



Università degli Studi di Genova

Genoa University



Scuola di Scienze Sociali

CdL SCIENZE DEL TURISMO: IMPRESA, CULTURA E TERRITORIO

# PSICOLOGIA DEL TURISMO

Unità didattica n. 7

DOCENTE: Guido F. Amoretti PhD

# **LA CARATTERIZZAZIONE PSICOLOGICA DELLE POPOLAZIONI TARGET**

# DAL TURISMO DI MASSA AL TURISMO TEMATICO

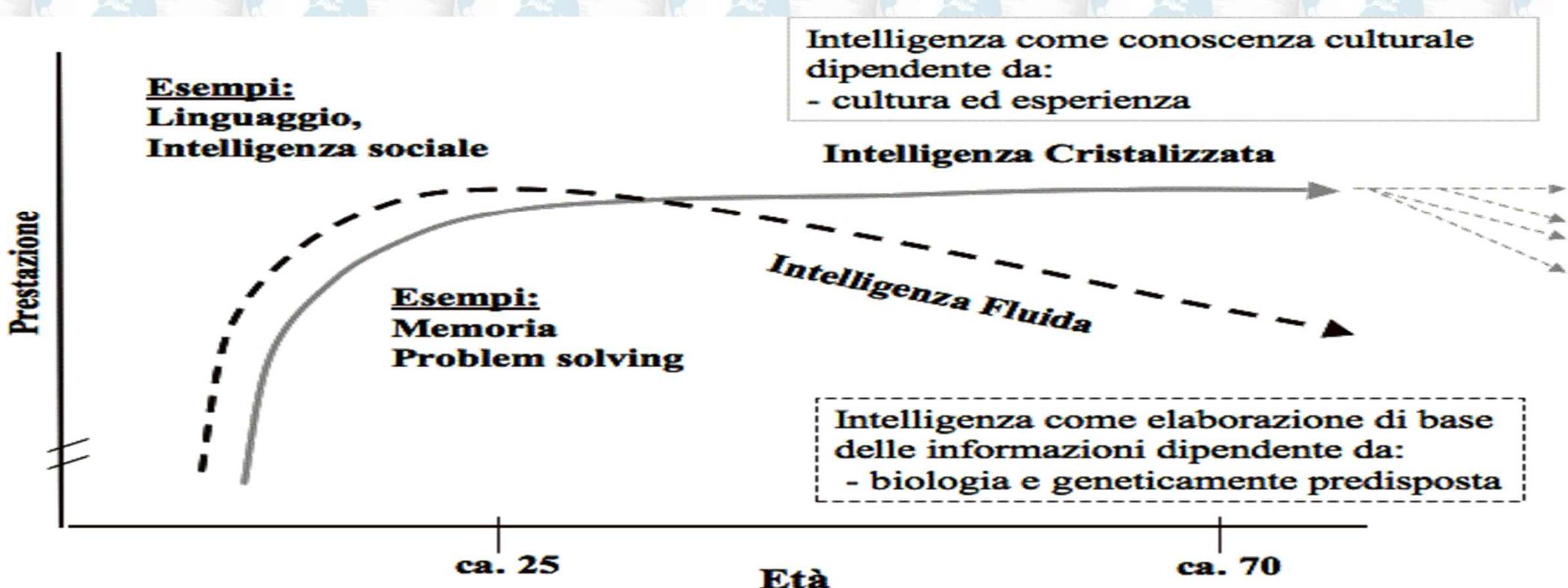
- Progressivo passaggio da un turismo per tutti ad un turismo personalizzato
- Da un solo tipo di turismo a turismi differenziati
- Processo di differenziazione dell'offerta turistica e conseguente differenziazione delle località turistiche
- Ne deriva la necessità di individuare preventivamente le tipologie di turista per declinare l'offerta e attrezzare le località in modo adeguato

# I CAMBIAMENTI PSICOLOGICI DURANTE L'ARCO DI VITA

- La teoria del declino generale intellettualizzato (massimo adolescenziale) [dagli studi di Yerkes, 1921 a quelli di Wechsler, 1955] deve il suo successo all'essere in linea con lo stereotipo della vecchiaia in auge sino agli anni '70.
- Con gli anni'80 e la costituzione dell'approccio Life-Span lo sviluppo di ogni essere umano viene considerato un processo che si prolunga per l'intera esistenza.
- Le diverse funzioni hanno trend di sviluppo diversi: alcune crescono nelle prime decadi e subiscono cambiamenti in quelle successive, altre hanno uno sviluppo tardivo e possono crescere anche nelle decadi più avanzate

# L'INTELLIGENZA SECONDO CATTEL E HORNE (1966)

- **Abilità fluide:** operazioni mentali di base, biologicamente determinate
- **Abilità cristallizzate:** culturalmente determinate che seguono traiettorie distinte con l'avanzare dell'età
- *Andamento teorico delle abilità cristallizzate e dei meccanismi di base nell'arco della vita.*



# FASI DI SVILUPPO PSICOSOCIALE

1. Stadio della dipendenza dai propri genitori
  2. Stadio dell'indipendenza orientata agli altri
  3. Stadio dell'indipendenza orientata a se stesso
  4. Stadio della dipendenza dai figli/parenti
- Importanza degli eventi non normativi

# STADIO DELLA DIPENDENZA DAI PROPRI GENITORI

- Si soddisfano i propri bisogni grazie alle figure parentali sino al conseguimento dell'indipendenza economica e affettiva
- Inizia con nascita termina con uscita dal nucleo familiare
- L'uscita si colloca sempre più in là (dai 20-23 ai 30-35)
- Possibili cause per l'Italia assenza di condizioni economico-strutturali e familismo.

