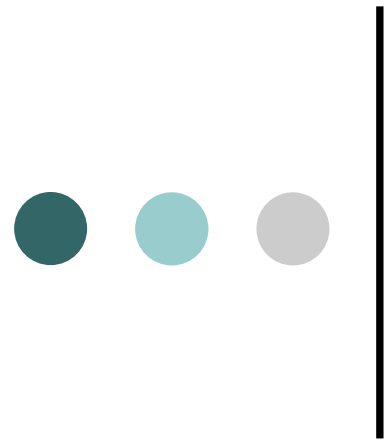




Geografia del Turismo

Spazio consumato e spazio
dominato



Geografia del Turismo

Oggi il turismo ha ampliato i tipi di attività, le rappresentazioni dei luoghi con potenzialità turistiche sono tre:

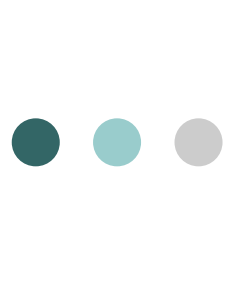
1. **L'immagine globale** (idea generica e superficiale che ci facciamo di un paese o città)
2. **L'immagine culturale** (che diventa dominante fino ad arrivare ad essere immagine globale)
3. **La nuova immagine** (sostituisce la vecchia aggiungendone qualità e confort, modernità legata ai sogni)



Geografia del Turismo

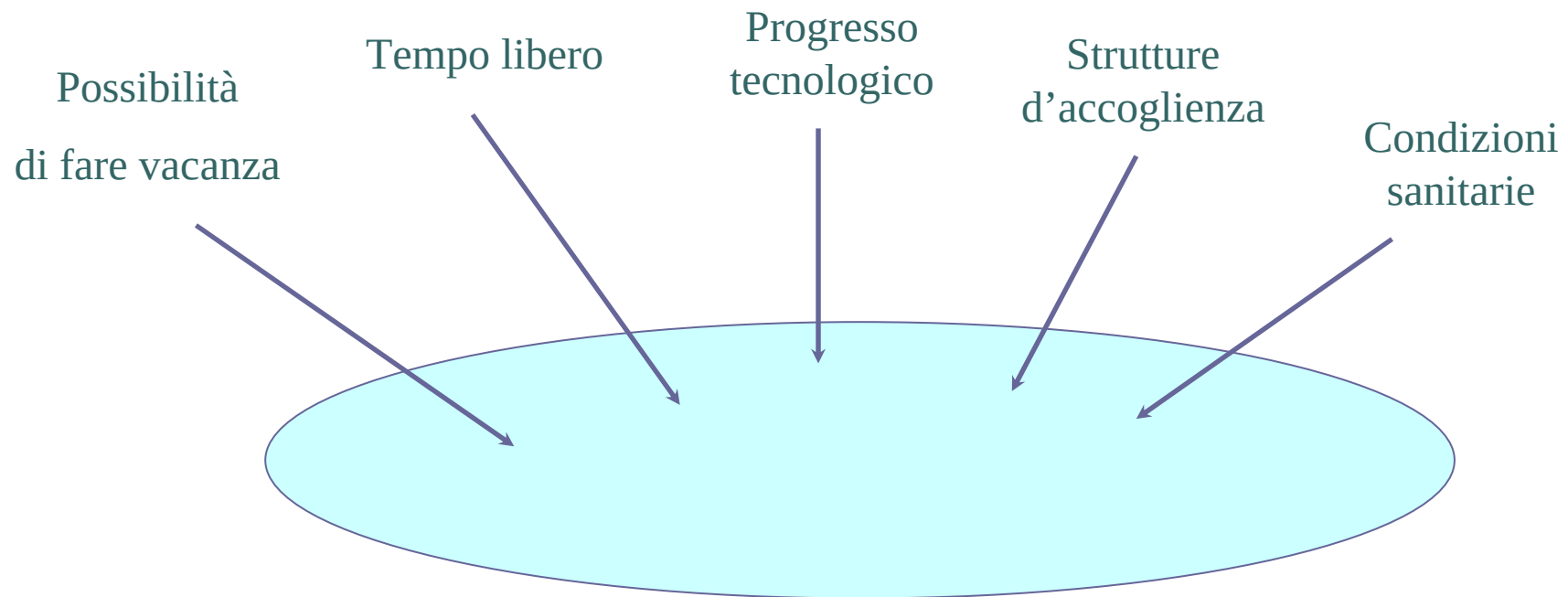
Definizione di turismo

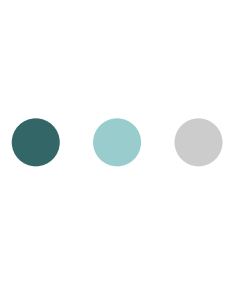




Geografia del Turismo

La rosa dei fattori favorevoli al turismo



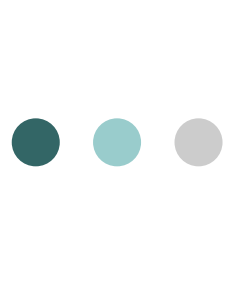


Geografia del Turismo

Un turismo disomogeneo: sia nelle aree di partenza che quelle di destinazione

Più del 90 % dei turisti risiede in zone urbane

e le città degli USA e UE, seguite da estremo oriente e Australia, sono le principali, recentemente seguite da Cina e Brasile



Geografia del Turismo

In funzione del numero e dell'origine geografica si distinguono tre tipi di flussi:

1. Maggiori (circa 10 milioni l'anno, eliotropici e balneotropici, oro bianco e flussi urbani)
2. Minori (circa 5 milioni l'anno,)
3. Marginali o pionieri (meno di 1 milione)



Geografia del Turismo

Ma le differenze sono importanti:

1) Maggioranza delle aree e flussi sono localizzati nei paesi ricchi.

