

SUCCESSO E SVILUPPO DEL «FENOMENO OUTDOOR»

Si intitola «Situazione congiunturale del turismo outdoor – focus, tendenze e discipline 2018» il dettagliato rapporto realizzato dalla agenzia JFC per conto dell'«Osservatorio Italiano del turismo outdoor» e promosso da Bologna Fiere e Modena Fiere. È un documento costruito su un imponente lavoro di ricerca e che illumina una realtà per tanti aspetti sorprendente nelle sue dimensioni e in continua evoluzione. Si parla di un popolo composto da milioni di persone che svolgono attività sportive (più o meno «impegnate») all'aria aperta e che per inseguire queste passioni alimenta una particolare economia turistica particolarmente «viva» da marzo a ottobre. Il rapporto calcola che sono 245 le discipline praticate, 30 milioni i praticanti di attività sportive «en plein air» di cui 6 quelli che cercano e si spostano in una località turistica per praticarle e oltre 4 miliardi il fatturato del comparto. È questo un tema che riguarda ovviamente anche la montagna, quando smette di essere «bianca» per diventare «verde»

Man mano che le giornate si allungano e trascorrere qualche ora al di fuori delle mura domestiche comincia ad essere più piacevole, anche lo spirito ed il desiderio di praticare attività fisica all'aperto – o anche solo un po' di movimento – torna a «stimolare» gli Italiani. Le temperature più miti, se da un lato spingono gli sportivi a favorire attività all'aperto rispetto a quelle indoor, dall'altro creano le condizioni – prima di tutto mentali – per praticare l'attività sportiva preferita anche nei confronti degli sportivi «saltuari». Ecco allora che in questo periodo si cominciano a vedere i gruppetti di ciclamatori percorrere strade collinari, mentre aumentano coloro che corrono nei parchi urbani o chi, invece, preferisce dedicare qualche ora domenicale alla pratica del nordic walking in spiaggia o raggiunge una falesia per arrampicarsi. È anche il periodo, questo, dell'esplosione degli eventi sportivi: dalle maratone alle gran fondo, dalle competizioni di arrampicata alle «mud run» sino al «trail running», è un continuo susseguirsi di appuntamenti di vario genere, spesso riservati a professionisti ma sempre di più aperti ad amatori che desiderano «partecipare» più che «competere». Ben oltre gli appuntamenti e gli eventi, la pratica delle attività sportive outdoor è in continua crescita ed appassiona un numero sempre maggiore di Italiani (ed anche di stranieri), e questa affermazione è valida soprattutto per tutte quelle discipline per la pratica delle quali non è richiesto il pagamento di biglietti di ingresso o di tesseramenti particolari. Basti pensare, a tal proposito, alla mountain bike o al trekking, al nordic walking o al

beach soccer, alla pallavolo, all'orienteeing o al running, etc. È altresì vero che l'incremento dei praticanti le attività sportive outdoor è anche causato dalla nascita continua di nuove discipline, che si caratterizzano per l'essere fortemente competitive ed altamente adrenaliniche: infatti, accanto alle attività più tradizionali, sono sorte negli ultimi anni diverse attività sportive che nascono sempre da un'attività di base (ad esempio la corsa) ma che si evolvono con «aggiunte» di vario genere. Succede pertanto che i runner partecipano alle gare di «obstacle course race» (OCR) o agli ultra trail e che i ciclisti si iscrivono a gare di triathlon per mettere alla prova la loro resistenza anche in altre discipline. L'Osservatorio Italiano del Turismo Outdoor ha identificato e quantificato tutte le discipline attualmente praticabili «en plein air» in Italia, nel periodo marzo/ottobre, classificando ben 245 discipline. Tra queste (senza puntare ai numeri massimi del calcio, della pallavolo o del ciclismo) alcune coinvolgono già oggi un numero importante di atleti e praticanti italiani (come l'arrampicata in tutte le sue formule, che vede 21.593 atleti e circa 222.600 praticanti), altri numeri decisamente più modesti ma in continua crescita (come il rafting che conta 823 atleti ed oltre 27.000 praticanti).

