LE DINAMICHE SPAZIALI ED ECONOMICHE DEL TURISMO RELIGIOSO IN IRAN

di Carmen Bizzarri

Università Europea di Roma

carmen.bizzarri@gmail.com

doi: 10.7358/rst-2014-002-bizz

ABSTRACT

Iran is a country rich in natural resources and major infrastructure predominantly Shiite religious, which attracts many pilgrims, Iranians and foreigners. This contribution beyond describing the phenomenon of tourism-religious in this country, analyzes its effects localized mainly in the city of Mashhad. In this urban area, however, the religious phenomenon is mixed with the tourist so that the current size of the city is due to the very pilgrimage of the devout Shiites. The explosion of religious tourism in Iran is derived from both the spread throughout Middle East due to the presence of Shia religion in those lands of the Iranian people who, having undergone various diasporas, had to migrate to neighboring lands, both by the increased role of religion in social and economic dynamics. In this context, religious viewpoint, the mosque has increased its social role, becoming more and more the center of reference for both civil and religious. The centrality of religion in the life style and the links with the land of birth for migrants expanded the functions of the city of Mashhad that, bordering by Turkmenistan, Afghanistan and Pakistan, has become the headquarters of the most important Shiite mosque, the pole of the Shiite pilgrimage for all citizens of these areas and most important urban center in the region. The contribution will analyze the phenomenon of tourism in relation to urban expansion taking as a model the functionalist analysis.

Keywords: Iran, Mashhad, pilgrimage, religious tourism, Shiite religion.

1. IL RUOLO DEL TURISMO NELL'ECONOMIA IN IRAN

In Iran il turismo internazionale è un fenomeno relativamente recente, in quanto in passato il Paese è stato condizionato molto dalle restrizioni e sanzioni economiche, nonché da uno stato di relativa sicurezza, perdendo molto di attrazione sotto il profilo turistico. In questo ultimo periodo storico, al contrario, l'Iran differentemente dagli altri Paesi arabi vicini, gode di un clima di stabilità, che ha dato avvio allo sviluppo turistico attuale. Per questo motivo secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, il Paese persiano ha prospettive di crescita sotto il profilo turistico maggiori rispetto agli altri Paesi dove il turismo è un fenomeno più consolidato, come l'Europa. Lo studio del turismo internazionale in Iran, pertanto, risulta molto interessante sotto il profilo economico e sociale e i suoi impatti sono ancora tutti da esplorare anche per il ruolo dell'antica religione sciita.

Nonostante l'Iran sia diventato solo da qualche decennio una destinazione turistica a livello internazionale, il fenomeno turistico è presente già da molti anni per le antiche e tradizionali usanze religiose praticate dagli stessi iraniani, sviluppando un grande flusso di turismo domestico. Il turismo odierno, pertanto, si è basato sull'offerta turistica già molto consistente e rivolta per lo più al turismo interno. L'afflusso di turisti internazionali non ha trovato impreparato tale Paese, che immediatamente ha avviato un processo di modernizzazione e di ampliamento delle strutture preesistenti per accogliere i nuovi turisti. Da alcuni anni, infatti, il turismo internazionale è in crescita non solo, dai Paesi limitrofi tra i quali il Turkmenistan, l'Afganistan e il Pakistan, ma anche dai Paesi asiatici, americani ed europei. I turisti internazionali, oltre a godere delle numerose risorse naturali, sono spinti a prenotare una vacanza in Iran in seguito al crollo del valore della moneta locale (il *rial*). La svalutazione della moneta, in particolare, incide fortemente sul potere di acquisto dei turisti che invogliati a spendere in prodotti locali, attivano il moltiplicatore turistico con il conseguente incremento del valore aggiunto locale.

L'aumento dei turisti stranieri, peraltro, negli ultimi anni può essere determinato dalla politica internazionale più distesa. Dal 2009 al 2013 i visitatori stranieri sono cresciuti costantemente superando i 50 milioni (fonte: WTTC, 2013).

