L'antinomia del fenomeno turistico & L'anti-displacement Una strategia per Lagos



Salvatore Ferlisi

a.a 2022/2023

Politecnico di Torino Dipartimento di Architettura e Design Laurea magistrale in Architettura Costruzione Città AA 2022/2023

L'antinomia del fenomeno turistico & L'anti-displacement

Relatrice: Francesca Governa Co-relatori: Chiara lacovone

Pedro Belo Ravara

Candidato: Salvatore Ferlisi

Sera sul viale Karl Johan, Edvard Munch, 1892, olio su tela.

L'immagine scelta come copertina della tesi è un noto quadro del pittore norvegese Edvard Munch, il quale rappresenta una folla di gente che avanza sul viale Karl Johan, nell'odierna Oslo. Il quadro mira ad una denuncia della vuotezza dei rituali borghesi del tempo, suscitando nell'osservatore una riflessione su se stesso e sui propri modi di fare. Sulla destra, presumibilmente il pittore, rappresentato di spalle che va controtendenza, mentre sullo sfondo il municipio, simbolo delle istituzioni. La ricerca di tesi, paragonando i borghesi del tempo agli odierni turisti, mira a sensibilizzare le istituzioni verso la ricerca di quella sinergia capace di salvaguardare le destinazioni turistiche, anche attraverso una possibile strategia di anti-displacement.



Abstract...

La ricerca di tesi ha l'obiettivo di affrontare il tema della gentrificazione a partire dalla diffusione del mercato di Airbnb all'interno delle destinazioni turistiche.

Dopo una prima comprensione generale del fenomeno turistico e di quelli che sono stati i punti di svolta nel corso del tempo, si passa all'analisi dei due motori trainanti degli ultimi anni, i quali hanno ridotto ulteriormente i costi di viaggio: le aerolinee *low-cost* e le piattaforme di *home-sharing*. Nello specifico la ricerca analizza l'avanzata e l'operato di Airbnb, la piattaforma più nota in attività con oltre tre milioni di immobili forniti da più di un milione di host. La revisione della letteratura pone dei dubbi sul concetto di *sharing* associato alla piattaforma, la quale costituisce una grande opportunità per i possessori di immobili all'interno delle destinazioni turistiche e, allo stesso tempo, un rischio per i fenomeni di gentrificazione e - di conseguenza - per i diversi *displacement* generati.

Dallo studio dei testi di Karl Krahmer e Marco Santangelo, Mendes si desume che esistono delle differenze rispetto al fenomeno classico, tanto da delinearne i confini attraverso l'accezione di "turistica". La problematica assume connotati più ampi se consideriamo la capacità di Airbnb di generare nuovi flussi di entrate immobiliari, scaturendo fin da subito un'importante differenza fra il reddito effettivo dell'appezzamento di terreno e il reddito potenziale. Infatti, diversi paesi hanno sfruttato il turismo e le possibilità del mercato di Airbnb per attuare un rinnovamento urbano all'interno delle proprie città, afflitte da una situazione di degrado edilizio, generando diverse situazioni di sfratto.

Il Portogallo è uno dei casi più rilevanti di turismo come rinnovamento urbano, grazie ad una serie di politiche attuate per attrarre investimenti sul proprio territorio. Dopo l'analisi del contesto portoghese, attraverso gli studi di Mendes, Lestegas, Seixas, Lois-Gonzalez, la ricerca culmina nel caso studio di Lagos, cittadina situata nella regione dell'Algarve. L'analisi della realtà turistica e della continua crescita del mercato di Airbnb, analizzata attraverso AirDNA, pongono il centro cittadino in un processo di gentrificazione, per cui è proposta l'attuazione di una prospettiva progettuale di *anti-displacement*.

I Indice

L'antinomia del fenomeno turistico e l'anti-displacement		Capitolo 2 Il Ruolo di Airbnb & il Collective Displacement		Capitolo 3 II Miracolo Portoghese & II Caso di Lagos		Capitolo 4 Progettare l'Anti-displacement	
Introduzione	10	2.1 La sharing economy	78	3.1 Metodologia	120	4.1 Una possibile strategia	178
Capitolo 1 Una Rappresentazione del Fenomeno		2.2 La crescita di Airbnb 2.2.1 Offerta di Airbnb nel totale degli alloggi	84 88	3.2 Il boom turistico portoghese	124	4.2 Inquadramento aree di progetto	182
				3.3 Le politiche		4.3 Masterplan generale	184
1.1 Che cos'è il turismo?	14	2.3 Airbnb come risorsa	90	3.3.1 DL n°104/DL n°307	128		
1.1.1 Dal passato al presente, le svolte	22	economica		3.3.2 NRAU, Golden Visa, RHN, FII	130	4.4 Assonometria generale	186
per lo sviluppo del		2.4 Le negatività di Airbnb	94			4.5 Strategie di progetto	
turismo				3.4 Le conseguenze	134	4.5.1 L'uso della griglia	188
		2.5 La gentrificazione:	104			4.5.2 Creazione di piazze e	190
1.2 Ambito dei trasporti		classica e turistica		3.5 Il ruolo turistico	140	vie	
1.2.1 Trasporto ferroviario	28			dell'Algarve		4.5.3 La duna all'interno del	192
1.2.2 Trasporto aereo	32	2.6 La strategia buy-to-let tra	112			villaggio	
·		le cause del fenomeno		3.6 Le realtà di Lagos	150		
1.3 La spinta dell'Unione	40					4.6 Una nuova cooperativa	194
Europea				3.7 Le testimonianze raccolte	154	4.6.1 Distribuzione degli spazi	196
1.4 Le articolazioni del	44			3.8 L'analisi dei dati		4.6.2 Elaborati grafici	198
fenomeno	• •			3.8.1 Offerta generale	160	4.6.3 La vegetazione	202
101101110110				3.8.2 Stagionalità	168		
1.5 Gli impatti del settore:	48			3.8.3 Multi-host	172		
1.5.1 Impatti economici	50						
1.5.2 Impatti ambientali	56						
1.5.3 Impatti sociali	60						
1.6 Tra consolidamento e stagnazione	66						
1.6.1 Intensità turistica	72					Conclusioni	212
1.6.2 Entrate turistiche rispetto al PIL	74					Bibliografia Ringraziamenti	220 233

I Introduzione

Il turismo, con tutte le attività e i servizi utili a garantire la permanenza di gruppi di persone per brevi periodi all'interno di un certo luogo, costituisce un settore economico di grande importanza per diversi paesi, capace anche di innestare e alimentare fenomeni con effetti socio-spaziali rilevanti. Alle possibilità di sviluppo dell'economia si accompagnano infatti 'tensioni' sul mercato abitativo, con la conseguente trasformazione della popolazioni che 'abitano' i luoghi turistici. Negli anni diversi fattori hanno contribuito ad una rapida espansione, tanto da poter parlare di turismo di massa. Ponenedo l'attenzione nei recenti sviluppi, un ruolo di primo piano è stato ricoperto dalle piattaforme di home-sharing e di Airbnb capaci di moltiplicare i contatti tra diverse parti del mondo e, allo stesso tempo, secondo gli studi di Wachsmuth e Weisler (2018), in grado di aumentare le possibilità di guadagno da parte dei proprietari di letti, camere o appartamenti in "disuso". Tale aspetto, unito alla sempre maggiore domanda di viaggi, ha indotto diversi paesi a sfruttare il turismo anche come strategia per il rinnovamento urbano, agevolando gli investimenti stranieri sul proprio territorio.

Secondo quanto appreso dagli studi di *Mendes* (2017), *Lestegas* (2019), il Portogallo, oltre ad essere uno degli Stati che più ha investito sul turismo, divenendo esempio della portata e delle potenzialità del settore, favorito da un ricchissimo patrimonio culturale e paesaggistico, è anche manifesto del turismo come strategia urbana. Il governo, grazie all'attuazione di diverse politiche, è riuscito ad attirare all'interno del proprio territorio ingenti investimenti stranieri, capaci di dare un nuovo respiro agli immobili di diverse parti del territorio e di aumentare la capacità di posti-letto a disposizione per le singole destinazioni. Il *Golden Visa, il Regime de Impostas para Residentes Nao Habituais* sono soltanto due delle politiche governative at-

tuate e che hanno contribuito al raggiungimento, nel 2016, della soglia dei 509 milioni di investimenti nel settore immobiliare.

Agli aspetti positivi generati dal rinnovamento urbano, seguono degli aspetti negativi, tra i quali si identifica la gentrificazione. L'analisi e la comprensione del fenomeno, seguendo gli studi di diversi autori, tra cui *Cocola-Gant* (2018), *Wachsmuth e Weisler* (2018), *Krahmer* e *Santangelo* (2018), portano all'identificazione di differenze rispetto al fenomeno descritto da Ruth Glass (1964) per la Londra dei suoi tempi, tanto da assumere l'accezione di gentrificazione turistica. Quest'ultima, causando diverse tipologie di *displacement*, origina nuove questioni da affrontare, mettendo a repentaglio il diritto alla casa, per cui si battono associazioni e attivisti in varie parti del mondo. La rete *SET*, l'*Assemble de Barris* a Barcellona, *Morar em Lisboa, Stop Despejos* e *Habita* nel caso portoghese sono soltanto alcuni degli esempi di associazioni che sono state create per dare voce alla critica verso l'attuale modello di turismo.

Il caso studio all'interno del quale si concentra la ricerca riguarda la cittadina di Lagos, posta nella regione del sud del Portogallo, l'Algarve, che riveste un ruolo di primo piano nel turismo nazionale. Lagos ed i suoi 30.000 abitanti costituiscono un buon esempio all'interno del quale indagare le possibilità e i limiti dello sviluppo turistico. La realtà verrà analizzata in duplice maniera, una prima parte terrà conto di alcune interviste realizzate per le strade del centro città e una seconda parte andrà ad analizzare l'offerta degli alloggi per l'affitto a breve termine utilizzando i dati presenti su AirDNA. La ricerca di tesi oltre alle indagini sulla realtà turistica di Lagos, si concentrerà su una possibile strategia di *anti-displacement* derivante dalla gentrificazione turistica e dalla progressiva *Airbnbsation* (Sequera & Nofre, 2019) della città, sviluppandosi attorno l'idea della condivisione.

01



Una Rappresentazione del Fenomeno



1.1 | Che cosa è il turismo?



Paris, France. Fonte: Matt Hardy

Le città vengono sempre più identificate e gestite come delle vere e proprie aziende, il cui compito decisionale risulta, spesso, essere subordinato ai diversi business internazionali (Turner & Ash, 1976). Tutto ciò ha un fine ben preciso: favorire le competitività all'interno del mercato e la rete di flussi internazionali, cercando di occupare la più alta posizione all'interno di un ranking virtuale che garantirebbe una maggiore quantità di investimenti. Uno dei settori su cui gli Stati nazionali riversano gran parte dei loro investimenti. è il turismo. Le definizioni che si

aggirano attorno il concetto di turismo variano da fonte a fonte e il significato attribuito è designato in maniera differente a seconda delle istituzioni. Secondo l'OMT (Organizzazione mondiale del turismo) oggi il turismo è un fenomeno sociale, culturale ed economico che comporta il movimento di persone verso paesi o luoghi al di fuori del loro ambiente abituale per scopi personali o commerciali/professionali, per non più di un anno consecutivo (Glossario turismo tramite www. unwto.org). Per dare una definizione di turismo è utile

considerare il fenomeno come il risultato delle sue tre componenti principali: l'elemento umano, il tempo, inteso come durata, e lo spazio. La radice della parola tornos-, mette subito in chiaro uno degli aspetti del fenomeno. la durata. Il termine greco, che indicava uno strumento per descrivere un cerchio, riflette la peculiarità del ritorno al punto di partenza. Il periodo di soggiorno, per considerarsi turismo, difatti, non deve eccedere la soglia dell'anno consecutivo per la quale verrebbero fatti altri tipi di valutazione. All'interno del concetto di turismo si cela

un'ampia sezione di attività che comprendono trasporti, alloggi, ricreazione, cibo e altri servizi correlati, uniti al maggior movente del settore. ovvero gli individui, l'elemento umano. L'individuo, protagonista del processo in quanto decisore del viaggio in cui si impegna, può essere considerato in duplice maniera ai fini delle misurazioni statistiche: turista, residente o non residente, nazionale o internazionale, ed escursionista. Un soggetto posto all'interno di un contesto diverso dal luogo di residenza, che ha come movente principale il visitare,

Salvatore Ferlisi



Hallstatt, Austria. Fonte: Flo Maderebne

la cui attività non prevede remunerazione, all'interno di un periodo temporale determinato (max 12 mesi) e per più di 24 ore, prende il nome di turista. All'interno del totale degli arrivi all'interno di uno Stato, è giusto fare una distinzione tra turismo domestico e turismo internazionale o in entrata. Si parla di turismo domestico. nel caso in cui si tratti di individui che viaggiano all'interno del territorio d'appartenenza. Ciò chiarisce la posizione nei confronti di stranieri con regolare residenza nel paese ospitante, il cui movimento è inglobato nel concetto di turi-

smo domestico. Con turismo in entrata si definisce invece quel gruppo di individui visitanti un dato paese, la cui residenza è situata in un'altra parte del mondo. Tornando alla classificazione statistica del visitatore, l'individuo è invece considerato escursionista se la variabile temporale della visita si riduce alla singola giornata. La differenza sostanziale è dunque il pernottamento, che implica anche un diverso uso delle risorse monetarie, portando un apporto in termini di ricavi verso il territorio scelto, amplificandone l'impatto economico. Aspetto determinante e strettamente correlato all'elemento umano, la cui scomparsa garantirebbe un'assenza di turismo, è la motivazione. Gli individui contribuiscono all'elaborazione della domanda mossi da volontà intrinseche di soddisfare i bisogni o i desideri, la fuga o l'evasione dall'ambito lavorativo, o dalla società in cui si è posti, in cerca di relax, libertà, oppure la ricerca di significati e autenticità (Geoffrey & Alister, 2006). Una volta definite le componenti base del turismo, per una migliore comprensione del fenomeno è utile spiegare

perché è visto come un'industria, la cui definizione implica una divisione in settori ma anche la presenza di input che portano ad un prodotto finale, obiettivo principale dell'operato, piuttosto che la presenza di una struttura di gestione. Lo schema preso in esame è quello realizzato da Sharpley nel 2006 (Figura 1), il quale considera il turismo un sistema di produzione.

Un ruolo di primo ordine è ricoperto dai trasporti, dunque compagnie aeree, trasporto marittimo, ferroviario, automobilistico, a cui si accompagnano le attrazioni e gli alloggi. Questi tre aspetti essenziali, in relazione tra loro, definiscono la categoria dei produttori di turismo, per cui senza di essi non vi sarebbe prodotto. Il binomio trasporti-turismo è un rapporto di stretta dipendenza. Per rendere possibile la mobilità degli individui, questi, devono usufruire di forme di trasporto, la cui evoluzione, come vedremo nei paragrafi successivi, è stata vitale per

lo sviluppo del settore. Altre due categorie sono il settore privato e il settore pubblico. L'operato del settore pubblico è garante di tutta una serie di investimenti che permettono al turismo di entrare a far parte dell'economia nazionale. coprendo i costi per la creazione delle infrastrutture e allo stesso tempo fautore di sussidi per la creazione di strutture ricettive, capaci di attuare una propaganda positiva per il paese. La presenza degli attori privati incombe anche attraverso il concetto di privatizzazione del bene e delle attività commerciali appartenenti al

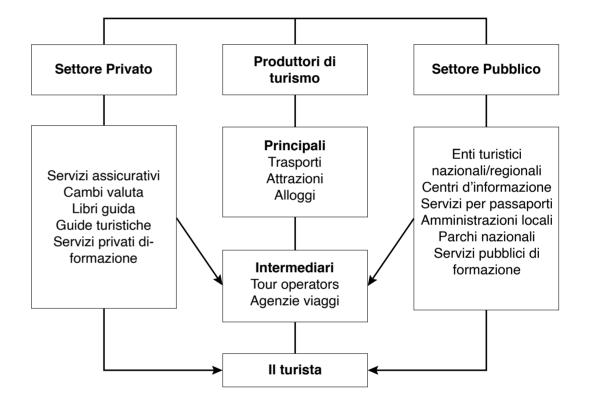
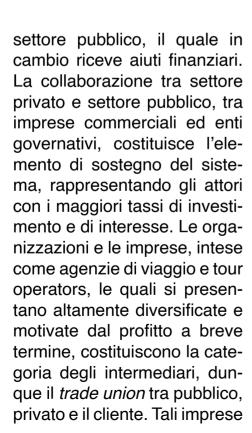


Figura 1.
Rappresentazione schematica del sistema di produzione, mia traduzione.
Fonte: Sharpley, 2006



giocano un ruolo chiave nella commercializzazione della destinazione. Come ogni industria, infatti, il turismo fonda le proprie basi sulla vendita del proprio prodotto all'interno del mercato (Murphy, 1985), così un aspetto necessario è il marketing, con la promozione dell'immagine del proprio territorio. È anche vero che la presenza di tour operators o agenzie di viaggio, nel turismo odierno, non è strettamente necessaria. La loro posizione è stata altamente limitata dalla digitalizzazione, grazie al quale è possibile vendere dei pacchetti diret-



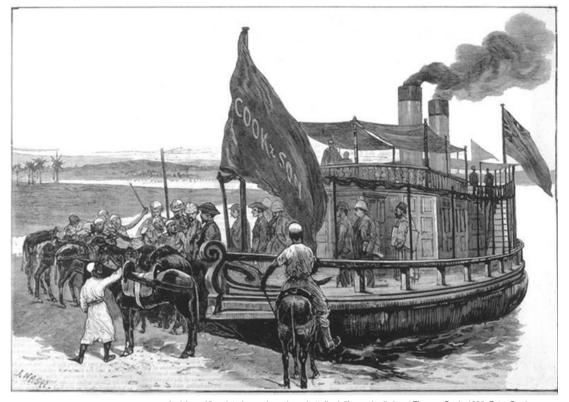
Fonte: Element5 Digita

tamente all'interno di siti web specifici, garantendo subito un rapporto diretto tra enti privati/pubblici con il cliente. Gli individui sono l'obiettivo finale dell'industria, ciò a cui mira il sistema produttivo, la cui non vendita dei servizi prodotti porterebbe ad un fallimento. Essi rappresentano la punta di un iceberg il cui fine ultimo è la vendita dell'esperienza turistica, fatta di trasporti, alloggi, intrattenimento, dove confluiscono gli interessi del settore pubblico, privato e delle agenzie di viaggio.

Dal passato al presente, le svolte per lo sviluppo del turismo

I fattori che hanno portato il turismo ad assumere dei connotati importanti all'interno dell'odierna società sono diversi e tangenti ad ambiti differenti. Per capire l'avanzata del settore, ma anche il suo sviluppo, è utile fare un breve cenno al passato, il quale aiuta a capire i fattori che ne hanno fatto uno dei settori economici più proficui, senza risalire alle epoche greco-romane, la cui scelta di viaggiare era da attribuire a motivazioni differenti. Le componenti che hanno contribuito allo sviluppo riguardano cambiamenti in ambito lavorativo, tecnologico, infrastrutturale,

educazionale, la nascita delle tour operators, che relazionati tra loro, hanno portato ad un aumento della domanda turistica. Nonostante dei tratti strettamente associabili all'attuale concetto di turismo potessero riscontrarsi con il Gran Tour, con la visione del viaggio come strumento educazionale e di arricchimento personale e per il paese d'appartenenza, lo sviluppo venne agevolato a partire dalla società industriale. L'avanzata esponenziale del settore è da ricercare nell'estrema capacità di inglobare al suo interno i frutti di differenti fat-



lncisione, Viaggiatori scendono da un battello dell'agenzia di viaggi Thomas Cook, 1882. Foto: Cordon pre

tori che ne ampliano gli orizzonti. Lo storico francese Marc Boyer definì il turismo come un atto di mobilità volto a soddisfare, nel contesto del tempo libero, un bisogno culturale della civiltà industriale (Boyer, 1972). Sullo sfondo del periodo industriale, infatti, veniva garantito al lavoratore il diritto al tempo libero, utile al consequimento del proprio edonismo, e il diritto alle ferie pagate. Una volta soddisfatte le spese base della vita quotidiana, come il pagamento dell'affitto, il cibo, il reddito a dell'individuo. disposizione definito reddito discrezionale,

veniva speso per attività che prima erano considerate di "lusso". Un contributo decisivo fu dato dall'azione di Thomas Cook nel 1841, con l'immissione nel mercato dei primi pacchetti viaggio, principio di azione strettamente assimilabile a quelle, tipiche, dei tour operators di oggi. Il pacchetto realizzato da Cook inglobava trasporto, attività da svolgere e anche il luogo in cui soggiornare, limitandosi inizialmente alla Gran Bretagna per poi proporre viaggi organizzati in tutto il mondo, tra cui America, Europa ma anche destinazioni più distanti come l'Egitto.

"God's earth in all its fullness and beauty is for the people"

Thomas Cook

La diffusione degli operatori turistici ha avuto un ruolo incisivo nello sviluppo del settore grazie all'inserimento all'interno del mercato di esperienze turistiche sicure e controllate in tutti i loro aspetti, in cui i clienti vedevano delle possibilità più facili di ingresso all'interno di paesi esteri (Lickorish & Jenkins, 1997). Il sogno realizzato da Cook non sarebbe stato possibile senza l'apporto della tecnologia: dapprima con i progressi riguardanti le reti ferroviarie che nel periodo precedente le due guerre costituivano le principali via di trasporto, in Gran Bretagna,

nazione con più chilometri di binari costruiti (471 km), la mobilità passò dai 2 milioni di individui del 1841 ai 79 milione del '51 per arrivare ai 1455 milioni del 1914 (Lickorish & Jenkins, 1997), e in seguito, con la creazione dell'aereo. grazie all'ingente utilizzo durante il periodo bellico, e dei primi voli charter, capaci di garantire un range di spostamenti molto più efficiente, più comodo e più ampio, consentendo agli individui il raggiungimento di zone non più soltanto confinanti. Tale variazione venne anche accompagnata da un abbassamento dei costi per l'accesso a tali mezzi di trasporto, il quale diede fine al turismo elitario ed aprì le porte al cosiddetto turismo di massa. A partire dal 1950, il settore aeronautico conobbe un importante sviluppo dovuto ad un duplice motivo: la nuova efficienza dei motori. che permise la riduzione delle tempistiche di viaggio, e la riduzione del costo di realizzazione dei sedili dei passeggeri (Sharpley, 2006). Un viaggio in aereo che collegava New York con San Francisco, analizzando periodi temporali differenti, presentava importanti variazioni. Nel 1933, infatti, il

volo aveva una durata di 21 ore con un prezzo medio del biglietto compreso tra i 320-1.900\$, a differenza del 1979 in cui i viaggiatori potevano raggiungere la meta in sole 5 ore di volo con un costo del biglietto pari a 234\$ (Murphy, 1985). All'interno del periodo industriale un altro mezzo di trasporto che conobbe un'espansione universale fu l'automobile, costituendo il 58% del totale dei mezzi di trasporto per una vacanza, soprattutto per i viaggi a breve distanza. Una volta superato il periodo bellico, con il Piano Marshall che contribuì al finanziamento

degli investimenti governativi Tutti gli aspetti del passato nella promozione del turismo, gli individui muniti di automobile passarono da 100 milioni del 1970 a quasi 400 milioni nel 1987, con un aumento in Europa da 60 milioni a circa 160 milioni (Lickorish & Jenkins, 1997). Buona parte del mondo era così dotato di tutte le risorse: reddito, tempo libero e trasporti, per essere libero di spostarsi. Secondo l'OMT il numero di arrivi turistici è cresciuto da 69 milioni (di cui 73% in Europa) del decennio post-bellico ai 550 milioni del 1994 (OMT in Lickorish & Jenkins, 1997).

sopracitati possono essere definiti dei punti di svolta per la nascita del turismo, il cui ulteriore sviluppo oggi è potenziato dall'avvento di altrettanti fattori determinanti.

1.2 Ambito dei trasporti 1.2.1 Trasporto ferroviario

Se Jules Verne avesse pensato al suo celebre romanzo "Il giro del mondo in 80 giorni" in epoca contemporanea probabilmente avrebbe ridotto del 50% il lasso temporale considerato. Spostarsi di meta in meta, anche giornalmente, visitare, infatti, risulta sempre più facile ed economicamente meno dispendioso. Secondo i dati relativi all'anno 2019 dell'Organizzazione mondiale del Turismo (Figura 2) il mezzo prediletto dai turisti per gli spostamenti è l'aereo con il 59%, seguono gli spostamenti in macchina che costituiscono il 35%, per poi arrivare alle due minoranze, cioè l'utilizzo dei treni con l'1% e dei mezzi di trasporto marittimi con il 5%.

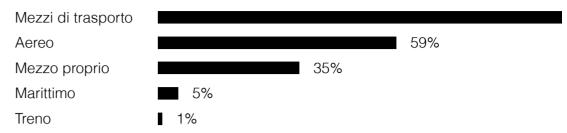
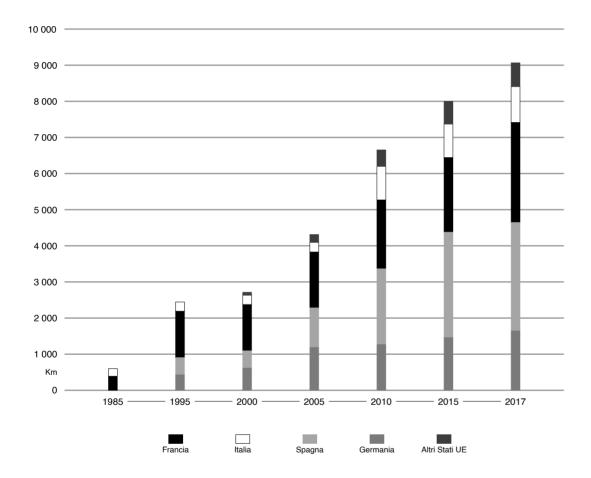


Figura 2. Turismo in entrata per mezzo di trasporto. Fonte: Organizzazione mondiale del turismo, 2019

Dopo lo sviluppo ferroviario a partire dalla metà dell'Ottocento, il settore dei trasporti su due binari ha conosciuto un secondo sviluppo. Nonostante il trasporto ferroviario costituisca, in accordo con il OMT soltanto l'1% dei mezzi di trasporto utilizzati nell'anno 2019, l'innovazione e il progresso dell'alta velocità, porteranno il trasporto ferroviario su media distanza al 50% del totale trasporto di merci e passeggeri, a sfavore del trasporto con mezzo proprio che oggi costituisce circa il 35% del totale con importanti risvolti dal punto di vista ambienta-

le (Organizzazione Mondiale del turismo, 2019). Limitando l'analisi ai confini europei (Figura 3), le linee ferroviarie ad alta velocità si diffondono nel ventennio compreso tra 1970 e 1990 con la realizzazione delle infrastrutture, in ordine temporale. da parte di Italia, Francia, Germania ed infine Spagna. Dal grafico è evidente una crescita sulla costruzione di reti ferroviarie ad alta velocità con i principali miglioramenti percettibili in territorio spagnolo e francese, e dei lenti miglioramenti per l'Italia che per prima ha investito sull'alta velocità. Grazie ai finanziamen- con gli aeroporti. ti (Figura 4) ottenuti da parte dell'Unione Europea (circa 24 miliardi), il cui obiettivo è la riduzione degli spostamenti in macchina entro il 2050. l'Europa conta circa 9.067 km di linee ad alta velocità, con 1.671 km in costruzione. Una volta ultimate le costruzioni lo stato della Spagna, in forte crescita sulla costruzione dal 1992 fino ad oggi, sarà secondo soltanto alla Cina. Per facilitare i collegamenti all'interno del territorio e la mobilità di persone, inoltre, il programma europeo TEN-T, prevede anche dei diretti collegamenti



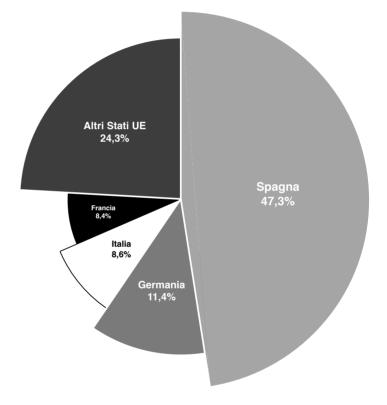


Figura 3. Lunghezza (in km) delle reti ferroviarie nazionali ad alta velocità nell'UE - Crescita nel tempo. Fonte: Annuario statistico dell'UE, 2017

Panoramica del cofinanziamento dell'UE per la linea ferroviaria ad alta velocità per Stato membro. Fonte: Commissione Europea, 2017

1.2.2 | Trasporto aereo

Differente è il discorso che riquarda il traffico aereo che costituisce nell'anno 2019 il 58% dei mezzi di trasporto utilizzati per il movimento turistico. Dopo le innovazioni apportate all'aviazione alla fine del periodo delle due guerre mondiali, il trasporto aereo negli anni '70 vide la nascita di compagnie aeree, che affiancarono le compagnie nazionali più grandi. Si trattava delle compagnie low-cost, cioè a basso costo. Strettamente associabili alle politiche di liberalizzazione sul trasporto aereo, con la conseguente rimozione del controllo sui prezzi del-

le tariffe o le abolizioni sulla proprietà che consentivano il possesso e la circolazione di mezzi appartenenti anche ad altri Stati membri dell'UE, nacquero in Europa società come Ryanair o EasyJet. I dati più sorprendenti furono registrati nel periodo compreso tra il 1990 e il 2003, caratterizzato da una serie di eventi, tra cui la Guerra del Golfo, la guerra in Iraq, gli attacchi terroristici in America che avevano influito sull'economia mondiale e sul prezzo del petrolio. Mentre le grandi compagnie nazionali, come ad esempio Alitalia, nel pe-

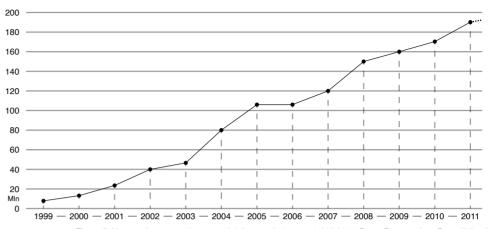


Figura 5. Numero di passeggeri trasportati dalle agenzie low-cost, 1999-2011. Fonte: European Low Fares Airline Association, 2012.

riodo compreso tra il 1998 e il 2003 registravano dei rapporti passeggero-km inferiori al 2%, le società, come Ryanair o Easviet, continuavano a registrare miglioramenti rispettivamente del 45% e del 10% (Doganis, 2006). L'utilizzo delle compagnie aeree *low-cost* fu sempre più diffuso nonostante comfort, pulizia, equipaggio erano tutti aspetti considerati tra i peggiori. Si passò dai 3 milioni di individui che volavano a basso costo del 1994, ai 17,5 milioni del 2000 fino agli 80 milioni del 2004 e i quasi 200 del 2011 (Figura 5). Tutto questo fu reso possibi-

le grazie all'emulazione di un modello americano che aveva registrato delle importanti fortune in ambito nazionale, quello della Southwest, società low-cost nata nel 1970 (Doganis, 2006). La prima società Ryanair nacque agli inizi del 1985 con l'accezione di *low-fare*, ovvero a bassa tariffa, ma i modi di agire della società fecero registrare nel 1991 delle perdite per 18 milioni di sterline. Così la società irlandese decise di recarsi in America per studiare il modello low-cost della Southwest riproducendolo poi in Europa.

