



# SportTurismo Toscana

## GLI STAKEHOLDER DEL TURISMO SPORTIVO: ALCUNE EVIDENZE EMPIRICHE IN TOSCANA

DOTT.SSA ANNA ROMITI

16 DICEMBRE 2015

CONI TOSCANA - FIRENZE



# OBIETTIVO DEL PROGETTO

IDENTIFICARE LE CATEGORIE DI  
STAKEHOLDERS DEL TURISMO SPORTIVO  
DELLA TOSCANA





# ARTICOLAZIONE DELLA PRESENTAZIONE

- ▶ Metodologia di analisi dello stakeholders approach
- ▶ Fasi che hanno portato alla individuazione degli stakeholders del turismo sportivo (desk + field)
- ▶ Possibili linee di sviluppo del progetto



# OBIETTIVI DELLO STAKEHOLDERS APPROACH

- ▶ Identificare i portatori d'interesse nei confronti di un'impresa
- ▶ Armonizzazione gli interessi dei vari stakeholders con le esigenze di funzionalità duratura dell'impresa (funzione politica dell'imprenditore)

# FASI DELLO STAKEHOLDER APPROACH

- ▶ Identificazione degli stakeholders rilevanti
- ▶ Identificazione della natura, dello scopo e dell'importanza del rapporto tra gli stakeholders
- ▶ Analisi su come i bisogni e le aspettative sono incorporate dall'organizzazione chiave
- ▶ Analisi sui bisogni degli stakeholders che eventualmente non sono stati soddisfatti, verso i quali l'organizzazione modificherà i suoi piani, le sue politiche e le sue attività

Freeman (1984)



# COMPLESSITA' DEL TURISMO SPORTIVO PER STAKEHOLDERS APPROACH

- ▶ L'analisi degli stakeholders non è effettuata da un'unica impresa ma da un gruppo di imprese che insieme configurano l'offerta del prodotto turistico sportivo
- ▶ Il prodotto prevede un'integrazione dell'offerta
- ▶ L'obiettivo in questo caso dell'analisi è capire chi sono i soggetti grazie ai quali poter costruire una «configurazione singolare di offerta» competitiva

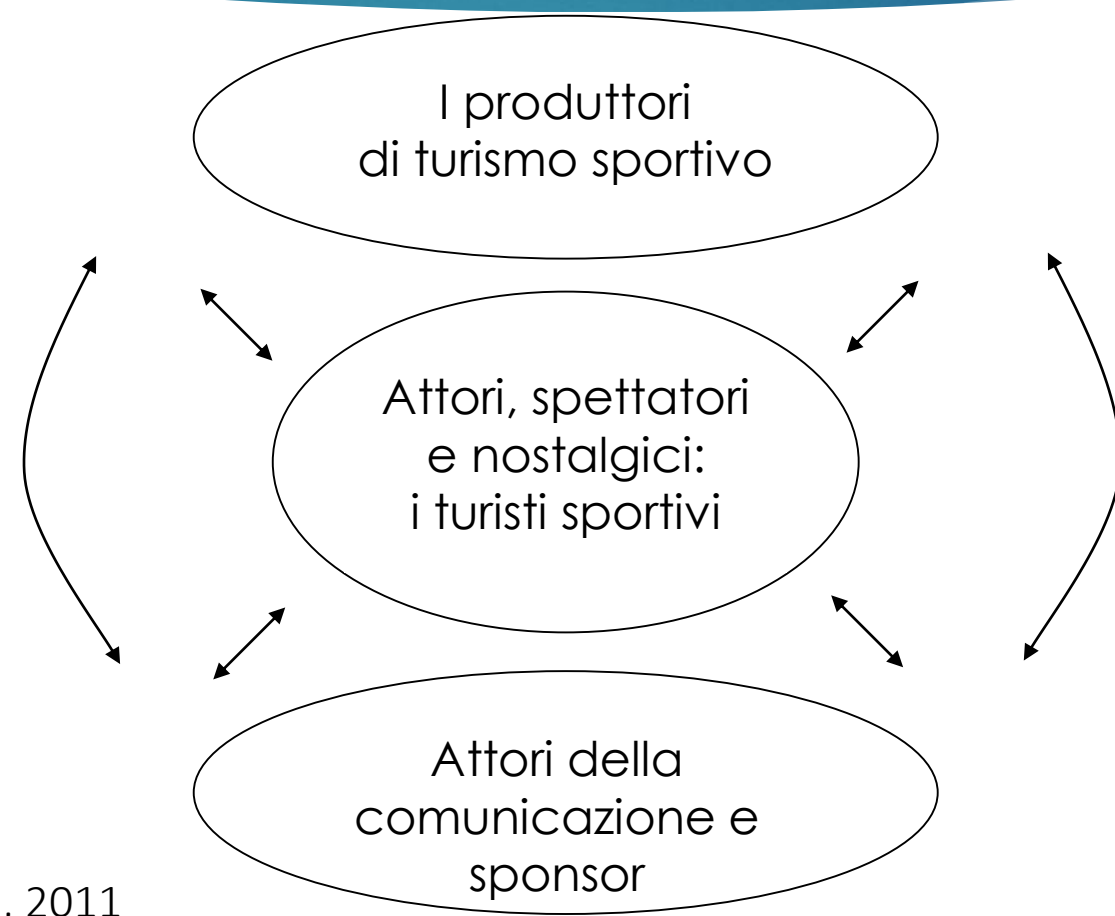


# METODOLOGIA PER L'INDIVIDUAZIONE DEGLI STAKEHOLDERS DEL TURISMO SPORTIVO DELLA TOSCANA

- ANALISI DESK
- ANALISI FIELD

# I FASE - ANALISI DESK

## LE PRINCIPALI CATEGORIE DI STAKEHOLDERS DI TURISMO SPORTIVO



Fonte: Romiti, 2011





## II FASE ANALISI FIELD - METODOLOGIA

- ▶ Invio nel mese di novembre di tre questionari online a tutte le Federazioni Sportive Nazionali, Discipline sportive associate, Enti di Promozione sportiva, Associazioni benemerite
- ▶ I questionario: informazioni generali su tutti gli eventi realizzati dal 2013 al 31/10/2015
- ▶ II questionario: informazioni specifiche sui due eventi principali realizzati dal 2013 al 31/10/2015
- ▶ III questionario: informazioni specifiche sui due eventi principali in programma dal 1/11/2015 al 31/12/2016



