

Le caratteristiche del fenomeno turismo sportivo

1. Turismo, sport e tempo libero

A partire dallo sviluppo dovuto al processo di industrializzazione e dalla nascita conseguente della società di massa, la crescita del benessere socio-economico ha prodotto la facilità di reperimento delle risorse, aumentando l'offerta di tempo libero quotidiana. D'altronde, il concetto di *tempo* ha avuto un rilevante influsso sull'evoluzione della società e dei suoi costumi, nel corso della storia dell'umanità, in particolare relativamente al concetto di beni e consumi. La sua concezione ha influenzato sia la riformulazione delle modalità di reperimento dei beni, dall'altro la ripartizione delle risorse temporali, attraverso la pianificazione del tempo libero.

Con l'avvento dell'industrializzazione, quello che era il *tempo libero* è divenuto *tempo pianificato*, in virtù di una disponibilità eccessiva rispetto alla sua reale domanda¹.

In tale contesto, particolare importanza è da rilevare nei confronti dell'innovazione tecnologica da cui è scaturita una originale rimodulazione dell'organizzazione del lavoro, che si basa sulla ricerca continua delle tecnologie e sull'acquisizione dei vantaggi che queste comportano in termini di benessere e *tempo libero*.

Lo sviluppo tecnologico ha assicurato, in pratica, la condizione per cui il mercato del lavoro venisse condizionato dalle innovazioni, le quali ne determinano anche le professionalità e le logiche di mercato contando sulla flessibilità delle attività con una crescita del lavoro autonomo, del telelavoro² e delle attività individuali sempre più atipiche.

Il tempo che una volta si distribuiva in base alle capacità di raggiungere luoghi, di muoversi, ora viene condizionato dall'immobilità generata dalle tecnologie, le quali

¹ Sulla nascita e sviluppo del tempo libero, A. CORBIN, *L'invenzione del tempo libero 1850-1960*, Laterza, Roma-Bari 1996; G. TOTI, *Il tempo libero*, Ed. Riuniti, Roma 1975.

² <http://www.pc-facile.com/glossario/telelavoro/>: "Telelavoro indica l'utilizzo delle tecnologie legate alla telecomunicazione con il fine di lavorare al di fuori dei canonici posti di lavoro, come ad esempio da casa o anche mentre ci si sta recando in ufficio. I fattori che contribuiscono all'espandersi di questa possibilità sono la disponibilità di banda, la diffusione delle connessioni veloci e la copertura degli accessi wireless". Sul tema, si veda anche S. ORONZO-V. D'ANTONIO, *Telelavoro e job sharing: un'analisi comparata*, Franco Angeli Editore, Milano 2007.

hanno reso inutile i trasferimenti. La disgregazione tra *tempo lavoro* e *tempo libero* appare sempre meno rigida, in quanto i due tempi tendono a sovrapporsi e a confondersi a vicenda. Il tempo è divenuto sempre più una variabile sensibile per far capire processi di cambiamento sociale non più intercettabili con i modelli socioeconomici classici³. I tradizionali automatismi comunicativi appaiono, ad oggi, improduttivi e non economici, in un contesto tecnologico in cui le informazioni sono sempre dirette, razionalizzate e continue. La conseguenza più tangibile è relativa così alla nuova concezione del *tempo libero*.

Le molte similitudini che diversificano l'espansione tanto del turismo quanto dello sport e che ne rendono assai proficua l'interazione, hanno una relazione diretta nell'origine dei due fenomeni, i quali trovano loro comune terreno di espansione nella *cultura del tempo libero*.

Nello specifico, il *tempo libero* è divenuto disponibile nell'arco di un giorno o addirittura dell'intero anno solare. La sua nuova percezione ha lasciato il campo al carattere della residualità rispetto al lavoro che influenzava i contenuti dell'organizzazione sociale.

Nella post-modernità, il *tempo libero* è legato alla persona che attraverso la propria specifica identità ha la possibilità di costruire la propria identità sociale. È un luogo creativo dell'individualità, in cui gli spazi del ristoro psico-fisico e del *ludens* trovano un ordine ripensato a seconda dei modelli di interpretazione sociale.

La diversità delle necessità di cui esso diviene raccoglitore è talmente eterogenea, da non rispecchiare i classici postulati della società, che vede protagonisti del *tempo libero* tutte le categorie dell'organizzazione sociale, a partire dalle fasce di età, a tutti i ceti sociali e sessi differenti. In definitiva è divenuto terreno adatto a riformulare la propria identità sociale. Un "luogo" nel quale non solo recuperare, ma anche costruire⁴.

Nel particolare, all'interno delle categorie del *Turismo e dello Sport*, il tempo libero ha visto ampliarsi il proprio campo d'intervento, acquisendo nuovi significati. Lo sport arriva a comprendere attività nuove, svolte in forme non tradizionali, diviene strumento per affrontare problematiche assai diverse che in passato, a partire dal

³ Sul punto, E. MINARDI, *Il Lavoro ed il tempo liberato: alla ricerca dei nuovi sistemi produttivi di loisir*, in E. MINARDI, M. LUSETTI (a cura di), *Luoghi e professioni del loisir*, FrancoAngeli, Milano 1997.

⁴ Sulle prospettive in ambito sociologico relative al tempo libero, J. DUMAZEDIER, *Sociologia del Tempo Libero*, FrancoAngeli, Milano 1978.

disagio sociale a quello individuale, assumendo un ruolo di rilievo nella vita quotidiana dei cittadini. Praticare lo sport è divenuto da un lato l'indicatore di uno stile, dall'altro un modo di vivere il *tempo libero*, lontano dai stereotipi del settore quali l'agonismo e la competizione.

