

Lo sport come strumento di integrazione linguistica e culturale

Dati, analisi e trend del turismo sportivo

Aula Magna, Università per Stranieri di Siena

Siena - 19 Febbraio 2018



NUOVI PARADIGMI DELL'ATTIVITÀ TURISTICA

L'affermarsi delle

"nicchie"

nel settore turistico, ossia di prodotti turistici confezionati intorno ad un *interesse o una passione particolare*, è stata ed è una delle tendenze più significative negli ultimi anni che ha contribuito a modificare e ampliare il concetto di prodotto/servizio turistico.

Il sistema dell'offerta turistica è sollecitato a confezionare il prodotto attorno ad un interesse o una passione, con un servizio dove:

- I. la qualità orientata a soddisfare una domanda personalizzata è al primo posto
- II. l'offerta deve distinguersi, per originalità e specialità in modo da creare un distacco dalla concorrenza.



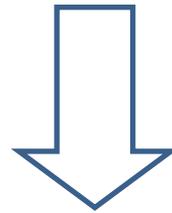
IL RAPPORTO FRA TURISMO E SPORT

I viaggi e lo sport rappresentano gli interessi più comuni e più continui della gente.

Insieme possono migliorare le persone.

Si tratta di un binomio che caratterizzerà tutto il XXI secolo.

Non è più solo importante il luogo della vacanza
ma le attività che vi si possono svolgere



NETWORK DELLE OPPORTUNITÀ TURISTICHE



IL TURISMO SPORTIVO

4 tipologie di turismo sportivo

Principali soggetti coinvolti

SPORT TURISMO

SPORT TURISMO

Tutti i viaggiatori che condizionano la meta del proprio viaggio in virtù della possibilità o meno di praticare un determinato sport

TURISMO
SPORTIVO IN
SENSO STRETTO

TURISMO SPORTIVO/BUSINESS

Alla componente sportiva si aggiunge quella professionale - lavorativa

Attivo: atleti professionisti delle FSN e delle società sportive professionistiche

Passivo: Dirigenti e dipendenti CONI, FSN e delle società sportive professionistiche

TURISMO SPORTIVO DI LOISIR
La pratica di un determinato sport, a livello amatoriale, rappresenta la base, il perno, dello spostamento

Praticanti a livello amatoriale che si spostano per partecipare a gare, allenamenti, stages, ecc.

TURISMO SPORTIVO DI SPETTACOLO

Pubblico live dello sport sia di livello amatoriale che professionistico



IL TURISMO SPORTIVO NEL PANORAMA MONDIALE



IL TURISMO SPORTIVO NEL PANORAMA MONDIALE

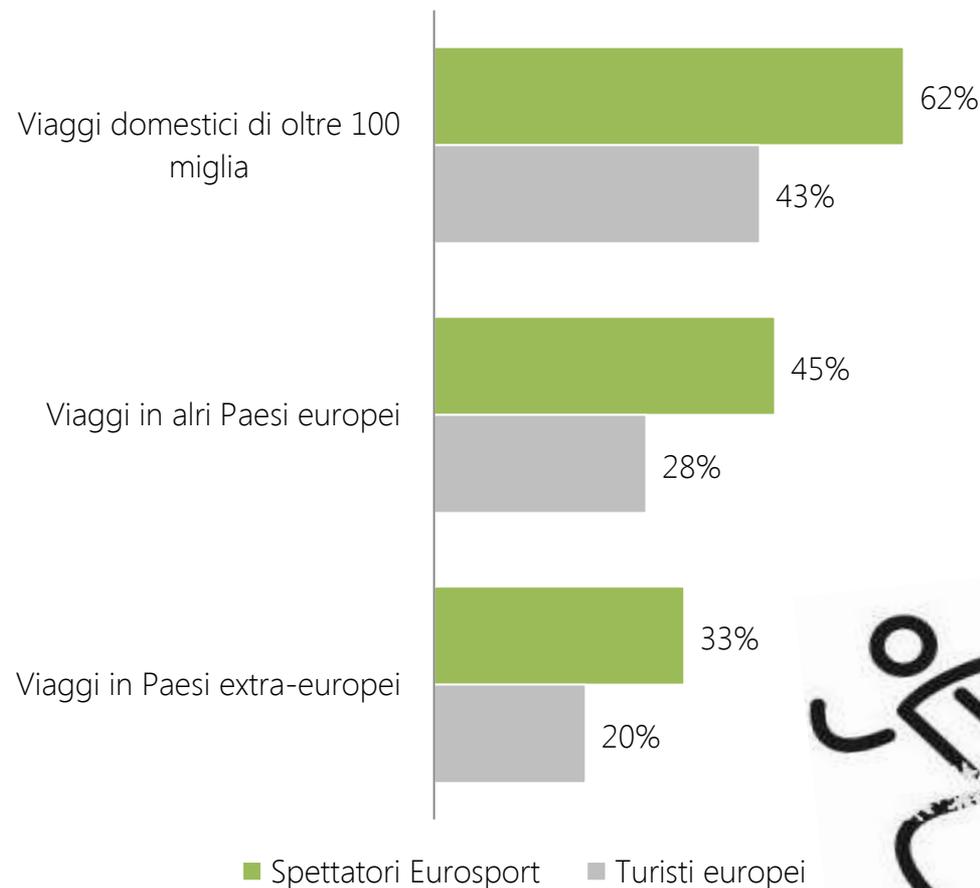
- Il turismo sportivo genera dai 12 ai 15 mln di arrivi internazionali ogni anno, con previsioni di crescita di circa il 6% annuo nel breve termine.
- Rappresenta il 10% dell'industria turistica mondiale, per un fatturato generato di circa 800 mld di \$.
- I principali Paesi di origine dei turisti sportivi sono Regno Unito, Germania, Italia, Spagna, Danimarca, Svezia e Finlandia.
- In alcuni Paesi l'indotto generato dal turismo sportivo ha superato la soglia del 25% del totale, raggiungendo in Australia la quota record pari al 55%.



