

OVERTOURISM E TOURISMOPHOBIA: QUANDO LA CRESCITA NEL TURISMO NON È PIÙ SOSTENIBILE (?)

OVERTOURISM E TOURISMOPHOBIA: QUANDO LA CRESCITA NEL TURISMO NON È PIÙ SOSTENIBILE (?)

Si ha *overtourism* quando si supera la capacità di carico – in termini fisici, ambientali, sociali e psicologici – di un sito o di una destinazione turistica. Ciò implica un deterioramento della qualità della vita dei residenti e della qualità dell'esperienza turistica. L'*overtourism* è un fenomeno in crescita alimentato dall'aumento dei flussi turistici internazionali, favorito dalla diffusione delle compagnie *low-cost*, dal turismo crocieristico, dall'uso dei social media. Politiche pubbliche sono necessarie per ridurre gli impatti negativi.

OVERTOURISM AND TOURISMOPHOBIA: WHEN WILL GROWTH IN TOURISM BECOME UNSUSTAINABLE (?)

Overtourism occurs when the carrying capacity – in physical, environmental, social, psychological terms – of a tourist site or destination is exceeded. It implies a deterioration of the quality of life for residents and of visitor experiences. It is a growing phenomenon fueled by the increase of international tourist flows, assisted by the augmented influences of low-cost travel companies and cruise tourism, and by the use of social media. Public policies are needed to reduce its negative impacts.

1. Premessa

Questo saggio è stato scritto nel dicembre 2019, quando il Nuovo Coronavirus (SARS-CoV-2) era presente in poche aree del mondo e la sua esistenza – a livello internazionale – era nota solo ad alcuni soggetti istituzionali. Nessuno poteva prevedere quello che sarebbe accaduto poi e gli impatti che il Nuovo Coronavirus avrebbe avuto sulle vite delle persone a scala globale.

Le conseguenze negative sul settore del turismo sono già visibili e le previsioni di medio periodo sono tutt'altro che rassicuranti. Secondo la World Tourism Organization (UNWTO, 2020) gli arrivi turistici internazionali potrebbero subire un decremento tra il 20% e il 30% nel 2020 (a seguito dell'epidemia da SARS nel 2003 il decremento era stato dello 0,4%). Questo comporterebbe una perdita compresa tra 300 e 450 miliardi di dollari nelle entrate turistiche a livello globale (nel 2009, a seguito della crisi economico-finanziaria globale, la perdita era stata pari a circa 88 miliardi di dollari), con conseguenti, ingenti, riduzioni dell'occupazione. Secondo una stima della International Air Transport Association (IATA) nel settore del trasporto aereo si perderanno 25 milioni di posti di lavoro nel mondo, 5,6 saranno in Europa (Dragoni, 2020).

Nel momento in cui scriviamo questa premessa (16 aprile 2020) non riusciamo a prevedere il futuro dell'*overtourism*. Il Nuovo Coronavirus avrà modificato i comportamenti e il desiderio di mobilità degli esseri umani? Per quanto si protrarrà la situazione di grave crisi economica? Le statistiche dimostrano come in occasione di crisi internazionali (es. lo shock petrolifero del 1973-1974, gli attentati dell'11 settem-



Fig. 1. Piazza della Rotonda con vista del Pantheon, a Roma, durante il periodo delle restrizioni alla libera circolazione imposte a seguito della pandemia da Nuovo Coronavirus (Fonte: Archivio personale di Barbara Staniscia).

bre 2001, l'epidemia legata alla SARS del 2002-2003, la crisi economico-finanziaria del 2008-2009 non ancora superata) l'industria turistica, dopo un periodo di sofferenza, ha sempre recuperato in termini di presenze e di ricavi. Sarà così anche il dopo-Nuovo Coronavirus? Il Touring Club Italiano (TCI) (2020) tenta di tracciare degli scenari per il futuro prossimo del turismo in Italia e tra questi prevede *undertourism*, turisti che privilegeranno destinazioni "minori", attività *open air* e *slow tourism*; viaggi responsabili anche fuori dall'alta stagione, di corto-medio raggio (*staycation*). Ma

quanto durerà questa tendenza? L'*undertourism* caratterizzerà solo il futuro prossimo o anche quello distante?

