

LO SPORT PER LA PROMOZIONE TURISTICA**Il parere di Confcommercio Basilicata**

Il turismo sportivo costituisce una grande opportunità di crescita non solo per le imprese che si occupano di ricettività alberghiera e ristorazione ma per l'intera economica locale e una valida alternativa alla tradizionale vacanza, permettendo di sfruttare alcuni fattori "attrattivi" del territorio (patrimonio naturalistico-storico-culturale, eno-gastronomia) tutto l'anno in chiave di destagionalizzazione dei flussi turistici. Con queste motivazioni Confcommercio Imprese Italia Potenza e Federalberghi hanno partecipato a Tito all'incontro promosso dal Comitato Regionale della Lnd Basilicata, insieme ad Eni, dal titolo "Turismo sportivo, culturale e paesaggistico" che rientra nei Progetti di Eni Val d'Agri. "Lo sport costituisce un punto di forza per il successo competitivo di una località - ha detto Fausto De Mare, presidente Confcommercio - ma ad eccezione di alcune Regioni particolarmente virtuose, come il Trentino Alto Adige, il Veneto e l'Emilia Romagna che vi investono risorse economiche ed organizzative, l'Italia non ha ancora attribuito al turismo sportivo l'importanza che invece, come dimostrano le cifre intorno a cui ruota il suo business, meriterebbe. E' in particolare il calcio, come dimostrano i numeri dei tesserati alla Lnd Basilicata, che insieme alle altre discipline sportive può contribuire allo sviluppo del turismo culturale e paesaggistico. Non dobbiamo immaginare solo i grandi eventi di carattere internazionale, ma le regolari attività che quotidianamente questo settore genera. Spettatori, gruppi di atleti e società rappresentano una nicchia di mercato e, allo stesso tempo, un target di alto valore in continua crescita non solo in Italia ma anche in Europa e nel mondo". De Mare ha quindi espresso a nome dei circa 500 operatori economici, piccole e medie imprese del settore turismo, alberghi, ristoranti, pensioni strutture ricettive in genere associati al sistema Confcommercio-Federalberghi la piena disponibilità a dare un contributo per valorizzare i nostri territori a partire dalla domanda di pratica sportiva. Le nostre - ha spiegato - sono prime idee progettuali, in attesa di un tavolo specifico di lavoro con tutti i soggetti in campo e con l'Eni, che trovano un punto di riferimento istituzionale nella Camera di Commercio regionale nella quale Confcommercio rappresenta i settori commercio e turismo. Michele Tropiano, presidente di Federalberghi ha sostenuto che la filiera del turismo sportivo inoltre è fondamentale per l'economia dei territori



di montagna. Il connubio tra turismo e sport è dunque un modo per rendere più completa l'offerta e soddisfare così il maggior numero di persone che si spostano anche per questo motivo. Bisogna innanzitutto distinguere tra turismo sportivo attivo e quello passivo: il primo implica che ci si sposti per dedicarsi ad attività sportive e agonistiche in prima persona, il secondo invece significa viaggiare con lo scopo di assistere ad una manifestazione sportiva. Il primo tipo è senza dubbio il più frequente.

Per molti trascorrere le proprie vacanze all'insegna dell'attività fisica e non del relax è un modo per dare sfogo alle proprie passioni, per scaricare la tensione accumulata sul lavoro (è infatti dimostrato che lo sport stimola la produzione di endorfine, l'ormone del benessere, aiutando così a scaricare i nervi) e per divertimento. Un secondo modo di vivere l'unione tra turismo e sport è quello definito invece turismo sportivo passivo e si riferisce allo spettatore di una qualsiasi attrazione sportiva. Pensiamo ad esempio agli accompagnatori, allo staff societario, all'equipe medica o più banalmente ai semplici tifosi di un club specifico. Sono proprio questi ultimi i viaggiatori abituati a programmare il proprio week end in base alla partita della squadra del cuore e, con il pretesto di seguirla in trasferta, ne approfittano per visitare le numerose bellezze del nostro Paese.



Un momento dell'incontro