

Rapallo, via al convegno “Lo sport come motore di sviluppo”. De Luise (Confesercenti): “Politiche sinergiche tra eventi e territorio”

di **Redazione**

22 Maggio 2014 - 16:34



Rapallo. Nell’ambito del Rapallo Sport Festival in svolgimento nella città tigullina dal 19 al 25 maggio, Confesercenti ha organizzato il convegno “Lo sport come motore di sviluppo”, un’occasione di riflessione sul rapporto, spesso sottovalutato, tra imprenditoria e pratica sportiva.

“Le circa 800 imprese di articoli sportivi esistenti in Italia producono un volume di vendite di 25 miliardi, pari a circa l’1,5% del nostro prodotto interno lordo; una percentuale che, se si considera l’intero indotto, arriva addirittura a sfiorare i 6, 7 punti di pil. Senza dimenticarci dei 10 milioni di viaggi e 60 milioni di pernottamenti mossi dalla passione sportiva, per un giro d’affari di circa 8 miliardi e un impatto del 16,8% sul totale dei viaggi a livello nazionale. Da questi numeri dobbiamo partire per elaborare politiche sinergiche tra gli eventi sportivi ed il territorio che le ospita», ha spiegato Andrea Dameri, direttore di Confesercenti Genova e moderatore dell’incontro a cui hanno partecipato anche gli assessori regionali Berlangieri e Rossi, la psicologa dello sport Elena Passoni, il responsabile nazionale della macroarea Turismo di Confesercenti Massimo Biagioni e la

presidente regionale Patrizia De Luise”.

Un’esigenza, quella della messa a sistema dell’offerta turistico-sportiva, riconosciuta anche dall’assessore regionale allo Sport, Angelo Berlangieri: “Il dato di fatto da cui partire è che il turismo è un’economia in grado di sostenere la ripresa, essendo un settore in crescita in tutto il mondo, compreso il bacino del Mediterraneo. E all’interno del turismo, l’impatto dello sport è fondamentale. Basti pensare che ogni anno, sui 70 milioni di pernottamenti complessivi nella nostra regione, il 15% è motivato dalla pratica sportiva. Una crescita considerevole rispetto a 10 anni fa, quando chi sceglieva la Liguria per fare sport era appena il 5-6%”.

“In particolare - ha aggiunto Berlangieri - l’implementazione dell’offerta turistica con quella sportiva passa per il sostegno alle attività outdoor che la Liguria, unica regione del Nord Italia e tra le poche dell’intero paese, consente di svolgere praticamente tutto l’anno. Dal free climbing al diving, dalla vela all’orienteeing e al canyong, per arrivare naturalmente al cicloturismo, il settore che oggi presenta le opportunità maggiori e sul quale stiamo investendo la maggior parte delle risorse derivanti dai fondi comunitari: dalla costruzione della rete cicloturistica ligure alla costituzione del Liguria Bike Club, che rappresenta quel modello di club di prodotti capace di offrire servizi specifici ai vari tipi di turismo sportivo”.

“L’obiettivo - fa eco al proprio collega l’assessore allo Sport, Matteo Rossi - è far dialogare i comuni della costa con quelli dell’entroterra per costruire un brand Liguria, a partire proprio dalle manifestazioni sportive che dovranno essere coordinate in modo da implementare l’offerta turistica soprattutto nei periodi di bassa stagione. Per fare questo è fondamentale il coinvolgimento delle associazioni di categoria come la stessa Confesercenti che, con il proprio bagaglio di competenze imprenditoriali, può affiancare le tante associazioni sportive nell’organizzazione e promozione di eventi. Il marketing turistico diventa una professionalità imprescindibile, e non a caso sarà materia di insegnamento al liceo sportivo di prossima costituzione proprio qui a Rapallo”. E per ribadire la necessità di una messa a sistema della pratica sportiva con l’offerta turistica, Rossi ha auspicato che dalla prossima legislazione regionale le due deleghe possano essere accorpate in un unico assessorato.