"We went to look at Southwest. It was like the road to Damascus. This was the way to make Ryanair work."

Michael O'Leary in Doganis, 2006, 160.

Cercando di capire il modello della Southwest, società che con le proprie tariffe ha permesso l'avvicinamento del traffico di leisure e di business, e di consequenza quello di Ryanair, che ha riprodotto il piano decisionale e strategico in Europa, possiamo definire gli aspetti salienti e strategici di una società low-cost, capaci di ridurre l'impatto dei costi e l'aumento dei profitti a differenza delle varie compagnie nazionali (Figura 6). Partendo dal punto chiave, ovvero la copertura di viaggi a breve-media distanza, di seguito verranno elencate tutte le

differenze con le compagnie aeree tradizionali e l'incisività, espressa in percentuale, sulla riduzione dei costi associati. Una delle prime modifiche apportate da Ryanair nel passaggio da low-fare a lowcost fu la riduzione della first and second class alla single class; dunque, un'unica tariffa bassa che varia a seconda della domanda, con possibili rialzi a seconda della vicinanza al giorno di partenza. La riduzione unita ad un servizio di ristorazione minimo, ha degli effetti sulla quantità di personale a bordo, di fatti con la riduzione ad un'unica

classe il requisito minimo necessario è di 3 componenti (piloti esclusi), con una conseguente riduzione dei costi del 3% (Doganis, 2006). Ad una tariffa bassa corrisponde l'alta frequenza dei voli giornalieri. Prendendo come esempio EasyJet, una delle compagnie low-cost più utilizzate nell'anno 2004, e comparandola a British air, le ore di volo complessive ammontavano rispettivamente a 10,3 ore e 6.9 ore. Distribuendo il costo per i veicoli su più ore di volo, il conseguente costo annuo permette una riduzione dei costi del 2% rispetto alle

compagnie nazionali. Queste. registrano inoltre, una flotta aerea eterogenea, composta da diversi modelli di veicolo la cui manutenzione potrebbe causare delle problematiche a differenza delle low-cost il cui mezzo di base è il Boeing 737, talvolta presente in differenti varianti come il 737-700 e il 737-300, garantendo un'ulteriore riduzione del 2%. La capacità delle *low-cost*, confermata dalla variazione del numero di viaggiatori tra il 1994 e il 2004, è quella di generare nuovo traffico, assicurandosi l'interesse degli aeroporti secondari con ambizioni

-16%
Maggiore densità di posti a sedere

-2%Maggiore utilizzo deali aeromobili

-3%
Minori costi per il personale di volo e di cabina

Nessun agente o commissione verso il Global

distribution system

-4%
Utilizzo aeroporti secondari

Unica variante di aeromobile

Nessun servizio di catering gratuito a bordo

Riduzione dei costi di vendita/ prenotazione

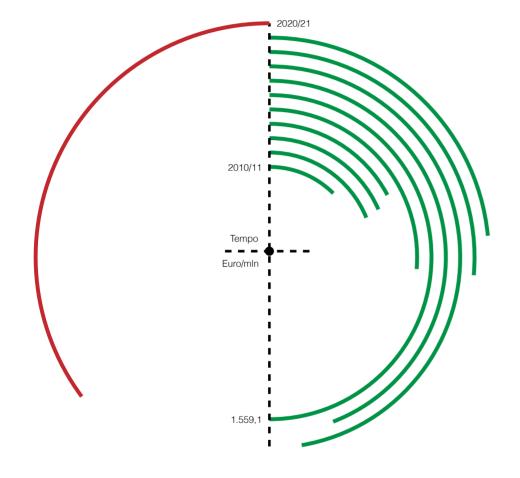
Figura 6. Vantaggio in termini di costi di vettori low-cost sulle rotte a corto raggio. Fonte: Doganis, 2006

di crescita turistica, i quali sono disposti ad abbassare i costi e tasse di atterraggio, talvolta anche a proprie spese, contribuendo alla riduzione totale delle compagnie per il 4%. La peculiarità maggiormente incisiva, circa 16% sui costi, è la maggiore densità di posti a sedere. Il passo di distribuzione dei sedili per i passeggeri è difatti inferiore rispetto alla distribuzione tradizionale. consentendo una maggiorazione sul totale di 10-13 posti a sedere in più. L'innovazione nel settore del trasporto aereo passa anche per il processo di prenotazione. Nel 1997

Ryanair emetteva il 70% delprenotazioni attraverso agenzie di viaggio. Seguendo il modello della Southwest, prima compagnia americana ad iniziare il servizio di prenotazione online, le compagnie low-cost europee hanno rinunciato anch'essi alle prenotazioni tramite agenzia (il servizio era di 3\$ per prenotazione) in favore della sola vendita online. Tale modifica ha portato ad un investimento maggiore sulla pubblicità della compagnia ma una riduzione sui costi totali del -6%. I profitti registrati da Ryanair (Figura 7) sono stati in cresci-

ta progressiva, tranne nell'anno 2016, offuscato dalla crisi. e gli ultimi due anni dovuti alla pandemia Covid-19, con il picco più alto registrato nell'anno 2015/2016 con 1,550 miliardi di euro di profit. La crescita delle compagnie low-cost registrata di anno in anno, unita ad una crescita della domanda dei passeggeri nel traffico aereo (circa 10% annuo tra 2006-2022) ha portato Ryanair, EasyJet e Southwest, ad occupare la top ten delle 10 compagnie aeree mondiali per passeggeri dell'anno 2020, subito dietro diverse compagnie asiatiche, con

una media di circa 53 milioni di passeggeri, con la compagnia irlandese che detiene il primato europeo per numero di passeggeri nel 2021 con i suoi 72 milioni (Figura 8).



Ryanair Group	72,4
Lufthansa Group	46,9
Aeroflot	45,8
Turkish Airlines	44,8
Air France	44,6
IAG	38,8
EasyJet	29,7
Wizz Air	21,7
Pegasus Airlines	20,1
S7 Airlines	17,8
SAS Group	8,9
Norwegian	6,2

Figura 7. Utile netto (in milioni di euro) di Ryanair dal 2010 al 2022 Fonte: Statista, Luglio 2022

Figura 8.

Compagnie aeree leader in Europa nell'anno 2021. Fonte: Statista, Aprile 2022

1.3 | La spinta | dell'Unione Europea



Logo programma Calvoso.

Fonte: Commissione Furopea, 2010



STIONS OF EXCELLEN



Logo programma DiscoverEU. Fonte: European Youth Portal, 2022

Il turismo all'interno dell'Unione costituisce la terza attività socioeconomica più importante. dietro soltanto al settore del commercio e della distribuzione e a quello delle costruzioni (Commissione Europea, 2010). Da diverso tempo, la Commissione Europea è impegnata nel costante sviluppo e potenziamento del settore turistico, volto anche a reggere la concorrenza dei paesi in via di sviluppo che accolgono sempre più visitatori, cercando di coordinare le azioni dei diversi Stati membri e allo stesso tempo, attuando politiche di sostenibilità ma anche

di tutela verso i passeggeri con deficit motori. Una di queste è stata l'iniziativa Calypso (2009-2011), fatta per coinvolgere all'interno dell'attività turistica persone più svantaggiate, famiglie con difficoltà economiche, gli ultrasessantacinquenni e i pensionati, garantendo loro il diritto al viaggiare, anche attraverso tour organizzati. Acquisire un range di individui più ampio, con costi non eccessivi e soprattutto rispettando le esigenze di individui particolari è un tentativo di equilibrare l'oscillazione del movimento turistico, estendendo i flussi, ed

anche la creazione di lavoro. nei periodi di bassa stagione (Commissione Europea, 2010). L'Unione Europea, all'interno del processo di sviluppo intensivo del turismo, presta particolare attenzione anche alla sostenibilità delle proprie destinazioni, e quindi all'utilizzo responsabile delle risorse naturali, l'impatto ambientale dell'attività turistica. la protezione del patrimonio e la sua salvaguardia, la qualità e durata dei posti di lavoro creati, le ripercussioni sull'economia locale e la qualità dell'accoglienza. Le attenzioni sulla sostenibilità, seppur pre-

senti all'interno dei programmi turistici nazionali, talvolta non hanno dei riscontri a livello attuativo. Nonostante ciò. l'attenzione dell'Unione si evince nel programma EDEN, European Destinations of Excellence, lanciato nell'anno 2021, che nell'ottica della sostenibilità premia le città europee con le migliori pratiche. Il rispetto dell'ambiente, il consumo di risorse, la riduzione della stagionalità, la condivisione delle entrate del turismo, sono alcuni degli aspetti salienti presi in esame per la valutazione delle piccole destinazioni, le quali ottengono in cambio il ti-





Fonte: European Young Por

tolo di Destinazione Europea per eccellenza, garantendo maggiore visibilità all'interno dell'Unione e soprattutto il contributo di alcuni esperti nella promozione della destinazione, anche attraverso i propri siti online (Commissione Europea, 2022). L'iniziativa basata sul connubio degli obiettivi delle due precedenti, è la DiscoverEu. Difatti il tentativo di abbracciare sempre più persone, stimolando il proprio interesse verso il viaggio e l'attenzione alla sostenibilità, cercando di favorire gli spostamenti in treno, costituiscono la base dell'iniziativa

europea. DiscoverEU offre ai giovani, che corrispondono al 20% della popolazione, l'opportunità di viaggiare in treno in tutta Europa (da 1 a 30 giorni), grazie ai finanziamenti ricevuti dal Parlamento Europeo, cercando di stimolare l'indipendenza, la scoperta dei valori europei e altre soft skills all'interno della popolazione emergente. Alle iniziative si accompagnano tutti i diversi Fondi europei che permettono di cofinanziare investimenti per il settore turistico. È il caso del Fondo europeo di sviluppo regionale attraverso cui gli Stati membri

possono finanziare progetti turistici, piuttosto che del Fondo europeo per lo sviluppo rurale, o ancora il Fondo sociale europeo, che sostiene la creazione di posti di lavoro e della formazione delle personalità. L'azione dell'Unione è volta al "rafforzamento" dell'attrattività delle destinazioni europee e la loro maggiore visibilità con implicazioni dal punto di vista economico, ma mira anche ad incentivare l'arrivo di turisti stranieri e ad aumentare l'interesse dei cittadini europei per i viaggi nel loro continente" (Commissione Europea, 2010; 12).

1.4 Le articolazioni del fenomeno

Lo sfruttamento di tutte le risorse a disposizione all'interno del territorio ha portato alla nascita di differenti tipi di domande sempre più specializzate, in accordo con le mode contemporanee. Ciò ha consentito ai paesi partecipanti al sistema turistico di creare una differenziazione dei prodotti del mercato. Difatti, se qualche anno fa, lo spostamento degli individui avveniva per ragioni culturali, marittime-balneari, alla ricerca del binomio sole-spiaggia, o naturalistiche, climatiche, montane, religiose, di svago, oggi, si sono aggiunte an-

che altre tipologie di turismo, come il turismo scientifico. congressuale, d'affari, enogastronomico. Le classificazioni delle diverse tipologie di turismo vengono stilate a seconda di aspetti differenti. Una delle prime suddivisioni è realizzata in base al mezzo di circolazione, che genera tre tipi di turismo: terrestre, tra cui troviamo il ferroviario, automobilistico, motociclistico, cicloturismo, marittimo, con il turismo nautico, navale e crocieristico ed infine il turismo aereo. Un'ulteriore classificazione è quella realizzata a seconda delle motivazioni che

stanno all'origine dello spostamento dei turisti. In accordo con quanto scritto da Murphy nel suo libro "*Tourism. A* community approach." (1985), ma anche da Geoffrey & Alister nel libro "*Tourism – Chan*ge, impacts and opportunities", si possono distinguere:

-Turismo ricreativo o di leisure Il turismo ricreativo, risponde all'esigenza di trascorrere il proprio tempo libero all'interno di mete con un ambiente naturale piacevole, intrapreso per evadere dallo stress fisico e mentale della vita quotidiana urbana, con par-

Salvatore Ferlisi

ticolare attenzione all'attività sportiva, ai bagni al mare, al clima. L'individuo intraprende una vacanza in cui l'obiettivo ultimo è la rigenerazione, per poi reinserirsi con più energia nella realtà d'origine. Rientrano in questa categoria il turismo balneare, il turismo montano, con le esperienze sciistiche, passeggiate sulla neve, il turismo naturalistico, con i geyser, cascate, i complessi termali, oppure il turismo culturale. Il turismo culturale, focalizzato non solo sulla visita di musei, monumenti, testimonianze artistiche ma riguardante anche diverse di-



Figura 9. Turismo in entrata per scopo della visita. Fonte: Organizzazione mondiale del turismo, 2019

scipline, tra cui la letteratura, l'arte, la musica, il cinema, il teatro, la religione, il folklore, cerca di venire a contatto con i costumi della popolazione locale. È il caso del turismo archeologico, ma anche quello generato dai luoghi della memoria, di quello religioso, con un esempio rappresentato dal Giubileo che accoglie a Roma migliaia di fedeli, o del turismo enogastronomico, con l'assaporare i prodotti tipici e genuini del territorio visitato. Il turismo ricreativo prevede un rapporto con la popolazione locale variabile, con profonde modifiche dal punto di vista

economico sul territorio che possono portare a ricchezza ma anche ad ingenti problematiche. La domanda del turismo di piacere è elastica. gli individui infatti risultano essere sensibili alle variazioni dei prezzi di viaggio, altamente influenzati dal binomio qualità-prezzo. Il turista, con il suo reddito discrezionale a disposizione, avrà un potere d'acquisto maggiore per la sua vacanza se la bilancia dei prezzi è bassa. Ciò giustifica la scelta di individui provenienti da paesi ricchi, come la Germania, Francia o Gran Bretagna, verso paesi "poveri" come la Grecia, il Portogallo e la Turchia. Ai primi due va ad aggiungersi una terza categoria, dove sono racchiuse motivazioni differenti rispetto alle precedenti. Si tratta del turismo per motivi di salute, lo spostamento temporaneo di persone utile alle cure di una malattia, turismo scientifico, attuato da coloro che si spostano per motivi di ricerca e di studio, il turismo diplomatico, e anche il turismo d'affari. La domanda dei viaggi d'affari è anelastica in quanto le motivazioni di fondo non tengono in considerazione delle tariffe a disposizione, dell'innalza-

mento o abbassamento dei prezzi. Secondo i dati riportati dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (Figura 9), nell'anno 2019, il numero di arrivi a livello mondiale aveva come motivazione principale la ricreazione, costituendo il 55% del totale, a cui segue il turismo per motivi di salute, religione, visite ai parenti con il 28% e poi il turismo d'affari o professionale costituisce la quota dell'11%, il restante 6% invece viene inserito all'interno della categoria di motivazioni non specificate.

1.5 | Gli impatti del settore



Piazza San Marco, Venezia. Fonte: Pixaba

Il turismo, come forma di attività umana, presenta impatti significativi all'interno degli ambiti con cui interagisce, soprattutto a livello economico. sociale, culturale, ma risulta particolarmente interessata anche la questione ambientale. Quando si considerano degli impatti, bisogna sempre definire la posizione dell'osservatore, in quanto ogni aspetto può avere una duplice visione, positiva o negativa. Un pratico esempio potrebbe essere l'apertura di un hotel all'interno di una zona poco turistica. A seconda della visione di cui si è in possesso

tale azione potrebbe esser vista in maniera positiva, in quanto generatrice di nuovi posti di lavoro e aumento dei posti letto all'interno della destinazione, oppure con accezione negativa, considerando la stagionalità del lavoro, con un personale semi-qualificato (Mason, 2003). Tuttavia, gli aspetti che verranno individuati lasceranno il lettore libero di adottare le posizioni che ritiene di maggiore rilevanza. Gli impatti del turismo, secondo le fonti analizzate e gli studi condotti a riguardo (Geoffrey & Alister, 2006) (Mason, 2003) (Murphy, 1985) (Sharpley, 2006) (Turner & Ash, 1976), vengono generalmente classificati a seconda dell'ambito con cui interagiscono e possono essere suddivisi in: economici, facilmente misurabili in termini numerici, socioculturali ed anche ambientali, i cui effetti non trovano sostanziali riscontri numerici.

1.5.1 | Gli impatti economici

La maggior parte degli Stati mondiali, visto l'evolversi di diversi tipi di attività turistica congruenti alle diverse risorse del territorio, hanno fatto dell'industria turistica uno dei motori trainanti per la propria economia e per il conseguente sviluppo economico. Il reddito generato dal turismo nei confronti degli Stati nazionali riquarda principalmente la tassazione diretta sulla manodopera turistica, le imprese turistiche e di trasporti, tasse di utenza, oneri di servizio, dazi doganali, i beni consumati dai turisti e i pagamenti/rimborsi di prestiti derivanti da imprese

turistiche. Ogni governo introduce delle imposte specifiche strettamente dipendenti dal consumo turistico. L'impatto economico del turismo, a livello di importanza, è l'aspetto che suscita più interesse per chi investe nel settore. Tra gli impatti economici apportati vengono considerati i contributi: all'economia locale, in termini di redditi più elevati all'interno della popolazione, di entrate fiscali, quadagni in valuta estera, nonché la nascita di imprese, ristoranti, alberghi, negozi. Archer in Geoffrey & Alister, 2006, portando avanti uno studio

sulle spese turistiche ha concluso che il 62% della spesa turistica è riservata nel luogo d'alloggio, 8% nei ristoranti, il 18% nei trasporti e soltanto il 2% sono impiegate per altri acquisti come i souvenirs, poi allo sviluppo regionale, stimolando l'attività imprenditoriale e cercando di ridurre le disparità economiche regionali, ed infine alle entrate pubbliche e alla generazione di lavoro. Un esempio, enunciato da Bon e Landman (Geoffrey & Alister, 2006), proveniente dal Messico ha messo in evidenza come con un investimento di 80.000\$ nel settore turistico, il

quale richiede un minor livello di preparazione, siano stati creati 41 lavori, circa 25 posti di lavoro in più rispetto a quelli che sarebbero stati creati con lo stesso investimento nell'industria del petrolio e dei metalli. All'interno di quella che potrebbe essere definita "Età del Turismo", il vecchio continente costituisce il mezzo da traino più robusto, nonostante il tasso di crescita turistica risulti inferiore agli altri continenti. Grazie alla diversità di attrazioni offerte, nel 2019 il numero di arrivi all'interno del continente europea è stato di 745 milioni, pari al 50% degli



Fonte: Helena Lopes, Belo Orizonte, Brasile

1,5 miliardi registrati a livello mondiale. Nel 2018 il turismo ha contribuito al PIL totale dell'Unione Europea per il 4% offrendo lavoro al 5% della popolazione con circa 12 milioni di posti di lavoro (Pernice & Debyser, s.d.). Taxi driver, guide, camerieri sono soltanto alcune delle occupazioni su cui il settore turistico ha delle dirette influenze. Se si considerano invece anche gli stretti legami con altri settori economici, fornitori agricoli locali, costruttori, venditori di souvenirs, l'intrattenimento, trasporti e settore culturale, l'apporto del turismo pas-

sa all'11% del PIL totale e al 12% per quel che riguarda l'occupazione totale, con 27,3 milioni di lavoratori (Pernice & Debyser, s.d.). I valori del PIL variano a seconda degli stati membri, secondo i dati della World Tourism Organization del 2019 il contributo del turismo al PIL, in rapporto al PIL totale, varia dal 12,4% della Spagna, detentrice del primato con alta percentuale di turismo internazionale e dipendenza dal settore turistico (terzo maggior contributore), all'8,1% del Portogallo, al 7,7% della Grecia, fino al 2% di altri Stati come la Svizzera,

Danimarca e Svezia. D'altra parte, l'impatto del turismo dal punto di vista economico, implica, come accennato in precedenza, anche degli aspetti negativi. Tra guesti bisogna evidenziare l'inflazione sui prezzi delle case, e in generale, della destinazione turistica, la touristification, la stagionalità, che porta ad un personale lavorativo temporaneo, spesso non qualificato e all'obbligo, durante l'alta stagione, di registrare delle entrate che compensino gli investimenti effettuati e coprano il calo dei mesi di bassa stagione (Geoffrey & Alister, 2006), piuttosto

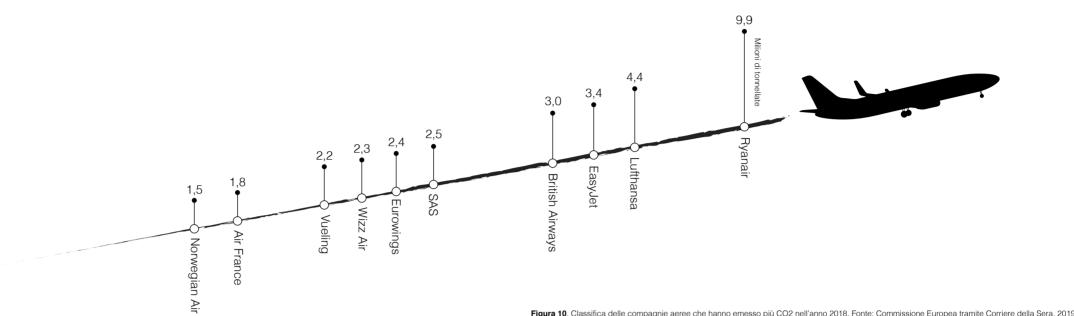
che un'eccessiva concentrazione degli investimenti all'interno del settore a discapito degli altri, capace di generare una dipendenza verso un unico settore; un esempio potrebbe essere ciò che accade nei paesi in via di sviluppo, dove il ruolo primario d'esportazione di materie prime (economia rurale), non soddisfacendo le esigenze finanziarie. ha lasciato il posto allo sviluppo turistico, e ancora il rischio, soprattutto nei Paesi poveri, che i capitali investiti, generalmente di provenienza estera, producano dei redditi dal quale l'area di produzione non

trae alcun beneficio (Geoffrey & Alister, 2006).La non-richiesta di particolari qualifiche, l'inesistenza di sindacati, la casualità dei lavori spesso part-time e, in alcuni luoghi, la mancanza di lavori alternativi, ne giustificano i bassi salari, dal 5 al 35% inferiori rispetto ad altri settori (Geoffrey & Alister, 2006). Il turismo, poi, è estremamente vulnerabile alle influenze esterne. I disordini politici in particolare, le pandemie, gli attacchi terroristici, i cambiamenti nei tassi di cambio internazionali, la scarsità di energia e gli eventi climatici insoliti possono indurre il traffico turistico a deviare verso nuove destinazioni con condizioni più favorevoli, rischiando di far collassare economie altamente incentrate su tale sistema.

1.5.2 | Gli impatti ambientali

I benefici derivanti dall'avanzamento dal punto di vista dei trasporti, ai servizi e alle strutture locali, coinvolgono sia residenti che turisti, ma l'antropizzazione dei paesaggi per dare spazio a resort o strutture alberghiere, infrastrutture, costituiscono una delle criticità per il binomio ambiente-turismo. L'ambiente, ma soprattutto il turismo, hanno un rapporto di stretta dipendenza. Il clima, le spiagge, gli incredibili paesaggi, i paradisi montani, le riserve naturali, piuttosto che i monumenti e i siti archeologici svolgono un ruolo vitale per il set-

tore turistico, nonché per lo sviluppo regionale. Per l'ambiente, invece, il turismo può esser definito come guardia di sicurezza nei confronti delle parti che lo compongono, capace di garantire il restauro e la manutenzione dei siti storici, piuttosto che la salvaguardia delle risorse naturali e del patrimonio, evitandone una manipolazione non pianificata e mal gestita. Le misure attuate variano di regione in regione, strettamente correlate alla resistenza dell'attrazione protetta, ma anche dall'intensità di flussi turistici. In alcune delle attrazioni turistiche mondiali, come la muraglia cinese, piuttosto che il Partenone ad Atene, e ancora Stonehenge in Inghilterra, le misure di protezione sono state adottate soltanto dopo chiari segni di deterioramento causato da un uso eccessivo ed intensivo (Geoffrey & Alister, 2006). D'altra parte, turismo significa anche molte più persone in circolazione, con il rischio congestione, e diverse forme di inquinamento. La crescita del settore all'interno di una destinazione, difatti, deve fronteggiare particolari innalzamenti dei livelli di inquinamento atmosferico, piuttosto che idrico, smaltimento dei rifiuti, o acustico. Nonostante negli anni, la relazione tra turismo e ambiente ha ricevuto particolari attenzioni con delle iniziative mirate alla riduzione dei tassi di inquinamento, come il miglioramento delle politiche di gestione dei rifiuti, del riciclaggio e del loro riutilizzo, piuttosto che azioni mirate al minor consumo di acqua ed energia, è affermabile che il rapporto di dipendenza risulti anche conflittuale. Sebbene si tratti di tassi di inquinamento inferiori rispetto ad altri tipi di industrie, lo smaltimento dei rifiu-



rigura 10. Classifica delle compagnie aeree che nafino emesso più CO2 neli affino 2016. Ponte. Commissione Europea traffile Comere della Sera, 2019

ti, lo scarico, talvolta illegale, delle navi da crociera, nonché le dispersioni di carburante, l'ulteriore inquinamento delle falde attraverso gli interventi infrastrutturali, responsabili di cospicui cambiamenti dell'ambiente, la distruzione delle coste e l'alterazione del loro habitat causata dall'intensivo utilizzo, e ancora la deforestazione delle zone montane per dare spazio a percorsi utilizzabili per lo sci, mountain-bike, o per le escursioni, sono soltanto alcuni dei problemi in cui il turismo partecipa in maniera attiva. Alla creazione di resort ed hotel vengono anche asso-

ciati problemi di altro genere. come quello architettonico, in quanto si presentano talvolta fuori scala e con degli stili totalmente differenti rispetto al contesto in cui sorgono, ma anche geografico, derivante dalle loro posizioni strategiche in prossimità di spiagge che causano l'erosione delle coste, piuttosto che riguardanti la popolazione, con la loro rilocalizzazione in altre parti per consegnare spazio a tali attività. A questi, si aggiunge anche l'inquinamento prodotto dai mezzi di trasporto di cui si serve il turismo, nonostante, nel campo dell'aviazione,

siano stati fatti dei miglioramenti sul consumo di carburante e siano stati sostituiti gli antichi mezzi con veicoli più efficienti. Il cambiamento climatico è una delle tematiche che ha ricevuto più attenzioni a livello mondiale e il turismo è uno dei settori chiamato a ridurre le emissioni responsabili dell'effetto serra. Le maggiori agenzie low-cost, come Ryanair, WizzAir, EasyJet non risultano essere tra i principali produttori di diossido di carbonio per passeggero, ma si trovano nelle posizioni alte del ranking considerando il totale di emissioni prodotte, rispetti-

vamente 10 tonnellate per la compagnia irlandese, 2,3 per WizzAir e 3,4 per EasyJet (Figura 10). A questo si aggiunge l'inquinamento pericoloso derivante dalle macchine dell'emissione responsabili nell'aria di polveri sottili dagli scarichi, le quali costituiscono il mezzo prediletto dal 37% degli individui che scelgono di andare in vacanza (World Tourism Organization, 2019); da qui la decisione di potenziare i traffici ferroviari, ritenuta una soluzione più ecologica.