Fonte: UNWTO e European Travel Commission, 2013

IL PROFILO DEL TURISTA SPORTIVO

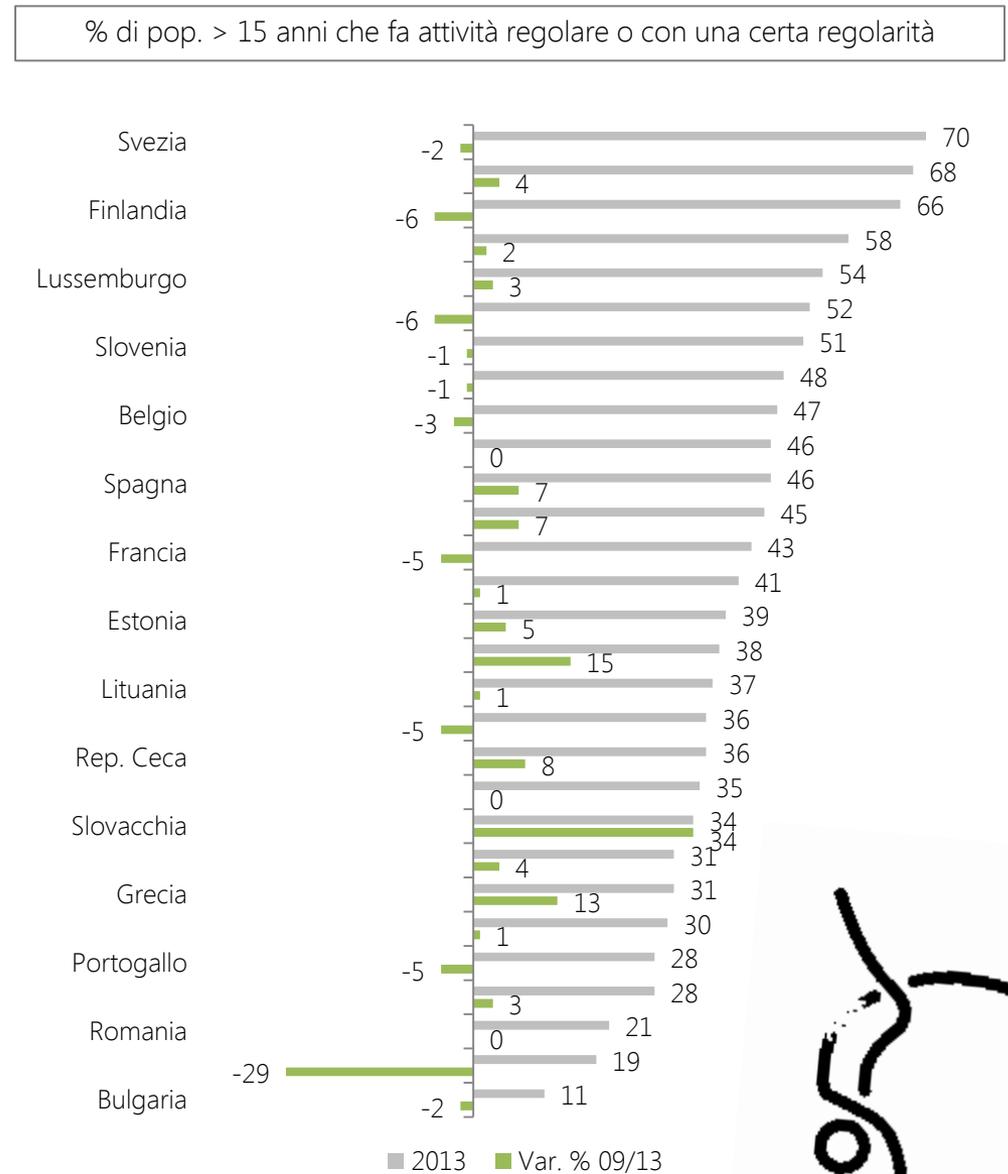
- I turisti sportivi si caratterizzano per capacità di spesa elevata e per tempi di permanenza medi più lunghi rispetto ad altre categorie.
- Inoltre, una volta rientrati nel loro Paese di origine, sono soliti raccomandare alla loro rete di conoscenze le mete dei loro recenti viaggi.
- Stando a una recente indagine campionaria condotta da Eurosport, chi viaggia per assistere a eventi sportivi è più propenso a coprire lunghe distanze.



Fonte: elaborazioni *DRES Consulting* per *Eurosport*. Base campionaria di 4.474 spettatori britannici, tedeschi, francesi e russi.

LA DOMANDA POTENZIALE DI TURISMO SPORTIVO: QUANTI, CHI, DA DOVE?