# IL CAMPIONE

	NUMERO QUESTIONARI COMPILATI	NUMERO FSN/DSA/EPS/AB COINVOLTE	TASSO DI RISPOSTA
I QUESTIONARIO	35	35	41%
II QUESTIONARIO	80	26	30%
III QUESTIONARIO	43	28	33%

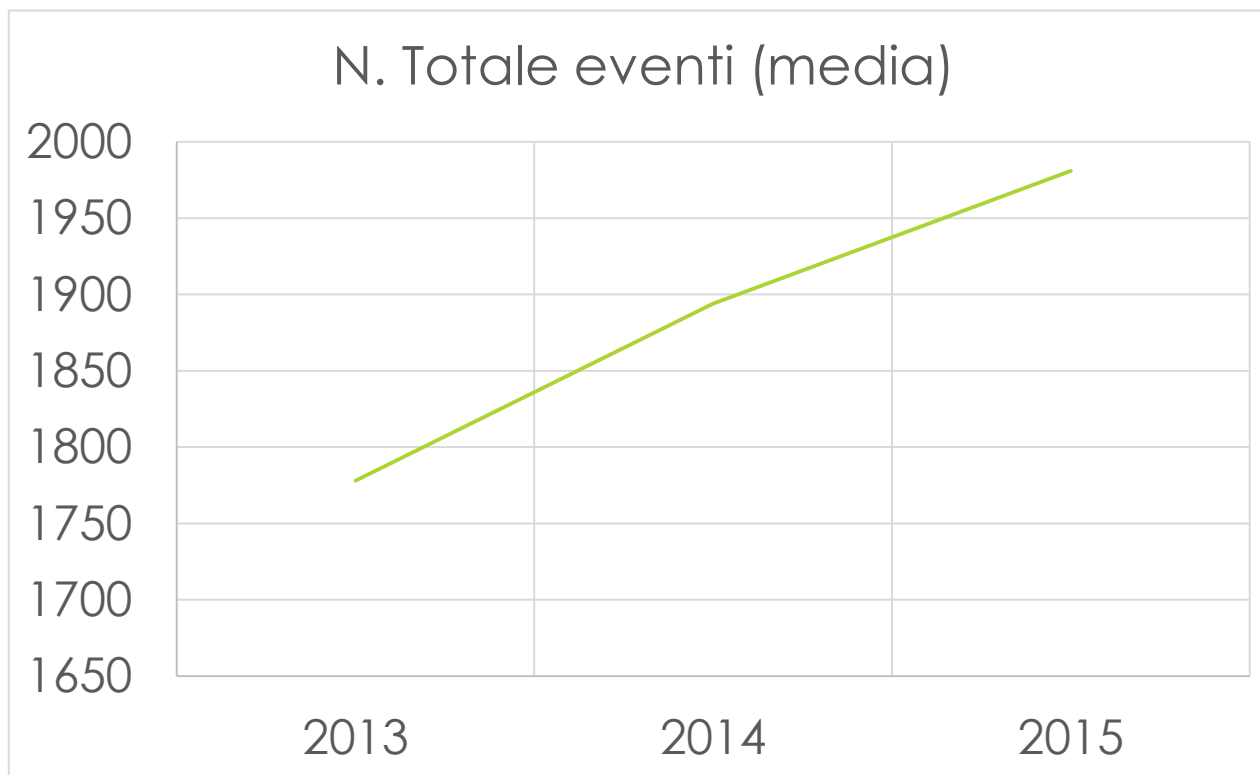


# RISULTATI I QUESTIONARIO

INFORMAZIONI GENERALI  
EVENTI 2013-2015

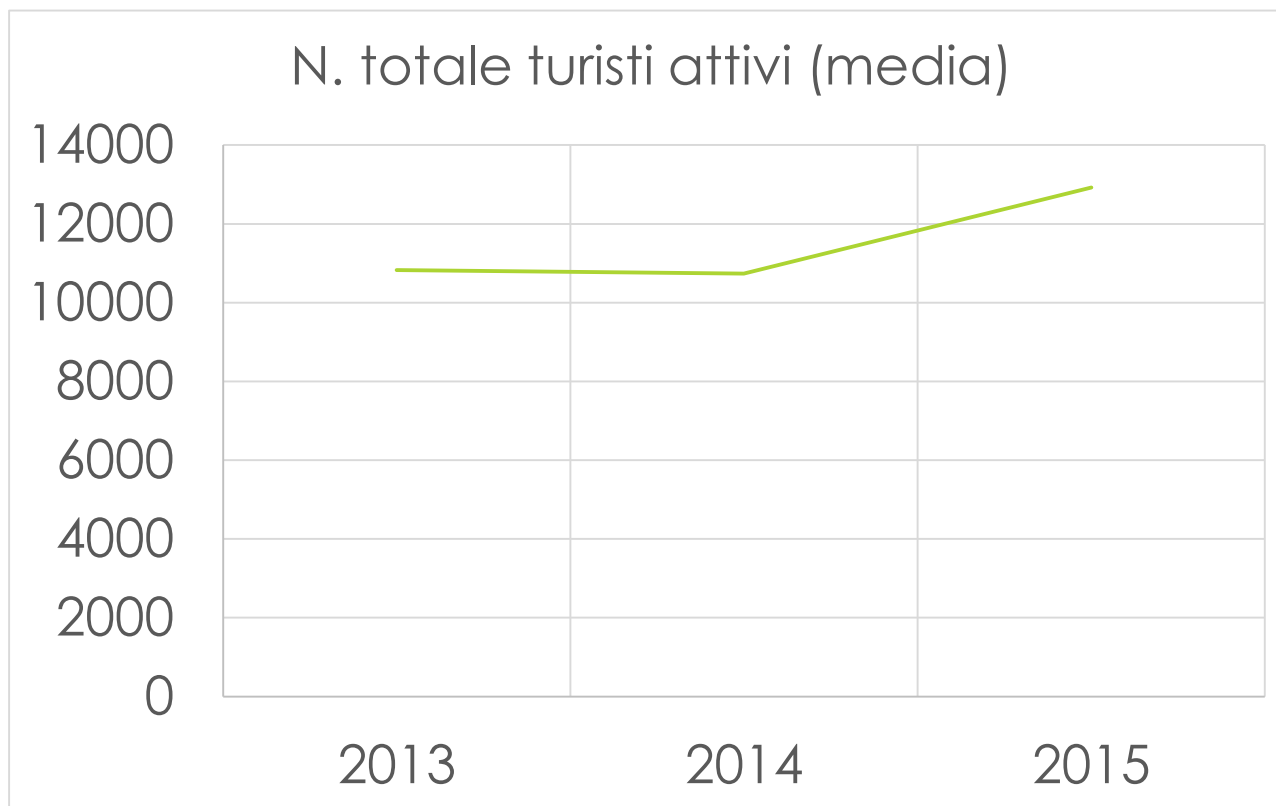


