



TURISMO e Psicologia

Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

Editoriale n.2

Roberta Maeran

roberta.maeran@unipd.it



PADOVA UNIVERSITY PRESS

Editoriale n.2

Il secondo numero del 2025 propone cinque articoli che affrontano ambiti diversi del fenomeno turistico.

Tali contributi tengono conto dei cambiamenti in corso nel settore, sia per gli sviluppi tecnologici, sia per un nuovo e più attivo ruolo del turista che sempre di più si caratterizza come *prosumer*, per riprendere il termine proposto da Toffler, soprattutto nell'utilizzo dei social.

Il contributo di Stefan Marchioro e Paola Bagatella analizza il ruolo degli eventi nelle politiche di destination management e destination marketing. Prende in esame i diversi effetti generabili da un evento in relazione all'identità, alla reputazione e allo sviluppo turistico di un territorio. In particolare l'attenzione è rivolta alle Olimpiadi Milano-Cortina 2026.

L'articolo di Paolo Casetti affronta l'analisi del turismo crocieristico, settore in particolare espansione che esercita un fascino sempre crescente sui viaggiatori contemporanei. L'autore propone una riflessione sulle motivazioni che determinano questo tipo di scelta. In conclusione presenta una lettura personale della vacanza in crociera.

Il contributo di Erika Fasan propone una rilettura delle colonie e dei villaggi organizzati dallo Stato o dalle imprese che costituiscono luoghi nei quali i processi psicologici dell'identificazione, della socializzazione e della memoria trovano un terreno fertile e strutturato. Si trasformano non solo in luoghi di evasione, ma anche in "macchine di memoria collettiva" offrendo l'opportunità di riflettere sulle trasformazioni del lavoro, sulle dinamiche sociali, sull'identità di gruppo e sul rapporto tra individuo, comunità e ambiente. L'innovazione tecnologica e l'Intelligenza Artificiale pongono nuove sfide per lo sviluppo del settore turistico. Elia Fiorenza prende in esame l'ambito alberghiero, lo smart hotel come ecosistema digitale orientato a personalizzazione, efficienza e sostenibilità. Il turismo 4.0 diventa un cambio culturale, con AI etica come leva competitiva e resilienza per il sistema italiano, consolidando la posizione di turismo sostenibile.

Rocco Paolin, infinr, analizza le caratteristiche strutturali del settore turistico evidenziandone la frammentazione imprenditoriale, l'elevato turnover e le difficoltà nell'implementazione di pratiche avanzate di gestione delle risorse umane. L'analisi complessiva suggerisce che per le imprese turistiche una gestione integrata e sostenibile delle risorse umane rappresenti un fattore critico per la competitività in un settore in rapido mutamento sia tecnologico che sociale.

Roberta Maeran