1.5.3 | Gli impatti sociali



Un uomo passa davanti ad un graffito 'Tourist Go Home' su un muro vicino al municipio di Oviedo, nel nord della Spagna. Fonte: Alberto Morante

Dopo aver analizzato gli impatti che vengono principalmente menzionati all'interno degli studi sul turismo si passa agli effetti relazionati all'ambito sociale: dunque, le conseguenze che il turismo ha sulle persone e sui loro stili di vita. principalmente all'interno della popolazione locale e del rapporto che si instaura tra la parte ospitante e gli ospiti, ovvero i turisti. Secondo Peters (Geoffrey & Alister, 2006) il turismo, dal lato ottimistico, è strettamente coinvolto all'interno degli interessi delle persone in generale, verso gli affari mondiali, verso le popo-

lazioni straniere e i loro gusti, e ancora, la conoscenza di culture diverse può permettere il superamento di eventuali barriere religiose, razziali o linguistiche nei confronti di paesi stranieri. La continua consumazione di risorse da parte del settore, inoltre, da speranza alla cultura locale attraverso la mercificazione dei prodotti d'artigianato, garantendone la sopravvivenza, o di altre attività locali; dunque, vi è una maggiore attenzione verso la propria cultura e il proprio territorio da parte dei cittadini, a patto che la commercializzazione

dei prodotti non crei una falsa cultura popolare, meramente incentrata sulla vendita del prodotto. Analizzando sempre il risvolto della medaglia. è anche vero che i contatti diretti tra popolazione locale e turisti non sono essenziali all'interno dell'era del turismo di massa. Per capire la relazione che si instaura tra popolazione e turisti, prendiamo in esame il lavoro elaborato da Doxey (Figura 11) durante la sua esperienza nelle Barbados (Murphy, 1985) basato sui livelli di irritazione che possono essere scaturiti dalla presenza di turisti. Il primo dei

cinque livelli è quello dell'euforia, in cui gli abitanti del luogo sono entusiasti per lo sviluppo turistico e per la conoscenza di diverse culture. il secondo quello dell'apatia. che si instaura nel momento in cui, all'interno dello sviluppo turistico, gli ospiti iniziano ad esser visti come delle fonti di profitto e i rapporti che nascono risultano più formali. La caratteristica di tali legami è il fatto di essere transitori, in quanto il tempo di permanenza all'interno della destinazione è di qualche giorno, al massimo qualche settimana. e tendenzialmente il turista "Carrying capacity is the maximum number of people who can use a site without an unacceptable alteration in the physical environment and... without an unacceptable decline in quality of the experience gained by visitors.

Geoffrey & Alister, 2006, 33.

mira a concentrare tutto all'interno del breve periodo. Se da un lato è considerabile la voglia e l'interesse del turista di conoscere una nuova cultura, dall'altro l'abitante locale potrebbe vedere l'interazione come una delle tante relazioni superficiali che si verificano durante i periodi di vacanza. Differente è il ragionamento riquardante la tipologia di turista che, proprietario di una casa, durante i periodi di vacanza torna sempre all'interno della stessa destinazione, ciò può essere associato ad una relazione più stretta e cosciente della cultura e del luo-

go in cui si risiede. Segue poi il livello dell'irritazione, dettata dal quasi raggiungimento della saturazione massima della destinazione, per cui è necessario aprire una parentesi. La popolarità di una destinazione, porta questa a sopperire le richieste degli abitanti unite a quelle della numerosa quantità di visitatori. Tale connubio potrebbe recare dei problemi. Uno degli aspetti da attenzionare quando si parla del turismo, è infatti la capacità di carico. Quando si supera il tasso di saturazione cittadino, dunque la capacità di carico, si assiste ad un fenomeno

di origine recente che prende il nome di *overtourism* e che interessa qualsiasi tipo di turismo. La ricerca del significato trova la sua risposta nelle due definizioni date dal UNWTO e dalla Commissione Europea in quanto considerate esaustive per il rapporto causa-effetto. Se difatti, la UNWTO mette in chiaro l'impatto negativo che "...il turismo ha sulla qualità di vita percepita dei residenti e/o sull'esperienza del visitatore", la Commissione europea puntualizza nella propria definizione la causa: "la situazione nella quale l'impatto del turismo, in un certo

momento e in una certa località, eccede la soglia della capacità fisica, ecologica, sociale, economica, psicologica e/o politica" (Morelli, 2021). La definizione seppur recente, risulta assimilabile a quanto affermato da Butler nel 1980. Egli paragonando il percorso turistico al ciclo del prodotto. affermava che una diminuzione dei flussi turistici per un luogo sarebbe avvenuta una volta raggiunte le capacità di carico ambientali, infrastrutturali e sociali. Tornando ai livelli di irritazione dello schema di Doxey, segue il livello dell'antagonismo, dove la gente del

luogo inizia a manifestare problematiche nate dal turismo, come l'innalzamento dei prezzi, oppure il non rispetto dei luoghi. Il livello finale è descritto come un ambiente che è cambiato, con la popolazione locale che deve imparare a convivere con tali alterazioni e con un atteggiamento non positivo verso i turisti annuali. Riguardo gli effetti diretti sulla popolazione, come citato in precedenza, il turismo causa una qualità della vita inferiore rispetto al passato, dovuta alla possibile congestione del traffico, pedonale e veicolare, piuttosto che la mancanza di

parcheggi all'interno dei centri-città, all'innalzamento dei prezzi dei beni, dovuto all'accoglienza di turisti benestanti che hanno un maggior reddito discrezionale a disposizione e dunque in grado di pagare affitti e tasse più elevati, piuttosto che i diversi rischi di prostituzione o incremento dei crimini, e ancora i processi di turisticizzazione. All'interno dello stato d'animo della popolazione locale potrebbe accrescere quella che viene definita xenofobia. Si tratta di un vero e proprio sentimento di disprezzo nei confronti dei turisti e dei loro compor-

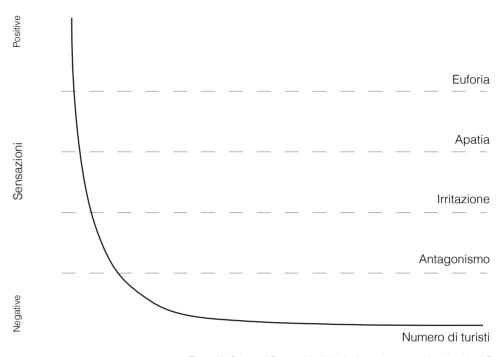


Figura 11. Schema di Doxey sui livelli di irritazione nel rapporto visitatori-residenti. Fonte: Murphy, 1985

tamenti. Oltre a delle diffidenze nei confronti di popolazioni straniere, delle loro culture e comportamenti, l'accusa di influenzare i comportamenti dei residenti, la xenofobia può anche essere associata ad altri motivi, tra questi la rapida espansione del settore. Il graduale inserimento del turismo all'interno l'economia di un paese ha degli effetti minori se paragonati all'inserimento dello stesso nel breve periodo, un esempio è la rapida diffusione dei resort in Grecia che hanno scaturito degli effetti a livello sociale che non erano stati previsti (Geoffrey

& Alister, 2006).

1.6 | Tra consolidamento le stagnazione

Lo sfruttamento sempre più intensivo delle città, favorito dall'avvento del turismo di massa, diviene fonte di quadagno dal quale ghermire la rendita turistica. Secondo l'Organizzazione Mondiale del turismo entro il 2030 la quota degli arrivi internazionali raggiungerà la soglia dei 2 miliardi, causando il collasso di numerosissime città turistiche che soffrono la prepotente diffusione del turismo di massa. Per una comprensione dello stato in cui versano alcune destinazioni turistiche, si prende in analisi lo schema realizzato da Butler (Figura 12) che, partendo dal ciclo di un prodotto. elaborò il Tourism Life-Cycle (Butler, 1980), anticipando di qualche anno i rischi autogenerati dal settore stesso. Considerando il numero di turisti e il tempo come i vettori principali, esistono tre stadi prima del consolidamento del settore all'interno dell'economia di un luogo. Il primo è quello dell'esplorazione, strettamente assimilabile allo stadio dell'euforia nello schema di Doxey (Figura 11) cioè alle prime visite da parte dei turisti verso una "nuova" meta, scarna di collegamenti e strutture ricettive capaci di ospi-

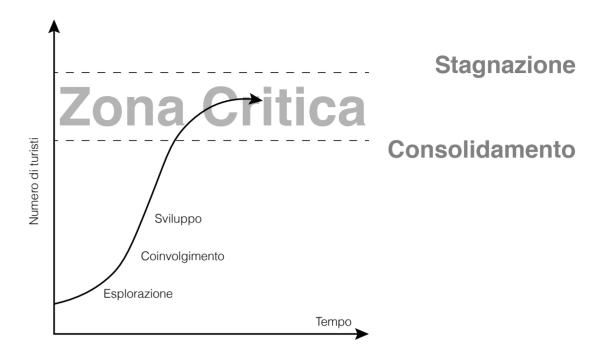


Figura 12. Tourism Life-Cycle, mia traduzione. Fonte: Butler, 1980

tarli e per questo limitati alla sola permanenza giornaliera. Le sempre più pressanti attenzioni da parte dei turisti internazionali spingono la società. l'economia e tutte le risorse locali alla fase del coinvolgimento, considerando la parte dei benefici economici citati in precedenza. A questo segue un vero e proprio sviluppo che implica un'accelerazione in tutte le pratiche che influiscono sulla rendita turistica, tra cui la creazione di nuove infrastrutture, collegamenti strategici con aeroporti o porti che ne facilitino l'accesso, strutture ricettive capaci di ospitare

sempre più turisti durante il periodo di alta stagione, ristoranti, bar, negozi di souvenir. A questo punto, la destinazione turistica è ben conscia del turismo, delle sue opportunità e del contributo alla propria economia. Questa è la parte del consolidamento, ma anche l'inizio dello stadio critico per la capacità di carico, dovuto alla quantità sempre più consistente di turisti e di tutte le problematiche che ne derivano. Segue, dunque, la fase della stagnazione, in cui la presenza di turisti all'interno di una destinazione è al livello massimo di saturazione. Tutto

"Destination areas carry with them the potential seeds of their own destruction"

Richard Butler

ciò porta ad una serie di disagi che svantaggiano quasi tutti gli attori coinvolti, contrariamente a quanto viene invece ritratto dai media nazionali. In un contesto turistico generale. considerati i tre attori principali, cioè città, amministrazione pubblica e turisti, l'eccessivo turismo potrebbe causare delle perdite: la città vedrebbe le proprie strade affollarsi di numerosissimi turisti, causando il malessere generale della popolazione; di conseguenza, il turista cercherà di evitare le località sovraffollate la cui visita sarebbe compromessa, preferendo gli spostamenti verso

le mete emergenti, meno cariche di ospiti; infine, la riduzione degli arrivi causa ingenti danni agli interessi dell'amministrazione pubblica e privata. La fase subito successiva alla stagnazione dipende dalle azioni intraprese. Potrebbe, infatti, susseguirsi il declino della destinazione, in quanto non più capace di reggere la competizione internazionale, oppure potrebbe verificarsi una rinnovazione, capace di modellare nuovamente l'offerta turistica e dare una nuova vita alla destinazione. L'affermazione di Butler (1980, 3), con il proprio tasso

di futuribilità al tempo, trova oggi delle importanti conferme. Negli ultimi anni, sono stati realizzati diversi studi. cercando di ricondurre il fedell'eccessivo tunomeno rismo a delle motivazioni specifiche. Secondo Jordan & Pastras (2018) e Goodwin (2017), i motivi che favoriscono la congestione turistica nelle città sono i sequenti: 1. la maggiore accessibilità e convenienza nel viaggio, considerato in precedenza come un punto di forza per l'espansione del settore, in realtà. l'abbassamento dei costi di viaggio unito alla na-

scita delle aerolinee low-cost come Ryanair, EasyJet, WizzAir ha sancito l'apertura del mercato verso tutti, coinvolgendo, in modo incontrollato, sempre più individui. 2. I social media stimolano la consapevolezza e l'ispirazione dei consumatori a viaggiare. 3. Le piattaforme di *sharing*, in cui le residenze private nelle città sono utilizzate per la ricettività turistica a basso prezzo. Un esempio è costituito dalle regioni Nuts dell'Unione Europea, la cui intensità turistica è rappresentata nella mappa in figura (13), ottenuta seguendo il rapporto tra pernottamen-

ti per abitante della destinazione/regione (Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati., 2018). Ciò evidenzia (in rosso) come, in moltissime delle regioni turistiche più frequentate, vi sia la presenza di una maggior quantità di pernottamenti rispetto al numero di abitanti, costituendo dunque, un serio problema per la destinazione a livello di congestione o identità culturale. L'eccessivo turismo porta ad una esasperazione di aldelle problematiche cune generiche, come la perdita dell'autenticità di un luogo, che comprometterebbe la re-

lativa attrazione futura della destinazione, il maggior impatto ambientale con danni ingenti ai paesaggi, alla qualità dell'acqua e dell'aria derivanti da un incremento della domanda energetica, e ancora l'effetto beach disease. ovvero il rischio di una riduzione drastica di investimenti su settori come agricoltura o nelle piccole industrie, nonché un rapporto di dipendenza tra PIL e attività turistica. come accade nella quasi totalità del bacino mediterraneo (Figura 14), soprattutto per: le isole della Grecia. la Croazia. la Francia con la Costa Azzurra e l'Occitania, la Spagna con Andalusia e Comunità Valenciana, ed infine il Portogallo, con Lisbona e Algarve. Tra questi, in accordo con quanto appreso dagli studi di Goodwin (2017); Jordan & Pastras (2018); Peeters et al. (2018), possiamo citare la pressione sulle infrastrutture. causata da un uso eccessivo. le disuquaglianze economiche e l'esclusione sociale della popolazione residente, in quanto non tutti sono coinvolti all'interno dell'attività turistica, ma anche le pressioni sull'ambiente locale da parte di alcuni degli attori coinvolti

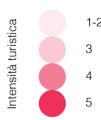
nel sistema turistico, alimentate dalle possibilità offerte dall'avvento delle piattaforme di *sharing*, come Airbnb.



1.6.1 Intensità turistica

Numero di notti / Totale cittadini in quinto percentile

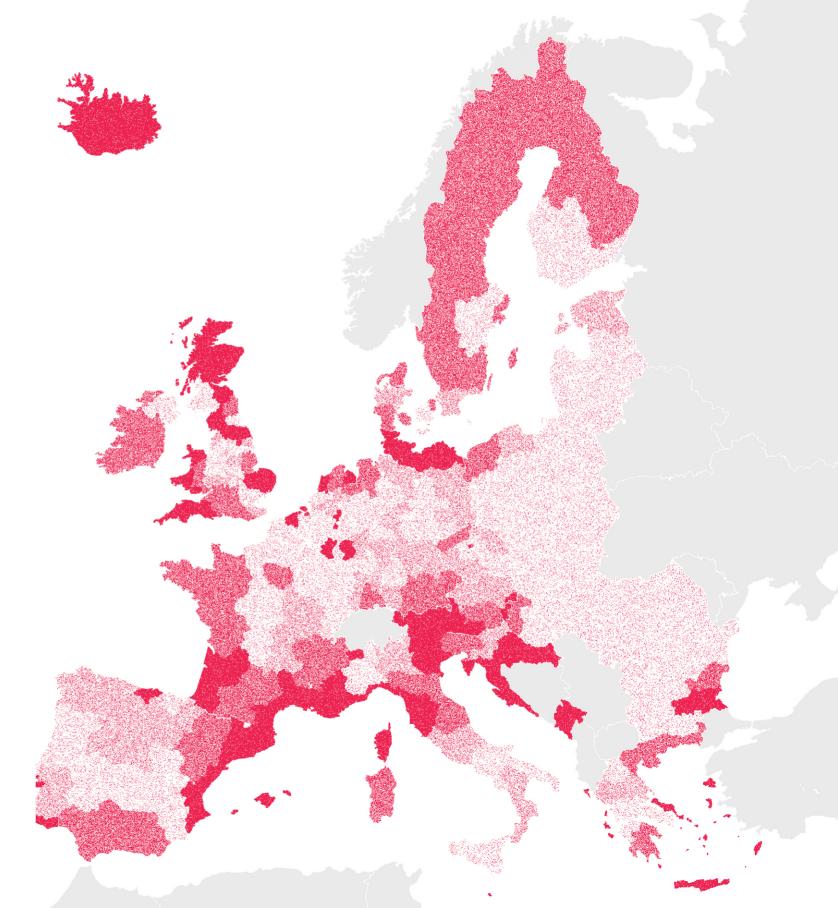
La seguente mappa mostra il rapporto, all'interno delle regioni NUTS* Il dell'Unione Europea, tra numero di notti trascorse dai turisti e il numero dei residenti delle singole regioni. Per facilitare la comprensione, rispetto al documento originale, le prime due classi (1-2) sono trattate come un unico gruppo.



* NUTS è un acronimo che sta per "Nomenclature of territorial units for statistical purposes" Questa nomenclatura è stata elaborata da Eurostat al l'inizio degli anni '70, allo scopo di armonizzare le statistiche dei vari paesi in termini di raccolta, compilazione e diffusione delle statistiche regionali. La nomenclatura è suddivisa in tre livelli (NUTS I, NUTS II, NUTS III), definiti in base a criteri demografici, amministrativi e geografici (Pordata, 2023).

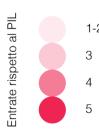
Figura 13, Eurostat, 2018

Fonte: Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati, 2018.



1.6.2 | Entrate turistiche rispetto al PIL

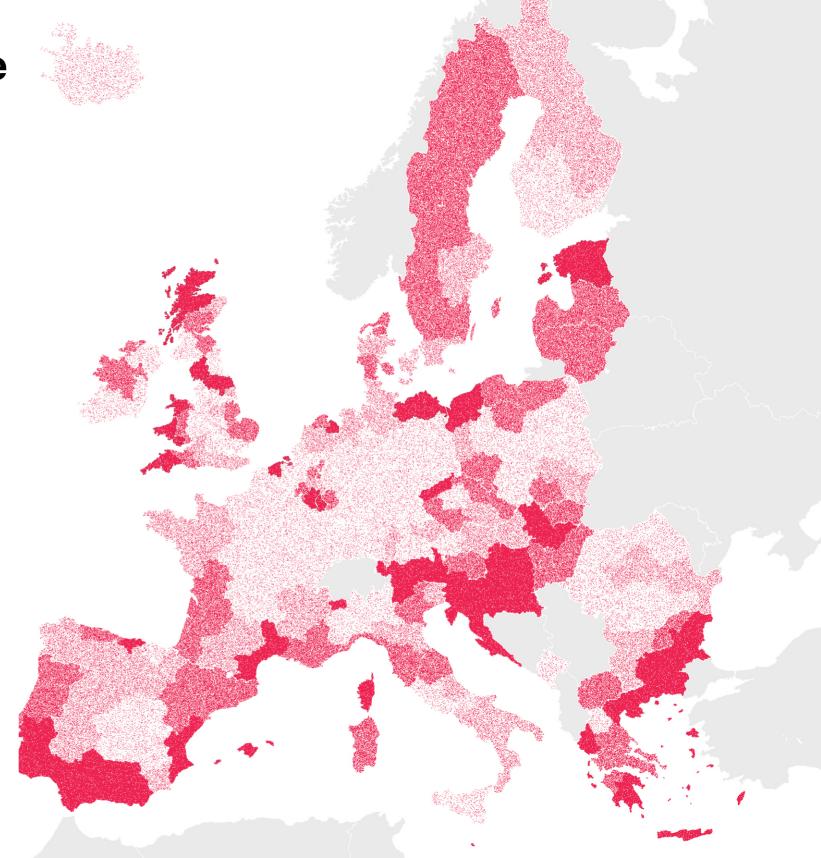
La seguente mappa mostra la dipendenza tra le entrate turistiche all'interno delle regioni NUTS* II dell'Unione Europea in relazione ai rispettivi PIL nazionali. Per facilitare la comprensione, rispetto al documento originale, le prime due classi (1-2) sono trattate come un unico gruppo.



* NUTS è un acronimo che sta per "Nomenclature of territorial units for statistical purposes" Questa nomenclatura è stata elaborata da Eurostat al l'inizio degli anni '70, allo scopo di armonizzare le statistiche dei vari paesi in termini di raccolta, compilazione e diffusione delle statistiche regionali. La nomenclatura è suddivisa in tre livelli (NUTS I, NUTS II, NUTS III), definiti in base a criteri demografici, amministrativi e geografici (Pordata, 2023).

Figura 14, Eurostat, 2018

Fonte: Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati, 2018.



02



Il Ruolo di Airbnb & il Collective Displacement



2.1 | La sharing leconomy



Fonte: www.pexels.com/@fauxels

Prima di passare all'analisi di Airbnb, una delle piattaforme che compone il mosaico del nuovo tipo di economia, nonché fautrice di problematiche all'interno delle odierne destinazioni turistiche, per una migliore comprensione, risulta utile analizzare il funzionamento del sistema generale della sharing economy di cui fa parte. La sharing economy viene nominata per la prima volta nell'anno 2008 (Puschmann & Alt, 2016), durante il periodo della crisi finanziaria (Yi, Yuan, & Yoo, 2019) (Schor & Attwood-Charles, 2017), durante il

quale l'aumento della disoccupazione spinse gli individui a far ricorso a modalità proficue ed efficienti per ottenere risorse economiche. A questo si unì, l'aumento dei finanziamenti destinati allo sviluppo delle collaborative platforms, i cosiddetti venture capitalists, che ne hanno promosso l'espansione (Schor, 2014). Le innovazioni apportate in ambito tecnologico, poi, ne hanno permesso l'affermarsi, rendendo semplice l'accesso al mercato da parte dei fornitori (Zervas, Proserpio, & Byers, 2017). Tra queste, l'evoluzione dei dispositivi tecnologici (Yi, Yuan, & Yoo, 2019), dei sistemi di geolocalizzazione, dei sistemi adibiti ai diversi pagamenti online, piuttosto che i social network che garantiscono una pubblicità su vasta gamma, e ancora, l'introduzione di sistemi *app-driven* che forniscono un utilizzo semplice, istantaneo ed efficiente.

Ma cosa intende per sharing economy? Al fine di una migliore comprensione, in accordo con quanto scritto da Botsman e Rogers (2010) in "What's mine is yours: The rise of collaborative consumption", con sharing economy, si descrive "an economic model based on sharing underutilized assets, from spaces to skills to stuff, for monetary or non-monetary benefits" (Botsman & Rogers, 2010, 11). Il principio base del nuovo tipo di economia è idle capacity, ovvero la possibilità di rendere efficiente, di monetizzare, ciò

Consumatori

Raccolta informazioni Pagamenti Utilizzo Valutazioni

Intermediari

Inserzioni Annunci Fatturazione Esecuzione Pagamenti Valutazioni

Fornitori

Identificazione Implementazione del servizio Rispetto reguisiti

Figura 15. Schema dei processi degli attori coinvolti all'interno della sharing economy, mia traduzione. Fonte: Puschmann & Alt, 2016.

che risulta inutilizzato (Schor & Attwood-Charles, 2017). Dal punto di vista strategico la sharing economy seque un tipo di modello C2C (customer-to-customer), all'interno del quale il fornitore di un bene è anche consumatore. Secondo uno schema realizzato da Puschmann e Rainer (2016, Figura 15), autori di studi sulla sharing economy. gli attori coinvolti all'interno processo possono essere classificati in: fornitori, intermediari e consumatori. Il fornitore dovrà occuparsi di fasi generiche di identificazione del bene, del rispetto dei

requisiti, del funzionamento e miglioramento dei servizi. Nella categoria degli intermediari troviamo le piattaforme digitali, the facilitators of exchange (Gawer, 2014), le quali gestiscono il mercato esclusivamente online (Wachsmuth & Weisler, 2018), si occupano di azioni logistiche, come lo smistamento del bene all'interno dell'apposita sezione del mercato e soprattutto della gestione dei contatti e dei pagamenti. consumatori sono coinvolti nelle azioni di raccolinformazioni attraverso social software, soprattutto

quelle di confronto tra beni appartenenti a diversi fornitori, nei pagamenti l'uso del servizio, e ancora nei processi di crowdsourcing, che permettono di valutarne l'efficacia, in modo da dare maggiore fiducia ai futuconsumatori, ed inoltre di fornire eventuali idee o richieste al fine di offrire spunti di miglioramento (Puscmann & Alt, 2016). La forma di interazione tra i soggetti coinvolti ha permesso una ristrutturazione nel sistema dell'offerta. La nuova tipologia di scambio nel mercato, molto più ampia rispetto

a quella tradizionale, garantisce l'opportunità di concedere beni a sconosciuti, rappresentando un incentivo per i proprietari, i quali sfruttano le piattaforme digitali per entrare in contatto con un maggiore range di clienti. Inoltre, garantisce un migliore utilizzo di risorse, la riduzione dei prezzi dei servizi forniti, che giovano sia ai consumatori, ai fornitori e agli intermediari (Puschmann & Alt, 2016) e l'interazione tra diversi individui. Tuttavia, i critici ne denunciano il rischio di dipendenza dei fornitori dalle piattaforme e le esternalità che ne deri-

vano. Infatti, come dimostra gni da parte di altre strutture uno studio condotto da Schor ricettive (Zervas, Proserpio, & Attwood-Charles (2017) su 102 casi e in sei piattaforme, il 26% dei proprietari, dipendono dall'operato delle piattaforme come fonte primaria di reddito, il 43% sono parzialmente dipendenti, mentre, per il restante 32% il reddito percepito viene considerato un supplemento al guadagno primario. Per quanto riguarda le esternalità si fa riferimento alle disuguaglianze sociali, ai prezzi che stimolano la gente a viaggiare di più facendo venir meno l'impronta ambientalista, alla riduzione dei guada-

& Byers, 2017), o alla vivibilità della città (Barron, Kung, & Proserpio, 2020).

2.2 La crescita di Airbnb

"Tourism and sharing economy seem to be natural partners"

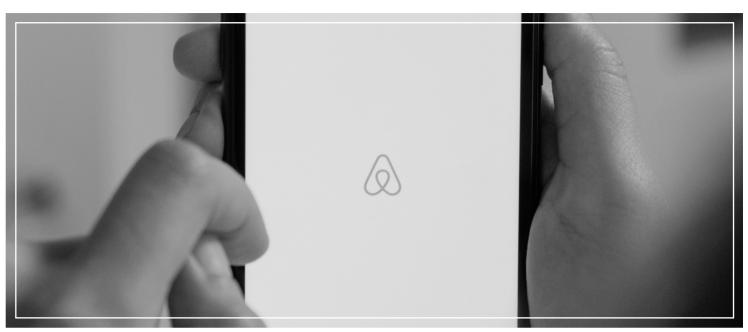
Smith & Graham, 2019, 38

Dal 2008 fino ad oggi, la sharing economy ha assunto diverse articolazioni tra cui le piattaforme di lavoro. come TaskRabbit, fino ad arrivare ai posti più alti della classifica, occupati dalle due piattaforme più diffuse (Schor & Attwood-Charles, 2017), cioè Uber, per la condivisione di un mezzo di trasporto con conducente, e Airbnb, per l'home sharing, cioè l'affitto e/o condivisione di un alloggio. In particolare, le piattaforme citate appartengono alla categoria delle attività incentrate sul profitto (for profit), a cui si contrap-

pone quella delle attività no-profit (Food Swaps). La differenza sostanziale tra i due orientamenti di mercato consiste nella volontà di crescita e nella massimizzazione dei ricavi da parte dei primi, grazie anche all'appoggio del venture capital, in contrasto con i secondi, i quali, più che all'espansione o ad una maggiore quantità di ricavi, mirano al soddisfacimento dei bisogni comunitari (Schor, 2014). All'interno della schematizzazione del sistema turistico elaborata da Sharpley (2006, Figura 1), oltre alle attrazioni

proprie di una destinazione e ai servizi dei trasporti, la terza voce elencata tra i produttori di turismo è quella degli alloggi. Lo sviluppo delle collaborative platform per l'home sharing (Wimdu, 9Flats, HomeAway, HomeExchange, Guestoguest, Booking.com, Housetrip) ha dato, negli ultimi dieci anni, un enorme impulso al mercato degli affitti di abitazioni private. Tra queste, Airbnb svolge un ruolo fondamentale per l'odierno turismo di massa, sopperendo alle richieste dei turisti che arrivano a destinazione e che richiedono l'uso tempo-

raneo di un alloggio. Il nome Airbnb deriva dall'azione dei fondatori (Gurran & Phibbs, 2017), residenti a San Francisco, che a causa di problemi economici decisero di mettere a disposizione un letto gonfiabile (Air bed) includendo anche il servizio di colazione (seconda B). La piattaforma è oggi la più nota in attività, su cui sono registrati oltre tre milioni di immobili forniti da più di un milione di host, in 150.000 città e 52 paesi del 2017 (Barron, Kung. & Proserpio, 2020), con una valutazione di 31 miliardi di dollari, più di catene al-



Logo di Airbnb dalla schermata di uno smartphone, Fonte: Cottonbro Studio

berghiere internazionali come Hilton e Marriot (Wachsmuth & Weisler, 2018). L'importanza di una società come Airbnb per il turismo è tangibile dalla mappa tematica rappresentata in figura (16), con una diffusione perlopiù omogenea in tutta Europa ma con le più alte densità concentrate in Francia, Svizzera, gran parte dell'Italia, e poi sulle coste spagnole, croate e portoghesi (Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati., 2018). Secondo uno studio realizzato da Spark Legal Network and Valdani Vicari & Associati (2018) su 11 città europee

(Amsterdam, Atene, Barcellona, Berlino, Bruxelles, Firenze, Lisbona, Londra, Parigi, Praga, Stoccolma), il numero di alloggi su Airbnb ha avuto un incremento dallo 0 del 2012 ai 60.000 per Parigi, 45.000 per Londra e 25.000 per Barcellona nel 2018. All'interno dell'Unione Europea, in particolare in 11 città prese in esame, la ricerca ha stimato la presenza di 355.900 proprietà, di cui 274.700 divise tra le piattaforme sopracitate, con Airbnb in cima alla classifica con il 55.6% del totale. Per il servizio che viene offerto, Airbnb percepisce delle entrate sia dai *guests* (ospiti), i quali pagano una tassa di servizio compresa tra 9-12%, sia dagli host (proprietari) i quali pagano un 3% per l'elaborazione dei pagamenti (Zervas, Proserpio, & Byers, 2017). Uno dei principi di successo della piattaforma, è stato l'aumento della fiducia, grazie ai processi di crowdsourcing. Gli ospiti alla fine del soggiorno sono chiamati a recensire sulla piattaforma la loro esperienza relativamente alla pulizia, alla localizzazione, ai servizi, alla manutenzione, risultando utile per i successivi visitatori (Zervas,

Proserpio, & Byers, 2017).

