

Un esempio di turismo sportivo sostenibile: analisi della sostenibilità del fenomeno nel territorio del Delta del Po

Simone Fluperi*, Serena Dasini
*Università degli Studi di Padova

Introduzione

Il turismo è ormai un fenomeno esprimibile attraverso questi numeri, circa 130 milioni di occupati nel mondo, oltre 6 miliardi di spostamenti all'anno, un fatturato che si aggira intorno al 6% del PIL mondiale, una copertura pari al 7% delle esportazioni mondiali di prodotti e servizi, ma possiede in alcune manifestazioni ancora la connotazione di prodotto di nicchia. È quanto avviene per il turismo sportivo, un fenomeno recente, definito di nicchia per il numero di persone che coinvolge nel panorama mondiale, e per il fatto che si tratta di molte tipologie di utenti, tante quante sono le diverse forme di sport, ma che rappresenta una forma di turismo con un trend di crescita elevato nel prossimo futuro, non solo in termini quantitativi ma anche e soprattutto qualitativi.

Il turismo sportivo

Parlare di turismo sportivo significa parlare inevitabilmente di due fenomeni, sport e turismo, oggetto negli ultimi anni di profondi cambiamenti e di continui accostamenti a un terzo elemento, all'interno del quale i due suddetti prendono forma, l'ambiente. Si pensi ai documenti redatti nel settore dello sport dall'UE, "Carta Europea dello Sport", "Codice per uno sviluppo sostenibile dello sport: collaborazione tra sport e ambiente", dal CIO, "Manuale Sport e Ambiente", o di quelli redatti nel settore del turismo, soprattutto sul turismo sostenibile, dalle Nazioni Unite, "Turismo e Agenda21" e dall'UE, "Carta Europea per il turismo sostenibile nelle zone protette".

Come definire il turismo sportivo? In questo modo: "Un'esperienza turistica che ha un legame di subordinazione nei confronti di un'attività principale che costituisce una esperienza culturale nell'ambito dello sport", (Pigeassou, 2002). L'oggetto sportivo è alla base del progetto turistico e non ne costituisce una parte accessoria, è l'esperienza sportiva che caratterizza lo spostamento, la destinazione e le modalità del viaggio e costituisce l'elemento fondamentale del turismo sportivo; l'esperienza sportiva caratterizza i tipi di comportamento attribuibili al turista, cioè lo spettatore, "l'atleta" e il visitatore, dando così vita a tre distinte nicchie di mercato del turismo sportivo: *di spettacolo, d'azione, culturale*. In questa sede per motivi di spazio ci riferiamo essenzialmente al turismo sportivo d'azione.

Il fenomeno è recente, ma alcune indagini mettono in luce aspetti interessanti: il turismo sportivo in Italia rappresenta il 4% del movimento turistico complessivo, il business del fenomeno si attesta intorno tra 4 e 5 mld di euro, coinvolgendo circa 8 milioni di presenze, con un trend in aumento. Le discipline in cui si concentra la domanda sono ciclismo, sport invernali, trekking e golf. I trend di sviluppo dei prossimi tre anni prevedono una notevole crescita per golf, vela/canoa e fitness (Censis Servizi, 2005). Dati in continua evoluzione, che vanno analizzati con quelli relativi alla pratica sportiva, nel nostro paese, per comprendere al meglio i trend del futuro: 27 milioni gli sportivi praticanti (Istat, 2003), molti di questi e altri provenienti dall'estero potrebbero essere dei turisti sportivi. Di fronte a certi numeri e ai continui inviti alla sostenibilità ambientale non si può non pensare allo sviluppo di una forma di turismo sportivo sostenibile. È quanto emerge anche dal Progetto Europeo "Turismo Sostenibile e Attività Sportiva all'aria aperta" che mira a fornire un punto di partenza per la creazione di buone pratiche e per la costituzione di una carta della qualità in materia di turismo sportivo sostenibile. Alla base del progetto alcune problematiche riscontrate nel bacino Mediterraneo: concentrazione delle frequenze turistiche in una parte limitata dell'anno; concentrazione sulle risorse tradizionali: sole e mare; concentrazione della popolazione, locale e turisti, sul litorale; ricadute negative sull'ambiente e sull'occupazione (maggiore concentrazione di rifiuti e lavoro stagionale); scarsa considerazione e valorizzazione delle risorse alternative e dell'entroterra; scarso sviluppo del binomio turismo e sport, soprattutto all'aria aperta.

