

CENTRI TURISTICI

Concetti. Il successo (economico) di un centro turistico dipende dall'equilibrio tra la *domanda turistica/ricreativa* (analisi di mercato) e l'*offerta turistica* (attrattive) composta da:

- *Risorse naturali dirette* (per esempio, per gli insediamenti balneari: spiaggia, morfologia della costa, fondali, viste a mare, ventilazione, copertura arborea). Queste risorse devono essere il più possibile preservate come patrimonio turistico a lungo termine.
- *Risorse al contorno* (paesaggio, tradizioni, escursioni, altre attrattive).
- *Attrezzature turistiche* (ricettive, ricreative, commerciali ecc.).

Le *attrezzature turistiche* e le infrastrutture devono essere ubicate e progettate in modo da non compromettere le risorse del luogo (fig. A). Più che per altri progetti, bisogna dedicare particolare attenzione alle condizioni climatiche all'orientamento (insolazione e venti nocivi), alle viste panoramiche, alle brezze naturali, alla mimetizzazione nel paesaggio.

Immagine. L'ambiente da creare deve sembrare il più possibile lontano da quello cittadino che i turisti hanno lasciato per le vacanze. Deliberatamente esotico e legato alla tradizione locale, deve poter trasmettere immagini memorabili nei visitatori, per farli ritornare.

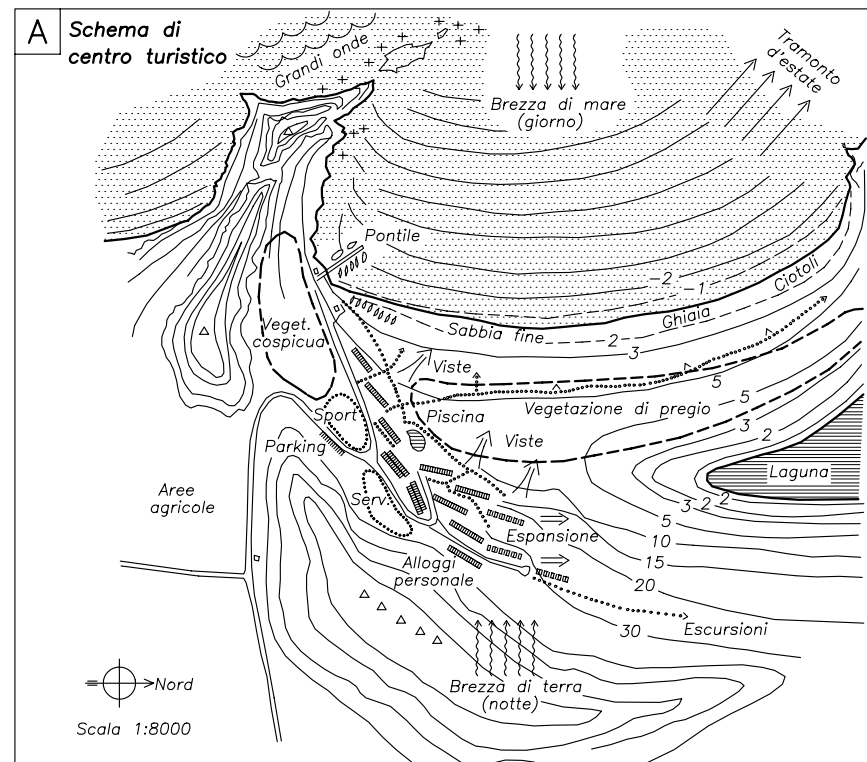
Dimensionamento. La *capacità ricettiva* deve essere in ogni caso sempre inferiore alla *capacità turistica* del luogo, una volta dedotto il numero degli eventuali visitatori giornalieri. Per *capacità turistica* (*carrying capacity*) si intende il numero di turisti che possono utilizzare le risorse del luogo senza degradarle (spiaggia, sentieri, campi gioco ecc.) con riferimento a determinati parametri espressi in

Il numero di letti (*L*) necessario per soddisfare un determinato flusso turistico, previsto dall'analisi di mercato, è: $L = (T D)/(365 R)$, con *T* n.ro totale previsto dei turisti del flusso; *D* durata media del soggiorno (d); *R* tasso di occupazione prevedibile (fattore). Il numero di letti (*L_m*) durante il mese di punta è: $L_m = (T_m D)/31$, con *T_m* n.ro dei visitatori previsti nel mese di punta.

Costi. Nell'impostare lo sviluppo di un nuovo centro turistico bisogna tener conto che in generale il costo di realizzazione delle attrezzature ricettive (incluse quelle per la ristorazione) rappresenta solo il 50-60% del costo complessivo. Questa percentuale diminuisce per i centri con attrezzature ricettive di livello mediocre, mentre aumenta per i centri turistici con alberghi

Incidenza dei costi di sviluppo di centri turistici

Attrezzature ricettive (alberghi, residence ecc.) e ristoranti	50-60%
Altre attrezzature turistiche (ricreative, commerciali, sociali)	10-15%
Servizi tecnologici e infrastrutture	15-20%
Promozione, pubblicità e training del personale	5-10%
Protezione ambientale e valorizzazione delle risorse	5-10%



B Capacità turistica media delle spiagge

Tipo di spiaggia	m ² /persona	ml di costa/persona (secondo la prof. della spiaggia)		
		(20m)	(33m)	(50m)
Sovraffollata (Rimini)	3	0,15	0,10	0,05
Pubblica (media)	8	0,40	0,25	0,15
In centro turistico di basso livello	10	0,50	0,30	0,20
Pubblica di buon livello	15	0,75	0,55	0,30
In centro turistico di medio livello	15	0,75	0,55	0,30
In centro turistico di buon livello	20	1,00	0,60	0,40
In centro turistico di lusso	30	1,50	0,90	0,60

C Capacità turistica di percorsi ricreativi

Tipo di percorso	Pers./km di perc.	Pers./giorno/km di perc.
Passeggiate in parchi urbani	500	2000
Passeggiate in parchi sub-urbani	50	200
Passeggiate in aree naturali protette	10	40
Escursioni brevi a piedi (2 ore)	10	20
Escursioni lunghe a piedi (5-8 ore)	10	5
Gite in bicicletta (10-20 km)	10-20	20-50
Escursioni a cavallo (5-10 km)	6-20	25-80

