestigio interna-

<sup>32</sup> Dolnicar, Zare 2020.

<sup>33</sup> Montanari 2020.

<sup>34</sup> Milano, Koens 2021.

<sup>35</sup> Pasquinelli et al. 2021.

<sup>36</sup> Corbisiero, La Rocca 2020.

zionale, tanto che molte città europee si sono ispirate al suo modello di sviluppo per la rinascita post-industriale. Questa tendenza ha determinato interventi di “agopuntura urbana”<sup>37</sup> nelle zone interne che hanno visto una serie di micro e macro-azioni sul proprio territorio, la nascita di stabilimenti alberghieri e servizi turistici convertendosi, così, in nuove centralità e poli di attrazione. Il predominio della mentalità incentrata sulla crescita, l’accesso più ampio ai *media* e alle informazioni, la competitività e la pubblicità dirompente hanno fatto di Barcellona una delle mete per eccellenza del turismo europeo senza però tener conto delle conseguenze che un flusso ingente di turisti avrebbe causato. Infatti, il caso di Barcellona è esemplificativo di una serie di problematiche che affliggono il turismo urbano, tra cui: l’*overtourism*, la *touristification*, la *tourism gentrification* e la turismofobia.

Nella figura 1, l’evoluzione degli arrivi e delle presenze alberghiere a Barcellona dal 1990 al 2020, si evidenzia come negli ultimi trenta anni il turismo ha vissuto diverse fasi. Nella prima metà degli anni Novanta si registra una fase di sviluppo che si è stabilizzata nei primi anni Duemila, in cui i mercati di riferimento esteri erano soprattutto Italia e Francia. Nella seconda metà degli anni Duemila vi è stata una seconda fase molto marcata segnata dalla crescita del numero dei turisti da Regno Unito e Stati Uniti. La crisi finanziaria del 2008-2009 ha rallentato l’afflusso dai principali Paesi anglofoni, ma dal 2015 si è vissuta una nuova fase di incremento dovuta al consolidamento di nuovi mercati, come Russia, Cina, Giappone e Sud America. Infine, negli ultimi anni, nonostante l’attentato delle Ramblas del 17 agosto 2017, l’afflusso di turisti non ha subito flessioni strutturali, ma solo contingenti per poi ritornare a crescere nel 2018; la situazione pandemica, però, ha provocato una grave contrazione, con livelli di arrivi inferiori a quelli degli anni Novanta.

In media, la città accoglie oltre 20 milioni di visitatori e più di 8 milioni di turisti all’anno. Le difficoltà nella limitazione del numero di turisti dipendono da particolari situazioni e circostanze: in primo luogo, il governo della città ha poca influenza sull’aeroporto El Prat non riuscendo a controllare il suo sviluppo e il crescente numero di arrivi; in secondo luogo, l’aeroporto e la Fira di Barcellona si trovano a Hospitalet de Llobregat, città a sud-ovest di Barcellona, il cui governo locale pianifica e gestisce autonomamente tali infrastrutture; in terzo luogo, il porto di Barcellona, il più grande del Mediterraneo, accoglie enormi navi da crociera con migliaia di visitatori, ma risponde solamente al governo centrale<sup>38</sup>.

Dal punto di vista urbanistico, la *touristification* sconvolge la città con processi intensivi di ristrutturazione del suo aspetto e del suo spazio che tendono a concentrare un gran numero di strutture ad uso turistico nelle aree maggior-

<sup>37</sup> Rizzi 2017.

<sup>38</sup> Goodwin 2019.

mente visitate, intensificando i processi di polarizzazione, di saturazione degli spazi, di brandizzazione e mercificazione del patrimonio culturale<sup>39</sup>.

L'afflusso di turisti nelle strutture alberghiere, fino alla pandemia, è stato in costante aumento, ma la localizzazione delle attività ricettive è rimasta profondamente radicata solo in alcune aree delle città, generando un assetto geografico fortemente sbilanciato, come osservabile in figura 2. Nella prima fase di sviluppo turistico prevaleva l'accentramento sulla Ciutat Vella, dove si avevano piccole strutture ricettive di non eccessiva qualità e le tradizionali pensioni che soddisfacevano una clientela prevalentemente spagnola legata a forme di turismo improprio di breve soggiorno, soprattutto per motivi di affari, e clientela internazionale giovane che tendeva a utilizzare forme di alloggio più economiche. Nella fase di sviluppo successiva, in particolare dalla seconda metà degli anni Duemila, si è avuta una traslazione della polarizzazione turistica più all'interno, nell'adiacente distretto dell'Eixample, caratterizzato da strutture mediamente più grandi e di maggiore qualità (con una prevalenza di posti letto negli esercizi a 4 e 5 stelle). A questo schema bipolare fra Ciutat Vella e l'Eixample si è affiancato negli ultimi anni un terzo distretto in pieno sviluppo, quello di Sant Martí, tradizionalmente identificato come area industriale della città (con il barrio del Poblenou soprattutto), ma che sta vivendo una fase di rapida trasformazione pianificata e di marcato incremento della popolazione residente.

In figura 3 si può osservare la distribuzione degli esercizi ricettivi ufficiali (comprendenti, oltre ad alberghi e pensioni, anche ostelli e residenze per studenti) in cui la concentrazione delinea il *Tourism Central District* di Barcellona, ossia nei *barrios* di la Dreta de l'Eixample, el Barri Gòtic, el Raval e l'Antiga Esquerra de l'Eixample, che insieme assorbono sul loro territorio nel 2020 circa il 53% dell'intera offerta ricettiva della città. Alla scala opposta bisogna, però, notare che ben 23 dei 73 *barrios* di Barcellona non hanno alcun esercizio ricettivo ufficiale, soprattutto quelli a nord-est del centro storico, in particolare nei distretti di Horta Guinardó, Nou Barris e Sant Andreu.

Il fenomeno della *tourism gentrification* a Barcellona riguarda tre aspetti: la pressione, diretta o indiretta, esercitata dalle strutture ricettive sul mercato residenziale; il riordinamento degli esercizi commerciali verso la clientela straniera; le difficoltà riscontrate in vari settori della vita quotidiana, come i servizi e la mobilità o l'installazione di spazi ricreativi in luoghi degradati<sup>40</sup>. Nel primo caso rientrano anche quelle situazioni legate alle difficoltà riscontrate dalla popolazione locale nel trovare appartamenti ad uso residenziale, dal momento che i proprietari di case tendono a trasformare le loro proprietà in appartamenti o alloggi turistici aumentando i prezzi dei contratti di loca-

<sup>39</sup> Crespi-Vallbona, Domínguez-Pérez 2021.

