

Il futuro delle regioni turistiche costiere dell'Europa del Sud

La nascita delle nuove forme di domanda e la ristrutturazione dei centri turistici tradizionali

di Dott. PÉRE A. SALVÁ TOMAS*

1. Riepilogo

I paesi rivieraschi del Mediterraneo, nel decennio degli anni '90, si confermano come la prima destinazione turistica del mondo, superando i 150 milioni di turisti internazionali. Malgrado ciò, l'area del Mediterraneo ha registrato, negli ultimi anni, una perdita del proprio peso in relazione al turismo internazionale, a causa dell'apparizione di nuove destinazioni turistiche come i Caraibi, l'Oceania, l'America Latina e/o l'Asia. Questi cambiamenti sembrano correlati alla debolezza del mercato e all'esaurimento di modelli obsoleti e poco competitivi delle zone turistiche, nonché ai diversi eventi, di tipo geopolitico, legati alle situazioni critiche di instabilità politica. Congiuntamente, essi implicano una debolezza dei modelli di sviluppo turistico tradizionale e l'apparizione di nuovi modelli post-moderni, che dovrebbero essere adattati ai cambiamenti di comportamento della popolazione europea (incremento della seconda e/o terza vacanza, piccoli viaggi turistici, crescita del turismo interno). Il futuro delle aree turistiche tradizionali impone una riabilitazione, o un riadattamento, dei centri turistici ed una diversificazione delle attività turistiche.

* Presidente della sezione spagnola dell'Associazione di Scienze Regionali.

2. Vocazione turistica del Mediterraneo e sviluppo del fenomeno turistico

2.1. Vocazione turistica nei paesi del Mediterraneo

Le attività turistiche hanno rappresentato una prova importante nello sviluppo dei paesi rivieraschi del Mediterraneo. Il turismo è stato convertito in una delle risorse basilari per lo sviluppo regionale, non solo per le regioni costiere nella modalità di turismo di sole e spiaggia, ma per la loro importanza come fattore di sviluppo locale, esteso anche alle regioni interne, dove la crescita di un turismo urbano e/o l'aggiunta di nuove domande legate al turismo rurale e all'agriturismo e al turismo verde può essere convertito in un elemento decisivo per uno sviluppo sostenibile.

Negli anni '90, i paesi del Mediterraneo sono stati trasformati nella prima destinazione mondiale del turismo internazionale. Si è passati da un movimento élitario, in cui era basilare la decisione individuale e la motivazione del turista, ad una nuova forma di turismo, estesa a tutti i livelli sociali, particolarmente per il decollo del turismo di massa, il cui inizio può essere datato negli anni '50. I paesi del Mediterraneo hanno simboleggiato una prova importante in tutte le tappe storiche di questo processo, attualmente definito con un aumento relativo della mobilità abituale, dovuta all'aumento del tempo libero. Il flusso turistico verso i paesi rivieraschi del Mediterraneo, che inizialmente era circoscritto e riservato ad un'élite che disponeva di tempo e denaro, è andato evolvendosi dagli anni '50, per essere convertito in un comportamento collettivo che si è generalizzato nei paesi industrializzati, dove il turismo è diventato un fenomeno sociale. Questo evento ha provocato un considerevole aumento del numero di turisti o di vacanzieri che si spostano, ogni anno, dai loro luoghi di residenza abituale verso aree a specializzazione turistica e/o di tempo libero.

Il turismo che si sviluppò nella prima metà del XX secolo era un movimento pionieristico, che implicava la nascita delle prime enclave a specializzazione turistica, luoghi che ebbero un ruolo importante nello sviluppo successivo di nuove strutture specializzate nell'accoglienza turistica. In questa prima fase, l'elemento di attrazione decisivo fu la ricerca, da parte del turista, di spazi desiderati, in funzione delle caratteristiche del paesaggio e/o della qualità climatica. Nel periodo del turismo di massa, le variabili relative all'offerta di mercato ed alla intermediazione rappresentano un ruolo importante.

