

CdL SCIENZE DEL TURISMO: IMPRESA, CULTURA E TERRITORIO

# PSICOLOGIA DEL TURISMO

Unità didattica n. 6

DOCENTE: Guido F. Amoretti PhD

The background of the slide features a repeating pattern of light bulbs. Each light bulb is white with a yellow glow, and inside the bulb is a blue and white globe showing the Earth. The pattern is arranged in a grid-like fashion across the entire slide.

# **LE RAGIONI PSICOLOGICHE DEL VIAGGIO**

# TURISMO PER LAVORO

- **TRASFERTISTA:**

- » periodi medio lunghi
- » opportunità di conoscere in modo approfondito il Paese che li ospita
- » utilizzo di quel Paese come base per visitare altri Paesi

- **MANAGER/DIPENDENTE**

- » soggiorni brevi
- » conoscenza più superficiale del Paese che li ospita
- » prevalente interesse culturale ed enogastronomico

# TURISMO PER RELAX

- È la forma stereotipica di turismo
- Il motivo di fondo è staccare con la vita quotidiana
- Si realizza cambiando ambiente e dedicandosi ad attività di tutto riposo
- È caratterizzato da fideizzazione
- Interessa grosse masse di turisti prevalentemente famiglie



# TURISMO PER RELAX....MENTALE E BENESSERE PSICOFISICO

- È un fenomeno in espansione
- Riguarda un segmento relativamente ristretto di turisti
- È in linea con la ricerca di benessere in chiave edonistica
- Attenzione alla propria salute fisica e mentale
- Ricerca di un'alimentazione e di uno stile di vita corretti
- Si realizza in strutture dotate di spa, in strutture termali e in strutture dotate di attrezzature per il fitness
- Ancor più di nicchia è la ricerca di un equilibrio psicofisico che passa anche attraverso l'alimentazione ma richiede meditazione e atteggiamenti più rilassati nei confronti della vita
- Frequentemente realizzato in strutture dedicate caratterizzate da aspetti sanitari

# TURISMO DELLA SCOPERTA

- È un turismo connaturato all'essere umano e al suo desiderio di esplorare
- Non è necessariamente avventuroso anche se alcune agenzie si sono specializzate in tour avventurosi
- È un turismo motivato dalla curiosità, dalla voglia di conoscere luoghi, usanze e popoli che non si conoscono
- Nella sua versione più avventurosa è legato al fenomeno del *sensation seeking*
- Le due declinazioni principali sono:
- Il turismo all'Indiana Jones, basato sul bisogno di adrenalina e possibile solo in località con caratteristiche particolari
- Il turismo culturale al di fuori dei circuiti del turismo di massa che può realizzarsi in qualunque località purché dotata di bellezze paesaggistiche e/o di tesori d'arte.

# TURISMO DEL RITORNO ALLE ORIGINI

- È una conseguenza del fenomeno dell'emigrazione
- Si possono individuare due turismi del ritorno alle origini
- A cadenza regolare, spesso annuale, coinvolge chi è emigrato in Paesi non particolarmente lontani da quello di origine. Ha lo scopo di mantenere il legame con l'ambiente familiare. In genere riguarda emigrati di prima generazione
- Episodico, si verifica una o due volte nel corso della vita in genere a causa del costo del viaggio. Vede frequentemente coinvolti emigrati di seconda e terza generazione curiosi di visitare i luoghi natali dei propri avi.



# TURISMO ENOGASTRONOMICO

- È uno dei turismi in espansione
- Si sviluppa come complemento dell'offerta turistica sfruttando le tradizioni enogastronomiche delle varie località [nel processo di conoscenza di un luogo entrano in gioco non solo le attrazioni culturali e paesaggistiche ma anche quelle enogastronomiche che rappresentano testimonianze della cultura locale]
- L'Italia è sempre stata all'avanguardia nella tutela dei prodotti enogastronomici [D.O.C. Denominazione di Origine Controllata e D.O.C.G. Denominazione di Origine Controllata e Garantita] che sono stati inseriti nei repertori UE D.O.P. Denominazione di Origine Protetta e I.G.P. Indicazione Geografica Protetta.
- Di recente stanno nascendo veri e propri tour centrati sulla degustazione di prodotti locali