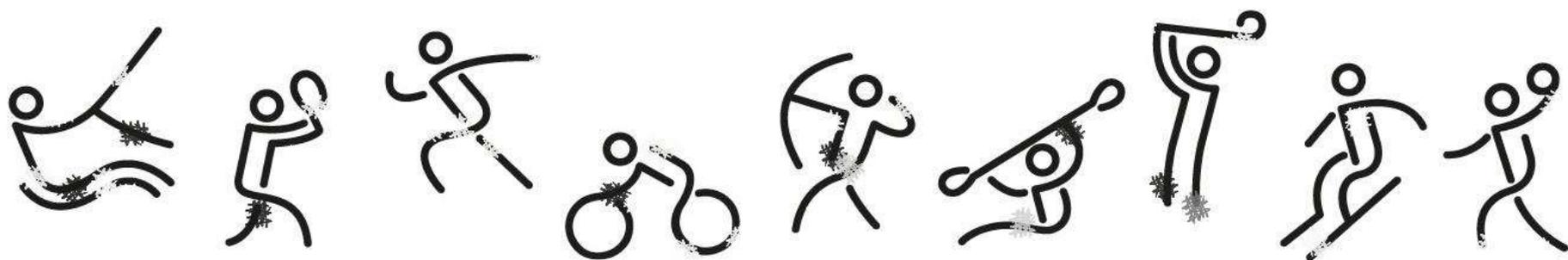
- Europa Centro-Occidentale e Nord Europa rappresentano i mercati più importanti per il nostro sistema turistico.
- Più maschi che femmine (53% contro 47%) ma il gap si riduce con l'aumentare dell'età
- Più giovani che anziani, ma sempre di più sono questi ultimi. Il tasso di attività sportiva decresce con l'età ma cresce nel tempo la quota degli over 40 che pratica sport
- Il tasso di attività aumenta con il livello di istruzione. Tra coloro che hanno studiato oltre i 19 anni solo il 27% non pratica sport



Fonte: Eurobarometro



IL TURISMO SPORTIVO IN ITALIA

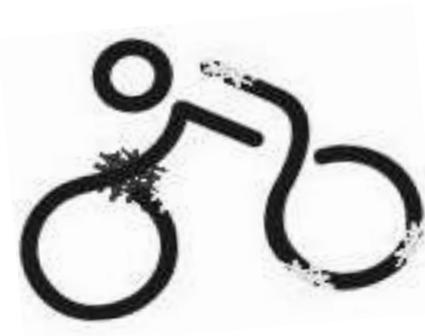


OSSERVATORIO SULLO SPORT TURISMO

- Oltre 20 milioni di italiani praticano una o più attività sportive con continuità e questa pratica è in costante aumento
- La pratica sportiva cresce nel tempo, per entrambi i generi e in tutte le età
- Lo sport viene esercitato per *PASSIONE o PIACERE (60,3%)*

- Crescono *i flussi turistici con la motivazione sport*
- Circa 1 italiano su 4 sceglie la meta delle proprie vacanze anche in virtù dell'offerta sportiva.
- Cresce anche il numero degli sport per i quali si fa turismo.

- Sono circa 11,2 milioni le persone che fanno sport all'interno di società sportive del CONI
- Sono circa 4,5 milioni gli atleti tesserati da FSN e DSA



UNA STIMA GREZZA DELLA DOMANDA EFFETTIVA DI SPORT TURISMO

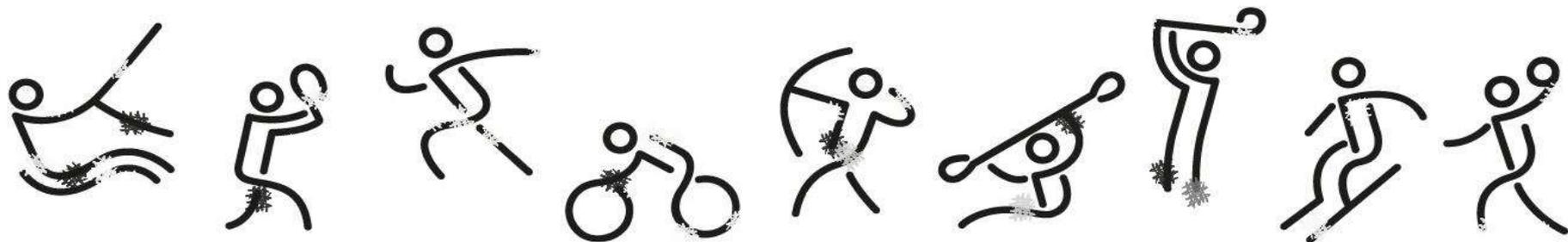
Italia: quota % della motivazione sport indicata quale motivazione del viaggio

	Italiani	Stranieri	Totale
2012	15,5	16,4	16,0
2014	17,1	18,6	17,9
2016	18,4	19,2	18,6

Fonte: elaborazioni CST su Customer Care Turisti, ONT e su Viaggi e Vacanze degli Italiani e dati banca d'Italia

Si stima che nel 2016, il 18,6% dei turisti abbiano scelto di trascorrere vacanze in Italia all'insegna dello sport (sia come motivazione principale o secondaria)

Si conferma la dinamica positiva dello sport come motivazione alla vacanza



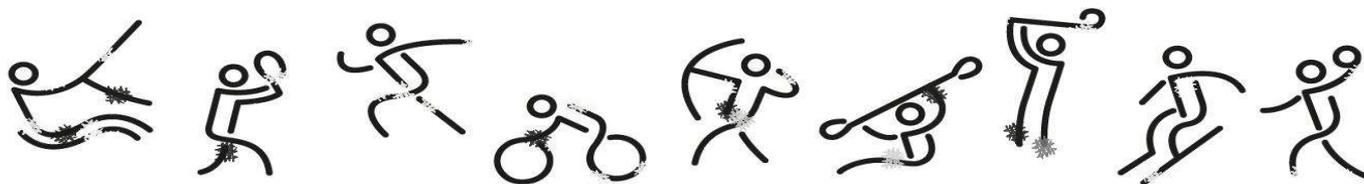
UNA STIMA GREZZA DELLA DOMANDA EFFETTIVA DI ITALIANI ALL'ESTERO PER SPORT TURISMO

quota % della motivazione sport indicata quale motivazione del viaggio all'estero			
	Viaggiatori	Pernottamenti	Spesa
Val. %	3,4%	3,3%	3,5%