2.2. Lo sviluppo recente del turismo nell'area mediterranea

Il turismo internazionale ha trasformato il Mar Mediterraneo in una delle più importanti destinazioni del mondo. Dei 475 milioni di turisti internazionali che, in accordo alle statistiche dell'O.M.T., compongono il turismo internazionale (vd. tabella 1), più di 150 milioni arrivano nei diversi paesi del Mediterraneo, cifra che rappresenta un terzo del totale mondiale (vd. tabella 1). La loro evoluzione quantitativa ci mostra un incremento fino a 60 milioni negli anni '70, quindi il superamento dei 100 milioni nel 1982 e dei 150 milioni nel 1992. A questi dovrebbero essere aggiunti più di 100 milioni che rappresentano il turismo interno, cifra che deve essere particolarmente legata allo sviluppo delle seconde residenze (appartamenti e offerte complementari), presenti in quantità considerevole nelle regioni turistiche costiere. A livello generale si può verificare l'esistenza di una continuità nella presenza di attività turistiche in tutte le coste del Mediterraneo, anche se, l'intensità di utilizzo di queste aree presenta differenze territoriali che implicano una differenziazione nell'intensità del fenomeno nei vari paesi bagnati dal Mediterraneo. La più importante intensità di utilizzo turistico corrisponde ai paesi del Mediterraneo che si affacciano sulla parte nord-ovest del bacino mediterraneo che includono: Spagna, Francia, Italia e Monaco. Si deve mettere in evidenza l'importanza di quest'area, in quanto nel 1994 ha ospitato più di 125 milioni di turisti che rappresentano l'85,9% del totale dei turisti internazionali nel Mediterraneo e il 30% del turismo internazionale mondiale (Salvà, 1996) (vd. tabella 2). La bassa intensità turistica nelle zone costiere della vecchia Jugoslavia, in Grecia, in Turchia e in Egitto, come pure nei paesi del Magreb (Tunisia, Algeria e Marocco) è determinata dal fatto che si tratta di aree giudicate ancora in fase di consolidamento. Ciò è avvenuto nonostante il fatto che diversi eventi politici, sia interni sia internazionali, hanno, in alcune fasi, indebolito sensibilmente i flussi (vd. tabella 2 e 3). D'altro canto i flussi turistici che giungono al Mediterraneo dipendono molto dalle fluttuazioni economiche dei paesi d'origine. Noi ricordiamo che i due terzi del flusso turistico del Mediterraneo hanno come luogo d'origine la Germania, il Regno Unito, i Paesi Bassi, la Francia e i paesi scandinavi. Un'altra caratteristica da mettere in evidenza sul turismo del Mediterraneo è, come è evidente, che si tratta di un turismo costiero, e questo fatto implica conflitti con le popolazioni rivierasche. In queste aree, in cui è concentrato più del 60% del totale degli arrivi internazionali (circa 100 milioni di stranieri), e a cui bisognerebbe aggiungere i visitatori interni (circa 75 milioni), si raggiunge un risultato complessivo di oltre due miliardi di soggiorni. Si deve, inoltre, mettere in evi-

Tabella 1. Numero di turisti internazionali nei paesi rivieraschi del mediterraneo (in migliaia)

Anno	Mediterraneo	Mondo	% Med/Mondo
1950		25.282	
1960		69.320	
1961		75.323	
1962		81.381	
1963		90.071	
1964		104.601	
1965		112.863	
1966		119.980	
1967		129.782	
1968		131.201	
1969		143.511	
1970	58.085	165.787	36,37
1971	63.707	178.853	36,98
1972	70.775	189.129	38,92
1973	75.655	198.906	39,68
1974	70.986	205.667	36,01
1975	77.582	222.290	36,19
1976	78.021	228.873	35,34
1977	83.452	249.264	34,89
1978	89.461	267.076	34,75
1979	94.313	283.089	534,4
1980	95.024	287.771	33,00
1981	96.623	289.784	33,36
1982	100.915	289.177	34,89
1983	102.779	292.739	35,10
1984	109.734	320.142	34,04
1985	117.082	329.636	35,51
1986	118.106	340.808	34,40
1987	125.633	366.758	34,25
1988	133.025	393.865	33,77
1989	145.858	427.884	34,08
1990	150.863	455.594	33,11
1991	147.434	455.100	32,39
1992		475.580	

Fonte: Yearbook of Tourism Statistics. Several years.

denza che le esperienze di turismo interno, nell'ultimo decennio, hanno conosciuto uno sviluppo considerevole in tutti i paesi del Mediterraneo e che tale fenomeno deve essere collegato alla crescita della popolazione urbana del mediterraneo.

Tabella 2. Numero di turisti internazionali nei paesi del Mediterraneo occidentale (in migliaia)

Anno	Spagna	Italia	Francia	Monaco	Tunisia	Algeria	Marocco	Totale	% Medit	% Medit/Mondo
1970	15.320	18.130	14.188		411	236	747	49.032	84,41	30,70
1971	17.330	19.280	14.418		608	226	823	52.685	82,69	30,58
1972	20.430	21.520	15.111		780	237	1.062	59.140	83,54	32,52
1973	22.000	23.510	14.670		722	250	1.341	62.491	82,60	32,78
1974	19.400	23.580	14.200		716	249	1.205	59.350	83,60	30,10
1975	19.800	25.710	15.500		1.014	296	1.242	63.562	81,92	29,65
1976	18.500	26.960	16.505		978	185	1.108	64.236	82,33	29,10
1977	21.000	26.265	18.500		1.016	242	1.428	68.451	82,02	28,62
1978	24.600	26.846	19.193		1.142	260	1.477	73.518	82,18	28,56
1979	24.000	28.763	21.918		1.536	266	1.436	77.919	82,61	28,43
1980	22.500	30.100	22.087		1.602	290	1.475	78.054	82,18	27,40
1981	23.800	31.340	20.036		2.151	320	1.567	79.214	81,93	27,42
1982	25.300	33.467	22.297		1.355	280	1.815	84.514	83,74	29,46
1983	25.583	34.018	22.140	200	1.439	942	1.877	86.199	83,86	30,30
1984	27.176	35.429	23.043	200	1.580	1.004	1.944	90.376	82,91	29,04
1985	27.477	36.748	25.047	242	2.003	984	2.180	94.681	80,86	29,06
1986	29.910	36.080	24.762	211	1.502	849	2.128	95.442	81,31	28,64
1987	32.900	36.974	25.749	214	1.875	778	2.248	100.718	80,86	28,05
1988	35.000	38.288	26.155	232	1.468	967	2.841	106.951	75,88	25,61
1989	35.350	49.544	25.935	245	1.222	1.207	3.468	116.971	81,56	27,89
1990	34.300	51.157	26.879	245	1.204	1.137	4.024	122.746	81,16	26,94
1991	35.347	55.731	26.840	239	1.224	1.193	4.162	126.716	85,96	27,84

Fonte: Yearbook of Tourism Statistics. Several years.