I fattori psico-sociologici delle pratiche all'aria aperta

Il desiderio di praticare un'attività sportiva outdoor risiede principalmente in una condizione di ricerca, che si basa sul desiderio delle persone di cambiare l'ambiente

quotidiano e mettersi alla scoperta di un luogo di rigenerazione, dove poter trovare nuove energie sia mentali che fisiche. Condizioni, queste, che sono strettamente collegate con i moderni stili di vita, che vedono nelle pratiche che ruotano attorno a tutto ciò che è «wellness» e benessere psico-fisico l'esplosione dei centri benessere, delle beauty farm, delle palestre e di tutti quei luoghi legati, appunto, al benessere personale. Situazioni, queste, che con l'arrivo del bel tempo, o quanto meno delle prime giornate di sole, portano le persone a voler svolgere le attività all'aperto.

Oltre a ciò, il fatto stesso di «essere all'aperto» porta benefici rivitalizzanti sull'umore (1) e sviluppa positivi stimoli sensoriali: fare attività fisica all'aperto predispose quindi a risultati migliori, con un senso di positività più evidente. Le persone si sentono più energiche, meno depresse e nervose (2), quindi più serene e soddisfatte anche grazie alla serotonina (definito «l'ormone dell'umore»), un neuromediatore la cui produzione viene stimolata all'aria aperta.

Dal punto di vista sociologico, la pratica delle discipline sportive all'aperto sono favorite da alcune condizioni, quali:

- la possibilità di svolgere attività sportiva senza dover rispettare troppi vincoli, perché l'ambiente naturale garantisce alle persone un senso di libertà, anche per quanto riguarda le regole dell'attività (tecniche, tempi, sequenze, etc.);

1 Unità di Epidemiologia dell'Istituto Dermatologico dell'Immacolata - Roma

2 European Centre for the Environment and Human Health (ECEHH)

- la possibilità di auto-organizzarsi, in quanto la maggior parte di queste discipline non necessita di luoghi con «tempi di apertura» ma sono fruibili sempre, a qualsiasi orario;
- la possibilità di poter praticare attività fisiche con tempi e modi «ad personam», calibrando lo sforzo fisico a proprio piacimento, come situazione di compensazione con il comportamento sedentario di ognuno;
- il riscoperto desiderio di uno stile di vita più simbiotico con la natura, allontanandosi in tal modo dalla confusione e dal rumore quotidiano dei luoghi di lavoro;
- la possibilità di «dedicarsi» a ciò che più piace fare, ed anche alla possibilità di provare nuove discipline senza dover entrare nella sfera della competizione;
- il diritto all'eguaglianza, che consiste nel diritto di accesso alla disciplina che viene concesso a tutte le persone, che possono così praticare attività sportive senza discriminazione alcuna, proprio perché l'ambientazione è free.

Il perché dell'esplosione di questo fenomeno

La pratica di una disciplina sportiva si trasforma molto spesso in vera e propria passione, che condiziona gli Italiani (come pure gli stranieri) a decidere di trascorrere fuori casa un periodo più o meno lungo di soggiorno, appositamente dedi-

cato alla pratica sportiva. È quindi la passione sportiva uno dei temi principali in grado di muovere, oggi, le persone verso una destinazione: persone che sono accomunate quindi dagli stessi interessi per quanto riguarda le attrezzature, i luoghi dove poter praticare la disciplina, sino ai cronometraggi, ai record, alle prestazioni eccezionali.

I praticanti di ogni disciplina creano pertanto una propria, personale tribù, perché ogni «passione» esiste ed è tanto più forte quanto più è in grado di essere condivisa da un insieme di persone che hanno riti comuni, con un proprio linguaggio e proprie regole comportamentali. Il tema delle tribù è tanto più sentito quanto più la disciplina è adrenalinica, perché, in quel caso, i fattori legati alla competizione ed alla sfida personale diventano le tematiche utili a sviluppare aggregazione. Ecco allora che non sono solamente le discipline con centinaia di migliaia di «adepti» a generare flussi turistici (come possono essere, ad esempio, gli oltre 837mila italiani cicloturisti che nel corso del 2017 hanno soggiornato fuori casa), ma anche le discipline che potremmo definire «minori» perché coinvolgono un numero ancora esiguo di partecipanti, come possono essere il pumptrack, la slackline, il wakeboard, etc. Esigui sì come numeri di partecipanti, ma tutti con un forte spirito tribale. Far parte di una di queste tribù vuol infatti dire di poter prendere par-

te a momenti «speciali». Tutto ciò porta le persone a ricercare luoghi dove poter praticare tali discipline: il fenomeno più interessante è che non si tratta più solo di «atleti» o «gruppi» di Federazioni od Enti di Promozione Sportiva, ma di un pubblico (spesso alle prime esperienze se non addirittura neofita) sempre più numeroso, che pratica le discipline outdoor con spirito ricreativo e non competitivo (almeno nelle prime fasi).

