

# Turismo unità 2

La destinazione turistica come  
prodotto turistico

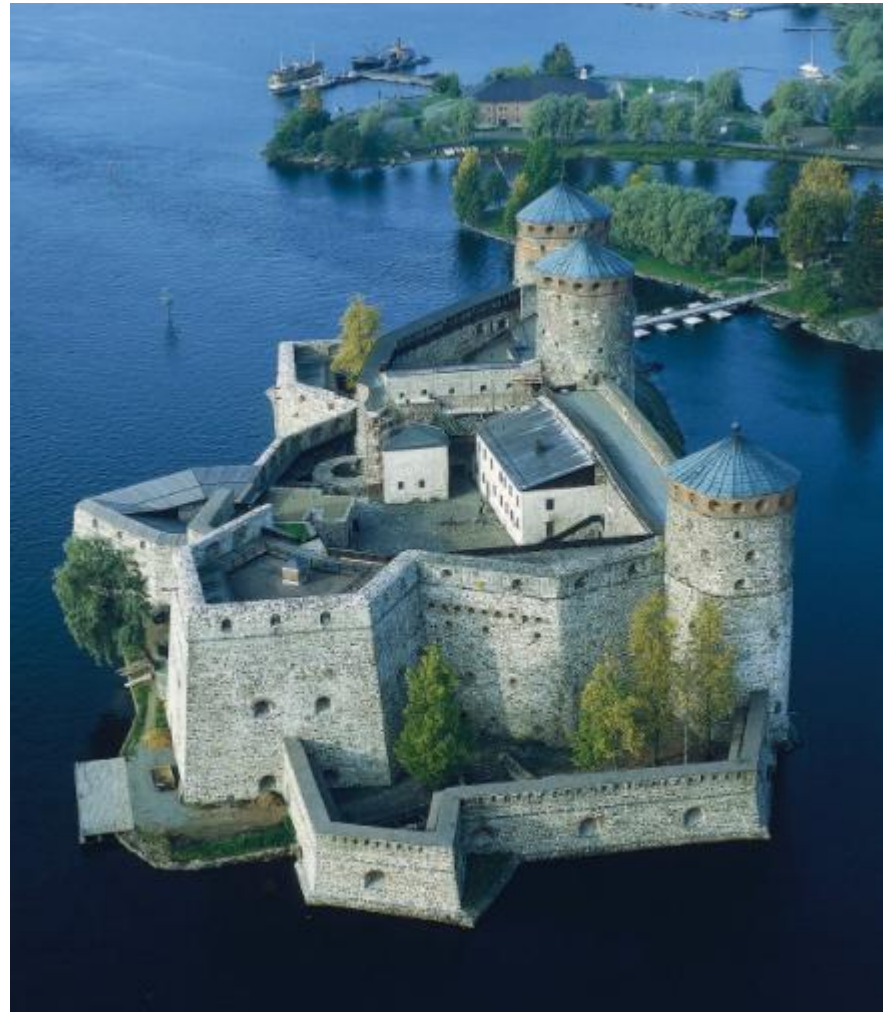
# Il principale prodotto dell'industria turistica è la destinazione turistica. Cos'è?

- Uno spazio definito, attraente e fruibile
- Gestito con una precisa strategia imprenditoriale



# Quando un'area può essere considerata una destinazione turistica?

quando presenta un insieme di prodotti, servizi, luoghi d'interesse naturali e artificiali capaci di attrarre turisti e che sono facilmente fruibili dai turisti stessi.



Savonlinna

# Su quali fattori si basa la scelta della destinazione da parte del turista?

La scelta del turista si basa sul fattore 3L:  
Landscape, Leisure, Learning.





# Landscape (il paesaggio)

- Le persone vogliono vedere,  
ma anche vivere le  
destinazioni turistiche



Leisure  
Cosa significa?

**DIVERTIMENTO**



# Learning (approccio formativo ed emotivo)



# Quali sono gli attrattori di una destinazione turistica?

Gli attrattori sono i fattori che attirano il turista in una località. Si tratta di:

- risorse naturali,
- elementi storici e culturali,
- creazioni dei tour operator (villaggi),
- gioco e divertimento,
- cineturismo, salute e località termali, religione e tradizioni.