Dallo sviluppo della domanda turistica nel Mediterraneo è scaturito un incremento importante dell'offerta turistica, sia nel tipo di alloggio sia nell'offerta complementare di infrastrutture generali (strade, autostrade, porti, approdi per imbarcazioni da vacanza, aeroporti, ecc.), che, in larga parte, sono state costruite sulla costa con un impatto importante sulle condizioni ambientali e naturali e sul paesaggio.

Nel processo di conversione del Mediterraneo in un'area di attrazione importante per il turismo internazionale ha avuto grande influenza la "tirannia della prossimità" (Ranucci, 1990) che, basandosi sul flusso nord-sud per approfondire la ricerca heliotropica, ha implicato un'estensione dell'influenza dell'area mediterranea su tutte le aree dell'Europa occidentale e del Nord; di conseguenza, si è cercato, prima di tutto, uno sviluppo verso un modello di sole, mare e turismo da spiaggia, la cui attrazione deve essere il clima del Mediterraneo. Questo modello di turismo, che nel 60% dei casi cerca il sole,

Tabella 3. Numero dei turisti internazionali nei restanti paesi del Mediterraneo (in migliaia)

Anno	Malta	Iugoslavia	Grecia	Turchia	Siria	Cipro	Libano	Israele	Egitto	Libia	Totale
1970	171	4.749	1.407	446	127	409	900	419	348	77	9.053
1971	179	5.243	1.981	494	179	547	1.242	618	406	133	11.022
1972	150	5.142	2.436	595	228	429	1.281	680	528	166	11.635
1973	211	6.149	2.846	807	264	441	1.070	604	512	258	13.162
1974	273	5.454	1.956	387	150	504	1.606	570	440	296	11.636
1975	335	5.834	2.840	1.201	47	678	1.555	559	730	241	14.020
1976	340	5.572	3.672	1.336	180	723	100	733	984	145	13.785
1977	362	6.116	3.961	1.268	178	970	122	894	1.004	126	15.001
1978	478	6.387	4.532	1.222	217	823	109	959	1.052	164	15.943
1979	618	5.966	5.233	1.057	297	914	118	1.009	1.064	118	16.394
1980	729	6.410	4.796	865	353	1.204	118	1.116	1.253	126	16.970
1981	706	6.616	5.034	997	421	1.043		1.090	1.376	126	17.409
1982	511	5.955	5.033	1.026	547	831		949	1.423	126	16.401
1983	491	5.947	4.778	1.288	600	836		1.016	1.498	126	16.580
1984	480	7.224	5.521	1.727	666	976		1.076	1.560	126	19.358
1985	518	8.436	6.574	2.230	770	986		1.243	1.518	126	22.401
1986	574	8.464	7.025	2.079	828	1.160		1.102	1.311	120	22.664
1987	746	8.907	7.564	2.468	949	493		1.379	1.671	97	24.274
1988	784	9.018	7.923	3.715	1.112	421		1.170	1.833	98	26.074
1989	828	8.644	8.082	3.921	1.378	411		1.177	2.351	95	26.887
1990	872	7.880	8.073	4.799	1.561	562		1.063	2.411	96	28.117
1991	891	1.459	8.036	5.158	1.385	622		943	2.112	90	20.698

Fonte: Yearbook of Tourism Statistics. Several years.

la spiaggia e il mare implica conseguenze temporali molto precise sulla stagionalità della domanda.

È opportuno enfatizzare, in ogni caso, che, le attrazioni turistiche dell'area mediterranea non si limitano a sole, mare e spiaggia, in quanto, i diversi paesi del Mediterraneo hanno un patrimonio culturale, artistico e storico molto ricco, centro di civiltà antiche molto importanti. Questo fatto costituisce un fattore importante per un turismo urbano e/o culturale, la cui motivazione è basata sull'attrazione delle risorse culturali. Il peso attuale di questo modello di turismo è approssimativamente pari al 25% del totale e, d'altro canto, esso mette in evidenza l'attrazione di risorse potenziali non considerate, almeno fino a poco tempo fa, fra cui si possono enfatizzare l'attrazione e la bellezza dei paesaggi e dei luoghi naturali che possono soddisfare nuove domande come il turismo d'avventura, il turismo verde ed ecologico o il turismo rurale e l'agriturismo (Volley, 1992).

La tradizione turistica del Mediterraneo ha implicato che quest'area presentasse una così spiccata vocazione verso le attività turistiche, in funzione della flessibilità della domanda, da rendere necessario un processo di riciclaggio continuo, per non perdere la sua posizione predominante nel settore. La storia dello sviluppo turistico nel Mediterraneo impone un'immagine dell'area mediterranea conosciuta in tutto il mondo, in quanto esso è stato favorito da: l'esistenza di un'offerta alberghiera (appartamenti, seconde residenze), un alto livello di offerte di attività complementari (infrastrutture sportive-piste, porti per imbarcazioni da tempo libero, servizi, ristoranti, bar, discoteche, casinò) e, anche, un'accessibilità eccellente (strade, autostrade, porti, aeroporti), che ha permesso di accogliere una grande quantità di turisti.

Dall'immagine percepita a quella reale, legata in vari centri turistici alla gestione ed all'inquinamento, risulta una visione di tipo dualistico del Mediterraneo e, in un certo senso, contraddittoria. Da un lato mette in evidenza un'immagine del Mar Mediterraneo convertito nel mito popolare, che rappresenta la sua percezione come teatro del tempo libero dell'Europa industrializzata, ma, attualmente, compare anche un'altra visione, altamente negativa, basata sul fatto che i massicci arrivi turistici sulle coste del Mediterraneo incidono negativamente sulla situazione ambientale, di conseguenza, ne risulta la percezione del Mar Mediterraneo minacciato o contaminato.

