

# Barcelona kao turistička destinacija

---

**Fabijančić, Mislav**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:810498>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-27**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**  
**Fakultet ekonomije i turizma**  
**„Dr. Mijo Mirković“**

**MISLAV FABIJANČIĆ**

# **BARCELONA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA**

Diplomski rad

Pula, rujan 2023.

**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**  
**Fakultet ekonomije i turizma**  
**„Dr. Mijo Mirković“**

**MISLAV FABIJANČIĆ**

# **BARCELONA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA**

Diplomski rad

**JMBAG: 0303059484, izvanredni student**

**Studijski smjer: Turizam i razvoj**

**Predmet: Selektivni turizam**

**Znanstveno područje: Društvene znanosti**

**Znanstveno polje: Ekonomija**

**Znanstvena grana: Trgovina i turizam**

**Mentor: prof. dr. sc. Aljoša Vitasović**

Pula, rujan 2023.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisan Mislav Fabijančić, kandidat za prvostupnika ekonomije, smjera Turizam i razvoj, ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, . rujna 2023. godine



## **IZJAVA o korištenju autorskog djela**

Ja, **Mislav Fabijančić**, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „**BARCELONA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA**“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, . rujna 2023. godine

Potpis

---

# SADRŽAJ

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. UVOD .....                                                                  | 1  |
| 1.1. Cilj i svrha istraživanja.....                                            | 2  |
| 1.2. Znanstvena hipoteza .....                                                 | 2  |
| 1.3. Struktura rada .....                                                      | 2  |
| 1.4. Znanstvene metode .....                                                   | 3  |
| 2. KONCEPT I UČINCI OVER TURIZMA .....                                         | 4  |
| 2.1. Pojemne odrednice over turizma.....                                       | 4  |
| 2.2. Ključni čimbenici over turizma .....                                      | 7  |
| 2.3. Trendovi utjecaja na over turizam .....                                   | 10 |
| 2.4. Prevladavanje učinaka over turizma .....                                  | 14 |
| 3. TURISTIČKA OBILJEŽJA BARCELONE.....                                         | 18 |
| 3.1. Barcelona - profil destinacije .....                                      | 18 |
| 3.2. Turističke atrakcije Barcelone .....                                      | 23 |
| 3.3. Kvantitativni pokazatelji razvoja turizma u Barceloni.....                | 28 |
| 3.4. Potreba za učinkovitim upravljanjem turizmom Barcelone .....              | 34 |
| 4. UČINCI OVERTURIZMA NA PRIMJERU DESTINACIJE BARCELONE.....                   | 36 |
| 4.1. Pozadina problema overturizma u Barceloni.....                            | 36 |
| 4.2. Učinci overturizma u Barceloni na okoliš i infrastrukturu .....           | 38 |
| 4.3. Odgovor lokalnog stanovništva na overturizam .....                        | 41 |
| 4.5. Preporuke za minimizaciju učinaka overturizma .....                       | 44 |
| 5. KOMPARATIVNA ANALIZA OVERTURIZMA BARCELONE I ODABRANIH<br>DESTINACIJA ..... | 46 |
| 5.1. Učinci overturizma u Veneciji .....                                       | 46 |
| 5.2. Učinci overturizma u Rimu .....                                           | 54 |
| 5.3. Kritički osvrt na provedeno istraživanje .....                            | 57 |
| 6. ZAKLJUČAK.....                                                              | 59 |
| LITERATURA .....                                                               | 61 |
| POPIS SLIKA .....                                                              | 65 |
| POPIS TABLICA.....                                                             | 66 |
| SAŽETAK .....                                                                  | 67 |
| SUMMARY .....                                                                  | 68 |

# 1. UVOD

Prekomjerni turizam, odnosno engleska inačica termina overturizam novi je pojam za stari problem, gdje boravak prevelikog broja turista na određenom području odredišta može rezultirati negativnim utjecajima svih vrsta na uključenu zajednicu. Iako je pojam relativno nov, mnogi uključeni problemi imaju dugu povijest, posebno u dobro posjećenim urbanim središtima. Umjetnički kritičar John Ruskin požalio se na prisutnost i utjecaje. Negativne reakcije stanovnika na prekomjernu koncentraciju turista u nekoj destinaciji doveli su do razmatranja učinaka koje donosi masovnost turizma, pa je tako i uvedena terminologija overturizma kao fenomena koji označava negativne efekte turizma na okoliš i infrastrukturu destinacija.

Izrazi poput "prekomjerni turizam" ili "turistička fobija" odražavaju izazove upravljanja rastućim turističkim tokovima u urbanim destinacijama i utjecaj turizma na gradove i njegove stanovnike. Preko polovice svjetske populacije živi u urbanim područjima i procjenjuje se da će do 2050. taj udio doseći 70%. Uz to, sve je veći broj urbanih turista povećava upotrebu prirodnih resursa, uzrokuje sociokulturni utjecaj i vrši pritisak na infrastrukturu, mobilnost i drugi sadržaji. Adekvatno upravljanje turizmom u korist posjetitelja i stanovnika uvijek su bili temeljno pitanje za turistički sektor. Mnogo prije pojave modnih riječi kao što je "overtourism", UNWTO prikazivao turizam kao kapacitet gdje postoji maksimalan broj ljudi koji mogu posjetiti turističku destinaciju u isto vrijeme, bez uzroka uništavanja fizičkog, ekonomskog i sociokulturnog okoliša i neprihvatljivog pada kvalitete zadovoljstva posjetitelja.

Barcelona je glavni grad autonomne zajednice Katalonije u Španjolskoj i drugi najnaseljeniji grad u Španjolskoj, s 1,6 milijuna stanovnika unutar svojih administrativnih granica. Njegovo urbano područje proteže se izvan administrativnih granica grada s populacijom od oko 4,7 milijuna ljudi, sedmo je najnaseljenije urbano područje u Europskoj uniji nakon Pariza, Londona, Madrida, područja Ruhra, Berlina i Milana. To je najveća metropola na Sredozemnom moru, smještena na obali između ušća rijeka Llobregat i Besòs, a sa zapada omeđena planinskim lancem Serra de Collserola, čiji je najviši vrh visok 512 metara (1680 stopa).

Barcelona je atraktivna i poželjna turistička destinacija na Mediteranu koju godišnje posjeti velik broj turista. Ona kao takve ima raspoložive brojne prirodne i društvene resurse koji kao turističke atrakcije obogaćuju njezinu turističku ponudu. Upravo zbog velike masovnosti dolazaka turista, Barcelona je pod utjecajem prekomjernih učinaka turizma na okoliš i infrastrukturu, čime njezin imidž destinacije može biti ugrožen.

## **1.1. Cilj i svrha istraživanja**

Cilj rada je istražiti konceptualne odrednice overturizma u teoriji te ispitati njegove učinke na aplikativnom primjeru Barcelone. Svrha rada je ukazati na važnost negativnih utjecaja overturizma na destinaciju te spoznati moguće mjere minimizacije tih učinaka.

## **1.2. Znanstvena hipoteza**

Po definiranom cilju i svrsi istraživanja, moguće je odrediti temeljnu hipotezu rada:

**H0: Overturizam zbog snažne koncentracije turista u destinaciji ostavlja nepovoljne učinke na destinaciju, koji se mogu minimizirati njihovim društveno odgovornim ponašanjem.**

## **1.3. Struktura rada**

Struktura rada sačinjena je od pet zasebnih cjelina. U uvodu je objašnjeno o čemu će se istraživati u diplomskom radu, sa svrhom i ciljem istraživanja. U drugom dijelu obrađene su konceptualne odrednice overturizma s njegovim ključnim čimbenicima, trendovima utjecaja na overturizam i prevladavanju njegovih učinaka. Treće poglavlje obrađuje turistička obilježja Barcelone sa profilom destinacije,



turističkim atrakcijama te kvantitativnim i kvalitativnim pokazateljima i obilježjima turizma Barcelone. U četvrtom poglavlju obradit će se učinci overturizma na primjeru destinacije Barcelone sa opisom učinaka, realiziranim opcijama i preporukama za redukciju i minimizaciju overturizma u Barceloni. U petom poglavlju izvršit će se komparativna analiza overturizma u Barceloni, Veneciji, Rimu i Taj Mahalu kao atrakciji. U zaključku će se dati završna misao autora o istraženoj temi.

#### **1.4. Znanstvene metode**

U radu su, u kompilaciji sa istraživanjem iskorištene i razrađene sljedeće znanstvene metode: opisna metoda, metoda apstrakcije, povijesna metoda, metoda generalizacije, induktivna i deduktivna metoda te metoda analize i sinteze.

## **2. KONCEPT I UČINCI OVER TURIZMA**

Danas su ostvareni veliki prihodi od domaćih i međunarodnog turizma pa on značajno doprinosi socio-ekonomskom i kulturnom razvoju mnogih gradova i njihovoj okolini. Ipak, rast urbanog turizma također stvara važne izazove kako bi se osigurao održivo rast i prakse koje minimaliziraju sve štetne učinke koje razvoj turizma može imati u smislu korištenja prirodnih resursa, socio-kulturni utjecaj, pritisak o infrastrukturi, mobilnosti i upravljanju zagušenjima. Posljednjih godina ti su izazovi povezani s rastom ponude turističkog smještaja kroz nove turističke usluge u gradovima. Kao posljedica toga, svjedoci smo porasta negativnog utjecaja na destinaciju zbog stavova lokalnog stanovništva prema posjetiteljima o pitanjima uočene prenapučenosti, buke i drugih smetnji pripisanih turistima. Stoga će se u ovom poglavlju obraditi koncept i učinci overturizma kao njegovih nepovoljnih posljedica na okoliš i infrastrukturu destinacije.

### **2.1. Pojmovne odrednice overturizma**

Od svog nastanka turizam se smatra pozitivnim i naprednim skupom djelatnosti. To nije iznenađujuće, jer cilj turizma je slobodno vrijeme, uživanje, odmor od svake odgovornosti. Donio je bogatstvo zaboravljenim seoskim zajednicama, ublažio udare financijskih kriza, sačuvao kritično ugrožene vrste i obnovio propadajuće povijesne gradove. Potencijalne koristi od turizma su jasne. Međutim, pogreška je misliti da to može donijeti samo dobro. U ljeto 2017. mediji i turistička industrija napokon su počeli usmjeravati pogled na negativne utjecaje industrije odmora, a skovan je i izraz „overturizam“ (Responsible Travel, 2021.).

Fenomen prekomjernog turizma postoji već duže vrijeme u određenim turističkim destinacijama. Mnoga od ovih odredišta su urbana središta, jer veliki gradovi nude širok spektar atrakcija i sadržaja, koji često uključuju ikonične i jedinstvene značajke poput Eiffelovog tornja u Parizu, Hrama smaragdno Bude u Bangkoku i Times Squarea u New Yorku. Prisutnost takvih specifičnih atrakcija često

otežava poticaj potencijalnih turista da posjete druge lokacije i time se odreknu gledanja svjetski poznatih mjesta i znamenitosti (Dodds i Butler, 2019.).

Prekomjerni turizam opisuje destinacije u kojima domaćini ili gosti, mještani ili posjetitelji smatraju da ima previše posjetitelja i da se kvaliteta života na tom području ili kvaliteta doživljaja neprihvatljivo pogoršala. Prekomjerni turizam je suprotnost odgovornom turizmu koji koristi turizam za stvaranje boljih mjesta za život i boljih mjesta za posjetu. Često i posjetitelji i gosti istodobno doživljavaju pogoršanje.

Slika 1. Prenapučene svjetske destinacije i reakcije lokalnog stanovništva



Izvor: obrada autora prema pretrazi Google slika

Prekomjerni turizam je antiteza odgovornog turizma. Krippendorf, otac odgovornog turizma, predvidio je rast buntovnih turista i pozvao buntovne mještane (Goodwin, 2016.). Sada se čuje glas tih buntovnih lokalaca. Oznaka overtourism ne voli mnoge destinacije koje su spremnije razmotriti izazov suočavanja s uspjehom ili neadekvatno vođenim turizmom. Javno područje je zajednički imovinski resurs, bolje upravljanje ponudom i potražnjom može umanjiti problem, ali postoje stvarne fizičke i društvene granice. Prekomjerni turizam je samo jedan od primjera onoga što se događa kada sve više i više nastoji konzumirati zajednički resurs, posebno kada je taj resurs zajednički resurs, mnoga honeypot destinacije su upravo to (Goodwin, 2016.).

Prekomjerni turizam pretpostavlja veliku koncentraciju gužve ili prenapučenosti u destinaciji zbog viška turista, što rezultira sukobima s lokalnim stanovništvom. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira pretjerani turizam kao "utjecaj turizma na destinaciju ili njegove dijelove koji pretjerano utječe na opaženu kvalitetu života građana i/ili na kvalitetu iskustva posjetitelja na negativan način" (UNWTO, 2018.). Ova definicija pokazuje kako se pretjerani turizam može primijetiti kako među lokalnim stanovništvom, koji turizam doživljavaju kao remetilački čimbenik koji sve više opterećuje svakodnevni život, tako i među posjetiteljima koji predstavljaju smetnju destinaciji. Pojam se često koristi od 2015. godine, ali je sada najčešće korišten izraz za opis negativnih utjecaja pripisanih turizmu te se koristi termin overturizam (Responsible Travel, 2021.).

Slika 2. Prenapučeni Stradun turistima u Dubrovniku



Izvor: Responsible Travel (2021): Overtourism – what is it and how we can avoid it?, dostupno na <https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-overtourism>, pristupljeno 20.04.2022.

Overturizam događa se kada previše posjetitelja dođe na određeno odredište. "Previše" je subjektivan pojam, ali ga u svakoj destinaciji definiraju lokalni stanovnici, domaćini, vlasnici poduzeća i turisti (Koens et. al., 2018.). Kada cijene najma tjeraju lokalne stanare da naprave mjesta za odmor, to je prekomjerni turizam. Kad se uske ceste zakrče turističkim vozilima, to je pretjerani turizam. Kad se divlje životinje uplaše, kada turisti zbog gužve ne mogu razgledati znamenitosti, kad se krhka okolina degradira - sve su to znakovi prekomjernog turizma.

Turistički se sektor, kao i mnogi drugi, gotovo isključivo fokusira na rast, s malo ili nimalo brige o utjecajima. Nakon desetljeća gotovo nekontroliranog rasta, prešao je prag: na mnogim odredištima turizam sada evidentno stvara više problema nego koristi. To može imati mnogo oblika; možda milijun dodatnih turista stiže u glavni grad ili 20 dodatnih turista u malu seosku zajednicu. Prekomjerni turizam nije samo veliko gradsko pitanje, već on postaje domena interesa mnogih dionika, posebice lokalne zajednice da se zaštiti urbana destinacija od negativnih učinaka prenapučenosti i velike koncentracije turista u njoj.

## **2.2. Ključni čimbenici overturizma**

Prekomjerni turizam predstavlja negativnu „reakciju turizma“ u popularnim destinacijama, gdje se raspravlja o više područja koja su aktivno nastojala ograničiti turizam. Rast turizma može dovesti do sukoba oko korištenja prostora između stanovnika, putnika, dnevnih posjetitelja i turista preko noći (Minihane, 2018.). Iako se trenutno velika pažnja poklanja prekomjernom turizmu u gradovima, to se može primijetiti i u ruralnim odredištima ili na otocima.

Prekomjerni turizam povezan je s nosivošću destinacije i prenapučenošću kada previše ljudi posjeti određeno mjesto radi sigurnosti ili udobnosti (Dodds i Butler, 2019.). Prekomjerni turizam ponekad se pogrešno poistovjećuje s masovnim turizmom. Masovni turizam uključuje velike skupine turista koji dolaze na isto odredište. Iako ovo može dovesti do prekomjernog turizma, postoje mnoga odredišta koja ugošćuju milijune posjetitelja, no ipak se ne doživljavaju kao da pate od pretjeranog turizma (npr. London). Prekomerni turizam ne uzrokuje samo masovni posjetitelji koji ostvaruju višednevna noćenja u destinaciji (Koens, 2018.). Na primjer, u Amsterdamu druga najveća skupina posjetitelja dolazi iz obližnjih područja koja grad posjećuju samo po jedan dan.

U nekim se destinacijama postižu granice preko trostrukog dna, dolazi do kulturnih sukoba zbog različitih društvenih običaja i normi ponašanja, često potaknutih pićem. Lokalno stanovništvo raseljava sve više nereguliranim iznajmljivanjem, travnjaci su gaženi do gole zemlje, a plaže zatrpane. Trgovine koje su nekada

zadovoljavale potrebe stanovnika zamijenjene su prodajnim mjestima u kojima se turistima prodaju skupa roba ili tat.