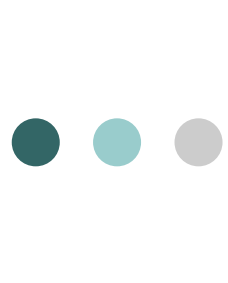
Liberali, ricchi e godono meglio dei rapporti spazio-tempo e spazio-costi.

Si parla infatti di « Rivoluzione turistica » considerata una transizione verso la società postindustriale degli svaghi



Geografia del Turismo

2) Una mondializzazione più apparente che non suddivisa tra paesi poveri e ricchi. Le grandi aree e flussi maggiori rimangono stabili a vantaggio dei grandi centri : le principali aree turistiche sono spesso anche le maggiori generatrici di flussi



Geografia del Turismo

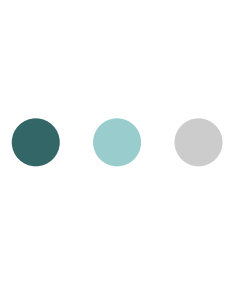
3) Balneotropismo, eliotropismo, turismo urbano e crociere sono all'origine della schiacciante superiorità delle aree turistiche. Questo contribuisce al mantenimento della disomogeneità geografica nella distribuzione del fenomeno turistico



Geografia del Turismo

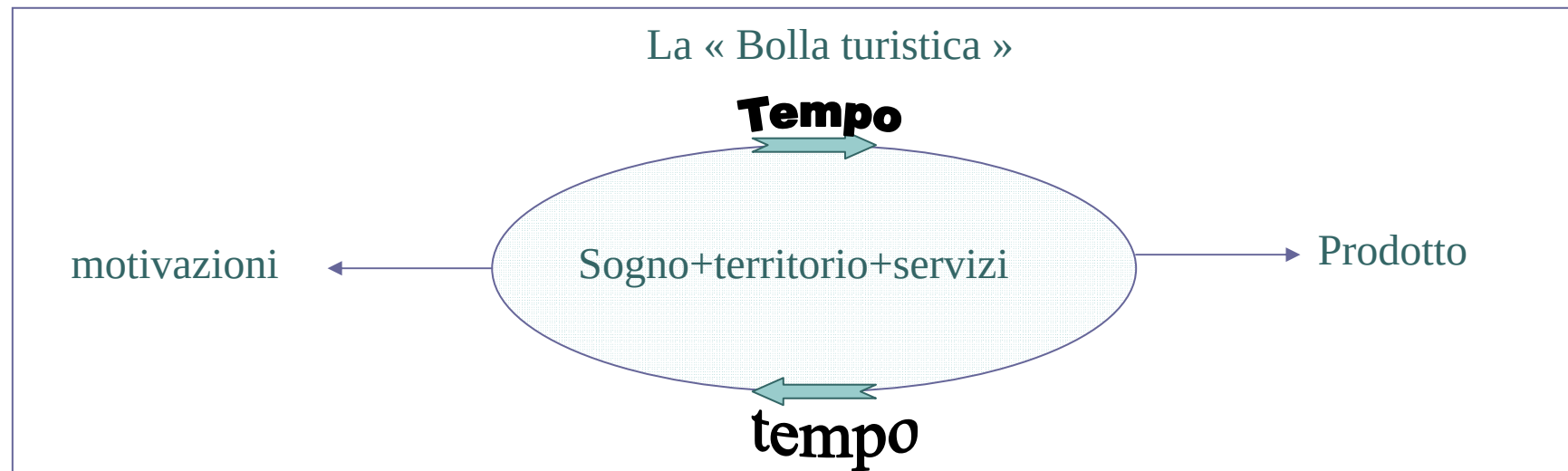
I turisti si concentrano in aree precise:
Europa, nordamerica , sud-est asiatico,
litorali meridionali del Mediterraneo e
regioni costiere di Rio della Plata.

Ma dagli anni '90 cominciano ad
apparire le aree di recente scoperta
turistica



Geografia del Turismo

Desiderio di viaggio e bisogno di vacanza sono ritenuti i « motori » del turismo. Le motivazioni del turista si ricollegano comunque all' « albero dei sensi ». Per capirlo vediamo i caratteri propri del turismo.