2.2.1 Offerta di Airbnb sul totale degli alloggi

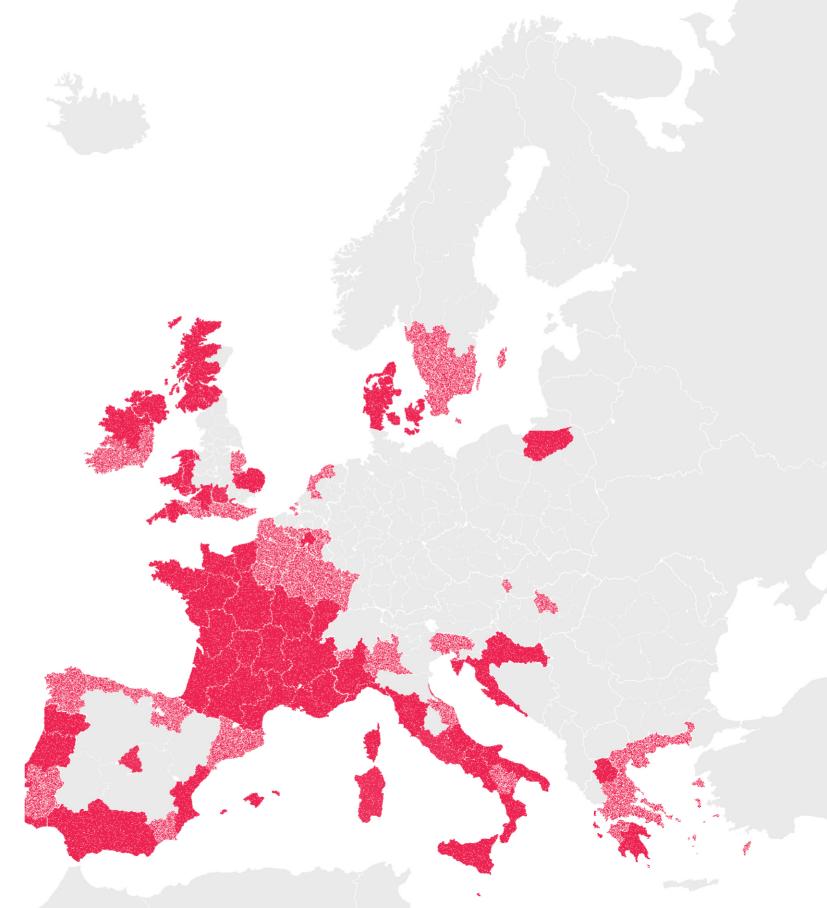
La seguente mappa mostra la percentuale di alloggi presenti su Airbnb all'interno dell'offerta totale degli alloggi turistici nelle regioni Nuts* Il dell'Unione Europea. La classificazione è realizzata seguendo una scala numerica da 1 a 5 a seconda del grado di concentrazione, ma si è preferito rappresentare le fasce di maggiore intensità.



* NUTS è un acronimo che sta per "Nomenclature of territorial units for statistical purposes" Questa nomenclatura è stata elaborata da Eurostat al l'inizio degli anni '70, allo scopo di armonizzare le statistiche dei vari paesi in termini di raccolta, compilazione e diffusione delle statistiche regionali. La nomenclatura è suddivisa in tre livelli (NUTS I, NUTS II), definiti in base a criteri demografici, amministrativi e geografici (Pordata, 2023).

Figura 16

Fonte: Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati, 2018.



2.3 | Airbnb come risorsa economica

L'ascesa di Airbnb come piattaforma, sfruttando le innovazioni tecnologiche, ha ampliato il mercato e i possibili contatti tra host e quests di diverse parti del mondo. Il solo pagamento di una tassa del 3% da parte dei proprietari costituisce un grande incentivo per l'adesione al mercato del *short-term rental*, il quale ha dei risvolti economici sia individuali, riguardanti l'host, sia collettivi, riguardanti la comunità all'interno del quale si diffonde (Tussyadiah & Pesonen, 2016). Uno dei primi benefici derivanti dall'ascesa di Airbnb è la

maggiore quantità di visitatori all'interno delle destinazioni. da associare anche ad una differenza economica con il sistema ricettivo commerciale (es. hotel, resort). Di fatti, dopo l'ascesa delle compagnie aeree low-cost. l'avvento delle collaborative platform ha ulteriormente stimolato le possibilità per gli individui di intraprendere un viaggio (Tussyadiah & Pesonen, 2016). Come affermato da Farronato e Fradkin (2018) senza l'introduzione della piattaforma, non vi sarebbe stato alcun soggiorno per metà delle prenotazioni considerate.

Città	Prezzo	Medi	0	Differenza
Amsterdam	162	157		3,1%
Atene	94	60		36,2%
Barcellona	142	126	D	11,3%
Berlino	101	85		15,8%
Bruxelles	_ 110	78		29,1%
Firenze	표 안 126	104	Airbnb	17,5%
Lisbona	106	76	σ	28,3%
Londra	182	108		40,7%
Parigi	151	109		27,8%
Praga	79	73		7,6%
Stoccolma	165	127		23%

Figura 17. Confronto* dei prezzi medi tra camere d'albergo e annunci Airbnb. Fonte: Spark Legal Network e Valdani Vicari & Associati, 2018
*il confronto è redatto sull'analisi di 159 hotel e 160 annunci di Airbnb all'interno delle città prese in esame.

Lo sviluppo di una nuova tipologia di visitatore, dettato dalla volontà di "vivere come un locale" (Oskam & Boswiik, 2016), ha portato ad una riduzione dei costi di viaggio (Tussyadiah & Pesonen, 2016), riducendo il potere tariffario degli hotel (Farronato e Fradkin, 2018). Se in passato il turista era costretto ad alloggiare all'interno di strutture ricettive commerciali, nel presente dispone di una vasta gamma di scelta che permette di trovare la soluzione più economica e conveniente possibile. La ricerca condotta da Spark Legal Network

and Valdani Vicari & Associati (2018), ha evidenziato delle differenze significative a livello di prezzi tra hotel e Airbnb (Figura 17); all'interno dell'anno 2016, infatti, questa variava dal 3% in città come Amsterdam, in cui vi era una differenza di spesa media di 5 euro, al 36% nella città di Atene, dove il risparmio medio tra hotel e Airbnb era di circa 34 euro. Altre notevoli differenze si trovano in città come Bruxelles con una variazione dei prezzi del 29%, a cui seguono poi Lisbona e Parigi i cui prezzi variano intorno al 28%. Inoltre, secondo Tussyadiah



Vista di un ristorante all'aperto nel quartiere di Alfama, Lisbona, Fonte: Wendy We

e Pesonen (2016), il minor costo dell'alloggio disponibile sulla piattaforma digitale, a differenza di un sistema ricettivo tradizionale, consente una maggiore frequenza di viaggi e permette di prolungare la permanenza, con consequenti vantaggi economici. Gli esempi derivano da grandi città come San Francisco dove la differenza nella durata della vacanza varia da, 5,5 notti per chi risiede in Airbnb a 3,5 per chi sceglie gli hotel, oppure Berlino, con una variazione da 6,3 notti a 2,3 notti (Tussyadiah e Pesonen, 2016). Alla maggiore quantità di visitatori si associa una maggiore domanda di posti-letto a breve termine nelle varie destinazioni. Infatti, gli alloggi da destinare agli ospiti vengono categorizzati in due diversi modi: gli affitti short-term, o a breve termine, dunque per un periodo di tempo della durata di qualche giorno, destinati a turisti, viaggiatori d'affari, e gli affitti long-term, o a lungo termine, ovvero alloggi che prevedono un affitto nell'ordine di mesi o anni, destinati ai residenti locali. Seguendo il principio della domanda indotta, secondo Dogru e al. (2020), è possibile affermare,

come principale consequenza dell'incremento della domanda, una maggiore offerta di alloggi all'interno delle destinazioni, generando reddito per la popolazione che prende parte al processo (Tussyadiah & Pesonen, 2016). L'aumento del numero degli alloggi affittati contribuisce indirettamente all'occupazione in duplice maniera. Da un lato, il proprietario dovrà richiedere l'aiuto di qualcuno per le pulizie o per i lavori di dell'alloggio manutenzione (Dogru, Mody, Suess, Mc-Ginley, & Line, 2020), contribuendo alla crescita dell'offer-

ta lavorativa all'interno della comunità. Dall'altro. l'aumento dell'occupazione è strettamente connesso al tema della domanda congiunta (Dogru, Mody, Suess, McGinley, & Line, 2020), cioè il rapporto di reciprocità che porta alla richiesta contemporanea di due beni. Nel settore turistico, una maggior presenza di alloggi, dunque di turisti, contribuisce alla domanda di ristoranti, bar, intrattenimento, portando ad una maggiore richiesta di dipendenti (Dogru, Mody, Suess, McGinley, & Line, 2020).

2.4 Le negatività di Airbnb



Fonte: Andreas Marquardt

L'avvento delle piattaforme di collaborazione e la loro crescita smisurata pongono la città all'interno di nuovi rischi. Nonostante gli ingenti apporti dal punto di vista economico, si manifestano diverse negatività. Per quanto riguarda gli impatti sul sistema ricettivo tradizionale. ali studi in materia giungono a concontrastanti. clusioni Secondo uno studio effettuato in Texas da Zervas et al. (2017) l'aumento dell'1% dell'offerta di Airbnb ha causato una diminuzione dell'offerta dei sistemi tradizionali dello

0.04%, aggiungendo che la parte colpita fosse quella degli alberghi di fascia medio-bassa, con una consequente perdita di occupazione (Zervas, Proserpio, & Byers, 2017). Inoltre, uno studio di Guttentag e Smith, condotto nel 2017 su un campione di 800 turisti dimostra che i due terzi di questi hanno scelto Airbnb invece di hotel o resort (Guttentag & Smith, 2017). Tuttavia, secondo un rapporto del 2015 redatto da Morgan Stanley (Guttentag & Smith, 2017) il 36-42% degli ospiti ha soggiornato in sistemi ricettivi tradizionali e solo il 31% ha preferito usufruire della piattaforma preferendolo al soggiorno da amici o parenti. Dagli studi analizzati emerge che la piattaforma di Airbnb non costituisce attualmente una forza distruttrice. tenuto conto anche della fascia medio-bassa di alberghi con cui concorre, semmai, minaccia dirompente (Guttentag & Smith, 2017). Un altro problema da tenere in considerazione è l'assenza di regolamentazione, intesa come la mancanza delle autorizzazioni e delle licenze necessarie per il regolare svolgimento dell'atti-

Salvatore Ferlisi

vità di affitto a breve termine. Barcellona è un esempio tangibile (Cocola Gant, 2016) di deregulation; nel 2015 viene fondata l'Assemblea de Barris, un'organizzazione civica composta da 35 collettivi di diversi quartieri che hanno come unico obiettivo la decrescita turistica cercando di sensibilizzare la parte di popolazione disinteressata all'avanzata del settore all'interno dei propri quartieri. Una delle forme di protesta è stata proprio #Unfairbnb durante la quale alcuni dei membri hanno prenotato delle case-vacanza in centro



Fonte: Corporate Europe Observatory

storico prive di licenza. mettendo in luce proprio il problema della regolamentazione della piattaforma collaborativa, esponendo dagli affacci delle bandiere di denuncia nei confronti di Airbnb. Tale episodio fu l'inizio di un processo volto a verificare il possesso delle licenze necessarie per l'affitto a breve termine. Il governo catalano, dopo un'analisi dei dati, ha dichiarato che solo il 40% degli alloggi che venivano affittati erano registrati legalmente, dichiarando l'illegalità del restante 60%, aggiungendo poi che solo il 23% degli al-

loggi presenti sulla piattaforma Airbnb risultava in possesso di una licenza che ne permettava il periodico affitto (Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati., 2018). Prendendo in considerazione città come New York o San Francisco, che registrano entrate da tasse di soggiorno per cifre pari a \$500 milioni e \$400 milioni (Wachsmuth & Weisler, 2018), il problema della regolamentazione costituisce anche una perdita economica per lo Stato, in quanto vengono meno gli introiti derivanti da tale attività. all'interno Entrando del

contesto urbano l'ascesa di Airbnb e le nuove possibilità di affitto degli alloggi a breve termine hanno scaturito un aumento della pressione sull'offerta abitativa locale (Barron, Kung, & Proserpio, 2020). Infatti, attraverso il better use (Neil Smith, 1987, 190) di abitazioni residenziali in quartieri con alti tassi di interesse turistico, Airbnb è capace di generare nuovi flussi di entrate immobiliari (Wachsmuth & Weisler, 2018). Oltre alla gestione della componente logistica da parte della piattaforma, che facilita il raggiungimento dei turisti

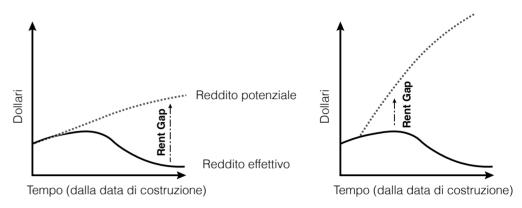
e la gestione dei pagamenti, secondo Wachsmuth e Weisler (2018) il reddito scaturito dagli affitti a breve termine supera quello derivante da contratti di locazione sidenziali a lungo termine (Wachsmuth & Weisler, 2018), spingendo i proprietari di immobili verso il mercato del rental short-term. Per una migliore comprensione di questo fenomeno, è utile approfondire la motivazione economica, le cui radici si riscontrano all'interno del modello del rent gap di Neil Smith (1987) (Figura 18) definito come "il divario tra

Reddito Potenziale

Reddito Effettivo

l'effettivo canone di locazione capitalizzato di un appezzamento di terreno in base alla sua attuale destinazione d'uso e il canone di locazione potenziale che potrebbe essere ricavato con un uso elevato e migliore" (mia traduzione, Smith, Gentrification and the Rent Gap, 1987, 462), ottenibile tramite investimenti per la riqualificazione delle strutture esistenti, ma anche demolizione e ricostruzione. All'interno di un contesto turistico, alla stagnazione dei rendimenti economici (actual *income*) e all'aumento dei reddito potenziali benefici (*poten-*

tial income), di cui parla il modello, si sostituiscono rispettivamente i contratti di locazione a lungo termine e la possibilità di tramutarli in contratti di affitto short-term. Come analizzato da Wachsmuth e Weisler (2018), se nel modello di Smith (1987) è opportuno attendere che il divario tra reddito attuale e reddito potenziale diventi abbastanza ampio per attuare il processo di investimento, all'interno delle destinazioni turistiche vi è un forte aumento del potenziale. che fin da subito crea un im-



A sinistra: Figura 18. Modello del rent gap secondo Neil Smith. Fonte: Wachsmuth e Weisler, 2018. A destra: Figura 19. Modello del rent gap nei contesti turistici. Fonte: Wachsmuth e Weisler, 2018.

portante divario d'affitto (rent gap) (Figura 19), garantendo imminenti guadagni ai proprietari di immobili. I vantaggi economici e la sempre maggiore diffusione di alloggi short-term all'interno delle abitazioni causano delle variazioni all'interno del mercato immobiliare della città, che si traducono nell'aumento dell'offerta per gli affitti a breve termine con consequente riduzione dei prezzi d'affitto, ma in una diminuzione dell'offerta per gli alloggi a lungo termine che ne determina l'incremento dei

prezzi (Bivens, 2019) (Barron. Kung, & Proserpio, 2020) (Cocola-Gant, 2016). Le criticità derivanti dalla mancanza di regolamentazioni e dall'espansione del mercato degli affitti shortterm hanno scaturito delle conseguenze anche sulla parte umana che vive i contesti urbani, cioè i cittadini. Prima fra tutti è la mancanza di pianificazione, in quanto gli affitti di abitazioni locali non vengono tenuti in considerazione all'interno dei piani di una destinazione. ciò crea l'elasticità della domanda (Barron, Kung, & Pro-

serpio, 2020), al contrario delle strutture ricettive commerciali. con un'offerta anelastica (Barron, Kung, & Proserpio, 2020) per cui sono destinate apposite aree e un certo numero di camere d'albergo (Wachsmuth & Weisler, 2018). Peraltro, come visto in precedenza nella mappa (Figura, 18), il numero di posti letto a disposizione all'interno delle regioni NUTS in rapporto al numero di cittadini mostra come, soprattutto le coste, soffrano le quantità di posti-letto messi a disposizione per il turismo rispetto al numero di cittadini abitanti il

luogo. Ciò si traduce, soprattutto durante i periodi di alta stagione, in una maggiore presenza di stranieri rispetto alla popolazione locale (Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati., 2018). La sproporzione tra turisti e residenti causa l'aggravarsi delle esternalità all'interno delle zone interessate come, ad esempio, rumori o congestione degli spazi (Barron, Kung, & Proserpio, 2020) (Schor, 2014) (Wachsmuth & Weisler, 2018), a causa delle quali gli abitanti potrebbero essere indotti a lasciare le proprie abitazioni. Diversi sono gli esempi degli intervistati nello studio di Cocola-Gant (2016), i quali hanno affermato "in the builidng the 14 out of 20 flats were holiday apartments. Some of them were actually youth hostels. And they radically changed our lives (...)" (Cocola-Gant, 2016, 6). Dunque, dall'analisi condotta sullo sviluppo di Airbnb dalla sua fondazione ad oggi, emerge come la piattaforma abbia dei risvolti positivi per l'economia di una destinazione ma anche come possa nuocere al benessere dei cittadini e l'efficienza del

mercato immobiliare locale. Questo trova conferma all'interno di diverse città europee, prima fra tutte Barcel-Iona, dove la diffusione degli alloggi short-term è stata collegata al calo del numero di residenti nel quartiere della Ciutat Vella dove il prezzo medio di vendita è aumentato del 24,5% (Cocola-Gant, 2016) con uno spostamento del 3,6% della popolazione residente. Ancora, a Firenze gli abitanti lamentano un aumento dei prezzi degli immobili, e la percezione di una spinta, da parte del turismo, verso il vivere al di fuori del centro storico

(Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati., 2018). Infine, Londra dove il quartiere di Westminster ha manifestato, con lamentele e denunce, la preoccupazione per gli impatti sul carattere, la qualità e la coesione del quartiere (Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati., 2018). Peraltro, da questi esempi, emerge come le criticità in argomento siano una delle cause di un fenomeno di più ampia portata "simultaneously a physical, economic, social and cultural" (Hamnet, 1991, 175), cioè la gentrificazione.

2.5 | La gentrificazione: classica e turistica

La parola gentrificazione appare per la prima volta nel libro Aspects of Change di Ruth Glass (1964) per descrivere ciò che stava accadendo intorno al 1964 in Inghilterra, in particolare nei quartieri di Londra allora considerati più poveri, come Hampstead e Chelsea, nei quali si insediò una classe medio-alta che diede il nome al nuovo fenomeno. termine gentrificazione, infatti, deriva dal sostantivo gentry, riferito ad una classe sociale inglese "...with a secure economic base", con un "lifestyle [that] is commonly consumption and sta-

tus oriented in the pursuit of self-actualization" (Lev. 1980, 243), con esigenze culturali che spingono ad occupare le parti centrali delle città. fino ad allora destinate alle famiglie della classe operaia. Dunque, ai processi di suburbanizzazione caratteristici degli anni '50-'60, si sostituiscono processi di ripopolamento dei centri città, invertendo la tendenza di allontanamedei ceti medio-alti. Oltre a coinvolgere una sempre maggiore quantità di città, negli anni '70-'80 (Smith, 1996) la gentrificazione

era vista come una possibilità di ristrutturazione urbana. politica, economica, grazie alla creazione di alloggi di lusso nel centro città, fino ad arrivare ai primi anni '90, quando il fenomeno diventa una vera e propria strategia urbana (Smith, 1996), non più localizzato all'interno delle parti centrali di una città, ma esteso anche a zone di recente costruzione o adibite. in passato, ad impianti industriali. Ciò che accadeva nella Londra degli anni '60 è strettamente correlabile, seppur con alcune differenze, a ciò che accade oggi all'interno del-

le destinazioni turistiche, soprattutto dopo l'avvento delle collaborative platforms come Airbnb. Infatti, se in passato all'insediamento di una nuova classe sociale seguiva lo spostamento della popolazione che fino a quel momento occupava l'area in questione, oggi, la situazione presenta delle diversità rispetto al fenomeno classico che hanno portato all'accezione di "turistica" (Cocola-Gant, **Tourism** gentrification, (Tulumello, 2018) 2020). Secondo Luis Mendes, fautore di uno studio sui processi di gentrificazione turistica

in atto ad Alfama, quartiere storico della città di Lisbona. la gentrificazione turistica è: "La trasformazione di quartieri popolari e storici del centro urbano in luoghi per il consumo e il turismo, [realizzatal attraverso l'espansione delle funzioni ricreative per il tempo libero o residenziali per il turismo (ad esempio, appartamenti turistici e affitti di breve termine - short rental), che progressivamente sostituiscono le funzioni tradizionali della residenza a uso permanente, affitto di lungo termine e commercio locale tradizionale, [così] peggioran-

do i trend di espulsione e segregazione residenziale, [e] svuotando i quartieri della loro popolazione originaria, ovvero impedendo l'accesso della popolazione di status socioeconomico basso al mercato della casa in queste aree". (Mendes in Tulumello, 2020; 28. traduzione dell'autore) Partendo dalla citazione di Mendes è possibile affermare come la gentrificazione, rispetto a quanto enunciato da Ruth Glass per la Londra dei suoi tempi, si sia evoluta e adattata nel tempo all'interno di contesti differenti, e di come abbia perso, in parte, il significato originario del termine. Secondo gli studi analizzati (Tulumello, 2020; Wachsmuth & Weisler, 2018) gli investimenti economici, l'influsso di gruppi benestanti e l'espulsione attraverso sfratto di classi lavoratrici, che caratterizzano i processi di gentrificazione classica, implicano il coinvolgimento di residenti permanenti, la demolizione, ricostruzione o ristrutturazione di strutture esistenti, la localizzazione sia in aree centrali ma anche in quartieri poveri con ottima distribuzione di servizi (buoni trasporti, attività per il tempo libero) (Wachsmuth & Weisler,

2018). In accordo con Mendes e con la nuova accezione del termine, seguendo anche le analisi sulla sharing economy, la gentrificazione turistica riquarda, invece, cambi di destinazione che avvengono all'interno dei centri urbani. passando da luoghi residenziali a "luoghi per il turismo". Per delineare ulteriormente le differenze con il fenomeno della gentrificazione classica, gli studi di Ley (1980), Mullins (1982), Beauregard (1991) e Rose (1984) sui processi di gentrificazione affermano che. oltre ai cambiamenti culturali. sociali, politici ed economici, in



Una manifestante porta un cartello in cui si legge "gli appartamenti turistici spostano le famiglie" durante una manifestazione a Barcellona. Fonte: Forbes.com

quella classica è essenziale la presenza dei gentrifiers, senza i quali non vi sarebbe stata alcuna manifestazione del fenomeno. Karl Krahmer, infatti, afferma che quella turistica è "una gentrificazione senza gentrificatori", in quanto non è previsto l'arrivo di un altro ceto sociale, bensì l'arrivo di visitatori temporanei (Krahmer & Santangelo, 2018); non sono previsti neppure ingenti investimenti da parte dell'host per la ristrutturazione della casa/appartamento. Inoltre, quelli in cui si manifesta la gentrificazione turistica non sono quartieri poveri

che vivono necessariamente in uno stato di degrado, ma parti centrali della città dotate di tutti i servizi richiesti dal turista. Un'altra differenza riquarda la modalità con cui avviene lo spostamento degli abitanti in altre parti di città. Secondo Cocola-Gant (2016) nei contesti turistici, il collective displacement può avvenire in triplice maniera: direct displacement, exclusionary displacement displacement pressure. Il direct displacement è il modo più diretto di spostamento, che prevede compensi economici per chi decide

di abbandonare l'area oppure naturali scadenze di contratto senza opzioni di rinnovo (Cocola-Gant, 2016), con effetti che si manifestano nel breve termine. L'exclusionary displacement riguarda l'esclusione nell'accesso ad alloggi posizionati in luoghi di interesse turistico causato da un innalzamento del prezzo dei restanti affitti a lungo termine, tanto da non essere compatibili con i salari medi dei residenti (Cocola-Gant, 2016) e dunque terreno fertile soltanto per le classi medio-alte. L'operazione di resistenza, in questo caso, obbliga la popolazione

alla convivenza con le esternalità derivanti dall'eccessivo turismo, dunque rumori, disturbi nel sonno, mancanza di parcheggi e un rincaro del costo della vita (Cocola-Gant, 2016). Infine, la displacement pressure consistente in pressioni dirette e indirette esercitate dall'avanzata turistica, i cui effetti si manifestano a lungo termine, alle quali è associabile, ad esempio, la gentrificazione commerciale consistente nel trasferimento di negozi e mercati a basso prezzo, su cui la popolazione fonda la prima sopravvivenza, verso altre parti della città e la con-

seguente sostituzione con servizi a prezzi più elevati. Concludendo, dunque, l'accezione di "turistica" per la gentrificazione appare come un qualcosa di più ampio rispetto al fenomeno tradizionale, capace di cambiare l'identità e mercificare la città stessa.



Fonte: Matteo Angeloni

2.6 La strategia buy-to-let tra le cause del fenomeno

Il processo di gentrificazione è continuamente alimentato dall'azione di aziende turistiche e investitori turistici, che, con la strategia buy-to-let (Cocola-Gant & Gago, 2019), vedono nell'acquisto di diversi appartamenti turistici delle fonti da cui ricavare capitale, sfruttando l'operato delle piattaforme digitali di home-sharing. In realtà, alcuni studi evidenziano come le peculiarità dell'home-sharing (idle capacity) si manifestino soltanto in contesti in cui la domanda turistica è bassa, a differenza delle città con alti tassi turistici (Barcellona, Berlino,

Sydney e New York) in cui è sempre più diffusa la pratica di acquisto, da parte di individui, di interi appartamenti, i quale vengono destinati esclusivamente alla ricezione turistica (Cocola-Gant & Gago, 2019). Infatti, per Ravenelle (2016), fautrice di studi sui lavoratori delle piattaforme in New York, il nuovo mercato short-term è improntato verso una mera ricerca di denaro (capitalismo razionale), dove la denominazione di selling risulterebbe più appropriata rispetto a sharing. In riferimento ad Airbnb, Frenken e Schor (2017),

infatti, affermano che il concetto di sharing sarebbe utilizzabile qualora il proprietario di un immobile, approfittando dei periodi di sua assenza. metta a disposizione il proprio alloggio ad altri consumatori, il che è profondamente differente dall'acquisto di seconde case per la ricezione turistica (Frenken & Schor, 2017). Ciò suggerisce che nei guartieri in cui Airbnb agisce, il concetto di condivisione della sharing economy lascia il posto al raggiungimento di profitti da parte dei proprietari che operano nel sistema flessibile short-term in cui gli occupanti

sono dei meri individui transitori, consentendo di gestire le proprietà a proprio piacimento. Il sistema viene ulteriormente agevolato dalla nascita di operatori professionali che gestiscono le proprietà immobiliari di un individuo. Da qui le preoccupazioni della popolazione locale dovute alle sempre più pressanti richieste degli investitori turistici i quali cercano di forzare la vendita degli immobili per ricavarne appartamenti da affittare ai turisti (buy-tolet, comprare per affittare). Un residente del quartiere di Ciutat Vella a Barcellona (Cocola-Gant, 2016) dichiara:



Segni di protesta contro le piattaforme di home-sharing a Girona, Catalogna, Spagna. Fonte: Washingtonpost.com

"it is not a coincidence that every week I find in my postbox an offer to buy my flat saying "great opportunity!". The thing is that I feel I am trying to resist against something that ultimately says that I am a leftover here." (Cocola-Gant, 2016). L'azione di Airbnb e l'apertura del mercato immobiliare al capitale globale (Cocola-Gant & Gago, 2019), dunque, permette la sostituzione di proprietari di immobili locali con proprietari transnazionali, i quali, aspirando a range di popolazione con redditi più elevati, causano gentrificazione all'in-

terno delle città, passando dagli affitti a lungo termine per residenti ad affitti a breve termine per turisti. La pressione esercitata dagli investitori unita alla manifestazione delle esternalità, derivanti dall'attività turistica, ha portato a casi di vendita "volontaria" dell'immobile di residenza, visto come una semplice via d'uscita (Cocola-Gant, 2016). Oltre alla strategia del buyto-let. all'interno delle destinazioni turistiche è diffuso il buy-to-leave (Cocola-Gant & Gago, 2019). Il buy-to-leave coinvolge gli stessi attori della politica del buy-to-let ma

da questa se ne distacca, in quanto l'immobile all'interno di quartieri turistici emergenti, sottratto al mercato long-term, invece di essere immesso nel mercato short-term, rimane vacante, aspirando ad un quadagno derivante dall'aumento dei valori immobiliari della destinazione turistica. Le diverse strategie mettono in luce uno dei principali rischi derivanti dall'operato di Airbnb cioè la perdita del concetto di comunità locale in molti distretti turistici a causa dell'occupazione degli spazi da parte di meri consumatori transitori (Cocola-Gant, 2016).