<sup>40</sup> Arias-Sans 2018.

zione. Inoltre, occorre menzionare anche i problemi connessi all'aumento degli appartamenti turistici commercializzati attraverso piattaforme di *hosting* collaborativo, come Airbnb, dei quali la maggior parte evadono dai limiti della legalità provocando, dal punto di vista economico, una conflittualità con gli esercizi tradizionali dovuta a prezzi più bassi e alla maggiore flessibilità dell'offerta. La distribuzione sostanzialmente ricalca quanto già visto nella offerta ricettiva tradizionale, ma osservando la figura 4 si evidenzia come quasi tutti i *barrios* abbiano almeno un annuncio. L'offerta di Airbnb a giugno 2021 mostra ben 17.589 annunci, mentre per esempio nel 2015 erano poco più di 14.000. Occorre anche puntualizzare che tale forma di offerta ricettiva informale si va a connotare sempre più come vera e propria attività imprenditoriale occulta. In tal senso basta evidenziare come circa il 65% degli avvisi sia attribuibile a ospitanti con più di una proposta all'interno della città; di questi, più del 30% è riferibile a soggetti con più di 10 avvisi, con un massimo di 165 proposte per un singolo gestore.

Negli ultimi anni i residenti della città hanno intrapreso delle proteste per richiedere interventi pratici e regolamentazioni efficaci per un nuovo modello di turismo. La stampa e i *media* hanno definito questo fenomeno con il termine *turismofobia* o *turistofobia*<sup>41</sup>, in cui l'affisso finale indica un'avversione, un'intolleranza o una paura nei confronti di un turismo esagerato e sregolato. Il malcontento cittadino ha spinto a denominare la città di Barcellona come "Carcelona" (da *carcel*, prigione) e a ipotizzare dinamiche di "Trexit" (*Tourism Exit*) finalizzate ad ottenere l'espulsione o la limitazione dei turisti, fino a sfociare in atti di vandalismo contro bus o strutture turistiche, slogan e frasi ostili che tappezzano i muri della città. Un'indagine condotta nel 2019<sup>42</sup> mostra come il 16% della popolazione barcellonaese considera che il turismo non apporti benefici alla città. I motivi non si devono ritrovare solamente nei fenomeni sopraesposti, ma anche in aspetti di ordine etico e sociale, come l'inciviltà dei turisti o la perdita dell'identità culturale dei luoghi e della popolazione.

In conclusione, è possibile notare come queste problematiche gestionali siano il risultato di un'eccessiva crescita turistica che ha rispecchiato fedelmente il modello di Butler<sup>43</sup>: si è passati da un periodo di crescita, sia del numero di visitatori che delle strutture per soddisfarli, fino ad arrivare ad una fase di eccessivo sviluppo che impedisce il totale controllo del settore e che, a lungo andare, può comportare delle esternalità negative ravvisabili su più aspetti. Tuttavia, prima di arrivare alla fase del declino, nel caso di Barcellona si potrebbe proporre un'attenta pianificazione e l'adozione dei principi di sostenibi-

<sup>41</sup> Delgado 2008.

<sup>42</sup> Álvarez-Sousa 2020, Ajuntament de Barcelona 2019.

<sup>43</sup> Butler 1980.

lità ambientale, economica, sociale, culturale e turistica che condurrebbero la città verso una rigenerazione e una riorganizzazione turistica ottimale.

### 5. Covid-19, cambio dello scenario turistico della città

Se fino al 2020 il turismo barcellonese raccoglieva cifre da capogiro, sia per numero di turisti che per guadagno economico, l'avvento della pandemia da Covid-19 ha fatto decadere questo primato. Sul sito Ajuntament de Barcelona sono riportati dei dati statistici del Departament d'Estadística i Difusió de Dades: come si evince anche dalla Fig. 1, nel 2019 sono stati registrati 8.520.417 turisti, con un massimo nel mese di luglio pari a 822.808 presenze, delineando una situazione di sovraffollamento turistico (*overtourism*) e insostenibilità, in cui la destinazione è posta costantemente a rischio e difficilmente riesce a rispettare i limiti della capacità di carico. Tuttavia, nel 2020 lo scenario della città è cambiato radicalmente contando 1.872.074 turisti senza includere i mesi di aprile, maggio e giugno in cui, a causa delle restrizioni, non è stato possibile registrare movimenti e flussi turistici. A differenza dell'anno precedente, nel mese di luglio sono stati presenti 100.360 turisti. In questo caso, si potrebbe addirittura parlare di una situazione temporanea di *undertourism*<sup>44</sup>, l'estremo opposto dell'*overtourism*. Il termine si riferisce a tutte quelle destinazioni poco visitate o caratterizzate dall'assenza di turisti. Occorre notare, però, che anche l'*undertourism* è considerato insostenibile nella misura in cui vengono a mancare le condizioni di sviluppo necessarie alla crescita economica e sociale della località.

Inoltre, l'Observatori del Turismo a Barcelona<sup>45</sup> ha condotto un'indagine relativa all'attività turistica della città che riporta e mette a confronto i dati del 2019 e del 2020 analizzando l'offerta relativa agli alloggi, la domanda turistica e le infrastrutture. In relazione al primo parametro, l'offerta turistica è rimasta invariata, anche se durante la pandemia il 75% degli stabilimenti è stato chiuso. La domanda turistica, in particolare il numero di turisti per tipo di alloggio ha subito ovviamente una profonda variazione, senza dimenticare che durante il *lockdown* buona parte (quasi il 40%) degli appartamenti ha perso il suo uso turistico per ritornare ad accogliere la popolazione residente ad un prezzo più accessibile<sup>46</sup>. Infine, la variazione del numero di passeggeri negli aeroporti (da 14 a 4,8 milioni pari al -66%), treni (da 850 a 237 mila pari al -72%) e nel porto, nello specifico le crociere (da 3,1 milioni a 198 mila pari

<sup>44</sup> Séraphin *et al.* 2020.

<sup>45</sup> Observatori del Turisme a Barcelona 2021.

<sup>46</sup> Coca 2020.

al -94%), sottolinea la diminuzione degli arrivi e le difficoltà legate al settore della mobilità. Dopo la contrazione del turismo nel 2020 e nella prima metà del 2021 a partire da luglio 2021, l'allentamento delle restrizioni dovute alla pandemia ha permesso un parziale recupero delle attività turistiche, ma ancora con valori molto inferiori a quelli che si avevano prima del 2020.