Turizam uvelike koristi zajedničke javne i privatne resurse, na primjer, muzeje i galerije, koji su u početku besplatni ili po cijeni za dobrobit građana. Zajednička turistička dobra vrlo su osjetljiva na gužvu i degradaciju zbog pritiska turizma. Industrija uživa slobodan pristup javnim dobrima koja su vrlo često njezin temeljni proizvod.

Tragedija zajedničkog dobra u središtu je opisa turizma i industrije putovanja Lorda Marshalla kao „...u suštini iznajmljivanje za kratkoročno iznajmljivanje tuđih sredina, bilo da se radi o obali, gradu, planinskom lancu ili prašuma” Goodwin, 2016.). Problem je što turističku najamninu u obliku boravišne pristojbe naplaćuju eksternalizirajući troškove u lokalni ili državni proračun.

Mnogo je čimbenika koji pridonose prekomjernom turizmu, a oni će se naravno razlikovati od mjesta do mjesta. Tako se u overturizmu Airbnb koristio kao žrtveni jarac, jer su tisuće kreveta odjednom postale dostupne u gradovima i gradovima širom svijeta, a da nisu podvrgnuti bilo kakvoj vrsti planiranja, dozvola ili - u mnogim slučajevima - poreza. Domaćini mogu potkopati obližnje hotele i hostele, sobe se otvaraju u već zasićenim četvrtima, a kako se koncept "home share" sve više komercijalizira, potražnja za stanovima znači da se stanarine povećavaju, a lokalni stanovnici istiskuju (Dodds i Butler, 2019.).

Primjer Airbnb – a je simptom prekomjernog turizma koji je jedan od glavnih uzroka. Lokalne i nacionalne vlasti i turističke zajednice već dugo vjeruju da je više bolje, ali to nužno ne donosi sve pozitivne efekte destinacijama. Općenito se smatra da je "uspješna" godina u turizmu ona u kojoj se broj turista znatno povećao (Responsible Travel, 2021.). Nema veze da li ove pokazatelje obuhvaćaju putnici s brodova za krstarenje, kupci bez carine, gosti odmarališta, ili vrhunski posjetitelji – jedino je važno da broj posjetitelja bude što veći.. To je rezultiralo oklijevanjem - ili često direktnim odbijanjem – da se na bilo koji način ograniči brojčana posjećenost, povećaju ili uvedu dnevne turističke takse, naplaćuju pristajališta za kružna putovanja ili da se pokuša osigurati korisno ponašanje turista koje ne bi štetilo lokalnom načinu života i krajolicima.

Mnogi smatraju da će promjena prirode turizma kako bi se privukli posjetitelji kao 'privremeni stanovnici' biti ključna za poboljšanje odnosa domaćin-gost (Goodwin,

2019.) Drugi smatraju da bi turističke pristojbe mogle biti rješenje. Ovi porezi su obično preniski da bi odvratili posjetitelje, ali mogu pomoći u financiranju upravljanja turizmom, uključujući popravak travnjaka i uklanjanje smeća.

Demarketing je zanimljiv koncept koji se može koristiti za obeshrabrivanje posjetitelja kako bi se smanjili negativni utjecaji. To bi moglo uključivati poskupljenja, smanjenje promotivnih aktivnosti ili širenje informacija da se kvaliteta iskustva pogoršala (Goodwin, 2017.). Neke su destinacije implementirale strategije za obeshrabrivanje 'loših turista', kao što je zabrana ili ograničavanje dolazaka.

Određivanje cijena je još jedna tehnika koja se može koristiti za smanjenje potražnje. Može se koristiti kao dio strategija za ciljanje određenih vrsta grupa kupaca. To bi moglo biti neugodno s idealima da se svjetska baština učini dostupna svima, ali bez upravljanja utjecajima baština može biti oštećena ili uništena tako da, na kraju, nitko ne može imati koristi (Francis, 2017.). Međutim, postoje rješenja za ovu dilemu. U prošlosti je princ Charles povremeno otvarao svoj privatni vrt za javnost i potražnja je bila velika. Umjesto da poskupljuju ljude, prijave su mogli podnijeti samo ljudi koji su bili članovi vrtlarskih klubova. Učinkovito je birao ljude za koje je mislio da će imati najviše koristi. Mogao sam vidjeti da ova ideja djeluje šire.

Cijene mogu biti različite tijekom vršnih sezona ili se dinamičke cijene mogu koristiti u različito doba dana kako bi se ljudi odvratili od posjeta muzejima i drugim atrakcijama u vrijeme sezone (Francis, 2017.). Nedavno smo vidjeli da mnoge destinacije uvode boravišnu pristojbu, koja služi u svrhu ograničavanja potražnje, ali i generiranja prihoda koji se može iskoristiti za bolje upravljanje turizmom i njegovim utjecajima.

Turizam je prilika za zajednice i njihovo stanovništvo dijele prednosti turizma, zbog čega odnose između sektora i zajednica treba ojačati. To se može postići kroz angažman zajednice, upravljanje zagušenjima, smanjenje sezonalnosti, pažljivo planiranje koje poštuje granice kapaciteta i specifičnosti destinacije, kao i diverzifikacija proizvoda. Stoga, turistički kapacitet destinacije kao „maksimalni broj ljudi koji mogu posjetiti turističko odredište u isto vrijeme, bez uzroka uništavanja fizičkog, ekonomskog i sociokulturnog okoliša i neprihvatljivog pada kvalitete zadovoljstva posjetitelja” (UNWTO, 2020.) ključni je izazov za turizam i menadžere koji upravljaju destinacijama.

### 2.3. Trendovi utjecaja na overturizam

Brojni su trendovi utjecaja na pojavu i opstanak overturizma. Kao najvažniji se mogu istaknuti snižavanje troškova putovanja, pojava ekonomije dijeljenja, društveni politički trendovi te internet i društveni mediji.

Tijekom posljednjih desetljeća, urbana područja brzo su se razvijala, transformiraju se i njihova populacija je eksponencijalno rasla. Prema podacima Ujedinjenih naroda, 1990. 43% svjetske populacije živjelo je u urbanim područjima; do 2015. ovaj je udio porastao na 54% i očekuje se da će dostići 60% do 2030. (UNWTO, 2020.). Uz brzu urbanizaciju, rast turističkog sektora predvođen gospodarskim razvojem, nižim prometom troškova, olakšanjem putovanja i rastućom srednjom klasom u naprednim i ekonomijama u nastajanju, formirani su gradovi kao sve popularnije destinacije za posao i odmor turista. Tijekom proteklih desetljeća, međunarodni turisti prešli su s 25 milijuna međunarodnih dolazaka 1950. na preko 1,3 milijarde u 2017. UNWTO predviđa da se očekuje da će ovaj sektor nastaviti rasti od 3,3% godišnje do 2030- godine u kojoj će 1,8 milijardi turista prijeći granice (UNWTO, 2020.).

Danas se prihod ostvaren i od domaćih i međunarodnih turista značajno pridonosi društveno-ekonomskom i kulturnom razvoj mnogih gradova i njihovoj okolini. Ipak, rast urbanog turizma također stvara važne izazove za osiguranje rasta održivosti i prakse koje minimiziraju sve štetne učinke da razvoj turizma može rasti u smislu korištenja prirodnih resursa, sociokulturnog utjecaja, razvoja turističke infrastrukture te mobilnosti i upravljanju zagušenjima.

Posljednjih godina ovi su izazovi povezani s rastom ponude turističkog smještaja kroz nove platforme za turističke usluge u gradovima. Kao posljedica toga, svjedoci smo porasta negativnih stavova lokalnog stanovništva prema posjetiteljima zbog problema percipirane prenapučenosti, buke i ostalih smetnji koje se pripisuju turistima, pojave prosvjeda u nekim gradovima i širenje pojmova kao što su 'prekomjerni turizam' i 'turizmofobija' u medijima (UNWTO, 2020.).

Snižavanje troškova putovanja sve je prisutnije u masovnom turizam, a isto omogućuje jeftinije turističke aranžmane koji su postali dostupniji većem broju ljudi, koji su dotada vrlo malo putovali. Najznačajnije sniženje troškova ono je u zračnom



prijevozu s obzirom na činjenicu da je to najkorišteniji oblik putovanja na globalnoj razini. Prema istraživanju Svjetske turističke organizacije godine 2017. čak je 57% putnika putovalo upravo zračnim prijevozom (Sezgin i Yolai, 2012.). Do ovakvog naglog snižavanja troškova putovanja došlo je zbog značajne pojave niskobudžetnih zračnih kompanija, koje su se snažno razvile u posljednjem desetljeću, pa se ovaj oblik prijevoza često koristi za brojne turiste koji tako jeftinije putuju na željena odredišta.

Sljedeći pokretač overturizma je ekonomija dijeljenja. Ista se može definirati kao pojam koji označava socioekonomski ekosustav koji se temelji na dijeljenju ljudskih, fizičkih i intelektualnih resursa (Matofska, 2017.). Ova se ekonomija sastoji od zajedničkog kreiranja, distribucije i potrošnje dobara i usluga u brojnim ekonomskim sektorima te se kao takva oslanja na suvremenu IT tehnologija kojom se provodi razmjena dobara i usluga između dviju interesnih strana. U ovoj ekonomiji se povećava iskorištenost postojećih resursa te se pronalaze nove funkcije i vještine koje se nude potencijalnim potrošačima po nižim cijenama koje inače plaćaju za tave usluge. Ekonomija dijeljenja svoju primjenu nalazi u prijevozu, iznajmljivanju smještaja, kupnji različite robe, pružanju različitih usluga i mnogim drugim oblicima, no stvarni raspon njene primjene nemoguće je ograničiti zbog toga što svakodnevno nastaju nove ideje za njenu uporabu.

Porast broja stanovnika u svijetu značajno utječe na overturizam. Istraživanje Ujedinjenih naroda pokazalo je povećanje svjetske populacije za 83 milijuna svake godine, pa bi ista do 2050. trebala doseći brojku od 9,8 milijardi stanovnika (UNWTO, 2018.). Tako uvećan rast stanovnika generirat će veću turističku potražnju, a uz trend starenja stanovništva, gdje je udio starog stanovništva aktualno u ukupnom stanovništvu 48% (UNWTO, 2018.), uvjetovat će formiranje turističke potražnje gdje će stariji turisti biti glavni segment turističkih potrošača.

Politički trendovi imaju utjecaj na razvoj overturizma jer oblikuju intenzitet turističke potražnje. Upravo političke krize koje su doprinijele razvoju nemira i terorističkih napada doprinijele su sumnji u sigurnost određenih destinacija pa se takve zemlje počinju izbjegavati, što je pozitivan efekt overturizma. To snažno utječe na receptivnu turističku potražnju jer tada turisti počinju pronalaziti alternativne zanimljive destinacije koje posjećuju.

Potrebno je isključiti mitove koji se kreiraju kao trendovi utjecaja na overturizam. Oni su sljedeći (UNWTO, 2020.)

1. Overturizam nije samo broj posjetitelja već ovisi i o kapacitetu upravljanja njima. Postoje gradovi koji su u stanju podnijeti veliki broj posjetitelja, dok se drugi bore s daleko manjim brojem posjetitelja. Kako bi bolje razumjeli uzroke turističke gužve, korisno je jasno razgraničiti glavne čimbenike koji pridonose 'prekomernom turizmu':

- Previše posjetitelja, što može pogoršati sezonalnost: u ovom slučaju to su apsolutni brojevi posjetitelja koji se smatraju uznemirujućim. Ovo može biti percepcija prenaseljenosti u dijelovima grada, ili osjećaj da u njemu nema ugodnih prostora više u kojem se stanovnici mogu kloniti od posjetitelja.
- Previše štetnog utjecaja na posjetitelje: ovdje se utjecaj posjetitelja doživljava negativno. Ovo mogu biti gužve na cestama zbog obilaska, autobusi koji se zaustavljaju u blizini atrakcija ili na ulicama kada velike gomile turista nehotice blokiraju glavne ulice. To također uključuje probleme poput buke, uznemiravanja, nereda i druge smetnje za koje se smatra se ih posjetitelji uzrokuju (čak i kada bi to mogli biti lokalni ljudi koji uzrokuju smetnje).
- Previše fizičkog utjecaja posjetitelja na gospodarstvo: fizički utjecaj ciljanih usluga kod posjetitelja također može izazvati uznemirenost. Ovo uključuje, na primjer, pretjerano širenje hotela, objekata ili maloprodaje namijenjenih posjetiteljima.

2. Turistička gužva je obično lokalizirana na cijeli grad. Pritisak turizma pretežno je vezan uz popularna područja grada ili glavne atrakcije. Ipak, čak i u većini posjećenih gradova, moguće je pronaći područja gdje se samo može vidjeti malo ili čak nimalo turista. Takva područja često se mogu naći u blizini glavnih turističkih atrakcija ili središnjih područja. U traženju rješenja je dakle osobito važno pomno ispitati specifičnu prirodu i mjesta gdje su turističke gužve problem.

3. Turistička gužva nije samo problem turizma. Turistička zagušenja mogu se uočiti kada su resursi i infrastruktura jednog grada su pretjerani ili su neki njihovi dijelovi pod pritiskom. Međutim, ne koriste samo turisti ili drugi posjetitelji samo infrastrukturu tih destinacija. Stanovnici i putnici na posao također koriste prostor i usluge s onima koji privremeno posjećuju grad. Pitanja koja su često povezana s turističkim zagušenjima kao što su ekspanzija kratkoročnih najma putem nove platforme turističkih usluga, ne

tiču se samo turističkog sektora, već i tržišta nekretnina. Overturizam je puno složenije pitanje nego što jest općepriznato, stoga ga treba reducirati na sveobuhvatan način unutar cjelokupnog grada.

Slika 3. Prenapučenost bicikala turista i lokalnog stanovništva



Izvor: 1. UNWTO (2020): Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, dostupno na <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>, pristupljeno 08.04.2021.

4. Samo tehnološka ili pametna rješenja jesu važna, ali neće riješiti pitanje overturizma. Razmatraju se pametne tehnologije kao najučinkovitije rješenje za rješavanje upravljanja overturizmom. Ipak, bez obzira na potencijalne prednosti takvih alata, oni sami nisu dovoljni. Rješavanje izazova s kojima se suočava turizam zahtijeva intenzivnu suradnju između više dionika, što je dugoročan napor, osobito ako dionici imaju sukobljene interese.

Konačno tu je razvoj Interneta, koji je omogućio pojavu internetskih platformi koje su specijalizirane za turizam te su u tom smislu olakšale organizaciju turističkih putovanja. Tu rezervacije uvijek olakšavaju portali kao što su Booking.com, Expedia.com i Tripadvisor te pružaju brojne savjete i recenzije o destinacijama. Internet također stvara nove motive i potrebe za turističkim putovanjima, gdje su društvene mreže značajno počele utjecati na turiste da posjete određene destinacije.

## **2.4. Prevladavanje učinaka overturizma**

Odgovorni turizam odnosi se na turizam koji stvara bolja mjesta za život i posjet ljudima - s naglaskom na „živjeti“. Stoga je, on suprotan od overturizma, koji umanjuje kvalitetu života lokalnog stanovništva i stvara negativno iskustvo za posjetitelje (Responsible Travel, 2021.). Prekomjerni turizam ponekad je samo slučaj brojki: previše je ljudi na određenom mjestu u određeno vrijeme. No, u nekim slučajevima, odgovorniji pristup turizmu može ublažiti negativne učinke.

Brza urbanizacija i nedavni rast turizma u urbanim sredinama dovele su do značajnog povećanja potražnje za urbanim turizmom, koja će i dalje rasti zbog povećane mobilnosti, rastuće srednja klasa, pristupačnijeg prijevoza i mogućnosti smještaja. Tako dobro vođen turizam može doprinijeti napretku sigurnih i otpornih gradova prema turističkoj prenapučenosti. Razvoj i upravljanje turizmom u gradovima treba biti dio šire urbane agende. Opseg djelovanja kreatora turističke politike i destinacijskim dionicima ograničena je i oni ne mogu sami odgovoriti na izazove overturizma te im je potrebna kompleksna pomoć u izvršavanju ovih izazova. Turističke gužve u urbanoj destinaciji mogu se samo rješavati kroz blisku suradnju između turističkog sektora te drugih sektora u privatnoj domeni, kao i sa javnim sektorom.