Per questo si sente la necessità di promuovere un turismo non più legato alla stagionalità, ma orientato in modo poliedrico, così da permettere l'associazione di elementi naturali e valori socio-culturali, anche in virtù dei risultati delle analisi del mercato turistico degli ultimi anni, che evidenziano un cambiamento riguardo alla scelta delle destinazioni e alla durata delle vacanze; alle forme tradizionali di turismo balneare, culturale, termale, religioso e d'affari si aggiunge il turismo sportivo.

Il territorio del Delta del Po

Il Veneto è tra le prime regioni turistiche italiane, per ricchezza di cultura, storia, arte e tradizione. Anche in questa regione il turismo è un settore su cui bisogna investire risorse finanziarie e umane, sia per attivare strumenti di analisi e conoscenza, sia per qualificare le strutture ricettive, sia per comunicare e promuovere i contenuti del patrimonio. Gli sforzi compiuti negli ultimi anni sembrano portare in questa direzione, ma si devono analizzare bene i dati: se infatti i dati relativi ai movimenti turistici e alla capacità ricettiva del Veneto sono generalmente positivi, ciò è da imputare, in buona misura, alla provincia di Venezia, anche se Verona, Vicenza e Padova chiudono l'anno con un trend positivo. Lo stesso non si può dire per le province di Treviso, Belluno e Rovigo.

L'analisi effettuata riguarda una parte del territorio della provincia di Rovigo, quella del Delta del Po. Da tempo la provincia di Rovigo è impegnata nella promozione della crescita economica del territorio, in particolare del turismo, nella convinzione che molte delle potenzialità del Polesine in termini di sviluppo turistico siano in larga parte ancora inesprese e che, tuttavia, l'espansione turistica rappresenti un trampolino di lancio per assicurare un futuro alla comunità locale. (Regione Veneto, 2005). Il Delta del Po è la porzione più giovane del territorio italiano; esso si protende nel mare come un triangolo il cui asse dà sul ramo centrale del Po di Venezia, esattamente sul 45° parallelo, e con i lati a nord lungo l'Adige e a sud lungo il Po di Goro. Il Delta del Po si estende per 786 chilometri quadrati, risultando una delle zone umide più vaste di tutta l'area del Mediterraneo, con una popolazione di oltre 73 mila abitanti. I comuni del Delta del Po sono 9: Adria, Ariano nel Polesine, Corbola, Loreo, Papozze, Porto Tolle, Porto Viro, Rosolina e Taglio di Po. Si tratta di un'area di straordinario interesse naturalistico, storico e geologico, ricca di ambienti diversi che ospitano ciascuno una propria flora e una propria fauna e che cambiano e si modificano di stagione in stagione.

Sistema turistico del Delta

Il sistema turistico della provincia di Rovigo conta oggi 2.244 strutture ricettive e più di 26.314 posti letto (64 alberghi e 2.180 esercizi extralberghieri tra case, appartamenti, campeggi, villaggi turistici, agriturismo, ostelli e bed&breakfast). La maggior parte di tali strutture è concentrata nell'area del Delta del Po, infatti, 2.171 esercizi su 2.244 (36 alberghi e 2.135 strutture extralberghiere) si trovano in questa area (96,7% delle strutture e 94,3% dei posti letto dell'intera provincia). Di queste a loro volta il 91,4% si trova nel comune di Rosolina. Per quanto riguarda il movimento complessivo dei turisti nella zona del Delta per il 2004 si parla di circa 165.084 arrivi e 1.607.525 presenze, con una permanenza media di 9,74 giorni. Il 41% degli arrivi e il 40% delle presenze è costituito da turisti stranieri, soprattutto tedeschi, mentre i turisti italiani provengono da Veneto ed Emilia Romagna, oltre che da Piemonte e Lombardia, regioni in cui le popolazioni locali sono emigrate negli anni '60. Il sistema si completa con 1.100 ristoranti e bar e 3.200 esercizi commerciali al dettaglio. (*Provincia di Rovigo, Ufficio Statistica, 2005*)