Le esportazioni derivanti dalla spesa dei turisti stranieri, inoltre, così come illustra il Rapporto 2013 del WTTC, costituiscono circa il 3% del totale. Tale percentuale è comunque da considerare alquanto consistente, se si pensa che circa l'80% delle esportazioni è costituito da materie energetiche e conseguentemente il turismo incide molto sulla bilancia dei pagamenti totali iraniani. Questa significativa quota di esportazioni permette anche di ipotizzare che è elevato potere di acquisto del segmento di turisti stranieri in Iran. Per quanto riguarda il peso economico del turismo in Iran è bene precisare che direttamente partecipa alla formazione del prodotto interno lordo totale per il 2%, in maniera più o meno costante da oltre dieci anni (fonte: WTTC, 2013). Considerato che il prodotto interno lordo dell'Iran è formato per un 45% dall'industria e per un 44% circa dai servizi, secondo la stima del Central Intelligence Agency - USA nel 2013, si può ritenere che il turismo può costituire sicuramente un settore economico molto importante ai fini di uno sviluppo economico e sociale di questo Paese. Tale possibilità è poi, avvalorata dall'investimento dei capitali locali che corrispondono a circa al 3,5% su tutti i capitali investiti all'interno dell'economia, una parte cospicua considerando sempre che il Paese ancora utilizza con elevata intensità le risorse naturali e per le quali sono canalizzati e indirizzati la maggior parte degli investimenti.

Sebbene non elevati, gli investimenti nel turismo costituiscono un segnale di sviluppo turistico molto importante per il Paese che, essendo soggetto a sanzioni economiche, ha grandi difficoltà per le esportazioni e per i tassi di cambio instabili con una forte tendenza alla svalutazione. Gli investimenti locali hanno, peraltro, bilanciato l'isolamento del sistema economico. Malgrado le svalutazioni, i problemi politici internazionali hanno ostacolato gli investimenti di capitale estero nei territori persiani e hanno creato l'ambiente economico favorevole al processo di ristrutturazione economica all'interno del Paese tanto che oggi il sistema turistico dell'Iran ha raggiunto quel livello di qualità non molto distante dagli *standards* europei. I vincoli imposti hanno, di fatto, recato un forte beneficio al tessuto imprenditoriale locale che si è avvantaggiato dell'effetto protezionistico per poter investire nel turismo. L'Iran è diventato, di conseguenza, una destinazione turistica molto attrattiva e numerose sono le agenzie di viaggio che gestiscono in piena autonomia

la concessione dei visti per turismo. Tale possibilità ha incoraggiato il flusso dei turisti stranieri – soprattutto dai Paesi arabi confinanti, ma vi sono europei, giapponesi e americani – anche se sono presenti alcune limitazioni di carattere sociale e culturale, come ad esempio l’obbligo per le donne di coprire il capo o il divieto di assumere alcolici. La presenza di queste limitazioni non ha scoraggiato l’afflusso dei turisti internazionali, che comunque sono attratti dal patrimonio culturale dell’antica Persia nonché dalle bellezze naturali proprie della regione iraniana, essendo il suo paesaggio molto variegato grazie alla presenza di montagne vulcaniche, deserti, laghi e di regioni costiere che si affacciano sia sul Golfo Persico che sul Mar Caspio. La turisticizzazione possibile della regione è stata sottolineata anche dal presidente iraniano Hassan Rouhani, che durante la sua prima conferenza stampa, ha riconosciuto la valorizzazione del settore turistico un obiettivo molto importante sia per risanare l’economia nazionale che per offrire un’immagine diversa del Paese. Tale individuazione è derivata anche dal programma governativo che nel 2005 ha dato vita al piano di sviluppo turistico rurale con i «Modelli di Villaggi Turistici», che incoraggiavano lo sviluppo del turismo nelle aree rurali permettendo una apertura della popolazione locale ai turisti (Pourtaheri - Rahmani - Ahmadi, 2012: 123). Se da un lato il turismo in Iran ha determinato molteplici benefici economici, «as potential sources of employment, as well as means to modernize and conform to the international community. On the other hand, there are those who consider tourism as a means of globalization and a threat to Islamic values and norms» (Grandi, 2010: 10).

Nell’area persiana la possibilità di sfaldamento etico-sociale derivato dal turismo, inoltre, è stata anche ipotizzata da numerosi politici che appoggiavano la propaganda realizzata dai *mass-media* americani ed europei mostrando l’immagine di un Iran molto tradizionale e causando una ritrosia da parte del turista di viaggiare in questi luoghi. Al contrario oggi questo Paese ha avuto la capacità di valorizzare il suo patrimonio e le sue tradizioni, facendo leva sulle proprie risorse e comunicando una nuova immagine sia all’interno del Paese che al di fuori di una regione non più solo autoreferenziale, ma anche capace di dialogare con il mondo esterno.