Quello che possiamo dire oggi è che gli attori istituzionali e gli operatori del settore turistico in Europa hanno elaborato un *Tourism Manifesto* in cui hanno indicato una serie di priorità per le politiche dell'Unione Europea. Tra queste, politiche per aumentare la competitività delle destinazioni europee e per promuoverle attraverso una strategia comune. Tra queste, anche la sostenibilità (ambientale, economica, sociale) (<https://tourismmanifesto.eu/policy-priorities/>).

2. Introduzione

Fino agli inizi del 2020, in una fase storica in cui diversi settori economici soffrivano le conseguenze della stagnazione e, in alcuni casi, della recessione economica globale, l'industria turistica era in crescita. Secondo la UNWTO (2019) dal 1990 al 2018 gli arrivi turistici internazionali a livello mondiale sono passati da 438 milioni a 1 miliardo e 410 milioni, con un incremento medio annuo del 5% tra il 2010 e il 2018. Gli arrivi turistici internazionali in Italia sono passati dai 43 milioni 626mila del 2010 ai 62 milioni 146mila del 2018 (UNWTO, 2019).

Alla crescita dei flussi turistici si è andata associando, sempre più frequentemente, la preoccupazione per gli impatti negativi sul territorio. Negli ultimi anni, in particolare dal 2017, nella letteratura scientifica internazionale si sono affermate espressioni quali *overtourism*, *overcrowding*, *tourismophobia*, *touristophobia*, per descrivere situazioni in cui i flussi sono ritenuti insostenibili. La parola *overtourism* è stata definita dall'Oxford English Dictionary una delle parole dell'anno 2018 (Fes, 2020).

3. *Overtourism*: definizioni e cause

Il termine *overtourism* è stato usato per la prima volta con l'hashtag #overtourism nell'agosto 2012 (Goodwin, 2017) e diffuso nel 2016 da Rafat Ali, fondatore di Skift, una delle più grandi piattaforme di servizi nel settore dei viaggi. Si è affermato nella letteratura scientifica internazionale a partire dal 2017 (Peeters *et al.*, 2018).

Il termine *overtourism* "descrive la situazione in cui l'impatto del turismo, in determinati periodi e in determinate località, supera le soglie di capacità fisica, ecologica, sociale, economica, psicologica e/o politica" (Peeters *et al.* 2018, p. 22). Milano, Novelli and Cheer (2019) inclu-

ono nella definizione anche l'impatto dell'eccessivo turismo sui residenti locali, definendo l'*overtourism* come "l'eccessiva crescita dei visitatori che porta al sovraffollamento nelle aree in cui i residenti subiscono le conseguenze di picchi di turismo temporanei e stagionali, che impongono cambiamenti permanenti al loro stile di vita, accesso ai servizi e benessere generale" (2019, p. 354). Goodwin (2017) sostiene che il termine *overtourism* "descrive le destinazioni in cui gli ospitanti o gli ospitati, i residenti o i visitatori, sentono che ci sono troppi visitatori e che la qualità della vita nell'area o la qualità dell'esperienza è peggiorata in modo inaccettabile" (p. 1).

Sebbene l'emergere del termine *overtourism* sia abbastanza recente, il problema non è apparso improvvisamente ma si è sviluppato gradualmente per una serie di cause.

Il numero di arrivi turistici internazionali è stato, fino all'inizio del 2020, in continuo aumento. I flussi non sono uniformemente distribuiti in quanto vi sono aree particolarmente attrattive. Nel 2016 "i primi dieci Paesi (per numero di arrivi turistici internazionali, per leisure e per business) rappresentavano il 46 percento dei visitatori in entrata, e i successivi dieci Paesi un altro 21 percento" (McKinsey & Co., 2017, p. 12). L'Euromonitor (2017) prevedeva che, nel 2020, ci sarebbero stati "ulteriori 121 milioni di arrivi nei primi 20 Paesi, e altri 72 milioni nei restanti 59 Paesi del dataset aggregato" (citato da McKinsey & Co., 2017, p. 13). Questa previsione sarà, certamente, disattesa per il 2020 ma non è prevedibile quello che accadrà negli anni successivi.