In questo quadro, il turismo, quale attività storica del *tempo libero*, ha acquistato una dimensione caratterizzante, divenendo il collante per vivere lo sport in tutte le sue forme: dall'attività fisica alla mera partecipazione agli eventi dello sport.

Nell'integrazione tra turismo e sport vanno progressivamente aumentando le interazioni tra i differenti campi dell'espressione individuale e sociale, in cui i confini si fanno sempre meno netti e di qui si originano cambiamenti e nuove sinergie.

Da questa commistione di settori si è originata l'essenza del *Turismo Sportivo*, in cui la riconsiderazione, in chiave moderna, del tempo libero, contribuisce alla crescita della cultura sociale che ha visto per anni escludere lo sport dalla sfera ricreativa degli individui⁵.

Il turismo si è arricchito di una nuova accezione, che sta conoscendo una espansione forte e assai veloce, e che con altrettanta rapidità ne ha mutato la connotazione originaria, legata al movimento, in cui lo sport esulava dalle principali motivazioni di impiego del *tempo libero*.

2. Per una definizione di turismo sportivo

La formula *Turismo Sportivo* inizia a diffondersi tra la fine del 1960 e gli inizi degli anni '70, prendendo in considerazione quella particolare forma di turismo combinata con le attività sportive⁶.

⁵ Il turismo legato allo sport, al fitness, alle terme, al benessere non è più considerato un settore di nicchia, in quanto un numero sempre crescente di persone, si orienta a utilizzare gli spazi di vacanza in maniera dinamica, con attenzione al benessere psicofisico, alla qualità della propria vita e alla massimizzazione della disponibilità di tempo libero. Questo è uno dei dati che provengono dall'Osservatorio Econstat sul Turismo Sportivo, che dal 2007 opera ricerche nel settore.

⁶ Viaggiare per gareggiare o semplicemente per assistere alle competizioni sportive erano dei comportamenti diffusi già in epoche antiche. Si pensi per esempio ai *Giochi Olimpici*, a partire dalla prima edizione (776 a.C.), quando i Greci viaggiavano da tutta la penisola per parteciparvi o per assistervi. Sotto altro profilo i Romani furono i primi a specializzarsi nell'organizzazione di manifestazioni a misura dei loro spettatori. Nel corso della storia dunque avere come motivo principale del proprio viaggio lo sport è stata una opportunità funzionalmente attiva ad accrescere l'importanza della relativa competizione sportiva seguita. Il rapporto nei tempi moderni sembra evoluto evidenziando la necessità di evasione dalla consuetudine lavorativa attraverso la pratica di attività sportive in località turistiche adibite e confacenti a tale finalità. Ciò non toglie che singole manifestazioni sportive sappiano ancora attrarre numerose schiere di spettatori mettendo in moto un movimento non trascurabile. Nel ventesimo secolo il collegamento fra sport e turismo si è sviluppato

Sulla base di questa prospettiva concettuale, le difficoltà rilevabili sono di doppia natura: circoscrivere la fenomenologia della materia oggetto d'analisi e superare l'indirizzo predominante di trattare separatamente i settori di attività.

Alcune definizioni offerte da vari studiosi, nel corso degli anni, rendono più chiaro il percorso compiuto.

B. G. Pitts⁷ evidenzia come, sostanzialmente, lo sport abbia introdotto sul mercato una nuova prospettiva di gestione, distinguendo il turismo sportivo in due categorie:

a) il turismo sportivo partecipativo (viaggi per lo scopo di partecipare alle attività sportive, ricreazione etc.);

b) il turismo sportivo di spettacolo (viaggi per lo scopo di sport di spettacolo, ricreazione, eventi, etc.).

In altre parole, i turisti sportivi possono essere motivati primariamente dallo sport o da viaggio.

S. Gammon e T. Robinson⁸ offrono una spiegazione differente del fenomeno incentrando la loro analisi critica sulle caratteristiche dei turisti sportivi distinti in radicali e moderati. Secondo i due studiosi il *turista sportivo radicale* è una persona che viaggia per coinvolgimento attivo o passivo nell'attività sportiva competitiva. La sua prima motivazione per il viaggio è lo sport. Diversamente, il *turista sportivo moderato* è qualcuno che è coinvolto nell'attività sportiva solo per finalità ricreative, dirette a soddisfare la ricerca di agio.

J. Standevan e P. De Knop definiscono il turismo sportivo come *tutte le forme di coinvolgimento attivo e passivo dell'attività sportiva, partecipate casualmente o in*

con il reciproco avvicinamento dei due settori, soprattutto grazie all'immagine positiva dello *Sport* come attività fondamentale per il tempo libero. Questo cambiamento di forma dello *Sport*, da attività fisica di carattere competitivo ad attività ludica e del benessere fisico, ha coinvolto l'interessere degli studiosi i quali hanno iniziato a proporre alcune definizioni del fenomeno. Inoltre, G. McFEE in uno studio su un cittadino americano, BURTON HOLMES, che raccontò in qualità di spettatore i primi Giochi Olimpici Moderni del 1896 ad Atene, riferisce come questo, già da allora, avesse percepito i *Giochi* come uno spettacolo turistico più che come evento sportivo. Cfr. G. McFEE, *The Olympic games as tourist event: An American in Athens, 1896*, Proceedings of the Leisure Studies Association, Second International Conference, Leisure, Labour, and Lifestyles: International Comparisons (pp. 146 - 157), Conference Papers no. 43. Eastbourne, UK, LSA Publications, 1990.

⁷ B. G. PITTS, *Sports Tourism and Niche Markets: Identification and Analysis of the Growing Lesbian and Gay Sports Tourism Industry*, Journal of Vacation Marketing, Vol. 5, No.1, pp. 31-50, 1999.

⁸ S. GAMMON - T. ROBINSON, *Sport and tourism: A conceptual framework*. Journal of Sport Tourism 4 (3), pp. 1-6, 1997.

*modo organizzato per finalità non commerciali o viceversa commerciali, le quali rendono necessario viaggi al di fuori dei luoghi di lavoro*⁹.

J. Kurtzman¹⁰ pone l'accento sulla complessità di dare una definizione univoca al fenomeno, proponendo cinque categorie di attività turistico sportive:

- a) spettacoli turistico sportivi;
- b) località turistico sportive;
- c) crociere turistico - sportive;
- d) viaggi turistico sportivi;
- e) eventi turistico - sportivi;
- d) turismo sportivo di avventura.

Le difficoltà evidenti che impediscono di sviluppare una struttura concettuale sul *Turismo Sportivo*, derivano dalla vastità del settore, il quale coinvolge diverse aree del turismo tradizionale, soprattutto quelle di nicchia, quali il turismo di avventura, turismo di spettacolo ed il turismo naturalistico.

Altresì, le attività del *Turismo Sportivo* possono estendersi allo stesso tempo in una vasta gamma di luoghi e di infrastrutture.

Da tutto ciò derivano le divergenze circa quello che deve essere incluso nella fattispecie paradigmatica del fenomeno. Nonostante ciò, bisogna segnalare come alcuni studiosi del settore si sono interrogati sul fine ricreativo di alcune specifiche peculiarità del turismo sportivo, che in taluni casi evidenziano una estrema competitività, tale da eludere le finalità generali del tempo libero.

In particolare, H. Gibson definisce il turismo sportivo *“attraverso gli archetipi che associano spostamento e partecipazione ai fenomeni di cultura sportiva: viaggi basati sul tempo libero che portano gli individui temporaneamente fuori delle loro comunità di residenza al fine di partecipazioni sportive, o come spettatori di attività sportive o di spettacoli basati su attività sportive. Il turismo sportivo si realizza*

⁹ Cfr. J. STANDEVEN - P. DE KNOP, *Sport Tourism*, Human Kinetics Europe, 1999. Inoltre sul tema, cfr. P. DE KNOP, *Some thoughts on the influence of sport tourism* in Proceedings of The International Seminar and Workshop on Outdoor Education, Recreation and Sport Tourism (pp. 38-45), Wingate Institute for Physical Education and Sport, Netanya, Israel 1987; P. DE KNOP, *Sport for all and active tourism*, World Leisure and Recreation, 32, pp. 30-36, 1990; P. DE KNOP, *A figurational perspective of the development of sport tourism*, Paper presented at the North American Society for the Sociology of Sport Conference, Sacramento, California, November 1995.

¹⁰ J. KURTZMAN - J. ZAUHAR, *Research: Sport as a touristic endeavour*, Journal of Tourism Sport, <http://www.sirc.ca/sirc/jsptxt1.html>, 1995; J. KURTZMAN - J. ZAUHAR, *A wave in time—The sports tourism phenomena*, Journal of Sports Tourism, 4, pp. 5-19, 1997.

quindi nelle attività di tempo libero che richiedono spostamenti e che si basano su di una partecipazione (agire, guardare, commemorare)”¹¹.

C. Pigeassou propone invece una definizione basata sulle diverse fasi che interessano l’oggetto del turismo sportivo, fasi che conducono ad un’esperienza personale ben distinta dalle altre esperienze della vita:

- a) una prima fase porta ad uno spostamento e a un soggiorno fuori dal proprio domicilio, con un cambiamento dei ritmi normali di vita;
- b) una seconda fase riguarda le attività che sono l’obiettivo dello spostamento e del soggiorno.

Secondo Pigeassou “entrambe le fasi si distinguono per i comportamenti che generano. I comportamenti osservati rientrano nel campo dello sport caratterizzato da attività sociali di varia natura, sia fisiche (le più numerose) che culturali. Ne deriva che, lo sport non riguarda solo attività fisiche (sia agonistiche che ludiche) ma anche attività culturali. La definizione del turismo sportivo dipende quindi dal collegamento di questi due fattori: destinazione e tipo di attività. Il turismo sportivo è proprio di una destinazione scelta per partecipare a fenomeni caratteristici della cultura sportiva, concepita come espressione di un’attività fisica e/o di manifestazioni culturali. Dal punto di vista dell’economia del turismo, il turismo sportivo è definito da una gamma di prodotti caratterizzati da prestazioni turistiche particolari”¹².

Il Turismo Sportivo concepito secondo le direttrici di Pigeassou, diventa una disciplina autonoma, che si fonda su tre punti: un’esperienza turistica (1), che ha un legame di subordinazione (2) nei confronti di un’attività principale che costituisce

¹¹ H. GIBSON, *Some predictors of tourist role preference for men and women over the adult life course*, Unpublished Doctoral Dissertation, The University of Connecticut, Storrs, 1994; H. GIBSON, *Active sport tourism: Who participates?*, *Leisure Studies*, 17 (2), pp. 155-170, 1998b; H. GIBSON, S. ATTLE, A. YIANNAKIS, *Segmenting the sport tourist market: A lifespan perspective*, *Journal of Vacation Marketing*, 4, 52-64, 1998; H. GIBSON - A. YIANNAKIS, *Some correlates of the Sport Lover (tourist): A life course perspective*, presented at the North American Society for the Sociology of Sport Conference, Toledo, Ohio, November 1992; H. GIBSON - A. YIANNAKIS *Some characteristics of sport tourists: A life span perspective*, Paper presented at the annual conference for the North American Society for the Sociology of Sport, Savannah, Georgia, November 1994.