2.3. Il turismo come arma geopolitica e geostrategica

Il flusso turistico è sensibile ai conflitti politici interni ed anche all'impatto dei conflitti internazionali. I paesi del Mediterraneo soffrono così tanto sia per le conseguenze di azioni legate alla situazione politica interna sia per i conflitti esterni, derivanti da zone e/o paesi terzi. Da questo punto di vista occorre ricordare che il turista cerca luoghi dove ci sia stabilità politica ed evita quelli in cui si registrano sintomi di destabilizzazione. Questo importante fattore, relativo al comportamento del turista, può essere utilizzato come arma politica dai vari gruppi in lotta per perseguire i propri obiettivi politici, particolarmente in quei paesi in cui lo sviluppo delle attività turistiche rappresenta una risorsa importante per il loro sviluppo economico. Questo nuovo concetto di utilizzazione del turista, come elemento geostrategico e geopolitico, ha generato delle variazioni significative nel flusso turistico in vari paesi rivieraschi del Mediterraneo. L'assalto a gruppi di turisti stranieri, le minacce

di atti di terrorismo nei diversi centri turistici e l'adozione di attitudini contrarie allo sviluppo del turismo possono causare interruzioni di tipo congiunturale (temporaneamente mentre persiste una determinata situazione) e strutturali (l'abbandono di una politica di sviluppo turistico).

Il Mediterraneo ha sofferto, negli ultimi decenni, le conseguenze di vari conflitti culturali, sociali ed economici sviluppatasi tanto all'interno dell'area mediterranea quanto all'esterno di essa. Noi evidenziamo:

- a) la guerra del Golfo (agosto 1991-febbraio 1992), con incidenze negative sullo sviluppo turistico in Grecia, Turchia e nel Medio Oriente Mediterraneo (Israele, Egitto);
- b) la crisi albanese, che causa una forte emigrazione verso le zone turistiche adriatiche;
- c) il conflitto della vecchia Jugoslavia, con l'esplosione della guerra civile e con conseguenze non solo sul crollo delle destinazioni nelle zone del conflitto, ma anche con ripercussioni in Grecia e Turchia;
- d) il conflitto arabo-israeliano, con impatto sull'area geografica di diversi stati;
- e) i movimenti di lotta interni, relativi all'integralismo islamico, che hanno causato azioni dirette contro turisti stranieri, con una quantità notevole di morti in Algeria, in Egitto e anche in Marocco, fatti che hanno inciso sulla diminuzione degli arrivi turistici in questi paesi e, in misura minore, anche in Tunisia e Marocco.

2.4. Le sfide dello sviluppo turistico futuro nell'area mediterranea

L'analisi dell'evoluzione del flusso turistico degli ultimi anni ci mostra che la tendenza media degli arrivi turistici stranieri nell'area mediterranea sperimenta continuamente una crescita notevole in rapporto al numero assoluto degli arrivi dei turisti internazionali, anche se il suo peso relativo va perdendosi a causa della nascita di nuove destinazioni turistiche che, in quanto luoghi esotici, costituiscono un'attrazione, in particolare nei Caraibi, in Oceania, in America Latina e in Asia (vd. tabella 1). In tutti i fattori di valutazione, l'accessibilità di ciò che evidenzia la capacità di accoglienza, le infrastrutture per il trasporto, l'alloggio nell'albergo, la ricettività para-alberghiera ed il livello di offerta per attività complementari rappresenta una variabile che continuerà ad essere decisiva. In conseguenza di ciò, e abbastanza facile ipotizzare che, l'area mediterranea seguirà a registrare una crescita continua degli arrivi turistici.

In ogni caso, è opportuno ricordare che il mercato turistico attuale e la sua tendenza futura si basano su diverse variabili fra cui si mettono in evidenza:

- a) i viaggi lunghi;
- b) le vacanze secondarie;
- c) le vacanze brevi;
- d) le vacanze invernali.

I tipi b) e d) possono essere simultanei o omologati, di conseguenza, il flusso turistico verso il Mediterraneo può subire dei cambiamenti nelle frequenze turistiche, legati a mutazioni nella distribuzione delle vacanze della popolazione europea e nel suo comportamento di vacanza. Per un notevole segmento, in aumento, della popolazione europea, in funzione di nuove strategie nel calendario professionale dei diversi paesi, il periodo di vacanza è diviso in due o tre periodi e ciò comporta richieste diversificate nella domanda delle destinazioni turistiche. In primo luogo, si evidenzia la richiesta di viaggi lunghi e destinazioni esotiche, le cui visite raramente si ripetono; questa realtà è il fattore base della nascita di nuove destinazioni, fra cui quelle che enfatizzano i Caraibi, l'America Latina, l'Asia sud-est e alcuni paesi africani. In secondo luogo, gli europei continuano ad essere fedeli alla richiesta di sole, spiaggia e neve, dove la vacanza è ripetuta con frequenza, in genere, con cadenza annuale. In terzo luogo, essi mettono in evidenza nuove richieste relative al turismo culturale e monumentale, il turismo di avventura e quello verde e/o rurale, che qualche volta è realizzato durante i fine settimana o i ponti, che costituiscono un pacchetto importante di piccoli viaggi turistici, fra cui si possono mettere in evidenza gli affari ed il turismo come incentivo e/o i congressi. L'ultimo modello di sviluppo turistico dovrebbe essere adattato ad una situazione relativa alla popolazione europea, che ha registrato un incremento notevole nella sua mobilità ed accessibilità, tali aspetti dovrebbero essere messi in relazione con il miglioramento delle infrastrutture di comunicazione in Europa. L'intensificazione dei traghetti fra la Scandinavia ed il resto d'Europa, la creazione di nuove strade, l'allargamento della rete ferroviaria e l'attenuazione delle barriere fisiche delle Alpi e dei Pirenei con la costruzione di gallerie permette un'alta mobilità fra l'est e l'ovest come pure fra il nord e il sud dell'Europa. Questo nuovo comportamento ha un impatto importante anche sull'espansione della residenza secondaria e/o su forme non convenzionali di alloggio, particolarmente nel turismo interno; in ogni caso, l'offerta turistica del Mediterraneo dovrà essere riciclata per poter essere adattata alle nuove richieste, legate a nuove pratiche nel campo del tempo libero e/o della vacanza.