I proprietari rischiano, quindi, di non essere più considerati parte della popolazione locale bensì investitori, società e aziende, che non cercano più semplicemente di soddisfare il desiderio del turista di "vivere come un locale" ma che da ciò traggono un vantaggio, per accrescere il capitale a propria disposizione, mettendo a rischio il "diritto alla città" da parte degli altri cittadini (Cocola-Gant & Gago, 2019, 15). Il lavoro prosegue verso lo studio analitico del fenomeno di gentrificazione turistica, e degli effetti che ne derivano, nella cittadina di Lagos, si-

tuata nel sud del Portogallo.



03



Il Miracolo Portoghese & Il Caso di Lagos



3.1 I Metodologia

Il lavoro di ricerca pone la propria attenzione all'interno della cittadina di Lagos, Algarve, Portogallo. Per una prima compresione del contesto turistico, la tesi indaga lo sviluppo del settore a partire dalla crisi che ha investito anche l'Europa, con il Portogallo tra i paesi più colpiti. L'ambito portoghese è un buon esempio all'interno del quale indagare anche la relazione tra il settore turistico e quello immobiliare, favorito dalla diffusione del mercato shortterm. Nello specifico vengono analizzate le politiche e i programmi attuati per portare

all'interno del territorio investimenti stranieri. Una volta descritto il panorama portoghese, la ricerca si sposterà sulla descrizione della realtà turistica di Lagos, e nello specifico gli impatti del settore, come i processi di gentrificazione dovuta alla progressiva Airbnbsation (Sequera & Nofre, 2019) della città. Per far ciò, è stata realizzata una ricerca qualitativa basata su alcune interviste individuali rivolte verso residenti stranieri di Lagos, i cui nomi sono stati omessi. La scelta di residenti stranieri è influenzata dalle facilità di linguaggio e dalla possibilità di scoprire i fattori che hanno portato ad uno spostamento verso il Portogallo. Le interviste qualitative sono un metodo di ricerca utile per comprendere i punti di vista e le esperienze individuali dei soggetti coinvolti all'interno del caso preso in esame. Per evitare di influenzare il naturale corso della conversazione sono state realizzate delle interviste semi-strutturate, a partire da un domanda aperta generale sul perché è stata scelta Lagos, lasciando poi agli intervistati una totale libertà di espressione. Nella seconda parte del

lavoro è stata realizzata una ricerca quantitativa la consultazioattraverso ne del database di AirDNA. AirDNA è il principale fornitore di dati e analisi del mercato a breve termine, fondato da Scott Shatford. AirDNA tiene traccia delle prestazioni giornaliere di oltre 10 milioni di proprietà su Airbnb e Vrbo in 120.000 mercati globali, sviluppando un'intelligenza artificiale avanzata e una tecnologia di apprendimento automatico che consente di monitorare e prevedere con precisione il potenziale di entrate di qualsiasi proprietà nel mondo.

Nello specifico il servizio si fonda sull'unione di dati scraped, redatti grazie all'utilizzo di server come MarketMinder all'interno del quale gestori e proprietari collegano le loro proprietà, e di dati provenienti da partner (partner data, gestori immobiliari, hosts) Uno degli obiettivi principali è cercare di fornire dati con il minor margine d'errore possibile, e infatti, secondo delle stime effettuate l'accuratezza dei dati si aggira intorno al 95%. Il servizio, il quale è consultabile attraverso l'acquisto di licenza, fornisce informazioni utili anche ai nuovi

host, definendo le possibilità di quadagno della proprietà messa a disposizione all'interno del mercato di Airbnb. ma anche quando registrare l'offerta. Questo, grazie alla possibilità di poter valutare le proprietà che si trovano all'interno del mercato, con caratteristiche simili alla propria. Nell'ambito di questa ricerca, l'utilizzo del database di Air-DNA ha avuto un ruolo fondamentale. La consultazione dei dati, resa possibile grazie alla licenza appartenente al Politecnico, ha permesso di mappare l'offerta del mercato *short-term* in Lagos, anche grazie all'utilizzo di sistemi GIS, utile a definire il quadro generale dell'attività, ma anche di analizzare l'espansione del mercato nel corso degli anni, a partire dall'impulso ricevuto dalle politiche statali. Inoltre è stato possibile, grazie alla combinazione di diversi dati in Excell, evidenziare la stagionalità vissuta dalla città, e ancora di constatare l'eventuale presenza di individui che possiedono diverse proprietà nella località portoghese, poi in Portogallo, ed infine in Europa.

3.2 | Il boom turistico portoghese



Cais da Ribeira, Porto, Portogallo. Fonte: Frederico Erthal

Nel quadro dei diversi paesi del Sud Europa in cui il turismo ha avuto una particolare ascesa ricoprendo il ruolo di lifejacket (The Guardian tramite Seguera & Nofre, 2019) durante la crisi del 2008, occupa una posizione di particolare rilievo il Portogallo. Infatti, secondo i dati presenti all'interno della Tourism Dadell'Organizzazioshboard ne Mondiale del Turismo, nel periodo compreso tra il 2010 e il 2019 il Portogallo ha registrato una sempre più ingente quantità di arrivi internazionali, tanto da poter parlare di un vero e proprio "boom turisti-

co" (Mendes, 2017, 481). Se nell'anno 2010 il paese registrava "soltanto" 6,8 milioni di arrivi, 5 anni dopo il numero è cresciuto fino a 10,1 milioni, fino ad arrivare al triennio compreso tra 2017 e 2019 i cui numeri hanno raggiunto i 20 milioni di individui (rispettivamente 21 milioni, 25 milioni, 27 milioni) (Turismo de Portugal, 2021). La tendenza turistica in Portogallo è anche confermata dall'incisività del settore sotto diversi aspetti come il contributo al PIL, cresciuto dal 5% dell'anno 2010 fino all'8% dell'anno 2018, le entrate registrate, passate dai

10.1 miliardi di dollari del 2010 ai 20.5 miliardi del 2019, e ancora dai posti di lavori forniti, con la creazione di 460mila posti di lavoro nell'anno 2018 derivanti principalmente dalla ristorazione (267mila), dai sistemi ricettivi (107mila) e dai servizi di trasporto passeggeri (54mila) (UNWTO.org). Il Portogallo inoltre, è un buon esempio per valutare come la promozione turistica e l'avvento delle nuove possibilità garantite dall'home sharing, abbiano dato un nuovo impulso al mercato immobiliare. Infatti, parlando di turismo, è utile citare il rapporto di reci-

procità e stretta dipendenza che si instaura con il mercato immobiliare. L'accoglienza di sempre più turisti, come accaduto in Portogallo, le possibilità offerte ai proprietari di alloggi dalle piattaforme digitali e il consequente incremento della domanda degli alloggi hanno portato ad investimenti per la creazione di nuove strutture ricettive ma anche la riqualificazione di quelle esistenti, garantendone la disponibilità a prezzi accessibili e, allo stesso tempo rispettando gli standard qualitativi. Questo è stato ulteriormente agevolato dall'applicazione di strategie, attuate

"Não podemos compreender essa febre turística que a cidade experimenta sem compreender a ancoragem da gentrificação

Mendes, 2017, 490

dal governo portoghese, volte ad attrarre sul proprio territorio investimenti immobiliari. Nel periodo compreso tra 2011-2012 circa, il quadro europeo vede il concretizzarsi della crisi finanziaria iniziata oltreoceano, scaturita dal crollo del mercato immobiliare americano (crisi dei mutui subprime). Gli effetti di tale crisi, seppur diffusa su tutto il territorio, hanno portato sull'orlo del fallimento (insolvenza sovrana) alcuni paese europei, tra cui Grecia, Italia, Spagna e Portogallo, gia soggetti ad alti debiti pubblici. La situazione critica spinse la troika

(Commissione europea, Banca Centrale Europea, Fondo Monetario Internazionale) alla concessione di prestiti verso i paesi dell'Eurozona. Così, con un Memorandum d'intesa, nel maggio 2011, vengono concessi al Portogallo 78 miliardi di euro da parte della troika volti al bilanciamento del debito pubblico entro il 2013 (Mendes, 2017; Lestegas, 2019). Il "boom turistico" viene dunque visto dallo stato portoghese come una "panacea", termine citato da Mendes (2017, 481) per indicare un bisogno necessario per la ripresa economica,

capace di "mitigare le conseguenze della crisi e degli impatti generati" (mia traduzione, Mendes, 2017, 487). La straordinaria espansione del settore turistico in Portogallo è da leggere sotto la volontà da parte dello Stato di estrarre capitale dalle città, sfruttando le possibilità offerte dal turismo, come forma di rinnovamento urbano, e dalle nuove possibilità del mercato short-term. Attuando il concetto di better use (Smith, 1987, 190) di abitazioni residenziali in quartieri con alti tassi di interesse turistico, come visto in precedenza per lo svilup-

po urbano generato dal turismo, infatti, l'attività di *rental* e le piattaforme di *home-sha-ring* sono capaci di generare un importante diverio d'affitto (rent gap, Smith, 187), garantendo, fin da subito, possibili flussi di entrate (Wachsmuth & Weisler, 2018).Le politiche attuate dal governo in merito alla promozione turistica e all'impulso verso il mercato immobiliare hanno così portato alla definizione del "miracolo portoghese".

3.3 Le politiche:

DL n° 104 - Maggio 2004 DL n° 307 - Ottobre 2009



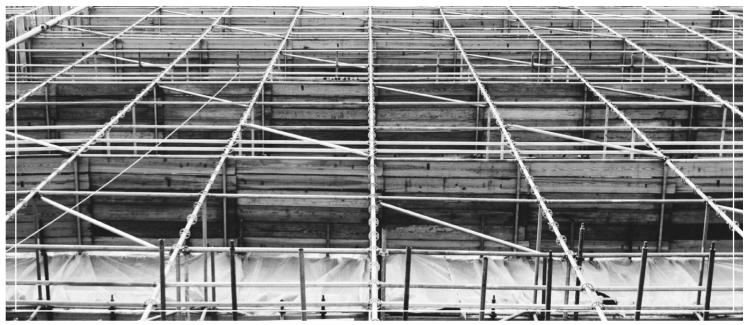
Facciata di un hotel in Praça da Figueira, Lisbona, Portogallo. Fonte: Peps Silvestro

La dotazione di ottime infrastrutture, la presenza di un clima mite, di una realtà con alti standard di sicurezza (Mendes, 2017) hanno fatto del Portogallo una delle mete più ambite dai turisti, ma anche dai grandi investitori stranieri. Infatti, per gli investitori transnazionali, il contesto portoghese è diventato un terreno fertile per i propri interessi. agevolati da programmi volti a creare contesti fiscali ottimali per i loro investimenti. Risulta utile specificare anche che, oltre agli incentivi governativi, il pacchetto immobiliare portoghese era caratterizzato da

prezzi di investimento iniziali inferiori rispetto ad altri contesti europei e dalla grande presenza di proprietà vacanti. Prendendo come esempio Lisbona, infatti, i prezzi degli immobili risultano essere due terzi inferiori rispetto a Madrid, un terzo rispetto a Berlino e un decimo rispetto a Londra (Mendes, 2017). Per trarre dal turismo il rinnovamento urbano ricercato, proseguendo l'azione di rivitalizzazione urbana già intrapresa in passato, sfruttando le potenzialità del mercato dell'home sharing, furono necessari una serie di decreti e programmi governativi. Questi, volti alla creazione di un ambiente favorevole agli investimenti privati e ai flussi di capitale immobiliare, erano considerati in grado di aumentare l'offerta di alloggi turistici. e allo stesso tempo, generare "occupazione e ricchezza, nonchè benessere sociale nella città" (mia traduzione, Mendes, 2017, 495). Infatti, il processo inizia fin dal maggio 2004 con il Decreto-legge n°104 (Regime Jurídico Excepcional de Reabilitação Urbana de Zonas Históricas e de Áreas Críticas de Recuperação e Reconversão Urbanística) proiettato verso

la riabilitazione urbana favorita dall'attività privata, prosequendo poi con il Decreto-legge n°307 dell'ottobre 2009 con il quale si sancisce l'importanza della riqualificazione urbana come "componente indispensabile della politica della città" (mia traduzione, Mendes, 2017, 495), affidando al settore privato la riqualificazione di parti di patrimonio immobiliare e spazio pubblico. Un'altra strategia politica fu il Novo Regime de Arredamento Urbano (NRAU), in vigore da novembre 2012, che sanciva la ristrutturazione di antichi edifici, grazie all'apporto di

3.3.2 NRAU, Golden Visa, RHN, FII



Ponteggio edilizio. Fonte: Josh Sorensor

capitali internazionali, nonché un aggiornamento del mercato degli affitti (una delle condizioni dell'accordo con la troika. Lestegas, 2019; Mendes, 2017). In un video realizzato da Euronews.com, Otelinda, donna portoghese di 74 anni, residente nella città di Porto. è stata costretta ad abbandonare la propria casa dopo aver ricevuto un avviso per il pagamento di 3.906 euro percependo una pensione pari a 280 euro (Euronews, 2020). Tale strategia, accompagnata dalla Nove Lei das Rendas, che permetteva di liberare, attraverso lo sfratto, gli edifici

nei centri di interesse turistico dagli attuali inquilini, soggetti a pagamenti dell'affitto molto bassi, è una strategia che riflette il potere speculativo degli investitori immobiliari, che vedono, nelle parti centrali soprattutto, la possibilità di aumentare il capitale a propria disposizione. La diminuzione degli affitti a prezzi accessibili e la privatizzazione dei centri rientrano dentro il quadro di mercificazione degli immobili della città (Mendes, 2017) volto all'estrazione finanziaria da parte dello Stato, aggravata negli stessi anni dall'attuazione di programmi per

attrarre investimenti stranieri. Infatti politiche come il *Gol*den Visa, il Regime de Impostas para Residentes Nao Habituais (RNH), Novo Regime Tributario dos Fundos de Investimento Imobiliario (FII) rientrano all'interno del pacchetto di azioni promulgate dallo Stato negli ultimi anni, in riferimento al mercato immobiliare (Lestegas, 2019). Approvato nel 2012, il Golden Visa è un programma che permette agli investitori dei paesi extra UE di ottenere il permesso di soggiorno, consentendo la libera circolazione all'interno dei paesi dell'Area

Schengen (Mendes, 2017). Il permesso, che inizialmente viene erogato per un anno con possibilità di rinnovo ogni due anni, diviene permanente 5 anni dopo permettendo con il sesto anno l'acquisizione della cittadinanza portoghese (Lestegas, Seixas, Lois-Gonzalez, 2017). Questo è ottenibile, tra le diverse opzioni (Figura 20), anche grazie ad investimenti nel settore immobiliare pari a 350.000 euro per edifici con più di 30 anni dalla costruzione e 500.000 euro per edifici di nuova costruzione (Lestegas, Seixas, & Lois-Gonza-

Salvatore Ferlisi

lez, 2017). Il successo di tale politica si evince dai dati riguardanti il periodo compreso tra il 2012 e il 2018, con un totale di 5.397 permessi concessi grazie all'acquisto di un immobile sui 5.717 totali (Seguera & Nofre, 2019). La possibilità di accrescere il reddito a propria disposizione grazie all'introduzione di strutture ricettive ha riscosso gran successo negli investimenti passati da 241 milioni del 2015 ai 509 milioni dell'anno 2016, con un aumento del 111% (Mendes, 2017) agevolato da altre politiche. Il Regime de Impostas para

Residentes Nao Habituais (RNH), introdotto nel 2009, è un'altra delle politiche attuate basata sull'esenzione fiscale sulle pensioni, che tra 2009 e 2016 ha attirato 10.684 residenti non abituali. Il programma prevede il versamento di un'aliquota forfettaria pari al 20% (Lestegas, 2019) (Lestegas, Seixas, & Lois-Gonzalez, 2017) e indipendente dal reddito proprio di un individuo. Inoltre, le pensioni che dovrebbero essere tassate all'interno dello stato di residenza, in Portogallo risultano esenti da imposta per i cittadini stranieri (Lestegas, 2019).

I Golden Visa

Acquisition of real estate with a (sole or combined) value of at least 500k.

Acquisition of real estate with more than 30 years construction time and a (sole or combined) value of at least 350k.

Acquisition of real estate in areas with fewer than 100 citizens per square km, with a (sole or combined) value of at least 400k.

Acquisition of real estate in areas with more than 30 years construction time and fewer than 100 citizens per square km, with a (sole or combined) value of at least 280k.

Capital transfer of at least 1M (to a bank operating in Portugal).

Capital transfer of at least 500k invested in Portuguese Venture Capital Funds or Leveraged Capital Funds.

Creation of at least 10 permanent jobs in a new company created in Portugal.

Donation of 250k for Culture, Heritage or Arts in a Portuguese National Institution.

Figura 20. Modalità per l'ottenimento del Golden Visa. Fonte: Sequera & Nofre, 2019

Per poter essere categorizzato come "residente non abituale" e prendere parte al programma, è necessario trascorrere in territorio lusitano più di 183 giorni o possedere un immobile che ne permetta il periodico soggiorno, motivo per il quale molte persone hanno investito nell'immobiliare (Mendes, 2017) (Lestegas, Seixas, Lois-Gonzalez. 2017). Infine, con il Novo Regime Tributario dos Fundos de Investimento Imobiliario (FII) del 2015 si sancisce, per i residenti non abituali, la fine della tassazione dei rendimenti derivanti da immobili

rispetto al 25% del passato (Mendes, 2017). Un ulteriore incentivo verso il mercato ricettivo turistico riguarda la differenza tra l'aliquota d'imposta sul reddito generato da contratti di locazione classici pari al 28% e l'imposta sul reddito generato da contratti di locazione ai turisti, pari soltanto al 5% (Mendes, 2017).

3.4 I Le conseguenze

"Capital is continually invested in the built environment in order to produce surplus value and expand the basis of capital itself. But equally, capital is continually withdrawn from the built environment so that it can move elsewhere and take advantage of higher profit rates."

Smith in Lestegas, Seixas & Lois-Gonzalez, 2019, 3.

Se da un lato la creazione di un contesto favorevole per gli investitori e i conseguenti investimenti immobiliari sta portando al rinnovamento urbano ricercato dallo Stato portoghese con 2.4 miliardi di investimenti, nel periodo compreso tra 2012 e 2017, per l'acquisto di immobili (Seguera & Nofre, 2019), dall'altro ha portato al verificarsi di diversi casi di gentrificazione turistica, come processo di accumulazione di capitale (Mendes, 2017). La strategia adottata dallo Stato portoghese unita alla diffusione di piattaforme digitali come Airbnb (Cocola-Gant & Gago,

2019) hanno accentuato una nuova concezione di città. La città diviene uno "spazio organizzato per il reinvestimento di capitale" (mia traduzione, Mendes, 2017, 485) aprendo il mercato immobiliare allo short-term, favorendo l'Airbnbisation (Sequera & Nofre, 2019) delle città e, allo stesso tempo, tralasciando i servizi per i cittadini. Secondo Cocola-Gant (2016) infatti, il ruolo dell'alloggio è cambiato, passando dal concetto di "alloggio come riparo" ad "alloggio come veicolo di investimento". e dunque di accumulazione di capitale (Lestegas, Seixas, &

Lois-Gonzalez, 2019). Ciò è tangibile in un'intervista realizzata da Euronews nell'anno 2020, dove. Rui Le Costa imprenditore portoghese, all'interno della città di Porto, è passato dal possesso di soli due monolocali nel 2014 a circa 75 appartamenti, specializzando la sua società (Feel Porto) nell'acquisto e ristrutturazione di immobili per affitti brevi. Tutto questo, come citato da Rui, è stato agevolato dall'aiuto di ingenti fondi stranieri, ad esempio investitori americani, messicani, spagnoli, inglesi e italiani, mostrando gli edifici prossimi o in fase di ristrutturazione e le gru presenti sul panorama cittadino, a dimostrazione dell'attività immobiliare in città (Euronews, 2020). Nel giro di pochi anni i centri delle maggiori città hanno subito un rapido processo di ristrutturazione portando sempre una maggiore quantità di turisti tra le strade, mossi, dal canto proprio, dalla volontà di vivere come dei locali (Euronews, 2020). L'ascesa del mercato di noleggio a breve termine e delle piattaforme di sharing, hanno permesso alla società di Rui di fatturare 2,5 milioni di euro nell'anno 2019. Alla prosperità della società di Rui

si contrappone lo stato d'animo di Irma, abitante del centro storico, invasa da un sentimento di estraneità dettato dal processo di gentrificazione in atto. "È cambiato molto" - afferma la donna - "abbiamo perso molti abitanti nel centro storico perché gli affitti sono aumentati in modo esponenziale e le entrate, soprattutto per gli anziani, non possono più sostenere i prezzi praticati oggi". Questo causa decine di sfratti ogni mese, come accaduto ad Otelinda, sfrattata dopo ben 53 anni (Euronews, 2020). Altre critiche riguardanti il piano d'azione delle politiche portoghesi, sono quelle affermate del direttore generale della EastBanc Portugal, secondo cui il regime fiscale per i non residenti è stata un'iniziativa utile per portare imprenditorialità nel territorio. al contrario del Golden Visa. che attira figure con patrimoni ingenti, i quali investono e "then they don't show up again" (Lestegas, Seixas, & Lois-Gonzalez, 2017, 1778). Un altro contesto in cui analizzare le conseguenze delle politiche adottate è quello di Alfama, centro storico della capitale portoghese. Dal 2008 al 2018 la capitale ha visto un

aumento degli hotel del 100% portando ad una rincaro dei prezzi degli affitti del 110%, contribuendo ad un'importante crisi abitativa per la popolazione locale (Cocola-Gant & Gago, 2019). Nella piccola porzione di Alfama analizzata da Cocola-Gant e Gago (2019) nel periodo compreso tra 2015 e 2016 il numero di alloggi per l'affitto a breve termine aveva subito una crescita del 10% rispetto al totale degli alloggi (25% rispetto al 16% dell'anno 2015 su 945 immobili) con la presenza di interi condomini divenuti dimora per turisti, divenuti di

fatto alberghi (Cocola-Gant & Gago, 2019). "We are invaded! Invaded!"- afferma una residente di Alfama - "And property owners just want monev. They do not care about human rights. Someday we will walk around here and sav: 'Look! This sort of hotel used to be my home!' This is going to be our history (Cocola-Gant & Gago, 2019, 12). Mentre lo studio denuncia anche la presenza di "corporate landlords harass tenants on a regular basis in order to promote direct displacement so as to profit from tenant turnover with higher rents (Fields

Gago, 2019, 13) le testimonianze raccolte dagli studiosi segnalano le conseguenze sociali dei processi di gentrificazione, all'interno dei quali gli inquilini a basso reddito rappresentano "a barrier to capital accumulation" e l'impronta sempre più turistica del mercato immobiliare a discapito dell'occupazione a lungo termine (Cocola-Gant & Gago, 2019, 13). Da qui la nascita di diverse organizzazioni come "Stop Despejos" (Stop agli sfratti) o "Habita", volte alla tutela del diritto alla casa e alla città. Nonostante

& Uffer in Cocola-Gant & i maggiori effetti del processo siano evidenti all'interno delle maggiori città portoghesi, la ricerca pone la propria attenzione all'interno della realtà turistica dell'Algarve, analizzando nello specifico gli effetti dell'ascesa del mercato short-term, e nello specifico di Airbnb, in Lagos (Figura 21).



Figura 21. Divisione amministrativa del Portogallo in 18 districtos

3.5 | Il ruolo turistico dell'Algarve

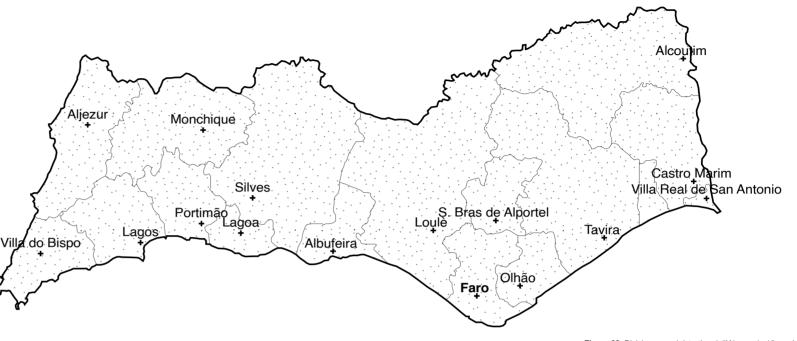


Figura 22. Divisione amministrativa dell'Algarve in 16 municipios

L'Algarve è una delle cinque regioni in cui, per fini statistici, è suddiviso il territorio portoghese. Dal punto di vista prettamente geografico, la regione è situata nella punta sud-occidentale della penisola iberica, separata dal resto del paese da diverse catene montuose e dal semi-deserto dell'Alentejo. Con i suoi 16 municipios (Figura 22-23) e i suoi 469.938 abitanti, la regione rappresenta il territorio con la minore quantità di popolazione residente del paese (Pordata, 2023). Fino al decennio 1960-1970, quando il governo di Salazar decise di

virare sulla promozione turistica del territorio portoghese, la regione dell'Algarve, si presentava come una regione isolata sotto diversi punti di vista ma venne considerata la regione prioritaria per lo sviluppo turistico. I collegamenti con Lisbona erano quasi inesistenti e per percorrere i 300 km che la separavano dalla capitale serviva un'intera giornata. Questa geografia ha spinto i suoi abitanti a sfruttare il mare come unica risorsa, divenendone il fulcro dell'economia fino al secolo scorso. Lo sfondo della regione era contrassegnato da una

scarsa qualità della vita associata a lavori precari e ai bassi salari. Con l'inaugurazione dell'aeroporto internazionale di Faro nel 1965, il turismo, è stato l'impulso principale per l'arretratezza delle varie attività svolte fino ad allora e ha rappresentato una nuova specializzazione per l'economia, che non doveva più seguire il "calendario" delle coltivazioni agricole, o dipendere dalle sorti del pescato, capace di introdurre all'interno del territorio figure professionali come guide, chef, camerieri, ai quali veniva attribuito uno stipendio pari a quello di dipendenti pub-

blici (Cavaco, 1969). Sul territorio vennero anche apportati altri miglioramenti come la costruzione di infrastrutture migliori, intese come strade, servizi igienici, rete elettriche, telecomunicazioni e ospedali, che unite all'ubicazione delle maggiori città "in riva al mare", hanno portato a flussi di immigrazione straniera. Oggi infatti, si registra un aumento della percentuale della popolazione straniera rispetto alla popolazione portoghese (469.938, Pordata, 2023), passata dal 15,4% del 2008 (448.722) al 22,5% del 2021.

