

## Turismo sportivo e *stakeholder approach*

### I. L'evoluzione teorica e l'inquadramento concettuale del turismo sportivo

In letteratura non c'è una data condivisa a partire dalla quale possa essere fatto risalire l'inizio dell'interesse e dello studio del turismo sportivo.

Pigeassou (2004), per esempio, attribuisce la prima riflessione sul rapporto tra sport e turismo all'attività dell'International Council for Sport Science and Physical Education del 1971 e alla prima conferenza scientifica avente per oggetto il turismo sportivo da parte della stessa organizzazione (insieme all'International Council for Health, Physical Education and Recreation), tenutasi in Israele molto più tardi, nel 1986.

Weed (2009) fa risalire il fenomeno ad un periodo precedente, collocando nel 1966 la prima pubblicazione sul turismo sportivo<sup>1</sup>.

Dal punto di vista storico il legame tra sport e turismo è comunque presente fin dagli anni dei primi giochi olimpici svoltisi nella Grecia antica nel 776 a.C. Già in questa epoca, infatti, gli impianti sportivi costruiti permettevano la partecipazione di atleti e spettatori alle attività sportive e gli atleti venivano accompagnati da supporter (Pigeassou 2004).

Il turismo sportivo si è inizialmente sviluppato grazie all'aristocrazia inglese ma i cambiamenti avvenuti dalla metà del ventesimo secolo hanno fortemente ridotto l'importanza di questa clientela. Solo intorno al 1950, almeno in Europa, il turismo prima, lo sport poi, sono divenuti veri fenomeni sociali ed economici. La ricerca di nuovi clienti, di nuovi spazi di attività hanno sollecitato gli operatori del settore turistico ad investire nello sport. Nel settore sportivo tali benefici, derivanti dalla coniugazione con il settore turistico, sono stati compresi un po' più tardi (Sobry 2004).

<sup>1</sup> Tale pubblicazione, effettuata da parte del Central Council for Physical Recreation, dal titolo *Sport and Tourism*, fu scritta da Anthony (1966).

## 14 Coreografie di stakeholders nel management del turismo sportivo

La novità del concetto di turismo sportivo non sta infatti, nel fenomeno, ma nella istituzionalizzazione del legame tra sport e turismo (Chalip 2001: 78).

Il crescente interesse per il legame tra i due elementi deriva da molti fattori tra i quali rivestono particolare importanza: la crescita di popolarità di eventi sportivi nazionali e internazionali; la diffusa consapevolezza dei benefici derivanti dalla pratica dello sport; il riconoscimento da parte dei governi dell'importanza dello sport dal punto di vista dell'economia (Gammon, Robinson 2003). Questo è stato dimostrato anche dall'incremento di eventi sportivi organizzati dalle città al fine di attrarre turisti (Gibson 1998). Molti autori, a tal proposito, hanno descritto l'uso degli eventi sportivi come strategia di sviluppo del turismo o di sviluppo economico, più generalmente inteso, da parte di molte città: Barcellona, Helsinki, Manchester, Rotterdam, Torino (Van den Berg *et al.* 2000), Sheffield (Bramwell 1997, 1998), Scarborough (Ontario), (Ghanem, Ashkenazy 1993)<sup>2</sup>.

Anche le nuove tecnologie, sviluppate nell'ambito della produzione di attrezzature sportive, hanno contribuito allo sviluppo del turismo sportivo (Redmon 1991: 108). Basti pensare per esempio all'espansione delle tradizionali stagioni sportive resa possibile grazie alle innovazioni tecnologiche (per esempio nell'abbigliamento e nell'equipaggiamento protettivo) (Higham 2006: 111) e alla facilità di viaggio permessa anche dallo sviluppo delle tecnologie dei trasporti e delle comunicazioni (Kurtzman, Zauhar 1995).

Il turismo sportivo è ormai diventato oggetto di studio da diversi anni nell'ambito dell'accademia internazionale ed è stata creata anche una rivista dedicata a questo tema specifico<sup>3</sup>. L'argomento è inoltre stato trattato da diverse riviste nel campo del management turistico e del management dello sport.

Nell'ambito della letteratura il concetto di turismo sportivo viene affrontato in diversi modi. Facendo riferimento alla distinzione operata da Weed (2009), il turismo sportivo può essere considerato da due punti di vista:

- quello della *natura del concetto*, che ha il fine di evidenziarne terminologie e categorie;
- quello delle specifiche *aree di ricerca*, tra le quali possiamo ricordare: il turismo sportivo degli eventi, l'impatto del turismo sportivo, in termini economici e di sostenibilità, il marketing delle destinazioni.

Secondo la prima prospettiva, considerando in primo luogo le *terminologie*, i primi contributi presenti in letteratura forniscono diverse definizioni di turismo sportivo che possono essere raggruppate in tre categorie (Pigeassou 2004) (Tab. 1):

<sup>2</sup> Per un approfondimento vedi Chalip e Leynes (2002).

<sup>3</sup> «Journal of Sports & Tourism».

Tabella 1. Alcune definizioni di turismo sportivo.