¹² C. PIGEASSOU, *Sport and tourism: The emergence of sport into the offer of tourism. Between passion and reason. An overview of the French situation and perspectives*, *Journal of Sports Tourism*, 4, pp. 20-36, 1997; Cfr. Sintesi relazione di C. PIGEASSOU - Université de Montpellier, *Il turismo sportivo: quadro d’analisi e contesto. Il caso francese*, op. cit.

*un'esperienza culturale nell'ambito dello sport (3). L'esperienza sportiva costituisce quindi l'elemento fondamentale e caratterizzante del turismo sportivo*¹³.

La distinzione si basa sul ruolo dello sport nel progetto turistico: se lo sport è inserito in un progetto più globale e non lo caratterizza o costituisce un'attività sostituibile, allora non si tratta di turismo sportivo.

Nel turismo sportivo l'oggetto sportivo è quindi alla base del progetto turistico e non ne costituisce solo un elemento. Un soggiorno turistico che integra una parentesi sportiva o di scoperta sportiva esce quindi dal campo del turismo sportivo.

È possibile distinguere, in questo modo, due grandi categorie di attività sportive mediatrici del *Turismo Sportivo*:

- a) attività fisiche (pratica di sport agonistici, pratica di sport ludici, pratica degli sport di avventura, corsi di ginnastica);
- b) attività culturali/artistiche nel campo dello sport (manifestazioni sportive, spettacoli, conferenze, seminari, congressi, esperienze di cultura sportiva (congressi delle federazione)).

Nel *Turismo Sportivo* il trasferimento non ha solo il valore di “viaggio” ma è al servizio della destinazione, per la quale un certo progetto è stato definito. La destinazione d'arrivo, luogo dove si svolge effettivamente l'esperienza sportiva, diviene la sede di comportamenti identificabili nella forma di:

- spettatore (comportamento legato alla partecipazione a uno spettacolo (mostra, gara, torneo, show...) In questo caso l'approccio visivo è essenziale).
- attore (comportamento determinato da una partecipazione attiva “fisica” basata sulla capacità tecnica e sull'esperienza. Nella letteratura anglosassone questo comportamento viene denominato di turismo attivo).
- visitatore (comportamento caratterizzato da un approccio più cognitivo al turismo sportivo. L'estetica, la venerazione, la commemorazione, l'arricchimento culturale abbondano e sviluppano l'immaginario, il senso della storia, la passione).

Questi comportamenti costituiscono il punto di partenza per interventi nel campo del turismo sportivo. Essi sono il risultato di attese ben precise e si concretizzano in

¹³ *Ibidem.*

produzioni sportive esistenti (per esempio uno spettacolo) e nella loro proposta sul mercato turistico. Queste produzioni differenziate costituiscono linee di prodotto.

In corrispondenza ai comportamenti identificati è possibile individuare tre tipologie di *Turismo sportivo*:

a) *Turismo Sportivo di azione* legato alla pratica sportiva ovvero alla riproduzione in chiave ludica dello sport definito propriamente agonistico;

b) *Turismo Sportivo di spettacolo* legato agli eventi sportivi, veri e propri conduttori di flussi imponenti di turisti;

c) *Turismo Sportivo di cultura* legato alla storia dello sport, in cui, in particolare l'impiantistica sportiva e i musei dello sport sono i principali templi di attrazione.

In base alla dimensione tempo, la durata della visita determina le seguenti categorie:

a) l'escursione, ossia la visita di 1 giornata.

b) il soggiorno breve, ossia il soggiorno di 2-3 notti.

c) le vacanze, ossia il soggiorno di più di 3 notti e di meno di un anno.

In base al luogo di destinazione si distinguono mete:

- locali
- regionali
- interregionali
- nazionali
- internazionali

Gli sport del turismo attivo costituiscono un largo ventaglio in cui ogni persona o gruppo di persone può trovare un'attività di riferimento in base alle proprie capacità tecniche ed al proprio livello fisico-energetico. La grande differenza con lo sport tradizionalmente inteso sta nel fatto che nel Turismo sportivo d'azione il soggetto si confronta con delle tecniche e delle attrezzature più che con degli altri sportivi.

Un possibile elenco delle attività può essere:

a) soggiorno sportivo monoattività (turismo sportivo nautico, turismo sportivo di acque vive, escursionismo a cavallo, raid sportivi, sport aerei, pesca, soggiorno sportivo di incontro o di gara).

b) soggiorno sportivo pluriattività (stage) (turismo sportivo neve, escursionismo pedestre, gite in montagna, cicloturismo-mountain bike, arrampicata, ferrate, torrentismo, speleologia, caccia, golf).

Tutte queste attività possono essere classificate anche in base al carattere itinerante o sedentario del soggiorno. Da questo punto di vista il *Turismo Sportivo* può essere di “*trapianto*” (sedentarietà nel luogo di destinazione) o di “*circolazione*” (attività sportiva come mezzo di trasporto nomade).