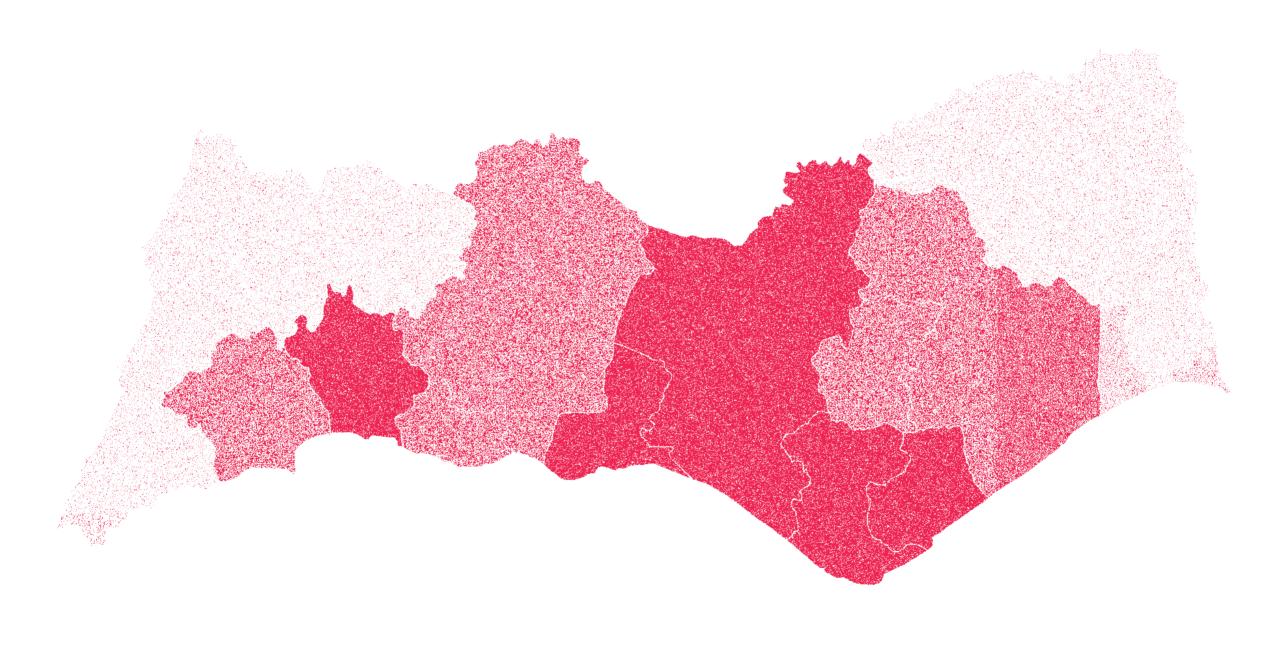


Figura 23.Densità di popolazione nei 16 municipios
Fonte: Pordata, 2023

da 0 a 10mila

Salvatore Ferlisi

da 10mila a 20mila

da 20mila a 40mila

da 40mila a 80mila

Portogallo

Capacità ricettiva

Algarve

6.271

Strutture ricettive

939

179.500

amere

50.200

404.900

Posti-letto

124.300

Figura 24. Confronto tra la capacità ricettiva del Portogallo e la regione dell'Algarve sulla base di dati forniti da Turismo de Portugal

Un altro dato interessante per la regione, ricollegabile alle politiche adottate è stato l'aumento di popolazione straniera con regolare status di residenza passato da 72.000 individui del 2008 a 106.000 del 2021, il secondo valore più alto dopo l'area metropolitana di Lisbona (Pordata, 2023). All'interno della regione il tasso di crescita maggiore è registrato nella città di Lagos, registrando un valore pari al 100%, passando da 6.000 individui stranieri circa (22% della popolazione) a 12.000 individui (35% della popolazione). Tornando al turismo, questo

rappresenta il 16.5% del PIL regionale contribuendo alla creazione di circa 52.000 posti di lavoro (INE, 2019). Le entrate registrate nell'anno 2021 sono state pari a 753,2 milioni, rappresentando il contributo maggiore alle entrate derivanti dal turismo su scala nazionale, seguita dall'Area Metropolitana di Lisbona con 504,4 milioni e il Norte con 349 milioni (Turismo de Portugal, 2021). Secondo un report realizzato da Turismo de Portugal (2021) l'Algarve nell'anno 2019, prima della battuta d'arresto per il settore dovuta alla pande-

mia mondiale COVID-19, rappresentava e, secondo dati più recenti continua a rappresentare, la destinazione prediletta dai turisti, rappresentando il 35% (circa 20,9 milioni di pernottamenti, Figura 25) sul 84,2% dei pernottamenti in zone costiere, seguita dall'AM di Lisbona con il 31,4% (INE, 2020). La regione, infatti, offre una capacità di posti-letto del 30.2% sul territorio nazionale (Figura 24), con il 27% delle camere disponibili e il 15% sul totale delle strutture ricettive, che hanno permesso di accogliere 5 milioni di turisti nell'anno 2019 (27 milioni in-

tero Portogallo), il cui affitto delle camere ha portato ad entrate pari a 909,6 milioni di euro (Turismo de Portugal). Nonostante le preoccupazioni interne al sistema turistico. ovvero la potenziale concorrenza con i sistemi ricettivi tradizionali come dimostrato da Zervas et al (2017) con l'ascesa di Airbnb e la conseguente discesa degli hotel in Texas, è utile analizzare come in Algarve sia più adatta la definizione di "minaccia dirompente" di Guttentag e Smith (2017); infatti considerando il triennio compreso tra 2019 e 2022 la regione ha visto un leggero

21 Milioni 57 Milioni

15 Milioni

Turisti domestici

2017

4 Milioni 19 Milioni

1 Milioni Turisti domestici

4 Milioni

Turisti domestici

3 Milioni

15 Milioni

Turisti internazionali

Turisti internazionali

19%

Totale 33%

13 Milioni

8 Milioni

Turisti domestici

42 Milioni

Turisti internazionali

Saldo +11 Milioni €

25 Milioni 68 Milioni

Pernottamenti

2018

2019

4,8 Milioni 20,5 Milioni

10 Milioni Turisti domestici

20 Milioni

Turisti domestici

15 Milioni Turisti internazionali

48 Milioni

Turisti internazional

Saldo +12,2 Milioni €

1,3 Milioni

4,5 Milioni Turisti domestici

Turisti domestici

16 Milioni

3.5 Milioni Turisti internazionali

Turisti internazionali

19%

Totale 30%

27 Milioni 70 Milioni

11 Milioni

Turisti domestici

Pernottamenti

21 Milioni Turisti domestici

16 Milioni

Turisti internazionali

49 Milioni

Turisti internazionali

Saldo +13,2 Milioni €

5 Milioni

Milioni Pernottamenti

1,5 Milioni

5 Milioni

Turisti domestic

Turisti domestici

3,5 Milioni

16 Milioni

Turisti internazionali

Turisti internazionali

30% 18,5% Totale

Stagionalità

aumento dei pernottamenti all'interno di alloggi locali. Se nel 2019 la regione registrava 19 milioni di pernottamenti in hotel su un totale di 21 milioni (92%), negli anni successivi vi è stato un aumento della permanenza in alloggi locali, passando da un 6% sul totale del 2019 all'8% del 2021 (Turismo de Portugal). La caratteristica del turismo dell'Algarve è inoltre, la sua stagionalità. Infatti, analizzando un report realizzato da Turismo de Portugal (2021), e ponendo l'attenzione sull'anno 2021 in cui la regione ha registrato circa 11 milioni di

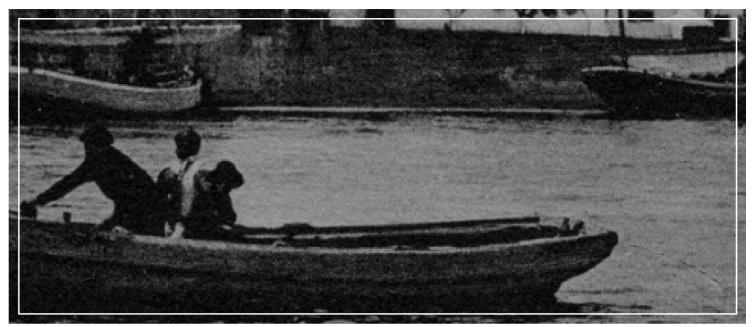
pernottamenti (periodo ricrescita post-crisi), il territorio ha ospitato ben 9,4 milioni di pernottamenti nel periodo compreso tra il mese di maggio e ottobre, costituendo circa l'85% del totale registrato nello stesso anno, con 1,6 milioni di pernottamenti nei restanti sei mesi (Figura 26).

Gennaio 0.04 Milioni 0.03 Milioni Febbraio Marzo 0,05 Milioni 0.08 Milioni **Aprile** Maggio 0,50 Milioni Giugno 1,18 Milioni Luglio 1,55 Milioni Agosto 2,76 Milioni 1.87 Milioni Settembre Ottobre 1.58 Milioni 0,65 Milioni Novembre Dicembre 0.38 Milioni

Figura 26.

Divisione per mese dei pernottamenti registrati nell'anno 2021 Fonte: Turismo de Portugal, 2021

3.6 | La realtà turistica di Lagos



Pescatori lungo il fiume Ribeira de Bensafrim. Fonte: Fototeca Municipal de Lagos

Lagos è un municipios (comune) di 27.041 abitanti (Associação Nacional de Municípios Portugueses) situato all'interno del distretto di Faro. nella regione dell'Algarve. Per la sua posizione geografica, con la vista aperta sul mare e in linea con il resto della regione, la città è sempre stata dimora di pescatori, che facevano della pesca la principale fonte di guadagno, ma anche di navigatori (Rocha, 1991). "...In Lagos they always had a common denomination, the sea. Lagos history is also the story of its connection to the Sea." - afferma Jose

Veloso cercando di spiegare l'importanza del rapporto con l'acqua per la città (Jose Veloso tramite Neto, Januario, Kong, & Garcia, 2011) Dopo la Seconda guerra mondiale e a seguito dell'apertura dell'aeroporto regionale, la cittadina vede la diminuzione dell'attività della pesca che l'aveva caratterizzata fin dalle origini in favore di una crescente espansione del settore turistico, all'interno del quale la popolazione è maggiormanete impiegata (Censos, 2021). Il periodo di crescita e di espansione turistica finalizzati a rendere La-

gos nota in campo nazionale e internazionale, portarono anche ad interventi di miglioramento delle infrastrutture e di costruzioni ex novo. Tra le prime la grande strada vicino al lungomare (Avenida dos Descobrimentos), che secondo Neto et al. fu "the first destruction of the organic balance of the city." (Neto, Januario, Kong, & Garcia, 2011, 14) segnando l'interruzione del contatto tra l'acqua, per anni portatrice di fortune, e la popolazione stessa, fu inserita la tipica pavimentazione portoghese, la calçada, riconoscibile in diverse città maggiori del

Portogallo, venne migliorata l'illuminazione pubblica e ancora, furono rifunzionalizzati numerosi edifici storici (Rocha. 1991). Altra costruzione della fine del XX secolo fu quella della Marina di Lagos, un'opera prettamente turistica, che venne creata principalmente per l'accoglienza di imbarcazioni turistiche, al fine di garantire la permanenza in città (Rocha, 1991) (Neto, Januario, Kong, & Garcia, 2011). La crescita turistica della regione e della città, grazie alle spiagge e al clima offerto, hanno portato anche ad una crescita del sistema ricettivo.

Lagos registra oggi un aumento delle strutture ricettive rappresentando la terza destinazione turistica per il totale di alojamento local della regione (117), seconda soltanto ad Albufeira (209) e Loulè (129), ma anche la sesta dell'intero Portogallo (Figura 27). La capacità totale della città inoltre registra circa 10.000 posti letto (Pordata, 2023), con il maggior tasso di crescita della regione pari al 100% nel periodo compreso tra 2009 e 2021 ma distante dai registri di Albufeira (44.062 posti-letto), Loulè (17.739 po-sti-letto) e Portimao (15.709 posti-let-

to), dal cui utilizzo, nell'anno 2019, sono scaturiti circa 82.000 euro (Pordata, 2023). Nonostante i numeri dimostrino che Lagos sia una destinazione turistica emergente alcuni delle peculiarità tipiche del luogo risultano alterate, a dimostrazione dell'impronta sempre più turistica che sta vivendo la realtà cittadina, all'interno del quale analizzare la presenza di possibili processi di gentrificazione.

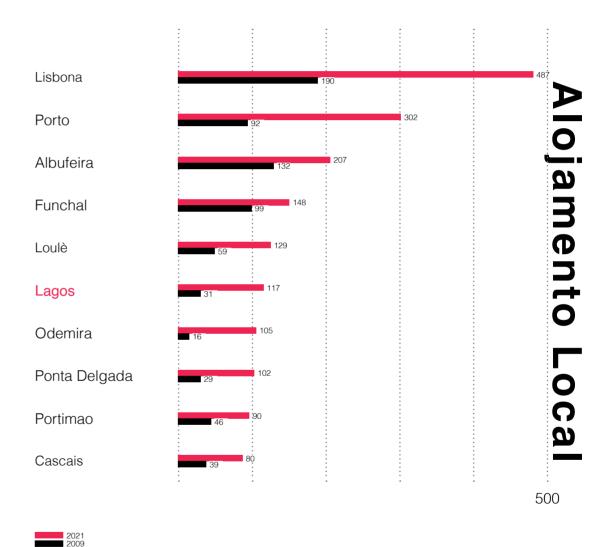


Figura 27. Totale degli "Alojamento Local" in Portogallo Fonte: Pordata, 2023

3.7 Le testimonianze raccolte

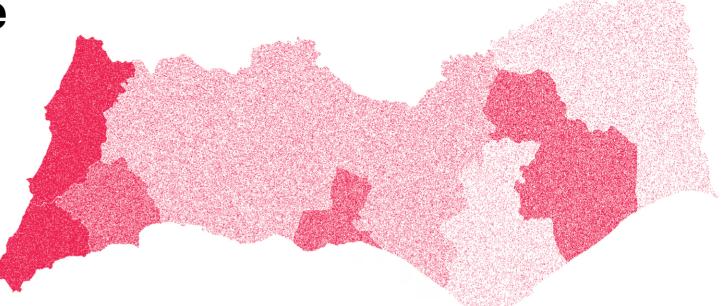


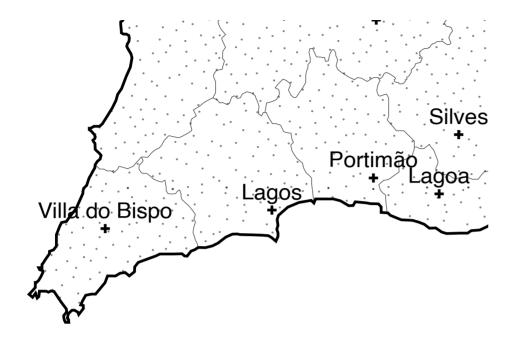
Figura 28. Percentuale della popolazione residente di nazionalità straniera. Fonte: Censos, 202

Dalle testimonianze degli abitanti e dai dati acquisiti dall'analisi Censos la realtà di Lagos è in una fase di trasformazione portando ad un sempre più diffuso sentimento di *solastalgia*. A differenza della nostalgia e dalla volontà di ritorno al passato, la solastalgia si riferisce all'erosione del senso di appartenenza ad un luogo e "an intense desire for the place where one is a resident to be maintained in a state that continues to give comfort or solace" (Albrecht, 2005, 45). I fattori scaturenti, oltre che ambientali, oppure alle guerre sono anche as-

sociati ai processi di gentrificazioni delle parti storiche delle città. Albrecht afferma che: "the concept has universal relevance in any context where there is the direct experience of transformation or destruction of the physical environment (home) by forces that undermine a personal and community sense of identity and control" (Albrecht, 2005, 46). Il sentimento di solastalgia viene ulteriormente accentuato dalla sempre maggiore presenza di popolazioni straniere all'interno della comunità come denuncia prima una donna inglese

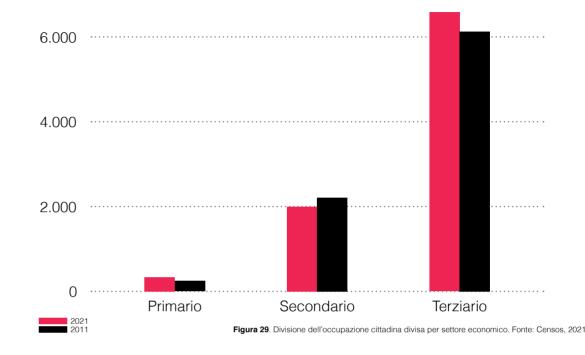
(49 anni) ed in seguito confermata da un'altra donna inglese (44 anni), che afferma: "Il Portogallo mi permette di godere di uno stile di vita più confortevole rispetto ad altri posti. Sono da sola e a poca distanza posso sempre incontrare molti amici, anche a piedi". Con la maggiore crescita registrata di popolazione straniera con status di residente, oggi Lagos ospita circa 12.000 stranieri che corrispondono al 35% della popolazione totale della città (Figura 28) (Pordata, 2023). Una delle prime testimonianza raccolte mette in luce il

cambiamento segnato dall'avvento del turismo, nonchè il passaggio da un economia basata sulla pesca ad una che si fonda maggioramente sul terziario. Infatti, come afferma uno dei primi intervistati (uomo tedesco, 55 anni): "Lagos era una città straordinaria. La sua unicità risiedeva nella presenza dei pescatori che vivevano di pesca quotidiana". I dati Censos del 2021 confermano il trend occupazionale della cittadina con 246 individui impiegati nel settore primario, 2.046 nel settore secondario ed infine, la maggior parte, impiegati all'interno



del settore terziario con circa 7.000 lavoratori (Figura 29), con la presenza di personale non qualificato impiegato che costituisce il secondo gruppo per maggioranza della città (Censos, 2021). E ancora, Neto et al. (2011) denunciavano già la sempre più ingente impronta turistica, con molte abitazioni in vendita all'interno del centro storico, affermando: "...And then, there is the historical city center, almost deserted at night, dominated by bars and pubs or by some agitation that, occasionally, generates some insecurity. In this historical center, many

of the buildings of the nineteenth and the early twentieth century are on sale, waiting for someone willing to resurrect them from apathy." (Neto, Januario, Kong, & Garcia, 2011, 17). Ai rischi generali inerenti al settore turistico, si accompagnano quelli inerenti ai processi di gentrificazione. Matt Lavin, proprietario e direttore di Benoit Properties International Limited, spiega perché è conveniente investire all'interno della regione del Sud: "A friendly, relaxed atmosphere permeates throughout the region and combines with a relatively low cost of living.



Thanks to these factors, many choose the Algarve as a place to invest in with a view to using their property as a holiday home, or somewhere to retire to. Entry costs compare incredibly favourably with other tourist regions in Europe and this, combined with average rental yields of between 5% and 7%, makes property in the Algarve very attractive." (Lavin, 2020). La possibilità di offrire proprietà con basso tasso di necessità di intervento (23% sul totale degli edifici, (Censos, 2021) e la crescente espansione del settore, nel frattempo ha attirato l'attenzione di

agenzie immobiliari, sempre più decise nell'acquisto di immobili all'interno del centro città, come sostiene prima una donna americana (55 anni) secondo cui molti dei conoscenti che possiedono una seconda casa nel centro città spesso vengono contattati da agenzie immobiliari con offerte di convincimento per la cessione degli immobili e poi anche il primo degli intervistati (tedesco, 55 anni): "Sono contrario all'edificazione delle abitazioni diffusa tra lavoratori stranieri, sarebbe giusto coinvolgere maggiormente la popolazione porto-

ghese, invece di relegarla in database redatto di AirDna. una posizione secondaria." Il processo di Airbnbsation (Sequera & Nofra, 2019) della città, dunque dell'avanzare del mercato short-term e il conseguenze rischio di gentrificazione turistica è confermato dalla diffusione di Airbnb all'interno delle mura storiche che delimitano il centro cittadino, portando ad una sempre maggiore quantità di alloggi per turisti al suo interno ed ad una minore presenza della popolazione locale. L'analisi svolta è effettuata grazie alla consultazione dei dati disponibili all'interno del

3.8 L'analisi dei dati di AirDNA 3.8.1 Offerta generale

Le analisi riquardanti l'offerta di alloggi a breve termine su Airbnb all'interno della città di Lagos si basano su dati estratti dalla piattaforma di AirDNA inerenti all'anno 2022, considerando le proprietà "attive", cioè quelle che hanno avuto almeno un giorno di calendario riservato o disponibile all'interno del periodo di riferimento (AirDNA glossary). La descrizione della realtà turistica e la progressiva Airbnbsation (Sequera & Nofre, 2019) della città partono da un disegno generale dell'offerta presente sul territorio, il quale conta 4.564 proprietà all'interno della piattaforma, con 8.596 posti-letto a disposizione (Figura 30). Per capire la diffusione di Airbnb, all'interno del territorio, risulta utile evidenziare come, la sola offerta di interi appartamenti in un'altra piattaforma di home-sharing, come Home-Away, risulti inferiore del 300% (3.816 Airbnb - 1.033 Home Away). Scomponendo le proprietà per tipologia, dunque, si nota come la maggiore offerta di alloggi riguardi interi appartamenti, che appunto costituiscono circa l'85% del totale, e camere private, circa il 14%, al quale seguono le

Posti-Letto		Proprietà
0-2		3.603
3-5		909
6-8		38
9 >		14
8.596	Totale complessivo	4.564
Tipologia		Proprietà
Entire Home/Apart		3.861
Hotel Rooms		17
Private Room		653
Shared Room		33

Figura 30, sopra. Offerta di posti-letto e alloggi sulla piattaforma di Airbnb. Fonte: AirDNA.com, 2022
Figura 31, sotto. Divisione per tipologia dell'offerta. Fonte: AirDNA.com, 2022

minoranze delle camere di hotel e di camere condivise (Figura 31). Grazie alla presenza della data di inserimento dell'immobile all'interno del mercato di Airbnb è possibile anche analizzare il progressivo sviluppo nel corso degli anni (Figura 32). Infatti, in linea con lo sviluppo turistico vissuto dal Portogallo e più in generale, con l'avvento della sharing economy, anche a Lagos, a partite dal 2010, è stata registrata una sempre maggiore offerta di Airbnb. Questa è passata dalle sole 4 proprietà presenti nell'anno 2010 alle 1.016 registrate nel

solo anno 2022, registrando delle aggiunte ingenti anche nel biennio 2018-2019, periodo nel quale il Portogallo ha annotato i numeri più elevati di turisti. La continua crescita registrata a partire dall'anno 2012 (2011, 9 proprietà, 2012, 45 proprietà) ha subito una battuta d'arresto nel periodo della pandemia Covid-19, facendo registrare subito dopo un aumento dell'offerta di circa 1.000 posti-letto nel solo anno 2022. Considerando infine l'offerta complessiva con il numero massimo di guests che le strutture possono accogliere, è possibile affermare che

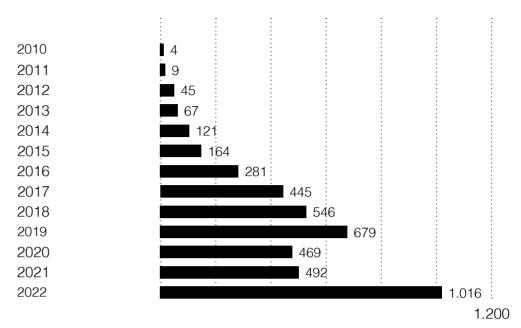
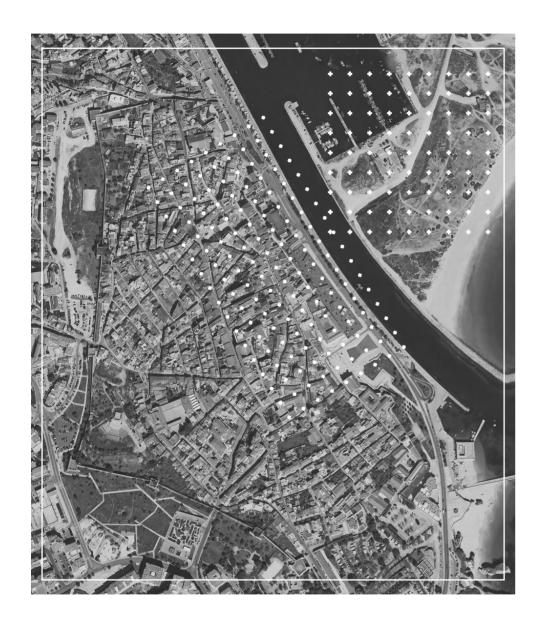


Figura 32. Evoluzione dell'offerta degli alloggi su Airbnb, 2010-2022. Fonte: AirDNA.com, 2022

la capacità di carico dell'offerta di Airbnb è di circa 20.000 ospiti. Questo dato, all'interno di un'ipotetica situazione di saturazione della capacità di carico offerta, se confrontato con il numero di abitanti del *municipios* di Lagos (27.041) costituisce quasi un rapporto 1/1 tra popolazione residente e turisti, creando molte delle problematiche analizzate. Ponenedo l'attenzione all'interno della parte storica della città di Lagos (Figura 33), nel quale si trova l'area di progetto designata, l'offerta conta circa 750 appartamenti che, per i 2 posti-letto di media a

disposizione, permettono il raggiungimento di una capacità di carico pari a 1.500 ospiti. Nello specifico, analizzando l'evoluzione del mercato short-term all'interno dell'area storica e nella parte a ridosso le mura antiche (Figura 35), l'offerta è passata da 9 unità nel periodo compreso tra 2010 e 2012, alle 58 del periodo compreso tra il 2013 e il 2015. fino ad arrivare al periodo di crescita maggiore compreso tra 2016-2022. In questo lasso di tempo, i numeri registrati infatti, sono pari a 212 unità tra 2016 e 2018, 263 per il periodo compreso

tra 2019 e 2021 ed infine di 208 nel solo anno 2022. All'avanzare del mercato short-term, e della sempre maggiore Airbnbsation (Sequera & Nofre, 2019), corrisponde una progressiva riduzione del mercato degli affitti a lungo termine e un consquente spostamento della popolazione al di fuori del centro storico. È plausibile dunque. che, nella porzione di territorio considerato, all'aumento dell'offerta si sia accompagnato uno spostamento della popolazione residente, liberando appartamenti oggi presenti all'interno della piattaforma.



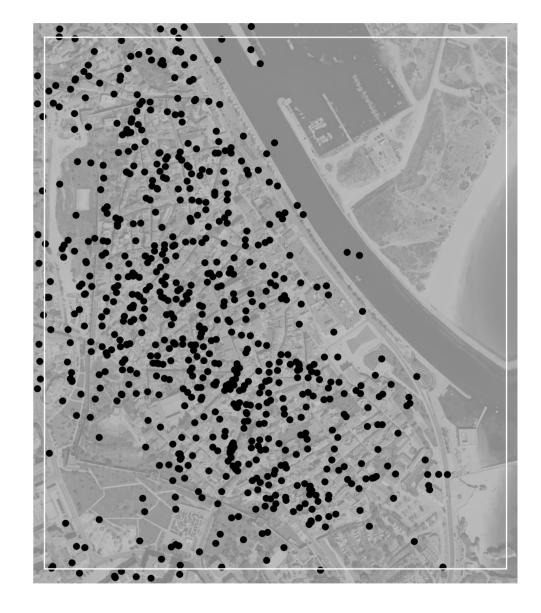
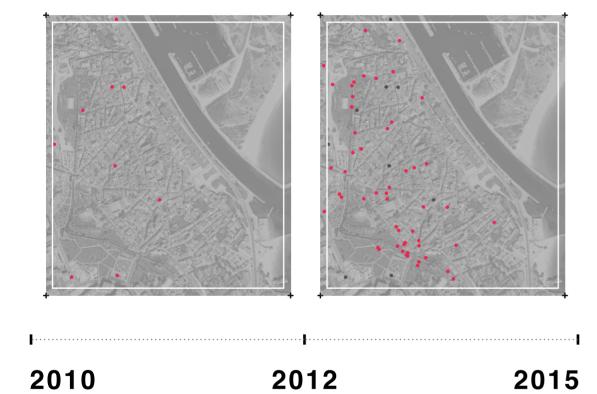


Figura 33.Inquadramento della città storica di Lagos e delle due aree di progetto Fonte: AirDNA, 2022

Figura 34.
Stato attuale dell'offerta all'interno della città storica,
Fonte: AirDNA, 2022



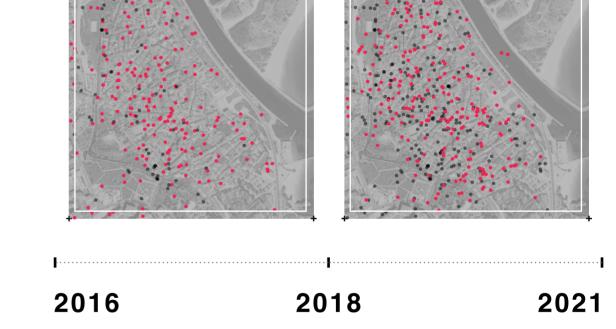


Figura 35. Mappatura dell'evoluzione degli alloggi all'interno della città storica Fonte: AirDNA, 2022

Salvatore Ferlisi

Nuove offerte Offerte esisten

^{*} Il sistema di coordinate utilizzato dal database, a causa di problematiche legate alla privacy, presenta uno scostamento di circa 50-100 metri.