Fonte: elaborazioni CST su Dati Banca d'Italia e Viaggi e vacanze degli Italiani - Anno 2016

Si stima che nel 2016, il 3,4% dei turisti italiani (pari a circa 1,7 milioni di persone) abbiano scelto di trascorrere vacanze all'estero all'insegna dello sport, sia come **motivazione principale** sia come motivazione secondaria. Queste persone hanno generato circa 7,8 milioni di pernottamenti per una spesa di oltre 800 milioni di euro

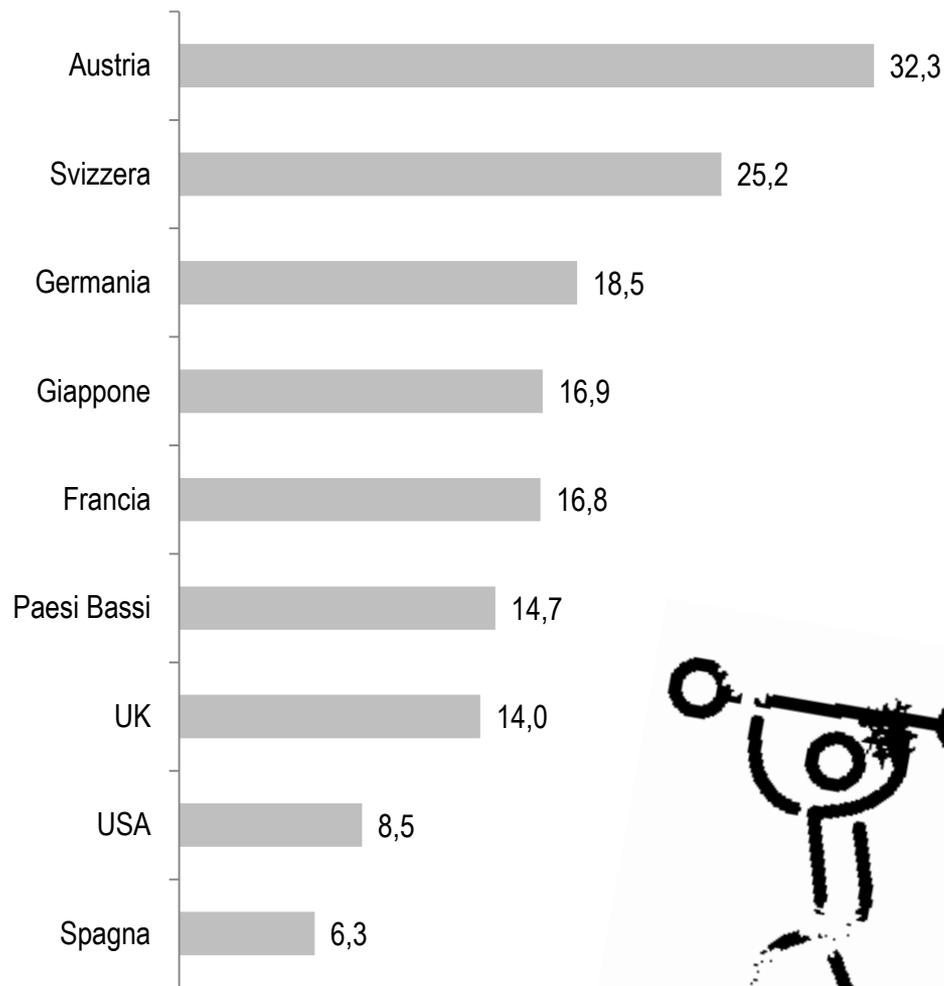
Si conferma la dinamica positiva dello sport per il turismo già vista per i dati incoming



I PRINCIPALI MERCATI STRANIERI

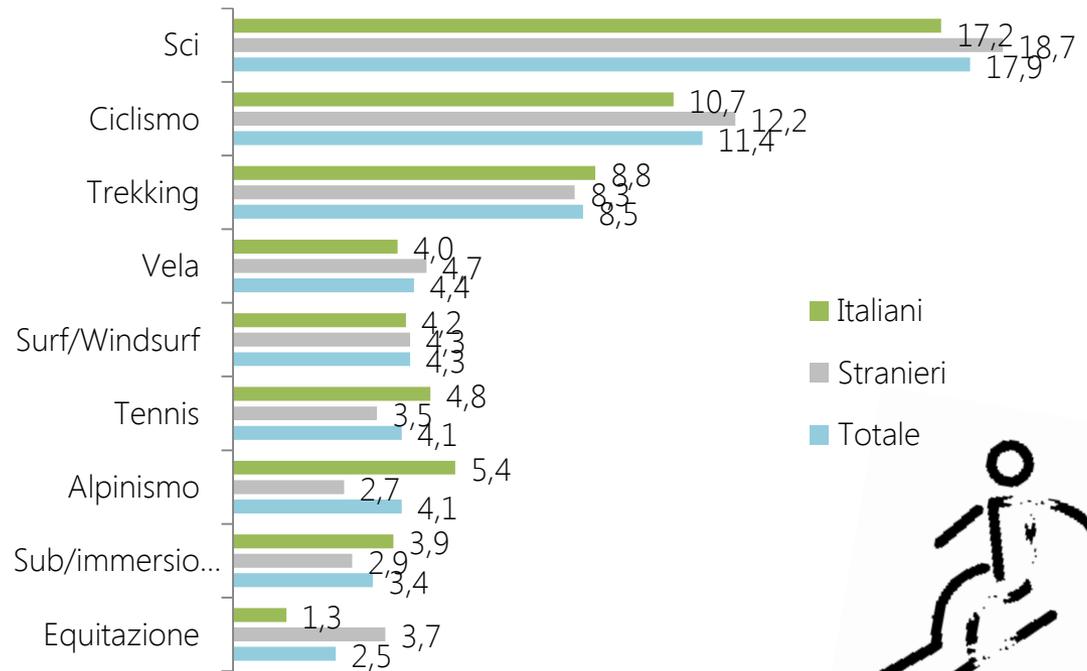
Il mercato estero in cui la motivazione sport detiene il maggiore peso è quello austriaco, con una quota di circa un terzo sul totale (32,3%); seguono gli svizzeri (25,2%) e i tedeschi (18,5%).

