



GEOGRAFIA DEL TURISMO

Università degli Studi di Trieste
CdLM in LINGUE, LETTERATURE STRANIERE E TURISMO CULTURALE
(LE68)

Docente: prof. Umek Dragan



Exarcheia - Atene, 2023

TURISMO E GEOGRAFIA

Geografia del turismo:
una branca della
geografia

- Introduzione
- Cos'è la “Geografia del turismo”
- Definizioni e classificazioni
- Riflessioni post-moderne

I contenuti della geografia del turismo

DEFINIZIONI

GEOGRAFIA
DEL
TURISMO

TURISMO
ATTIVO

Proprio e improp.
Tipologie

CIRCOLAZIONE
TURISTICA

Trasferimento e
scorrimento
Mezzi utilizzati
Itinerari e circuiti
Guide e carte turistiche
Turismatica

TURISMO PASSIVO

Centri turistici
Attrezz. ricettive
albergh. ed extralbergh.
Attrezz. pararicettive,
complementari e per la
ricreazione
Movimento turistico:
arrivi e presenze

DOCUM.
STATISTICA

RAPPRES.
GRAFICA E
CARTOGR.

RAPPORTI FRA
TURISMO E ALTRI
SETTORI O ATTIVITA'

- Ambiente
- Popolazione
- Occupazione
- Sviluppo edilizio
- Agricoltura
- Industria e artigianato
- Attività commerciali

ORGANIZZ.
ISTITUZION.

MARKETING
TURISTICO



Che cosa è il turismo?

Secondo l' UNWTO (United Nations World Tourism Organization):

«**il turismo** è il movimento di persone che si spostano dal luogo di residenza ad un altro luogo, dove si fermano per tempo libero o per affari per almeno una notte»



Fenomeno complesso sia da *definire* che da *quantificare*

Qualche definizione: il fenomeno turistico

È uno spostamento dal carattere non permanente ma la sua ricorrenza o periodicità gli danno un'importanza pari ai flussi di popolazione permanenti sicché richiede **strutture fisiche** (e non) in ognuno degli spazi che gli sono propri:



Fenomeno complesso sia da *definire* che da *quantificare*

Definizione UNWTO

La definizione di turismo universalmente accettata è quella del WTO e dell'UNSTAT, 1994



WORLD TOURISM ORGANIZATION
ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
منظمة السياحة العالمية

insieme di “attività delle persone che viaggiano verso, e si trovano in, luoghi diversi dal proprio ambiente abituale, per un periodo complessivo non superiore a un anno consecutivo a scopo di svago, affari o per motivi diversi dall’esercizio di un’attività remunerata all’interno dell’ambiente visitato”

Il turismo: definizioni e classificazioni

Etimologicamente



il termine *turismo* può derivare:

- dall'inglese "to tour" = andare in giro
- dal francese "tourner" = girare intorno

Le prime definizioni risalgono agli anni '30 e '40:

Norval, 1937



È un **movimento** generato da coloro che entrano in un **paese straniero**, permanendovi almeno **24 ore** e trasferendovi **denaro** altrove introitato

Hunziker e
Krapf, 1942



È un insieme di rapporti e di fenomeni che risultano dal **viaggio** e dal **soggiorno** di persone **non residenti**, purché il loro trasferimento **non** dia luogo a **insediamento** e **non** sia legato ad alcuna **attività lucrativa principale**

Il turismo: definizioni e classificazioni

Da queste prime definizioni emergono alcune *variabili* per la definizione del fenomeno turistico:



- 1) lo spostamento dell'individuo dal luogo di residenza;
- 2) la durata dello spostamento (almeno 24 ore ma allo stesso tempo non deve dar luogo a insediamento);
- 3) il trasferimento di reddito non legato ad attività lucrative.

Dagli anni '60 in poi si introduce *una quarta variabile* esplicativa del turismo:



- 4) la motivazione, cioè il bisogno che spinge il turista a viaggiare



Propriamente turistica

- motivazioni di piacere
- scopi culturali, sportivi
- visita a familiari e/o amici



Non propriamente turistica

- studio e conoscenza
- motivi religiosi
- salute e benessere
- motivi di lavoro "non remunerato"

Il turismo: definizioni e classificazioni

- Bertolino, 1961 → È uno spostamento dal luogo abituale di residenza in uno o più luoghi di temporaneo soggiorno, al fine di soddisfare determinati **bisogni di diporto**, con conseguente trasferimento dei redditi a puro scopo di consumo
- ONU, 1963 → Il turista è una persona che **viaggia per divertimento, ragioni familiari, salute, riunioni, affari, studio**, che soggiorna per un minimo di 24 ore in una nazione o regione diversa da quella in cui risiede normalmente
- Nice, 1965 → Si manifesta come fenomeno di **circolazione a scopo di diporto** di uomini e di redditi fra luoghi diversi e su distanze più o meno grandi, con carattere spaziale e capacità di imprimersi nello spazio
- IUOTO, 1968 → Il turista è quel visitatore che viaggia in un paese diverso da quello in cui ha abituale residenza, per **qualunque ragione diversa da quella del lavoro pagato**
- Nano, 1991 → Il turismo è praticato con lo **scopo di arricchire le proprie conoscenze**, oppure di migliorare la propria **salute** o ancora di **divertirsi ed evadere** dai normali comportamenti della **vita quotidiana**