Tablica 1. Strategije za redukciju učinaka overturizma

| Strategija                                                          | Mjera                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Promocija mobilnosti i raspršivanja posjetitelja unutar i van grada | <ul style="list-style-type: none"> <li>– organizirati više događanja u manje posjećenim dijelovima grada i okolici</li> <li>– Razvijati i promovirati turističke atrakcije i sadržaje u manje posjećenim dijelovima grada i u njegovom okruženju</li> <li>– Poboľjšati kapacitet i vrijeme provedeno na atrakcijama</li> <li>– Stvaranje zajedničkog identiteta grada i okolice</li> <li>– Implementirati putnu karticu za neograničeno lokalno putovanje</li> </ul>                                                   |
| Poticati vremensku mobilnost posjetitelja                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Promovirajte iskustva tijekom mjeseci izvan snažnog prometa</li> <li>– Promovirati dinamično određivanje cijena</li> <li>– Potaknuti događaje u mjesecima izvan sezone</li> <li>– Postaviti vremenske okvire za popularne atrakcije i/ili događaje uz pomoć praćenja u stvarnom vremenu</li> </ul>                                                                                                                                                                            |
| Stimulirajte nove itinerare posjetitelja i atrakcija                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Promovirati nove rute na ulaznim točkama u grad i kroz putovanje posjetitelja, uključujući turističke informativne centre</li> <li>– Kombinirani popusti na turističke rute i atrakcije</li> <li>– Izraditi gradske vodiče i knjige u kojima se ističu skrivena blaga</li> <li>– Potaknuti razvoj vođenja kroz manje posjećene dijelove grada</li> <li>– Razviti aplikacije virtualne stvarnosti za poznata mjesta i atrakcije kao nadopunu posjeta na licu mjesta</li> </ul> |
| Pregled i revizija itinerara<br>–                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pregledati radno vrijeme atrakcija za posjetitelje</li> <li>- Revidirati propis o pristupu za velike grupe popularnim atrakcijama</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revidirati propis o prometu u prometnim dijelovima grada</li> <li>- Osigurati posjetiteljima korištenje parkinga na rubu grada</li> <li>- Na odgovarajućim mjestima stvoriti posebne zone spuštanja za autobuse</li> <li>- Napraviti pješačke zone</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Unaprijediti segmentaciju posjetitelja                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Identificirati i ciljati segmente posjetitelja s manjim utjecajem prema specifičnom gradskom kontekstu</li> <li>– Ciljati ponavljajuće posjetitelje</li> <li>– Destimulirati posjećivanje grada pojedinih segmenata posjetitelja</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Osigurati lokalnoj zajednici korist od turizma                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Povećati razinu zaposlenosti u turizmu i nastojati stvoriti dostojna radna mjesta</li> <li>– Promicati pozitivne učinke turizma, stvarati svijest i znanje o sektoru među lokalnom zajednicom</li> <li>– Uključiti lokalne zajednice u razvoj novih turističkih proizvoda</li> <li>– Provesti analizu potencijala ponude i potražnje lokalnih zajednica i promovirati njihovu integraciju u lanac vrijednosti turizma</li> <li>– Poboljšati kvalitetu infrastrukture i usluga s obzirom na stanovnike i posjetitelje</li> <li>– Turizmom potaknuti razvoj osiromašenih kvartova</li> </ul> |
| Stvorite grad doživljaja koji generira korist i stanovništvu i turistima | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Razvijati grad tako da odgovara potrebama i željama stanovnika i smatrati turiste privremenim stanovnicima</li> <li>– Razvijati turistička iskustva i proizvode koji promiču angažman stanovnika i posjetitelja</li> <li>– Integrirati objekte za posjetitelje u lokalne svečanosti i aktivnosti</li> <li>– Kreirati i promovirati lokalne gradske ambasadore</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                   |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Promicati umjetničke i kulturne inicijative kao što je ulična umjetnost kako bi se pružila svježa perspektiva grada i proširiti posjetu na nova područja</li> <li>– Produžiti radno vrijeme atrakcija za posjetitelje</li> </ul> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Izvor: UNWTO (2020): Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, dostupno na <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>, pristupljeno 08.04.2021, str. 9

U tim slučajevima rješenje može biti putovanje kao odgovornog turista, gde će on putovati na načine koji maksimiziraju pozitivne utjecaje, a negativne smanjuju na najmanju moguću mjeru. Dvije stvari o kojima treba razmišljati su mjesto i razmišljanje o vremenu. Španjolska, Italija, Island i Hrvatska navedene su kao primjeri i žrtve prekomjernog turizma, ali u svakom je slučaju to krajnje lokalizirano (Sezgin i Yolal, 2012.). Barcelona je primjer tako masovno nabijena turistima i mnogi su njezini stanovnici razumljivo reaktivni na takve promjene, ali Španjolska je iznenađujuće velika zemlja i mnogi njezini gradovi uopće nisu pretrpani turistima. Još bolje, krenite u sela i planine kako biste uistinu uvidjeli zemlju daleko od glavnih hordi.

Mnogo je mjesta širom svijeta koja trebaju i žele više turista. Naravno, ako turisti zaista žele vidjeti neku atrakciju, onda će ju zaista i posjetiti, ali to mogu učiniti izvan špice sezone. Ovo je ugodnije za njih, manje stresno za stanovnike, manje pritiska poput javnog prijevoza, a možda čak turisti i uštede neki novac i umanje turističu potrošnju (Koens et. al, 2018.). I kad god putuju, turisti se trebaju potruditi da što više novca ostane što je više moguće lokalno. Primjerice mogu platiti ulaznice u nacionalni park kako bi osigurali da njihov posjet podržava očuvanje; boravak u pansionima u lokalnom vlasništvu; jesti u lokalnim restoranima i voditi ture s lokalnim vodičima. Turizam još uvijek može biti snaga dobra, a osiguranje da lokalno stanovništvo, staništa i divlje životinje imaju koristi od turista je od velikog značaja.

### **3. TURISTIČKA OBILJEŽJA BARCELONE**

Barcelona je vrlo atraktivna turistička destinacija koju svake godine posjećuje velik broj turista te uzrokuje masovnost i koncentraciju u tom urbanom središtu. Upravo zbog toga na nju ima značajan utjecaj overturizam, kao jednoj od najposjećenijih svjetskih destinacija. U ovom će se poglavlju prikazati kvantitativna i kvalitativna turistička obilježja Barcelone te njezine atrakcije.

#### **3.1. Barcelona - profil destinacije**

Barcelona je glavni grad autonomne zajednice Katalonije u Španjolskoj i drugi najnaseljeniji grad u Španjolskoj, s 1,6 milijuna stanovnika unutar administrativnih granica. Njegovo urbano područje proteže se izvan administrativnih gradskih granica s populacijom od oko 4,7 milijuna ljudi, što je sedmo urbano područje u Europskoj uniji nakon Pariza, Londona, Madrida, Ruskog područja, Berlina i Milana. To je najveća metropola na Sredozemnom moru, smještena na obali između ušća rijeka Llobregat i Besòs, a na zapadu je omeđena planinskim lancem Serra de Collserola, čiji je najviši vrh visok 512 metara (1.680 ft) (Excursionsbarcelona, 2021.).

Jedan je od vodećih svjetskih turističkih, ekonomskih, sajamskih i kulturnih centara i njegov utjecaj u trgovini, obrazovanju, zabavi, medijima, modi, znanosti i umjetnosti doprinosi njegovom statusu jednog od najvećih svjetskih gradova. Glavno je kulturno i gospodarsko središte u jugozapadnoj Europi, 24. u svijetu (prije Züricha, nakon Frankfurta) i značajno financijsko središte (Alexander, 2021.).



Slika 4. Barcelona kao turistička destinacija



Izvor: obrada autora

Godine 1992. Barcelona je stekla međunarodno priznanje domaćinom Olimpijskih igara koje su donijele ogroman preokret u njoj turističkoj industriji. To je utjecalo na promjenu grada na načine koji se i danas osjećaju s kvartovima obnovljenim (i u nekim slučajevima srušenim) i intenzivnim fokusom na moderni dizajn koji prožima sve aspekte života u Barceloni, od javnih zgrada do nečega jednostavnog kao što je klupa u parku. ili plakat događaja.

Barcelona je kao destinacija podijeljena na šest okruga (Neild, 2016.):

- ✚ Ciutat Vella (Stari grad), doista je najstariji dio grada i označen je kao Distrikt broj jedan. Nalazi se na središnjoj poziciji na obali Sredozemnog mora i najveći je turistički magnet grada. Glavne atrakcije u Ciutat Velli uključuju srednjovjekovnu arhitekturu četvrti Barri Gotic, Muzej suvremene umjetnosti Barcelone u Ravalu i Pomorski muzej na kraju pješačke staze prepune zabave poznate kao Las Rambles.
- ✚ Eixample - poznata je kao "Modernistička četvrt" po svojim impozantnim katalonskim modernističkim zgradama kao što su Casa Mila, Sagrada Familia i lokalna vijećnica. Mreža ulica u četvrti je iznimno stroga, podijeljena je na

čtvrtašte blokove s proširenim ulicama na svakom raskrižju kako bi se omogućila veća vidljivost.

- ✚ Gràcia - nalazi se u sjevernom središnjem dijelu Barcelone, sjeverno od Eixamplea. Izvorno je bio zaseban grad, koji je osnovan 1626. godine kao samostan Gospe od Milosti. Pridružio se Barceloni tek u 20. stoljeću i održava svoj vlastiti ambijent
- ✚ Sants-Montjuïc - nalazi se uz Mediteran na južnom rubu Barcelone. Nekada je to bila zasebna općina sa središtem u Santsu, ali također uključuje luku i industrijski kompleks zvan Zona Franca te mnoštvo muzeja i spomenika. U ovom dijelu Barcelone također su česti sajmovi i festivali.
- ✚ Sant Martí - na istočnom rubu grada, nazvana je po prvoj crkvi sagrađenoj na tom području - Sv. Martinu.
- ✚ Unutarnja predgrađa - Područja kao što su Sarrià, Pedralbes, Horta i Sant Andreu pozivaju vas da siđete s utabane staze i pobjegnute od turističke gužve.

Za posjetitelje, ovo se pretvorilo u vrlo moderan, ali nevjerojatno stari grad koji vidite sada u 21. stoljeću, gdje novi elementi djeluju kako bi očuvali i proslavili drevni. Ovaj prekrasan grad prepun je onoga po čemu su europski gradovi poznati (tržnice, restorani, trgovine, muzeji i crkve) i fantastičan je za šetnju s opsežnim i pouzdanim sustavom metroa za udaljenija odredišta. Središte grada, usredotočeno na Ciutat Vella ("Stari grad") pruža dane uživanja za one koji žele iskusiti život Barcelone, dok plaže na kojima je grad izgrađen pružaju sunce i opuštanje tijekom dugih razdoblja ugodno toplog vremena. .

Barri Gòtic središte je starog grada. Mnoge zgrade potječu iz srednjovjekovnih vremena, neke čak iz rimskog naselja. Katalonska modernistička arhitektura (vezana uz pokret poznat kao Art Nouveau u ostatku Europe), razvila se između 1885. i 1950. godine i ostavila važno nasljeđe. Nekoliko od ovih zgrada su mjesta svjetske baštine.

Slika 5. Plaže Barcelone



Izvor: McMurray, S. (2022): 14 Best Beaches in Barcelona, dostupno na <https://www.planetware.com/spain/best-beaches-in-barcelona-e-1-51.htm>, pristupljeno 11.05.2022.

Barcelona je puno više od katalonskog središta ukusne hrane, jedinstvenih vrtova i funky arhitekture. Ova primorska zemlja čuda također je lijepo mjesto za opuštanje dok upijate mediteransko sunce. National Geographic je Barcelonu nazvao gradom za plažu broj 1 u svijetu, a plaže u Barceloni su svjetski poznate. Iako lokalno stanovništvo više voli da gradom ne šećete u odjeći za plažu, same plaže imaju vrlo otvorenu i opuštenu atmosferu.

Prije 90-ih, veći dio obale Barcelone bio je industrijska pustoš. Zahvaljujući ulozi grada kao domaćina Ljetnih olimpijskih igara 1992. godine, zemlja je posvetila vrijeme (i puno novca) ponovnom oživljavanju obale. Govorimo o pijesku uvezenom iz Egipta o vrsti nadogradnje. Barcelona se čak može pohvaliti umjetnom plažom i tri bazena obrubljena betonom u srcu grada.

Barcelona ima velik broj muzeja koji pokrivaju različita područja i razdoblja. Nacionalni muzej umjetnosti Katalonije posjeduje poznatu zbirku romaničke umjetnosti, dok se Muzej suvremene umjetnosti usredotočuje na katalonsku i španjolsku umjetnost nakon 1945. godine. Fundació Joan Miró, Muzej Picasso i Fundació Antoni Tàpies drže važne zbirke ovih svjetski poznatih umjetnika, kao i Muzej

Can Framis, usredotočen na katalonsku umjetnost nakon 1960. godine u vlasništvu Fundació Vila Casasa (Excursionsbarcelona, 2021.). Nekoliko muzeja pokriva područja povijesti i arheologije, poput Povijesnog muzeja (MUHBA), Muzeja povijesti Katalonije, Arheološkog muzeja Katalonije, Pomorskog muzeja u Barceloni i Egipatskog muzeja u privatnom vlasništvu.

Plaža Barcelona nalazila se na prvom mjestu liste deset najboljih gradskih plaža na svijetu prema National Geographic-u i Discovery Channel-u. Barcelona sadrži sedam plaža, ukupne površine 4,5 kilometara obale. Plaže Sant Sebastià, Barceloneta i Somorrostro su tamo najveće, najstarije i najposjećenije plaže.

Luka Olímpic dijeli ih od ostalih gradskih plaža: Nova Icària, Bogatell, Mar Bella, Nova Mar Bella i Llevant. Te su plaže otvorene kao rezultat restrukturiranja grada za potrebe održavanja Ljetnih olimpijskih igara 1992. godine kada je srušen velik broj industrijskih zgrada (Excursionsbarcelona, 2021.). Trenutno se pijesak na plaži umjetno nadopunjava s obzirom na to da oluje redovito uklanjaju velike količine materijala. Univerzalni forum kultura 2004. godine ostavio je gradu veliku betonsku zonu za kupanje na istočnom većem dijelu gradske obale.

Barcelona ima dugu sportsku tradiciju i bila je domaćin izuzetno uspješnih ljetnih olimpijskih igara 1992. godine, kao i nekoliko utakmica tijekom FIFA-inog svjetskog kupa 1982. (na dva stadiona). Također je bio domaćin, između ostalih, oko 30 sportskih događaja od međunarodnog značaja. FC Barcelona je sportski klub najpoznatiji u svijetu po svojoj nogometnoj (nogometnoj) momčadi, jedan od najvećih na svijetu i drugi najbogatiji (Alexander, 2021.). Ima 64 nacionalna i 16 kontinentalnih trofeja, uključujući pet UEFA-ine Lige prvaka i tri FIFA-ina klupska svjetska kupa. To je ujedno i jedini muški klub na svijetu koji je ostvario seksualni par. FC Barcelona također ima momčadi u FC Barcelona Regal (košarka), FC Barcelona Handbol (rukomet), FC Barcelona Hoquei (hokej na role), FC Barcelona hokej na ledu, FC Barcelona Futsal (futsal) i FC Barcelona Rugby (ragbi savez), sve oni pobjednici najviših državnih i / ili europskih natjecanja.

Sve navedeno čini Barcelonu vrlo atraktivnom destinacijom sa vrlo bogatom turističkom ponudom atrakcijama koje su razlog velike i masovne posjećenosti i koncentracije turista tokom cijele godine.

### 3.2. Turističke atrakcije Barcelone

Barcelona je kao destinacija poznata na globalnoj razini po jedinstvenim kulturnim, umjetničkim i sakralnim atrakcijama koje su razlog dolazaka mnogobrojnih turista. Grad je kao urbanizirano i turističko središte Španjolske uložio brojne investicije u razvoj i održivost svojih atrakcija, prema kojima je specifičan, a koja su djelo poznatih svjetskih umjetnika i dio su svjetske kulturne baštine.

U Barceloni se kao značajna atrakcija ističe lučka žičara duga 1450 metara povezuje Montjuic i Barcelonetu. Počinje u Barceloneti na vrhu tornja Torre San Sebastian visokog 78 metara, koji ima restoran na vrhu do kojeg se može doći liftom. Ima međustajalište na tornju Torre Jaume), do kojeg se može doći liftom s tla. Konačna točka tramvaja je Montjuic. Tramvaj je prilično star (izgrađen 1929.).