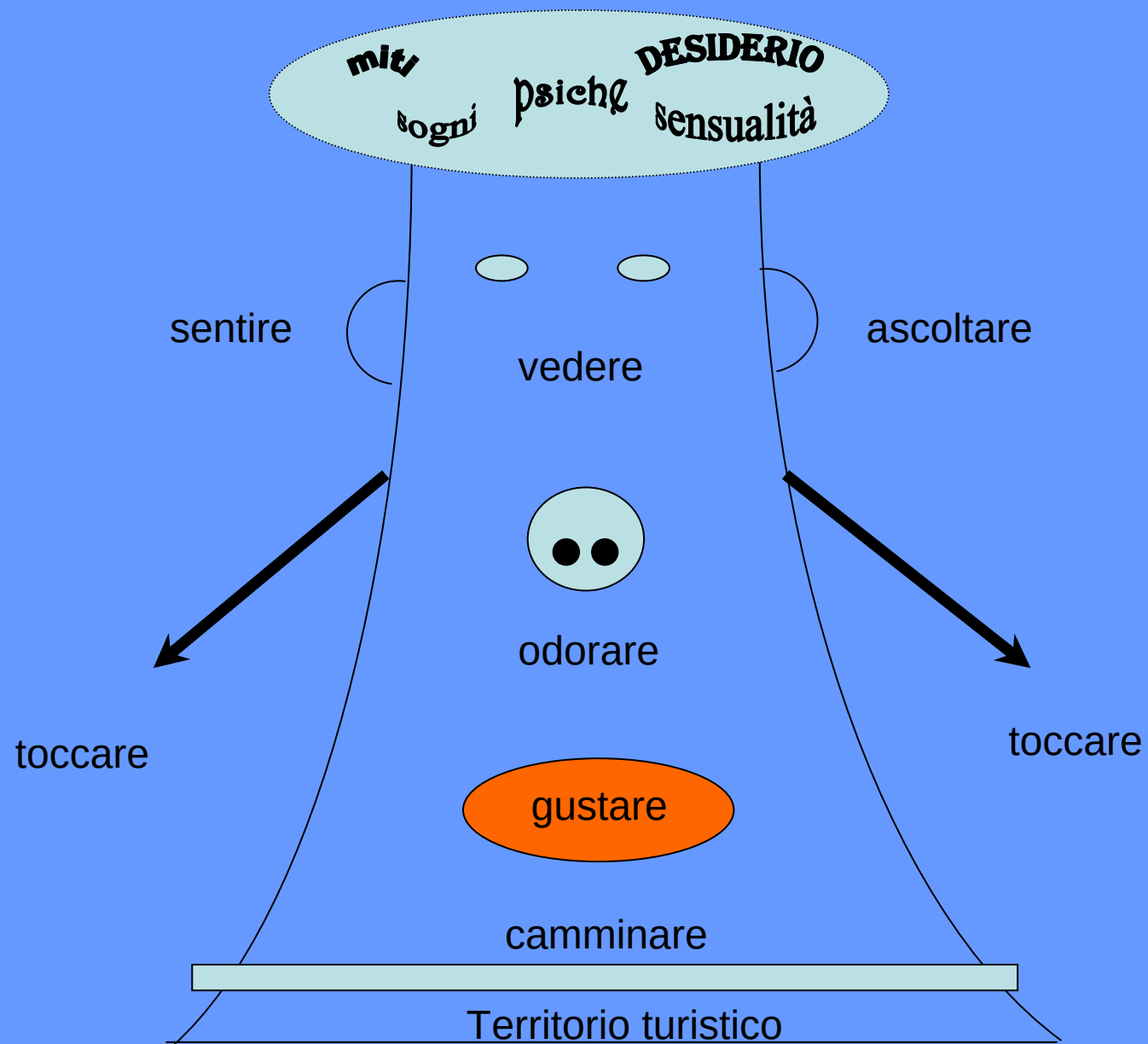


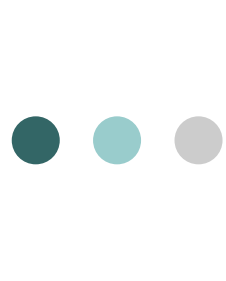
Geografia del Turismo

Turismo come sogno dove si entra
spinti da motivazioni e si esce
arricchiti da ciò che quel sogno ha
prodotto

Cosa rende unico il prodotto turistico?

- 1) Offerta e territorio entrano in
produzione solo se c'è il turista
- 2) La consumazione del prodotto non si
rinvia e non si stocca

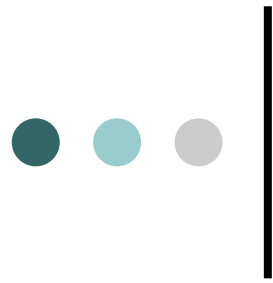




Geografia del Turismo

TURISTICITÀ: potenzialità di attrazione turistica di un territorio.

Questo concetto è apparso alla fine del XX secolo e ci ricorda che il prodotto principale, ma non unico, del turismo resta il territorio (inteso come insieme di risorse, naturali, culturali e sociali)

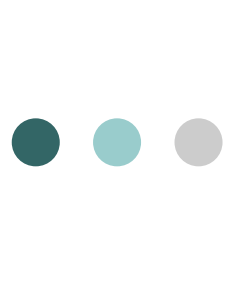


Geografia del Turismo

PAESAGGIO

Porzione di spazio analizzata
virtualmente (George) per afferrare le
relazioni tra le diverse componenti

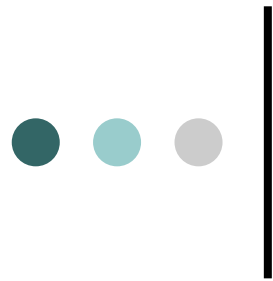
I paesaggi turistici rispondono a delle
motivazioni del turista.



