

LA PSICOLOGIA TURISTICA IN PRATICA

[dott. Alessandro Mereu]

INTRODUZIONE

Parlare della Psicologia del Turismo (o Psicologia Turistica) è sempre molto difficile in quanto, come per tutti quei settori ancora in divenire, tutto ciò che può essere detto o scritto rischia di non corrispondere in pieno al modo in cui vanno realmente le cose.

Dal punto di vista teorico il materiale sulla Psicologia Turistica esiste ed è senz'altro reperibile.

Ci sono diversi libri, saggi ed articoli che trattano l'argomento da punti di vista differenti, esistono altresì i vari resoconti prodotti dai convegni sull'argomento svolti fino ad oggi (in Italia e all'estero).

Innanzitutto voglio segnalare due libri in particolare che, a mio parere, offrono un punto di vista teorico molto completo ed esaustivo: *"La Psicologia Turistica"* di Gulotta (1997) e *"Psicologia del viaggio e del turismo"* (2001) a cura di Villamira.

Molto interessante si rivela inoltre un interessante intervento del professor Franco Marini dal titolo *"Psicologia del turismo e formazione alla tutela dell'ambiente"*, inserito nel libro della professoressa Nenci, *"Profili di ricerca e intervento psicologico-sociale nella gestione ambientale"* (2003).

Dal punto di vista concettuale i riferimenti, dunque, ci sono e non sono pochi.

Non altrettanto si può affermare per quanto riguarda gli aspetti pratici e concreti della Psicologia Turistica.

Parliamoci chiaro: vi siete mai imbattuti, nel corso della vostra esperienza o delle vostre vacanze, in uno "Psicologo del Turismo" ?

Non credo proprio. Se non è così, fatemelo sapere.

Tutto questo per dire che, dal punto di vista pratico, di ricerca e di lavoro effettivo "sul campo", questo settore di studi è ancora agli inizi e lungi dall'affermarsi. I riferimenti pratici, se ne esistono, sono quindi pochissimi.

Nonostante ciò, proveremo lo stesso ad identificare la Psicologia Turistica nei suoi sviluppi pratici, reali e possibili; cercando di indicare i punti salienti e i risvolti operativi e produttivi che questa disciplina può o potrebbe avere.

Lo farò basandomi sui miei studi, sui progetti di ricerca che ho portato e tuttora sto cercando di portare avanti. Progetti tutti incentrati sullo sviluppo della psicologia turistica sul campo: il famoso **"SAPER FARE"** dunque.

Partiamo da alcune precise domande che immediatamente ci girano per la testa quando sentiamo parlare di Psicologia Turistica: naturalmente sono solo alcune delle tante e pressanti domande che possiamo porci nel momento in cui decidiamo di affrontare e sviluppare l'argomento da un punto di vista pratico.

- Cosa fa lo Psicologo del Turismo (PdT)?
- Esistono specializzazioni in questo settore?
- Che tipo di ricerche svolge?
- Chi commissiona queste ricerche?
- Che tipo di interventi offre uno PdT?
- Chi si rivolge (o potrebbe rivolgersi) allo PdT?
- Chi sono i suoi potenziali clienti?
- Quali strumenti pratici vengono utilizzati dallo PdT?
- Che sbocchi occupazionali ci sono nel futuro per questo settore?

1 - Attività dello Psicologo del Turismo (PdT)

Innanzitutto diciamo cosa fa o dovrebbe fare (il condizionale in questo caso è sempre d'obbligo) uno PdT.

Come già affermato nel precedente articolo **uno PdT studia l'uomo in quanto turista**, in quanto viaggiatore, l'uomo in vacanza, in villeggiatura.

Dunque applica o, meglio, dovrebbe applicare gli strumenti e le metodologie della Psicologia ad un ambito così importante della società umana come quello del Turismo. Ma non è su questo che dobbiamo soffermarci (l'abbiamo già ampiamente fatto nel primo articolo!).