Il turismo crocieristico è cresciuto notevolmente in Europa, perché consente ai viaggiatori di visitare diversi Paesi che si trovano nelle più diffuse "liste dei desideri" pur restando comodamente in una stanza. Le crociere europee sono cresciute del 49% nel periodo compreso tra il 2008 e il 2016 (Abend, 2018, p. 38) ma, dal momento che vitto e alloggio sono forniti a bordo, è improbabile che questi visitatori effettuino molte spese nei porti di destinazione. La loro presenza, quindi, provoca molto stress al territorio con pochissimi vantaggi economici.

Il viaggio sta diventando sempre più conveniente anche grazie alla presenza di compagnie aeree low cost. Molti Paesi, inoltre, stanno assistendo a una crescita della classe media, il che implica un aumento dei potenziali turisti. Si prevede che, entro il 2025, oltre 280 milioni di famiglie effettueranno ogni anno viaggi internazionali; molti di questi turisti avranno origine da Cina e India. Si tratta di turisti che tendono a concentrare i loro viaggi in

un breve periodo di tempo e a visitare località famose – quelle da visitare almeno una volta nella vita – proprio quelle che già soffrono di un eccesso di presenza di turisti (McKinsey & Co., 2017).

Le piattaforme digitali stanno contribuendo ad aumentare gli arrivi turistici in determinate aree perché diffondendo la conoscenza di determinate destinazioni, ispirano – o condizionano – le scelte (Jordan, Pastras and Psaros, 2018, p. 4). I due terzi circa dei viaggiatori leisure utilizzano risorse online (McKinsey & Co., 2017, p. 15). I social media, in particolare, si distinguono per il loro forte potenziale di promuovere la notorietà di un luogo e, di conseguenza, aumentare il numero di turisti. “Una nuova immagine della destinazione potrebbe emergere sui social media e cambiare il normale flusso di turisti. Questa nuova immagine di una destinazione potrebbe evidenziare nuovi luoghi o diversi aspetti delle destinazioni tradizionali, contribuendo al sovraffollamento di luoghi con un gran numero di visitatori o dando notorietà a luoghi in precedenza sconosciuti” (Alonso-Almeida, Borrajo-Millán and Yi, 2019, p. 3). In sostanza, il passaparola può diffondersi molto più rapidamente online che attraverso i mezzi tradizionali e può avere un notevole impatto sulle scelte dei turisti.

4. Impatti dell'*overtourism*

L'interazione tra residenti e turisti può portare a pressione, stress e congestione (Almeida-García, Balbuena-Vázquez and Cortés-Macías 2014, p. 35). Può causare “una ridotta accessibilità delle infrastrutture, dei siti e delle strutture sia per i residenti che per i visitatori, impedendo il regolare svolgimento delle attività sia dei residenti che dei visitatori [i quali] potrebbero non essere in grado di raggiungere, ad esempio, negozi o luoghi di lavoro nei loro spostamenti giornalieri” (Peeters *et al.*, 2018, p. 39). Il sovraffollamento ha un impatto negativo non solo sui visitatori ma anche sui siti turistici.