Nonostante i recenti cambiamenti negli afflussi, le problematiche gestionali restano tuttora irrisolte e vengono addirittura aggravate dalla pandemia, che ha determinato un collasso del settore. L'attuale situazione apre la strada a ipotetici futuri scenari, chiedendosi se Barcellona ritornerà ad essere fiorente come un tempo e con un modello turistico sano e sicuro che eviti disagi e proteste.

Barcellona ha sempre mostrato un grande impegno nel trovare le vie per risollevare l'economia e riattivare il settore turistico, risolvendo in modo innovativo e sostenibile le principali disfunzionalità del turismo urbano. I risultati degli interventi potranno essere visibili probabilmente solo nel medio-lungo periodo, osservando l'eventuale efficacia delle strategie adottate in termini di ripristino dell'attrattività, ma anche di miglioramento della qualità di fruizione turistica.

Non bisogna escludere del tutto la possibilità, vista la predisposizione di strategie e pianificazioni *ad hoc*, che Barcellona possa tornare a riconfermare il suo primato, così come occorre considerare la possibilità opposta, in cui la fase di *restart* della città potrebbe continuare ad essere ostacolata dalle varie incidenze della crisi pandemica sul turismo e sui settori connessi ad esso.

## 6. Pianificazione, sostenibilità e cultura: la risposta di Barcellona

Il quadro turistico barcellonese, aggravato dalla crisi pandemica, ha condotto ad una fase di *rethink* che sappia affrontare e prevenire le principali problematiche gestionali, così da permettere all'intero sistema urbano e ai turisti di (ri)partire. Innanzitutto, si evidenzia la volontà del Comune di Barcellona, in collaborazione con vari enti e professionisti, di estendere servizi di consulenza e formazione specializzata che aiutino la cittadinanza a orientarsi, mettere a punto nuovi progetti e sfruttare il potenziale delle ICT (*Information and Communication Technologies*). A tale scopo, sono state erogate risorse sotto forma di aiuti, sussidi, sovvenzioni o finanziamenti alle imprese e ai lavoratori autonomi che consentano di proteggere i posti di lavoro e adattarsi alla Barcellona futura. Inoltre, la città ha fatto propri i principi di sostenibilità, cooperazione e partecipazione. Prova ne sono le pubblicazioni in volumi e raccolte digitali dei dati relativi al turismo che permettono il coinvolgimento della comunità, la collaborazione di tutti gli *stakeholders* e lo studio pianificato del settore. Dal 2015, inoltre, l'ABTS (Assemblea de Barris para un Turismo

Sostenibile) si fa portavoce delle esigenze cittadine aprendo finestre di dialogo e proponendo idee o soluzioni mirate.

Il punto di forza della Barcellona moderna è la pianificazione strategica e sostenibile, considerata un efficace strumento di analisi per individuare i nodi critici del sistema e scioglierli mediante innovazione, cooperazione, studio e proposte *ad hoc*. Si tratta di una pianificazione multidimensionale e olistica, il cui obiettivo prioritario è il raggiungimento dell'*optimum*, vale a dire dell'equilibrio tra tutti i parametri (ambiente, società, marketing, turismo, cultura ecc.) che portano al raggiungimento dello sviluppo sostenibile. Nel 2017 è stato elaborato *El Plan Estratégico de Turismo de Barcelona 2020* (PET20)<sup>47</sup>, che delinea 5 principi da seguire (sostenibilità, responsabilità, redistribuzione, coesione e innovazione), utili per regolamentare le situazioni legate alle problematiche gestionali turistiche e risanare il settore anche nel periodo post-Covid. In particolare, la strategia si fonda su 5 aree (Governance, Gestione del Turismo, Strategia Territoriale, Lavoro e Business, Promozione e Marketing) e propone 80 sfide realizzabili attraverso la definizione di 10 programmi strategici, composti da 30 linee e 100 misure d'azione. Il piano dovrebbe essere utilizzato congiuntamente all'*Agenda 2030 de Barcellona*<sup>48</sup>, contenente 17 obiettivi sociali, economici e ambientali, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS) delle Nazioni Unite. In quest'ottica, Barcellona è alla ricerca di una forma di turismo più sostenibile, in grado di deconcentrare e diversificare i contenuti dell'offerta dando particolare rilievo alla cultura e seguendo la logica in cui "la qualità è più importante della quantità". Tra novembre 2020 e gennaio 2021 si è svolto a Barcellona il Forum "Città, turismo e cultura: un'opportunità comune", uno spazio di dialogo promosso dall'Assessorato al Turismo e alle Industrie Creative, Xavier Marcé, in cui si è discusso circa le azioni per incrementare il turismo culturale nella città e riattivare *la economía del visitante*, ossia la domanda in *surplus* dovuta agli impatti indiretti provocati dal turismo sul resto dei settori (trasporti, attrazioni, vendita al dettaglio, imprenditorialità, infrastrutture, ecc.). Tra le principali proposte spiccano l'elaborazione di una mappa e di un censimento delle attività culturali, la creazione di un programma di informazione e di un fondo pubblico e privato nella Fundació Barcelona Cultura per sviluppare nuovi contenuti interessanti nell'era post-Covid, l'elaborazione di una Carta dei diritti e dei doveri dei visitatori per promuovere il turismo civico e responsabile, l'instaurazione del Distretto Internazionale che mira a diversificare territorialmente l'offerta e l'incorporazione di Barcellona in una rete di città culturali e *smart*<sup>49</sup>. Il risultato è stato un documento

<sup>47</sup> Dirección de Turismo, Gerencia de Empresa y Turismo 2017.

<sup>48</sup> Ajuntament de Barcelona 2020a.

<sup>49</sup> Europa Press 2021.

con 12 linee d'azione<sup>50</sup> integrato dalla misura governativa *Creazione di nuovi immaginari e contenuti per migliorare la mobilità e la sostenibilità turistica*<sup>51</sup>.