2. IL TURISMO RELIGIOSO E IL PELLEGRINAGGIO NELLA RELIGIONE SCIITA

Gli sciiti come tutti i mussulmani credono nei cinque pilastri dell'Islam: professione di fede, preghiere quotidiane, digiuno, elemosina e pellegrinaggio.

Quest'ultimo è un rituale raccomandato nel Corano non solo a Medina, ma anche dove sono sepolti il secondo, terzo, quarto, quinto e sesto Imam. Essendo un momento fondamentale della vita religiosa, «ogni pellegrinaggio ha un proprio elaborato rituale costituito da preghiere specifiche e atti di devozione» (Vanzan, 2010: 36) e gli iraniani pur di realizzare tale dettame della religione, hanno sviluppato una grande devozione per i santuari all'interno del proprio Paese, anche per via delle restrizioni geopolitiche.

È da sottolineare come, nonostante le diversità di genere che sottostanno alla religione islamica, il pellegrinaggio è praticato dai mussulmani sciiti – e non solo – fin dai tempi più antichi e possono viaggiare per tali finalità sia gli uomini che le donne, indistintamente, anche se nel santuario sono presenti aree specifiche per pregare. Si può affermare, quindi, che l'Islam non è sostanzialmente contrario alla pratica del turismo, che peraltro, per sua natura induce ad una stretta relazione con l'Occidente e in definitiva con la modernità, molto criticata dai fondamentalisti mussulmani.

Le visite ai santuari, peraltro, sono una forma di pellegrinaggio volontario che esemplifica spazialmente le tradizioni peculiari delle popolazioni islamiche. «Secondo il testo sacro del Corano, i mussulmani dovrebbero viaggiare per apprezzare appieno la bellezza del mondo di Dio e anche visitare i loro amici e parenti» (Arasteh - Eilami, 2011: 4). Per questo motivo i mussulmani, che accolgono i pellegrini nella loro città, hanno la responsabilità di fornire ospitalità ai visitatori che, secondo la legge islamica, godono i diritti dei cittadini (*ivi*: 8).

Il pellegrinaggio è, infatti, una forma di turismo religioso, nel senso che il pellegrino è quella persona che viaggia esclusivamente per andare a pregare presso il santuario per chiedere indulgenza e misericordia, al contrario il turista religioso è un qualsiasi turista che alla finalità religiosa aggiunge anche attività di svago e di intrattenimento culturale

e sociale o comunque la vacanza è scelta per rilassarsi, andare in un altrove e non viaggia solo per raggiungere un determinato luogo santo.

Per quanto riguarda il solo pellegrinaggio si calcola che in Iran dal 1978 al 2011 vi è stato un forte incremento in quanto da 6,29 milioni di pellegrini del 1978, si è arrivati a 27 milioni pellegrini solo nel 2011. Ad oggi si contano più di 1.100 santuari sciiti, ma non tutti hanno la stessa importanza e di conseguenza non tutti questi santuari accolgono un ugual numero di fedeli. I più visitati in Iran sono i santuari – *ziyarat* – che ospitano le tombe dell’ottavo Imam a Mashhad e della sorella Fatima a Qom, gli altri santuari – *Imamzade*, che commemorano discendenti degli Imam – non ricevono molti pellegrini sia in quanto di minore importanza sotto il profilo della fede, sia in quanto localizzati nel deserto o in luoghi molto remoti e la loro posizione geografica scoraggia il pellegrinaggio.

I pellegrini sciiti visitano questi siti perché credono che gli Imam e i loro parenti abbiano il potere di intercedere presso Dio così da poter esaudire le loro richieste.

L’aumento della pratica del pellegrinaggio è senz’altro dovuto alla situazione geopolitica che hanno vissuto l’Iran e i Paesi ad esso confinanti. A tal fine è utile considerare che la religione sciita è molto diffusa in tale regione, tanto che si estende dal Golfo Persico e il Mar Mediterraneo formando la cosiddetta «mezza luna sciita». I Paesi, compresi in tale *mezza luna*, hanno molte affinità non solo da un punto squisitamente geografico, in quanto confinanti, ma anche per le vicende politiche interne ed internazionali molto complesse, che hanno agevolato la diffusione della religione sciita, soprattutto per la migrazione della popolazione da un Paese all’altro. L’espansione della religione sciita, come credo religioso, ha contribuito ad estendere il fenomeno del pellegrinaggio ad aree nelle quali non ci fossero guerre civili in atto, come in Iran. Di conseguenza i pellegrini, provenienti dall’Iraq o dall’Afganistan o dal Pakistan hanno preferito come scelta per il pellegrinaggio i luoghi iraniani, essendo la prossimità geografica un elemento molto importante per la scelta della destinazione.