L'*overtourism* sta diventando un problema anche per molti beni pubblici. In numerose destinazioni, inclusi i centri storici, molte delle attrazioni turistiche sono beni pubblici e sono, quindi, gratuite. Luoghi come Piazza San Marco a Venezia, Trafalgar Square a Londra e le Cinque Terre in Liguria ricevono milioni di visitatori ogni anno e sono utilizzati dai tour operators perché possono essere aggiunti ai loro itinerari senza costi aggiuntivi. Molte di queste destinazioni hanno una bassa capacità di carico e sono sempre più fragili a causa di un uso eccessivo, di presenza di rifiuti, affol-



Fig. 2. Fontana di Trevi a Roma: un esempio di sito turistico in *overtourism* (Fonte: Archivio personale di Barbara Staniscia).

lamento e rumore. I residenti non solo devono fare i conti con la presenza di grandi gruppi di visitatori ma devono anche preoccuparsi della manutenzione delle aree – e sostenere i relativi costi – dopo che i turisti sono andati via (Goodwin 2017, p. 6, p. 8).

Un altro modo in cui i residenti pagano gli effetti dell'*overtourism* è l'aumento dei costi di beni e servizi e l'aumento degli affitti (Almeida-García, Balbuena-Vázquez and Cortés-Macías 2014, p. 35; Higgins forthcoming). La gentrificazione contribuisce fortemente all'aumento dei prezzi degli affitti e alla perdita di servizi locali costringendo anche alcuni residenti a trasferirsi altrove (Peeters *et al.* 2018, p. 38). Ciò comporta anche la perdita di attività artigianali e commerciali tradizionali e una sostituzione con attività destinate ai turisti (Montanari and Staniscia, 2010; Staniscia forthcoming). Un ulteriore problema è rappresentato dalla presenza di reti come Airbnb o HomeAway. Airbnb “è stata oggetto di critiche per il fatto di non pagare le tasse alle autorità locali e per il fatto di non essere soggetta al controllo regolamentare che vincola le strutture ricettive tradizionali” ed “è stata anche accusata di aver causato il forte aumento dei prezzi degli immobili in alcune località” (Sheppard and Udell, 2016, p. 1). I centri storici stanno perdendo residenti locali e l'atmosfera e la cultura originali si stanno dissolvendo. Questo comporta una “perdita del senso di appartenenza e del senso del luogo” (Hugues *et al.*, 2018, p.



Fig. 3. Roma, Via delle Muratte, un esempio di sostituzione delle attività tradizionali (Fonte: Archivio personale di Barbara Staniscia).

375; Higgins forthcoming).

L'alto numero di visitatori nei siti culturali contribuisce al loro deterioramento fisico. L'intensa presenza umana può portare all'usura delle superfici degli edifici e dei monumenti (Timothy, 2011, p. 158) e a inquinamento atmosferico. In uno studio su sette città d'arte condotto da van der Borg, Costa and Goti (1996), si è evidenziato che nella maggior parte delle città che avevano una facile accessibilità per gli autobus turistici e per le automobili il turismo contribuiva all'inquinamento ambientale (van der Borg, Costa and Goti, 1996, p. 2). E in aree metropolitane come Parigi, Roma, Budapest e Madrid, le strutture in pietra grigia e bianca sono state annerite dallo scarico delle auto. I prodotti chimici presenti negli scarichi possono deteriorare cemento, bronzo e granito e portare alla corrosione di monumenti storici, edifici e statue. Inoltre, i rifiuti possono anche danneggiare la struttura fisica di un sito, essere dannosi per l'ambiente circostante e possono allontanare "lo spirito del luogo" (Timothy, 2011, p. 162). Anche lo stile di vita dei residenti potrebbe essere alterato dalla presenza turistica. Nelle destinazioni turistiche nei Paesi emergenti e in ritardo di sviluppo, un aumento dei visitatori può anche portare ad alti tassi di vandalismo,

Fig. 4. Venezia, una nave da crociera in laguna (Fonte: Archivio personale di Barbara Staniscia).



a furti e comportamenti incivili; può contribuire all'aumento del consumo di alcol, al traffico di droga, al gioco d'azzardo (Peeters *et al.*, 2018, p. 40).