Uno PdT, dunque, dovrebbe possedere un' adeguata preparazione nell'adattare e utilizzare gli studi, i procedimenti e le applicazioni della Psicologia al mondo turistico in tutte le sue caratteristiche e sfumature.

2 – La Formazione in Psicologia Turistica

Fondamentale diventa, dunque, anche per questo settore di studi una formazione adeguata e continua.

Ma come si ottiene questa preparazione? Dove formarsi a livello pratico ?

A queste domande è già più difficile rispondere.

Abbiamo già detto, nel primo articolo, che in numerose facoltà sono sorti, soprattutto ultimamente, corsi di Psicologia del Turismo che forniscono le basi teoriche.

Non altrettanto si può dire per la tanto agognata formazione post-lauream, su eventuali corsi o master che forniscono le basi pratiche, gli strumenti, la formazione "sul campo".

Questo perché, è inutile negarlo, ancora non si è sviluppato un settore vivo e proficuo di Formazione in Psicologia del Turismo.

Naturalmente, c'è sempre l'eccezione che conferma la regola e mi preme segnalare l'attività formativa che, probabilmente, più si è avvicinata, in questi ultimi anni, a mettere in pratica ciò di cui stiamo parlando: cioè il "**Corso Internazionale di Alta Formazione nel Settore Turistico**", che si svolge annualmente a Nuoro ed è giunto, nel 2004, alla terza edizione.

Per definizione il corso:

"integra gli aspetti economici, gestionali e di marketing del turismo con i suoi aspetti sociali e culturali. Questa integrazione consente di costruire un processo formativo completo, in cui le componenti economiche, psicologiche e sociologiche sono approfondite in una prospettiva rigorosamente scientifica e al tempo stesso strettamente operativa".

Figura centrale del corso, che comprende anche diverse ore di stage pratico, è la professoressa Antonietta Albanese, che già da tempo insegna e si occupa di Psicologia del Turismo.

Per il resto, di formazione alla pratica della Psicologia Turistica sembra proprio che non ve ne sia traccia. Non sembra proprio che esistano specializzazioni in questo settore.

3 – Le Ricerche Pratiche in Psicologia Turistica

Che tipo di ricerche svolge lo PdT? Chi commissiona queste ricerche? Chi sono i suoi clienti?

Lo PdT svolge, come appare ovvio, ricerche nell'ambito del Turismo che possono riguardare tantissimi argomenti legati alla Psicologia.

Volete esempi pratici ? Eccoli:

- ricerche sulla soddisfazione dei turisti nei luoghi di vacanza o nella scelta di un particolare pacchetto di viaggio o, per andare ancor più nello specifico, sui prodotti e i servizi offerti da un hotel, da un museo, da un agriturismo, da un villaggio turistico, da un'agenzia di viaggi, etc...;
- ricerche sulla rappresentazione che i turisti hanno di un particolare territorio o di una particolare area d'interesse turistico;

- ricerche sul perché alcune mete turistiche sono più scelte per andarci in vacanza o in villeggiatura;
- ricerche sulle prospettive turistiche di un comune o di un territorio;
- etc... etc...

Potrei andare avanti ancora e trovare moltissimi altri settori dove può trovare spazio ed essere messa in atto una ricerca di Psicologia Turistica.

Certo, a prima vista e ad occhio inesperto, queste possono apparire ricerche che rientrano in un ambito di puro e semplice marketing commerciale ma, se andiamo a vedere, la realtà è ben diversa.

Si parla dell'uomo in quanto turista, con tutti i suoi processi mentali e le sue emozioni: quale scienza, se non la Psicologia, è più adatta a studiare questi processi umani?

Certo, la proficua collaborazione e commistione con altre discipline è chiara ed essenziale ma, allo stesso modo, l'intervento psicologico appare fondamentale e imprescindibile.

Per quanto riguarda gli eventuali commissionari delle ricerche, bè... possiamo senza problemi dire che chiunque, sia in ambito pubblico che privato, abbia un concreto interesse nel settore turistico può richiedere una ricerca di questo tipo. Ad esempio: in ambito pubblico, enti turistici, comuni, aziende pubbliche di soggiorno, Proloco, Musei, etc...; in ambito privato, alberghi, negozi, aziende, cooperative, agenzie di viaggi etc...