Nedaleko od grada Barcelone, nalazi se velebni planinski lanac Montserrat. Danas je dio planine urbaniziran i arhitektonski obrađen, ali dio njegove povijesti i atraktivnosti očuvan je u svom izvornom izdanju. U središtu planinskog lanca nalazi se očuvani samostan gdje posjetitelji mogu prisustvovati misama koje uključuju divne žive crkvene zborove mladića koji žive u samostanu. Planina je dom mnogih penjača po stijenama koji se usuđuju na velike visine da izazovu vertikalne granice Montserrata. Posjetiteljima također pruža izvrsno iskustvo pješaćenja kroz slikovite staze, koje gledaju na okolne gradove, uključujući Barcelonu.

Slika 6. Planina Montserrat



Izvor: Barcelona Tourist Guide (2022): Montserrat, dostupno na <https://www.barcelona-tourist-guide.com/en/tour/montserrat-spain.html>, pristupljeno 11.05.2022.

Ljepota planine Montserrat je autentična i često je odredište fakultativnih izleta turista koji odlaze na planinu na cjelodnevno razgledavanje. Turisti ovdje mogu saznati pozadinu i znanje o drevnim i prekrasnim građevinama koje još uvijek postoje.

Hram rimske kolonije Barcino iz prvog stoljeća prije Krista, bio je posvećen carskom kultu. Zgrada se nalazila na osi Foruma, arkadnog trga na kojem su se skupljale glavne javne zgrade u gradu, crkva ili bar, gdje se sastajao Ordo Decurionum ili općinski senat, bilo je tržište svih prodanih proizvoda koji su stizali bilo gdje na Mediteranu. Hram ima pogled na grad, koji se uzdiže na podiju kojem se pristupa stubište, ali je također izgradio najvišu točku malog brežuljka, poznatu kao Mons Taber na kojem je izgrađen Barcino. Danas se ostaci Hrama nalaze unutar zgrade u kojoj su smještena četiri stupa i korintsko kanelirano okno, te arhitrav podija.

Parc Güell privatizirani je parkovni sustav sastavljen od vrtova i arhitektonskih elemenata koji se nalazi na brdu Carmel. Brdo Carmel pripada planinskom lancu Collserola - Parc del Carmel nalazi se na sjevernoj strani. Park Güell nalazi se u La Salut, četvrti u četvrti Gràcia u Barceloni. Imajući na umu urbanizaciju, Eusebi Güell je dizajn parka dodijelio Antoniju Gaudiju, poznatom arhitektu i licu katalonskog modernizma. Park je građen od 1900. do 1914. i službeno je otvoren kao javni park 1926. godine. UNESCO je 1984. proglasio park mjestom svjetske baštine pod "Djela Antonija Gaudija".

Park Güell odraz je Gaudijeve umjetničke punine koja pripada njegovoj prirodoslovnoj fazi (prvo desetljeće 20. stoljeća). Tijekom tog razdoblja, arhitekt je usavršio svoj osobni stil inspirirajući se organskim oblicima. U praksi je proveo niz novih strukturnih rješenja ukorijenjenih u analizi geometrije. Tome katalonski umjetnik dodaje kreativnu slobodu i maštovitu, ornamentalnu kreaciju. Polazeći od svojevrsnog barokizma, njegova djela dobivaju strukturno bogatstvo oblika i volumena, oslobođena racionalne krutosti ili bilo kakvih klasičnih premisa. U dizajnu Parka Güell, Gaudí je oslobodio sav svoj arhitektonski genij i u praksi primijenio velik dio svojih inovativnih strukturalnih rješenja koja će postati simbolom njegovog organskog stila i koja će kulminirati stvaranjem bazilike i crkve iskupljenja Svete obitelji ( katalonski: Sagrada Familia) (Zimmerman, 2002.)

Güell i Gaudí su osmislili ovaj park, smješten unutar parka prirode. Zamislili su organizirano grupiranje visokokvalitetnih domova, ukrašenih svim najnovijim tehnološkim dostignućima kako bi osigurali maksimalnu udobnost, dovršenih umjetničkim dodirima. Također su zamišljali zajednicu pod snažnim utjecajem simbolike, budući da su u zajedničkim elementima parka pokušavali sintetizirati mnoge političke i vjerske ideale koje dijele mecena i arhitekt: stoga su uočljivi koncepti koji potječu iz političkog katalanizma – posebno u ulazno stubište na kojem su predstavljene katalonske zemlje – a iz katoličanstva – Monumento al Calvario, izvorno zamišljen kao kapela (Zimmerman, 2002.). Mitološki elementi su toliko važni: očito je Güellova i Gaudijeva koncepcija parka također inspirirana hramom Apolona u Delfima.

S druge strane, mnogi su stručnjaci pokušali povezati park s raznim simbolima zbog složene ikonografije koju je Gaudí primijenio na urbanistički projekt. Takve reference idu od političke opravdanosti do vjerske egzaltacije, prolazeći kroz mitologiju, povijest i filozofiju. Točnije, mnoge studije tvrde da vide reference na masoneriju,

unatoč dubokim vjerskim uvjerenjima i Gaudija i grofa Güella. Ove reference nisu dokazane u historiografiji modernog arhitekta. Mnoštvo simbola pronađenih u Parku Güell, kao što je već spomenuto, povezano je s političkim i vjerskim znakovima, s daškom misterije prema tadašnjim preferencijama za enigme i zagonetke.

Slika 7. Ulaz u Parc Guell



Izvor: 360 Stories (2022): Parc Guell, dostupno na <https://360stories.com/barcelona/place/park-guell>, pristupljeno 11.05.2022.

Jedno od najpoznatijih i najzanimljivijih lokacija za posjetiti u Barceloni, najpoznatiju zgradu u cijelom gradu i njegovu znamenitost, La Sagrada Familia. Iako nedovršena, crkva je UNESCO-va svjetska baština, a u studenom 2010. godine ju je posvetio i proglasio manjom bazilikom papa Benedikt XVI. Crkva izvana zapanjuje visinom i zamršenošću dizajna crkve i iako još nije dovršena, napredak koji je napravljen je nevjerovatno impresivan. Projekt je započeo prije gotovo jednog stoljeća, a dizajnirao ga je jedan od najpoznatijih i najcjenjenijih španjolskih arhitekata u španjolskoj povijesti, Antoni Gaudí. Gaudí je rođen kao Katalonac (etnička skupina u Španjolskoj) i proizveo je neke od najdirljivijih zgrada i umjetničkih djela koja još uvijek stoje i hvale španjolski narod (Zimerman, 2002.). Bez sumnje, njegovo najpoznatije djelo je Sagrada Familia. La Sagrada familia je remek djelo u centru grada Barcelone. Visina crkve bit će, nakon što bude gotova, točno jednaka visini najveće planine u



obližnjim brdima, a razlog je zato što je Gaudí smatrao da se nijedno stvorenje koje je stvorio čovjek nikada ne bi trebalo uzdići iznad Božjih prirodnih kreacija. Visina crkve je nadmoćna kada stoji u podnožju, a unutrašnjost je još impresivnija.

Slika 8. Bazilika Sagrada Familia



Izvor: Mixer (2022): La Sagrada Familia: 10 zanimljivih činjenica o Gaudijevom remek-djelu, dostupno na <https://mixer.hr/lifestyle/putovanja/la-sagrada-familia-10-zanimljivih-cinjenica-o-gaudijevom-remek-djelu/>, pristupljeno 11.05.2022.

Iako nije dovršena, Sagrada Familia je impresivan hram prepun vjerske simbolike. Ovo su neke od njegovih najsajnijih komponenti (Zimmerman, 2002.):

- Kule - Trenutno je dovršeno osam od osamnaest kula. Gaudí je planirao da ih 12 bude izgrađeno u spomen na učenike, četiri u spomen na evanđeliste, jedan u spomen na Mariju, Isusovu majku, a drugi posvećen Isusu Kristu. Visina svakog tornja ovisit će o vjerskoj hijerarhiji koju predstavljaju.
- Fasade - Bazilika ima tri simbolična pročelja:

1. fasada Rođenja: pročelje predstavlja Kristovo rođenje. Lijepo je uređena i puna života.
  2. Passion fasada: Ovaj dio bazilike je malo goliji i jednostavniji od ostalih fasada. Predstavlja Isusovu patnju tijekom njegova raspeća.
  3. Glory fasada: Ovo je glavna fasada, koja je veća i spektakularnija. Simbolizira Isusovu smrt i uskrsnuće te njegovu sadašnju i buduću Slavu. Svjestan da ga neće moći dovršiti, Gaudí je ostavio nekoliko skica kako bi njegovi nasljednici mogli ispravno završiti posao.
- Iznutra - Gaudí je bio pod dubokim utjecajem prirode i njezinih brojnih oblika. Unutar Sagrada Familia dizajnirao je stupove u obliku elegantnih i vitkih stabala, stvarajući betonsku šumu u unutrašnjosti hrama.

Prilikom prvog ulaska u crkvu, svaki turist može doživjeti jedinstveno kulturno i religijsko iskustvo jer crkva svjedoči jednoj od najimpresivnijih i najljepših kreacija poznatih čovjeku. Posjetitelji prvo gledaju u visinu do koje se prostire strop, poduprt prekrasnim ručno oblikovanim stupovima, koji su ručno oblikovani nalik na debla drveća. Kao ljubitelj prirode, Gaudí je u svoje djelo uključio mnoge elemente Božje prirodne ljepote. Značajna atraktivna obilježja crkve su autentični vitraji koji se nalaze na zidovima bazilike. Tijekom dana ovi prozori proizvode nevjerojatno prirodno svjetlo (osobno omiljeno Gaudijevo svjetlo) koje osvjetljava čistu ljepotu unutarnje crkve.

### **3.3. Kvantitativni pokazatelji razvoja turizma u Barceloni**

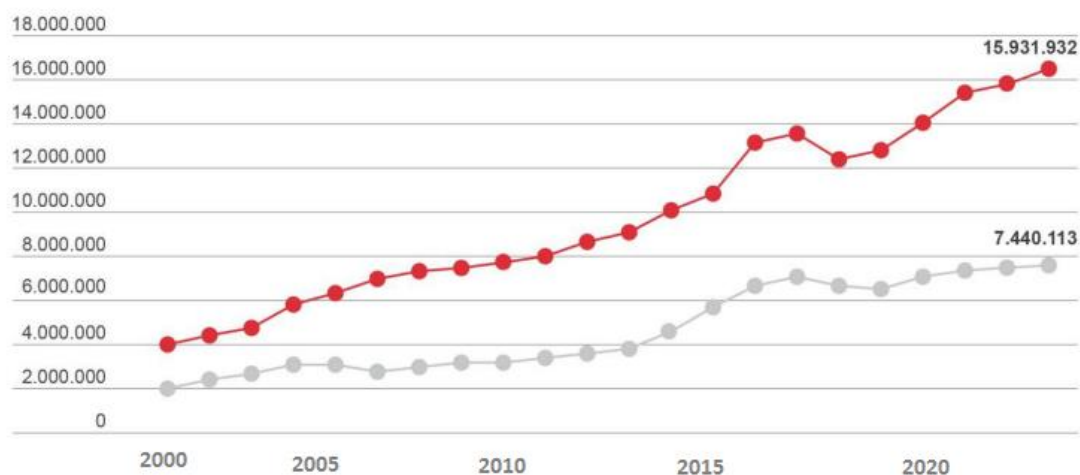
Barcelona je postala jedna od najatraktivnijih gradskih destinacija u svijetu. Olimpijske igre 1992. bile su prekretnica za grad, koji je morao doživjeti duboku transformaciju kako bi održao najvažniji svjetski sportski događaj. Gotovo tri desetljeća kasnije, trud se i dalje isplati jer je 2020. Barcelona bila među vodećim turističkim odredištima u Europi prema broju noćenja unatoč utjecaju COVID-19 i strogim ograničenjima mobilnosti koje je te godine nametnula španjolska vlada. Godine 2019. grad je čak dospio među prvih sedam najposjećenijih u svijetu.

Barcelona je bila 20. najposjećeniji grad u svijetu od strane međunarodnih posjetitelja i peti najposjećeniji grad u Europi nakon Londona, Pariza, Istanbula i Rima, s 5,5 milijuna međunarodnih posjetitelja u 2011. godini. Do 2015. i Prag i Milano imali

su više međunarodnih posjetitelja. Sa svojim Rambles-om, Barcelona je rangirana kao najpopularniji grad za posjetiti u Španjolskoj.

Barcelona je zrelo turističko odredište koje godišnje posjeti više od 27 milijuna posjetitelja, od kojih polovicu ostvariti barem jedno noćenje. Turizam u Barceloni je međunarodni, sezonski i kao takav je posljedica raznih motivacija, što pomaže osigurati da ovaj sektor ostane dinamičan i u stalnom stanju obnove. Barcelona je danas kreativan, raznolik i kozmopolitski grad koji je postao neosporna ikona u suvremeni urbani turizam, koji uživa neosporan međunarodni prestiž s dobro poznatim, čvrsto utemeljenim slikama.

Slika 9. Broj dolazaka i noćenja u Barceloni od 2000. – 2020. godine



Izvor: Statista (2022): Number of tourists in hotels in Barcelona, Spain from 1990 to 2021, dostupno na <https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>, pristupljeno 14.05.2022.

Barcelona je mediteranska i europska, tradicionalna i moderna metropola. Grad ima široku mrežu turističkih usluga i infrastrukture. Danas postoji više od 360 hotela i gotovo 10.000 turističkih apartmana raspoređenih po gradu (Barcelona, 2021.). U posljednjih dvadeset godina Barcelona je bila uronjena u razdoblje ubrzanog rasta usluga i turističkih proizvoda – posebice hotelskog smještaja –, a trenutno ovaj sektor uživa fazu održivog rasta. Barcelona nudi ogromnu raznolikost kulturnih, komercijalnih i rekreacijskih proizvoda i sadržaja usmjerenih na lokalno stanovništvo potrošača i posjetitelja.

Prema njezinim turističkim pokazateljima, barcelona predstavlja jednu od najpopularnijih destinacija u Europi. Tako je Colliers International (2018) prikazao podatke o Barceloni gdje je istu 2018. godine posjetilo 8,05 milijuna turista, od čega su njih 6,5 milijuna ili 80% bili inozemni gosti. Te je godine u Barceloni ostvareno 20 milijuna noćenja, gdje je 86% bio udio inozemnih turista. Sama prosječna duljina boravka turista u Barceloni trajala je 2,5 dana (Colliers International, 2018.).

Tablica 2. Pokazatelji turističkog prometa u barcelona 2013. – 2018. godine

|                           | 2013       | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       | '13-'18 |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------|
| Broj posjetitelja         | 6,563,285  | 6,728,640  | 7,090,244  | 7,484,276  | 7,656,747  | 8,055,374  | 4,2%    |
| -domaći                   | 1,316,117  | 1,407,027  | 1,463,593  | 1,567,798  | 1,537,833  | 1,509,645  | 2,8%    |
| -strani                   | 5,247,168  | 5,321,613  | 5,626,651  | 5,916,478  | 6,118,914  | 6,545,729  | 4,5%    |
| Broj noćenja              | 16,630,808 | 17,535,214 | 18,537,357 | 19,590,241 | 19,688,076 | 20,251,548 | 4,0%    |
| -domaći                   | 2,477,411  | 2,706,362  | 2,811,311  | 2,980,826  | 2,883,224  | 2,726,368  | 1,9%    |
| -strani                   | 14,153,397 | 14,828,852 | 15,726,046 | 16,609,415 | 16,804,852 | 17,525,180 | 4,4%    |
| Prosječna duljina boravka | 2,5        | 2,6        | 2,6        | 2,6        | 2,6        | 2,5        |         |

Izvor: Colliers International (2018): 5 Keys Madrid vs Barcelona, COLLIERS INTERNATIONAL SPAIN, str. 5

Turistički razvoj Barcelone je u promatranom razdoblju pokazao progresivan rast, gdje je u šest promatranih godina isti pokazao stopu rasta od 4,2%. Najveći udio u ukupnom broju posjetitelja imali su inozemni turisti i to čak 86%, gdje je i rast broja posjećenosti inozemnih turista pokazao rast od 4,5%. Broj noćenja u promatranom razdoblju je pokazao također progresivan rast od 4% te je dosegao 20 milijuna. U njemu su također većinski udio imali inozemni gosti, od čak 86%. Prosječna duljina boravka u ovoj destinaciji je ostala cijelo vrijeme ista te je iznosila 2,5 dana. Vidljivo je da rast broja turističkih dolazaka u Barcelonu samo generira veliku masovnost i koncentraciju turista što ukazuje na velike prijetnje overturizma destinaciji.