Il settore ricettivo più nello specifico è stato oggetto di una serie di norme innovative negli ultimi anni. La Generalitat de Catalunya ha emanato il Decreto 159/2012 (modificata dal Decreto 75/2020, articoli 221-1 e 221-2) che ha introdotto nell'ordinamento giuridico le "abitazioni a uso turistico" (HUT) agli articoli 66 e seguenti, prevedendo l'obbligo di iscrizione delle stesse al Registro del Turismo della Catalogna allo scopo di regolamentare tali attività a tutela sia degli ospiti sia dei residenti. Nella figura 5 si evidenzia la distribuzione degli HUTS a Barcellona nel 2020, privilegiando una concentrazione soprattutto nell'Eixample. Nell'ambito del PET20, sempre nel 2017, è stato introdotto *El Plan Especial Urbanístico de Alojamiento* (PEUAT)<sup>52</sup> che si applica al fine di ottenere licenze per appartamenti turistici con l'obiettivo di ridurre gli impatti negativi del mercato immobiliare e tutelare tanto gli spazi turistici quanto quelli residenziali in relazione ai criteri di equità, sostenibilità e ordine sociale. Il piano ha portato alla seguente zonizzazione urbana: nella Zona 1, comprendente la Ciutat Vella, l'Eixample, ma anche Poble Sec, Hostafrancs, Poblenou e Vila de Gràcia non si possono aprire nuovi esercizi turistici di alcun tipo; nella Zona 2, sostanzialmente l'area di corona della prima, si possono avere nuovi stabilimenti solo quando chiude uno degli stessi, mantenendo lo stesso numero di posti letto dell'esercizio cessato; nella Zona 3, le aree più periferiche, si potranno avere nuovi esercizi e ampliare quelli esistenti, pur non dovendo superare il massimo di densità di posti letto; infine, la Zona 4, corrispondente a piccole porzioni di territorio della città soggette a regolazioni speciali e pianificazioni specifiche, ossia la Marina del Prat Vermell, la Sagrera e l'ambito del "22@ Nord" (a Sant Martí). Tale Piano è stato fortemente osteggiato dagli operatori del comparto ricettivo perché eccessivamente rigido, imposto senza un vero dialogo con la cittadinanza e gli attori del settore e, soprattutto, disegnato senza una analisi economica e finanziaria a monte. Proprio per questo ultimo motivo a maggio 2021 sono stati definitivamente accolti i ricorsi presentati dal Gremio de Hoteles, comportando l'annullamento del Piano; già dal gennaio 2021, con un iter ancora in corso, l'Ajuntament de Barcelona ha comunque proposto una nuova versione dello stesso che tenga conto dei rilievi formali mossi, mantenendo, però, l'impianto strutturale e urbanistico già proposto. Nonostante le strette regole normative imposte, le proposte di offerta ricettiva informale si sono nel tempo consolidate, motivo per cui è stata creata una *task force* di squadre di ispettori e autorità fiscali il cui scopo è monitorare e contrastare il fenomeno degli alloggi illegali. Alla

<sup>50</sup> Concejalía de Turismo e Industrias Creativas 2021.

<sup>51</sup> Ajuntament de Barcelona 2020b.

<sup>52</sup> Ajuntament de Barcelona 2017.

luce di quanto esposto, bisogna pur notare come la forte tendenza alla pianificazione apra un tema di dibattito particolarmente interessante: se da un lato si ha la necessità di contenere o migliorare le esternalità negative prodotte da una cattiva gestione turistica e da una scarsa qualificazione dell'offerta apportando possibili miglioramenti in un'ottica futura, dall'altro, l'irrigidimento del quadro normativo e disciplinatorio e le studiate strategie e opere di pianificazione ingessano la naturale dinamica espansiva del sistema turistico cittadino.

## 7. Conclusioni

L'esplosione della pandemia ha colpito più marcatamente le grandi città, paralizzandole, fino ad affievolire o addirittura interrompere la linfa vitale del sistema, il continuo interscambio di persone, beni, servizi, idee che alimentano continuamente i centri urbani.

La domanda che ci si deve ora porre è a chi spetta dare nuove energie per rivitalizzare e far ripartire i sistemi urbani, quali impulsi dare, con quali modalità gestire le complesse interrelazioni fra i diversi soggetti che compongono lo scenario socio-culturale delle città.

Nel caso di studio esposto nel presente lavoro, si è concentrata l'attenzione su Barcellona, una delle città più vive e vitali nel panorama europeo contemporaneo, in particolare sul settore del turismo, la cui crescita esponenziale negli ultimi anni ha apportato grandi benefici, ma anche una serie di problematiche di congestionamento degli spazi e di tensioni socio-culturali con la comunità locale.

Tali problematiche, emerse a partire dagli anni 2010, hanno comportato l'adozione di misure di compensazione da parte della governance comunale barcellonaese, fino all'adozione di provvedimenti, anche contestabili per alcuni versi, come il piano di riequilibrio dell'offerta turistica all'interno dei diversi distretti urbani.

Si deve comunque riconoscere che Barcellona sarà uno dei casi più interessanti da valutare nel momento della ripartenza post pandemica, proprio per il fatto di avere già a disposizione di collaudati strumenti di pianificazione urbana in grado di essere resi operativi in tempi rapidi; in tal senso, lo studio continuo della situazione già durante la pandemia e l'utilizzo di validi strumenti di indagine permettono un dialogo continuo fra i vari attori e, seppure in forma di continua dialettica fra i diversi componenti del sistema, la costruzione di un sistema che si presenterà con un grado piuttosto avanzato di coesione nell'era post-Covid.

Infine, si devono sottolineare alcune caratteristiche emergenti nel dibattito sul turismo post-Covid. Dal lato dell'offerta, si evidenzia l'importanza di una fase di riorganizzazione e crescita, in cui la forza creatrice degli attori

coinvolti giocherà un ruolo fondamentale, mentre poi si avrà necessità di un consolidamento degli eventuali buoni risultati iniziali attraverso una attenta pianificazione e un supporto costante da parte della governance. Dal lato della domanda, si ipotizza che la clientela possa diventare più sensibile ai rischi di insicurezza sanitaria, anche come riflesso psicologico, fino a condurre a veri e propri episodi di xenofobia e percezioni di sovraffollamento; in verità, tale sensazione si potrebbe specularmente osservare anche nella comunità locale.

Nel caso di Barcellona, la creatività dell'offerta e la consolidata pratica pianificatoria dovrebbero essere visti come potenziali punti di forza per la (ri)partenza post-Covid, oltre alla ormai iconica immagine attrattiva della città radicalmente impressa nelle mappe mentali dei potenziali visitatori, attratti non solo dal patrimonio monumentale, ma anche dal clima di accoglienza ormai celebrato e veicolato attraverso i diversi media.

Più difficile sarà invece per la governance barcellonese la creazione di spazi sicuri, l'invenzione di modalità di fruizione delle aree storicamente più frequentate della città in grado di alleviare le problematiche del sovraffollamento emerse negli anni immediatamente antecedenti l'era Covid.