4 – Interventi Pratici in Psicologia Turistica

Che tipo di interventi concreti offre uno PdT?

Anche in questo caso, per rispondere non possiamo fare riferimento a casi già conosciuti e documentati. Tuttavia, non è difficile rispondere che, come per le ricerche, anche gli interventi pratici possono riguardare tantissimi settori che concernono sempre l'ambito turistico in generale.

Sono naturalmente interventi che derivano dalla Psicologia Generale, Sociale e del Lavoro vera e propria, ma che vengono applicati all'attività turistica.

Anche in questo caso vi propongo alcuni concreti esempi.

Parliamo di Selezione e Risorse Umane:

- chi meglio di uno Psicologo potrebbe individuare i soggetti più adeguati per svolgere un determinato lavoro in ambito turistico (così come già avviene per qualsiasi altro tipo di lavoro).

Parliamo di Motivazione e Processi di Scelta:

- lo PdT dovrebbe (potrebbe), in questi casi, lavorare per effettuare interventi che riescano a motivare i dipendenti del settore; ma non solo, dovrebbe (potrebbe) altresì lavorare per motivare il turista a scegliere, ad esempio, una particolare vacanza e quindi conoscere i suoi processi di scelta.

Parliamo di Soddisfazione:

- lo PdT dovrebbe (potrebbe) individuare il livello di soddisfazione (o insoddisfazione) di un dipendente; ma non solo, dovrebbe (potrebbe) anche sapere se un turista è soddisfatto della vacanza fatta e, ancora, dovrebbe (potrebbe) lavorare per "costruire" una vacanza che si avvicini il più possibile a ciò che il "cliente-turista" desidera.

Parliamo di Programmazione:

- lo PdT dovrebbe (potrebbe) pianificare le vacanze, modificarle e adattarle alle esigenze di ogni potenziale cliente, nella sua singolarità, individuando le sue motivazioni, i suoi desideri, i suoi obiettivi.

Questi sono solo alcuni dei numerosi e possibili interventi che possono essere svolti, nel migliore dei modi, da uno PdT. E, come per le ricerche, ce ne potrebbero essere tanti altri.

Allo stesso modo, i potenziali clienti possono essere individuati sia a livello pubblico che privato, sia a livello di singoli che di gruppi più ampi.

5 – Gli Strumenti in Psicologia Turistica

Affrontiamo ora il problema degli Strumenti necessari alla pratica della Psicologia del Turismo perché, come sappiamo, ogni teoria necessita di applicazioni a livello tangibile senza le quali perderebbe di validità.

Qui il discorso si fa molto più complicato.

Come possiamo desumere, gli strumenti sono una diretta derivazione degli strumenti psicologici già ampiamente utilizzati in tutti gli altri settori della Psicologia (colloqui, test, questionari, selezione, counseling, etc...).

Quello che però finora è mancato è stato proprio l'adattamento di questi strumenti all'ambito turistico.

Un adattamento da fare "ad hoc" per questo nuovo campo di studi.

In fase di tesi di laurea, nel 2003, ho costruito un questionario strutturato che rappresenta forse il primo vero tentativo di creare uno strumento valido da utilizzare nell'ambito della Psicologia del Turismo.

L'ho voluto chiamare "***Questionario degli aspetti psicologici del Turismo***" (***QAPT***) e rappresenta, essenzialmente, uno strumento di misura adatto per l'identificazione, il rilevamento e la raccolta di dati riferiti alle caratteristiche psicologiche connesse al "*Fenomeno Turismo*".

Il ***QAPT*** è stato costruito con l'obiettivo di individuare particolari caratteristiche legate al Turismo in generale e ai suoi aspetti psicologici in particolare.

Esso è derivato da una ricerca da me compiuta su un campione di 480 persone (turisti, ma non solo) nella zona di Sant'Antioco (paese in provincia di Cagliari).