3. Richieste di prodotti turistici nuovi da parte della popolazione europea

L'Europa continua a registrare una crescita importante della richiesta di vacanza turistica, connessa alla crescita della popolazione e all'intensificazione del processo di urbanizzazione. Parallelamente alla crescita di mobilità della popolazione europea in vacanza, tuttavia, il turismo sta sperimentando una diversificazione di richieste di nuovi prodotti turistici, unitamente ad una maggiore qualità degli stessi. Il superamento del periodo del turismo di massa, in cui ha prevalso il modello di sviluppo intensivo, che ha provocato problemi di congestione e di impatto ambientale con una parziale degradazione dei prodotti offerti, fa emergere nuove forme di domanda dei prodotti turistici, che richiedono una qualità migliore nella gastronomia, acque più pulite, aria più pura, nonché nuove possibilità in quelli che sono gli elementi base del turismo come lo sport, il controllo dietetico e la tranquillità; tutto ciò, unitamente alla richiesta di turismo verde, sono un'altra alternativa verso un turismo meno inquinante. Lo sviluppo di questi nuovi modelli turistici comporta dei cambiamenti importanti nella distribuzione della popolazione attiva che, nel modello turistico tradizionale, era impiegato per la maggior parte nel settore del commercio alberghiero, e dell'offerta complementare. I tentativi di dare risposta a queste nuove richieste possono essere basati sui seguenti punti, che costituiscono una base di partenza per nuovi modelli di sviluppo turistico nel Mediterraneo alla fine del XX secolo e del prossimo XXI secolo (O.M.T., 1991):

- 1) la ricerca di un patrimonio naturale, in cui la qualità dell'ambiente rappresenta un fattore essenziale. La richiesta turistica basata sull'ambiente comporta l'apparizione di un modello di sviluppo turistico che non può essere basato solo sulla visita e sul godimento di paesaggi pittoreschi, parchi naturali e/o altre attrattive, ma deve insistere su altre variabili, quali la qualità dell'acqua dolce e marina, la purezza dell'aria, i fattori di pace, tranquillità e/o assenza d'inquinamento acustico. Si è considerata la ricerca di spazi nei quali si registra un equilibrio fra le attività turistiche e la flora e la fauna. Questa richiesta turistica provoca una mobilità per vacanze di parecchi milioni di europei fra cui i vari gruppi che praticano l'attività ornitologica, fotografi della vita naturale e persone interessate alla conservazione della natura. Questa richiesta comporta dei circuiti di escursione, turismo pedestre, cicloturismo, ecc.;
- 2) la richiesta di nuovi prodotti turistici è relativa alla rinascita del movimento verde, che non dovrebbe essere confuso con la pratica del turismo

rurale. Questo tipo di domanda richiede condizioni ambientali della massima qualità, purezza della vita e assenza di prodotti inquinanti e/o d'impatto ambientale. Esse richiedono non solo purezza delle acque e dell'aria, ma anche cibi sani e una forma di vita in cui prevalgono prodotti ecologici. La loro introduzione può avere delle conseguenze nei diversi tipi di turismo tradizionale;

- 3) l'incremento della domanda turistica nautica e di mare, basato sui circuiti nautici di reti marinare, nei porti con attività ricreative o ancoraggi. Il loro sviluppo registra un'evoluzione notevole nel Mediterraneo occidentale (Isole Baleari, Corsica, Sardegna) ed in quello orientale (Grecia, Turchia) (vd. tabella 4);
- 4) la richiesta di patrimonio culturale e/o monumentale che ha incontrato una crescita notevole nell'ultimo decennio. Essa è basata sulla ricerca di luoghi, eventi ed esperienze culturali. Non è solo interesse per le componenti etniche o le manifestazioni folcloristiche, ma anche per gli stili di vita, tra cui la cucina, la lingua, la letteratura, la musica o l'arte, che sono gli elementi di attrazione di base;
- 5) la richiesta di turismo rurale ed agriturismo che ha raggiunto una crescita importante nella domanda per le vacanze. Questo nuovo modello di sviluppo turistico in luoghi rurali presenta molti tipi di conferme: per fattorie, gite, taverne, case per alloggi rurali, campeggio, roulotte, alberghi specializzati in offerte di sport, "bed & breakfast", stanze nelle abitazioni dei villaggi rurali;
- 6) la richiesta di prodotti turistici relativa alla salute ed alla rivitalizzazione