È interessante notare che anche per i mercati long-haul l'Italia è una destinazione appetibile per la vacanza sportiva: il 16,9% dei giapponesi e l'8,5% degli statunitensi in Italia sono attirati dalla possibilità di una pratica sportiva.



I PRINCIPALI SEGMENTI DEL TURISMO SPORTIVO IN ITALIA

Tra gli sport praticati da chi si muove in Italia per turismo, prevale lo sci, in particolare tra gli stranieri (18,7%). Al secondo posto il ciclismo (11,4%), grazie alla prestigiosa tradizione sia a livello di pratica che di produzione tecnica e accessoristica. Al terzo troviamo il trekking (8,5%) sport che presenta una forte connessione tra attività sportiva, montagna e natura.



Le prime 5 ulteriori motivazioni associate alla scelta della destinazione...

	Italiani	Stranieri	Totale
Bellezze naturali del luogo	26,5	34,5	30,4
Posto ideale per riposarsi	30,0	27,6	28,8
Per i divertimenti che offre	15,1	18,3	16,7
Il desiderio di vedere un posto mai visto	7,9	25,3	16,4
Shopping	7,2	13,6	10,3

Al momento della scelta di una destinazione, le bellezze naturali del luogo incidono notevolmente (30,4%) così come la possibilità di trovare luoghi ideali al relax (28,8%), allo svago (16,7%) e allo shopping (10,3%). La componente "novità" è, inoltre, molto importante per i turisti stranieri (25,3%).

I PRINCIPALI CANALI DI COMUNICAZIONE...

Il passaparola (43,3%) si attesta quale fonte principale per la scelta di turismo sportivo, in particolare per gli stranieri (47,5%) che si affidano più di tutti al consiglio di chi ha già visitato le località come prima fonte di informazione.

Oltre all'esperienza reiterata o personale (36,4%), il web si conferma luogo importante per la raccolta delle informazioni, più per gli stranieri 38,5% che per gli italiani i quali dichiarano di servirsene solamente per il 23,4%.



	Italiani	Stranieri	Totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/familiari	40,5	47,5	43,3
C'ero già stato/esperienza personale	46,1	22,3	36,4
Internet	23,4	38,5	29,5
Informazioni su Internet	18,3	22,3	19,9
Offerte su Internet	6,2	12,5	8,8
Social network	3,7	9,0	5,8

...E LA SPESA MEDIA

La vacanza sportiva ha un costo medio pro-capite pari a 97,43 € per il viaggio A/R (75,41 € per gli italiani e 122,83 € per gli stranieri). L'alloggio richiede mediamente 44,57 € al giorno (42,03 € per gli italiani e 46,86 € per gli stranieri) mentre 68,59 € (67,26 € per gli italiani e 69,99 € per gli stranieri) sono destinati alle restanti spese giornaliere.

	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio A/R (media a persona)	75,41	122,83	97,43
Alloggio (media giornaliera a persona)	42,03	46,86	44,57
Altre spese (media giornaliera a persona)	67,26	69,99	68,59

LE COMPETIZIONI SPORTIVE ED IL TURISMO

La dimensione del fenomeno e l'impatto economico

Rappresentano un momento importante in termini di comunicazione e promozione, nonché di creazione di un'immagine di una destinazione

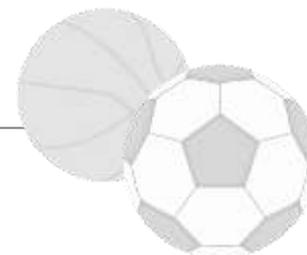
Generano flussi di incoming durante l'evento e ulteriori flussi proiettati negli anni a seguire

Possono rappresentare una soluzione utile sia per il lancio di una località, che per intervenire nella gestione di una destinazione matura

Favoriscono lo sviluppo dello Sport Turismo in quella destinazione

Toscana SporTurismo

Elementi di analisi per una regione importante per il turismo sportivo



IL TURISMO SPORTIVO IN TOSCANA

La Toscana offre al turista un contesto paesaggistico unico in cui il connubio tra sport e turismo si esprime armoniosamente in molteplici discipline. Il clima favorevole e la varietà dei paesaggi rendono le diverse aree particolarmente versatili alla pratica sportiva



A circular diagram with a dashed border containing the following sports disciplines:

- NUOTO
- ALPINISMO
- SPORT DI SQUADRA
- KAYAK
- GOLF
- SPORT INVERNALI
- TREKKING
- MOTORI
- AERONAUTICA SPORTIVA
- ATLETICA LEGGERA
- IPPICA
- TENNIS
- CICLISMO
- PODISMO
- PESCA
- ORIENTEERING
- RAFTING
- VELA
- CACCIA
- CANOVA

ToscanaSporTurismo

Molto interesse della Amministrazione Regionale al turismo sportivo
Importante come fattore di attrazione ma anche di destagionalizzazione

- Sono cresciuti i flussi turistici in regione con la motivazione sport
- Dal 2008 al 2016 si registra una crescita del 20% dei flussi turistici derivanti dalle varie attività sportive praticabili in regione.
- Cresce anche il numero degli sport per i quali si fa turismo (bicicletta, running, golf, sport acquatici, sport avventura.....).
- Sono *circa 8 milioni* i pernottamenti in strutture ricettive per un volume di affari di *oltre 800 mln di euro*.
- In forte crescita il numero di stranieri che scelgono la Toscana in virtù dell'offerta sportiva



LA TOSCANA DELLE DUE RUOTE

Oltre 25mila Km di percorsi in pianura, collina e montagna.

Ogni angolo della Toscana ha le sue proposte, che si sviluppano su strade asfaltate o strade sterrate.

Oltre ai grandi eventi ciclistici di levatura internazionale, come la *Strade Bianche* e la *Tirreno-Adriatico*, la Toscana ospita ogni anno centinaia di gare professionali e non che attirano partecipanti sia dall'Italia che dall'estero.

LE CICLOSTORICHE

Parli di ciclostoriche e pensi a *L'Eroica*, nata nel 1997 a Gaiole in Chianti e oggi alla XXI edizione. Dai 92 partecipanti della I edizione si è passati a oltre **7.000 del 2017**, per un totale di circa 6.000 famiglie in visita nell'area nei giorni della manifestazione e oltre 130 giornalisti accreditati.

Numeri record che hanno spinto appassionati di tutto il mondo a organizzare eventi analoghi. Solo in Toscana, esistono altre 14 gare ciclostoriche, 3 delle quali alla prima edizione proprio nel 2017.

L'IMPATTO ECONOMICO DEI MONDIALI DI CICLISMO 2013 IN TOSCANA

- Hanno generato 440 mila pernottamenti ufficiali e non in tutta la Toscana (turisti + addetti ai lavori)
- La spesa sostenuta dai residenti per assistere alle manifestazioni è stata pari ad oltre 2,5 milioni di euro
- La spesa dei turisti è stata di oltre 46,8 milioni di euro
- La spesa degli escursionisti è stata di 5,9 milioni di euro
- La spesa degli addetti ai lavori è stata di 13,3 milioni di euro
- La spesa complessiva è stata di 68,5 mln di euro
- Oltre alla spesa dei turisti/escursionisti/residenti si deve tenere conto anche degli investimenti della Pubbliche Amministrazioni, gli investimenti privati, le sponsorizzazioni



CORRI IN TOSCANA

Maratone, Mezze Maratone, Eco-maratone, Urban Walking, gare competitive e non...in Toscana la media è pari a 1,4 eventi podistici al giorno.

Solo nel 2017, sono oltre 500 le gare legate al mondo del «running».

Alle competizioni del 2017 hanno partecipato in media oltre 1.500 corridori per gara.

I picchi di afflusso sono stati rilevati in occasione delle manifestazioni non competitive e delle maratone cittadine. A tagliare il traguardo della *Deejay Ten* a Firenze erano in 9.644 mentre la *Firenze Marathon 2017* ha contato su 10.130 partecipanti, il 36% dei quali provenienti dall'estero. (83 nazioni)

Numeri interessanti anche per l'*Ecomaratona del Chianti* che alla XII edizione del 2017 ha visto partecipare oltre 5000 persone di cui circa il 20% di partecipanti di matrice straniera (41 paesi esteri).



L'IMPATTO ECONOMICO DELLA FIRENZE MARATHON 2013

- 11.332 iscritti.
- Tra partecipanti alla maratona, accompagnatori, standisti, le persone che hanno orbitato intorno all'evento sono state oltre 41 mila persone (escluso il personale coinvolto nell'organizzazione).
- La spesa complessiva è stata stimata in circa 6,2 mln di euro (ad esclusione delle spese di iscrizione), di cui 3,2 milioni destinati al pernottamento.
- Il 93% dell'importo è stato generato da comportamenti di consumo dei turisti.



LA TOSCANA DEI MOTORI

Anche in questo caso, la Toscana dei motori non è solo Mugello.

Il 2016 è stato un anno ricco di eventi:

18 gare all'Autodromo del Mugello, 9 all'Autodromo di Siena, 13 gare Kart, 17 Rally e 12 Regolarità, senza contare gli innumerevoli auto e motoraduni e le manifestazioni storiche.

L'IMPATTO ECONOMICO

DELL'AUTODROMO DEL MUGELLO

È stato stimato che le 230 mila persone che mediamente frequentano ogni anno l'autodromo generano 160mila notti nelle strutture ricettive oltre a 145mila giornate escursionistiche.

Il 73% dei pernottamenti si realizzano nell'ambito del SEL Mugello, il 12% nelle strutture ricettive della provincia, il 15% nelle strutture del resto della Toscana.

La spesa totale di spettatori/fruitori della struttura è stimata in circa 27 milioni di euro, ai quali vanno aggiunti i ricavi di gestione della struttura per un totale di oltre 43 milioni di euro. Tale valore attiva una produzione totale di 66 milioni di euro.

L'ORIENTEERING

Nonostante la sua diffusione a livello regionale sia relativamente recente, l'Orienteering è una disciplina sportiva che nasce sul finire dell'Ottocento in Norvegia. Arriva in Italia nel dopoguerra grazie all'impegno di Francesco Vida, un Ufficiale dell'Esercito Italiano.

L'Orienteering si pratica non solo a piedi ma anche in mountain bike o con gli sci di fondo. Forse non tutti sanno che si tratta di una «disciplina accessibile». Si tratta del cosiddetto Trail Orienteering, variante sviluppata per offrire alle persone con limitate capacità motorie la possibilità di partecipare a gare e competizioni, con l'ausilio di sedia a rotelle manuale/elettrica, bastone o accompagnamento.

Uno degli eventi di maggiore rilievo in Toscana è la *Five+Five* di Cecina, gara internazionale a tappe di corsa orientamento.