# TOTALE EVENTI ANNI 2013-2015





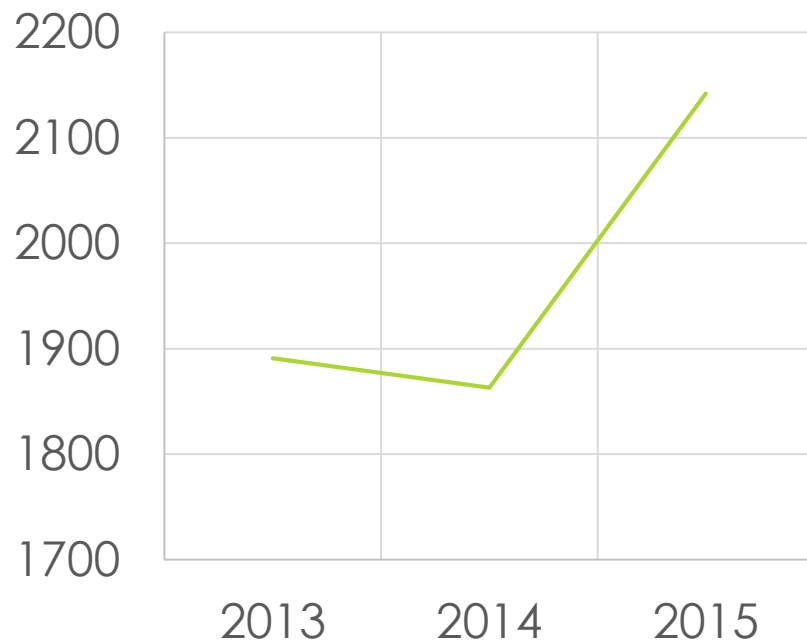
# TOTALE TURISTI ATTIVI ANNI 2013-2015



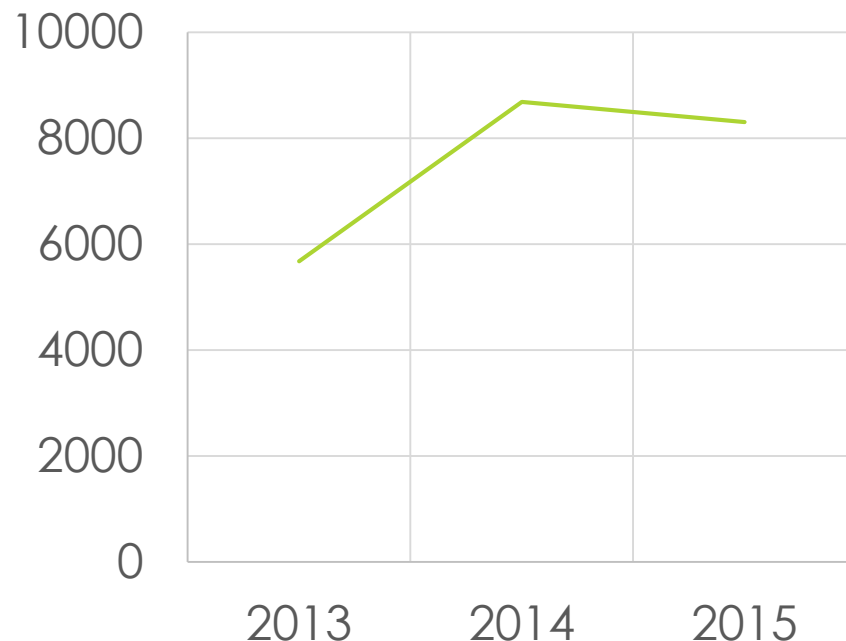


# TOTALE TURISTI PASSIVI ANNI 2013-2015

Turisti passivi (media)  
(giudici e tecnici)



Turisti passivi (media)  
(accompagnatori)





# RISULTATI II QUESTIONARIO

INFORMAZIONI SPECIFICHE SUI DUE  
PRINCIPALI EVENTI 2013-2015



# CARATTERISTICHE EVENTI

Prevalenza di eventi:

- ▶ Realizzati prevalentemente tramite ASD affiliata (71,25%)
- ▶ Della durata superiore a 1 giorno (63,7%)
- ▶ Di tipo agonistico (82,50%)
- ▶ Di carattere nazionale (45%)
- ▶ Realizzati su tutto il territorio regionale
- ▶ Ricorrenti (76,25%), con frequenza annuale (73,75%)

Le ricadute economiche sono quindi verosimilmente a «carattere stabile»





# PARTECIPANTI SINGOLI EVENTI

La provenienza è prevalentemente nazionale (66,10%) da fuori regione (73,8%)

NUMERO	MEDIA*	MIN*	MAX*
N. turisti attivi	785	16	9.290
N. turisti passivi (giudici e tecnici)	41	2	270
N. turisti passivi (accompagnatori)	380	7	10.000
N. totale turisti	1.206		



# LOCATION EVENTI

La prevalenza degli eventi è organizzata in impianti sportivi pubblici. L'adeguatezza degli stessi sul territorio toscano rappresenta quindi un rilevante fattore di attrattiva per la scelta della location

TIPOLOGIA	FREQUENZA
Impianti sportivi pubblici	51,46%
Spazi pubblici	22,33%
Impianti sportivi privati	18,45%
Parchi/Aree Protette	7,7%



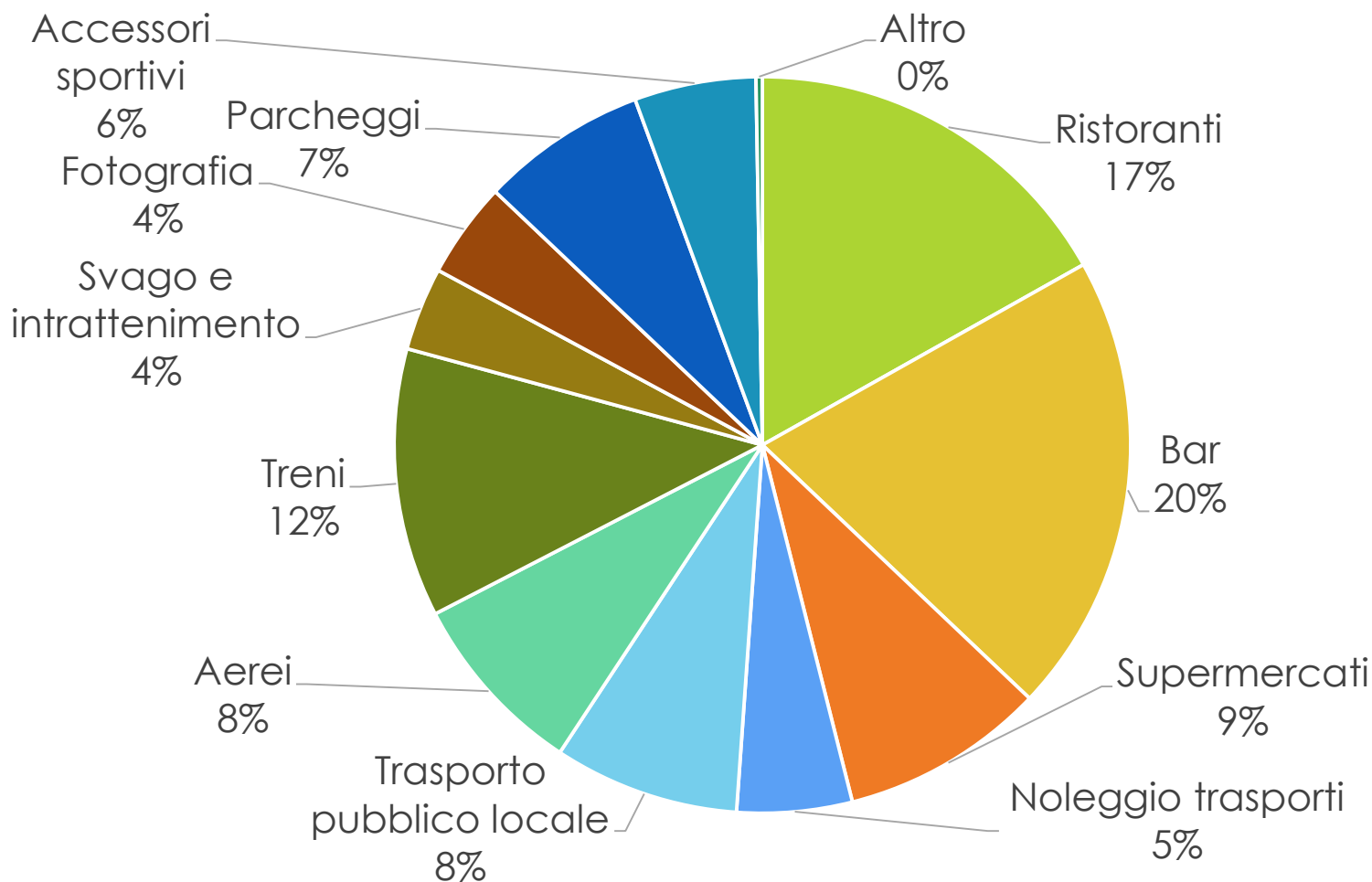
# RICADUTE ECONOMICHE DEGLI EVENTI (spese degli organizzatori)