Takvi pozitivni trendovi su se nastavili i do 2020. godine prije pojave COVID pandemije. Zbog velike koncentracije gostiju i popunjenosti smještajnih kapaciteta, Barcelona se počela suočavati sa nedostatkom smještaja kojeg bi ponudila gostima, pa je Ministarstvo turizma Španjolske izradilo Poseban plan za smještaj turista

(španjolski Plan Especial de Urbanismo de Alojamiento Turístico-PEUAT), sa svrhu regulacije smještajnih objekata u turizmu Španjolske. Taj plan je podijelio Barcelonu na područja prema gustoći smještajnih kapaciteta, pa na taj način ograničava ili zabranjuje otvaranje novih smještajnih objekata u onim područjima koja su takvim objektima zasićena (Collier International, 2018.). Time je ostvaren nagli porast smještajnih kapaciteta u Barceloni, što je vidljivo iz tablice 2.

Tablica 3. Ukupno kategorizirani hotelski kapaciteti u Barceloni 2013. - 2018.godine

| Kategorija/Broj kreveta | 2013.  | 2014.  | 2015.  | 2016.  | 2017.  | 2018.  | 2013.-2018. |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| 5*                      | 8,072  | 8,514  | 8,758  | 8,914  | 8,914  | 9,746  | 20,74%      |
| 4*                      | 35,008 | 36,265 | 36,430 | 37,371 | 38,749 | 40,650 | 16,12%      |
| 3*                      | 16,191 | 16,483 | 16,699 | 16,522 | 16,155 | 15,662 | -3,27%      |
| 1 i 2*                  | 6,068  | 6,450  | 6,621  | 7,039  | 7,716  | 8,111  | 33,67%      |

Izvor: Colliers International (2019), str. 11, prilagodio autor

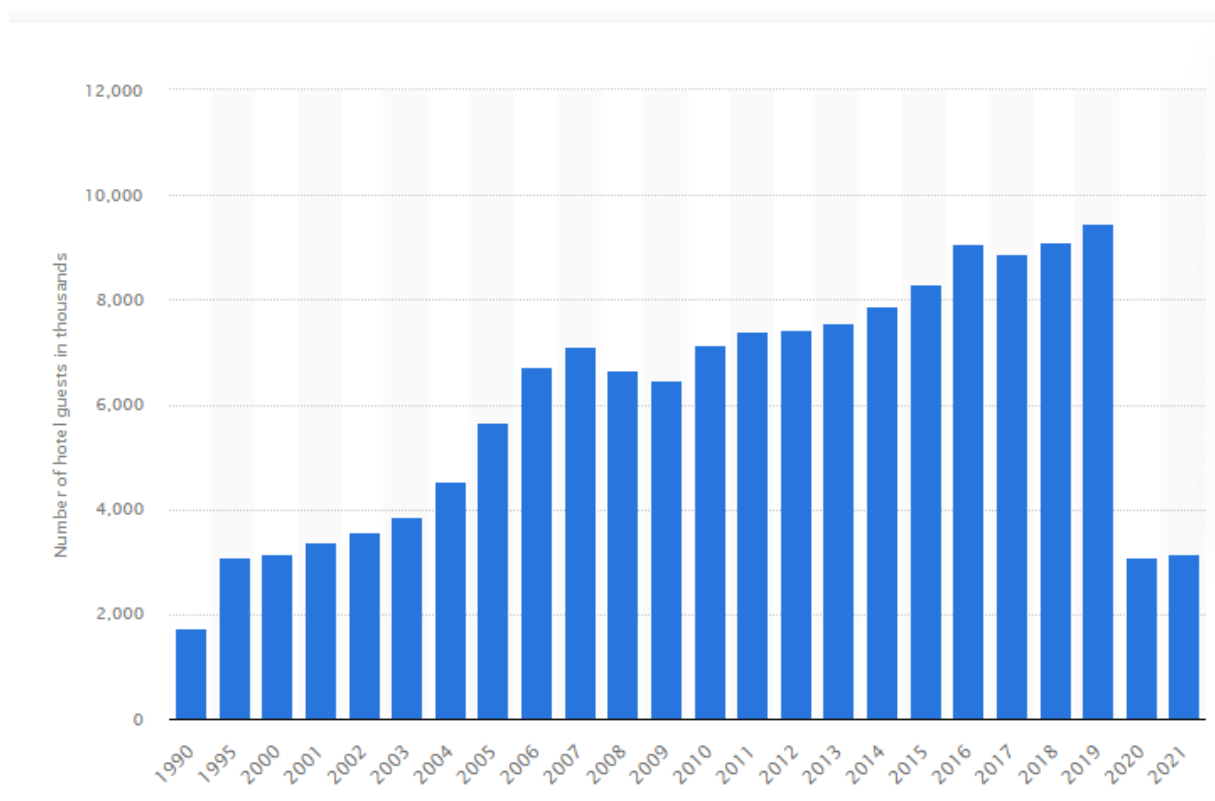
Iz tablice 2. vidljiv je nagli porast hotelskih kapaciteta u promatranom razdoblju. Tako je broj hotela s 5 zvjezdica porastao za 21%, sa 4 16%, sa 3 je pokazao pad za 3%, dok su hoteli sa 1 i 2 zvjezdice pokazali rast za 33%. Ovakav porast hotelskog smještaja omogućio je još masovnije koncentracije turista u Barceloni i posljedično razvoj overturizma.

Prema navedenim kvantitativnim pokazateljima vidljiv je progresivan rast turizma u Barceloni posljednjih 10 godina, a velika masovnost i koncentracija turista u ovoj destinaciji dovela je do negativnih učinaka turizma na okoliš i infrastrukturu destinacije, kao i reakcija lokalnog stanovništva.

Postoji više od 35.000 trgovina, 9 zgrada uvrštenih na UNESCO-ov popis svjetske baštine, brojni muzeji i izložbeni centri te bogata materijalna i nematerijalna baština (Barcelona, 2021.). Neosporna je činjenica da kultura je postala eminentna turistička vrijednost za Barcelonu kao destinaciju; kultura je postala jedna od naj visoko ocijenjeni aspekti grada, prema posjetiteljima Barcelone, bez obzira na razlog njihovog posjeta. Ipak, rast i diverzifikacija objekata nastavlja se u skladu s rastom i diverzifikacijom potražnje, prilagođavajući se novim trendovima i istovremeno zadržavajući prepoznatljive značajke grada. Ekološke, geografske, ekonomske, političke i kulturne kvalitete Barcelone odigrale su značajnu pozitivnu ulogu u pretvaranju grada u turističku atrakciju, no treba napomenuti i da komunikacija i promocija strategije provedene tijekom godina također su dale odlučujući doprinos internacionalizaciji ovoga odredište

Barcelona kao međunarodno poznata turistička destinacija, s brojnim rekreacijskim područjima, jednom od najboljih plaža na svijetu, blagom i toplom klimom, povijesnim spomenicima, uključujući osam UNESCO-ovih mjesta svjetske baštine, 519 hotela, uključujući 35 hotela s pet zvjezdica (Barcelona, 2021.), i razvijenu turističku infrastrukturu.

Slika 10. Broj turista u hotelima Barcelone od 1990. do 2021. godine



Izvor: Statista (2022): Number of tourists in hotels in Barcelona, Spain from 1990 to 2021, dostupno na <https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>, pristupljeno 14.05.2022.

Zbog velikog priljeva turista svake godine, Barcelona, kao i mnoge druge prijestolnice turizma, mora imati posla s džeparima, pri čemu su novčanici i putovnice uobičajeni predmeti krađe. Iz tog razloga, većina turističkih vodiča preporučuje posjetiteljima da poduzmu mjere opreza kako bi osigurali sigurnost svoje imovine, posebno unutar prostorija metroa. Unatoč svojoj umjerenoj stopi džeparoša, Barcelona se smatra jednim od najsigurnijih gradova u smislu zdravstvene i osobne sigurnosti, uglavnom zbog sofisticirane policijske strategije koja je smanjila kriminal za 32% u nešto više od tri godine i dovela ga do Business Insider smatra 15. najsigurnijim gradom na svijetu (MxMurray, 2022.).

Promocija branda Barcelona je rezultat međunarodnih impulsa koji su ponudile Olimpijske igre, druga svjetska događanja i turističke ikone. Ovom promocijom upravlja javno-privatni konzorcij Turisme Barcelona i učinila je Barcelonu turističkim gradom s najvećim turističkim bogatstvom u Španjolskoj. To se može dokazati bujnom evolucijom Barcelone: porasla je s 3,7 milijuna rezervacija u 1990. na više od 31 milijun rezervacija u 2019. (Barcelona, 2021.). Više od 23 milijuna posjetitelja i turista prođe kroz Barcelonu svake godine, s prosječno 154 000 posjetitelja dnevno. Budući da je jedan od najgušće europskih gradova (15.881 inh/km<sup>2</sup>), sa 1,6 milijuna stanovnika, pritisak turizma vrlo je prisutan, posebno u središnjim četvrtima. Barcelona je četvrti najposjećeniji europski grad, prva destinacija brodova za krstarenje Mediteranom i sedma najveća europska zračna luka s više od 55 milijuna putnika godišnje. U 2018. broj interkontinentalnih putovanja zrakoplovom porastao je za 10,9% (9,4% u prosjeku od 2010.) (Ajuntament de Barcelona, 2021.). Broj turista na kruzerima povećan je za 12,1%<sup>8</sup>, a broj turista za 4,3%<sup>9</sup>. Na taj način Barcelona je na kontinuiranom putu rasta turizma još od Olimpijskih igara.

Iako turizam donosi ekonomske koristi, prema jednom izvješću [potreban je citat], grad je "preplavljen hordama turista". Početkom 2017. više od 150.000 prosvjednika upozorilo je da turizam destabilizira grad. Slogani su uključivali "Turisti idu kući", "Barcelona nije na prodaju" i "Nećemo biti otjerani". Do tada se broj posjetitelja povećao sa 1,7 milijuna u 1990. na 32 milijuna u gradu s 1,62 milijuna stanovnika, što je povećalo troškove iznajmljivanja stanova za stanovnike i pretrpalo

javna mjesta. Dok su turisti potrošili oko 30 milijardi eura u 2017., neki ih smatraju prijetnjom identitetu Barcelone.

### **3.4. Potreba za učinkovitim upravljanjem turizmom Barcelone**

Tijekom posljednjih 15 godina, turistička aktivnost doživjela je ubrzani rast, pozicionirajući Barcelonu kao jedne od najkonkurentnije gradske destinacije te kao europskog i međunarodnog lidera. Dinamičan turizam Barcelone i njegovi pokazatelji imali su značajan i pozitivan učinak na urbani rast, do točke u kojoj su mnogi gospodarski sektori u Barcelona održavali izravne, neizravne ili transverzalne odnose s turizmom (Ajuntament de Barcelona, 2014.). Neosporno je da turistička djelatnost snažno doprinosi u jačanju gradskog gospodarstva, stvarajući dobrobit, ne samo za određeni sektor, već i za cjelokupno stanovništvo. Turistička aktivnost također stvara značajnu kulturnu dinamiku, jer pomaže u promicanju velike raznolikosti lokalnih resursa i naslijeđa, materijalnih i nematerijalnih. Turističke atrakcije Barcelone nastavljaju poticanje razvoja prometne infrastrukture i poboljšanja usluga koje pomažu učiniti život u gradu boljim i ugodnim za stanovnike i posjetitelje.

Privlačenje talenata, kreativnosti i inovativnosti rezultat je i uzrok turističkog zanimanja za Barcelonu. Neosporno je da je turizam pomogao u stvaranju i privlačenju ogromnih gospodarskih, društvenih i kulturnih resursa, bez kojih bi se teško mogao razumjeti aktualni model grada. To je mjesto gdje se zrelost sadašnjeg turističkog modela u Barceloni leži: u uspostavljanju nove paradigme za turizam upravljanja, okviru za uspostavu različitih alata i mjera usmjerenih na umnožavanje pozitivnih učinaka turizma uz minimaliziranje njegovih negativnih utjecaja.

Zrelost Barcelone kao turističke destinacije objašnjava se, dijelom, uspostavljanjem novog modela za turistički menadžment, pozicionirajući Barcelonu kao vodeći međunarodni grad u području planiranja turizma.



Model upravljanja turizmom koji je usvojila Barcelona definiran je sljedećim karakteristikama (Ajuntament de Barcelona, 2014.):

1. Partnerstvo javnog i privatnog sektora.
2. Integralni, transverzalni turizam i upravljanje gradom.
3. Predanost ekonomskoj, ekološkoj, teritorijalnoj, društvenoj i kulturnoj održivosti.
4. Promicanje turističke inteligencije na temelju uspostavljanja podataka i alata za planiranje, djelovanje i evaluaciju.
5. Društvena odgovornost i briga za interese građana.
6. Zaštita kulturnih objekata i vrijednosti

Pojava urbanog turizma istaknula je važnost usklađivanja turističkih aktivnosti s dinamikom samog grada. Turizam i grad su dva neraskidiva elementa, sa stajališta njegove promocije i upravljanja urbanim turizmom Barcelone integrirano je u cjelokupno upravljanje gradom. Većina velikih i srednjih gradova u zapadnom svijetu shvaćaju da upravljanje turizmom uvijek ovisi o kvaliteti samog upravljanja gradom na lokalnoj razini. To je u osnovi zato što je turizam prestao biti specifičan, izoliran gospodarski sektor, već je postao transverzalna aktivnost koja utječe na mnoge aspekte gradskog života.

## **4. UČINCI OVERTURIZMA NA PRIMJERU DESTINACIJE BARCELONE**

S obzirom da je učestalost posjećenosti Barcelone pokazala ekspanzivan trend rast posljednjih godina, počevši sa 1992. godinom, kada su Olimpijske igre pretvorile Barcelonu u turistički brend, na turističke resurse i lokalno stanovništvo Barcelone počeli su negativno utjecati čimbenici turističke prenapučenosti grada.

U ovom poglavlju će se prikazati pozadina problema overturizma u Barceloni, odgovor lokalnog stanovništva na overturizam, realizirane opcije do sada u pokušaju redukcije overturizma te preporuke za minimizaciju učinaka overturizma u Barceloni.

### **4.1. Pozadina problema overturizma u Barceloni**

Turistički sektor Barcelone i njezin proizvodni model dovode do vrlo ozbiljnih utjecaja i sukoba za lokalno društvo i okoliš. Problemi koje prekomjerni turizam stvara u kontekstu negativnih utjecaja na lokalno stanovništvo, okoliš i infrastrukturu grada su sljedeći (Stay Grounded, 2022.):

- Protjerivanje stanovnika radi pretvaranja njihovih kuća u turistički smještaj (hoteli i legalni i ilegalni apartmani);
- Povećanje cijena najma i kupnje nekretnina u svrhu tržišnog natjecanja kao i fokus na „turističku privlačnost“ što se u osnovi pretvara u atraktivnu nekretninu;
- Zamjena dnevne trgovine trgovinama i uslugama za turiste koji su općenito beskorisni ili nedostupni lokalnom stanovništvu;
- Sve veći kolaps mobilnosti i pristupačnosti kao rezultat privatnih masovnih događaja: glazbenih festivala, velikih konferencija, sportskih natjecanja itd.;
- Specijalizacija tržišta rada u turističkom sektoru koji je posebno nesiguran i feminiziran (npr. las Kellys). Plaće u sektoru smještaja jedne su od najnižih u Barceloni;
- Visoka razina buke i onečišćenja zraka, prvenstveno uzrokovana zrakoplovima i kruzerima;

- Visoka proizvodnja otpada i zlouporaba prirodnih resursa;
- Gubitak javnih prostora kao rezultat privatizacije u svrhu turističke infrastrukture i koncentracije usluga za slobodno vrijeme (lučke zone, hoteli, restoranske terase i monofunkcionalne zone za noćni život);
- Pogoršanje životnih uvjeta i zdravlja lokalnog stanovništva;
- Pretjerana specijalizacija u turizmu, smanjenje mogućnosti za druge proizvodne sektore kao i sve veća ovisnost o turističkom sektoru.

Turistički model koji je odgovoran za te utjecaje nije ni besplatan ni prirodan - stvoren je prema konkretnim interesima političkih i ekonomskih elita. U kapitalističkom kontekstu, unatoč tome što je gospodarski motor u procvatu, sektor turizma, osim ostalog, trenutno odgovara logici produktivne i financijske akumulacije gdje život ostaje na rubu, a ne u središtu. To je izraženo putem špekulacije o životnim uvjetima kroz smanjenje plaća, intenziviranje radnih putovanja, pogoršanje uvjeta rada; ugrožavanje zdravlja radnika i okoliša (Stay Grounded, 2022.).