Lo sport come vettore di ricchezza e sviluppo per tutto il territorio: una considerazione al centro dell’intervento della dottoressa Elena Passoni, psicologa dello sport e mental coach della Virtus Entella, società calcistica fresca di promozione in Serie B. «Un traguardo storico per il club, ma anche per l’intera città di Chiavari che vi ha contribuito in maniera attiva: dal sostegno dell’amministrazione che si è fatta carico dell’ammodernamento dello stadio, agli stessi operatori economici. Sono oltre un centinaio, infatti, i piccoli sponsor che hanno sostenuto con pazienza e fiducia l’Entella negli ultimi anni, e che da questa promozione trarranno un indubbio ritorno in termini di visibilità. Il raggiungimento di grandi risultati sportivi ha infatti un beneficio diretto sul territorio. Scopo del mental coach è migliorare la performance atletica intervenendo sulla concentrazione, la gestione degli infortuni e dell’ansia da prestazione. Ma è l’intero sistema economico e produttivo che, con il proprio sostegno, ha naturalmente grande importanza nella costruzione di un ambiente vincente”.

Enrico Castagnone, coordinatore di Confesercenti Rapallo, ha invitato amministratori e colleghi imprenditori ad «iniziare a ragionare in termini comprensoriali. Delle tre forme di turismo prevalenti a Rapallo - quella religiosa, di location e appunto sportiva - è proprio lo sport ad avere davanti a sé il futuro più roseo. Ma per sfruttare nel migliore dei modi

questa risorsa servono, accanto agli impianti sportivi, strutture ricettive all'altezza, un'adeguata rete di trasporti, ed infine un arredo urbano decoroso, dettaglio che può apparire banale ma che ha invece una grande importanza nell'accoglienza di turisti in arrivo da tutto il mondo".

A tirare le fila Massimo Biagioni, responsabile nazionale del Turismo di Confesercenti. "Il turismo sportivo è economia, sviluppo, risorse, lavoro. Un'attività trasversale, da mettere cioè a frutto in più settori: al di là dell'ovvio ritorno economico per le strutture ricettive tradizionali, infatti, spostando grandi quantità persone lo sport porta nuove risorse al trasporto locale e alimenta, naturalmente, l'indotto delle attività commerciali specializzate nella vendita di capi di abbigliamento e attrezzature tecniche». Bussoni, fiorentino, ha citato l'autodromo del Mugello e dei mondiali di ciclismo disputatisi lo scorso anno nel capoluogo toscano, oltre alla stessa maratona di Firenze, quali esempi di manifestazioni capaci di portare un considerevole flusso di visitatori sul territorio. Quanto alla promozione turistica più in generale, il responsabile Turismo di Confesercenti ha messo l'accento sull'importanza di offrire un prodotto coerente sui mercati internazionali: «Ciascuna regione ha le sue eccellenze e le sue specificità, ma non può reggere, da sola, la competizione a livello mondiale. Per questo, insieme all'Enit e al governo, stiamo lavorando al progetto Destinazione Italia, una politica finalizzata ad attrarre investimenti esteri e promuovere la competitività delle imprese italiane nonché l'immagine dell'Italia all'estero".

In chiusura ha portato un saluto anche la presidente di Confesercenti Liguria Patrizia De Luise che, agganciandosi a quanto detto da Biagioni, ha aggiunto come «spesso, nel nostro paese, quando si parla di turismo incontriamo un pensiero limitato che si ferma alla tradizionale offerta di alberghi e stabilimenti balneari, mentre ormai il settore si compone di mille occasioni utili ad intercettare ed accogliere i visitatori. Una funzione, questa, che proprio lo sport può svolgere alla perfezione, grazie ad eventi di grande respiro capaci di attrarre tanto i praticanti diretti, quanto gli appassionati».