Tabella 4. Moli turistici nei paesi mediterranei dell'europa occidentale, 1992

Area turistica	Numero di moli	Numero di ormeggi
Liguria	36	10.391
Provenza - Costa Azzurra	70	46.880
Linguadoca - Rossiglione	23	10.976
Catalogna	38	13.000
Comunità Valenziana	28	7.864
Regione della Murcia	13	2.286
Andalusia	17	5.156
Isole Baleari	60	16.618
Corsica	13	3.895
Totale	298	117.066

Fonte: Elaborazione personale.

spirituale o d'identità. Essa è il risultato dell'apprezzamento del corpo umano e rappresenta un aspetto importante delle caratteristiche della società postmoderna, che valuta, come caratteristiche differenti delle attività di tempo libero relative alla salute fisica e mentale, lo sviluppo integrale della persona e l'acquisizione di comportamenti sani ed equilibrati. La ricreazione terapeutica e l'educazione nel tempo libero rappresentano una richiesta notevole del turismo equilibrato della salute e spirituale nel quale sono delineate nuove forme del modello di salute turistica che precedentemente erano basate quasi esclusivamente sull'utilizzo di stazioni termali. Questo modello turistico presenta diversi tipi fra i quali mettiamo in evidenza:

- 6a) la richiesta relativa alla ricerca di una buona forma fisica alla quale è alternata un'attività ricreativa: lo sport e l'esercizio, la dieta e la buona salute;
- 6b) la richiesta di una salute migliore è messa a fuoco attraverso un punto di vista educativo e ricreativo, riferito al controllo delle abitudini, al rinnovamento dello spirito e/o della mente ed al superamento dello stress, per esempio, con l'apprendimento di tecniche come la meditazione, lo yoga e/o il rilassamento per raggiungere un equilibrio e per la ricerca del benessere e non come cura di malattie.

4. I nuovi modelli turistici nell'area mediterranea

Finora il Mediterraneo è andato specializzandosi in un turismo di massa con alti indici di concentrazione; a causa di ciò, esso sta soffrendo le conseguenze dell'inadeguatezza della propria offerta rispetto ai cambiamenti derivanti dalle richieste di nuovi prodotti che stanno emergendo. Come abbiamo visto, la nascita di questi nuovi prodotti deve essere collegata a fattori socio-economici e/o socio-culturali relativi, ai cambiamenti che si intravedono per il XXI secolo e che comportano la nascita di un nuovo stile di vita, il concetto di vacanza attiva (Activity holidays).

Oggi, i nuovi modelli formali del turismo, che devono essere adattati alle nuove motivazioni turistiche, sono basati sulla caratteristica essenziale della "mancanza di densità" (Marchena et al., 1993); perciò, nel mondo mediterraneo dovrebbero essere creati nuovi scenari turistici. L'attuale offerta turistica del Mediterraneo soffre le conseguenze della debolezza del mercato, legato principalmente all'esaurimento di modelli esistenti, obsoleti e non ab-

bastanza competitivi, nelle zone turistiche tradizionali, eredità di fasi espansive del turismo di massa che risalgono al periodo di massimo sviluppo della società industriale.

Le nuove direzioni e i nuovi parametri della società post-industriale e post-moderna hanno comportato la nascita di nuove pratiche turistiche, in cui si sono combinate variabili diverse che alternano tempo libero, divertimento, conoscenza e qualità ambientale. L'offerta deve combinare attività all'aria aperta (spiaggia, nautica, giochi, equitazione) con attività socio-culturali (festival, vacanze) e socio-economiche. Da questa nuova situazione sono derivate le difficoltà ed i cambiamenti nei modelli tradizionali, in funzione di una diversificazione della domanda turistica di sole e spiaggia ("turismo del soggiorno all'aperto"), che deve essere completata con nuove attività complementari. Questi nuovi modelli hanno un doppio impatto socio-economico e spaziale, in relazione con l'obiettivo umano, finanziario, e tecnologico che propongono (Lozato, 1995). Si deve ricordare che la domanda e l'offerta sono variabili interattive. In molti casi più di una rivoluzione turistica è stata considerata come un processo di regolazione o riadattamento alle prescrizioni delle società postmoderne, che comporta l'applicazione di nuove strategie di sviluppo territoriale in cui l'utilizzo programmato è un fattore basilare e indispensabile. Fra questi nuovi modelli turistici, che hanno strutturato il futuro dello spazio turistico mediterraneo degli anni 2000, mettiamo in evidenza i seguenti:

a) le nuove stazioni di soggiorno o mega complessi, che sono dei centri vacanze costituiti da progetti integrati (luoghi di soggiorno integrati nei quali esistono tutti i servizi e le offerte), che a livello territoriale rappresentano vere "cisti territoriali". Sono quelle che possono essere progettate come *isole alberghiere* in contrasto con l'ambiente in cui sono situate (Salvà, 1995). Naturalmente, hanno la tendenza a continuare ad essere il luogo di destinazione di un importante segmento del turismo di massa e si possono trovare, in una prima fase, nei centri integrati di Languedoc-Roussillon o, in una seconda fase, nei centri tipo Club Méditerranée. Attualmente essi sono importanti nelle zone di Antalia (Turchia) o Cap Estérel (Francia). Un altro tipo di modello relativo alla domanda di divertimenti è rappresentato dalle nuove offerte di parchi a tema, tipo Eurodisney (Parigi) o Port Aventura (Tarragona, Spagna), che creano una destinazione turistica importante nel mercato europeo, legata al tipo di vacanza breve o di fine settimana. Come regola, questo modello risponde alla domanda di vacanza legata all'animazione (movimento attraverso lo sport, del tempo libero ricreativo, dell'intensificazione della vita sociale);