Sostenibilità, partecipazione, collaborazione e cultura si presentano come gli elementi chiave sui quali fondare il turismo post-Covid, soprattutto nei contesti metropolitani, grazie ad una pianificazione mirata a soddisfare i bisogni di tutti e a mantenere standard ottimali nel medio-lungo periodo.

### *Riferimenti Bibliografici / References*

- Ajuntament de Barcelona (2017). *Pla Especial Urbanístic per a la Regulació dels Establiments d'Allotjament Turístic, Albergs de Joventut, Residències Col·lectives d'Allotjament Temporal i Habitatges d'Ús Turístic a la Ciutat de Barcelona*. También denominado *Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT)*. «Butlletí Oficial de la Província de Barcelona», 6 de març de 2017.
- Ajuntament de Barcelona (2019), *Percepció del Turisme a Barcelona. Presentació de resultats*. Barcelona: Oficina Municipal de Dades.
- Ajuntament de Barcelona (2020a), *Agenda 2030 de Barcelona. Fites ODS i indicadors clau*, Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Ajuntament de Barcelona (2020b), *Creación de nuevos imaginarios y contenidos para mejorar la movilidad y la sostenibilidad turística*, Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Álvarez-Sousa A. (2020), *La percepción de los problemas del overtourism en Barcelona*. «Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi», 26, n. 1, pp. 59-92.

- Arias-Sans A. (2018), *Turismo y Gentrificación. Apuntes desde Barcelona*, «Papers», n. 60, pp. 115-129.
- Ashworth G.J (1992), *Is There an Urban Tourism?*, «Tourism Recreation Research», 17, n. 2, pp. 3-8.
- Ashworth G.J., Page S. (2011), *Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes*, «Tourism Management», 32, pp. 1-15.
- Aznar P., Santomá R., Del Rocío Bonilla-Quijada M. (2020), *Reseteando el turismo en BCN*, in elPeriódico <<https://www.elperiodico.com/es/entre-todos/20201218/turismo-barcelona-pedro-aznar-ricard-santoma-rocio-bonilla-quijada-11381219>>, 21.06.2021.
- Butler R. W. (1980), *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*, «The Canadian Geographer/Le Géographe Canadien», 24, n. 1, pp. 5-12.
- Coca, M. T. (2020), *El 40% de los pisos turísticos de Barcelona se reconvierte al alquiler residencial*, in elEconomista.es, <<https://www.economista.es/catalunya/noticias/10535909/05/20/El-40-de-los-pisos-turisticos-de-Barcelona-se-reconvierten-al-alquiler-residencial.html>>, 17/08/2021.
- Cócola-Gant A. (2016), *Alojamiento turístico y desplazamiento de población*, *Congreso Internacional Contested-Cities*, (Madrid, 4-7 julio 2016), Working Paper no.3-504, pp. 1-14.
- Cócola-Gant A. (2018), *Tourism Gentrification*, in *Handbook of Gentrification Studies*, edited by L. Lees, M. Phillips, Cheltenham: Elgar Publishing, pp. 281-293.
- Concejalia de Turismo e Industrias Creativas (2021), *Cultura e Industria Creativa como factor de transformación de la economía del visitante. Informe Comisión de Economía y Hacienda*, Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Corbisiero F., La Rocca R.A. (2020), *Tourism on Demand. A New Form of Urban and Social Demand of Use after the Pandemic Event*. «Tema. Journal of Land Use, Mobility and Environment», Special Issue. Covid-19 vs City-20, pp. 91-104.
- Crespi-Vallbona M., Domínguez-Pérez M. (2021), *Las consecuencias de la turistificación en el centro de las grandes ciudades. El caso de Madrid y Barcelona*, «Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales», LIII, pp. 61-82.
- Day, J. (2020). *Sustainable tourism in cities*, in *Routledge Handbook of Tourism Cities*, edited by A.M. Morrison, J.A. Coca-Stefaniak, London: Routledge, pp. 52-64.
- De Cesari C., Dimova R. (2019), *Heritage, Gentrification, Participation: Remaking Urban Landscapes in the Name of Culture and Historic Preservation*, «International Journal of Heritage Studies», 25, n. 9, pp. 863-869.
- De La Calle Vaquero M. (2019), *Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate*, «Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles», 83, 2829, pp. 1-40.
- Dirección de Turismo, Gerencia de Empresa y Turismo (2017), *Turismo 2020*

- Barcelona. Una estrategia colectiva para un turismo sostenible*, Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Delgado M. (2008), Turistofobia, «El País», 11 de junio; anche in <[https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html)>, 23.07.2021.
- Dolnicar S., Zare S. (2020), *COVID19 and Airbnb – Disrupting the Disruptor*, «Annals of Tourism Research», 83, 102961.
- Dubois G., Ceron J.P. (2001), *Enjeux sociaux et environnementaux du développement du tourisme urbain*, «Revue d'Économie Régionale & Urbaine», n. 5, pp. 831-860.
- Edwards D., Griffin T., Hayllar B. (2008), *Urban Tourism Research. Developing an Agenda*, «Annals of Tourism Research», 35, n. 4, pp. 1032-1052.
- Europa Press (2021), *Barcelona busca atraer más turismo cultural para reactivar la economía del visitante*, in EP Catalunya, <<https://www.europapress.es/catalunya/barcelona-economias-00982/noticia-barcelona-busca-atraer-mas-turismo-cultural-reactivar-economia-visitante-20210120140952.html>>, 22/08/2021.
- Getz D. (1993), *Planning for Tourism Business Districts*, «Annals of Tourism Research», 20, n. 3, pp. 583-600.
- Glass R. (1964), *Introduction: aspects of change*. In *London: Aspects of Change*, edited by Centre for Urban Studies, London: MacKibbon and Kee, pp. XIII-XLII.
- Goodwin H. (2019), *Barcelona – crowding out the locals: a model for tourism management?*, in *Overtourism: Issues, realities and solutions*, edited by R. Dodds, R.W. Butler, Berlin-Boston: Gruyter, vol. 1, pp. 125-138.
- Gospodini A. (2001), *Urban Design, Urban Space Morphology, Urban Tourism: An Emerging New Paradigm Concerning Their Relationship*, «European Planning Studies», 9, n. 7, pp. 925-934.
- Gotham K.F. (2005), *Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)*, «Urban Studies», 42, n. 7, pp. 1099-1121.
- Gravari-Barbas M., Delaplace M. (2015), *Le tourisme urbain 'hors des sentiers battus'. Coulisses, interstices et nouveaux territoires urbains*, «Teoros», 34, n. 1-2, in <<http://journals.openedition.org/teoros/2790>>
- Gravari-Barbas M., Guinand S. (2017), *Introduction. Addressing Tourism-Gentrification in Contemporary Metropolises*, in *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises*, edited by M. Gravari-Barbas, S. Guinand, London: Routledge, pp. 1-22.
- Gravari-Barbas M., Jacquot S., Cominelli F. (2019), *New Cultures of Urban Tourism*, «International Journal of Tourism Cities», 5, n. 3, pp. 301-306.
- Hinch T.D (1996), *Urban Tourism: Perspectives on Sustainability*, «Journal of Sustainable Tourism», 4, n. 2, pp. 95-110.
- Judd D.R. (1999), *Constructing the Tourist Bubble*, in *The Tourist City*, edited by D.R. Judd, S.F. Fainstein. New Haven: Yale University Press, pp. 35-53.
- Milano C. (2018), *Overtourism, malestar social y turistofobia. Un debate controvertido*, «Pasos», 16, n. 3, pp. 551-564.