Le aree di analisi, nel questionario completo e originale, sono sei:

- Analisi di strutture, servizi, enti del paese
- Analisi dell'immagine turistica della zona
- Analisi della motivazione al turismo, dei processi decisionali, analisi del sé in vacanza e della soddisfazione
- Progetti di promozione turistica e di marketing
- Analisi della qualità totale nel turismo e nelle strutture ricettive
- Analisi delle prospettive turistiche e di formazione

Come vediamo non tutte le aree riguardano aspetti esclusivamente psicologici. Questo rappresenta probabilmente il punto di forza del ***QAPT*** e lo rende adatto ad un'analisi generale del "Processo Turistico" di un paese, di un'attività, di un ente e di qualsiasi struttura operante in questo ambito.

L'Analisi Fattoriale delle Componenti Principali ha mostrato, poi, come tutti gli item del questionario possano essere ricondotti a tre dimensioni generali, a tre fattori che sono stati identificati e chiamati

Contesto Attuale

Promozione Turistica

Motivazione Turistica

Il ***QAPT***, dalle analisi effettuate, si è inoltre dimostrato uno strumento di misura piuttosto attendibile (anche se passibile di successivi adattamenti e miglioramenti). Il livello dell'alfa di Cronbach ha, infatti, superato l'importante soglia di **.80**.

Il questionario rappresenta, quindi, un tentativo di mettere davvero in pratica i concetti e le nozioni teoriche della Psicologia Turistica.

Magari avremo modo di parlarne più approfonditamente in articoli successivi.

Qui occorre dire che non ci sono, attualmente, altri strumenti utili per "*la Pratica della Psicologia Turistica*". Questo appare senz'altro un handicap, un gap che dovrebbe essere colmato il più in fretta possibile, pena il rischio di lasciar ristagnare la Psicologia del Turismo in un limbo di teoria che non sfocia mai in qualcosa di realmente concreto e spendibile sul mercato.

6 – Sbocchi Occupazionali in Psicologia Turistica

Questo ci introduce direttamente all'ultima delle domande che avevamo elencato all'inizio dell'articolo:
che sbocchi occupazionali ci sono per questo settore ?

La risposta deriva, quasi scontata, da tutto ciò che abbiamo detto fino ad ora.

Gli sbocchi occupazionali ci sono, o meglio, ci sarebbero...e sarebbero anche tantissimi.

Pensate solo ai vantaggi che porterebbe il lavoro di uno PdT ad un comune (o, perché no, ad una Regione o un territorio) che voglia mostrare una forte valenza turistica; ad un'agenzia di viaggi che voglia organizzare pacchetti adatti alle **VERE** esigenze dei clienti-turisti; agli hotel e villaggi che vogliano studiare, per migliorarsi, la soddisfazione dei clienti.

Anche in questo caso, potrei continuare e fare tanti altri esempi di possibili compiti e ambiti di lavoro di uno PdT.

Il problema è un altro.

Fino a quando la Psicologia Turistica non otterrà quel giusto riconoscimento, ad un livello molto più ampio, la situazione resterà quella attuale.

Fino a quando chi si occupa di turismo (operatori, imprenditori, enti, comuni, etc...) tenderà a considerare questo settore essenzialmente da un punto di vista geografico-economico, ignorando (volutamente o no) gli aspetti psicologici che sono invece così profondamente connessi anche a questa attività (che, ricordiamolo ancora, ha come riferimento primario sempre e comunque l'uomo in quanto turista), allora la situazione è destinata a rimanere immutata e anche dal punto di vista occupazionale-lavorativo le prospettive non sono di certo rosee e ottimistiche.

Sembra, tuttavia, che qualcosa si stia lentamente muovendo.

Giova, infine, ricordare che la Psicologia Turistica rimane comunque una disciplina nuova e in pieno sviluppo.

Le speranze in un futuro positivo e produttivo non sono quindi da ritenersi semplici utopie.