# Attrattori di una località



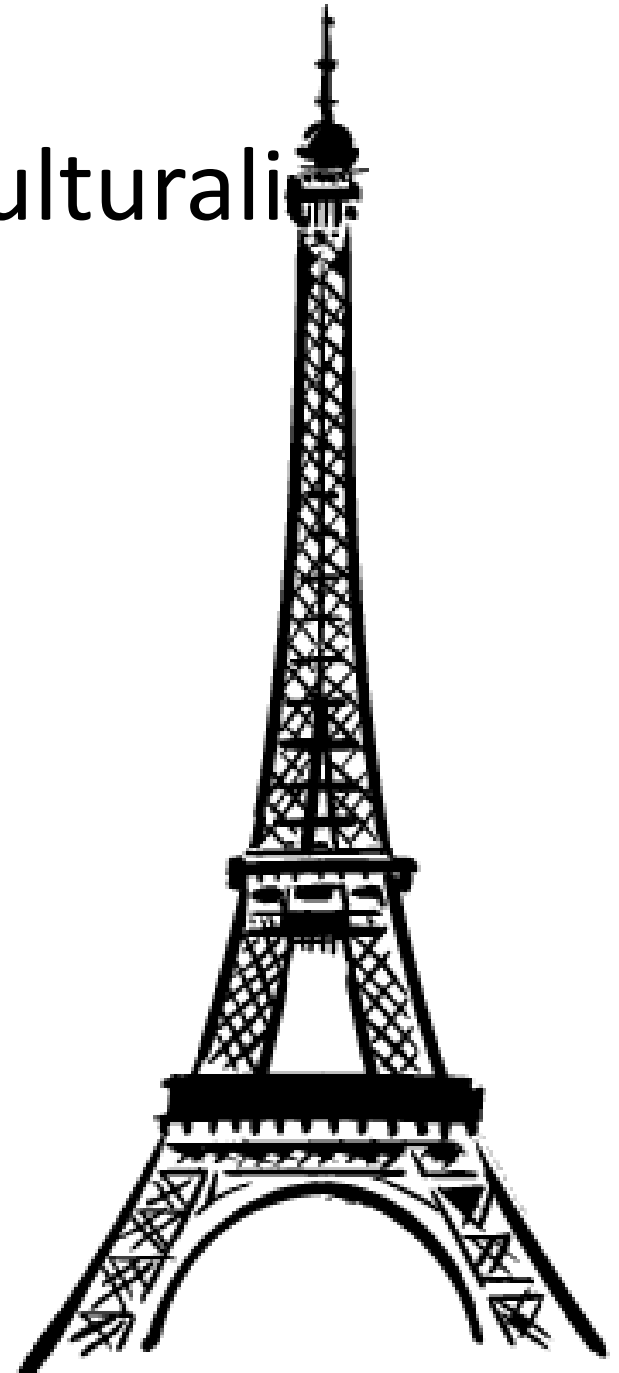
# Meta principale: risorse naturali

- Mare soprattutto, ma anche montagna, parchi, laghi, campagna, ecc.



## 2° posto

# Attrattori storici e culturali



Gio

- Parchi a tema
- Casinò
- Zoo safari
- Parchi acquatici





# Cineturismo

## Hit film gives Italy chance to close north-south divide

Box office success of the film *Benvenuti al Sud* suggests Italians can overcome Northern League-style separatist prejudice



 A scene from *Benvenuti al Sud* (Welcome to the South). It grossed £3.3m in its first weekend and knocked *Inception* off the No1 spot in Italy. Photograph: Medusa Film

# Luoghi di culto



# Da luogo a prodotto turistico

- Una destinazione è un prodotto turistico
- Solo se
- Oltre agli attrattori,
- Dispone
  - delle strutture per il soggiorno, l'accoglienza e il divertimento del turista
  - e se è raggiungibile fisicamente, socialmente ed economicamente (e burocraticamente)

COMPETITOR	MARE	AMBIENTE E SPORT	TERME E WELLNESS	CULTURA E INTRATT.	SPIRITUALITA	BUSINESS
PUGLIA	★★★★	★★	★	★★★	★★★	★★
CAMPANIA	★★★	★★	★★★	★★★	★★	★★
BASILICATA	★	★★	★	★★		★
CALABRIA	★★★	★★	★★			★
SICILIA	★★★	★	★★	★★★	★	★★
CROAZIA	★★★	★★★	★★	★★		
MONTENEGRO	★★★	★★				
ALBANIA	★★					
BOSNIA H.			★		★★★	
GRECIA	★★★★	★★★		★★★★		



# Accordo di Shengen

- Con questo accordo è stata introdotta la libertà di circolazione delle persone in molti Paesi europei.
- Chiunque può spostarsi senza doversi fermare alla frontiera per esibire il documento di riconoscimento.