Una ricerca effettuata tra il 2006 e il 2007 da Zamani-Farahani e Musa (2008) ha rivelato che:

1. i mussulmani non hanno interesse per la religione di un turista e sono interessati a divulgare la religione islamica tra i turisti;

2. i funzionari del Governo mettono in guardia i residenti dagli effetti negativi socio-culturali dello stile occidentale del turismo internazionale, spiegando la loro opposizione ad esso;
3. un certo numero di direttori di albergo di lusso sono riluttanti a ospitare grandi feste di famiglia mussulmane a causa di esperienze passate di cattiva condotta e di vandalismo;
4. alcuni dei viaggiatori mussulmani meno abbienti e pellegrini ricorrono a mendicare per coprire il costo del loro viaggio.

Queste considerazioni permettono di ipotizzare che i turisti stranieri, professando altre religioni o viaggiando come turisti *fai-da-te*, si relazionano con i residenti iraniani più per gli aspetti culturali che per quelli strettamente religiosi e per questo motivo non sono ben accolti dalla comunità persiana. La ricerca dimostra, peraltro, che la ritrosia al turismo internazionale può essere considerata un fattore di protezione dei valori e della cultura islamica stessa per la ipotetica minaccia allo stato sociale e per il pericolo di smantellamento dello *status quo* con l'allentamento della dipendenza dei cittadini nei confronti del Governo. Si può supporre, pertanto, che solo i pellegrini sciiti siano accolti e ospitati con molto entusiasmo dalla comunità residente.

Dalle considerazioni emerse dalla ricerca proposta, si può anche desumere che nei luoghi santi oltre al pellegrinaggio si svolgono anche altre cerimonie, riti ed eventi di ogni genere, incrementando un turismo di qualità. Tale livello di qualità peraltro, sembra scadere quando a compiere la pratica del turismo religioso siano le famiglie numerose che, riunendosi in queste occasioni di vacanza e di tempo liberato da altre occupazioni, pensano alla riunione familiare e quindi alla manifestazione mondana piuttosto che a quella religiosa.

All'opposto di questa tipologia di turista religioso, la ricerca evidenzia che il vero pellegrino ovvero colui che viaggia verso i luoghi santi con un particolare sentimento religioso e senza mezzi economici, è comunque ben accolto in tali luoghi. Questo è dimostrato dal fatto che in molti dei santuari sciiti vengono distribuiti i pasti gratuitamente.

L'evoluzione del turismo religioso e quello del pellegrinaggio nei santuari iraniani è da considerare positivamente per gli effetti economici e sociali presenti e attesi, anche in considerazione dell'aumento del turismo internazionale che ne espanderà il valore aggiunto locale.

Se, infatti, «Tourist sites are shown to have gained sacredness, travel to them exhibiting the qualities of pilgrimage (Cohen, 1992), while actual pilgrimage venues display some of the trappings of the tourism industry in order to obscure the boundaries between them» (Ghadami, 2012: 11206).