Posljednje godine koordinacije turističkih aktivnosti između javnog kolektiva i privatnih entiteta, kao i sve veće poteškoće i evidentan proces turističke ponude, izazvali su previranja u javnom mnijenju o percepciji turizma u Barceloni. Povijesno gledano, službena percepcija onih koji su odgovorni za ovaj proces (privatni sektor i javne institucije) može se sažeti kao „turizam je dobar za sve jer proizvodi bogatstvo i radna mjesta“ (Stax Grounded, 2022.). Danas se masovni turizam Barcelone u suštini doživljava kao problem kapitala u gradu i čini dio najvećih društvenih preokupacija stanovništva.

Lokalna vlast poduzima korake, posljednjih godina formirana je putem općinske kandidature koja je dijelom proizašla iz društvenih pokreta i uključuje program koji je odražavao dio njihovih zahtjeva. Uglavnom je pokrenuo kritičke diskurse s turističkim sektorom na institucionalnoj razini i po prvi put su predložene neke zanimljive, ali umjerene mjere.

## 4.2. Učinci overturizma u Barceloni na okoliš i infrastrukturu

Okoliš Barcelone je značajan i boato uređen. U Barceloni je kao prirodni turistički resurs najvažnija pitka voda, a prilikom posjećenosti velikog broja turista njena potrošnja se u Barceloni višestruko povećava. To je prisutno iz razloga što hoteli i drugi smještajni kapaciteti trebaju velike količine vode za osobne i turističke potrebe, što generira nestašicu vode i stvaranje otpadnih voda. U Barceloni je problematika nedostatka vode najviše izrađena zbog značajne turističke posjećenosti ove mediteranske destinacije. Osim toga, turisti Barcelonu najviše posjećuju tokom ljeta, kada su potrebe za vodom izraženije, a slični učinci odražavaju se i na ostatak okoliša Barcelone.

Barcelona nema prostora za rast i ljudi samo dolaze. Nikakva proširenja kolnika i preusmjeravanje autobusa ne mogu riješiti temeljno pitanje da je turizam glavni problem grada. Štoviše, nedostatak pristupačnog stanovanja (koji se doživljava kao drugi najveći problem Barcelone) pogoršan je rastom turizma. Došlo je do poplave Airbnb nekretnina na tržištu, što je smanjilo količinu dugoročne imovine koja je dostupna stanovnicima grada. Ovaj priljev ljudi dovodi do ekoloških problema. Gradsko vijeće proglasilo je izvanredno stanje okoliša ovog tjedna i ograničit će ulazak vozila u središte grada kako bi se spriječilo onečišćenje zraka, ali automobili su najmanji njihov problem s onečišćenjem.

Tijekom posljednjih 30 godina, Barcelona je doživjela ogroman priljev dolazaka turista. Time je grad doživio i propadanje zdravlja okoliša. U izvješću Svjetskog fonda za divlje životinje iz 2019. godine navedeno je da posljedica zagađenja otpadom i Barcelone i Vilanove i la Geltrú (grad na obali Španjolske, jugoistočno od Barcelone) zajedno, dolazi od 38% smeća što ribari ulove u Sredozemnom moru (Jennings, 2021.). Barcelona je druga na popisu destinacija koje najviše zagađuju Sredozemno more otpadom.

Slika 10. Zagađenost plaža Barcelone



Izvor: Jennings, M. (2021): Overtourism in Barcelona, dostupno na <https://storymaps.arcgis.com/stories/9dc1028eacc1452fb44402a2c5313205>, pristupljeno 16.05.2022.

Zbog masovnih dolazaka turista, jeftinih karata, nepostojanja zrakoplovnog oporezivanja, te razvoja luka i zračnih luka, veliki je broj dolazaka transportnih vozila poput zrakoplova i kruzera. Ovi načini prijevoza imaju znatne negativne utjecaje na okoliš. Procjenjuje se da u Barceloni prijevoz zrakoplovom predstavlja 75% ukupnih emisija ugljika povezanih s turizmom. To je zato što jedan turist koji stigne avionom potroši u prosjeku 605,7 kilograma ugljičnog dioksida, a 82% turista u Barcelonu stiže avionom (Jennings, 2021.). Tu je i obilje dolazaka kruzera koji zagađuju i zrak i more. Brodovi za krstarenje koriste gorivo koje ima visoku koncentraciju sumporovog oksida; 2000 puta veća količina u običnom dizelskom gorivu, a 2019. godine brodovi za krstarenje u Barceloni proizveli su 32,8 tona sumporovog oksida (Jennings, 2021.). Nadalje, 28,5% kancerogenog dušikovog oksida u Barceloni i 3,5 posto njezinog onečišćenja česticama povezano je s krstarenjima.

Slika 11. Zagađena lučka infrastruktura Barcelone



Izvor: Lakritz, T. (2020): 7 places being ruined by cruise ships, dostupno na <https://www.insider.com/cruise-ships-environmental-impact-tourism-2019-9>, pristupljeno 14.05.2022.c

U lipnju 2019. Barcelona je proglašena najzagađenijom lukom broj jedan u Europi, s najvećim količinama sumpornog oksida i kancerogenog dušikovog oksida koji dolaze iz posjeta brodovima za krstarenje. Poseban problem predstavljaju brodovi za krstarenje jer rade na loživo ulje koje sadrži daleko više sumporovog oksida od običnog dizela. To znači da su 2017. godine posjete brodovima za krstarenje ispuštale gotovo pet puta više sumporovog oksida od svih automobila u Barceloni.

Osim luke, probleme je Barceloni donio i Airbnb, jer Barcelona bookira preko njega 18.000 smještajnih jedinica. Također brojna infrastruktura Barcelone je opterećena pojavom masovnosti turista, što se također odražava kao negativni učinci overturizma.

Barcelona je stoga opterećena masovnošću turista koji lokalnom stanovništvu zagađuju more, pitku vodu i ostale prirodne resurse, ali i samu infrastrukturu grada, što je vrlo nepoželjna karakteristika za razvoj daljnjeg turističkog napretka.

### **4.3. Odgovor lokalnog stanovništva na overturizam**

Barcelona je jedan od onih gradova koji se čini gotovo savršenim. Nalazi se na rubu Mediterana, ima prekrasnu klimu, dovoljno je velik da ima dosta događanja, ali dovoljno mali da ne bude preopterećen, a njegove su ulice ispunjene veličanstvenom arhitekturom. Barcelonu više od 1,6 milijuna lokalnih stanovnik naziva domom, dok ih mnogo više ovaj grad doživljava kao piželjnu destinaciju za odmor, odnosno blizu 32 milijuna svake godine.

Uz pitanje prekomjernog turizma u Barceloni, došli su i brojni negativni društveni utjecaji. Mnogi mještani bili su prisiljeni napustiti svoje domove zbog povećanja cijena nekretnina i najma, ali i zbog prenamjene svojih kuća u smještaj za turiste. Također je bilo mnogo slučajeva u kojima su uobičajene komunalne usluge koje olakšavaju osnovne potrebe zamijenjene restoranima, trgovinama, atrakcijama i tvrtkama koje zadovoljavaju potrebe turista. Fizički kapacitet barcelonskih ulica i nekih od njezinih glavnih atrakcija narušen je dok gomile turista pune gradske ulice i okružuju povijesna mjesta. Samo u 2016. La Sagrada Familia primila je 4.561.800 posjetitelja, Park Guell 2.958.900 posjetitelja, a El Born Center Cultural 1.306.200 posjetitelja (Jennings, 2021.).

Mnoga mjesta u Barceloni koja su nekada bila zajednička, javna mjesta postala su privatizirana ili izgrađena područja izgradnjom turističkih objekata kao što su hoteli, ljetovališta, luke, trgovine i restorani. Zbog prekomjernog turizma, u gradu je i velika gužva koja povećava promet pješaka i vozila, dodatno onemogućuje dostupnost i mobilnost. Mnogi stanovnici reagiraju prosvjedima i zastavama na kojima se vidi da su mještani ili natpisima da su "turisti teroristi", da "turisti moraju ići kući", te da "to nije turizam, to je invazija" (Jennings, 2021.). Postojao je slučaj kada je skupina maskiranih mještana izrezala gume turističkog autobusa i napisala na vjetrobransko staklo "El Turisme Mata Els Barris", što u prijevodu znači "Turizam ubija susjedstva".

Slika 12. Poruka lokalnog stanovništva turistima



Izvor: Jennings, M. (2021): Overtourism in Barcelona, dostupno na <https://storymaps.arcgis.com/stories/9dc1028eacc1452fb44402a2c5313205>, pristupljeno 16.05.2022.

S rastom turizma u Barceloni, postojali su pozitivni i negativni čimbenici koji su utjecali na njezino gospodarstvo. Turistička industrija u Barceloni stvorila je mnoga radna mjesta i različite vrste zaposlenja za lokalno stanovništvo, ukupno 8,6 posto zaposlenosti. Postala je značajna vrsta prihoda u Španjolskoj jer čini 7,3 posto španjolskog bruto domaćeg proizvoda i "četvrta je najveća aktivnost stvaranja bogatstva" (Jennings, 2021.). Međutim, kako je turizam postao značajan čimbenik gospodarstva Barcelone, grad se, i mogao bi nastaviti postajati, oslanjati na turističku industriju, što njegovo gospodarstvo čini vrlo nestabilnim. Mnogim mještanima koji rade u različitim industrijama počinje biti teško napredovati u mjestu koje je postalo jako usredotočeno na turizam. S vremenom su se povećavale cijene nekretnina i najma kako je rasla konkurencija smještaja. To je dovelo do toga da su lokalni ljudi deložirani ili nesposobni voditi zdrav život, živeći na mjestu izvan svog proračuna.



Slika 13. Pobunjeničke poruke lokalnog stanovništva turistima



Izvor: Jennings, M. (2021): Overtourism in Barcelona, dostupno na <https://storymaps.arcgis.com/stories/9dc1028eacc1452fb44402a2c5313205>, pristupljeno 16.05.2022.

Dok su 1960-ih i 70-ih godina duž Costasa počeli nicati hoteli i ljetovališta, tek se na Olimpijskim igrama 1992., čiji je domaćin bila Barcelona, grad zaista pojavio na turističkoj karti. Lučki grad doživio je preuređenje. Prigrčila je svoju mediteransku obalu, uvezla pijesak kako bi umjesto pristaništa stvorila nove plaže i počeli su stizati turisti. Barcelona također ima najveću luku na Mediteranu, što je čini glavnim mjestom za velike brodove za krstarenje. Godine 1990. u Barcelonu je stiglo samo 115.000 putnika s kruzera. Do 2016. ta brojka iznosila je 2,7 milijuna. Ovo je ogroman priljev broja posjetitelja u kratkom vremenskom razdoblju.

Sa samo nekoliko sati ili dana u gradu, posjetitelji imaju ograničen radijus i označit će ista mjesta: La Rambla, Sagrada Familia, Parc Güell, La Boqueria. Izvan glavnih turističkih područja troši se malo novca, a gužve su neugodne i za stanovnike i za ostale turiste.

Lokalno stanovništvo stoga doživljava turiste u barceloni kao neprijatelje i zagađivače okoliša te je njihov stav prema turistima nepristupačan i neljubazan.

#### 4.5. Preporuke za minimizaciju učinaka overturizma

Overturizam je prepoznat kao značajan problem razvoja Barcelone kao destinacije. S obzirom na turistički opstanak Barcelone u budućnosti, potrebno je racionalizirati preporuke kojima bi se učinci overturizma minimizirali. U tom smislu treba implementirati odluke vladajuće lokalne strukture Barcelone koje bi možda izgledale kontradiktorno s razvojem Barcelone kao destinacije, ali su iste nužne da bi reducirale učinke overturizma na destinaciju.

Tablica 4. SWOT analiza upravljanja overturizmom u Barceloni

| <b>Snage</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Slabosti</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Minimiziranje zagušenja ograničavanjem broja dolazaka u određeno vrijeme</li><li>- Reduciranje broja turista dodavanjem naplate ulaza u grad</li><li>- Prioritet lokalnim rezidentima uz davanje beslatnih ulaza na atrakcije, dok se turistima to naplaćuje</li><li>- Generiranje dodatnih poslova putem prodaje karata online i na turističkim štandovima</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Teško je znati da li turisti dolaze samostalno ili u grupi ako postoje restrikcije za grupe na određenim područjima</li><li>- Tuisti često zaobilaze određena propisana pravila</li><li>- Kontrola dolazak može eliminirati opuštanje turista ili izazvati tenzije</li></ul> |
| <b>Prilike</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Prijetnje</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Zajedništvo turista i lokalnog stanovništva može unaprijediti blagostanje grada</li><li>- Pristupačnost i mobilnost grada i okolice je u porastu</li><li>- Sa manjim brojem turista pada količina onečišćenja, uzrokujući zdravije okoliša</li></ul>                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Potencijalna segregacija turista i lokalnog stanovništva može uzrokovati konflikte</li><li>- Neki turisti se ne slažu sa pravilima razgledavanja grada i nemaju osjećaja slobode za posjetu određenim atrakcijama i lokacijama</li></ul>                                     |

|                                                                                                                                                                            |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sa naplatom posjeta atrakcijama turisti se tretiraju kao privremeni rezidenti i doprinose fondovima za održivi turizam</li> </ul> |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

Izvor: izrada autora

Prvi korak koji je Barcelona poduzela je ograničavanje radnje i regulacija postojećih smještajnih kapaciteta pa je na taj način ograničen broj turističkih dolazaka. Osim toga, potrebno je u samoj destinaciji prilikom dolaska turista provoditi edukacijske radionice o potrebi ekološki odgovornog ponašanja prema destinaciji. Stoga bi se u smještajnim objektima trebale postavljati interaktivne promotivne poruke gdje se turiste upućuje na štednju vode, odgovorno odlaganje smeća i na umanjenje generiranja nepotrebnog otpada.

U luci Barcelone treba definirati maksimalan broj prihvatnih kruzera koji mogu doći s obzirom na projekcije i procjene zagađenja mora. Time se u svakom slučaju nastoji ograničiti broj turističkih dolazaka jer bi se time dugoročno zaštitila destinacija od nepovoljnih učinaka overturizma.

Potrebno je regulirati turističke dolaske ravnomjerno tokom cijele godine sa bogatijom turističkom ponudom, a ne samo tokom ljetnih mjeseci jer Barcelona ima potencijal za posjećenost i van sezone, odnosno nije destinacija koja živi samo od sunca i mora. Velika turistička potražnja tokom ljeta u Barceloni se može smanjiti podizanjem cijena smještajnih kapaciteta u turizmu ili uvođenjem turističkih poreza čime bi se dio turističke potražnje preusmjerio na druge turističke destinacije. Implementacija turističkih poreza osobito bi koristila Barceloni kao kruzerskoj luci jer bi se smanjilo onečišćenje mora.

Ove mjere reducirale bi mjere overturizma te usmjerile turizam Barcelone prema održivosti. Cilj je Barcelone kao destinacije u svakom slučaju u budućnosti razviti perspektive održivog turizma, čime bi se osigurao njegov nesmetan razvoj, ali i reducirali učinci overturizam te postigli zadovoljavajući učinci na lokalno stanovništvo i destinaciju.

## 5. KOMPARATIVNA ANALIZA OVERTURIZMA BARCELONE I ODABRANIH DESTINACIJA

Osim u Barceloni, učinci overturizma razvidni su i u mnogim drugim svjetskim destinacijama. Stoga će se u ovom poglavlju izvršiti komparativna analiza overturizma u Veneciji, na atrakciji Taj Mahal u Indiji te u Rimu. U konačnici će se dati kritički osvrt na provedeno istraživanje.

### 5.1. Učinci overturizma u Veneciji

Venecija je glavni istoimene talijanske pokrajine Venecije u talijanskoj regiji Venetu s više od 280 tisuća stanovnika. Grad je poznat po kanalima, gondolama i bogatoj povijesti, većinom neovisnog grada koji je bio središte Mletačke Republike. Sinonimi destinacije su "Kraljica Jadrana", "Grad vode", "Grad mostova", i "Grad svjetlosti" (Destination Venice, 2022.). Često ga, s razlogom, smatraju najljepšim gradom na svijetu.

Grad se nalazi na 117 manjih otoka u močvarnoj venecijanskoj laguni u venecijanskom zaljevu na sjeveru Jadranskog mora. Laguna se prostire uz talijansku obalu između ušća rijeka Po na jugu, i Piave na sjeveru. Od 272,000 stanovnika u općini Venecija (Comune di Venezia), oko 62,000 stanuje u povijesnom središtu (Centro storico); 176,000 na Terraferma, većinom u velikim župama (frazione) Mestre i Marghera; te 31,000 na drugim otocima u laguni (Destination Venice, 2022.).