3.8.2 | Stagionalità

La stagionalità del turismo è una delle caratteristiche che si riscontra all'interno della regione in generale, ma anche nella città di Lagos. Per mettere in luce la stagionalità all'interno del territorio, risulta utile analizzare come varia il tasso di occupazione dell'offerta di Airbnb nell'arco dell'anno. Nello specifico, per effettuare le analisi, l'anno viene suddiviso in quattro trimestri: Q1: Gen-Mar; Q2: Apr-Giu; Q3: Lug-Set; Q4: Ott-Dic. Analizzando fin da subito il tasso di occupazione (0-1; totale giorni prenotati/giorni di inserzione attiva) all'interno dei diversi

semestri è possibile notare delle differenze. In generale il tasso di occupazione varia dallo 0,3 (media) del primo trimestre allo 0.75 (media) del terzo trimestre. Inoltre, la maggiore richiesta nei mesi di luglio, agosto e settembre porta ad una maggiore saturazione dell'offerta; infatti, mentre nel Q1 sono soltanto 225 le unità con un tasso compreso tra 0.9 e 1, nel Q3 il totale delle unità sale a 1.681. Nel primo trimestre considerato sono state registrate 5.215 prenotazioni, il valore più basso registrato nell'arco dell'anno, al quale seguono i due

periodi di maggiore affluenza, rispettivamente 31.169 per Q2 e 48.111 per Q3. Analizzando i due periodi di minore e maggiore affluenza (Q1-Q3, Figura 36), è utile evidenziare che nel Q1, su 4.564 unità, sono state registrate 3.055 con nessuna prenotazione mentre, considerato il range di prenotazioni comprese tra 10-17, il numero corrisponde soltanto a 49 unità. Differente è la situazione che riguarda il Q3 con il numero di unità che non hanno ricevuto prenotazione che si abbassa del 68% (980 unità), con il totale di prenotazioni registrate per singola

abitazione che si innalza fino a 55 unità. Dalla suddivisione in trimestri è possibile anche far emergere la differenza complessiva tra i ricavi ottenuti. Infatti, nei periodi in cui si è registrato il maggior numero di prenotazioni (Q2-Q3) i ricavi totali registrati, sono stati rispettivamente di 14 milioni circa per il primo (3.370 euro in media) e di 30 milioni circa per il secondo (7.213 euro in media), nettamente maggiori rispetto al Q1 i cui ricavi sono stati di 1,7 milioni per il Q1 (461 in media) (Figura 37).

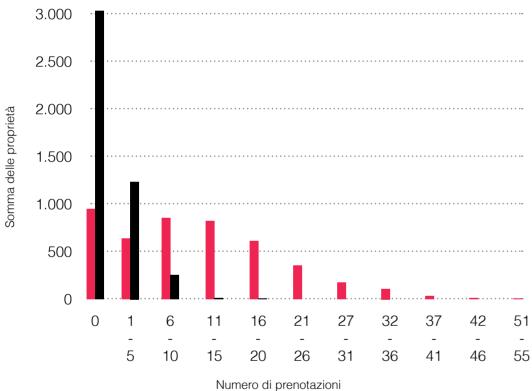




Figura 36. Numero degli alloggi per numeri di prenotazione nei trimestri Q1 e Q3 Fonte: AirDNA, 2022

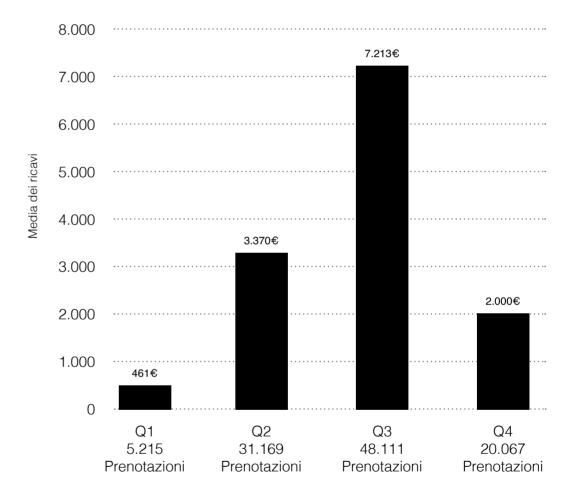


Figura 37. Media dei ricavi registrati all'interno dei quattro trimestri Fonte: AirDNA, 2022

Salvatore Ferlisi

3.8.3 | Multi-hosts

Un altro degli aspetti da analizzare è la presenza, all'interno del mercato, di diversi individui che possiedono differenti tipologie di offerte nella piattaforma di Airbnb. sfruttandone le possibilità per accrescere il reddito a propria disposizione. Dividendo i proprietari in quartili, è possibile identificare, grazie agli Host ID di riferimento, il numero di offerte appartenenti ad un singolo individuo. Per far ciò sono state realizzate quattro categorie, divise in: Big Multi Host con più di 30 unità, Medium-Big Multi Host con un numero di unità comprese tra

8 e 29, Medium-Small Multi Host con un numero di unità comprese tra 4 e 7, ed infine Small-Multi Host con numero di unità compreso tra 1 e 3. Delle 4.564 unità presenti all'interno della piattaforma di Airbnb circa il 50% appartengono alla categoria degli Small-Multi Host composta da 1.667 individui, con il restante 50% diviso tra le altre categorie sopracitate. Nello specifico alla categoria dei *Big*, costituita da 9 individui, appartengono 777 unità, a quella dei Mid-Big, composta da 55 individui, appartengono 709 unità, mentre la categoria dei

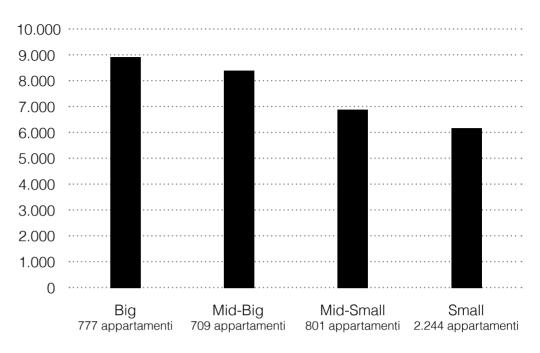


Figura 38. Suddivisione media guadagni per quartile all'interno del Q3. Fonte: AirDNA.com, 2022

Mid-Small, composta da 156 individui, registra 801 unità. Dalla combinazione tra i ricavi ottenuti e la divisione in quartili si può evidenziare come, alll'interno del periodo compreso tra Luglio e Settembre, il gruppo dei Big riesca a ricavare dal mercato degli affitti a breve termine quasi il 50% di quel che guadagna la categoria dei piccoli proprietari (Figura 38), con la caratteristica, che accomuna tutte le categorie (Figura 39), di ottenere i maggiori ricavi all'interno del periodo compreso tra Luglio e Settembre. I risultati dimostrano differen-

ti evidenze nel caso in cui venga considerata la media dei ricavi rispetto alle proprietà gestite. In questo caso infatti, la categorie dei Big ricava, in media, circa 9.000 euro a differenza della categoria dei Small, che registra in media circa 6.500 euro. Inoltre, è possibile constatare come questi non operino soltanto in territorio portoghese. Infatti, se per alcuni individui Lagos rappresenta l'unico investimento, altri possiedono investimenti multipli in territorio portoghese e non solo. Uno dei casi considerati, appartenenti alla categoria dei

unità in tutta Europa, mentre un altro degli individui presi in analisi possiede 72 unità in Lagos e 963 all'interno dell"intero del territorio portoghese, non agendo in altri paesi europei. Infatti, secondo le due categorie prese in analisi, si può affermare che soltanto il 2% dei proprietari che agiscono nel paese possiedono altre unità all'interno del resto d'Europa. Differente è invece il quadro per coloro che possiedono unità in Lagos e, contemporaneamente, nel resto

Big, gestisce infatti, 84 unità del Portogallo. Sui 1.994 casi all'interno di Lagos, 257 unità presi in analisi, il 85% opera nell'intero Portogallo e di 402 soltanto sul territorio di Lagos, mentre il restante 15% possiede anche investimenti al di fuori della città e all'interno dei confini portoghesi. Ciò dimostra come il mercato short-term all'interno della municipalità non sia inserito all'interno di un circuito internazionale, ma è sede di investimenti principalmente locali, a differenza delle maggiori città portoghesi dove, come affermato da Rui le Costa, vi è una certa sinergia con gli investitori internazionali.

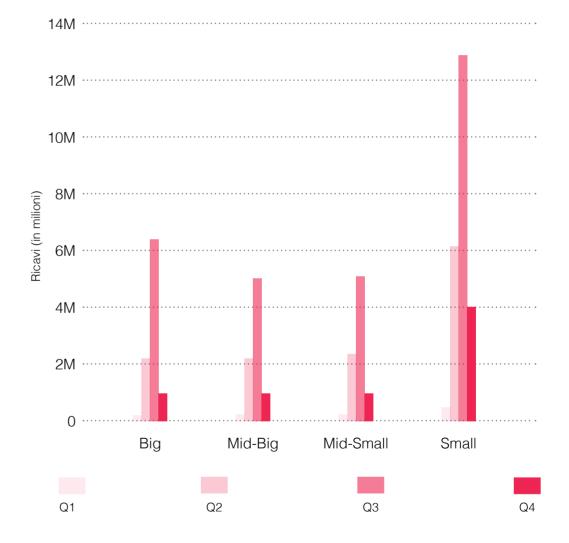


Figura 39. Comparazione dei ricavi, per quartile d'appartenenza, nei trimestri considerati Fonte: AirDNA, 2022



04



Progettare l'Anti-displacement



4.1 | Una possibile strategia



Fonte: Fototeca Municipal de Lago:

L'avanzata turistica all'interno della cittadina. la diffusione all'interno dell'area delimitata dalle mura antiche del mercato di Airbnb e le conseguenze del displacement subito dalla popolazione locale, innescano per la città la ricerca di una strategia che possa smorzare gli effetti causati, soprattutto durante i periodi di forte afflusso turistico. All'interno di una letteratura basata sulla ricerca di cause ed effetti. le teorie e strategie su possibili processi di resistenza all'avanzata del settore e dei processi di gentrificazioni trovano poco spazio (Ghaffari, Klein

& Baudin, 2017), nonostante la "lotta" stia crescendo a livello internazionale (Lees, Annunziata & Rivas-Alonso, 2017). Negli anni, oltre ai diversi casi di resistenza in città americane come San Francisco e New York ed inerenti a casi di gentrificazione classica, si sono create diverse opposizioni alla gentrificazione turistica all'interno di diverse città europee. L'Assemblea de Barris a Barcellona. Morar em Lisboa nella capitale portoghese, la creazione della Rete SET (Sud-Europa di fronte alla turistificazione) che collega diverse città europee

(Venezia, Valencia, Siviglia, Palma, Pamplona, Lisbona, Malta, Malaga, Madrid, Girona, Donostia/San Sebastian, Canarie, Camp de Terragona, Barcellona) per dar voce alla critica rivolta al modello turistico attuale, tra cui proprio il rischio del diritto all'abitare, sono soltanto alcune delle associazioni e collettivi che sono stati organizzati negli ultimi anni. All'interno del caso studio di Lagos, dopo aver analizzato il contesto turistico cittadino. viene proposta una strategia di anti-displacement capace di tutelare il diritto all'abitare grazie alla costruzione di un

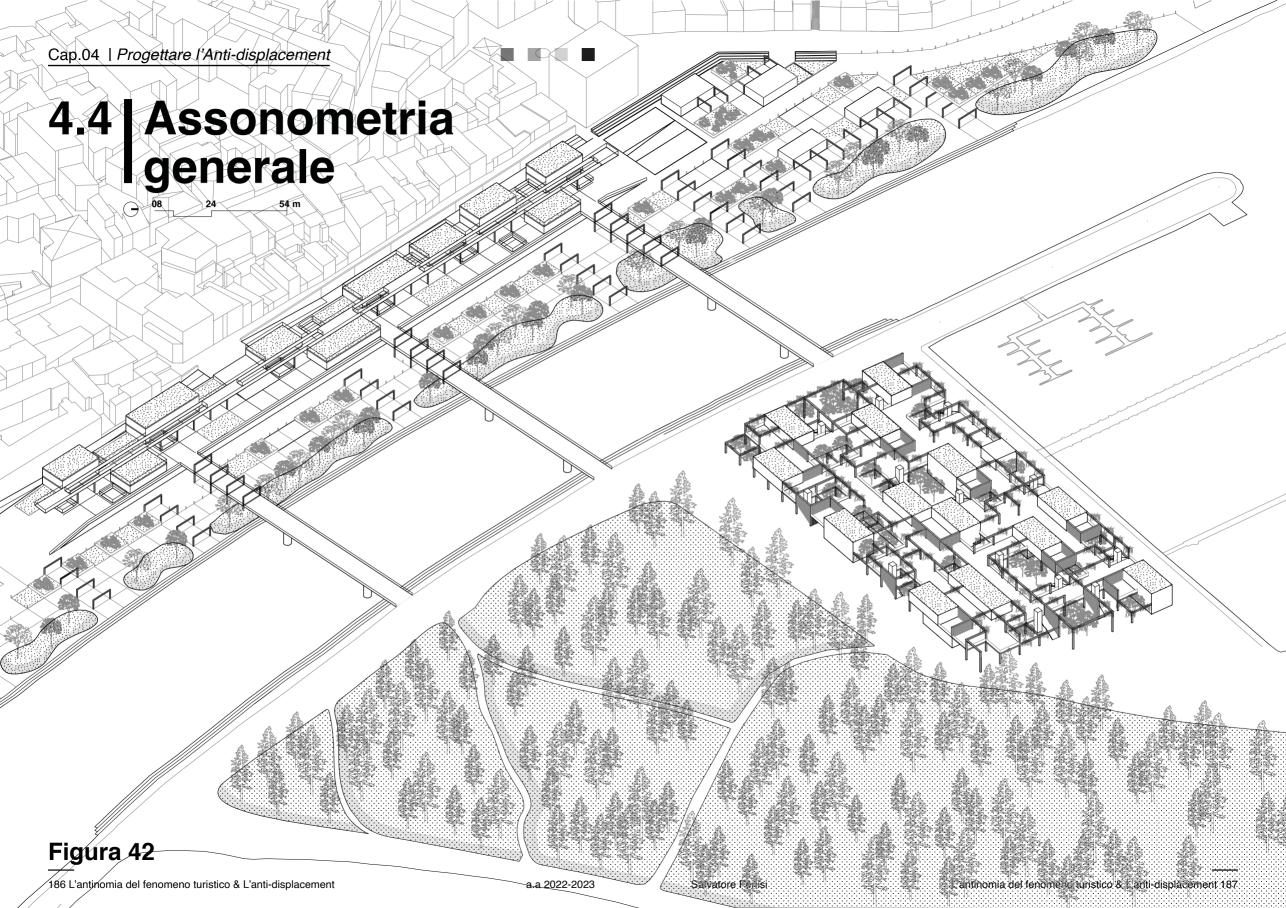
"villaggio" dedicato alla popolazione locale, in accordo con la creazione di "comunità". Già in Venezuela, la strategia è stata attuata, grazie alla collaborazione tra governo e attivisti che hanno reso possibile la creazione di un "Campamento de Pioneros" per la creazione di una comunità per famiglie evitando la gentrificazione (classica) dell'area del vecchio mercato a Caracas resistendo alle pressioni immobiliari (Lees, Annunziata, & Rivas-Alonso, 2017). È bene specificare, come affermano Lees, Annunziata & Rivas-Alonso (2017, 5) che "resistan-

ce to gentrification is not a singular entity; there are many different forms and practices, and these need to be researched in context". Il progetto può esser visto come un'azione di gestione del processo di gentrificazione, all'interno di una destinazione in ascesa a livello turistico, improntato su un concetto di sopravvivenza ed esempio di geo-politica. In accordo con Atkinson infatti (Ghaffari, Klein & Baudin, 2017, 2) "a systematic review in the social sciences cannot be used to generate direct policy answers to social problems but [can provide] an im-

portant tool in assessing where we are at and, perhaps, where we should be going". Nello specifico si propone una delocalizzazione assistita capace di reinserire i residenti costretti allo spostamento, cercando di aumentare contemporaneamente la propria soddisfazione attraverso la creazione di una cooperativa edilizia. L'area di progetto individuata fa parte di un masterplan più ampio (Figura 40) in stretta relazione con le mura storiche della città, ma diviso dal passaggio del fiume Ribeira de Bensanfrim. Sulla sponda ovest trova spa-

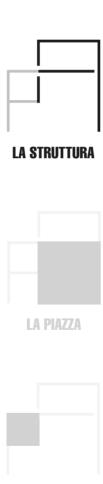
zio una zona confinante con la cittadina storica, strettamente relazionata alle antiche mura della città, dove, ad oggi, sorge un parcheggio sotterraneo in grado di soddisfare la nuova domanda di parcheggi per la città e sulla cui copertura sorgono diversi volumi contenenti servizi, tra cui bar e ristoranti. Sulla sponda est, l'area si presenta quasi vuota. con la sola presenza di un ristorante, posta in un contesto più naturale e meno antropizzato, caratterizzata dalla vicinanza al mare e alle sabbiose dune delle spiagge di Lagos. Mentre per la sponda ovest

è prevista una riqualificazione dell'esistente parcheggio, per la sponda ovest è previsto un intervento ex-novo, luogo all'interno del quale è prevista la creazione di una comunità come strategia di *anti-displacement* (Figura 41-42).

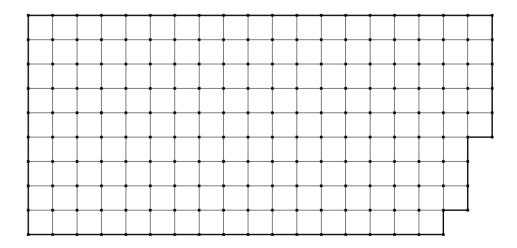


4.5 | Strategie di progetto 4.5.1 | L'uso della griglia

In accordo con la strategia adottata per il masterplan generale e unita all'intento di massimizzare lo spazio di un lotto dalla forma irregolare, per la realizzazione del villaggio è stata seguita una griglia (Figura 43). La struttura è composta da elementi verticali e orizzontali in legno, materiale ritenuto opportuno vista la vicinanza ad un contesto poco antropizzato, con: 179 pilastri con dimensioni 50x50, altrettante travi in legno lamellare con dimensioni 50x70 e da travi ausiliarie 50x50. L'orditura secondaria è composta invece da travetti con dimensioni 30x15. La griglia permetterà la realizzazione di un gioco di spazi pieni e vuoti, con quest'ultimi che svolgeranno un duplice compito, lasciando filtrare la luce al piano terra, creando l'alternarsi di luci e ombre, e allo stesso tempo punto di inserimento della vegetazione all'interno del villaggio.



IL VUOTO



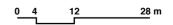


Figura 43. Griglia seguita per la divisione dello spazio

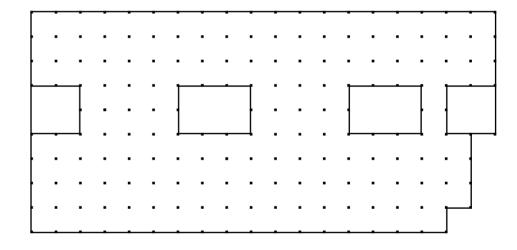
4.5.2 Creazione di piazze e vie

Il progetto, dal punto di vista distributivo, è organizzato seguendo il disegno di un piccolo villaggio, fatto di vie che si intersecano fra loro e di quattro piazze principali (Figura 44), tutte in asse tra loro. La realizzazione delle piazze è prevista in corrispondenza dei due ingressi principali est ed ovest e all'interno del villaggio stesso, permettendo all'utente una visione generale dello spazio che lo circonda prima di "perdersi" tra le vie che lo compongono.









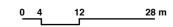


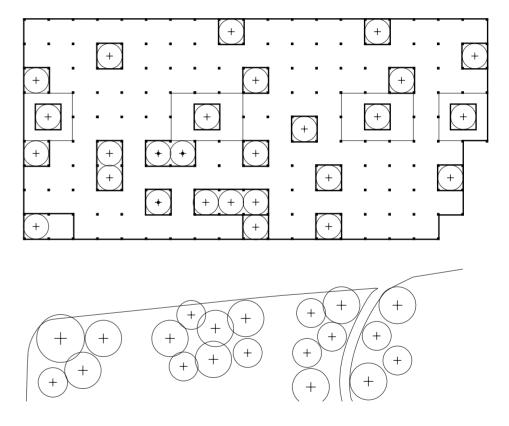
Figura 44. Creazione delle piazze all'interno del villaggio

4.5.3 La duna all'interno del villaggio

L'ultima delle strategie perseguite per il progetto è stata la volontà di far interagire e creare una relazione tra la nuova costruzione e il contesto naturale che andrà ad ospitarlo (Figura 45). La duna, seppur con vegetazione differente, si insedierà all'interno con l'apposizione di alberi Ceratonia Siliqua, appositamente scelti per il clima della città di Lagos mentre la struttura del complesso sarà ricoperta da edera e glicine. La parte "verde" sarà proposta anche nei tetti degli edifici residenziali con la creazione di giardini pensili in cui sarà invece presente la vegetazione dalla duna, la quale, viste le elevate temperature estive, svolgerà un ruolo protettivo per il costruito.



IL VUOTO



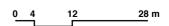
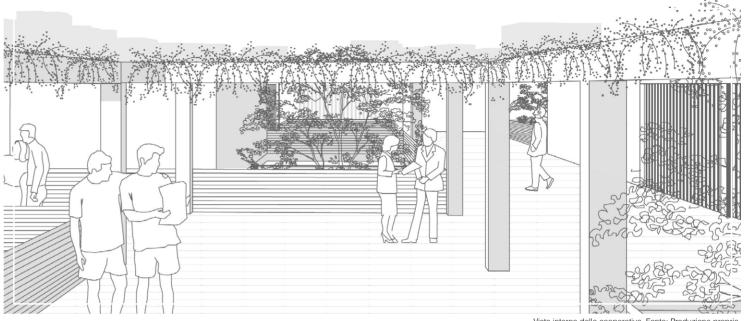


Figura 45.
Nuova interazione tra la duna e il villaggio

4.6 Una nuova cooperativa



Vista interna della cooperativa. Fonte: Produzione propri

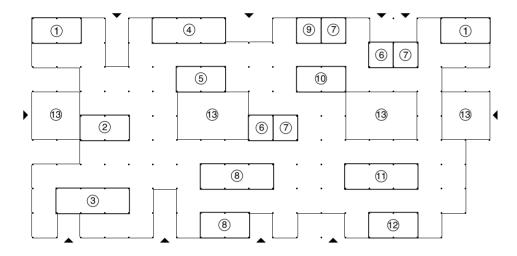
Sulla sponda ovest del fiume Ribeira de Bensanfrim, compreso tra due confini differenti, cioè la marina e la duna, sorge un lotto, attualmente in disuso, che si presenta come una distesa di sabbia, all'interno del quale si propone la realizzazione di un progetto. Quest'ultimo è un tentativo di dare uno spunto strategico verso il displacement causato dalla gentrificazione turistica, attraverso la creazione di una comunità cittadina. Il nuovo villaggio previsto, oltre che a relazionarsi con il contesto in cui sorge, vuole essere una possibilità per i

cittadini costretti a spostarsi in altre parti a causa del turismo, o soggetti alla pressione delle agenzie immobiliari, di tornare a vivere nella parte centrale della città di Lagos. cercando anche di riavvicinarli al fiume, antica fonte di ricchezza. La strategia prevede la creazione di una cooperativa affidata ad individui locali, i quali prenderanno parte alla nuova comunità. Uno dei primi progetti utilizzati come riferimento è l'Unitè d'Habitation di Le Corbusier e il concetto di "comunità" che ne sta alla base. Dopo la visita alla certosa d'Ema, Le

Corbusier, afferma: "...From that moment on, the binomial apperead to me: "individual" and "collective", an indissoluble combination" (Massoni, 2020). Proteggere l'individualità della famiglia dunque, non significa rinunciare ad una vita collettiva, poichè l'uomo sente la necessità di riconoscersi in una dimensione culturale collettiva. Il binomio "individuo" e "collettivo" è uno dei punti principali del nuovo villaggio, con spazi aperti e liberi per stimolare momenti di convivialità, altri con schermature per consentire agli utenti di isolarsi. L'o-

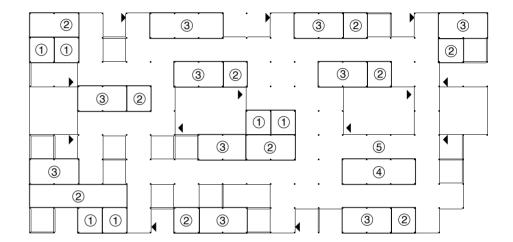
biettivo è quello di mettere in contatto, ricercando l'interazione, diverse categorie di individui tra cui anziani, giovani, pescatori, famiglie. Gli appartamenti (da 50 mg e 100 mg) previsti al primo piano vengono dunque integrati in un contesto in cui sorgono al piano terra anche 2 negozi per la pesca, un piccolo centro per anziani, locali tecnici, una biblioteca, un ufficio amministrativo, uno spazio eventi, un ristorante e altri spazi in comune come cucina e lavanderia (Figura 46-47-48-49).

4.6.1 Distribuzione degli spazi



- 1. Negozi per la pesca
- 2. Ufficio amministrativo
- 3. Spazio eventi
- 4. Centro anziani
- 5. Biblioteca
- 6. Bagni pubblici
- 7. Locali tecnici

- 8. Asilo
- 9. Lavanderia comune
- 10. Cucina comune
- 11. Ristorante
- 12. Negozio per il mare
- 13. Piazze



- 1. Residenze, 50 mg
- 2. Accesso privato e solarium privato
- 3. Residenze, 110 mg

- 4. Ristorante
- 5. Terrazza

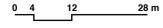


Figura 46.
Mappa distributiva dei locali al piano terra

Figura 47.
Mappa distributiva dei locali al primo piano

4.6.2 Elaborati grafici

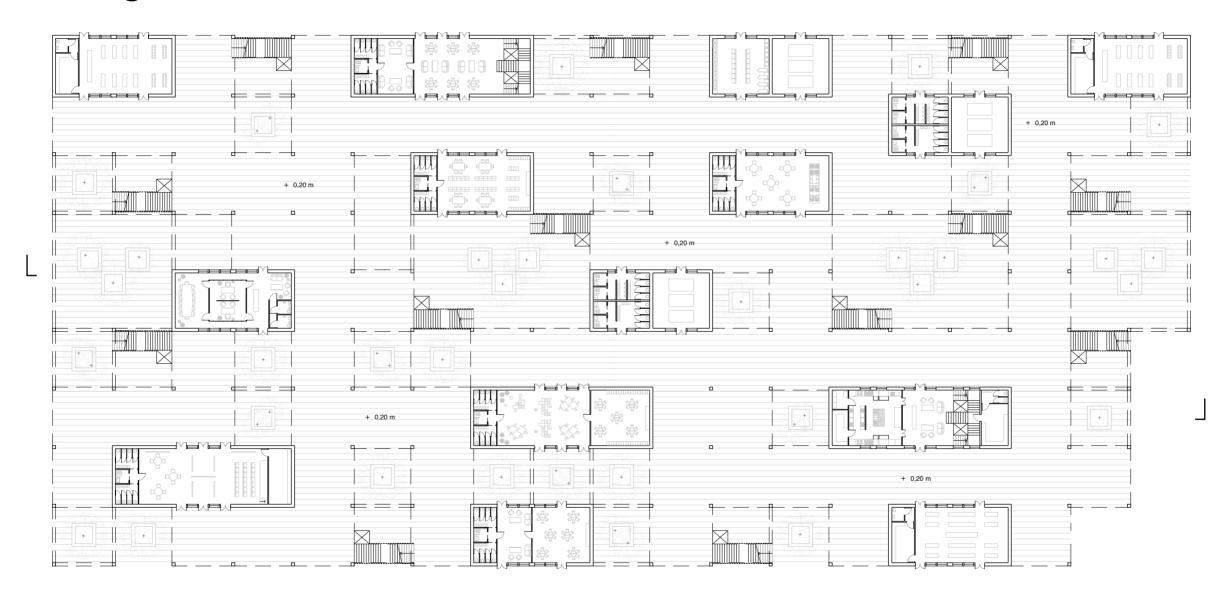




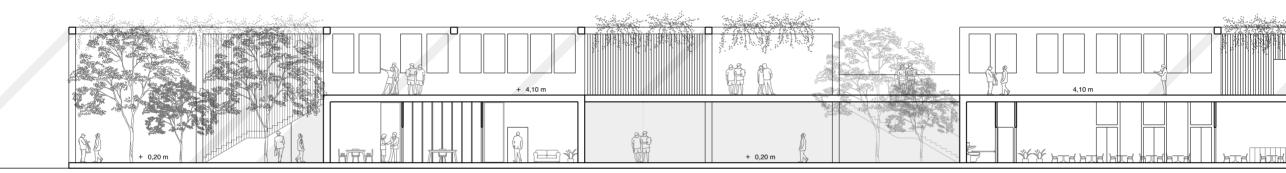
Figura 48. Pianta piano terra





Figura 49. Pianta primo piano

4.6.3 La vegetazione



Per la scelta della vegetazione si predilige una specie sempreverde, diffusa nel bacino del Mediterraneo, ovvero la *Ceratonia siliqua*. Specie dalla chioma espansa, la *Ceratonia* sviluppa un'altezza compresa tra gli 8 e i 15 m, ma soprattutto adatta ad un tipo di terreno sabbioso come quello della duna. Con la sua alta adattabilità alle condizioni urbane, la specie può essere riprodotta come pianta singola, o in gruppo, per la realizzazione di parchi, giardini, piazzali ed aiuole. Le esigenze di manutenzione risultano moderate, con una tendenza a sporcare sulla media, ma con basse esigenze di potatura. Tra le caratteristiche di maggior rilievo, la *Ceratonia*, presenta un'alta tolleranza alla siccità, tipica in Lagos e alla salinità.