Per quanto riguarda il viaggio quattro diverse motivazioni sono alla origine delle scelte:

a) la *scoperta* come fonte di piacere dell’esperienza motrice e il sentimento estetico sviluppato dall’esperienza ambiente;

b) □□l’*avventura* come elemento motore della soddisfazione collegata all’emozione generata dalla capacità di controllare il rischio e dal sentimento estetico elaborato dalla percezione di un ambiente inusuale;

c) il controllo esperto di una tecnica motrice: in questo tipo di esperienza è la propria *capacità* e la *conoscenza* di se stessi a generare un senso di affermazione identitaria, in secondo piano viene l’impatto dell’ambiente sull’esperienza;

d) la *competizione* sportiva può essere la motivazione di fondo del turismo sportivo, l’agonismo da luogo a spostamenti multipli di breve durata dal momento in cui si raggiunge un livello eccellente nello sport. Tali spostamenti multipli costituiscono una motivazione aggiuntiva alla pratica sportiva.

Per quanto riguarda le modalità organizzative del turismo sportivo è possibile rilevare le seguenti tipologie:

a) □□turismo individuale o collettivo (gruppo, famiglia);

b)□□ turismo a pagamento o gratuito;

c) turismo autogestito o prodotto preconfezionato.

3. Sport e turismo: l'opportunità di sviluppo socio-economico

Per turismo¹⁴ si può intendere, in termini generali, il risultato di scelte e impulsi individuali che si traducono in flussi e correnti che partono da luoghi diversi e distanti fra loro per confluire verso centri e aree di cosiddetta attrazione turistica.

Le attrattive turistiche sono differenti e variamente distribuite su tutta la superficie terrestre. La maggior parte di esse è antecedente alla diffusione del moderno movimento turistico, mentre una parte minore è il prodotto del turismo stesso: in entrambi i casi vengono utilizzate in maniera differente. Innanzitutto perché possono distinguersi in attrattive naturali e attrattive culturali. Tra quest'ultime si sono aggiunte, nell'ultimo periodo, le attrattive sportive che consistono nelle diverse manifestazioni dello sport, dalla pratica sportiva, agli eventi sportivi e ai profili culturali dello sport.

Su cosa sia e come possa essere definito lo sport il dibattito è aperto. In via generale, l'attività sportiva consta essenzialmente in una serie di esercizi fisici svolti a scopo ricreativo e/o agonistico. Ma non solo. Sotto altro aspetto, lo sport va sempre di più assumendo una certa peculiarità come elemento essenziale della cultura del sociale, a tal punto da riguardare differenti interessi in ambito giuridico, economico e manageriale.

Il turismo e lo sport sono stati per lungo tempo considerati marginali e, per anni, hanno mantenuto un ruolo periferico nell'intervento delle istituzioni centrali e territoriali. Alcuni dati, tuttavia, offrono la dimensione della crescita e delle trasformazioni subite dal turismo e dallo sport e configurano per essi una chiara centralità nello sviluppo sociale ed economico non solo per il nostro Paese¹⁵ ma per l'intera economia mondiale¹⁶. Un esempio: nel 2008 gli italiani hanno speso per una

¹⁴ L'etimologia del termine *turismo* non è di facile interpretazione: alcuni studiosi la fanno derivare dal greco "*tornos*", altri dal verbo inglese "*to tour*" o al francese "*tour*". In tutti i casi, il significato è riconducibile all'azione del viaggiare, del muoversi in vari posti. Oggi con questo termine, si vuole indicare ogni manifestazione del viaggiare, come pure l'insieme delle iniziative che si ricollegano all'organizzazione dei viaggi e dell'ospitalità.

¹⁵ Cfr. <http://www.istat.it/dati/>; sulla raccolta dati relativa al Turismo è opportuno ricordare la direttiva comunitaria in materia <http://europa.eu.int/eurlx/>.

¹⁶ Alcuni riferimenti: a) il turismo rappresenta la prima industria mondiale avendo superato l'industria petrolifera e quella automobilistica; b) gli occupati nel turismo a livello mondiale nel 1997 erano 261 milioni: il 20% degli occupati nei servizi e il 7% di tutti i lavoratori; c) in Europa il turismo costituisce il settore economico più vasto: rappresenta il 6.5% del P.I.L. con 8 milioni di occupati, il 7.5% degli investimenti di capitale e il 17% della spesa dei consumatori; d) in Italia il valore aggiunto del comparto turistico è pari al 5.9%. Questo vuol dire più del doppio rispetto a quanto prodotto dal comparto alimentare e maggiore del 73% rispetto a quello del comparto dell'abbigliamento (tessili,

vacanza di turismo sportivo € 7,3 miliardi, con un incremento del 16% a valore e del 18% sul volume dei viaggi rispetto all'anno precedente¹⁷. Il ruolo portante e anticiclico del turismo sportivo viene confermato da alcuni dati: il segmento "sport" ha compreso più del 15% delle vacanze di piacere e svago degli italiani. La crisi economica non ha dunque inciso sui viaggi (nettamente aumentati), né più di tanto sulla spesa media (-1,5%), quanto piuttosto sulla scelta della destinazione. Emilia Romagna e Trentino crescono e si confermano al vertice tra le regioni italiane, ma vedono ridurre la distanza con Lombardia e Piemonte, che recuperano quota. Osservando le singole discipline, si assiste ad un boom dello sci con il 29% dei viaggi, complice la stagione eccezionale, ed una buona crescita del nuoto e di tutti gli sport acquatici (24%). Debole il calcio che perde ben quattro punti di quota.

Il turismo ha effetti indiretti ed indotti sulle altre attività economiche¹⁸ divenendo una categoria solidamente emergente dell'assetto produttivo. Questo è conseguenza del dato derivante della sua integrazione con l'assetto culturale.