Il turismo: definizioni e classificazioni

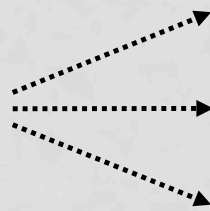
Jafari,
(1977)



Il turismo è “lo studio di un **individuo** al di fuori del suo habitat consueto, dell’ **“industria”** che soddisfa i suoi bisogni, e dell’ **“impatto”** che egli e questa stessa industria hanno **sull’ambiente socio-culturale, economico e finanziario del paese ospitante”**”



Nuove variabili



è un *fenomeno economico*

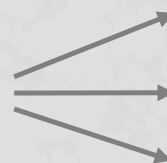
è articolato in *mercato della domanda e dell’offerta*

impatta sull’ambiente di destinazione

Toschi (1948) fu il primo geografo italiano a proporre uno schema interpretativo del *rapporto domanda-offerta turistica*



I 3 momenti del turismo



Turismo attivo = *outgoing*

Turismo circolatorio = *transit*

Turismo passivo = *incoming*

Il turismo: definizioni e classificazioni

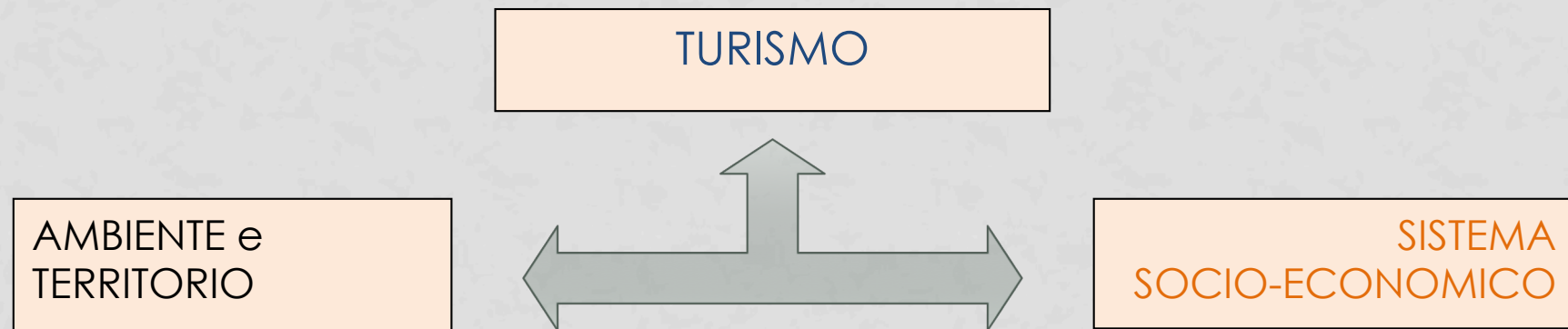
I 3 momenti del turismo e l'impatto sull'ambiente



Distinzione in varie tipologie in base a:

- Motivazioni
- Caratteristiche temporali
- Caratteristiche dei soggetti interessati e delle modalità di organizzazione
- Posizione geografica della meta rispetto alla località di origine
- Modalità di spostamento e di trasporto
- Caratteristiche delle attrezzature ricettive
- ...

Relazione AMBIENTE – TURISMO – SOCIETÀ



BENEFICI

- Risanamento di aree degradate o spopolate;
- Incentivi alla costruzione di infrastrutture di depurazione;
- Incentivi per una migliore gestione e protezione degli ecosistemi;
- Sensibilizzazione ambientale sia della popolazione locale e turisti;

- Incremento reddito/impiego;
- Miglioramento strutture economiche;
- Capacità imprenditoriale;
- Sviluppo commercio locale;
- Sviluppo artigianato locale;
- Valorizzazione gastronomica;
- Migliore conoscenza.

COSTI

- Degradazione del paesaggio;
- Inquinamento del suolo, idrico, atmosferico; acustico;
- Danni a flora e fauna;
- Impatti generati dall'incremento nelle varie attività economiche;

- Monoculturalità economica;
- Inflazione e speculazione;
- Modelli eccessivi di consumo
- Stagionalità turistica;
- Saturazione economica del turismo;
- Costi sociali;
- Quadri dirigenti esterni;
- Erosione lingua e cultura locale.