Venecija i njezino kopno posebno su bogati muzejima i povijesnim građevinama od velike umjetničke i kulturne važnosti. Ovdje možete birati između raznih muzeja, crkava, palača i vila, povijesne jezgre Venecije, poznatih otoka Murano i Burano, vila uz rijeku Brenta i prekrasnih krajolika Miranese područja, i naravno manje poznatih otoka u Venecijanska laguna.

Slika 14. Venecijski kanali



Izvor: 11. Destination Venice (2022): Private torus and attractions, dostupno na <https://destination-venice.com/>, pristupljeno 16.05.2022.

Između mora i lagune pluta prekrasan otok Lido u Veneciji. Zahvaljujući stalnom dolasku i odlasku trajekata do njega je lako doći - čak i automobilom. A takvog nema nigdje na svijetu. Nekoliko minuta udaljeni od Venecije, kilometri pješčanih plaža nude ljetne atrakcije turistima, a nakon brižljivih ekoloških radova, more je iz godine u godinu sve čistije: plaže otoka Lido nagrađene su važnom ekološkom oznakom Plava zastava, četiri godine za redom. Venecija nije samo kultura i plaže, neka vas njeni parkovi i naturalističke oaze očaraju svojom ljepotom i mirnoćom.

Venecija je važno odredište za turiste koji žele vidjeti njezinu slavnu umjetnost i arhitekturu. Grad ugosti do 60.000 turista dnevno (Cosgrove, 2019). Procjene godišnjeg broja turista variraju od 22 milijuna do 30 milijuna. Ovaj prekomjerni turizam stvara prenapučenost i ekološke probleme za venecijanski ekosustav. Do 2017. UNESCO je razmatrao dodavanje Venecije na svoj popis "U opasnosti", koji uključuje povijesne ruševine u ratom razorenim zemljama (Cosgrove, 2019). Kako bi se smanjio broj posjetitelja, koji uzrokuju nepovratne promjene u Veneciji, grad podržava ograničavanje broja kruzera kao i provedbu strategije za održiviji turizam.

Turizam je glavni dio venecijanskog gospodarstva od 18. stoljeća, kada je Venecija - sa svojim prekrasnim gradskim krajolikom, jedinstvenošću i bogatom glazbenom i umjetničkom kulturnom baštinom - bila stanica na Grand Touru. U 19.

stoljeću Venecija je postala mondano središte za "bogate i slavne", koji su često boravili i večerali u luksuznim objektima kao što su hotel Danieli i Caffè Florian, te je i dalje bio moderan grad do početka 20. stoljeća. Osamdesetih godina prošlog stoljeća oživljen je karneval u Veneciji; a grad je postao glavno središte međunarodnih konferencija i festivala, poput prestižnog Venecijanskog bijenala i Venecijanskog filmskog festivala, koji svojim kazališnim, kulturnim, kinematografskim, umjetničkim i glazbenim produkcijama privlače posjetitelje iz cijelog svijeta

Danas u Veneciji postoje brojne atrakcije, kao što su bazilika Svetog Marka, Duždeva palača, Veliki kanal i Piazza San Marco. Lido di Venezia također je popularna međunarodna luksuzna destinacija koja privlači tisuće glumaca, kritičara, slavni osoba i drugih u kinematografskoj industriji. Grad se također uvelike oslanja na poslove krstarenja. Odbor za krstarenje Venecijom procijenio je da putnici s kruzera godišnje potroše više od 150 milijuna eura (193 milijuna USD) u gradu, prema izvješću iz 2015. godine (Cosgrove, 2019).

Iako još uvijek s ponosom poznata kao La Serenissima, 'najmirnija', Venecija je destinacija koja više nema tu percepciju jer je prekomjerni turizam ovdje glavni problem. Nekada uspješan grad, dom brojnoj i ponosnoj populaciji Mlečana i koji posjećuju pisci, intelektualci i umjetnici gladni kulture, Venecija je sada preplavljena dnevnim izletnicima, koji daleko nadmašuju noćnih posjetitelja i lokalnog stanovništva.

Slika 15. Turističke gužve u Veneciji



Izvor: Simmons, J. (2021): Overtourism, in Venice, dostupno na <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-venice>, pristupljeno 16.05.2022.

Svake godine Veneciju posjeti oko 20 milijuna posjetitelja; u najprometnijim danima, oko 120.000 ljudi posjeti ovaj grad u kojem živi samo 55.000 stalnih stanovnika (Simmons, 2021.). Mnogi od ovih turista drže se poznatih znamenitosti - mosta Rialto, trga Svetog Marka - dodatno koncentrirajući brojeve u maleni otisak. To oštećuje krhke zgrade Venecije, opterećuje njezinu infrastrukturu, sprječava lokalne ljude da se bave svojim poslom i, iskreno, čini i jedno iskustvo posjetitelja. Nitko nema koristi, pa ni turisti.

Mnogi od istih problema pojavljuju se u Veneciji kao u Barceloni, Reykjaviku ili Dubrovniku – krivci su brzi rast niskotarifnog zrakoplovstva, brodova za krstarenje i platformi za međusobno dijeljenje domova. Porast dnevnih izletnika također je veliki problem. Ironično, čini se da nitko ne posvećuje vrijeme razgledanju ovog bezvremenskog grada. Od 20 milijuna ljudi koji svake godine dođu u Veneciju, samo polovica spava ovdje, zbog čega je boravak u hotelima pao za dvije trećine u posljednjih 25 godina (Simmons, 2021.). Mnogi su se spustili s kruzera – nekih dana u

grad dođe čak 44.000 putnika s kruzera – ili su na vrtložnoj turneji po Italiji. Neki ostanu samo nekoliko sati, malo vide, kupe koju sitnicu i odu. Gradu na ovaj način ne donose nikakvu ekonomsku korist.

Potreba za zaštitom gradskog povijesnog okoliša i krhkih kanala, suočena s mogućim gubitkom radnih mjesta uzrokovanih kruzerskim turizmom, dovela je do pokušaja talijanskog ministarstva prometa zabraniti posjetu gradu velikim brodovima za krstarenje. Zabrana iz 2013. dopuštala bi samo kruzera manjim od 40.000 bruto tona da uđu u kanal Giudecca i bazen Sv. Marka (Cosgrove, 2019). U siječnju 2015. regionalni je sud ukinuo zabranu, ali neke globalne tvrtke za krstarenje naznačile su da će je nastaviti poštivati dok se ne pronađe dugoročno rješenje za zaštitu Venecije.

Slika 16. Prenapučenost kruzera u venecijskoj luci



Izvor: Simmons, J. (2021): Overtourism, in Venice, dostupno na <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-venice>, pristupljeno 16.05.2022.

P&O Cruises izbacio je Veneciju iz svog ljetnog rasporeda; Holland America premjestila je jedan od svojih brodova s ovog područja na Aljasku; a Cunard je smanjio (2017. i dalje u 2018.) broj posjeta svojim brodovima. Kao rezultat toga, Venecijanska lučka uprava procijenila je pad od 11,4% brodova za kružna putovanja koji su stigli u



2017. u odnosu na 2016., što je dovelo do sličnog smanjenja prihoda za Veneciju (Cosgrove, 2019).

Budući da nije uspio u svojoj namjeri iz 2013. za zabranu velikih brodova za krstarenje iz kanala Giudecca, grad je sredinom 2017. prešao na novu strategiju, zabranjujući stvaranje bilo kakvih dodatnih hotela. Trenutno postoji preko 24.000 hotelskih soba . (Cosgrove, 2019). Zabrana ne utječe na kratkoročni najam u povijesnoj jezgri koji uzrokuje povećanje troškova života domorodačkih stanovnika Venecije. Grad je već zabranio sve dodatne objekte brze hrane "za ponijeti", kako bi zadržao povijesni karakter grada, što je bio još jedan razlog za zamrzavanje broja hotelskih soba. Međutim, manje od polovice milijuna godišnjih posjetitelja ostaje preko noći.

Osim što ubrzavaju eroziju temelja drevnog grada i stvaraju određeno zagađenje u laguni, brodovi za krstarenje koji ispuštaju prekomjeren broj dnevnih izletnika mogu učiniti da Trg sv. Vrhunac sezona. Državni dužnosnici vide malu vrijednost za gospodarstvo od turista koji kratko dođu i odu, koji ostaju kraći od jednog dana, što je tipično za one turiste s kruzera.

Neki mještani nastavili su agresivno lobirati za nove metode kojima bi se smanjio broj putnika na kruzerima; njihova procjena je pokazala da postoji i do 30.000 takvih posjetitelja dnevno u sezoni, dok drugi usredotočuju svoje napore na promicanje odgovornijeg načina posjeta gradu. Neslužbeni referendum za zabranu velikih brodova za krstarenje održan je u lipnju 2017. Više od 18.000 ljudi glasalo je na 60 biračkih mjesta koje su postavili aktivisti, a 17.874 je bilo za zabranu ulaska velikih brodova u lagunu (Cosgrove, 2019). U Veneciji je tada živjelo oko 50 000 stanovnika.

Slika 17. Grafiti protiv turista u Veneciji



Izvor: Simmons, J. (2021): Overtourism, in Venice, dostupno na <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-venice>, pristupljeno 16.05.2022.

Dana 28. veljače 2019., Gradsko vijeće Venecije izglasalo je novu općinsku uredbu prema kojoj jednodnevni izletnici koji posjećuju povijesnu jezgru i otoke u laguni moraju plaćati novu naknadu za pristup. Dodatni prihod od naknade koristio bi se za čišćenje, održavanje sigurnosti, smanjenje financijskog tereta za stanovnike Venecije, te "da bi se Mlečanima omogućilo da žive s više pristojnosti"(Cosgrove, 2019.).

Oni koji ostanu noć ili dvije također mogu pridonijeti problemima Venecije. Cijene nekretnina su visoke, a vlasnici pretvaraju ono što bi moglo biti obiteljske kuće i najam s nižim prihodima u unosan smještaj za odmor. To povećava cijenu stanovanja i znači da si samo vrlo bogati mogu priuštiti život ovdje.

Život preostalih lokalnih stanovnika je narušen ovim priljevom izletnika i turista. Svaki dan prisiljeni su pregovarati s gomilom i trpjeti bučne kovčege s kotačima, selfie štapove i često nepoštovanje – kupanje u kanalima, piknik na mostovima – dok pokušavaju obavljati svoj svakodnevni život. Golemi brodovi za krstarenje pljuskuju

gore-dolje po kanalu Giudecca četiri ili pet puta dnevno, ispuštajući pare prije nego što istjeraju tisuće ljudi (Simmons, 2021.).

Utjecaj prekomjernog turizma ipak seže daleko od kvalitete života. Prekomjerni turizam s vremenom mijenja ravnotežu ekonomskih poticaja za čitav niz poduzeća koja su važna za definiranje karaktera grada. Hrana, roba u dućanima, čak i glazba koja se pušta u barovima, sve to naginje turističkom ukusu i sve više ne zadovoljava domaće ljude.

Teško postaje pronaći posao u bilo kojem području izvan turizma. Venecija je postala preskupa, previše nepraktična i previše je turistički tematski park da bi većina stanovnika mogla ostati. Prije tri desetljeća, više od 120.000 ljudi nazivalo je Veneciju domom. Danas ih ima 55.000. Neki demografi predviđaju da do 2030. više ne bi moglo biti stanovnika s punim radnim vremenom.

Kao odgovor na lokalno negodovanje glede turista, strah od onečišćenja i oštećenja povijesne infrastrukture, odbor talijanske vlade donio je 2017. godine odluku da će brodovima za krstarenje od 55.000 tona biti zabranjen ulazak u bazen Svetog Marka i kanal Giudecca od 2021. godine (Simmons, 2021.). Umjesto da pristaju u povijesnoj jezgri grada, morat će pristati u Margheri na kopnu.

Gradonačelnik Venecije Luigi Brugnaro također je predstavio nove i kontroverzne planove za kontrolu broja posjetitelja. U travnju 2018. najavio je sustav segregacije, prema kojem će pristup popularnim mjestima kao što su Rialto i Markov trg biti kontroliran ako gužva postane prevelika, s turistima preusmjerenim alternativnim rutama, a samo domaćim i poslovnim ljudima dopušteno je korištenje najviše popularne prometnice. Osim toga, svi turisti koji stignu automobilom preko Ponta della Liberta s kopna mogli bi biti odbijeni ako nemaju unaprijed rezerviran parking (Simmons, 2021.). Gradonačelnik je odobrio kazne od 500 eura za bučne kofere s kotačima koji se koriste u povijesnoj jezgri, kao i kazne za bacanje smeća i lutanje na mostovima, kupanje u kanalima, nošenje kupaćih kostima tijekom razgledavanja i izleta na javnim mjestima.

## 5.2. Učinci overturizma u Rimu

Rim je danas jedno od najvažnijih turističkih odredišta svijeta, zbog nesagledive neizmjernosti svog arheološkog i umjetničkog blaga, kao i zbog šarma jedinstvene tradicije, ljepote panoramskih pogleda i veličanstvenosti njegovih veličanstvenih vila - parkova. Među najznačajnijim resursima ističe se mnoštvo muzeja – (Kapitolijski muzeji, Vatikanski muzeji, Galleria Borghese i veliki broj drugih) – akvadukti, fontane, crkve, palače, povijesne građevine, spomenici i ruševine Rimskog foruma i Katakombe.

Rim je drugi najposjećeniji grad u EU-u, nakon Pariza, i primi u prosjeku 7-10 milijuna turista godišnje, što se ponekad udvostruči na svetim godinama. Koloseum (4 milijuna turista) i Vatikanski muzeji (4,2 milijuna turista) su 39. odnosno 37. najposjećenija mjesta na svijetu (Tourismo Roma, 2022.) Grad je nominiran za četvrti najpoželjniji grad za posjetiti u svijetu 2007, prema lifestyle magazinu Travel + Leisure, nakon Firence, Buenos Airesa i Bangkoka. Rim je grad s najviše spomenika na svijetu te i drugi talijanski gradovi, Rim naplaćuje turističku pristojbu koja doprinosi održavanju javnog prijevoza i infrastrukture. Kreće se od 3 € do 7 € po osobi, po noći, ovisno o hotelu ili drugoj vrsti smještaja (djeca mlađa od 10 godina su oslobođena, a porez se ne naplaćuje nakon 10 dana) (European best destinations, 2022.).

Dvije najpopularnije turističke destinacije u Rimu su Vatikanski muzeji (s preko 4,2 milijuna turista godišnje, što ih čini 37. najposjećenijim odredištem u svijetu) i Koloseum (s oko 4 milijuna turista godišnje, što ga čini 39. najpopularnijim turističkim odredištem na svijetu) (European best destinations, 2022.).

Ostala popularna mjesta uključuju baziliku Svetog Petra, Forum Romanum, Panteon, Fontanu di Trevi, Španjolske stepenice, Via Condotti, Via Veneto, Capitoline muzeje, vrtove Villa Borghese, Villa Giulia, Piazza Navona, Basilica di Santa Maria Maggiore, nadbazilika Svetog Ivana Laterana, Piazza del Popolo, Castel Sant'Angelo, Campo de' Fiori, Quirinal Palace, Lateranska palača i Palazzo Barberini, da spomenemo samo neke.

Slika 18. Turističke gužve oko Koloseuma



Izvor: European best destinations (2022): Tourism in Rome, dostupno na <https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/rome/>, pristupljeno 16.05.2022.

Loše stanje rimske infrastrukture i javnih usluga, posebice odvoz smeća, posljednjih je godina pod sve većim nadzorom turista. Percepcija turističkih problema u Rimu izražena je kao "...vječno zapušteni grad, od ulica posutih smećem, rupa na udarima, otrcanih parkova i srednjovjekovnih zgrada narušenih grafitima do zatvorenih stanica metroa i autobusa koji nikada ne dolaze ili povremeno izgore" (Turismo Roma, 2022.) Odlaganje otpada bio je kritičan problem za rimske vlasti od zatvaranja deponije Malagrotta 2013. U lipnju 2019. akutni toplinski val u Rimu doveo je do zdravstvenih upozorenja medicinske zajednice o riziku od bolesti od trulog smeća, štetočina, i kućni ljubimci koji dolaze u kontakt s prepunim kantama.

Turistička pristojba od 3 do 7 eura po glavi stanovnika po noćenju, koja je najviša od svih gradova u Europi, dovedena je u pitanje jer bi trebala podržavati održavanje i gradske usluge za turiste i Rimljane. Tri glavne metro stanice zatvorene su zbog popravka i održavanja od travnja 2019.: Spagna, Barberini i Repubblica.

Potonji je zatvoren od listopada 2018., nakon što su pokretne stepenice naglo ubrzale i srušile se, pri čemu su ozlijeđene 24 osobe (Turismo Roma, 2022.).