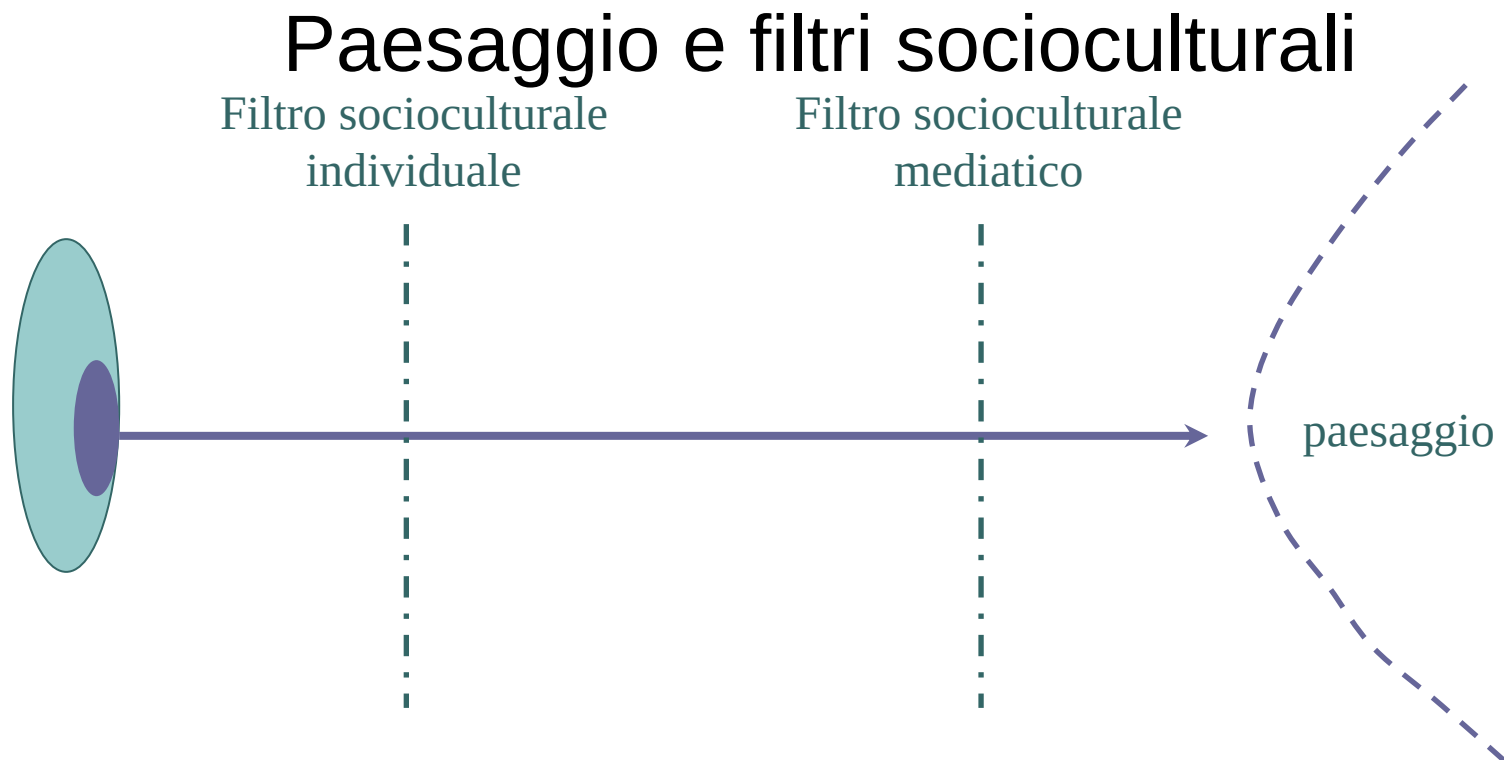
Geografia del Turismo

Il paesaggio appare come insieme di linee e segni visibili a occhio nudo, ma è lo stato d'animo del turista che mette in atto una simbologia.

La nozione di « Territorio mentale » ci rende conto della « visione » globale perché comprende i diversi paesaggi di cui può godere un turista nel territorio d'accoglienza



Geografia del Turismo

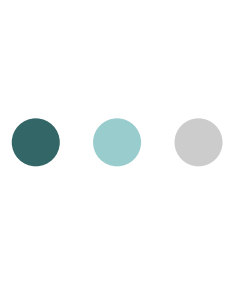




Geografia del Turismo

Vegetazione e acque patrimonio turistico: la vegetazione diventa principale « oggetto turistico », cornice oppure ostacolo

L'acqua è l'altro fattore fondamentale sia con il mare che con le diverse forme lacustri: da quelle più piccole a quelle più vaste: talassoterapia, acque marine e fonti termali, corsi d'acqua



Geografia del Turismo

Eliotropismo e balneotropismo

Nel XIX sec. Si afferma il desiderio di natura
da parte degli aristocratici

Si afferma solo negli anni '60 un uso di massa
delle spiagge insieme a un turista sempre
più sportivo

SEA, SEX & SUN



Geografia del Turismo

L'Eliotropismo e balneotropismo muovono 2/3
dei turisti che restano comunque
appartenenti ai paesi con il PIL più alto

- Fino agli inizi del XX sec. L'aristocrazia non sceglieva solo il mare ma anche campagna e per lunghi periodi
- Anni '80 turismo attivo e sportivo per brevi periodi
- XXI sec. Rallentamento del balneotropismo a vantaggio di turismo « dolce » (invecchiamento pop.)

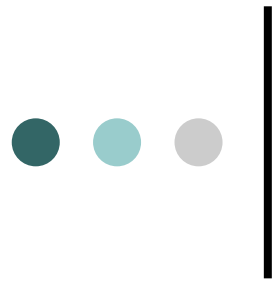


Geografia del Turismo

Turismo culturale

La cultura diventa motivazione e destinazione

- Aree culturali maggiori (Venezia, Firenze, ecc. O le « valli culturali » Loira, Nilo)
- Aree Culturali Minori (molto meno concentrate: isola di Pasqua, Saint Michel, San Marino, ecc.)



Geografia del Turismo

Turismo Religioso

- Pellegrinaggi, implica viaggio, accoglienza e soggiorno. Da quelli medievali (Santiago) a quelli moderni (Lourdes, Fatima, Roma La Mecca...)
- I monumeti e luoghi religiosi: Oramai superano la stessa attrattiva religiosa per la dimensione del flusso e si ha per ragioni collegate all'aspetto culturale e artistico



Geografia del Turismo

Paraculturale e luoghi della memoria

Si tratta di grandi eventi o attrattive eccezionali

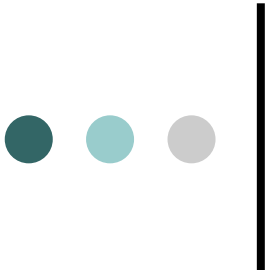
- **I parchi tematici**: Disneyland o Zoo Safari sono scoperte « paraculturali ». Ma quanto sono luoghi turistici o luoghi di svago di prossimità?
- **I Giardini**: villa Tivoli, Versailles, Sono disgiungibili dall'area d'appartenenza (Roma, Parigi)?
- **I memoriali militari**: Creano dei flussi ma sono limitati sia nello spazio che nel tempo. La loro attrattiva non può essere paragonata ad altre.