I differenti approcci allo studio del turismo:

Negli Stati Uniti
ed in Canada



gli studi teorici ed empirici pongono in risalto:

- le problematiche dello sviluppo,
- la regionalizzazione degli spazi turistici,
- il rapporto turismo-ambiente,
- l' utilizzazione del suolo

In Gran Bretagna



l' attenzione viene prevalentemente rivolta:

- ai modelli di sviluppo,
- alle risorse potenziali,
- ai rapporti tra turismo e sviluppo economico,
- alla conservazione dell' ambiente

In Francia



accanto ad approcci di natura teorica, si diffondono indagini rivolte agli aspetti culturali, sociali e al paesaggio

In Germania
ed in Austria



si sviluppano, in particolare, gli studi sulla pianificazione territoriale

L' Italia presenta un forte ritardo sia nelle teorizzazioni che negli studi applicativi del fenomeno turistico

La Geografia del turismo "ieri" e "oggi"

La scarsa attenzione in Italia verso la pianificazione territoriale degli spazi turistici ha generato:

- ✓ processi spontanei di sviluppo con gravi conseguenze sul piano ambientale ed economico
- ✓ modesti investimenti e spesso gestione a carattere e conduzione familiare
- ✓ sistemi territoriali deboli incapaci di rendere la competizione dei paesi emergenti
- ✓ promozione turistica

Modernità

- ✓ Scoperta e valorizzazione di luoghi lontani
- ✓ Ricerca dell'altrove, del diverso da sé, di luoghi non nati per il turismo
- ✓ Interesse per l'autentico, dell'originale, dell'unico

Si sviluppa a partire dai luoghi

Fenomeno turistico esplosivo

Post-Modernità

- ✓ Ricerca dell'esclusivo, dell'ambito ideale nel quale vivere un concentrato di immagini ed icone turistiche
- ✓ Villaggi turistici, parchi tematici, universi Disney

Vive di non luoghi

Fenomeno turistico implosivo



La Geografia del turismo “oggi”

Secondo il paradigma della *post-modernità* è nato un nuovo modo di fare geografia del turismo, essa non osserva più il fenomeno esclusivamente dal punto di vista quantitativo, ma studia:

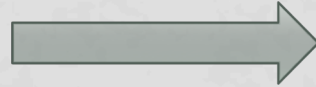
- ✓ **i soggetti coinvolti** (l' UE, lo Stato, le Regioni, i Consorzi, i Gruppi di Azione Locale, le Fondazioni, ecc.);
- ✓ **le politiche e gli strumenti di sviluppo del turismo** (Linee guida, Patti Territoriali, Contratti d' Area, Intese istituzionali di programma, Accordi di programma, Conferenze di servizi, ecc.);
- ✓ **nuovi concetti**, come “prodotto turistico”, “immagine turistica”, “turismo duraturo”;
- ✓ **le relazioni tra turismo e altre tematiche**, come qualità, sostenibilità, competitività, ecc.

Impone di adottare modelli organizzativi dell'offerta turistica di tipo sistemico

- ✓ da contrapporre alle piccole imprese a gestione familiare
- ✓ che favorisca il coordinamento fra gli operatori pubblici e privati dell'offerta turistica
- ✓ che valorizzino il patrimonio di risorse locali
- ✓ che favoriscano l'emersione di destinazioni turistiche già affermate e che, di fronte a nuove potenzialità inneschino fenomeni di *destination building*, attraverso la creazione di nuove capacità gestionali e manageriali

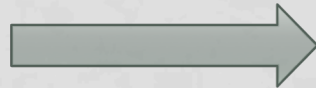
Riflessioni postmoderne

Geografia tradizionale



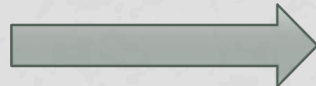
Geografia postmoderna

Oggettivamente univoco



Soggettivamente complesso

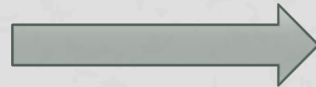
Dimensione rigida



Identità variabile

Regione turistica

- Oggettivo
- Fisico
- Univoco
- Stabile



Luogo turistico

- Soggettivo
- Culturale
- Diacronico
- Immaginato

L'inconsistenza delle regione turistica:

Non esiste più la regione turistica passiva in senso tradizionale ma esistono tanti luoghi turistici quanti sono i soggetti (individuali, collettivi, interni, esterni) che "percepiscono" turisticamente la stessa località

Minca, 1996

Riflessioni postmoderne: la teoria di Defert (1968)

4 tipi di relazioni tra aree *outgoing* e *incoming*:

1. Domanda e offerta concentrate in due poli
2. Domanda concentrata e offerta dispersa
3. Domanda dispersa e offerta concentrata
4. Domanda e offerta disperse



Grazie per l'attenzione