



TURISMO e Psicologia

Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

EDITORIALE n.2-2020

Roberta Maeran

Università degli Studi di Padova
Direttore scientifico Turismo e Psicologia



PADOVA UNIVERSITY PRESS

Editoriale numero 2-2020

Questo secondo numero del 2020 completa la pubblicazione della nostra Rivista per quest'anno, anno segnato, per il settore turistico, da una crisi profonda e decisamente molto di pesante di quella del 2009 o seguente all'11 settembre.

L'impatto della pandemia mette in discussione trend turistici consolidati, tipologie di vacanze, motivazioni e aspettative. Coinvolge non solo gli operatori del settore ma anche tutte le attività dell'indotto. Può essere, però, l'occasione per ripensare a un nuovo approccio turistico, per valorizzare il nostro territorio superando una monocultura turistica.

Proponiamo, in questo numero, dei contributi che non analizzano l'esperienza turistica verificatasi in questo periodo ma che presentano delle ricerche di più ampio respiro. Auspichiamo di poter pubblicare nel 2021 studi e ricerche condotte nella fase post lockdown di marzo-maggio relative ai comportamenti e alla scelta dei turisti sia ai cambiamenti necessari per far fronte a una nuova domanda caratterizzata anche da limitazioni negli spostamenti e a nuove priorità nelle richieste dei potenziali turisti.

L'articolo di G. Mignemi vuole essere un contributo allo studio dell'impatto che le nuove tecnologie e gli attuali canali comunicativi stanno avendo sul consumo turistico. È ormai assodato in letteratura come l'identità dei consumatori sia fortemente implicata nelle loro scelte di consumo, spesso utilizzate per comunicare o promuovere una precisa immagine di sé. Il marketing digitale fa parte di quel pull di strumenti in grado di rendere più agile e accessibile la promozione della propria offerta. In una società complessa caratterizzata da livelli considerevoli di incertezza e imprevedibilità, come quella odierna, il web 2.0 può rappresentare una possibilità in più per aziende e gestori turistici per aderire con maggiore sincronia alla domanda dai propri clienti, un modo ulteriore per continuare a raggiungerli e rimanere in relazione con loro.

L'obiettivo dello studio di M. Morando, G. Mignemi, F. Digrandi, S. Platania è stato quello di analizzare il comportamento del turista che sceglie di consumare e fruire di beni di lusso. Nello specifico il settore esaminato è quello dell'hospitality, inteso come il segmento di hotel, ristoranti e cantine di lusso. I risultati emersi hanno confermato come Desiderio, Norme Soggettive e Atteggiamento Valutativo e Affettivo rappresentino dei buoni predittori del modello.

Il contributo di M. Liuzza, M. Bustreo completa il lavoro presentato nel numero precedente della rivista presentando gli Itinerari Culturali del turismo come percorsi privilegiati per unire paesi geograficamente lontani ma legati da temi di interesse comune.

L'articolo di C. Cristini, T. Mondini, G. Cesa-Bianchi, L. Cristini pone l'attenzione al settore termale come luogo di cura per la popolazione anziana. Vari sono gli interventi in ambito medico, psicologico e sociale che si possono proporre e applicare per favorire la ripresa di una condizione di benessere psicofisico. Fra le diverse proposte, si annoverano le cure termali, particolarmente conosciute e frequentate dalla popolazione anziana sia per gli specifici vantaggi terapeutici che per le attività associative, ricreative e creative proposte da tali strutture. L'indagine presentata sulla qualità della vita e su eventuali disturbi ansioso-depressivi presenti in un gruppo di anziani che frequentano con una certa regolarità un centro termale, ha evidenziato l'efficacia terapeutica di tali cure, non solamente a livello somatico, ma anche, e talvolta in modo rilevante, in termini di salute emotiva e relazionale.

Nella sezione contributi è inserito il lavoro di P. Cavallero presentato a Milano (Società Umanitaria e Associazione Nestore) nel primo anniversario della scomparsa del Prof. Marcello Cesa-Bianchi, fondatore del Comitato Scientifico di Psicologia del Turismo (1984) nonché Presidente dell'Aript-Fo.R.P sino alla sua scomparsa. Vengono proposte alcune opere autobiografiche di nonni-scrittori e longevi uomini di cultura. Le loro narrazioni presentano reti relazionali familiari e vissuti personali,

che si estendono ai propri territori con energia e vitalità, effettuando un confronto tra presente e passato per meglio lasciar intravedere il futuro.

Si evidenzia, in modo particolare, l'autobiografia del Prof. Marcello Cesa-Bianchi che intreccia il racconto delle reti familiari nel suo periodo giovanile alla storia della Psicologia Italiana in stretta relazione alle altre discipline al cui sviluppo il suo contributo scientifico è stato determinante.

Roberta Maeran