Tale sviluppo ha prodotto ulteriori caratterizzazioni riguardanti il tempo dedicato alle vacanze. Esso non si esaurisce in periodi dell'anno stabiliti ma si arricchisce di motivazioni e di caratterizzazioni legate ad un pubblico di riferimento sempre più variegato che in passato rispetto alle modalità ed agli "scopi". Il pubblico si articola in base a caratteristiche quali età, sesso e condizione sociale assai più estese; agli scopi tradizionali se ne affiancano di nuovi e, tra questi, in netta emersione, è presente lo sport.

Riferendosi, nel particolare, alla dimensione sportiva, la ristrutturazione del settore è stata contraddistinta da un mutamento dei rapporti tra gli attori, una crescita della domanda, dalla diffusione e diversificazione delle infrastrutture, e dalla moltiplicazione delle forme e delle occasioni di pratica.

Tutto ciò ha innalzato la percezione dell'importanza sociale ed economica dello sport innescando fenomeni di commercializzazione di segmentazione non solo del

cuoio, calzature) con una incidenza sul totale dei consumi finali della spesa turistica pari al 10.4%.

¹⁷ Questo è uno dei dati che provengono dall'Osservatorio Econstat sul Turismo Sportivo, che dal 2007 supporta aziende e enti operanti nel mercato dello sport e nel management di destinazione. La ricerca, al suo secondo anno, si è svolta nei mesi di maggio e giugno 2009 e fornisce il quadro completo del valore, della struttura, e dei fattori competitivi relativi al mercato rappresentato dai viaggi dedicati allo sport, siano essi viaggi per praticare (76% dei casi, in crescita rispetto all'anno precedente) o per assistere (24%).

¹⁸ È stato stimato che ogni volta che un turista spende una cifra l'industria a sua volta spende metà di detto importo per acquistare beni e servizi da altri settori e ogni nuovo posto di lavoro creato nel settore turistico ne genera un altro in un diverso settore

mercato, ma anche dell'offerta, un processo di specializzazione e di professionalizzazione degli operatori e delle organizzazioni del settore¹⁹.

L'attuale sistema statistico non è sufficientemente evoluto e articolato per definire con precisione l'occupazione nello sport. Le uniche fonti sono: le informazioni prodotte dagli istituti di statistica nazionali e quelle che vengono dal movimento sportivo nazionale o altri studi di settore. In Italia gli occupati nel settore sportivo in senso stretto si attestano su circa 70.000 unità; l'intera "filiera" sport rappresenta un volume di manodopera stimabile tra le 270.000 e le 320.000 persone, per un totale di circa 340-390.000 operatori. Il tasso di crescita si attesta sul 13%. Il settore è caratterizzato da un significativo impatto del cosiddetto "lavoro nero", che per le attività sportive in senso stretto si attesta al 30%-35% del settore.

È ancora difficile quantificare l'impatto dell'attività volontaria: gran parte delle attività e degli eventi sportivi è ancora operato da volontari. Il tasso di crescita del settore è stato piuttosto rilevante, sia in termini di fatturato che occupazionali (spesso superiori al 2-3% annuo), anche se con condizioni di professionalizzazione e di carriera molto variabili, instabili, flessibili, precarie, stagionali e atipiche. I dati sono ancora di tipo aggregato e le strutture provinciali e regionali non hanno ancora effettuato studi specifici sull'andamento occupazionale in questo settore.

Questi mutamenti sono derivazione di un crescente interesse verso lo sport. In questi anni il numero di persone che praticano una qualunque attività motoria o sportiva è salito a 15 milioni secondo le stime più restrittive e l'indotto economico dello sport è arrivato a costituire circa il 2,4 del P.I.L.

Nello stesso tempo la configurazione dello sport in questi ultimi anni si è sensibilmente trasformata²⁰: si è molto dilatata ma, nello stesso tempo, si è differenziata nelle modalità della pratica ed organizzative in conseguenza di molti fattori:

a) in Italia l'assetto demografico va mutando: più della metà degli italiani ha superato di quaranta anni.

b) alla pratica sportiva si sono affacciate fasce sociali che un tempo ne erano escluse.

¹⁹ Per queste ragioni sono state avviate attività di studio da parte dell'OPOS (Osservatorio delle professioni e gli operatori dello sport c/o il CONI) a supporto dei fabbisogni professionali.

²⁰ Cfr. UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA" - C.O.N.I., *Le fonti di dati e le indagini statistiche sullo sport in Italia*, Rapporto 2002, http://www.coni.it/fileadmin/user_upload/_temp_/mondo_sportivo/osservatori/documenti/nuovo321_inf_Fonti_2002.pdf.

c) è aumentato il quadro d'insieme delle motivazioni che, andando al di là della competizione fine a se stessa e dell'alta prestazione, guardano con interesse alla ricerca del benessere, alla socialità, al rapporto con l'ambiente²¹.

Sul piano dei fenomeni sociali non si può trascurare la crescita della pratica e della partecipazione della popolazione allo sport, sia come pratica sportiva e attività motoria in senso proprio, competitiva e non agonistica, sia come attenzione e coinvolgimento diretto nello spettacolo offerto da numerose discipline sportive.

Le principali motivazioni che favoriscono la diffusione e l'interesse sociale per lo sport sono da collegarsi:

a) alla trasformazione degli stili di vita e di consumo delle famiglie, all'ingresso nella pratica sportiva di fasce sociali a lungo al di fuori di essa (le donne, gli anziani, gli adulti, i portatori di handicap);

b) all'attenzione per la promozione della salute, per la cura del corpo, per le relazioni tra salute, pratica sportiva e ambiente-natura; alla crescente percezione dello sport, e dei principi di "lealtà" della pratica sportiva, come pratica "educativa", fondamentale per i giovani e per tutta la società; allo sport che ha assunto un crescente "valore universale", per il rispetto dei diritti umani e per la solidarietà; alle maggiori disponibilità per l'insieme della popolazione a praticare delle attività;

c) alla diffusione dell'associazionismo e del volontariato in materia di promozione sportiva;

d) alle correlazioni tra Sport e mass-media, in particolare la televisione che amplia a dismisura il mercato della comunicazione sportiva.