Svariate sono forme di turismo possibili nella zona del Delta:

- il *turismo balneare* è sicuramente quello maggiormente praticato, Rosolina Mare, l' Isola di Albarella e, in tempi più recenti, anche Porto Tolle., che negli ultimi anni ha ampliato l'offerta ricettiva e valorizzato le proprie spiagge, Boccasette, Barricata e Scanno Boa
- il *turismo culturale*, per quanto poco diffuso, è da tenere in considerazione e valutare l'opportunità di potenziarlo in quanto, il territorio polesano è ricco di

ville prestigiose e buona è la rete museale (circa una ventina di musei sparsi sul territorio provinciale)

- il *turismo fluviale* è sicuramente la forma di turismo che meglio si presta alla zona del Delta, ancora poco praticata in Italia è invece molto diffusa e apprezzata all'estero (Francia, Olanda, Gran Bretagna e Irlanda), e pur essendo un prodotto turistico ancora di nicchia potrebbe avere grandi prospettive
- il *turismo ambientale e naturalistico* è la forma di turismo su cui maggiormente si punta negli ultimi anni nell'ottica di una promozione della sostenibilità ambientale.
- il *turismo sportivo* seppur poco sviluppato rappresenta un elemento su cui puntare nei prossimi anni per permettere uno sviluppo del territorio in termini di sostenibilità e di arricchimento socio-economico.

Al fine di tutelare e valorizzare l'area del Delta è stato istituito, nel 1997, il Parco Naturale del Delta del Po la cui gestione è stata affidata all'Ente Parco Regionale Veneto Delta del Po con sede ad Ariano nel Polesine. Il Parco ha tre principali obiettivi:

- 1) tutelare, valorizzare, recuperare e conservare i caratteri naturalistici, storici e culturali del territorio
- 2) promuovere le attività economiche dell'area purché compatibili con l'ambiente circostante
- 3) contribuire a migliorare la qualità di vita delle comunità locali.

I tre cardini su cui ruota quindi il lavoro dell'Ente Parco sono: economia, ambiente e società, al fine di dare un sostegno all'economia locale e al contempo diffondere la conoscenza dell'ecosistema, così da generare nei visitatori e nei residenti una maggiore sensibilità verso l'ambiente. Capita che i due obiettivi siano tra loro in contrasto, che cioè la fruizione turistica comprometta la qualità dell'ambiente e/o lo sviluppo dell'economia tradizionale. È proprio in questi casi che il ruolo dell'Ente Parco è quello di bilanciare i due obiettivi nel tentativo di ridurre l'impatto sull'ambiente regolamentando e indirizzando la fruizione turistica, favorendo forme alternative di turismo che puntino ad uno sviluppo sostenibile che salvaguardi il più possibile il territorio e che si integrino adeguatamente con le tradizionali forme di sfruttamento del territorio, cioè la pesca e l'agricoltura.

Introdurre il concetto di sostenibilità nel classico modello di sfruttamento del territorio, comporta spesso azioni limitative ad abitudini consolidate e la promozione di forme nuove di offerta, per lo più sconosciute o non considerate dagli operatori locali.

È un timore condiviso dai più che l'introduzione di vincoli per la conservazione dell'ambiente implichi limiti stringenti di utilizzo del territorio a fini economici e turistici. Diventa quindi basilare la capacità di comunicare e mediare i conflitti,

affinché risulti chiaro come il parco non rappresenti un ostacolo all'economia e al turismo, bensì un ulteriore fattore di richiamo e valorizzazione dell'area del Delta.