Slika 19. Akumulacija smeća ispred Koloseuma



Izvor: European best destinations (2022): Tourism in Rome, dostupno na <https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/rome/>, pristupljeno 16.05.2022.

Prekomjери turizam u Rimu generira probleme kao i u drugim destinacijama: može privući lopove i poticati prosjačenje, osobito na prenaseljenim mjestima, u blizini najposjećenijih spomenika grada; također može potaknuti ilegalne poslove, na primjer ilegalni turistički vodiči koji su jeftiniji i iz tog razloga ih biraju mnogi turisti; može smanjiti mnoge kulturne tradicije, poput srednjovjekovnih festivala koji se mogu naći ljeti, do jednostavnih turističkih atrakcija, s obzirom da su to mještanima lake prilike za zaradu.

Turizam Rimu također donosi mnoge ekološke probleme: zrak i cestovna putovanja zagađuju okoliš, svake se godine gradi previše novih cesta koje kvare prekrasni rimski krajolik i sve veći promet uzrokuje onečišćenje zraka, novi hoteli ili odmarališta se grade čak i u blizini najljepših plaža za smještaj više više turista. Štoviše, prodaju se fantastična prirodna mjesta milijunašima iz cijelog svijeta. Većinu

rimskih kulturnih znamenitosti ne poštuju ni domicilni ni inozemni turisti. To proizlazi iz nedostataka poštovanja prema kulturnom naslijeđu Rima, ali i zbog nedostatka kontrole turista.

Overturizam u Rimu doprinio je značajnom zagađenju grada, neprijateljskom stavu lokalnog stanovništva prema turistima te prekomjernoj izgradnji turističkih kapaciteta u Rimu kao destinaciji.

### **5.3. Kritički osvrt na provedeno istraživanje**

Barcelona je jedna od najpoželjnijih svjetskih destinacija. Brojnost turističkih atrakcija, ponuda turističkih smještajnih kapaciteta, bogatstvo kulturnih i prirodnih resursa, dobar geografski položaj, povoljna klima – sve su to preduvjeti formiranja Barcelone kao uspješne turističke destinacije.

Održavanjem Olimpijskih igara 1992. u Barceloni započelo je brendiranje grada kao turističkog brenda i od tada Barcelona počinje bilježiti eksponencijalni porast turističkih dolazaka. Zbog rastuće potražnje za turističkim smještajem u Barceloni je naglo počela izgradnja potrebnih i dodatnih turističkih kapaciteta – hotela, apartmana i privatnog smještaja.

Učestali dolasci turista u Barcelonu počeli su s vremenom opterećivati grad turističkim zagušenjima, gužvama u centru, opterećujući lokalnu infrastrukturu i resurse do mjere da je turizam počeo imati negativan utjecaj na ekonomski i društveni razvoj grada. Unatoč autentičnosti destinacije, razvili su se brojni problemi uzrokovani prekomjernim turizmom, koji sežu od zagađenja gradskog okoliša do nezadovoljstva lokalnog stanovništva dolaskom turista.

Suočena s prekomjernim učincima overturizma, Barcelona je implementirala određene strategije redukcije broja turista. To se ogledalo u ograničavanju broja dolazaka turista, naplatom boravka turista u gradu, ograničenjem posjeta određenim atrakcijama ili naplatom atrakcija samo turistima, pa sve do javnog iskazivanja nezadovoljstva, prosvjeda i konflikata lokalnog stanovništva s turistima.

Poduzete mjere za ograničavanje negativnih učinaka overturizma na Barcelonu ne daju prihvatljive rezultate jer i dalje rastući broj turista posjećuje Barcelonu,

uzrokujući dodatne probleme razvoju grada. Komparativnom analizom overturizma Barcelone s Rimom i Venecijom razvidni su slični problemi u učincima prekomjernog turizma na destinaciju. Iako se radi na redukciji takvih problema, utjecaji su još uvijek nezadovoljavajući, a pokušaji vlasti da destinaciju učine privlačnom, ali i ograničenom za posjet nemaju prihvatljivu razvojnu viziju.



## 6. ZAKLJUČAK

Overturizam se može definirati kao utjecaj turizma na destinaciju ili njezine dijelove, koji pretjerano utječu na opaženu kvalitetu života građana i / ili kvalitetu iskustva posjetitelja na negativan način. Overturizam donosi niz negativnih društvenih i ekonomskih efekata na destinaciju, od kojih se najviše ističu zagađenje okoliša te nezadovoljstvo lokalnog stanovništva velikom koncentracijom turista u njihovoj zajednici.

Prekomjerni turizam rezultat je sve većeg broja turista na određenom području. Jednostavno se odnosi na ideju da na određenom području ima previše posjetitelja. Koliko je previše, nije uvijek lako utvrditi, ali postoje neki i znakovi da destinacija pati od prekomjernog turizma. Znakovi prekomjernog turizma uključuju pritiske na lokalne resurse i objekte zbog rasta broja turista, promjena u kulturi i gubitka autentičnosti, pogoršanja kvalitete života zajednice domaćina i osjećaja iritacije i uznemirenosti zbog prisutnosti turista.

Odredišta koja su pretrpjela pretjerani turizam uključuju zaljev Maya na Tajlandu, Barcelonu, Maccu Picchu i Mount Everest. U nekim su se slučajevima nastojali preokrenuti ili ublažiti štete uzrokovane turizmom ograničavanjem broja turista, povećanjem poreza ili zatvaranjem atrakcija. Ove destinacije poduzeće su mjere za redukciju učinaka overturizma, ali one su još uvijek nedostatne jer su iste svjesne da moraju generirati turistički razvoj koji s druge strane donosi niz negativnih efekata.

Bracelona je svjetski atraktivna destinacija koju godišnje posjeti više od 20 milijuna turista te kao takva posjeduje brojne prirodne i kulturne resurse u svojoj turističkoj ponudi. Velika koncentracija turista u Barceloni kroz kratko vrijeme u posljednjih deset godina dovela je do porasta turističkih pokazatelja Barcelone, povećanja ponude hotelskih kapaciteta, ali i onečišćenja luke Barcelone do mjere da je proglašena najzagađenijom u Europi. To je doprinijelo negativnim reakcijama lokalnog stanovništva koji su svjesni da turisti zagađuju njihov okoliš.

Stoga je Barcelona pristupila ograničavanju turističkih dolazaka na način da je donijela Plan za zabranu gradnje novih i regulaciju najma postojećih smještajnih kapaciteta. Time je relativno ublažila učinke overturizma, ali ove mjere nisu dostatne

da bi se u Barceloni implementirao uspješan održivi turizam. Prije svega, ovdje je potrebno donijeti dodatne mjere zaštite Barcelone od overturizma, poput uvođenja turističkih poreza, osobito na kruzere, povećanje cijena boravka u ljetnim mjesecima te edukaciju turista o društveno odgovornom ponašanju.

Sukladno provedenom istraživanju, može se prihvatiti temeljna hipoteza rada da overturizam zbog snažne koncentracije turista u destinaciji ostavlja nepovoljne učinke na destinaciju. Iz istraživanja je razvidno da overturizam u svakom smislu na destinaciju djeluje negativno, a aplikativno je to prikazano na primjeru Barcelone. Uvođenjem navedenih mjera učinci overturizam se mogu dodatno ublažiti, a i poticanjem društveno odgovornog ponašanja turista može se postići snažnija zaštita okoliša i infrastrukture destinacije. Provedeno istraživanje može biti od koristi budućim istraživačima overturizma s obzirom da je ovo novi pojavni fenomen i malo je literature obrađeno na ovu temu.

# LITERATURA

## Knjige:

1. Alyse, M. (2021): How to Not Look Like a Tourist: Unlocking Your Hidden Power for Overtourism Solutions, Invisible Tourist, Uk.
2. Brule, T. (2018): The Monocle Travel Guide to Barcelona, Gestalten, Njemačka.
3. Honey, M. (2021): Overtourism: Lessons for a Better Future, Island Press, USA.
4. Sezgin, E., Yolal, M. (2012): Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development, Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies, Dr. Murat Kasimoglu, InTech, London.

## Publikacije:

1. Ajuntament de Barcelona (2014): Barcelona's tourism activity: development and management, dostupno na [https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/141204\\_barcelonas\\_tourism\\_activity\\_0.pdf](https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/141204_barcelonas_tourism_activity_0.pdf), pristupljeno 14.05.2022.
2. Barcelona.cat (2021): Informe de activitat turistica, dostupno na [https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/2020\\_iat20\\_1.pdf](https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/2020_iat20_1.pdf), pristupljeno 14.05.2022.
3. UNWTO (2020): Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, dostupno na <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>, pristupljeno 08.04.2021.

### **Znanstveni članci:**

4. Cosgrove, D. (2019): Venice, dostupno na <https://www.britannica.com/place/Venice>, pristupljeno 16.05.2022.
5. Dodds, R., Butler, R. (2019): The phenomena of overtourism: a review, International Journal of Tourism Cities, Vol. 5, No. 4, str. 519 – 528
6. Francis J (2018) Overtourism Solutions, dostupno na <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-solutions>, pristupljeno 20.04.2022.
7. Goodwin H (2017): The Challenge of Overtourism, dostupno na <https://haroldgoodwin.info/pubs/RTPWP4Overtourism012017.pdf>, pristupljeno 20.04.2022.
8. Goodwin, H. (2016): OverTourism: What is it and how do we address it?, dostupno na <https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/>, pristupljeno 20.04.2022.
9. Goodwin, H., 2019. Barcelona–Crowding Out the Locals: A Model for Tourism Management?. In Overtourism: Issues, realities and solutions (Vol. 1, pp. 125-138). De Gruyter Berlin/Boston, MA.
10. Koens, K., Postma, A., Papp, B. (2018): Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context, Sustainability, Vol. 10, No. 12, str. 4382 – 4397
11. Zimmerman, R. (2002): The best of Gaudi, dostupno na <http://www.sola-sole.com/bgaudi.pdf>, pristupljeno 14.05.2022.

### **Internet izvori:**

1. Alexander, L. (2021): 14 Top-Rated Tourist Attractions in Barcelona, dostupno na <https://www.planetware.com/tourist-attractions-/barcelona-e-cat-bar.htm>, pristupljeno 08.04.2021.

2. Destination Venice (2022): Private torus and attractions, dostupno na <https://destination-venice.com/>, pristupljeno 16.05.2022.
3. European best destinations (2022): Tourism in Rome, dostupno na <https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/rome/>, pristupljeno 16.05.2022.
4. Excursionsbarcelona (2021): Barcelona is the jewel of the Mediterranean, dostupno na <https://excursionsbarcelona.com/about-barcelona/>, pristupljeno 08.04.2021.
5. Jennings, M. (2021): Overtourism in Barcelona, dostupno na <https://storymaps.arcgis.com/stories/9dc1028eacc1452fb44402a2c5313205>, pristupljeno 16.05.2022.
6. Matofska, B. (2017): The Sharing Economy, Culturehive, dostupno na: <https://www.culturehive.co.uk/resources/the-sharing-economy/>", pristupljeno 08.04.2021.
7. McMurray, S. (2022): 14 Best Beaches in Barcelona, dostupno na <https://www.planetware.com/spain/best-beaches-in-barcelona-e-1-51.htm>, pristupljeno 11.05.2022.
8. Neild, B. (2016): Irresistible cities: World's 25 top tourism destinations, dostupno na <http://edition.cnn.com/travel/article/most-visited-cities-euromonitor-2016/index.html>, pristupljeno 11.05.2022.
9. Responsible Travel (2021): Overtourism – what is it and how we can avoid it?, dostupno na <https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-overtourism>, pristupljeno 08.04.2021.
10. Simmons, J. (2021): Overtourism, in Venice, dostupno na <https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-venice>, pristupljeno 16.05.2022.
11. Statista (2022): Number of tourists in hotels in Barcelona, Spain from 1990 to 2021, dostupno na <https://www.statista.com/statistics/452060/number-of-tourists-in-barcelona-spain/>, pristupljeno 14.05.2022.
12. Stay Grounded (2022): Barcelona: A City Exploited by Tourism and Air Traffic, dostupno na <https://stay-grounded.org/barcelona-a-city-exploited-by-tourism/>, pristupljeno 14.05.2022.

13. The culture trip (2021): 13 Things That Tourists Should Never Do in Barcelona, dostupno na <https://theculturetrip.com/europe/spain/articles/13-things-that-tourists-should-never-do-in-barcelona/>, pristupljeno 08.04.2021.
14. Turismo Roma (2022): Discover Rome, dostupno na <https://www.turismoroma.it/en>, pristupljeno 16.05.2022.

## POPIS SLIKA

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1. Prenapučene svjetske destinacije i reakcije lokalnog stanovništva..... | 5  |
| Slika 2. Prenapučeni Stradun turistima u Dubrovniku.....                        | 6  |
| Slika 3. Prenapučenost bicikala turista i lokalnog stanovništva.....            | 13 |
| Slika 4. Barcelona kao turistička destinacija.....                              | 19 |
| Slika 5. Plaže Barcelone.....                                                   | 21 |
| Slika 6. Planina Montserrat.....                                                | 24 |
| Slika 7. Ulaz u Parc Guell.....                                                 | 26 |
| Slika 8. Bazilika Sagrada Familia.....                                          | 27 |
| Slika 9. Broj dolazaka i noćenja u Barceloni od 2000. – 2020. godine.....       | 29 |
| Slika 10. Broj turista u hotelima Barcelone od 1990. do 2021. godine.....       | 32 |
| Slika 11. Zagađena lučka infrastruktura Barcelone.....                          | 40 |
| Slika 12. Poruka lokalnog stanovništva turistima.....                           | 42 |
| Slika 13. Pobunjeničke poruke lokalnog stanovništva turistima.....              | 43 |
| Slika 14. Venecijski kanali.....                                                | 47 |
| Slika 15. Turističke gužve u Veneciji.....                                      | 49 |
| Slika 16. Prenapučenost kruzera u venecijskoj luci.....                         | 50 |
| Slika 17. Grafiti protiv turista u Veneciji.....                                | 52 |
| Slika 18. Turističke gužve oko Koloseuma.....                                   | 55 |
| Slika 19. Akumulacija smeća ispred Koloseuma.....                               | 59 |

## POPIS TABLICA

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablica 1. Strategije za redukciju učinaka overturizma.....                                  | 15 |
| Tablica 2. Pokazatelji turističkog prometa u parceloni 2013. – 2018. godine.....             | 30 |
| Tablica 3. Ukupno kategorizirani hotelski kapaciteti<br>u Barceloni 2013. - 2018.godine..... | 31 |
| Tablica 4. SWOT analiza upravljanja overturizmom u Barceloni.....                            | 44 |



## SAŽETAK

Prekomjerni turizam rezultat je sve većeg broja turista na određenom području. Jednostavno se odnosi na ideju da na određenom području ima previše posjetitelja. Koliko je previše, nije uvijek lako utvrditi, ali postoje neki i znakovi da destinacija pati od prekomjernog turizma. Znakovi prekomjernog turizma uključuju pritiske na lokalne resurse i objekte zbog rasta broja turista, promjena u kulturi i gubitka autentičnosti, pogoršanja kvalitete života zajednice domaćina i osjećaja iritacije i uznemirenosti zbog prisutnosti turista.

Barcelona je atraktivna i poželjna turistička destinacija na Mediteranu koju godišnje posjeti velik broj turista. Ona kao takve ima raspoložive brojne prirodne i društvene resurse koji kao turističke atrakcije obogaćuju njezinu turističku ponudu. Upravo zbog velike masovnosti dolazaka turista, Barcelona je pod utjecajem prekomjernih učinaka turizma na okoliš i infrastrukturu, čime njezin imidž destinacije može biti ugrožen.

**Ključne riječi:** overturizam, Barcelona, destinacija, Sagrada Familia, gužve

## SUMMARY

Excessive tourism is the result of an increasing number of tourists in a particular area. It simply refers to the idea that there are too many visitors in a particular area. How much is too much is not always easy to determine, but there are some signs that the destination is suffering from over-tourism. Signs of over-tourism include pressures on local resources and facilities due to growing tourist numbers, changes in culture and loss of authenticity, deteriorating quality of life of the host community and feelings of irritation and anxiety about tourist presence.

Barcelona is an attractive and desirable tourist destination in the Mediterranean, visited annually by a large number of tourists. As such, it has at its disposal numerous natural and social resources that, as tourist attractions, enrich its tourist offer. Precisely because of the large number of tourist arrivals, Barcelona is affected by the excessive effects of tourism on the environment and infrastructure, which can jeopardize its destination's image.

**Keywords:** overtourism, Barcelona, destination, Sagrada Familia, crowds