L'edizione del 2015 ha infatti visto al via ben 500 partecipanti provenienti da 18 nazioni: Norvegia, Svezia, Finlandia, Gran Bretagna, Irlanda, Italia, Svizzera, Germania, Ucraina, Estonia, Lettonia, Slovacchia, Austria, Australia, Danimarca, Bulgaria, Bielorussia e Macedonia.



IL TURISMO SPORTIVO A SIENA: *qualche numero*

I numeri di alcuni eventi sportivi a Siena nel 2017.

Strade Bianche – 5.000 iscritti

Ultramarathon – 2.000 iscritti

Nordic Walking Siena – 700 iscritti

Trail delle Mura – 600 iscritti

Duathlon città di Siena – 500 iscritti

Da gennaio a dicembre oltre 60 eventi collegati al *running* sul territorio della provincia di Siena nel 2017 per circa 20.000 partecipanti per oltre 45.000 persone che orbitano intorno agli eventi.

Strade Bianche 2018 – 3 marzo 2018 – Analisi principali OTA - oltre il 94% di strutture prenotate – AIRBNB solo il 9% di annunci disponibili

Ultramarathon 2018 – 23/24/25 febbraio 2018 – Analisi principali OTA - oltre l'88% di strutture prenotate – AIRBNB solo il 15% di annunci disponibili

IL TURISMO SPORTIVO PER CASTIGLIONE DELLA PESCAIA

Località balneare con elevate punte di stagionalità e con cali di flussi turistici negli ultimi anni.

Comune Europeo dello Sport per l'anno 2014

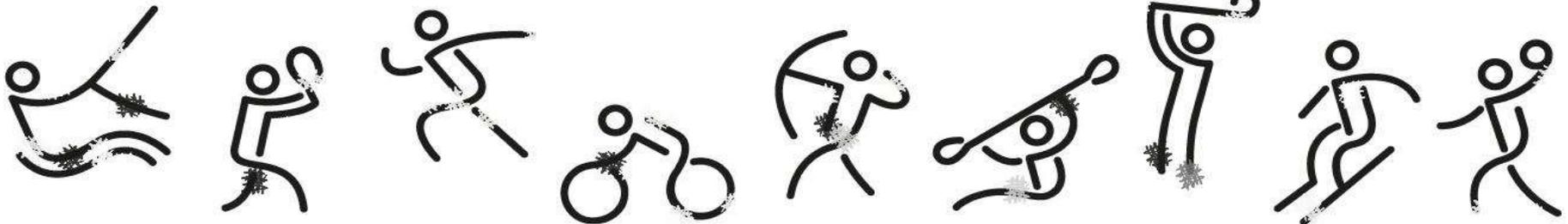
Piano di Marketing territoriale anno 2013 per stagione turistica 2014 – 2015 - 2016

Lo sport come tematica principale – gli eventi sportivi

LE GIORNATE EUROPEE DELLO SPORT

Da Pasqua al 21 giugno il periodo di effettuazione

Organizzazione di oltre 100 eventi sportivi collegati alla Bicicletta ed al Mare ogni anno



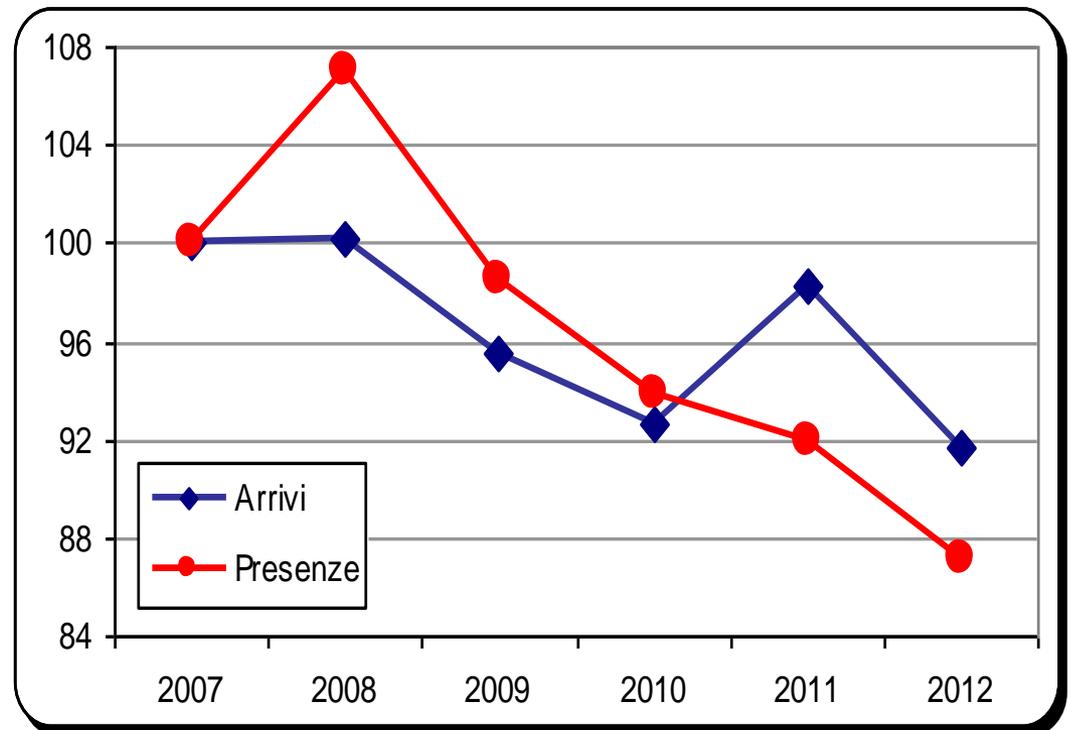
IL TURISMO SPORTIVO PER CASTIGLIONE DELLA PESCAIA

PUNTO DI
PARTENZA

Il movimento turistico nel comune di Castiglione della Pescaia – Anno 2012

	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Alberghiero	38939	172807	17833	105766	56772	278573
Extra	79221	595904	35086	289283	114307	885187
Totale	118160	768711	52919	395049	171079	1163760

Da quattro anni il trend dei flussi turistici a Castiglione della Pescaia è negativo, **con un andamento peggiore non solo della media regionale ma anche del turismo balneare regionale**. Le cause principali vanno ricercate in un'accresciuta competitività interna, particolarmente della costa livornese a nord e della costa d'argento a sud, soprattutto nel comparto dei campeggi e villaggi turistici.