- Milano C., Koens K. (2021), *The Paradox of Tourism Extremes. Excesses and Restraints in Times of COVID-19*, «Current Issues in Tourism», DOI: 10.1080/13683500.2021.1908967
- Montanari A. (2020), *Covid-19 as an Opportunity to Tackle the Phenomenon of Overtourism in European Historic Centres: The Case of Rome*, «Il capitale culturale», Supplementi 11, pp. 285-305.
- Novy J., Colomb C. (2017), *Urban Tourism and its Discontents*, in *Protest and Resistance in the Tourist City*, edited by C. Colomb, J. Novy, London: Routledge, pp. 1-30.
- Observatori del Turisme a Barcelona (2021), *Barcelona 2020. Informe de l'activitat turística*, Barcelona: Observatori del Turisme.
- O'Reilly A. M. (1986), *Tourism carrying capacity: Concept and issues*, «Tourism Management», 7, n. 4, pp. 254-258.
- Page S. (1995), *Urban Tourism*, London: Routledge.
- Pasquinelli C. (2017), *Tourism Connectivity and Spatial Complexity: A Widening Bi-dimensional Arena of Urban Tourism Research*, in *Tourism in the City. Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*, edited by N. Bellini, C. Pasquinelli, Cham: Springer, pp. 29-50.
- Pasquinelli C., Trunfio M., Bellini N., Rossi S. (2021), *Sustainability in Overtouristified Cities? A Social Media Insight into Italian Branding Responses to Covid-19 Crisis*, «Sustainability», 2021, 13, 1848.
- Pechlaner H., Innerhofer E., Erschbamer G. (2020), *Overtourism Tourism Management and Solutions*. London-New York: Routledge.
- Plaza M. (2017), *La turistificación, una "burbuja" que amenaza no solo a los vecinos sino al propio sector*. in Rteve, <<https://www.rtve.es/noticias/20170810/turistificacion-burbuja-amenaza-no-solo-vecinos-sino-propio-sector/1595401.shtml>>, 23.07.2021.
- Prats L., Guia J., Molina F.-X. (2008), *How Tourism Destinations Evolve: The Notion of Tourism Local Innovation System*, «Tourism and Hospitality Research», 8, pp. 178-191.
- Richards G. (2011), *Creativity and Tourism. The State of the Art*, «Annals of Tourism Research», 38, n. 4, pp. 1225-1253.
- Rizzi A. (2017), *La gentrificación che sta cambiando Barcellona*, in Sbilanciamoci info org <<https://sbilanciamoci.info/come-cambiar-barcellona/>>, 17/08/2021.
- Rodríguez-Barcón A., Calo E., Otero-Enríquez R. (2021), *Una revisión crítica sobre el análisis de la gentrificación turística en España*, «Rotur, Revista de Ocio y Turismo», 15, n. 1, pp. 1-21.
- Russo A.P., Quaglieri-Dominguez A. (2013), *From the Dual Tourist City to the Creative Melting Pot*, in *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*, edited by M. Smith, G. Richards, London: Routledge, pp. 324-331.
- Sequera J. Nofre J. (2018), *Shaken, Not Stirred: New Debates on Touristification and the Limits of Gentrification*. «City», 22, n. 5-6, pp. 843-855.

- Séraphin H., Gladkikh T., Vo Thanh T. (2020), *Overtourism. Causes, Implications and Solutions*, Cham: Palgrave Macmillan.
- Sommer C., Helbrecht, I. (2017), *Seeing like a tourist city: how administrative constructions of conflictive urban tourism shape its future*, «Journal of Tourism Futures», 3, n. 2, pp. 157-170.
- Volo S. (2020), *Overtourism: Definitions, Enablers, Impacts and Managerial Challenges*, in *Overtourism. Causes, Implications and Solutions*, edited by H. Séraphin, T. Gladkikh, T.V. Thanh, Cham: Palgrave Macmillan, pp. 11-26.
- Wearing S.L., Foley C. (2017), *Understanding the Tourist Experience of Cities*, «Annals of Tourism Research», 65, pp. 97-107.
- Wise N. (2016), *Outlining triple bottom line contexts in urban tourism regeneration*, «Cities», 53, pp. 30-34.

Appendice

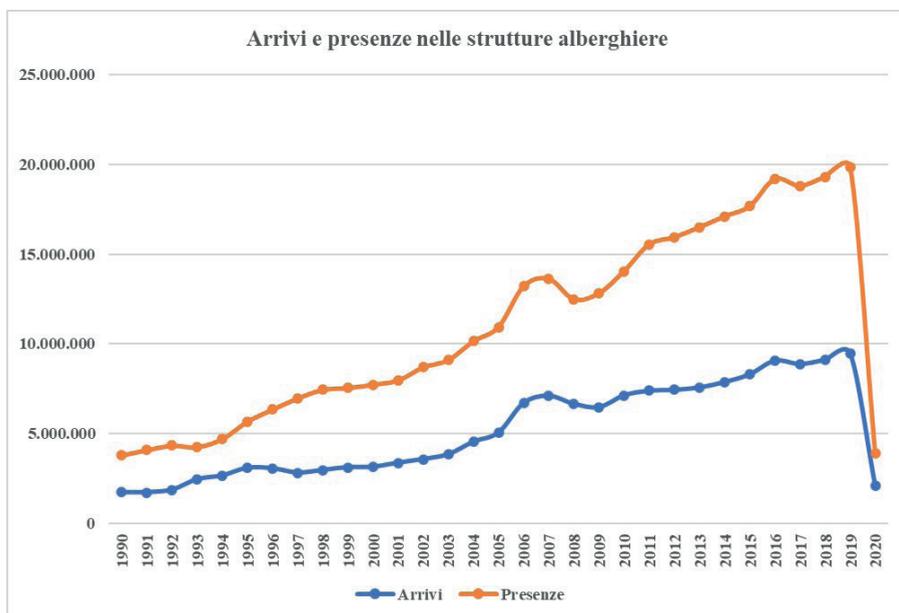


Fig. 1.