5. Reazioni all'*overtourism*

L'anti-turismo, un atteggiamento che può essere vissuto sia dai residenti che dai turisti, è in aumento come conseguenza dell'*overtourism*. "Hughes collega l'anti-turismo alle conseguenze del turismo di massa e la mobilitazione dell'industria anti-turismo sotto il motto 'turisti, andate via!'. L'anti-turismo dal punto di vista dei residenti inizia dopo che è stato raggiunto il punto di saturazione dei visitatori. La soddisfazione totale dei residenti per la presenza del turismo si trasforma in insoddisfazione e irritazione e i residenti reagiscono opponendosi allo sviluppo, ai progetti e alla presenza del turismo" (Kuščer and Mihalič, 2019, p. 4). Era quanto già previsto da Doxey (1975) nel suo famoso "indice di irritazione". Ne esistono prove in molte città d'arte e capitali culturali tra cui Barcellona e Venezia. A Barcellona, i residenti sono diventati particolarmente frustrati dall'aumento dei prezzi delle abitazioni. Alcuni hanno reagito tagliando le gomme degli autobus turistici e delle biciclette a noleggio (Coldwell, 2017). L'antropologo catalano Manuel Delgado, nel 2008, ha coniato il termine "turismofobia" per descrivere le reazioni dei residenti contro il turismo. "Delgado ha attirato con urgenza l'attenzione sul nascente rifiuto di base del turismo e ha sostenuto che la crescita apparentemente senza ostacoli del turismo rappresentava una grave minaccia per il tessuto sociale di Barcellona" (Milano, Cheer and Novelli, 2018). A Venezia – il cui centro storico conta una popolazione residente di circa 55.000 abitanti ma riceve circa 20 milioni di visitatori ogni anno – i residenti sono scesi in strada per protestare contro l'inquinamento prodotto dalle numerose navi da crociera che entrano in laguna e l'aumento dei costi delle abitazioni (Coldwell, 2017). L'anti-turismo può perfino caratterizzare gli stessi visitatori. "In molti luoghi, l'esperienza turistica stessa si sta deteriorando a causa di code, affollamento o semplicemente fastidio" (McKinsey & Co., 2017, p. 18). Ciò può portare a punti di rottura a causa della congestione e i turisti possono iniziare a provare una diminuzione della soddisfazione per la loro esperienza e per la destinazione. Alcuni potrebbero quindi iniziare a rifuggire dalle destinazioni in *overtourism* (Kuščer e Mihalič, 2019, p. 4).

6. Politiche per ridurre l'over-tourism

Freya Higgins-Desbiolles (2018) sostiene che “un programma di pianificazione per un *sufficiency approach* al turismo è essenziale. Dovremmo prendere in considerazione possibilità creative e abbracciare il pensiero radicale ... Abbiamo permesso che il fenomeno del turismo venisse *sequestrato* nell'interesse di pochi ... Questi pochi hanno spinto un'ideologia della crescita che serve ai loro scopi ma ci hanno posto in una posizione non invidiabile in cui il turismo sta uccidendo il turismo” (p. 159). “Pianificare a lungo termine in modo sostenibile, stabilire un ritmo adeguato di crescita ed essere in armonia con i residenti e gli stakeholder locali proteggerà le generazioni presenti e future” (Peeters *et al.*, 2018, pp. 101-402).

McKinsey & Co. (2017) sottolinea l'importanza dell'uso dei dati per la pianificazione a lungo termine e del coinvolgimento di tutti i gruppi sociali. Le destinazioni turistiche dovrebbero utilizzare non soli i dati ufficiali, i dati forniti dalle strutture ricettive e dagli aeroporti ma anche dati informali provenienti dai residenti e dai viaggiatori stessi. I dati possono essere utilizzati per modificare le strategie di marketing in modo appropriato e gestire la crescita (McKinsey & Co., 2017, p. 30). Un'altra forma di raccolta efficace di dati sono le indagini campionarie e i sondaggi, perché è importante misurare la reazione dei residenti alle politiche e alle pratiche messe in atto (Jordan, Pastras and Psarros, 2018, p. 27).