3. MASHHAD: LA CITTÀ SANTA, UN MODELLO DI TURISMO RELIGIOSO

Tra i luoghi iraniani più importanti sia dal punto di vista spirituale che da quello del turismo, Mashhad riveste un ruolo molto particolare, essendo definita la «città santa» degli sciiti. Sotto il profilo geografico Mashhad è una delle città più popolate dell'Iran e si trova nel nord-est, molto vicino al confine tra Turkmenistan e Afghanistan, a più di 900 metri di altitudine dal mare. La sua posizione geografica è molto importante per lo sviluppo delle funzioni urbane, diventate nel tempo di rango elevato consolidando le basi di un'organizzazione gerarchica che si esplica nella centralità di Mashhad rispetto a tutta la regione sottostante il Khorasan. Mashhad, infatti, nata come centro religioso, ha avuto una forte espansione anche grazie al commercio, beneficiando del ruolo del Khorasan, crocevia per la Via della seta. Mashhad riflette, pertanto, la complessità del mondo iraniano, che nonostante le tante difficoltà economiche e sociali, risulta oggi un interessante modello di destinazione turistica religiosa. Attraendo circa 20 milioni di pellegrini ogni anno – ai limiti della capacità di carico turistica, con un tasso di turisticità pari a 1:1, cioè per ogni residente vi è almeno un turista – questa città santa ha modificato notevolmente la sua armatura originaria per l'intenso dinamismo urbano che l'ha interessata. La sua funzione polarizzante, accresciutasi negli ultimi anni, è stata determinata sia dalla relativa elevata mobilità umana derivata dai flussi turistici e religiosi, sia dalla estensione progressiva della superficie urbanizzata che ha contribuito ad accogliere continuamente gli sciiti. La trama insediativa di Mashhad risulta, pertanto, profondamente squilibrata a vantaggio del centro città, che continua a registrare importanti flussi e riflette il processo di graduale urbanizzazione delle aree periferiche. La corona periurbana, oggi molto

estesa, prefigura un reale processo di metropolizzazione della città di Mashhad, con i conseguenti effetti negativi e positivi e confermandosi come «luogo focale della modernità» (Faccioli, 2009: 35). Le concentrate esternalità negative come la congestione e l'inquinamento sono però compensati da impatti economici positivi, contribuendo il turismo e il settore dei servizi nel suo complesso nel 2010 al valore aggiunto locale per 7,16 milioni di dollari, pari al 52,33% dell'intero valore aggiunto dell'economia locale¹. La terziarizzazione dell'economia, peraltro, attribuisce un importante ruolo «regionalizzante alla città all'interno di specifiche vocazioni territoriali» (Fuschi, 2008: 76) grazie alla organizzazione funzionale dell'armatura urbana.

La polarizzazione di Mashhad affonda le sue radici dal santuario o meglio dalla grande costruzione religiosa del centro città. Il santuario, infatti, diventa solo la parte iniziale di quella costruzione e infrastrutturazione massiccia, avvenuta successivamente. L'area comprende: il santuario dell'Iman Reza, la camera sepolcrale, la *courtyard*, quella serie di cortili, ben nove, dove si radunano i pellegrini dopo la visita al santuario e servono come luoghi di aggregazione per una serie di cerimonie e programmi religiosi, altri santuari minori, centri di ricerca, una università di studi sciiti ed infine una biblioteca. È per questo motivo, forse, che il ruolo del santuario si è accresciuto sotto il profilo religioso e sociale, polarizzando tutte le funzioni urbane più importanti e di rango più elevato, costituendo anche il centro delle giustizie e della cultura religiosa sciita. Se il santuario si propone, nonostante i successivi rifacimenti e ampliamenti, come un unico centro, specchio dell'identità degli sciiti e delle architetture mussulmane, il sistema urbano di Mashhad appare caratterizzato dalla frattura, rappresentata in particolar modo dalla infrastrutturazione delle periferie, multiformi e omologate alle città medio-orientali. La trama urbana è, pertanto, fortemente caratterizzata da questa complessa struttura nella quale sono inseriti un gran numero di alberghi. Questi ultimi fanno parte dell'offerta turistica del centro città con diversificate tipologie di qualità, mentre nelle periferie vi è una grande offerta di camere per i pellegrini persiani meno abbienti. In particolare, gli *hotels* di elevata qualità sono nelle immediate vicinanze del

¹ Fonte: <http://en.mashhad.ir/index.php>.