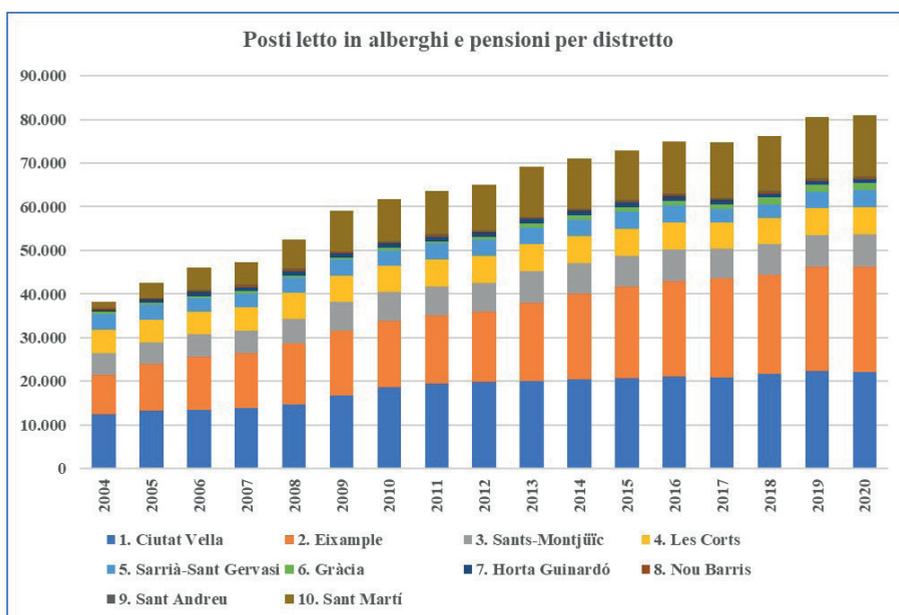


Fig. 2.

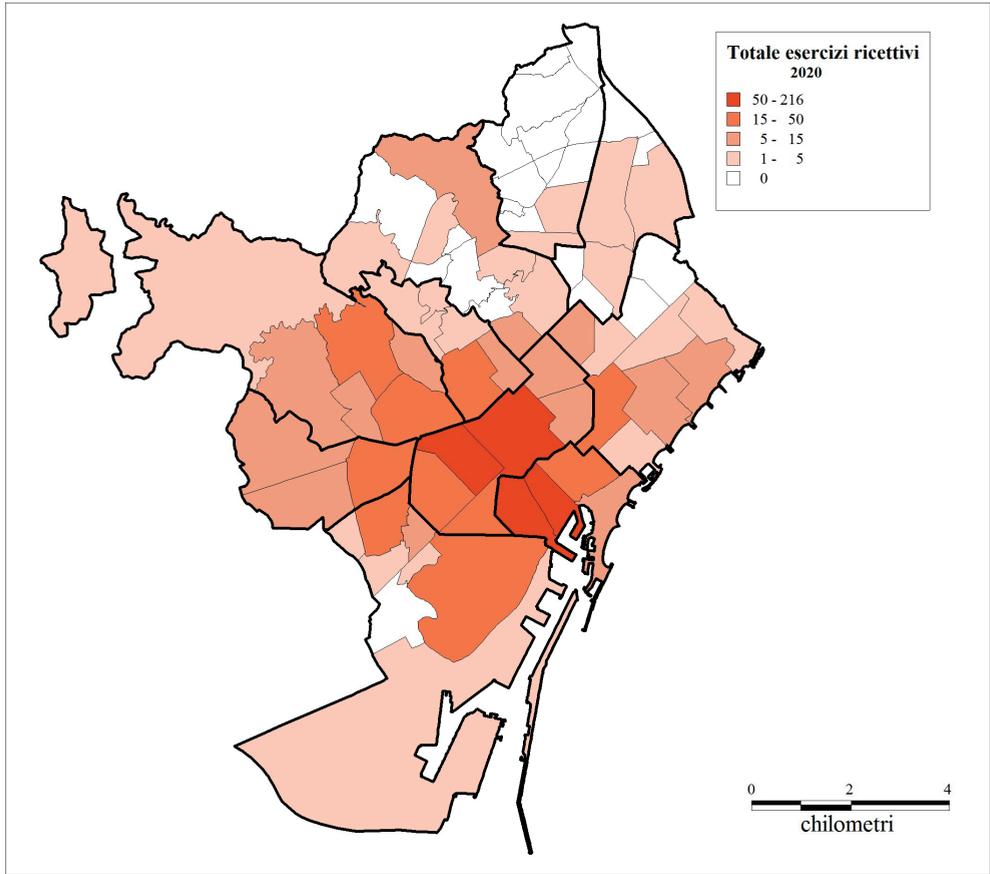


Fig. 3.