La raccolta di dati è essenziale per una strategia di sviluppo sostenibile a lungo termine. Piani di sviluppo sostenibile prevedono la valutazione della capacità di carico della destinazione e del sito turistici, la durata prevista del soggiorno dei visitatori, il mix di profili target dei turisti, la valutazione del numero di visitatori per determinati eventi, la quantità di alloggi necessari, la pianificazione delle infrastrutture, la determinazione delle fonti di finanziamento e delle strategie di marketing. Le strategie applicabili includono: (i) la promozione di una dispersione temporale dei visitatori durante il giorno per ridurre l'affollamento; (ii) l'adozione di politiche di differenziazione dei prezzi per promuovere la destinazione durante la bassa stagione; (iii) campagne educative per i visitatori sui valori, gli usi e le tradizioni locali; (iv) campagne per diffondere la consapevolezza dell'impatto del turismo; (v) la revisione e l'adattamento della regolamentazione (World Tourism Organization *et al.*, 2018). Le strutture turistiche e le infrastrutture possono essere adattate per migliorare l'esperienza complessiva sia per i residenti che per i visi-



Fig. 5. Venezia, Ponte della Paglia, affollamento di turisti durante l'attraversamento (Fonte: Archivio personale di Barbara Staniscia).

tatori. Il piano di sviluppo turistico dovrebbe prevedere una gestione sostenibile del traffico, un miglioramento del sistema di trasporto pubblico e delle strade, la creazione di piste ciclabili e percorsi pedonali, la protezione delle aree con alto valore storico e culturale (Peeters *et al.*, 2018, p. 101). Le autorità locali hanno anche la possibilità di agire su un sistema di tassazione per finanziare gli investimenti necessari per la gestione dei flussi turistici: tasse di ingresso, tasse di soggiorno, tasse di proprietà per le imprese turistiche (McKinsey & Co., 2017, p. 38).

BIBLIOGRAFIA

- ABEND L., “Europe Made Billions from Tourists. Now it's Turning Them Away”, *Time*, July 26, 2018, <http://time.com/5349533/europe-against-tourists/>, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- ALMEIDA GARCÍA F., VÁZQUEZ A.B., and CORTÉS MACÍAS R., 2015 “Residents Attitudes towards the Impacts of Tourism”, *Tourism Management Perspectives*, 13, 2015, pp. 33-40, doi: 10.1016/j.tmp.2014.11.002.
- ALONSO-ALMEIDA M., BORRAJO-MILLÁN F. and YI L., “Are Social Media Data Pushing Over-tourism? The Case of Barcelona and Chinese Tourists”, *Sustainability*, 11 (12), 2019, pp. 533-556, doi: 10.3390/su11123356.
- COLDWELL W., “First Venice and Barcelona: Now Anti-Tourism Marches Spread across Europe”, *The Guardian. International Edition*, August 10, 2017, <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- DOXEY G.V., “A Causation Theory of Visitor Resident Irritants: Methodology and Research Inferences”, *Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*, San Diego, 1975.