# Il destination manager

- È un professionista che mette a punto un programma strategico e favorisce l'incontro e il coinvolgimento dei diversi attori della destinazione per arrivare alla creazione e alla commercializzazione del prodotto di destinazione.
- Individua gli elementi della località con una scheda di analisi del territorio
- Individua il target più adatto al territorio (giovani, turisti della terza età)
- Stabilisce i prezzi adeguati

# Caratteristiche della destinazione turistica

- Deve possedere una propria personalità e deve essere riconoscibile immediatamente (Rimini richiama la vita notturna, le discoteche e il divertimento)
- Il destination manager deve realizzare un piano di sviluppo pluriennale

# Scheda di analisi del territorio

- Il destination manager inizia la sua attività individuando gli elementi del territorio con la scheda di analisi del territorio.



# Ciclo di vita del prodotto

- Esplorazione: il luogo è naturale e integro, la capacità ricettiva è bassa
- Coinvolgimento: le prime attività imprenditoriali aumentano i servizi e il turismo diventa fonte di lavoro per i residenti; l'impatto ambientale comincia a crescere
- Sviluppo: sono offerti nuovi servizi, la promozione continua; i turisti superano i residenti nei periodi di picco; vi sono problemi di insofferenza sociale;

## (segue)

- Consolidamento: il turismo diventa parte essenziale del sistema economico locale; inquinamento e deterioramento ambientale;
- Stagnazione: si raggiunge il massimo dello sfruttamento dell'area, la località è molto nota e comincia a diventare “fuori moda”; il turismo è di massa oltre le capacità del territorio
- Post-stagnazione: si pensa a delle alternative per l'area; riposizionamento sul mercato con la modifica del target di riferimento (giovani) che scongiurino il declino dell'area

Perché nella creazione di una destinazione turistica è importante valutare il grado di raggiungibilità?

- Il grado di raggiungibilità rende fruibile il luogo al turista e misura la raggiungibilità fisica, sociale economica e burocratica.

# Nella creazione di una destinazione turistica quali attori devono essere coinvolti?

- Le figure chiave per realizzare il prodotto turistico destinazione sono: l'industria turistica del luogo, le amministrazioni pubbliche, le imprese dell'indotto, la popolazione locale, i turisti.

# Produzioni tipiche del territorio

- Nel contesto turistico il cibo assume una funzione culturale
- Rappresenta il luogo, i ricordi, le persone e le relazioni che i turisti hanno sperimentato
- Non importa solo quello che mangiamo, ma come, con chi e dove
- Mangiar bene è un requisito essenziale per il turista
- La tipicità attira i turisti

# Prodotto tipico

- Prodotto con caratteristiche specifiche della propria categoria
- Tradizionale: prodotto che deriva da un regola tramandata nel tempo
- Locale: prodotto particolare di una zona
- Sono percepiti come prodotti di qualità e in linea con gli equilibri naturali.



Nel processo di trasformazione di una località in una destinazione turistica sono sufficienti gli attrattori?

No, Sono necessarie anche strutture ricettive, ristorative, di viaggio, di comunicazione e di mezzi di trasporto.

# Quali sono le fasi del ciclo di vita di una destinazione turistica?

- **esplorazione**, con pochi turisti, capacità ricettiva bassa, turisti integrati con l'ambiente;
- **coinvolgimento**, aumenta la capacità ricettiva e il turismo diventa fonte di lavoro;
- **sviluppo**, aumenta ulteriormente la capacità ricettiva e di promozione, e sono possibili problemi sociali tra turisti e residenti;
- **consolidamento**, il turismo diventa parte essenziale del sistema economico locale ... problemi di inquinamento;
- **stagnazione**, il turismo supera la capacità di carico del territorio;
- **post stagnazione**, valutazione delle alternative per il futuro dell'area.

# Cosa si intende per “funzione culturale” del cibo?

Il cibo può essere percepito dal turista come la materializzazione dell'immagine di un luogo, dei ricordi vissuti, delle storie e delle persone incontrate e dalle relazioni sperimentate dall'individuo nel territorio.