Si tratta di clientela che si sposta da casa per praticare lo sport all'aperto in sicurezza, ottimizzando il tempo a disposizione e cercando luoghi dove vi sia la certezza di trovare servizi e strutture idonee alle proprie esigenze sportive. Ecco allora che il tema della natura, del movimento, del benessere, della salubrità sono i fattori fondamentali che caratterizzano il successo e lo sviluppo del turismo outdoor: il tutto favorito dal desiderio degli Italiani (e degli stranieri) di fuggire dai luoghi della grigia quotidianità e del limitato spazio vitale cittadino per trascorrere un po' di tempo all'opposto di tutto ciò, quindi in location solari, all'aperto, colorate.

La vacanza che segue la passione sportiva

Praticare una disciplina sportiva è una cosa, scegliere di trascorrere almeno una notte fuori casa per la «passione» che si prova è tutt'altro. Quando si parla di «turi-

The advertisement features a large image of a yellow and black Can-Am Commander 1000 XT snowmobile in the background. In the foreground, three smaller vehicles are shown: a black Traxter XT HD10 utility vehicle on the left, a black Outlander MAX 1000 R utility vehicle in the center, and a red Outlander MAX 570 utility vehicle on the right. The Can-Am logo and BRP logo are visible in the top left corner of the image area.

can-am | **BRP**

Commander 1000 XT

Traxter XT HD10

Outlander MAX 1000 R

Outlander MAX 570

www.leitner.it

intercom
DR. LEITNER

CONTATTACI PER SCOPRIRE TUTTE LE NOVITÀ 2018: TEL 0472 76 55 12, INTERCOM@LEITNER.IT

FINALITA' E METODOLOGIA DELL'OSSERVATORIO ITALIANO DEL TURISMO OUTDOOR

L'Osservatorio Italiano del Turismo Outdoor svolge puntualmente il compito di garantire la conoscenza ed il monitoraggio costante del "fenomeno del turismo outdoor" in tutti i suoi elementi di valore ed interesse, e si pone quale obiettivo primario quello di fornire informazioni utili all'intero sistema nazionale (operatori, enti, giornalisti, esperti, centri studi, etc.).

L'Osservatorio Italiano del Turismo Outdoor ha sviluppato un proprio modello di rilevazione scientifica altamente attendibile, ma soprattutto in grado di fornire indicazioni differenziate per tematiche di interesse, in quanto si concretizza attraverso varie fasi di studio sviluppate in diversi periodi dell'anno, concentrandosi su fattori fenomenologici, economici, sociologici, operando con rilevazioni a livello nazionale.

Lo Studio "Situazione Congiunturale del Turismo Outdoor - Focus Tendenze e Discipline 2018" è stato condotto da JFC srl nel periodo gennaio/febbraio 2018, con rilevazioni dirette ed indirette, a livello nazionale. Il panel è controllato e aggiornato periodicamente da JFC, che si occupa della sua stratificazione e del monitoraggio periodico. Si tratta di un panel costruito basandosi su database ufficiali, verificati successivamente in maniera diretta.

Questo il panel utilizzato per questo Studio:

- interviste on line CAWI (Computer Assisted Web Interviews) precedute da una fase di pre-testing;
- 28 referenti di federazioni sportive italiane e/o referenti nazionali di discipline sportive;
- 18 Enti di Promozione Sportiva;
- 14 centri sportivi di rilevanza nazionale;
- 23 organizzatori e/o referenti di eventi sportivi di valenza nazionale/internazionale in Italia;
- 3 Tour Operator nazionali che si occupano di turismo outdoor in Italia;
- interviste telefoniche CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) precedute da una fase di pre-testing;
- 16 referenti di federazioni sportive italiane e/o referenti nazionali di discipline sportive;
- 12 Enti di Promozione Sportiva;
- 11 centri sportivi di rilevanza nazionale;
- 13 organizzatori e/o referenti di eventi sportivi di valenza nazionale/internazionale

nale in Italia;