Geografia del Turismo

Sport, affari e congressi

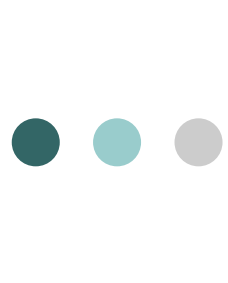
I grandi eventi sportivi creano flussi molto importanti (Gran Premio di F1, Rally, Competizioni di Vela) Ma questi flussi sono estremamente limitati nel tempo e non spesso danno vita a nuovi luoghi con una certa perennità della frequenza. Lo Sport è importante ma se integrato in spazi già conosciuti. Di particolare importanza il Golf. Ma anche casi come Albertville.



Geografia del Turismo

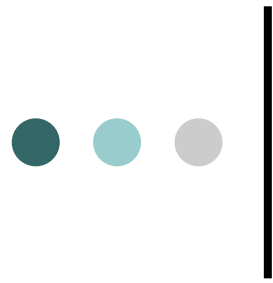
Ma se il business o il congresso si fanno per fare « profitto » è anche vero che la scelta del luogo e le attività annesse sono degli aspetti turistici.

1. È generalmente fatto in zone urbane famose: Vienna, Parigi, Singapore...
2. I turisti sono altamente concentrati in aree precise



Geografia del Turismo

L'Elasticità (capacità di spesa) del turista d'affari è molto alta, ma limitatissima nel tempo (solo quando esce dal centro congressi) e nello spazio (quasi sempre ha luogo nell'area della città dove si svolge il meeting o nel centro storico)



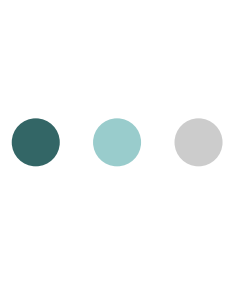
Geografia del Turismo

I Fattori Tecnici (Trasporto e alloggio)

Si tratta di elementi che hanno determinato l'esplosione del turismo

Più di 10.000 voli turistici

Oltre 700 milioni di turisti alloggiati



Geografia del Turismo

Mondializzazione dei mezzi di trasporto

Se il turismo si è espanso allo sviluppo della tecnologia nei trasporti che oramai risponde a due questioni:

1. Potersi spostare ovunque superando qualsiasi ostacolo
2. Capacità di carico che faccia fronte a una richiesta quotidiana di milioni di turisti



Geografia del Turismo

Il Rapporto Spazio tempo

La *rapidità* di spostamento è essenziale per rispettare i tempi di « soggiorno » ma non è sempre correlata alla *velocità*

- Aereo per turismo lontano o brevi soggiorni
- Treno o automobile per distanze medie o scaglionate nel tempo
- La nave per necessità geografiche (isole)



Geografia del Turismo

Zone di affluenza turistica

- Fino a 150 Km: Area di partenza urbana
- Fino a 1500 Km: Regioni turistiche verdi e bianche (montagne) o Principali regioni Balneari
- Oltre 1500 Km: Isole con complessi balneari, siti culturali



Geografia del Turismo

spazio-tempo e spazio-costo

È vero che la velocità dei mezzi è molto aumentata ma sono essenziali la loro *complementarità e affidabilità*

Si può andare ovunque nel mondo con costi minimi e minime rotture di carico

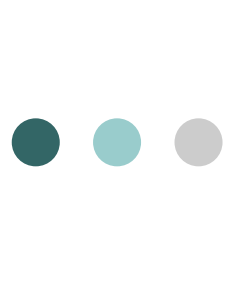


Geografia del Turismo

Portata limite

La portata-limite commerciale è praticamente il « mondo » visto che non è il costo del trasporto che ci fa scegliere una destinazione turistica (anche se influenza)

I flussi maggiori coincidono con concentrazioni di mezzi e attrezzature di trasporto



Geografia del Turismo

L'offerta di alloggio

1. USA : 4,5 Mln di Stanze
2. Giappone: 1,5 Mln
3. Italia: 1 Mln

I primi trenta paesi dispongono di
15 Mln di stanze

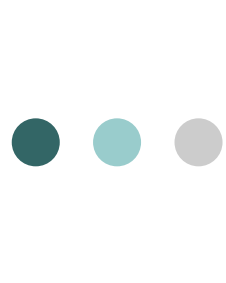


Geografia del Turismo

EUROPA

I primi cinque Paesi (Francia, UK, Germania, Spagna e Italia) detengono il 70% di tutta l'offerta

L'Italia ha il più alto numero di stanze in albergo (2 Mln), ma la Francia è prima per posti letto in generale (4,5 Mln)

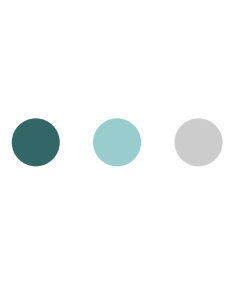


Geografia del Turismo

Spazio-prezzo

Significa la portata-limite dei servizi turistici ed è collegato alla clientela a cui si mira. Come per gli altri beni commerciali, esiste un prezzo-limite da fissare in base al servizio turistico offerto. Ma da decenni possiamo offrire praticamente tutti i prodotti a fasce anche modeste di turisti

Estensione della portata-limite all'origine della mondializzazione del turismo



Geografia del Turismo

Ma chi sono i turisti?