SETTORI	EVENTI PER TIPOLOGIA DI SPESA	MEDIA*	MIN*	MAX*
Soggiorno alberghiero partecipanti	28,7%	10.643 €	60 €	200.000 €
Soggiorno alberghiero organizzatori evento	21,3%	9.713 €	200 €	100.000 €
Ristori	66,3%	2.917 €	15 €	60.000 €
Premiazioni	86,3%	2.294 €	100 €	20.000 €
Noleggio impianti	37,5%	2.075 €	11 €	10.000 €
Arbitri	67,5%	2.062 €	60 €	50.000 €
Ambulanze	63,7%	1.456 €	50 €	30.000 €

\* I dati sono stati calcolati su un numero di risposte inferiore al 50% del campione per la presenza di molti missing nei dati



# RICADUTE ECONOMICHE DEGLI EVENTI (spese dei partecipanti)





# SPESE SOSTENUTE DAI PARTECIPANTI PER IL PERNOTTAMENTO PRENOTATO DAGLI ORGANIZZATORI DELL'EVENTO

TIPOLOGIA SPESE	MEDIA	MIN	MAX
Numero turisti attivi	208	4	3.500
Costo complessivo sostenuto dai partecipanti attivi per evento	7.875 €	180€	105.000 €
Numero turisti passivi	69	1	500
Costo complessivo sostenuto dai partecipanti passivi per evento	1.960 €	65€	15.000 €

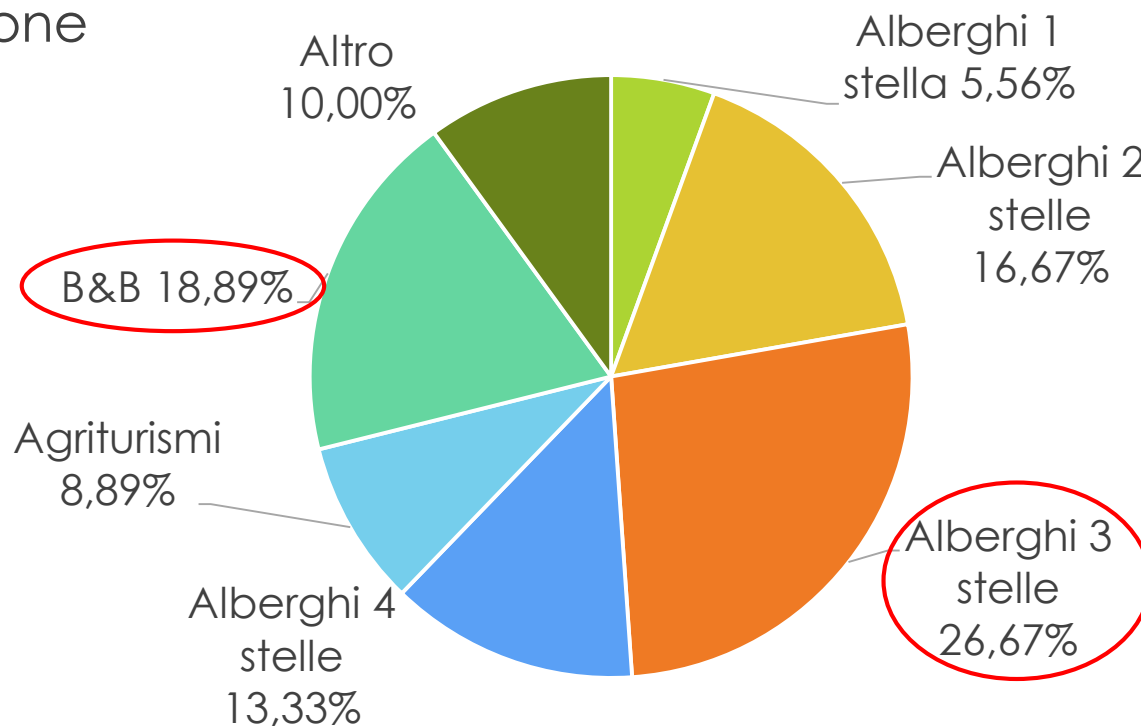
\* I dati sono stati calcolati su un numero di risposte inferiore al 50% del campione per la presenza di molti missing nei dati



# LE RELAZIONI ATTIVATE DALLO SPORT CON IL TURISMO – SETTORE RICETTIVO

In quasi la metà degli eventi analizzati (48,8%) gli organizzatori attivano relazioni con imprese operanti nel settore ricettivo.

La tipologia di relazione prevalentemente attivata è quella della convenzione





# LE RELAZIONI ATTIVATE DALLO SPORT CON IL TURISMO – ALTRI SOGGETTI

SOGGETTI	EVENTI PER TIPO DI RELAZIONI
Consorzi di promozione turistica	20%
Consorzi di albergatori	11.3%
Tour operator tradizionali	11.3%
Pro-loco	11.3%
Consorzi turistici	6.3%
Associazioni albergatori	6.3%
Associazioni direttori d'albergo	3.8%
Parchi	3.8%
Associazioni commercianti	2.5%
Gestione impianti di risalita	1.3%



# RELAZIONI ATTIVATE DAGLI ORGANIZZATORI CON ISTITUZIONI PUBBLICHE

SOGGETTI	EVENTI PER TIPOLOGIA DI RELAZIONI
Regioni	24,1%
Province	38%
Comuni	81%





# RISULTATI III QUESTIONARIO

INFORMAZIONI SPECIFICHE SUI DUE  
PRINCIPALI EVENTI IN PROGRAMMA  
2015-2016



# CARATTERISTICHE EVENTI (2015-2016)

Prevalenza di eventi:

- ▶ Della durata maggiore di 1 giorno (57,5%)
- ▶ Di tipo agonistico (67,4%)
- ▶ Ricorrenti (83,7%)
- ▶ Di livello nazionale (51,20%)
- ▶ Realizzati su tutto il territorio regionale



# POTENZIALI PARTECIPANTI EVENTI

NUMERO	MEDIA*	MIN*	MAX*
Attivi	1.018	14	15.000
Passivi (giudici e tecnici)	55	2	500
Passivi (accompagnatori)	3.525	2	100.000