santuario e ve ne sono 3 a cinque stelle e 10 a quattro stelle con più di 100 camere. La percentuale di occupazione tra tutti gli alberghi a 5 stelle è stata pari al 58% nel 2010; si tratta di una percentuale molto elevata se pensiamo che il numero delle camere è di circa 600 unità. Al contrario sempre nel 2010 le strutture a 2 stelle (con circa 1.400 camere) hanno avuto un tasso di occupazione del 55%². I turisti, che preferiscono gli alberghi a cinque stelle, sono generalmente quei pellegrini con una capacità di spesa relativamente elevata e con una tradizione radicata nella visita dei luoghi sacri, essendo questi alberghi concentrati nel centro città dove l'edificazione è più antica e limitrofa alla moschea. Tale considerazione permette un ulteriore approfondimento riguardo al turismo e al pellegrinaggio a Mashhad. In questa città, con il passar del tempo, si sono sempre più differenziati i caratteri distintivi del religioso e del turista, in quanto quest'ultimo, oltre alla visita dei luoghi santi, cerca l'intrattenimento per occupare il tempo libero. Per andare incontro alle esigenze di questi turista religioso, a Mashhad sono sorti oltre ai grandi *bazar di souvenir*, anche dei grandi centri commerciali, parchi a tema e aree naturali dove poter godere delle bellezze ambientali³. La valorizzazione delle risorse naturali realizzata con questi parchi, peraltro, ha amplificato le potenzialità turistiche di Mashhad, che oltre ad essere una città santa è divenuta una vera destinazione turistica, tanto che se viene selezionata sul web, i principali motori di ricerca internazionali elencano soprattutto gli *hotels* a quattro e a cinque stelle. La relativa scelta obbligata da parte dei turisti internazionali di alberghi di qualità, permette di ipotizzare anche che vi è ancora molta attenzione al turista internazionale da parte degli enti governativi, cercando di applicare politiche restrittive ai visti. Tale selezione deriva dalla provenienza dei turisti che per la maggior parte provengono dalle aree confinanti, dove sono attualmente presenti conflittualità e complesse situazioni politiche. Sebbene il turismo religioso internazionale è un segmento del tutto innovativo e con grandi potenzialità, Mashhad deve il suo grande sviluppo al turismo interno, che ha generato quell'elevato valore aggiunto nel settore dei servizi, rispetto soprattutto alle altre città iraniane. L'at-

² <http://www.chto-khr.ir>.

³ http://en.mashhad.ir/portal_content/778461-Recreational-Centers-Parks.html.

trazione di Mashhad per tutti i ceti sociali dediti al turismo religioso ha comportato da un lato investimenti per migliorare le *facilities* soddisfacendo la domanda più esigente, che spendendo in beni locali ha contribuito al raggiungimento di alcuni obiettivi di politica economica come l'occupazione, l'aumento del reddito *pro capite* e il miglioramento infrastrutturale; dall'altro lato, ha consentito lo sviluppo di molte strutture di accoglienza nella periferia per i pellegrini diffondendo i benefici e i costi del turismo per l'intera città. Questa politica si è resa indispensabile per il grande afflusso di turisti/pellegrini, che ospitati nelle case dei cittadini ponevano problemi in ordine alla salute pubblica, sicurezza e igiene. Il Governo di Mashhad ha incentivato, pertanto, la costruzione non solo di alloggi economici e centri residenziali, ma anche l'utilizzo di strutture religiose come le moschee vuote oppure di edilizia scolastica, nei periodi di vacanza, per avere un controllo sociale sui pellegrini. La politica del Governo ha ampliato l'offerta turistica, tanto che oggi ogni giorno circa 600.000 pellegrini possono essere ospitati in città. Essendo i costi di questa politica molto elevati il Governo ha incoraggiato la *partnership* con i privati dando alcuni incentivi, come concessione di sgravi fiscali in tasse annuali e la concessione di mutui a basso tasso di interesse. Negli ultimi anni è, peraltro, aumentato in maniera esponenziale il numero di pellegrini, tanto che molti di essi vengono ancora ospitati nelle case di privati cittadini. Nelle ore dei pasti, in aggiunta, come è in uso tra i persiani, nel santuario è possibile ricevere gratuitamente cibo per sfamarsi.

4. CONCLUSIONI

L'Iran è sicuramente un Paese molto complesso, ma dalla grande vitalità. Nonostante i problemi e le restrizioni economiche, ha avuto la forza di costruire una economia locale stabile. Come si cercato di descrivere, peraltro, la religione sciita ha contribuito al dinamismo di questo Paese per la sua penetrazione nel tessuto sociale e politico della regione persiana. La religione, essendo al centro della vita di questo Paese, ha determinato anche una grande espansione del turismo. L'attrattività

dell'Iran, peraltro, non è legata solo alla religione, ma anche alla sua storia, alla sua posizione geografica, alle sue bellezze naturali, culturali e ambientali che l'hanno resa una destinazione ambita soprattutto dai turisti provenienti dai Paesi confinanti.

Questo contributo incentrato sui luoghi santi al di fuori della cultura cristiana, permette di considerare diversamente chi pratica il turismo religioso e da chi pratica il pellegrinaggio. Innanzitutto bisogna precisare che l'uno non esclude l'altro in alcun tipo di religione e di territori. Si tratta di due tipologie di turista che convivono nello stesso territorio, quello di Mashhad, con due diverse esigenze. Il turista religioso ha bisogni diversi e molto complessi dove la sfera religiosa si intreccia con quella della ricreazione, mentre il pellegrino è solamente dedito alla preghiera. La prima forma di turismo, sotto il profilo squisitamente economico, è molto importante in quanto è il motore dell'economia, la leva per sviluppare l'economia locale, il reddito e la sua redistribuzione. A tal fine non possono essere sottaciuti i mutamenti, che insistono nel sistema urbano e territoriale a causa dell'espandersi della domanda di turismo religioso. Tali cambiamenti da un lato sono positivi per la valorizzazione delle risorse, dall'altra generano contrapposizioni e conflittualità nell'uso dei fattori produttivi, configurando la formazione di nuovi equilibri complessi.

Per questo motivo, l'ampliamento dei servizi turistici e ricreativi è necessario per rispondere alla domanda dei turisti con più elevata capacità di spesa. L'afflusso di questa tipologia di turisti non deve peraltro inficiare il clima di preghiera e di silenzio proprio del pellegrino. Per questo motivo la città di Mashhad propone la localizzazione delle attività di riposo, di svago e di divertimento lontane dall'area preposta alla preghiera.

Il caso studio proposto può costituire un primo passo per individuare nuovi percorsi di ricerca che esplorino comparativamente quanto sia economicamente e spazialmente dinamico il turismo religioso nei luoghi rappresentanti della fede cristiana e verifichino l'impatto economico e sociale sui territori sia del turismo religioso che del pellegrinaggio.

5. RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Al-Hamarneh, A. - Steiner, C. (2004). Islamic tourism: rethinking the strategies of tourism development in the Arab world after September 11, 2001, *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East* 24 (1): 173-183.
- Alizadeh, K. (2011). *The role of historic-religious monuments in the future economy of Mashhad city*, Paper presented at *Canadian Association of Geographers Conference 2011*, Calgary, AB, 31 May - 4 June.
- Arasteh, M. - Eilami, R.M. (2011). *The role of religion and Islam in the tourism industry of Iran (March 1, 2011)*, <http://ssrn.com/abstract=1773827>, accessed January 2014.
- Ghadami, M. (2012). The role of Islam in the tourism industry, *Elixir International Journal. Management Arts* 52: 11204-11209, accessed March 2014.
- Ghezeldasht, S.A. - Miri, R. - Hedayatimoghadam, M. - Shamsian, A. - Bidkhorri, H. - Fathimoghadam, F. - Rezaee, S.A. (2013). *Population movement and virus spreading: HEV spreading in a pilgrimage city, Mashhad in Northeast Iran; an example*, 4 August, <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24171006>, accessed March 2014.
- Grandi, S. (2009). *Islam shi'a and religious minorities pilgrimage locations: tourism and religions in Iran*, in Dallari, F. - Trono, A. - Zabbini, E. (a cura di), *I viaggi dell'Anima. Società, culture, heritage e turismo*, Bologna, Pàtron, 233-246.
- Faccioli, M. (2009). *Sostenibilità della produzione, neodistrettualità e urbanizzazioni*, in M. Faccioli (a cura di), *Processi territoriali e nuove filiere urbane*, Milano, Franco Angeli, 19-52.
- Fuschi, M. (2008). *La città mediterranea: tra stereotipi e frammentazioni di scala*, in Fuschi, M. (a cura di), *Il Mediterraneo. Geografia della complessità*, Milano, Franco Angeli, 53-101.
- Heidari, A.A. (2012). *Environmental Performance Assessment (EPA) of tourism accommodations: the case of city of Mashhad, Iran*, <http://i-rep.emu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11129/130/1/Heidari.pdf>, accessed January 2014.
- Yalghouzaghaj, A.G. - Shorbolagh, S.P. (2013). Impact of religious tourism on the economy of countries (case study: Iranian religious tourism), *Journal of Basic and Applied Scientific Research* 3 (6): 196-203, accessed December 2013.
- Malekshahi, M. (2012). Analysis of demographic and cultural tourism, religious pilgrimage (case study: Ilam province), *Journal of American Science* 8 (6): 682-691, <http://www.americanscience.org>, accessed March 2014.