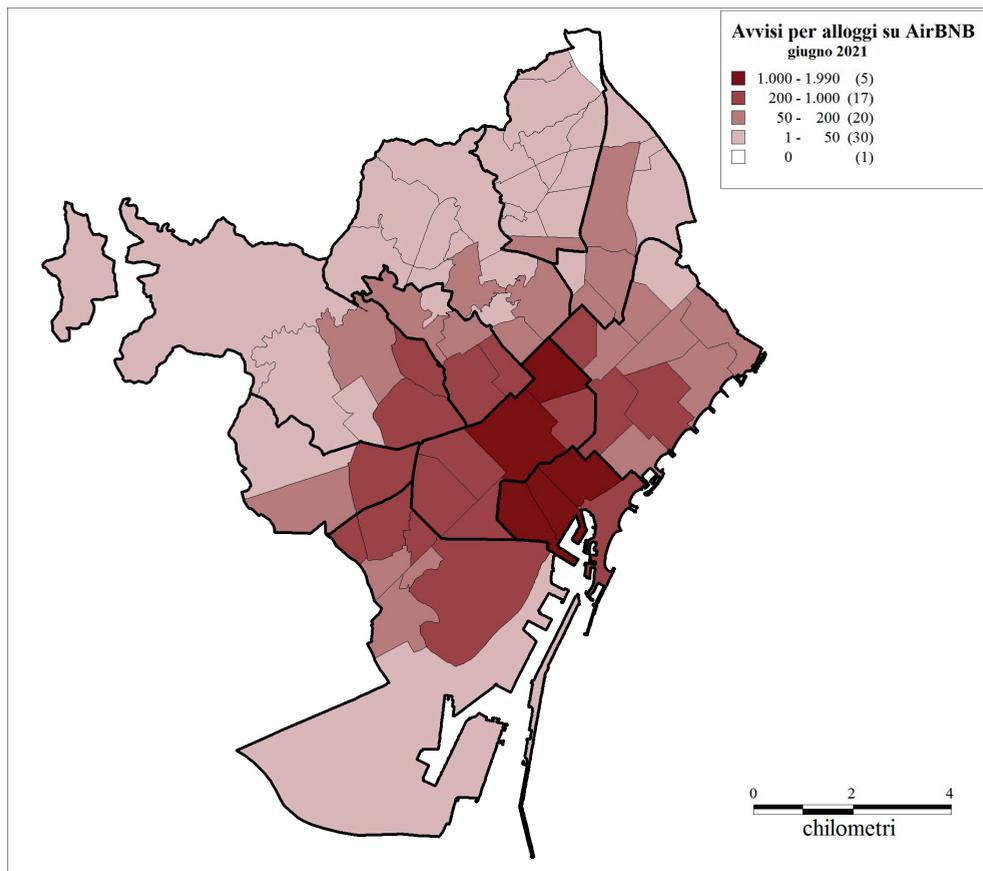


Fig. 4.

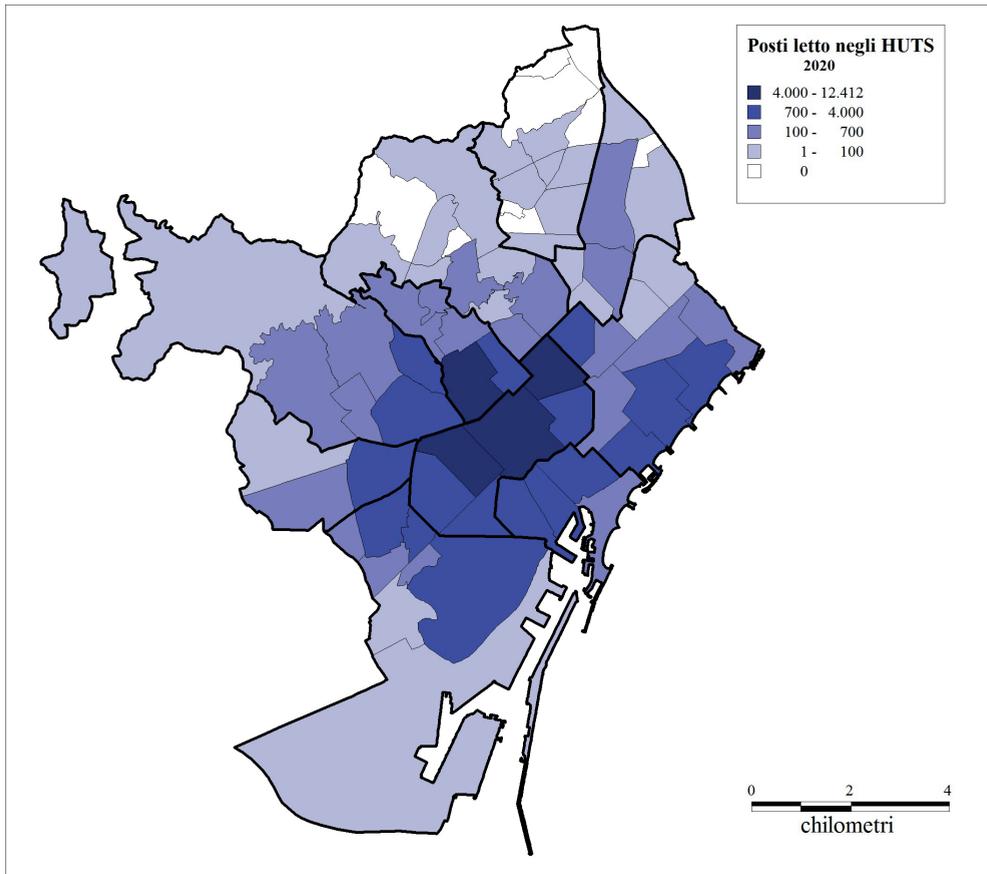


Fig. 5.

**JOURNAL OF THE DIVISION OF CULTURAL HERITAGE**  
Department of Education, Cultural Heritage and Tourism  
University of Macerata

**Direttore / Editor**  
Pietro Petroroia

**Co-direttori / Co-editors**

Tommy D. Andersson, Elio Borgonovi, Rosanna Cioffi, Stefano Della Torre,  
Michela di Macco, Daniele Manacorda, Serge Noiret, Tonino Pencarelli,  
Angelo R. Pupino, Girolamo Sciuillo

***Texts by***

Diego Borghi, Valentina Borniotto, Quentin Brouard-Sala,  
Andrea Carnevali, Maria Luisa Catoni, Sonia Cavicchioli, Chiara Cecalupo,  
Luca Ciancabilla, Antonino Crisà, Elena Dai Prà, Andrea D'Andrea, Federica  
Epifani, Begoña Fernandez Rodríguez, Fabrizio Ferrari, Nicola Gabellieri,  
Camilla Giantomasso, Rosalina Grumo, Antonietta Ivona,  
Denise La Monica, Rosario Lancellotti, Luciana Lazzeretti, V.K. Legkoduh,  
Ruben Camilo Lois Gonzalez, Lucrezia Lopez, Sonia Malvica,  
Patrizia Miggiano, Angel Miramontes Carballada, Enrico Nicosia,  
Sara Nocco, Paola Novara, Sharon Palumbo, Miguel Pazos Otón,  
Pietro Petroroia, María de los Ángeles Piñeiro Antelo, Fabio Pollice,  
Carmelo Maria Porto, Donatella Privitera, Pier Ludovico Puddu,  
Katia Ramponi, Antonella Rinella, Marina Sabatini, Ilaria Sanetti,  
Nicola Scanu, Giusy Sola, Emanuela Stortoni, Hakan Tarhan,  
Yeşim Tonga Uriarte.

<http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/index>