# POTENZIALI NUOVE RELAZIONI PER EVENTI FUTURI

SOGGETTI	EVENTI PER TIPO DI RELAZIONE
Guide turistiche/accompagnatori	4.7%
Associazione guide ambientali	7%
Imprese ricettive orientate allo sport	27.9%
Stabilimenti balneari che organizzano eventi	2.3%
Imprese didattica per lo sport	16.3%
Tour operator specializzati nello sport	9.3%
Imprese di servizi per il turismo che organizzano tour a carattere sportivo	2.3%
Centri fitness e palestre	11.7%
Catering	2.3%



# POTENZIALI RELAZIONI PER GLI EVENTI FUTURI

SOGGETTI	EVENTI PER TIPO DI RELAZIONE
Regioni	60,5%
Province	48,8%
Comuni	88,4%



# LE CATEGORIE DI STAKEHOLDER DEL TURISMO SPORTIVO TOSCANO

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
GRUPPI  
PRESSIONE

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
TURISMO

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
SPORT

TURISTI  
SPORTIVI

ALTRO

ALTRI  
PRIVATI

ISTITUZIONI  
PUBBLICHE



# LE ISTITUZIONI PUBBLICHE

Assessori Regionali e  
Comunali

Dirigenti e Funzionari  
Regionali e Comunali

Istituzione Aree a  
vocazione  
turistico-sportiva

ISTITUZIONI  
PUBBLICHE



# I PRIVATI ORGANIZZATI - SPORT

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
SPORT

Coni

Associazioni Sportive  
che organizzano  
eventi





# I PRIVATI ORGANIZZATI - TURISMO

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
TURISMO

Consorzi di albergatori

Consorzi di Promozione

Consorzi turistici

Pro-loco

Parchi

Guide Turistiche

Associazioni  
guide ambientali



# I PRIVATI ORGANIZZATI – GRUPPI PRESSIONE

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
GRUPPI  
PRESSIONE

Associazioni di  
categoria

Mass media



# ALTRI PRIVATI

## **Imprese a carattere prevalentemente turistico**

- stabilimenti balneari che organizzano eventi
- rifugi montani

## **Imprese a carattere prevalentemente sportivo**

- diving center
- gestione impianti risalita
- imprese didattiche per lo sport
- noleggio attrezzatura sportiva
- imprese organizzatrici di corporate days

## **Imprese turistico-sportive**

- tour operator specializzati nello sport
- consorzi e network turistico-sportivi
- imprese ricettive orientate allo sport
- imprese di servizi sportivi
- villaggi turistici specializzati nello sport

ALTRI  
PRIVATI



ALTRO

Trasporti

Noleggio trasporti

Sponsor

Produzione abbigliamento  
sportivo

ALTRO



# FASI EFFETTUATE NELL'ANALISI DEGLI STAKEHOLDERS

- ▶ Identificazione delle categorie di stakeholders (analisi desk + field)
- ▶ Analisi delle peculiarità di ciascun gruppo dal punto di vista delle differenze interne alla categoria.
- ▶ Identificazione delle diverse modalità di governo degli stakeholders relative alle diverse tipologie di turismo sportivo che possono essere sviluppate a partire da diversi sport



# UN APPROCCIO SISTEMICO AL TURISMO SPORTIVO

- ▶ La presenza di soggetti pubblici e privati nell'organizzazione di un evento o nella gestione di un'impresa inserita in una destinazione dedicata ad accoglierlo richiede una loro forte collaborazione.
- ▶ In questi casi la creazione del valore dell'impresa richiede una gestione integrata del territorio dove la stessa si colloca poichè la tipologia di domanda dello sportivo non è limitata alla sola offerta proposta da quella impresa.



# UN APPROCCIO SISTEMICO AL TURISMO SPORTIVO

- ▶ In questi casi al management dell'impresa si presenta l'occasione di considerare un *livello di governo più ampio* che consideri anche le altre realtà del territorio dove l'impresa si colloca, al fine di poter cogliere le opportunità che da esso derivano.
- ▶ In questa prospettiva si utilizza un *approccio sistemico* che vede l'offerta come aggregato di elementi che devono raggiungere integrazione e coordinamento per generare valore per il turista sportivo.