- O'Gorman, K.D. - Baum, T. - McLellan, L.R. (2007). *Tourism in Iran: central control and indigeneity*, in *Tourism and indigenous peoples: issues and implications*, Oxford, Butterworth Heinemann, 297-317.
- Pourtaheri, M. - Rahmani, K. - Ahmadi, H. (2012). Impacts of religious and pilgrimage tourism in rural areas: the case of Iran, *Journal of Geography and Geology* 4 (3), <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/jgg/article/view/19150/13057>, accessed March 2014.
- Rahnama, M.R. - Davarinezhad, M. - Mabhoot, M.R. (2012). Evaluation the level of development in regions of Mashhad municipality, Iran, *Life Science Journal* 9 (3): 2211-2219, <http://www.lifesciencesite.com>, accessed March 2014.
- Redaelli, R. (2012). *Iran: sanzioni e crisi finanziaria nell'inerzia del regime*, in Torri, M. - Mocci, N., *Rallentamento dell'economia e debolezza della politica in Asia. Osservatorio italiano sull'Asia*, Bologna, Emil di Odoya, 35-56.
- Scaini, M. (2011). Il viaggio religioso come strumento geopolitico. Il pellegrinaggio sciita e l'emergere dell'alleanza regionale tra Iran e Siria, *DADA* 1: 119-130, <http://www.dadarivista.com>, accessed March 2014.
- UNWTO (2011). *Religious tourism in Asia and Pacific*, Madrid, <http://UNWTO.org>, accessed March 2014.
- UNWTO (2012). *Strategy challenge management Report: the Mashaad experience*, in *Silk Road Programme*, Madrid, <http://UNWTO.org>, accessed March 2014.
- UNWTO (2013). *Tourism highlights 2013*, Madrid, <http://UNWTO.org>, accessed March 2014.
- Vafadari, K. - Kooper, M. *Japan-Iran tourism relations: opportunieites and limitations in promoting Iran culutral heritage in Japanese market*, <http://www.academia.edu/320251>.
- Vanzan, A. (2008). *Gli Sciiti*, Bologna, Il Mulino.
- World Travel and Tourism Council (2013). *Travel & Tourism. The econoimc impact of tourism*, Iran - London, <http://wtcc.org>, accessed March 2014.
- Zamani-Farahani, H. - Musa, G. (2008). Residents' attitudes and perception towards tourism development: a case study of Masooleh, Iran, *Tourism Management* 29: 1233-1236.
- Zamani-Farahani, H. - Henderson, J.C. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia, *International Journal of Tourism Research* 12: 79-89, published on line 13 July 2009 in *Wiley InterScience*, <http://www.interscience.wiley.com>, accessed March 2014.

RIASSUNTO

L'Iran è un Paese ricco di risorse naturali e di grandi infrastrutture religiose prevalentemente sciite che attirano molti pellegrini, iraniani e stranieri. Il presente contributo oltre a descrivere il fenomeno turistico-religioso in questo Paese, ne esamina i suoi effetti localizzativi soprattutto nella città di Mashhad. In tale area urbana, peraltro, il fenomeno religioso si mescola con quello turistico tanto che l'attuale grandezza della città è dovuta molto al pellegrinaggio dei devoti sciiti. L'esplosione del turismo religioso in Iran è derivata sia dalla diffusione nell'intero Medio Oriente della religione sciita dovuta alla presenza in quelle terre della popolazione iraniana che, avendo subito varie diaspore, ha dovuto migrare nelle terre limitrofe, sia dall'accresciuto ruolo della religione nelle dinamiche sociali ed economiche. In tale contesto, sotto il profilo religioso, la moschea ha accresciuto il suo ruolo sociale, divenendo sempre più il centro di riferimento sia civile che religioso. La centralità della religione nella vita dei fedeli e i legami con la terra di nascita hanno determinato l'espansione delle funzioni della città di Mashhad che, essendo confinante con il Turkmenistan, l'Afganistan e il Pakistan e sede della più importante moschea sciita, è divenuta il polo del pellegrinaggio sciita per tutte queste aree e centro urbano più importante della regione. Il contributo analizza il fenomeno turistico in relazione all'espansione urbana prendendo come modello l'analisi funzionalista.

Parole chiave: Iran, Mashhad, pellegrinaggio, religione sciita, turismo religioso.