- b) modelli di sviluppo del turismo verde e/o turismo alternativo, opposti alle nuove stazioni di soggiorno e caratterizzati da piccole stazioni situate in zone rurali e/o montagnose (Pirenei, Alpi, Corsica, Creta, Atlante marocchino). Si tratta di una tendenza a cambiare un turismo con una mentalità tradizionale in uno in cui si evidenzia l'ecoturismo, che impone alberghi e case-alloggi ecologici. Altre domande relative a questo modello sono le pratiche naturalistiche, particolarmente il turismo, che comporta degli appropriati centri specializzati;
- c) domanda di turismo sportivo e di avventura, basato su servizi adatti alle caratteristiche dello sport e/o dell'avventura. In questo caso si possono considerare le richieste emergenti di escursioni, turismo di avventura (piccoli gruppi sensibilizzati), equitazione, sport d'acqua, golf, tennis, immersioni, escursioni in mountain-bike, discese su gommoni, tiro a segno, sci o i tipi diversi di attività sportive campestri. Emergono in questo modello i *centri acquatici del tempo libero o le piscine ricreative*, che sono un'attrazione importante come centro vacanza con un'offerta integrale, che in molti casi potrebbe essere classificato come una nuova stazione di soggiorno (centri sportivi, ricreativi, commerciali);
- d) turismo rurale e domanda di agriturismo, basata sull'attrazione per la campagna o per una vacanza tranquilla in aree rurali;
- e) modelli di sviluppo del turismo culturale e/o patrimoniale che, come regola, si trovano già nei centri turistici urbani nei quali si conciliano le diverse attività turistiche polivalenti (centri congressi, musei, festival) con il ripristino degli edifici per il loro utilizzo turistico. Le città d'arte fanno promozione per attirare questo turismo culturale ("turismo del patrimonio") che rappresenta una domanda notevole nel segmento della vacanza breve. In maniera complementare le risorse turistiche relative al turismo culturale sono estese alla cucina, alla conoscenza delle lingue, alla poesia e/o alle dimostrazioni culturali assortite;
- f) modelli di sviluppo turistico della salute, che rappresentano il superamento del turismo delle stazioni termali tradizionali, in declino, con l'offerta di nuovi stabilimenti termali, per mettere in forma fisica e/o per il superamento dello stress (Costa Azzurra, Cannes, Nizza, Monaco). Sono basati sulla ricerca della tranquillità e la scoperta dell'ego, realizzata con pratiche di yoga, esercizi di concentrazione corporea e/o incontri di musica classica;
- g) ripristino di vecchie *marinas* e/o centri turistici tradizionali per riconvertirli in spazi più umani e conviviali, con un'offerta più diversificata di attività ricreative e/o culturali. In larga parte essi ipotizzano azioni di *puli-*

tura (Calvià, Maiorca) per mitigare gli alti indici di costruzione negli impianti turistici. Attualmente non si tratta di azioni concepite come prestazioni tendenti alla quantità, ma hanno l'obiettivo di non deteriorare le risorse turistiche. Il ripristino di questi centri turistici tradizionali è incentivato con offerte complementari all'offerta di alloggio con lo scopo di una pratica ricreativa e di tempo libero più attiva.

5. Conclusioni

Le nuove pratiche sociali del tempo libero, emerse con il cambiamento delle motivazioni della società post-moderna alla fine del XX secolo ed all'inizio del XXI, comportano la necessità di sviluppare nuovi modelli turistici, per essere in grado di rispondere ai nuovi bisogni relativi al tempo libero, ritagli di tempo e/o vacanze. Essi incidono nell'offerta di prodotti turistici nei quali la flessibilità potrebbe dare delle risposte ad una tendenza verso un'individualizzazione crescente. Queste nuove coordinate di domanda turistica impongono la necessità di una riflessione sulle conseguenze che le stesse hanno sui centri turistici tradizionali situati nell'area del Mediterraneo. La diagnosi sui centri turistici tradizionali del Mediterraneo ci mostra l'esistenza di una crisi alberghiera generalizzata che riguarda numerose regioni, una prova importante è rappresentata dal fatto che questi centri turistici saranno obsoleti in funzione della loro mancanza di aderenza alle nuove domande turistiche, come pure dal fatto di non avere sviluppato nuovi prodotti turistici per le stesse. Perciò s'impone la necessità di progettare delle strategie sistematiche, sostenute nella programmazione turistica, per poter offrire, attraverso nuovi modelli turistici, nuove alternative che, nello stesso tempo in cui rispondono alle domande, sono adattate nella struttura di uno sviluppo turistico sostenibile, nel quale deve prevalere un equilibrio fra la capacità di trasporto ed il progetto urbano integrato nel paesaggio e nel territorio.

Bibliografia

COCCOSSIS H., PARPAIRIS A., 1993. *“Environment and Tourism Issues: Preservation of Local Identity and Growth Management; Case Study of Mykonos”* in *“Culture, Environment and Regional Development”*. Athens, Regional Development Institute, pp. 79-100.