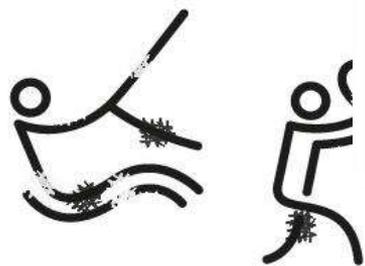
IL TURISMO SPORTIVO PER CASTIGLIONE DELLA PESCAIA

	2016		2015		2014		2013		var. % 2013/2016	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	arrivi	presenze
Totale esercizi ricettivi			Totale esercizi ricettivi		Totale esercizi ricettivi		Totale esercizi ricettivi			
Italiani	143.573	933.783	136.064	907.423	136.114	814.160	125.709	787.133	14,21	18,63
Stranieri	66.740	464.461	63.794	524.122	63.550	457.869	61.521	442.050	8,48	5,07
Totale	210.313	1.398.244	199.858	1.431.545	199.664	1.272.029	187.230	1.229.183	12,33	13,75
	var. % 2015/2016		var. % 2014/2015		var. % 2013/2014					
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze				
	5,52	2,90	-0,04	11,46	8,28	3,43				
	4,62	-11,38	0,38	14,47	3,30	3,58				
	5,23	-2,33	0,10	12,54	6,64	3,49				

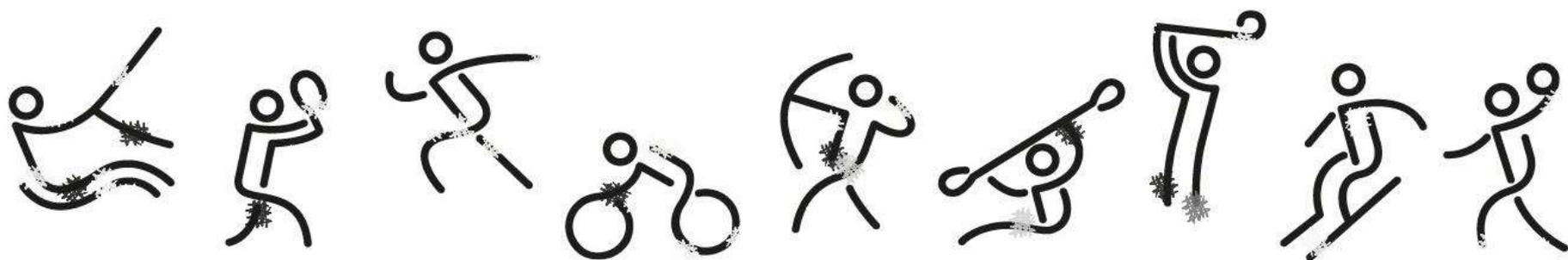
LA RICADUTA SUL TURISMO
Aumenti flussi
Aumento stagionalità

AUMENTO DEL
LIVELLO DI
IMMAGINE
DELLA
DESTINAZIONE

	ARRIVI					Variazioni 13
	2017	2016	2015	2014	2013	
ITALIANI	57.250	41.955	44.778	45.208	35.804	+59.89 %
STRANIERI	23.946	21.110	19.736	20.642	19.829	+20.76 %
TOTALI	81.196	63.065	64.514	65.850	55.633	+45.95 %
	PRESENZE					Variazioni 13
	2017	2016	2015	2014	2013	
ITALIANI	196.795	198.908	174.939	167.553	141.478	+39.09 %
STRANIERI	145.421	130.712	138.924	127.071	120.025	+21.16 %
TOTALI	342.216	329.620	313.563	294.624	261.503	+30.86 %
TOTALI Arrivi	81.196	63.065	64.514	65.850	55.633	+45.95 %
TOTALI Presenze	342.216	329.620	313.563	294.624	261.503	+30.86 %



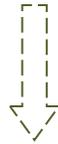
CONSIDERAZIONI FINALI



LE MODALITÀ ORGANIZZATIVE

Il parere degli stakeholders intervistati sull'opportunità di dar vita ad un sistema organizzativo del turismo sportivo

Un unico soggetto "playmaker" del turismo sportivo



Su 307 interviste condotte dal CST, i 200 rispondenti a questa specifica domanda nel 98% dei casi hanno risposto che un referente unico (sport/turismo) rappresenterebbe un valore aggiunto per l'intero territorio.

I vantaggi previsti dai rispondenti:

- Strumento per promuovere un'offerta territoriale integrata
- Strumento per sviluppare sinergie con altri settori
- Vantaggio di avere un solo referente per l'evento sportivo
- Un modo per selezionare la qualità e affidabilità dei fornitori



IL VALORE PER UN TERRITORIO

Il mercato del turismo sportivo, in particolare nel segmento quantitativamente più importante dello sport-turismo, ha assunto un peso tale da non poter più essere circoscritto ad una dimensione di nicchia

Elemento importante di marketing territoriale

*completa l'offerta turistica di un territorio
attrae investimenti, occupazione, sviluppo economico
riqualifica vaste aree geografiche*