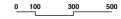
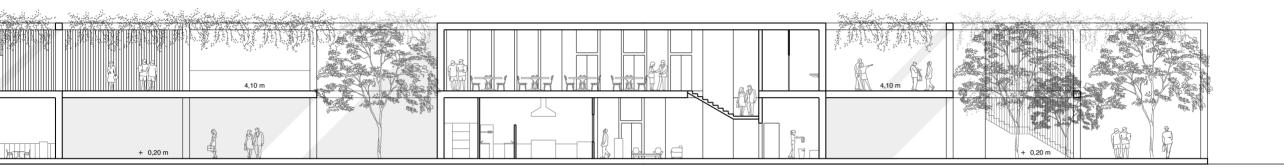
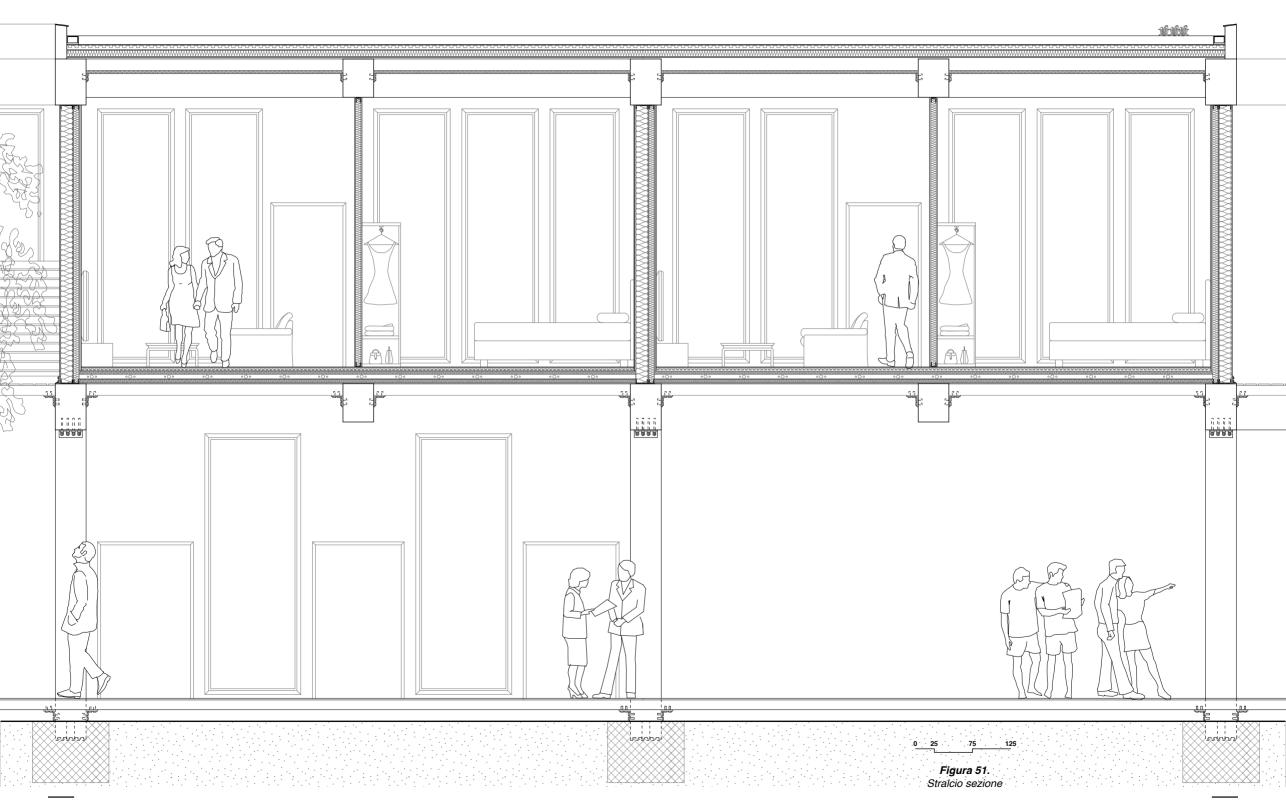


Figura 50. Sezione longitudinale



La parte di vegetazione che andrà a definire l'aspetto ultimo del villaggio sarà la Wisteria Sinensis. La specie ha un portamento arbustivo - rampicante, con possibilità di lughezza di 15 m, tra le specie

più vigorose e appariscenti. Le foglie sono caduche e in paripennate, ovvero formate da un numero dispari di foglioline strette e ovali (9-15), di colore verde brillante. I fiori sono piccoli, ma riuniti in abbondanti infiorescenze o racemi, lunghe anche 30-50 cm, che nelle varietà più vigorose come *Wisteria floribunda 'Macrobotrys'*, raggiungono i 120 cm di lunghezza.



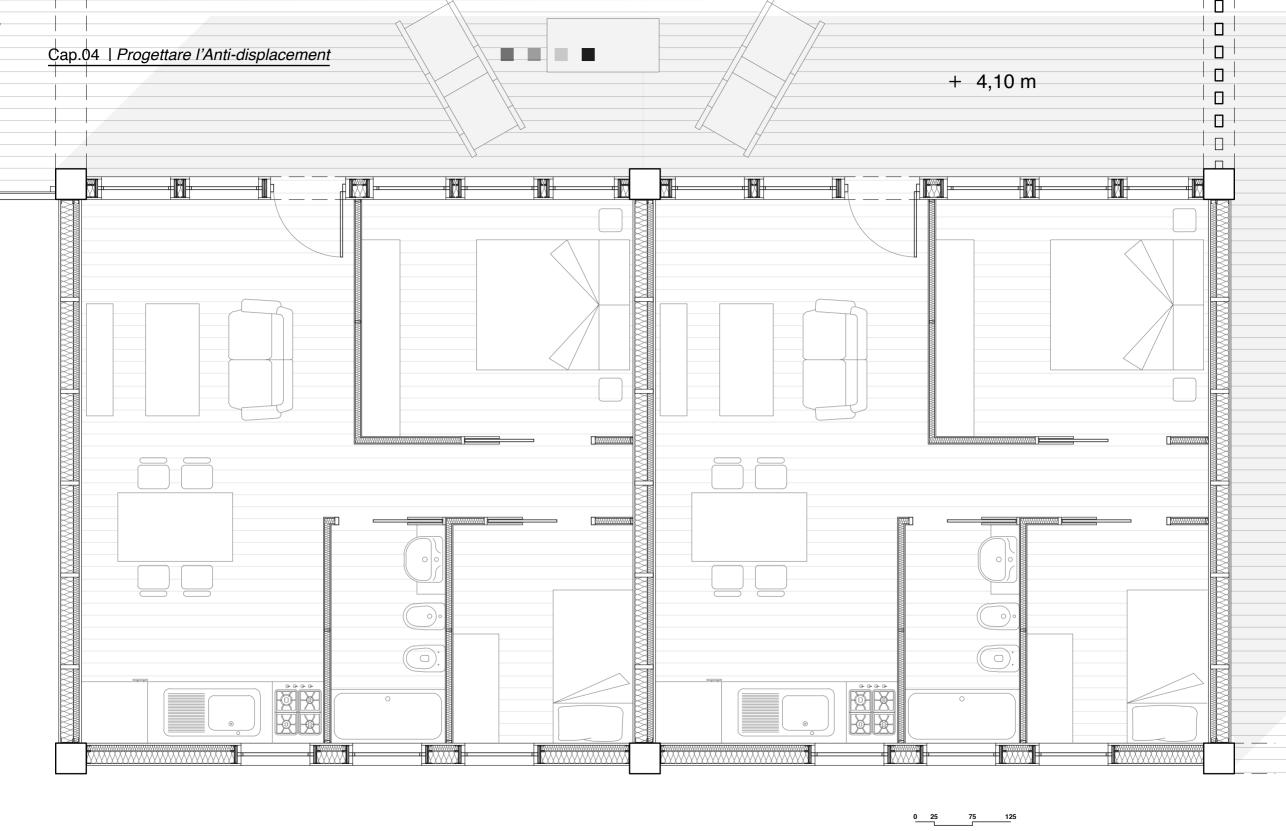


Figura 52. Stralcio pianta

Fine Progetto

I Conclusioni

Alle possibilità di guadagno scaturite dalle piattaforme di *sha-ring* si accompagnano diversi problemi che nascono dalla progressiva *Airbnbsation* (Sequera & Nofre, 2019) delle città. Il contesto portoghese è un esempio. Infatti, al turismo come rinnovamento urbano, con gli ingenti investimenti sull'immobiliare effettuati negli ultimi anni, si è susseguita una sempre maggiore quantità di sfratti.

Nonostante la letteratura si concentri più sulla spiegazione e sulla comprensione del fenomeno della gentrificazione turistica causato da Airbnb, risulta utile interrogarsi su quelle che potrebbero essere delle possibili strategie, capaci di arginare o limitare il fenomeno. La comprensione generale del turismo e della sua evoluzione, culmina nel contributo dato negli anni più recenti dalla sharing economy, e nello specifico da quale Airbnb. dietro si cela semuna professionalizzazione degli pre maggiore host.

Lo studio cerca di demistificare la retorica della *sha-ring economy*, mettendo in luce la reale motivazione, cioè le possibilità di guadagno, che si cela sotto tale accezione. Il processo di gentrificazione turistica che ne scaturisce mira, infatti, all'espulsione degli ostacoli che, per i proprietari, mettono a repentaglio l'acquisizione di guadagni aggiuntivi.

All'interno della descrizione della realtà turistica di Lagos, sede del progetto proposto, grazie alle analisi effettuate, è stato possibile verificare l'ascesa turistica attraverso il progressivo aumento del mercato *short-term*, e anche la presenza, seppur limitata, di *host* che agiscono in ambito nazionale e internazionale. Il progetto si inserisce all'interno di un contesto in cui l'offerta di Airbnb aumen-

ta le proprie proporzioni anno dopo anno, in cui le entrate registrate all'interno dei periodi di picco sollecitano i proprietari a sottrarre le proprietà dal mercato a lungo termine.

La strategia di *anti-displacement* proposta vuole essere uno strumento di tutela per il diritto all'abitare all'interno delle destinazioni turistiche, mantenendo la possibilità di accogliere turisti e, allo stesso tempo, di limitare l'assenza degli abitanti all'interno del centro città.

Il villaggio proposto è da considerarsi come un nuovo punto di inizio, una cellula primordiale che cerca di indicare "where we should be going" (Atkinson in Ghaffari, Klein & Baudin, 2017, 2). L'idea è quella di sensibilizzare anche i policy makers, come fatto da Munch per la passeggiata sul viale Karl Johan, essenziali per la reale fattibilità del progetto. Infatti, oltre i processi di regolamentazione e di monitoraggio, strettamente necessari per la crescita del mercato di Airbnb, il progetto necessita anche di una collaborazione con le istituzioni locali, capaci di tutelare l'identità e gli usi del territorio.

Alla sempre maggiore quantità di alloggi per turisti, che stanno pian piano trasformando il centro storico in un distretto turistico, si accompagna l'inizio di un processo di creazione di alloggi per residenti da affittare a lungo termine, capace di progredire e moltiplicarsi nel tempo.

Il tentativo del progetto, come affermato da Cocola-Gant e Gago (2019), è di ripristinare il ruolo dell'alloggio come riparo, ponendo in secondo piano le possibilità di investimento e di guadagno. Per far ciò, il disegno progettuale non vede la creazione di tale "cellula" come un oggetto finito, ma riproducibile all'interno dei diversi *empty space* presenti

all'interno delle storiche cittadine (Figumura re 53-54), con gli spazi al piano terra destinati ai commercianti e alle attività tipiche del luogo. La creazione di un sistema di alloggi volge verso la nascita di un'unica grande associazione di quartiere, in grado di collaborare con gli enti comunali al fine di prendere parte al dibattito sulle condizioni attuali e future della destinazione. A partire dalla piccola realtà di Lagos, viene proposta una strategia non strettamente in conflitto con i processi di gentrificazione, ma in grado di tutelare anche gli interessi dei residenti, cercando di essere un campione da seguire anche per le grandi realtà turistiche.

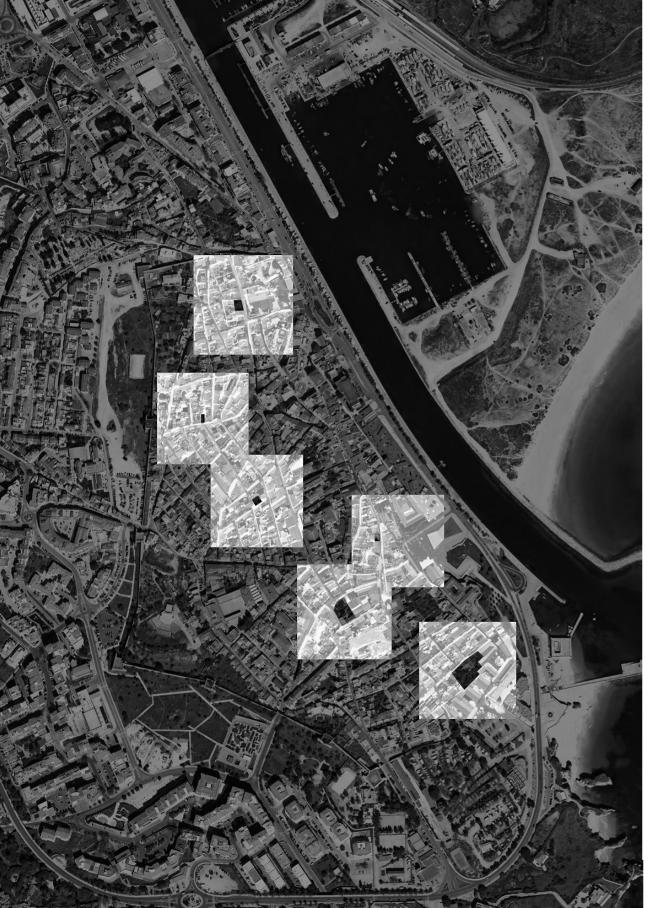








Figure 53-54. Inquadramento delle possibili aree in cui riprodurre l'idea

I Bibliografia

- Albrecht, G. (2005, Giugno 2). 'Solastalgia' A New Concept in Health and Identity. *Philosophy Activism Nature, 3*, p. 41-55.
- Barron, K., Kung, E., & Proserpio, D. (2020, Ottobre 2). The Effect of Home-Sharing on House Prices and Rents: Evidence from Airbnb. *Marketing Science*, p. 1-25.
- Becchi, A. (2015). Territorio ed economia, in ordine sparso. In A. Becchi, C. Bianchetti, P. Ceccarelli, & F. Indovina, *La citta del XXI secolo Ragionando con Bernardo Secchi* (p. 9-38). Milano: FrancoAngeli.
- Bivens, J. (2019, Marzo 26). The economic costs and benefits of Airbnb. *Economic Policy Institute*, p. 27.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: HarperCollins Publishers.
- Boyer, M. (1972). Le Tourisme. Parigi: Seuil.
- Butler, R. W. (1980, Marzo). The concept of an area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*.
- Cavaco, C. (1969). Geografia do Turismo no Algarve. Aspectos contemporâneos. *Finisterra*.
- Cocola Gant, A. (2016). *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población*. Barcellona.
- Cocola-Gant, A. (2016). Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront. *Sociological Research Online*.
- Cocola-Gant, A. (2018, Aprile 27). Tourism gentrification. *Social and Political Science*, p. 281-293.
- Cocola-Gant, A., & Gago, A. (2019). Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement: A casa study in Lisbon. *Environment and Planning A: Economy and Space, 53*.

- Comissariado do Turismo. (1966). *Planeamento turístico do Algarve 1a parte.* Lisbona: Gabinete de Estudos e Planeamento.
- Commissione Europea. (2010). *Calypso apre nuovi orizzonti di viaggio in Europa*. Belgio: Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione Europea.
- Commissione Europea. (2010). L'Europa, prima destinazione turistica mondiale un nuovo quadro politico per il turismo europeo. Bruxelles: Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione Europea.
- Commissione Europea. (2019). *The Impact of demographic change.* OIB.
- Commissione Europea. (2022). *EDEN European Destinations of Excellence*. Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione Europea.
- Conselho Sectorial do Turismo. (2001). *90 Anos de Turismo em Portugal.*
- Corvo, P. (2003). *I mondi nella valigia Introduzione alla sociologia del turismo*. Milano: V&P.
- Costa, A., & Fernandes, J. (1996). *Il Portogallo del mare, delle pietre, delle città.* Lisbona: Litografia Tejo.
- Cozzolino, S. (2019, Marzo 4). Venezia tra museificazione e spopolamento. *IBL Focus*.
- Dinamopress. (2018, Aprile 25). Nasce SET: una rete di città contro l'attuale modello turistico. *Dinamopress*. Tratto da https://www.dinamopress.it/news/nasce-set-rete-citta-lattuale-modello-turistico/
- Doganis, R. (2006). *The Airlines Business Second Edition.* New York: Routledge.
- Dogru, T., Mody, M., Suess, C., McGinley, S., & Line, N. (2020,

- Aprile). The Airbnb paradox: Positive employment effects in the hospitality industry. *Tourism Management, 77*.
- Edelman, B., & Luca, M. (2014, Gennaio 10). Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com. *Harvard Business School, Working paper*.
- Fang, B., Ye, Q., & Law, R. (2016, Marzo). Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*, *57*.
- Farronato, C., & Fradkin, A. (2018, Febbraio). The welfare effects of peer entry in the accommodation market: The case of Airbnb. *National Bureau of Economic Research, Working paper 24361*.
- Fonseca, M. L. (2006). *Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pós-agrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer.* Lisbona: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*.
- Gawer, A. (2014, Maggio 3). Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework. *Research policy*, p. 1239–1249.
- Geoffrey, W., & Alister, M. (2006). *Tourism Change, impacts and opportunities*. Harlow, Inghilterra: Pearson.
- Ghaffari, L., Klein, J.-L., & Baudin, W. A. (2017, Ottobre 10).

 Toward a socially acceptable gentrification: A review of strategies and practices against displacement. *Geography Compass*.
- Glass, R. (1964). Aspects of change. Londra: MacGibbon & Kee.
- Gomes, R., Pinto, H., & Almeida, C. (2017). Second home tourism

- in the Algarve: The perception of public sector managers. *Brazilian Journal of tourism research*, 197-217.
- Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism.
- Graziano, T. (2014). Riconversione funzionale, verde urbano e gentrification: dalla Promenade Plantèe di Parigi alla High Line di New York. In *Rivista Geografica Italiana* (p. 45-60). Firenze: Pacini Editore.
- Gurran, N., & Phibbs, P. (2017). When Tourists Move In: How Should Urban Planners Respond to Airbnb? *Journal of the American Planning Association*, 80-92.
- Guttentag, D. A., & Smith, S. L. (2017, Febbraio 27).

 Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels:Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*.
- Hamnett, C. (1991). The blind men and the elephant: the explanation of gentrification. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 173-189.
- Joaquim, G. (2015). *Viajantes, viagens e turismo.* Lisbona: Mundos Sociais.
- Jordan, P., & Pastras, P. (2018). *Managing Tourism Growth in Europe: The ECM Toolbox*. Dijon: European Cities Marketing.
- Krahmer, K., & Santangelo, M. (2018, Novembre). Gentrification without gentrifiers? Tourism and Real Estate Investment in Lisbon. Sociabilidades Urbanas –Revista de Antropologia e Sociologia, p. 151-165.
- Lavin, M. (2020, Dicembre 20). Insight Algarve. B Magazine.
- Lees, L., Annunziata, S., & Rivas-Alonso, C. (2017, Ottobre 16).
 Resisting Planetary Gentrification: The Value of Survivability

- in the Fight to Stay Put. *Annals of the American Association of Geographers*, p. 1-10.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism Towards a Definition of Tourism, Tourist and the tourist industry. *Annals of tourism research*, 390-407.
- Lestegas, I. (2019, Luglio 2). Lisbon after the crisis: From Creditfuelled Suburbanization to Tourist-driven Gentrification. *International Journal of Urban and Regional Research*, p. 705-723.
- Lestegas, I., Seixas, J., & Lois-Gonzalez, R.-C. (2017). Impacts of the New Urban Lease Law and the Non-Regular Resident Tax Regime on Housing Affordability and Urban Regeneration in Lisbon's Historic Centre. 30th annual AESOP 2017 Congress: Spaces of Dialog for Places of Dignity, p. pp. 1771–1782.
- Lestegas, I., Seixas, J., & Lois-Gonzalez, R.-C. (2019, Gennaio 25). Commodifying Lisbon: A Study on the Spatial Concentration of Short-Term Rentals. *Social Sciences*.
- Ley, D. (1980). Liberal Ideology and the Postindustrial City. *Annals of the Association of American Geographers*, 238-258.
- Lickorish, L., & Jenkins, C. (1997). *An Introduction to tourism.*Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management.*Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Massoni, E. (2020, Settembre 30). The new ways of living. *Design Journal*.
- Mendes, L. (2017). Gentrificação turística em Lisboa: neoliberalismo, financeirização e urbanismo austeritário em tempos de pós-crise capitalista 2008-2009. In *Cad.*

- Metropole (Vol. 19, p. 479-512). Sao Paulo.
- Morelli, F. (2021, Luglio 11). Overtourism, quando il turismo diventa insostenibile. *Appunti turismo*.
- Mullins, P. (1982). The "middle class" and the inner city. *Journal of Australian Political Economy*, 44-58.
- Murphy, P. (1985). *Tourism. A community approach.* New York: Methuen.
- Neto, M. J., Januario, P. G., Kong, M. S., & Garcia, A. (2011). A city between visions: perspectives on the city of Lagos (Portugal), a glimpse throughout time and memory, its effect on architecture and urban environment. *International planning history society conference*.
- Oskam, J., & Boswijk, A. (2016, Maggio 16). Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, *2*, p. 22-42.
- Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., & ... Postma, A. (2018). Research for TRAN Committee Overtourism: impact and possible policy responses. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
- Piroddi, E., Brunori, L., & Di Bernardino, C. (2002). *Scenari per l'Europa delle città*. Milano: FrancoAngeli.
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016, Gennaio 4). Sharing Economy. *Business & Information Systems Engineering*, p. 93-99.
- Ravenelle, A. (2016, Dicembre 2). Sharing economy workers: selling, not sharing. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*.
- Robinson, P., Luck, M., & Smith, S. (2020). *Tourism 2nd edition*. Boston: CAB International.

- Rocha, M. J. (1991). *Monografia de Lagos.* Faro: Algarve em foco Editora.
- Rose, D. (1984). Rethinking gentrification: beyond the uneven development of marxist urban theory. *Environment and Planning D: Society and Space*, 47-74.
- Schor, J. (2014, Ottobre). Debating the Sharing Economy. *Great Transition Initiative*.
- Schor, J., & Attwood-Charles, W. (2017, Aprile 26). The "sharing" economy: labor, inequality, and social connection on forprofit platforms. *Sociology Compass*.
- Sequera, J., & Nofre, J. (2019). Touristification, transnational gentrification and urban change in Lisbon: The neighbourhood of Alfama. *Urban Studies*.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism.* Londra: SAGE Publications .
- Smith, A., & Graham, A. (2019). *Destination London: The Expansion of the Visitor Economy.* London: University of Westminster Press.
- Smith, N. (1987). Gentrification and the Rent Gap. *Annals of the Association of American Geographers*, 462-465.
- Smith, N. (1996). *The New Urban Frontier. Gentrification and the revanchist city.* Londra: Routledge.
- Spark Legal Network; Valdani Vicari & Associati. (2018). Study on the Assessment of the Regulatory Aspects Affecting the Collaborative Economy in the Tourism Accommodation Sector in the 28 Member States. Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione Europea.
- Stephany, A. (2015). *The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy.* Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Tulumello, S. (2020, Gennaio). L'urbano in trasformazione. Alcune cautele concettuali per l'uso della gentrificazione nel Sud Europa. *Etnografie del contemporaneo Gentrificazione e margini*, p. 25-34.
- Turismo de Portugal. (2021). *Tourism in Algarve*. Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal. (2021). *Tourism in Portugal*. Turismo de Portugal.
- Turner, L., & Ash, J. (1976). *The golden horders: international tourism and the pleasure periphery.* New York: St. Martin's Press.
- Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2016, Agosto 5). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, *55*.
- Verissimo, M., Moraes, M., Breda, Z., Guizi, A., & Costa, C. (2020). Overtourism and tourismphobia: A systematic literature review. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*.
- Wachsmuth, D., & Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 1147-1170.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). 'Overtourism'?. Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. Madrid.
- World Tourism Organization. (2019). *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. World Tourism Organization. doi:https://doi.org/10.18111/9789284421152
- Yi, J., Yuan, G., & Yoo, C. (2019, Agosto 26). The effect of the perceived risk on the adoption of the sharing economy in the tourism industry: The case of Airbnb. *Information Processing*

- and Management.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2017, Ottobre 1). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*.
- Zukin, S. (1995). *The cultures of cities.* Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers.

Sitografia

- Banco de Portugal Eurosistema. (s.d.). *Bpstat*. Tratto da Bpstat Quadros do Setor: https://www.bportugal.pt/QS/qsweb/ Dashboards (consultato Gennaio, 2023)
- Banco de Portugal Eurosistema. (s.d.). *Bpstat*. Tratto da Bpstat Balança de pagamentos: https://bpstat.bportugal.pt/dominios/3 (consultato Gennaio, 2023)
- Benoit Properties. (s.d.). *Benoit Properties International*. Tratto da BMagazine Insight Algarve: https://www.benoitproperties.com/news/insight-algarve/ (consultato Aprile, 2023)
- Fondazione Francisco Manuel dos Santos. (s.d.). *Pordata.pt*. Tratto da Pordata.pt What are Nuts: https://www.pordata.pt/en/what+are+nuts (consultato Marzo, 2023)
- Fondazione Francisco Manuel dos Santos. (s.d.). *Pordata.pt*. Tratto da Pordata.pt: https://www.pordata.pt/en/home (consultato Aprile, 2023)
- Instituto Nacional de Estatistica. (s.d.). Instituto Nacional de Estatistica. Tratto da Censos 2021: https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=censos21_main&xpid=CENSOS21&xlang=pt (consultato Aprile, 2023)
- Lagos dos Descobrimentos. (s.d.). *Fototeca Municipal de Lagos*. Tratto da Plataforma da Fototeca Municipal de Lagos –

- Centenas de imagens para si: https://fototeca.cm-lagos.pt/ (consultato Maggio, 2023)
- Pernice, D., & Debyser, A. (s.d.). *Parlamento Europeo*. Tratto da Note tematiche sull'Unione Europea: https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/126/tourism#:~:text=Nel%20 2018%20il%20settore%20dei,milioni%20di%20posti%20 di%20lavoro) (consultato Dicembre, 2023).
- Scott Shatford. (s.d.). *AirDNA*. Tratto da AirDNA Market Minder: https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/pt/faro/lagos/overview (consultato Maggio, 2023)
- World Tourism Organization. (s.d.). *UNWTO*. Tratto da World Tourism Organization Tourism Statistics: https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics (consultato Dicembre, 2022)
- World Tourism Organization. (s.d.). *UNWTO*. Tratto da World Tourism Organization Tourism Dashboard: https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard (consultato Dicembre, 2022)
- World Tourism Organization. (s.d.). *UNWTO*. Tratto da World Tourism Organization Glossary Tourism Terms: https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms (consultato Dicembre, 2022)

Filmografia

- EuroNews (Regia). (2018). *Troppi turisti, su gli affitti: il dramma degli sfrattati di Porto* [Video].
- EuroNews (Regia). (2020). I reietti del miracolo portoghese [Video].
- Lopez Gomez, J. (Regia). (2022). Speculazioni, affitti alle stelle e sfratti: la crisi degli alloggi a Lisbona [Video].

Portugal, T. d. (Regia). (2015). *Turismo em Portugal: mais de 7,5 milhões de turistas até final de setembro* [Video].

Alla prof.ssa Francesca Governa, alla sua disponibilità nell'intraprendere questo lavoro di ricerca insieme, ai suoi spunti e al suo caratteristico entusiasmo nell'affrontare il proprio lavoro.

Alla prof.ssa Chiara Iacovone, al suo contributo, ai suoi riferimenti utili ad esplorare un nuovo ambito, ai consigli per affrontare al meglio la ricerca.

Al professore Pedro Ravara, per aver accolto l'idea progettuale, aiutandomi a svilupparla al meglio, e alla sua disponibilità.

Ai miei genitori, per tutto il supporto di questi anni, accompagnato da una grande fiducia, la quale mi ha permesso di alleggerire le pressioni del percorso universitario.

A Roberta, mia sorella, alla certezza che rappresenta e alla cura mostrata in questi anni.

Ad Alessiotta, per esserci sempre stata, aiutandomi nei momenti di sconforto e gioiendo nei momenti più felici. Ad Alex, mio fratello, per spronarci continuamente verso ogni traquardo, azzerando ogni distanza.

A Domiziana, per il sostegno di ogni giorno, per gli attimi di spensieratezza, per il saper trovare sempre le giuste parole. A Ludovica, per la sua immancabile vicinanza in qualsiasi momento.

A Filippo, ai consigli, alle esperienze e al tempo trascorso in questi anni accademici.

A Simona, ai nostri appuntamenti e alle nostre cene, al suo supporto.

A Giuseppe, Daniele, Camilla per tutti i pranzi, le cene e i momenti felici.

A Luca, a tutte le risate e le esperienze vissute condividendo una passione.

A Marco e Giuseppe, presenze costanti nella mia vita. Ai ragazzi di Lisbona, che mi hanno accompagnato in un anno differente della mia vita, rendendolo unico.

Ai ragazzi del simposio, capaci di smorzare tutto con una risata.