- DRAGONI G., "IATA: a rischio 25 milioni di posti a causa del crollo traffico aereo", *Il Sole 24 Ore*, 7 aprile 2020.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2017, go.euromonitor.com/passport, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- FES N., "How the Social Media Cause Overtourism?", *Tourism Review News*, January 27, 2020, <https://www.tourism-review.com/overtourism-is-out-of-hand-solutions-are-needed-news11370>, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- GOODWIN H., "The challenge of overtourism", *Responsible Tourism Partnership Working Paper 4*, October 2017, <https://haroldgoodwin.info/pubs/RTPWP4Overtourism01'2017.pdf>, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- HIGGINS V., "Overtourism in historic cities and its impact on the local community. Cities without citizens", in HIGGINS V. and DOUGLAS D., *Communities and Cultural Heritage: Global Issues, Local Values*, London, Routledge, forthcoming.
- HIGGINS-DESBIOLLES F., "Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?", *Tourism Management Perspectives*, 25, 2018, pp. 157-160.
- HUGUES S., SHEERAN P. and PILATO M., "Over-tourism and the Fall of Venice as a Destination", *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 2018, pp. 374-376, doi: 10.1016/j.jdmm.2018.01.011.
- JORDAN P., PANTAZIS P. and PSARROS M., "Managing Tourism Growth in Europe. The ECM Toolbox", *European Cities Marketing*, June 2018, <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-107272/2018-Managing%20Tourism%20Growth%20in%20Europe%20The%20ECM%20Toolbox.pdf>, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- KUSČER K. and MIHALIĆ T., "Residents' Attitudes towards Overtourism from the Perspective of Tourism Impacts and Cooperation. The Case of Ljubljana", *Sustainability*, 11 (6), 2019, pp. 1-16, doi: 10.3390/su11061823.
- MCKINSEY & CO., *Coping with Success. Managing Overcrowding in Tourism Destinations*, McKinsey & Co. and The World Travel & Tourism Council, 2017, <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/coping-with-success---managing-overcrowding-in-tourism-destinations-2017.pdf>, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- MILANO C., CHEER J. and NOVELLI M., "Overtourism: A Growing Global Problem", *The Conversation*, July 18, 2018, <https://theconversation.com/overtourism-a-growing-global-problem-100029>, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- MILANO C., NOVELLI M. and CHEER J.M., "Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns", *Tourism Planning & Development*, 16 (4), 2019, pp. 353-357, doi: 10.1080/21568316.2019.1599604.
- MONTANARI, A. and STANISCIÀ B., "Rome: a difficult path between tourist pressure and sustainable development", *Rivista di Scienze del Turismo*, 1 (2), pp. 301-316.
- PEETERS P.M., GÖSSLING S., KLIJS J., MILANO C., NOVELLI M., DIJKMANS C.H.S., EIJGELAAR E., HARTMAN S., HESLINGA J., ISAAC R., MITAS O., MORETTI S., NAWIJN J., PAPP B. and POSTMA A., *Overtourism: Impact and Possible Policy Responses*, Brussels, European Parliament- Policy Department for Structural and Cohesion Policies, 2018.
- SHEPPARD S. and UDELL A., "Do Airbnb Properties Affect House Prices?", *Econpapers*, 3, 2016, pp. 1-43. <https://web.williams.edu/Economics/wp/SheppardUdellAirbnbAffectHousePrices.pdf>, ultimo accesso: 30 gennaio 2020.
- STANISCIÀ B., "Tourism and sustainability in the historic city of Rome: Challenge or threat?" in HIGGINS V. and DOUGLAS D., *Communities and Cultural Heritage: Global Issues, Local Values*, London, Routledge, forthcoming.
- TIMOTHY D.J., *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*, Buffalo, Channel View Publications, 2011.
- TOURING CLUB ITALIANO (2020) "Coronavirus: quali le conseguenze per il turismo in Italia?2", 6 aprile 2020, <<https://www.touringclub.it/notizie-di-viaggio/coronavirus-quali-le-conseguenze-per-il-turismo-in-italia>>, ultimo accesso: 10 aprile 2020.
- VAN DER BORG JAN, COSTA P. and GOTTI G., "Tourism in European Heritage Cities", *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 1996, pp. 306-321, doi: 10.1016/0160-7383(95)00065-8.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO), *International Tourism Highlights*. 2019 Edition, Madrid, UNWTO, 2019, doi: 10.18111/9789284421152.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO), *Impact Assessment of the COVID-19. Outbreak on International Tourism*, 24 March 2020, <<https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>>, ultimo accesso: 10 aprile 2020.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO), CENTRE OF EXPERTISE LEISURE, TOURISM & HOSPITALITY, NHTV BREDA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES and NHL STENDEN UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, 'Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. Executive Summary, Madrid, UNWTO, 2018, doi: 10.18111/9789284420070.

Barbara Staniscia, Sapienza Università di Roma, Dipartimento di Studi Europei, Americani e Interculturali, Sezione Abruzzo.
Rebecca George, The American University of Rome.
Kristin Lochner, The American University of Rome.