- GRENON M., BATISSE M., 1989. *"Futures for the Mediterranean Bassin. The Blue Plan"* New York, Oxford University Press, p. 270.
- LOISIR & SOCIETE, 1995. *"Loisir, santé et fonctionnement humain"* Society and Leisure, vol. 18-1. Quebec, Presses Universitaires du Quebec, p. 247.
- LOZATO-GIOTART J.P., 1993. *"Mediterràneo y turismo"* Barcelona, Masson, p. 216.
- LOZATO-GIOTART J.P., 1995. *"Activités et foyers touristiques en Méditerranée: Scenarii pour un proche futur"* in *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. Palma, UIB, pp. 139-149.
- LOZATO-GIOTART J.P., 1995. *"Nouvelles pratiques et nouveaux modèles touristiques"* in SALVA P., SASTRE F., AGUILLÓ E. (coordinadores) *"El desenvolupament turístic a la Mediterrània durant el segle XX"*. Palma, Institut d'Estudis Balearics, pp. 9-15.
- MARCHENA M.J., FOURNEAU F., GRANADOS V., 1993. *"Crisis del turismo? Las perspectivas en el nuevo escenario internacional"*. Sevilla, Instituto de Desarrollo Regional, p. 169.
- ORGANIZACIO MUNDIAL DEL TURISMO. O.M.T., 1991. *"Seminar on new forms of demand, new products"*. Nicosia, O.M.T.-W.T.O.-B.T.O., p. 153.
- PEARCE Douglas, 1989. *"Tourism today. A geographical analysis"*. New York, Longmann, p. 202.
- RANUCCI Janine, 1990. *"Tourisme international et tourisme national dans les Etats de l'Europe méridionale"* in *"Annales de Géographie"*, n. 551. Paris, CNRS-Armand Colin, pp. 21-50.
- SALVÁ TOMAS P., 1986. *"El Consumo de espacio rural por el turismo en la franja litoral de las islas Baleares (España)"* in *"Coastal Tourism"*. Palma de Mallorca, Comission on Tourism, I.G.U., p. 13.
- SALVÁ TOMAS P., 1989. *"Competencias espaciales entre la agricultura y el turismo"* in *"Treballs de Geografia"* n. 41. Palma, Departament de Ciències de la Terra. Universitat de les Illes Balears, pp. 81-92.
- SALVÁ TOMAS P., 1989. *"Turismo, Medio Ambiente y Ordenacion del Territorio en las islas Baleares"* in *"Treballs de Geografia"* n. 42. Palma-Departament de Ciències de la Terra-U.I.B., pp. 127-137.
- SALVÁ TOMAS P., 1990a. *"El turismo com a element impulsor del procés d'urbanització a Balears (1960 - 1989)"* in *"Estudis Balearics"*, n. 38, Palma, I.E.B., pp. 63-70.
- SALVÁ TOMAS P., 1990b. *"Les consèquenes du développement touristique sur la gestion et l'aménagement de l'espace insulaire des îles Balears (Espagne)"* in *"Treballs de Geografia"* n. 43. Palma, Departament de Ciències de la Terra-U.I.B., pp. 127-131.

SALVÁ TOMAS P., 1991. *“Turismo y Ordenacion del Territorio: Un estado de la cuestion y de su problematica”* in *“Ordenacion y Desarrollo del turismo en Espana y en Francia”*. Madrid, Casa Velazquez-Secretaria General de Turismo, pp. 115-128.

SALVÁ TOMAS P., 1992. *“La gestion des reserves marines comme ressource marine en Mediterranée”* in *“Ocean Change: Management patterns and the environment”*. Sevilla-I.G.U., Commission on Marine Geography, pp. 129-138.

SALVÁ TOMAS P., 1992. *“Impact of urban and touristic processes on the marine Mediterranean environments”* Washington, 27th. Congress of the I.G.U., p. 15.

SALVÁ TOMAS P., 1993. *“The environmental Impacts of touristic leisure activities and its consequence for inland and seaside areas”* in *“Culture, Environment and Regional Development”*. Athens, Regional Development Institute, pp. 101-109.

SALVÁ TOMAS P., 1994a. *“Els impactes del turisme en el medi ambient. Les conseqüencies sobre la Mediterrània”* Ponencia a INEHCA. Institut d'Estudis Humanistics Miquel Coll i Alentorn, Barcelona. P.25.

SALVÁ TOMAS P., 1994b. *“The impact of tourism leisure activities in the Western Mediterranean area”* Ponencia presentada en la XV Italian Conference of Regional Science. Matera AISRE, p. 25.

SALVÁ TOMAS P., 1994c. *“The socio-economic and environmental impacts of tourist leisure activities in the Mediterranean Islands. The case of Balearic Islands”* Ponencia presentada en el EURO-MEDITERRANEAN RTD FORUM. TECHNOLOGY, CULTURE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE MEDITERRANEAN”. Patras, Scientific Patras Park, 1994, p. 20.

SALVÁ TOMAS P., 1995. *“Impactes del Turisme sobre la Mar Mediterrània”* in SALVÁ P., SASTRE F., AGUILÓ E. *“El desenvolupament turistic a la Mediterrània durant el segle XX”*. Palma, Institut d'Estudios Balearics, pp. 17-44.

SALVÁ TOMAS P., 1996. *“Los modelos de desarrollo turistico en el Mediterraneo”* Ponencia presentada en las II JORNADAS DE ECONOMIA EN EL MEDITERRANEO. Murcia, Camara Oficial de Comercio, Industria y Navegacion de Murcia, 23-24 de Mayo de 1996, p. 22.

SALVÁ P., AGUILÓ E., PICORNELL C., 1994. *“El turismo en el desarrollo regional: Aportaciones y riesgos”* in *Territorios en transformacion (Analisis y propuestas)*. Madrid, Fondo Europeo de Desarrollo Regional-Consejo Superior de Investigaciones Cientificas, pp. 545-562.