Come definire il turismo sostenibile? È: “Un turismo capace di durare nel tempo, mantenendo i suoi valori quali-quantitativi, cioè suscettibile di far coincidere, nel breve e nel lungo periodo, le aspettative dei residenti con quelle dei turisti senza diminuire il livello qualitativo dell'esperienza turistica e senza danneggiare i valori ambientali del territorio interessato dal fenomeno”. (*Centro VIA Italia, 1996-1999*). Analizzando congiuntamente le due definizioni, il territorio del Delta si presta benissimo a essere “sfruttato” nei termini di un turismo sportivo sostenibile; infatti, si tratta di una zona che ancora non ha vissuto il turismo massificato e che presenta le caratteristiche delle zone considerate nel progetto europeo. L'idea di fondo è la considerazione di un turismo sportivo sostenibile sia a livello di ambiente esterno (pratica sportiva e turistica rispettosa del territorio), sia a livello di ambiente interno (ecologia del corpo), sia inoltre a livello di integrazione con le forme tradizionali di sfruttamento del territorio, al fine di evitare azioni di boicottaggio da parte di chi vede nello sviluppo turistico un nemico dell'economia tradizionale.

Gli sport oggi praticati nell'area del Delta sono: pesca sportiva, ciclismo, surf, canoa, equitazione e golf; si tratta di alcuni di quelli che i trend menzionano tra i più in crescita nei prossimi tre anni.

Alla luce di quanto detto si ritiene auspicabile progettare azioni specifiche di sviluppo del turismo sportivo nell'area del Delta, anche in virtù di alcuni dati già presenti sia in relazione ai flussi che alle strutture e alle attività svolte nel territorio. Esempio pilota di strutture già in linea con un turismo sportivo sostenibile è l'Isola di Albarella, che oltre a ospitare interessanti manifestazioni sportive, legate al golf, si è dotata di certificazione EMAS, la certificazione ambientale; per quanto concerne le attività alcuni attori locali hanno già sviluppato itinerari di turismo adattabili ad un turismo sportivo, destagionalizzato e coinvolgente l'entroterra, è il caso dei 25 itinerari per canoa già esistenti e programmati. Infine per quanto riguarda i flussi va tenuto presente che molti degli stranieri che arrivano sul Delta provengono dalla Germania, così come molte richieste di turismo sportivo in Italia provengono dalla stessa Germania e dai paesi del nord Europa.

Perché si possa pensare alla fattibilità di un progetto di turismo sportivo sostenibile nell'area del Delta risulta necessaria un'attenta attività di promozione, cioè si deve portare a conoscenza del nuovo prodotto i potenziali fruitori. Non solo, si deve promuovere il prodotto soprattutto nei confronti della popolazione locale, nel tentativo di creare una base culturale comune e un senso di appartenenza alla nuova modalità di sfruttamento del territorio.

Il turismo sportivo deve diventare una motivazione specifica, tale da determinare la scelta della destinazione e non una proposta aggiuntiva o di supporto alle attività turistiche tradizionali.

In ultima analisi, perché ciò avvenga, è necessario attivare procedure adeguate di marketing, sviluppare fin da subito, negli operatori, una sensibilità per le pratiche più avanzate di gestione (CSR, SA8000) puntando l'attenzione sulla creazione di nuove figure professionali capaci di saper gestire un fenomeno complesso, con un know-how capace di diversificare l'attività di promozione in direzione di un turista di nicchia, attraverso l'uso dei più efficaci canali comunicativi, sfruttando appieno le potenzialità dei nuovi strumenti tecnologici.

Riferimenti bibliografici

Borgogni A., Lenzerini F., Geri M., 2004, *Sport e ambiente: una relazione sostenibile*, Ed. La Meridiana, Bari.

Censis, 2005, XXXIX Rapporto sulla situazione sociale del paese, www.censis.it

Istat, 2005, Statistiche culturali, Anni 2003-2004, www.istat.it

Maeran R., 2004, *Psicologia e turismo*, Editori Laterza, Roma.

Pigeassou C., 1999, *Il turismo sportivo: quadro d'analisi e contesto. Il caso francese*. Sintesi della conferenza sul Turismo presso Università degli Studi di Trento, 19 novembre 2002.

Provincia di Rovigo, Ufficio Statistica, 2005, *Il sistema dell'ospitalità nella Provincia di Rovigo*. www.provincia.rovigo.it

Regione Veneto, Comunicati stampa, "Parchi: finanziati progetti di promozione e valorizzazione", www.regione.veneto.it.

Riferimenti webliografici

www.centrovia.it

www.coni.it

www.isnart.it

www.parcodeltapo.org

www.parks.it