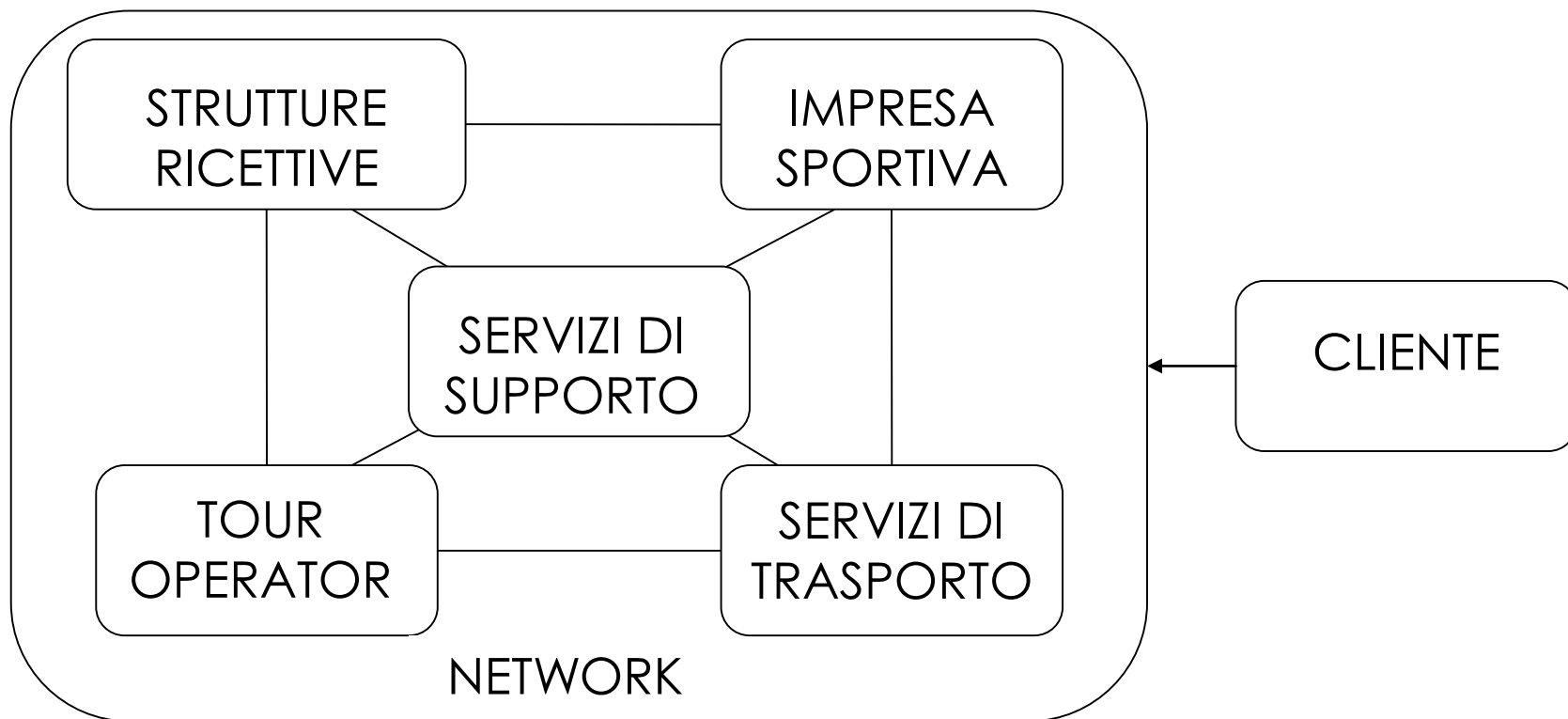


# IL NETWORKING DELLA DESTINAZIONE TURISTICO-SPORTIVA

- ▶ Ci sono vari approcci ipotizzabili per armonizzare gli interessi dei diversi stakeholders coinvolti nel governo di una destinazione turistico sportiva.
- ▶ La scelta degli stessi dipende in primo luogo dal tipo di offerta che è presente in misura prevalente nella destinazione.



# IL PRODOTTO NETWORK





# GOVERNO NETWORK

- ▶ Gli attori adottano comportamenti collaborativi di medio-lungo periodo
- ▶ L'offerta diventa il frutto di aggregazioni di operatori coordinati tra loro.
- ▶ Lo sviluppo di un *network cooperativo* tra gli attori territoriali può essere il punto di partenza per sviluppare un strategia comune.
- ▶ Ogni attore è un nodo di una rete che opera verso un fine comune stabilito dalla strategia aggregativa nell'intento di sviluppare un disegno comune



# LA RETE DEL TURISMO SPORTIVO TOSCANO

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
TURISMO

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
GRUPPI  
PRESSIONE

PRIVATI  
ORGANIZZATI  
SPORT

TURISTI

ALTRI  
PRIVATI

ALTRO

ISTITUZIONI  
PUBBLICHE

# LA RETE DEL TURISMO SPORTIVO TOSCANO





# POSSIBILI LINEE DI SVILUPPO PER IL TURISMO SPORTIVO TOSCANO

- ▶ Sviluppo di una **rete formale**: creazione di un network tra produttori di turismo sportivo legati da un progetto strategico comune
- ▶ Sviluppo di una **rete virtuale**: creazione di un prodotto online relativo al network reale



# UN ESEMPIO SPORT IN TRENTINO ALTO ADIGE: TRENTINO SUDTIROL



[Homepage](#) ▶ Principali sport praticabili

## Principali sport praticabili

Il Trentino Alto Adige è destinazione molto ambita e ricercata da parte di tutti gli appassionati di sport, sia estivi che invernali. Molteplici sono gli ingredienti che contribuiscono alla realizzazione e al mantenimento di questo grande **paradiso per sportivi**, di certo la conformazione del territorio, che con le sue incredibili montagne e svariate distese lo rendono la meta ideale durante tutto l'anno. Anche le attrezzature e gli impianti all'avanguardia sono sicuramente un altro fattore rilevante per la notorietà di questa regione.

Durante il periodo estivo numerose sono le attività che si possono praticare e rivolte a tutti gli sportivi, più o meno esperti, a partire dagli sport acquatici come nuoto, **canyoning**, hydrospeed, windsurf e persino **pesca**. Ci sono poi piste ciclabili e incredibili tracciati per **mountain bike** per tutti gli amanti della bici. Senza tralasciare sentieri per il trekking, per il **nordic walking** e vie d'arrampicata.

In inverno invece il **Trentino Alto Adige** diventa paradiso per sciatori e snowboarder per merito delle numerose e straordinarie aree sciistiche, tutte moderne e ben attrezzate, dove oltre a **sci** e **snowboard** è possibile avventurarsi in discese con lo **slittino** o in splendide escursioni con le **ciaspole** nella natura incontaminata.

### Hotel del giorno



Gasthof Majestic ★★★★★  
Valle Isarco (BZ)

Sport estivi

**Sport invernali**

### Sci



Perfette piste da discesa e da fondo, moderni impianti di risalita e bellissimi itinerari per lo sci alpinismo.

### Snowboard



Snowpark attrezzati e solo la neve migliore, per tutti gli appassionati della tavola!