Le molte analogie che caratterizzano l'espansione tanto del turismo quanto dello sport e che ne rendono assai proficua l'interazione, hanno una ragion d'essere nell'origine dei due fenomeni: essi trovano infatti il loro comune terreno di *cultura nel tempo libero*.

²¹ In questa direzione stiamo assistendo ad un robusto sviluppo di una tendenza già segnalata: gli sport più diffusi sono quelli che si svolgono a stretto contatto con l'ambiente e con un ambiente assai poco strutturato.

Il tempo libero ha assunto connotazioni assai diverse dal passato: ha dilatato i suoi confini, sono cambiate le modalità di fruizione e con esse il suo senso. È divenuto tempo “espressivo” e “produttivo”.

Lo sport arriva a comprendere attività nuove, svolte in forme non tradizionali, divenendo strumento per affrontare problematiche sociali che lo fanno emergere quale *valvola sociale* di riferimento. E lo stesso turismo acquista una sua nuova dimensione divenendo il collante tra lo sport e il tempo libero. Da questa contaminazione prende origine un possibile valore aggiunto.

Sport e Turismo fanno riferimento entrambi al tempo libero. In tale contesto, le situazioni, nelle quali questi elementi si intrecciano in maniera specifica e si condizionano reciprocamente, sono numerose.

Lo sport diviene motivo determinante per spostarsi, tanto all'interno del proprio paese quanto all'estero. Il viaggiare è altresì fondamentale per supportare la domanda degli sportivi.

Se da un lato dunque, praticare lo sport significa restare in forma e divertirsi, dall'altro il momento migliore per esprimersi attraverso lo sport è il tempo libero dedicato alle vacanze turistiche.

Le facilitazioni che il turismo offre, comprese le molteplici attività che promuove o patrocina per iniziativa propria, incentivano il numero di coloro che apprezzano lo sport e lo praticano nel tempo libero. L'assioma tra sport e turismo riflette i valori della società, in cui il desiderio di evasione e di *relax* non si sposa con i tradizionali presupposti dei due settori separatamente intesi. Un matrimonio di interesse è lo sbocco naturale di un percorso comune⁽²²⁾.

Lo spostamento della domanda di turismo verso le necessità di curare il fisico e la mente, con una maggiore attenzione verso i problemi della società, ha generato il bisogno di includere le attività fisiche e sportive nell'ambito turistico. Sotto altro profilo, la ricerca di stimoli energici per evadere dalla *routine*, ha portato alla diffusione di attività sportive praticate nella natura e alla diffusione degli sport cosiddetti estremi.

Queste varietà sportive si sono sviluppate ed hanno trovato sul mercato del *leisure* una importante copertura mediatica. Lo sport non è più solo un ambito tipico e limitato, per lo più agli interessati all'attività agonistica, professionistica e non – ma

²²)Cfr. R. RUGGIERO, *Tempo libero, turismo e Sport: un triangolo virtuoso*, <http://www.turismosportivo.it/scenari.html?5>.

ha assunto un carattere sociale molto più vasto e pervasivo, con conseguenze importanti per tutta la vita sociale. Direttamente connessi agli aspetti della crescita sociale sono poi quelli della dimensione economica dello sport²³.

Il coinvolgimento e la pratica di massa sono infatti, contemporaneamente, causa ed effetto dell'espansione della sua dimensione economica.

In precedenza l'attività sportiva si attestava nel suo ambito tipico, con un proprio sistema di finanziamento che produceva sufficienti risorse per i diversi settori e discipline senza alcun impegno di spesa pubblica, anzi generando anche un cospicuo gettito fiscale.

In pochi casi di sport professionistici si determinavano sinergie ulteriori tra economia e sport grazie all'intervento non solo finanziario di privati per lo svolgimento di attività sportive.

La crisi di questo sistema ha coinciso con la dilatazione anche economica degli effetti e degli interessi correlati allo sport. Settori importanti dell'economia e del sistema occupazionale si sono così più strettamente coniugati con le nuove esigenze dello sport e anche del turismo.

Basti pensare ai diversi comparti dei beni di consumo (abbigliamento e calzature, attrezzature specifiche, *food* e non, prodotti per la salute e la cura del corpo...); al turismo e ai servizi relativi, nonché ai trasporti interni e internazionali; all'industria editoriale e della comunicazione, alla pubblicità con diversi prodotti e tecnologie; ai servizi diversi per la promozione l'organizzazione e la gestione di eventi sportivi di massa; alla produzione di attrezzature e mezzi per la pratica agonistica e amatoriale di tutte le specialità e discipline.

L'avvento di nuove tecnologie informatiche e comunicative ha contribuito ad accelerare il processo del cambiamento. La *globalizzazione* degli eventi e spettacoli sportivi, primi fra tutti i *Giochi Olimpici* e i diversi *Mondiali di disciplina*, ha permeato di contenuti l'offerta internazionale del turismo. L'industria turistica si è servita delle nuove prospettive offerte dallo sport, offrendo di contro alle attrattive sportive una possibilità unica di diffusione a livello sociale, istituzionale ed economico.