**Definizioni in base all'osservazione delle modalità d'uso (o del comportamento del turista)***De Knop (1987)*

Una persona che in vacanza pratica un'attività sportiva

*Redmond (1990, 1991)*

Tre tipi di uso:

- spettatori di avvenimenti sportivi
- partecipazione attiva all'attività sportiva
- visitatori di elementi della cultura sportiva (musei, monumenti, celebrazioni della memoria dello sport)

*Hall (1992)*

Due tipi di comportamento:

- viaggio per assistere ad un'attività sportiva
- viaggio per partecipare ad un'attività sportiva o ludico-sportiva

*Nogawa et al. (1996)*

Tre tipi di uso:

- viaggio per prendere parte a un evento sportivo
- viaggio per assistere a uno spettacolo sportivo
- viaggio per partecipare a delle attività sportive auto-organizzate

**Definizioni in base all'osservazione del tipo di prodotto di turismo sportivo***Kurtzman (1996)*

Cinque categorie di prodotti principali

- il prodotto sportivo focalizzato sull'utilizzazione delle attrazioni sportive (musei sportivi, congressi, conferenze sportive, esibizioni e dimostrazioni sportive, parchi sportivi – acquatici in particolare –, zone di rafting, golf, piste e attrezzature per lo sci, stadi)
- i soggiorni di turismo sportivo nei centri, nelle stazioni o nei campi di divertimento o di intrattenimento sportivo
- le crociere nelle quali l'obiettivo è lo sport, l'incontro di sportivi, le visite di luoghi sportivi
- i viaggi di turismo sportivo per l'esercizio della pratica di una attività sportiva: golf, tennis, safari, trekking, ecc.
- il turismo sportivo nell'occasione di un evento regionale, nazionale o internazionale (es. giochi olimpici)

**Definizione sulla base del tipo di esperienza***Standeven (1998)*

Il turismo sportivo come esperienza culturale a due dimensioni:

- l'attività fisica
- il luogo di fruizione

Fonte: nostro adattamento da Pigeassou (2004: 42-43).

- i tipi di comportamento del turista; Redmond fu il primo a riconoscere che gli spettatori rappresentano solamente una delle tante tipologie di turista sportivo (Gibson 1998);
- le caratteristiche del prodotto; Kurtzman (1996) descrive il turismo sportivo elencando cinque possibili tipologie di prodotto;

## 16 Coreografie di stakeholders nel management del turismo sportivo

- il tipo di esperienza; elemento di distinzione utilizzato da Standeven (1998).

L'evoluzione degli studi in materia ha portato a tre principali definizioni di turismo sportivo le cui differenze sono relative al principio organizzativo scelto (Pigeassou 2002: 43):

1) sulla base della definizione di Standeven e De Knop (1999: 12) il turismo sportivo comprende «tutte le forme di coinvolgimento attivo o passivo in attività sportive, svolte casualmente o in modo organizzato per motivi non commerciali o commerciali, che richiedono di lasciare la propria abitazione e la propria sede di lavoro»;

2) Gibson (1998: 49, 2002) definisce invece il turismo sportivo: «viaggi basati sul tempo libero che portano gli individui temporaneamente fuori dalle loro comunità di residenza per partecipare all'attività fisica, per guardare l'attività fisica o per venerare attrazioni associate con attività fisica». Il turismo sportivo si realizza quindi nelle attività di tempo libero che richiedono spostamenti e che si basano su di una partecipazione (agire, guardare, commemorare);

3) per Pigeassou (2002) la definizione di turismo sportivo dipende da una identificazione delle diverse fasi che interessano l'oggetto del turismo sportivo: una prima fase riguarda uno spostamento e un soggiorno fuori dal proprio domicilio (la destinazione), una seconda fase riguarda l'obiettivo dello spostamento/soggiorno (tipo di attività). Lo sport in questa definizione non contempla solo attività fisiche (pratica di sport agonistici, ludici, di avventura, ecc.) ma anche culturali (manifestazioni sportive, spettacoli, conferenze, congressi, ecc.).

Considerando i contributi di Gibson (1998; 2002) e di Standeven e De Knop (1999), il turismo sportivo rientra nelle normali classificazioni già utilizzate per le più *tradizionali* tipologie di turismo. Pigeassou, al contrario, ha proposto una concettualizzazione mirante all'affermazione di una sua totale autonomia (Ciampicattigli *et al.* 2004).

Per Pigeassou il turismo sportivo deriva da due approcci *esperienziali*, uno legato ad un'attività fisica e l'altro legato ad attività cognitive o estetiche.

In questa definizione l'elemento dell'esperienza sportiva costituisce la motivazione principale del soggiorno turistico, un'attività insostituibile del progetto turistico.

Questa distinzione è più analitica rispetto a quelle precedentemente esaminate (Standeven, De Knop 1999).

L'emergere, secondo Pigeassou (2004), del turismo sportivo come oggetto di studio, richiede un quadro di osservazione che permetta di delimitare il fenomeno da studiare. Per delimitare il campo di studio egli individua tre elementi: