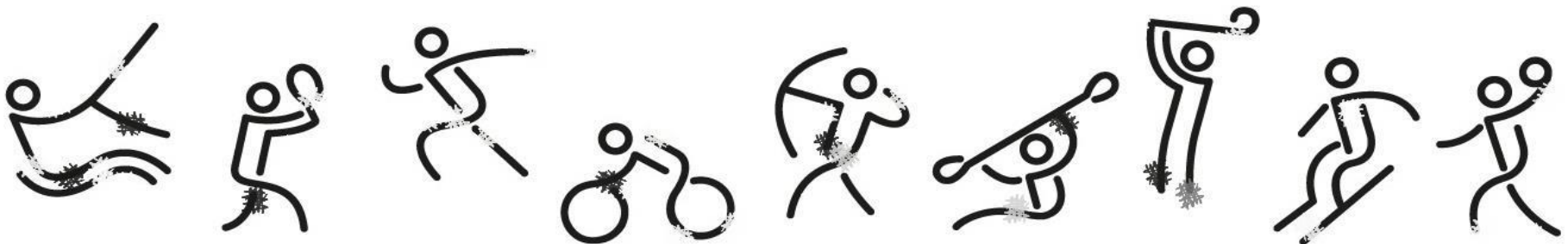


# Toscana SporTurismo

Il Turismo sportivo in Toscana: numeri e considerazioni

---

19 marzo 2016  
Hotel Galilei, Pisa



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

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

# OSSERVATORIO SUL TURISMO SPORTIVO IN TOSCANA

- Circa 8 milioni i pernottamenti legate ad una attività sportiva.

Dal 2008 al 2015 si stima una crescita del 20% dei flussi turistici derivanti dalle varie attività sportive, generando un volume di affari di oltre 800 mln di euro

- Cresce il numero degli sport per i quali si fa turismo: aumenta la quota di viaggi e pernottamenti in Toscana legati alla bicicletta (ciclostoriche, MTB, cicloturismo), così come per maratone, urban trail..., trekking, il turismo del golf, le attività sportive outdoor.
- In crescita, in Toscana, anche i flussi sport acquatici come vela, canoa, surf, diving ecc., così come i pernottamenti legati a sport avventura (kayak, parapendio, arrampicata, diving, rafting...)
- In forte crescita turisti stranieri che scelgono la Toscana come meta delle proprie vacanze anche in virtù dell'offerta sportiva.



# IL TURISMO DELLE COMPETIZIONI SPORTIVE

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

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

Rappresentano 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

**I CONTENITORI DI EVENTI SPORTIVI**

**GLI EVENTI INTERNAZIONALI**

**GLI EVENTI PER LE DESTINAZIONI**

**PROGETTI DI MARKETING TERRITORIALE PER UNA DESTINAZIONE TURISTICA**

# 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 XX edizione. Dai 92 partecipanti della I edizione si è passati ai 6.072 del 2015, per un totale di circa 5.000 famiglie in visita nell'area nei giorni della manifestazione e oltre 115 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 2016.

# 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 2016, sono 496 le gare legate al mondo del «running».

Alle competizioni del 2015 hanno partecipato in media 1.400 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 *XXXIII Firenze Marathon* ha contato su 10.131 partecipanti, il 24,3% dei quali provenienti dall'estero.

Numeri interessanti anche per l'*Ecomaraton* del *Chianti* che, nonostante la dimensione ridotta in termini di affluenza, alla X edizione del 2015 ha visto il 15,3% di partecipanti di matrice straniera.



# 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.





# NON SOLO SCI

La Toscana degli sport invernali coincide con le stazioni sciistiche dell'Abetone e dell'Amiata.

Ma oltre allo sci alpino, la montagna toscana è meta di appassionati di discipline più di nicchia ma di sempre maggiore interesse quali il free climbing, l'escursionismo e il trekking. Tra le aree emergenti, l'Alta Garfagnana, il Casentino e le Apuane.

La *Pinocchio sugli Sci*, giunta nel 2016 alla XXXIII edizione, è una gara di slalom e slalom gigante riservata alle categorie baby cuccioli, ragazzi e allievi di età compresa fra i sette e i quattordici anni. Nata per caso e sviluppatasi in una importante stazione della Montagna Pistoiese, ha registrato nel corso degli anni la partecipazione di tanti atleti che sono poi diventati campioni dello sport bianco. Le presenze stimate in occasione dell'edizione 2015 sono circa 500 per un valore totale della produzione attivata pari a oltre 51mila euro



# LA TOSCANA DEI MOTORI

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

Il 2016 è 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.

# GLI SPORT OUTDOOR

Rientrano nella categoria Outdoor tutte le attività o discipline sportive che hanno come **comune denominatore la natura**: dall'acqua alla terra, dalla roccia all'aria, ambienti spesso caratterizzati da ecosistemi fragili e non adatti a ospitare grandi numeri di persone ma che, tenuto conto e nel rispetto delle criticità, offrono la possibilità di sviluppare molteplici prodotti turistico-sportivi. Nell'universo outdoor sono, infatti, **rappresentate tutte le categorie anagrafiche ed economico-sociali.**

## I NUMERI DELL'OUTDOOR A LIVELLO EUROPEO

Le radici dell'Outdoor sono da ricercarsi sul finire degli anni Ottanta, ma la vera affermazione di tali discipline è avvenuta solo nei primi anni Duemila con il progressivo coinvolgimento di ampi strati di popolazione in tutta Europa.

Il mercato più importante è la Germania (24% del totale praticanti), seguita da UK (14%), Francia (13%) e Italia la cui quota del 6% si traduce in circa 6mln di praticanti su tutto il territorio nazionale.

Va sottolineato che **circa l'80% dei praticanti si dichiara propenso a integrare l'attività sportiva con il turismo nell'area interessata dalla stessa.**

# IL POTENZIALE DEL CLIMBING

Ma quanto vale, ad esempio, il climbing? Si tratta, forse, di una delle discipline più rappresentative dell'universo outdoor. Stando ai numeri diffusi dalla FASI (Federazione di Arrampicata sportiva Italiana), la pratica del climbing in Italia è cresciuta del +400% negli ultimi dieci anni.

Una straordinaria crescita, non solo quantitativa ma soprattutto qualitativa.

A registrare incrementi rilevanti sono, infatti, segmenti soliti a viaggiare in gruppi con buona capacità di spesa.

La FASI ha, inoltre, registrato una percentuale in costante crescita di soci in età pensionabile con tempo e risorse economiche da impiegare.

Pertanto, le famiglie e la terza età potrebbero rivelarsi due segmenti eterogenei ma dall'elevato potenziale.



# 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.

Nonostante quella in programma a luglio 2016 sia solo la terza edizione, i risultati finora ottenuti dalla manifestazione sono sorprendenti soprattutto in termini di provenienze. 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.



# LO SPORT A CASTIGLION DELLA PESCAIA

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

Piano di Marketing territoriale anno 2013 per stagione turistica 2014

Lo sport come tematica principale – gli eventi sportivi

1° aprile 21 giugno il periodo di effettuazione

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



**AUMENTO DEL 15% DEI FLUSSI TURISTICI nel bimestre maggio giugno 2013 - 2014**

**AUMENTO DEL 19% DEI FLUSSI TURISTICI nel bimestre maggio giugno 2014- 2015**

**AUMENTO DEL LIVELLO DI IMMAGINE DELLA DESTINAZIONE**



# I PRODOTTI IN CRESCITA IN TOSCANA NEL 2016

Le prime cinque tipologie di prodotti per le quali è prevista una crescita, sempre con maggior attenzione alle combinazioni «tailor-made»



# OSSERVATORIO SUL TURISMO SPORTIVO IN TOSCANA

## LE PREVISIONI PER L'ANNO 2016

- Si registra un forte aumento di eventi sportivi sia nazionali che internazionali programmati per l'anno 2016.
- Oltre alla riconferma dei grandi eventi sportivi regionali (*Strade Bianche, Eroica, Firenze Marathon*) si registra la nascita di altri mega eventi sportivi con capacità di attrazione di flussi turistici (*Ultra Trail Parco della Maremma, Gea.Bike, 3 nuove ciclostoriche...*)
- L'aumento di eventi collegati allo Sport Outdoor in molte realtà regionali
- Pisa Città Europea dello Sport 2016: 180 eventi sportivi inseriti in calendario (dal *126° Premio Pisa* all'ippodromo di San Rossore, al *Tirrenia Surf Contest, Pisa Marathon...*)
- Prevista una maggiore crescita dei flussi relativi ai turisti stranieri ed in misura minore anche per il turismo nazionale che scelgono la Toscana come meta delle proprie vacanze anche in virtù dell'offerta sportiva.
- La stima di crescita dei flussi turistici con alla base la motivazione sport è del 4% circa





# TURISMO SPORTIVO

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 per una regione come la Toscana

## ELEMENTO IMPORTANTE DI MARKETING TERRITORIALE



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