Sempre considerare i fattori socio-economici

Se vogliamo spiegare localizzazioni e flussi nel mondo.

reddito medio più alto → tasso di partenza
vacanze più alto

Primi dieci paesi per spese turistiche all'estero

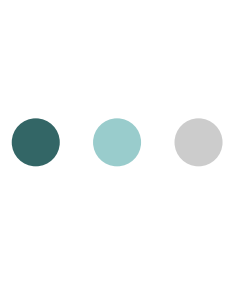
N	Paese	Spese 2006	%	Redd. Pro/hab
1	Germania	74.800 Mln \$	10,2	32.684
2	USA	72.000	9,8	45.257
3	UK	62.600	8,5	32.949
4	Francia	31.200	4,2	31.377
5	Giappone	26.900	3,7	33.010
6	Cina	24.300	3,3	8.855
7	Italia	23.100	3,1	30.383
8	Canada	20.800	2,8	37.321
9	Russia	18.800	2,6	4.460
10	Corea	18.200	2,5	23.331



Geografia del Turismo

Ma non è stato provato ancora un legame diretto tra livello di ricchezza, professione e propensione al viaggio

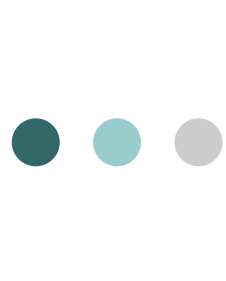
Per questo si osservano gli «stili di vita» per capire meglio l'approccio all'acquisto che non lo status sociale degli individui



Geografia del Turismo

Spazi turistici polivalenti

Sono gli spazi turistici più importanti sia per accessibilità che per apertura e che hanno al loro interno diverse funzioni oltre quelle turistiche



Geografia del Turismo

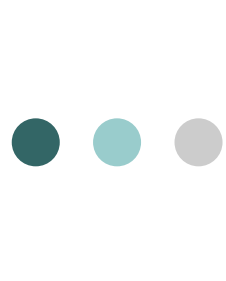
Spazi balneari e lacustri

Da sempre quelli di maggior successo:
sono all'origine stessa del turismo.

Sono in costante evoluzione e
diversificazione

Ma la loro sempre maggiore ampiezza
ci deve far chiedere:

Quali i loro limiti?

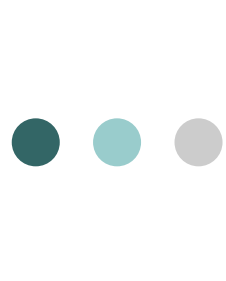


Geografia del Turismo

- Balneare tradizionale (quelle storiche)

Polinucleare e multipolare

Sono le grandi destinazioni come
Rimini, Nizza, Acapulco e che
possono avere più poli di attrazione
nella stessa destinazione (multipolare)
oppure si tratta di diversi quartieri o
localizzazioni turistiche (Polinucleare)



Geografia del Turismo

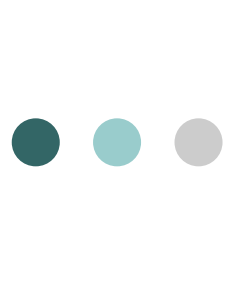
Nel caso di Nizza si è passati da una piccola località del XIX sec. *bipolare binucleare* (centro e quartieri tur. e resid.) a una grande città costiera *polinucleare e multipolare* a causa della diversificazione di attività e clientela ma anche a causa delle diversificazioni settoriali (il terziario oramai ha preso piede in modo strutturale)



Geografia del Turismo

Perché Nizza è uno spazio turistico urbano polivalente e aperto

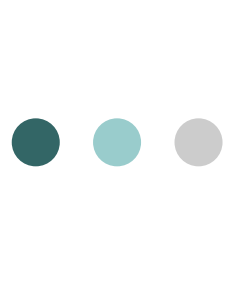
- Nucleo maggiore: centro storico e antichi quartieri aristocratici (raccoglie l'essenziale delle attività e dei turisti)
- spiaggia e fronte mare come secondo nucleo che si confonde con il primo
- Nuovi nuclei turistici più modesti meno estesi che danno vita alla polinuclearità



Geografia del Turismo

Arriviamo quindi al modello di spazio turistico balneare: balneo-urbano, a struttura multipolare e polinucleare. Questa è una fase di riassetto in seguito a una forte espansione.

Le grandi stazioni balneari hanno un bisogno continuo di riadattarsi alle nuove esigenze turistiche create da cambiamenti socioeconomici (Europa e Nord America)

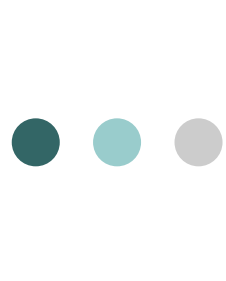


Geografia del Turismo

Argentina – Mar della Plata

Nasce come piccola località, unipolare e mononucleare viene scoperta con l'arrivo della ferrovia portandovi la borghesia d Buenos Aires

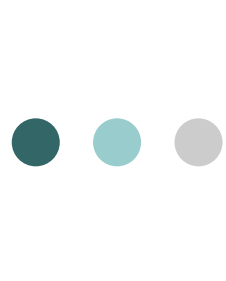
Restava la zona della Ferrovia e il fronte del mare cominciava a popolarsi di alberghi e chalet



Geografia del Turismo

Anche a Mar della Plata è dopo la guerra che c'è un'esplosione del turismo e viene favorita una politica (peronista) di lottizzazione

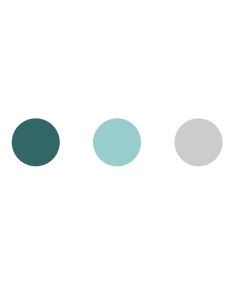
Esplode demograficamente ma si crea una cesura netta tra il polo balneare turistico e il resto della città abitato da fasce povere e non occupato nel turismo



Geografia del Turismo

Mar della Plata e Nizza nascono in modo diverso, ma quando due città superano una certa soglia di popolazione e di dimensione geografica non può vivere solo come
« stazione Balneare »

I turisti finiscono per concentrarsi in un'area privilegiata che può più o meno essere multipolare e polinucleare



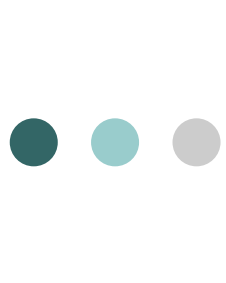
Geografia del Turismo

Tipo medio più o meno balneare

Acapulco

Nasce nel XIX sec. con insediamento su
frontemare e spiaggia larga con
alberghi a ridosso

Vecchio centro storico oramai occupato
come quartiere turistico residenziale



Geografia del Turismo

Acapulco

Terzo nucleo Urbano raccoglie gli
autoctoni

Netta la separazione paesaggistica tra
zona turistica e zona non turistica



Geografia del Turismo

Acapulco

Località bipolare e polinucleare con attività polivalenti. Quartieri turistici poco aperti al resto della città

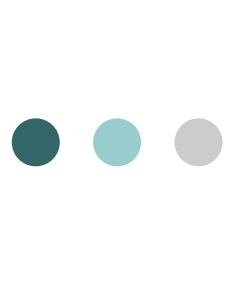
Questa è una situazione tipica delle stazioni dei paesi in via di sviluppo



Geografia del Turismo

Aspetti geografici comuni delle località balneari tradizionali polivalenti e aperte

1. In riva al mare con spiaggia data in concessione
2. Fronte mare con immobili antichi e recenti collegati alla spiaggia salvo casi particolari
3. Struttura urbana lineare, semiconcentrica
4. Spazio tur. mononucleare o polinucleare che copre lo spazio comunale quando cresce il primo
5. Buone relazioni con le zone di origine dei turisti grazie a buoni mezzi di trasporto



Geografia del Turismo

Spazi Urbani

Sono tra i più attrattivi

Parigi - 2002: 30 Mln di tur, 160 mila letti, 50 Mld €.

Ma sono città attrattive solo per ragioni
artistiche, religiose o economiche non per
la popolazione



Geografia del Turismo

Spazi Urbani polivalenti e aperti

Il loro sviluppo è limitato a determinate aree del mondo, molto contenuto nei paesi in via di sviluppo. La maggior parte sono nel mondo industrializzato occidentale.

1. Multipolare e polinucleare
2. Unipolare e mononucleare



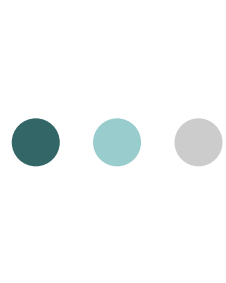
Geografia del Turismo

Multipolare e polinucleare

Grandi capitali storiche occidentali

Si tratta delle grandi capitali che racchiudono più nuclei molto mescolati tra loro.

- Contesto naturale-paesaggistico d'interesse
- Contesto favorevole per le infrastrutture
- Ricco patrimonio storico, artistico e culturale
Parigi, Londra, Roma, ecc.



Geografia del Turismo

Grandi capitali storiche dell'Est europeo

Si tratta di città polivalenti ma
« più o meno polinucleari e multipolari »

Per esempio nel caso dell'ex-URSS una certa
instabilità, oltre un certo ritardo nelle
infrastrutture, rappresentano un rallentamento
della crescita turistica



Geografia del Turismo

Modello nord-americano

Estremamente recente e basa la sua attrattiva su un modello urbano più che su un vero e proprio patrimonio artistico (comunque presente)

Andiamo a New York o a Montreal per esserci, non con un obiettivo preciso da vedere



Geografia del Turismo

Piccole e medie città unipolari e mononucleari

- Meno di 500.000 abitanti, attrattiva artistica e tutto è legato al loro centro o vicinanze, quindi spazio turistico ben delimitato con permanenze abbastanza brevi (3 o 4 gg). Non richiedono grandi trasformazioni infrastrutturali (città minori art. e culturali)
- Città Pellegrinaggio



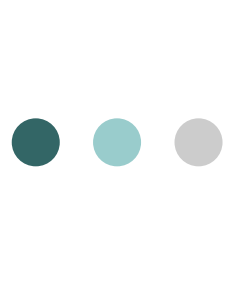
Geografia del Turismo

CITTÀ INTERMEDIE

Non sempre possiedono abbastanza risorse per flussi considerevoli. Quindi:

Fiere, congressi, saloni, turismo d'affari...

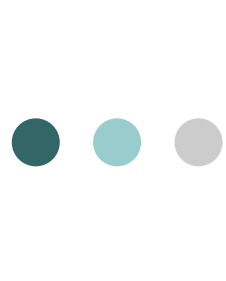
Le risorse culturali completano l'offerta e la struttura tende al bipolare e polinucleare per quel che riguarda le attività



Geografia del Turismo

Sintesi Spazi Urbani

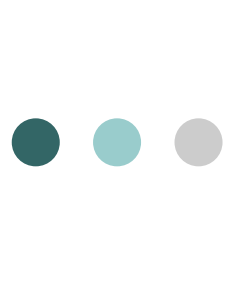
- Grandi città (multipolari e polinucleari)
- Piccole e medie città (unipol. e mononuc.)
- Città intermedie (più o meno bipol. e mononuc.)



Geografia del Turismo

Spazi Verdi (turismo verde)

Si riferisce a spazi che possono essere sia propriamente rurali sia a spazi periurbani (quindi facenti parte di una corona più o meno vasta di un centro urbano vero e proprio): rurbano



Geografia del Turismo

Agriturismo

Prevalentemente praticato da cittadini di classe media permette un avvicinamento degli agricoltori alla pratica dell'accoglienza

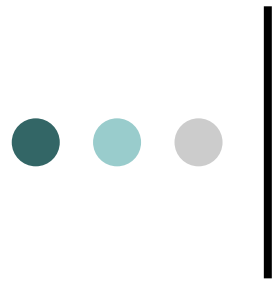
Sono coinvolti quasi solo zone rurali di paesi sviluppati



Geografia del Turismo

Agriturismo (organizzazione spaz.)

- Alloggio e animazione sono quasi sempre concentrati in un solo luogo
- Le attività sono invece disperse nello spazio rurale.

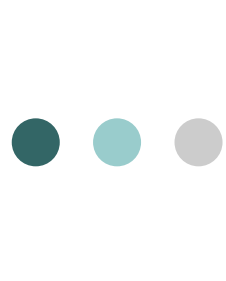


Geografia del Turismo

Rurbano

Esiste un'ambiguità tra quello che è potenziale turistico e quello che è svago per gli abitanti stessi.

lo spazio rurale (secondo case per gli abitanti) è assorbito dalla stessa zona urbana → rurano



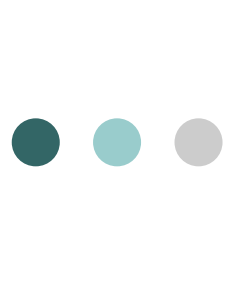
Geografia del Turismo

SPAZI TURISTICI SPECIALIZZATI

a differenza di quelli polivalenti in questo caso
il turismo costituisce l'attività principale e
ne occupa lo spazio con chiare
conseguenze a livello naturale e umano.

Distinguiamo due tipi:

1. Aperti sul luogo di accoglienza
2. Creati (chiusi)



Geografia del Turismo

Specializzati aperti

1. Balneare
2. Termale
3. Culturale



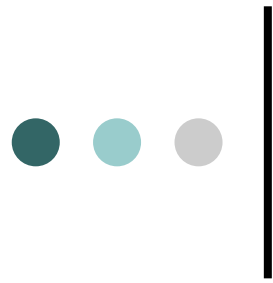
Geografia del Turismo

Balneare (specializzato – aperto)

Sono le stazioni nate sia sull'Atlantico che nel Mediterraneo alla fine del XIX secolo su strutture urbane molto piccole. L'impianto urbano ne è caratterizzato (quadrato)

Anche quando diventano di massa esiste uno spazio tradizionale meno aperto

Possono evolvere verso il polinucleare e multipolare ma molto specializzato



Geografia del Turismo

Culturali – specializzati

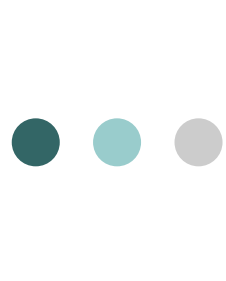
Sono siti dalla grande attrattiva e in genere luogo di passaggio di grandi flussi ma collocati all'interno di spazi caratterizzati anche da altre attività



Geografia del Turismo

Località di sport invernali

1. Polinucleare e multipolare trad. (1° gen.)
2. Intermedie (2° generazione)
3. Località-villaggio polivalente (3° generaz.)



Geografia del Turismo

Enclave Turistiche

Elevatissimo tasso di funzione turistica
quindi riservati al turismo più o meno
inclusivo

1. Enclave più o meno aperta
2. Enclave più o meno chiusa



Geografia del Turismo

Più o meno aperta

Integrate per il turismo invernale

Con paesaggio identificabile e poco diversificata: nucleo di accoglienza, parcheggi all'ingresso, stessa area sciistica (può dar vita a nuclei satellite)



Geografia del Turismo

Spazi balneari interclusi e semi aperti

Ve ne possono essere sia intercluso e
bipolare, quindi con un punto storico di
origine e una parte balneare turistica
(turismo integrato) che si sviluppa ma in
maniera separata seppur in collegamento
con quella storica



Geografia del Turismo

Spazi balneari interclusi e semi aperti

Località balneari integrate nuove

Nascono tutte in modo altamente pianificate
(dal nulla) in aree che erano di scarso
interesse turistico che utilizzano la spiaggia
come supporto intorno al quale fare
l'operazione immobiliare

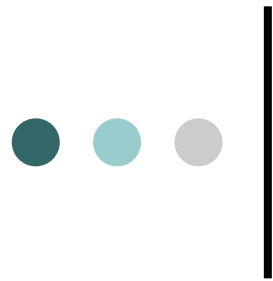


Geografia del Turismo

Enclave più o meno chiusa

Marine, villaggi vacanze, centri ricreativi e complessi alberghieri

Sono tutti luoghi con uno spazio il cui accesso è altamente controllato e regolamentato (reception)



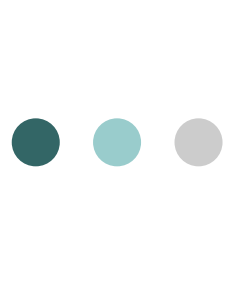
Geografia del Turismo

Spazi turistici Regionali

Non bisogna intendere la regione da un punto di vista amministrativo

Se cerchiamo di intendere una regione turistica da un punto di vista statistico, come fare quando questi i turisti sono concentrati?

Reg. Turistica è uno spazio funzionale con immagine derivata da un insieme naturale e umano più o meno omogeneo e continuo



Geografia del Turismo

In una Regione Turistica l'organizzazione dei trasporti, dei servizi e dell'economia è in parte se non totalmente dovuta ai flussi delle aree turistiche sulla base della funzione turistica

$$\frac{\text{Posti letto in strutture ricettive}}{\text{Popolazione totale}} \times 100 = \text{funzione turistica}$$

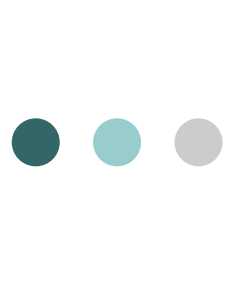


Geografia del Turismo

Regione turistica polarizzata

Si tratta di regioni con una certa densità di poli e con una certa continuità geografica del fenomeno turistico

Costa azzurra-Riviera, riviera romagnola, riviera istriano-dalmata, Mare argentino, Parigi e castelli della Loira



Geografia del Turismo

- **Riviere e lidi marittimi e lacustri** (balneari a multipolarità densa e diversificata, riviere lacustri, specializzate e mutlipolari, balneare specializzato a polarità discontinua)
- **Spazi Urbani** (polarità centralizzata e multipolarità urbana)
- **Spazi montani multipolari e bipolari**
- **Regioni turistiche « culturali » polarizzate** (classico, centrale satellitare)



Geografia del Turismo

Regione turistica poco polarizzata

La vera differenza rispetto ai polarizzati è la discontinuità tra i vari poli

1. Poco polarizzati
2. Senza una vera polarizzazione