### Ciaspole



Bellissimi itinerari da esplorare con le ciaspole, camminando sulla neve soffice nel silenzio della montagna d'inverno.

### Discese in slittino



Le Dolomiti offrono piste pensate per il divertimento di grandi e piccoli, illuminate anche di notte!



### Trekking



Bellissimi itinerari di ogni livello per scoprire le Dolomiti a piedi, immersi nella natura più incontaminata.

### Arrampicata



Sospesi nel vuoto tra pareti verticali potrete ammirare magnifici paesaggi da un punto di vista privilegiato.

### Nordic walking



Nordic walking, la camminata con i bastoncini, è il nuovo trend sportivo sulle Dolomiti: salutare, facile e adatto a tutti!

### Ciclismo su strada



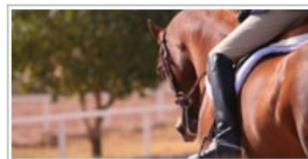
Con una rete di piste ben attrezzate e valichi per grandi campioni, pedalare diventa un piacere e una sfida!

### Mountain bike



Itinerari mountain bike di ogni difficoltà e tracciati downhill e freeride: le Dolomiti sono il regno delle vacanze su due ruote.

### Equitazione



Per ogni appassionato di equitazione non c'è modo migliore di esplorare le Dolomiti che a cavallo!

### Golf



I campi da golf in Trentino Alto Adige e le Dolomiti sono l'ideale per migliorare il proprio swing o muovere i primi passi sul green.

### Parapendio



L'ebbrezza del volo libero in una delle zone più belle al mondo saprà regalarvi emozioni indimenticabili.

### Pesca



Limpidi specchi d'acqua in cui si riflettono vette maestose attendono i pescatori, per momenti di divertimento e relax.

### Sport d'acqua





# Ciclismo su strada

[Scopri dove praticarlo](#)

La zona delle Dolomiti è ideale per la pratica del ciclismo su strada, grazie a un'organizzatissima rete di piste ciclabili che si snodano tra ampie vallate e spumeggianti torrenti, il tutto circondato da splendide vette!

Meta privilegiata dai ciclisti, il Trentino Alto Adige vanta anche un'antica tradizione ciclistica. Qui infatti hanno pedalato e gareggiato i più grandi campioni: Gino Bartali, Fausto Coppi, Felice Gimondi e Marco Pantani. Grazie a una varia conformazione del territorio è possibile trovare una **varietà di itinerari**, dalle salite dei passi alpini per i più esperti alle panoramiche stradine di paese, alternate da campi coltivati, ideali per una gita in bicicletta tra amici o con la famiglia!

La regione offre un'organizzatissima **rete di piste ciclabili**, ben tenute e alla portata di tutti. Potrete fare piacevoli escursioni lungo tracciati soleggiati, e all'ora di pranzo sostare in riva a un fiume o in uno dei tanti ristoranti e aree attrezzate che incontrerete lungo l'itinerario. Avrete inoltre la possibilità di utilizzare il treno per trasportare la bici, raggiungendo così comodamente il punto di partenza o di arrivo dell'itinerario scelto.

REGIONE  
TOSCANA



CONI  
COMITATO  
REGIONALE  
TOSCANA

## Hotel consigliati

- **Romantik Hotel Posta 1899**  
★★★★☆  
Pinè e Valle di Cembra (TN)
- **Alpholiday Dolomiti Wellness & Fun Hotel**  
★★★★☆  
Val di Sole - Peio (TN)
- **Tirlir - Dolomites Living Hotel**  
★★★★☆  
Alpe di Siusi - Castelrotto (BZ)
- **Hotel Valserhof**  
★★★★☆  
Valle Isarco (BZ)
- **Hotel Sonnalp**  
★★★★☆  
Rosengarten-Latemar/Val d'Ega (BZ)

[Vedi tutti gli hotel](#)

## Dove fare Ciclismo su strada

### Altopiano di Caldaro e Castelvecchio

Questo facile itinerario per bicicletta da corsa, parte da Castel Firmiano e si svolge tra Oltradige e Bassa Atesina, nei dintorni di Bolzano. Leggi il percorso dettagliato!

### Bressanone - Funes - Ponte Russellücke - Eores

Itinerario per gli appassionati della bicicletta da corsa nella splendida Valle Isarco, attraverso le località di Bressanone, Funes e Eores. Per chi ama le sfide su due ruote.

### In bici da corsa attraverso Cornedo all'Isarco

Fantastico itinerario in bici in Alto Adige, attraverso la Valle Isarco. Su strade poco trafficate e con panorami meravigliosi, il tour soddisferà gli amanti della velocità.

### Vernago - Maso Gfallhof

Una bella e facile gita in bici con tutta la famiglia nei pressi di Merano, in località Vernago, verso il Maso Gfallhof, godendosi tutto il verde delle vallate dolomitiche.

### Lago di Tenno

## Filtra per zona

- Bolzano e dintorni (1)
- Valle Isarco (2)
- Merano e dintorni (1)
- Alto Garda: Garda Trentino e Valle di Ledro (1)

## Richiedi il Catalogo

Richiedi il catalogo della vacanza. Gratis, direttamente a casa tua!

[Richiedi il Catalogo](#)



# POSSIBILI LINEE DI SVILUPPO PER IL TURISMO SPORTIVO TOSCANO

- ▶ Sviluppo di una **rete formale**: creazione di un network tra produttori di turismo sportivo legati da un progetto strategico comune
- ▶ Sviluppo di una **rete virtuale**: creazione di un prodotto online relativo al network reale
- ▶ Lancio sul mercato del **prodotto**: promozione del prodotto anche mediante creazione di un marchio di «prodotto turistico sportivo toscano» che integri l'offerta turistico sportiva della regione