# STADIO DELL'INDIPENDENZA ORIENTATA AGLI ALTRI

- Si raggiunge l'indipendenza economica e spesso a ciò si abbina la costituzione di un proprio nucleo familiare
- Il 50% dei M e più del 60% delle F in Italia adduce la costituzione di un proprio nucleo familiare come motivazione all'uscita di casa.
- Natalità in Italia è di 1,35 (dati 2015) ma dovrebbe essere almeno pari a 2. Il tasso di crescita è vicino a 0%.
- Ciò nonostante creazione nucleo è premessa ad avere prole.
- Negli ultimi 25 anni età media parto è passata da 24,5 a 32 anni.
- Attenzione concentrata su soddisfazione bisogni primari e secondari dell'intera famiglia

# STADIO DELL'INDIPENDENZA ORIENTATA A SE STESSO

- Caratterizzato dall'adattamento a situazioni mai vissute in precedenza:
  - Sindrome del nido vuoto
  - Pensionamento
  - Caregiving
  - Nonnità o nursing
- 
- Le prime due sembrano essere fra le principali cause, dirette o indirette, dell'aumento delle separazioni fra gli over 60 (più del doppio dal 2000 al 2012)
  - L'aumento della speranza di vita (vicina agli 80 anni per M agli 85 per F) aumenta probabilità di dover affrontare caregiving genitori.
  - Sempre la speranza di vita e la crisi economica facilitano fenomeno nursing

# STADIO DELLA DIPENDENZA DAI PROPRI FIGLI

- Caratterizzata da perdita parziale o totale dell'autosufficienza
- Non deve essere intesa solo in riferimento a patologie degenerative e invalidanti ma anche a progressivi deficit che minano l'autosufficienza della persona rendendo necessario l'intervento dei familiari

# TIPIZZAZIONE DELLA MACRO-POPOLAZIONE/STADIO I

- Dura tra i 20 e i 35 anni a seconda di quando si passa allo stadio II.
- Maggiore il livello di dipendenza maggiore è l'attenzione ai servizi offerti alle famiglie e in seconda battuta alle attrazioni rivolte ai figli.
- Es.: Riviera adriatica: soluzioni abitative a costi contenuti, spiagge a costi contenuti, servizi di « sollievo » per i genitori (babysitting, animazione, aree protette per attività ludiche), luoghi di aggregazione e divertimento per soddisfare esigenze figli che crescono

## TIPIZZAZIONE DELLA MACRO-POPOLAZIONE/STADIO II

- Due sottopopolazioni:
- Membri adulti dei nuclei del I stadio che hanno avuto prole: appartengono per età al II ma per compiti e tipo di vacanza al I
- Membri adulti dei nuclei del I stadio che hanno raggiunto l'indipendenza, vivono da single o in coppia e, in questo caso, non hanno (ancora) avuto figli.
- A seconda dell'età, dell'indipendenza e del livello culturale possono essere interessati al turismo della scoperta o a quello culturale.
- Tuttavia gli appartenenti al I e al II stadio tenderanno, prevalentemente, a trascorrere le vacanze nei periodi canonici (con l'eccezione di chi riesce ad abbinare lavoro e turismo).

# TIPIZZAZIONE DELLA MACRO-POPOLAZIONE/STADIO III

- Chi è nello stadio dell'indipendenza orientata a se stesso, se non coinvolto in attività di nursing o caregiving, può soddisfare il proprio bisogno di viaggiare, conoscere o semplicemente di relax e benessere per tutto l'arco dell'anno.
- Ciò può comportare notevoli risparmi oltre che vantaggi per la salute. Climi miti, buon livello dei servizi perché offerti in bassa stagione spaziando su diversi turismi: culturale, artistico, religioso, termale-curativo, benessere-salutistico)
- Indispensabili la presenza di facilities legate all'età per favorire l'accesso ai servizi offerti.

## TIPIZZAZIONE DELLA MACRO-POPOLAZIONE/STADIO IV

- Una parte di chi è al IV stadio conserva una parziale autosufficienza.
- Ciò può consentire viaggi di corto raggio e soggiorni climatico curativi.
- Settore di nicchia che prevede costi aggiuntivi per i servizi sanitari da mettere in campo ma destinato ad aumentare quanto a numero di potenziali utenti.

# I METODI DI INDAGINE

- Segmentazione geografica: si basa sulla collocazione della località o della struttura da proporre
- Segmentazione demografica: pone attenzione alle caratteristiche strutturali della popolazione target.
- Segmentazione psicografica: è la più efficace per definire le popolazioni target in ambito turistico. Indagini sinottiche relative a stili di vita, personalità e reddito degli intervistati.
- Se ne possono ricavare tipologie di potenziali turisti con interessi diversificati sulla base delle quali modulare l'offerta turistica.