Inoltre la combinazione di diversi fattori, quali l'aumento del tempo libero disponibile e la riduzione, in termini economici, dei viaggi ha facilitato

²³(
)Cfr.http://www.coni.it/fileadmin/user_upload/_temp_/mondo_sportivo/osservatori/documenti/Sport_economia_rapporto_nomisma_1999.pdf.

l'introduzione dello sport nell'offerta turistica, facendolo divenire, grazie alla sua attrattiva aggregante una delle principali motivazione che spinge al viaggiare.

La natura intrigante dell'interesse economico legato al *Turismo Sportivo* scaturisce dal fatto che questo non conosce barriere sia di lingua che di cultura. Questo settore coinvolge tutte le discipline sportive, si rivolge a tutte le età anagrafiche, aggrega tutti gruppi sociali e si sviluppa, a seconda delle caratteristiche territoriali e infrastrutturali, in tutte le aree geografiche.

Nella prassi, il *Turismo Sportivo* privilegia offerte in grado di integrare momenti di relax e divertimento con opportunità di pratica della disciplina sportiva preferita, anche in maniera leggera, rendendosi accessibile a tutte le fasce di età.

Inoltre, esso offre una scelta altamente differenziata, garantendo sia il gusto del viaggiare sia il godimento di praticare lo sport preferito ovvero partecipare, in qualità di spettatore, agli eventi sportivi preferiti.

Il turismo sportivo è una componente fondamentale del territorio e, di conseguenza, fattore determinante per il suo sviluppo sociale ed economico. Tale caratteristica è maggiormente visibile, durante eventi sportivi di portata internazionale quali le Olimpiadi ovvero i Campionati del Mondo relativi alle diverse discipline sportive.

BIBLIOGRAFIA

- CORBIN A., *L'invenzione del tempo libero 1850-1960*, Laterza, Roma-Bari 1996
- DE KNOP P., *A figurational perspective of the development of sport tourism*, Paper presented at the North American Society for the Sociology of Sport Conference, Sacramento, California, November 1995
- DE KNOP P., *Some thoughts on the influence of sport tourism* in Proceedings of The International Seminar and Workshop on Outdoor Education, Recreation and Sport Tourism, Wingate Institute for Physical Education and Sport, Netanya, Israel 1987
- DE KNOP P., *Sport for all and active tourism*, World Leisure and Recreation, 32, 1990
- DUMAZEDIER J., *Sociologia del Tempo Libero*, Franco Angeli, Milano 1978
- GAMMON S. - ROBINSON T., *Sport and tourism: A conceptual framework*. Journal of Sport Tourism 4 (3), 1997
- GIBSON H. - YIANNAKIS A., *Some characteristics of sport tourists: A life span perspective*, Paper presented at the annual conference for the North American Society for the Sociology of Sport, Savannah, Georgia, November 1994
- GIBSON H. - YIANNAKIS A., *Some correlates of the Sport Lover (tourist): A life course perspective*, presented at the North American Society for the Sociology of Sport Conference, Toledo, Ohio, November 1992
- GIBSON H., *Active sport tourism: Who participates?*, Leisure Studies, 17 (2), 1998
- GIBSON H., ATTLE S., YIANNAKIS A., *Segmenting the sport tourist market: A lifespan perspective*, Journal of Vacation Marketing, 4, 1998
- GIBSON H., *Some predictors of tourist role preference for men and women over the adult life course*, Unpublished Doctoral Dissertation, The University of Connecticut, Storrs 1994
- KURTZMAN J. - ZAUHAR J., *A wave in time—The sports tourism phenomena*, Journal of Sports Tourism, 4, 1997
- KURTZMAN J. - ZAUHAR J., *Research: Sport as a touristic endeavour*, Journal of Tourism Sport, <http://www.sirc.ca/sirc/jsptxt1.html>, 1995
- McFEE G., *The Olympic games as tourist event: An American in Athens, 1896*, Proceedings of the Leisure Studies Association, Second International Conference, Leisure, Labour, and Lifestyles: International Comparisons, Conference Papers no. 43. Eastbourne, UK, LSA Publications, 1990
- MINARDI E., *Il Lavoro ed il tempo liberato: alla ricerca dei nuovi sistemi produttivi di loisir*, in E. MINARDI, M. LUSETTI (a cura di), *Luoghi e professioni del loisir*, Franco Angeli, Milano 1997

ORONZO S., TUPONE D., CASELGRANDI M., DI MARCO M., *Manuale dello Sport*, FrancoAngeli, Milano 2004.

PIGEASSOU C., *Sport and tourism: The emergence of sport into the offer of tourism. Between passion and reason. An overview of the French situation and perspectives*, Journal of Sports Tourism, 4, 1997

PITTS B.G., *Sports Tourism and Niche Markets: Identification and Analysis of the Growing Lesbian and Gay Sports Tourism Industry*, Journal of Vacation Marketing, Vol. 5, No.1, 1999

RUGGIERO R., *Tempo libero, turismo e Sport: un triangolo virtuoso*, <http://www.turismosportivo.it/>

RUSSI L., *La democrazia dell'agonismo*, Libreria dell'università Editrice, Pescara 2003

STANDEVEN J. - DE KNOP P., *Sport Tourism*, Human Kinetics Europe, 1999

TOTI G., *Il tempo libero*, Ed. Riuniti, Roma 1975

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA" - C.O.N.I., *Le fonti di dati e le indagini statistiche sullo sport in Italia*, Rapporto 2002

WEBGRAFIA

<http://it.wikipedia.org/>

<http://www.coni.it/>

<http://www.istat.it/>

<http://www.pbmstoria.it>