- 2 Tour Operator nazionali che si occupano di turismo outdoor in Italia;
 - colloqui con stakeholders;
 - colloqui diretti con 14 stakeholders del Turismo Outdoor. Per la situazione congiunturale del turismo outdoor JFC ha condotto la sezione di Studio attraverso le seguenti fonti:
 - elaborazione su report FSN-DSA 2016;
 - elaborazione su dati report Istat 2017;
 - elaborazione su dati ufficiali Ont;
 - elaborazione dati Associazione Italiana Cultura Sport (AICS); Associazioni Sportive Sociali Italiane (ASI); Centri Sportivi Aziendali e Industriali (CSAIN); Centro Sportivo Educativo Nazionale (CSEN); Centro Sportivo Italiano (CSI); Centro Universitario Sportivo Italiano (CUSI); Ente Nazionale Democratico di Azione Sociale (ENDAS); Movimento Sportivo Popolare Italia (MSP); Polisportive Giovanili Salesiane (PGS); Associazione Centri Sportivi Italiani (ACSI); Unione Italiana Sport per Tutti (UISP); Unione Sportiva ACLI (US ACLI); Attività Sportive Confederale (ASC); Centro Nazionale Sportivo Libertas (CNS LIBERTAS); Organizzazione Per l'Educazione allo Sport (OPES);
 - elaborazione studi Enit;
 - elaborazione dati - Centro Studi ed Osservatori Statistici - Coni Servizi;
 - elaborazione statistiche turistiche regionali;
 - elaborazione informazioni statistiche Harris Interactive.
- Ricognizione ed analisi documentale:
- analisi di documentazione ed informazioni, nonché comunicati stampa di vari organi;
 - rilevazioni e dati ufficiali Ont;
 - relazioni Stati generali dello sport italiano;
 - relazione di Nicola Porro, Sociologia dello Sport - Università di Firenze;
 - indicatori European Centre for the Environment and Human Health (ECEHH);
 - indicatori Unità di Epidemiologia dell'Istituto Dermopatico dell'Immacolata - Roma;
 - annuari e documentazione AA.VV.
 - banca dati JFC.

Eventuali pubblicazioni di parti del documento sono consentite solo previa autorizzazione e citazione completa della fonte (Skipass Panorama Turismo, Modena Fiere - JFC). Non è consentita la pubblicazione integrale. Diritti di traduzione, memorizzazione elettronica, riproduzione e adattamento con qualsiasi mezzo sono riservati per tutti i Paesi.

smo outdoor» si fa infatti riferimento a tutti quegli Italiani che scelgono il luogo di vacanza basandosi sulla possibilità (certezza) di poter praticare la disciplina preferita all'aria aperta. Non si tratta, in questo caso, di chi svolge saltuariamente attività fisica durante il proprio soggiorno, ma di chi compie una scelta ben precisa. Quindi si tratta di una vacanza pienamente motivazionale, dove la presenza di luoghi dedicati alla pratica sportiva o la condizione di poter partecipare ad un preciso evento sportivo assume, nella fase di scelta del-

la località, più valore rispetto alla destinazione stessa. Per comprendere appieno i «valori» del turismo outdoor occorre avere chiara la panoramica quantitativa delle discipline sportive outdoor che possono generare presenze turistiche. Considerando quindi le 245 discipline outdoor classificate dall'Osservatorio Italiano del Turismo Outdoor, le medesime sono state divise per il rispettivo «ambito», intendendo come tale l'area territoriale di svolgimento:

AMBITI TERRITORIALI	n°
Mare/laghi/corsi d'acqua	83
Montagna/collina/campagna/aree naturali	29
Multiterritoriali	133
Totale	245

Di queste discipline, il 17,6% non rientra tra quelle riconosciute dal CONI e, di conseguenza, possono essere identificate come quelle più «giovani ed innovative». Si tratta, quindi, di uno spettro ampissimo di opzioni di pratica sportiva, molte delle quali sono praticabili in tutti gli ambiti territoriali, siano esse le spiagge o la collina, le aree naturali o la campagna come, ad esempio, il classico cicloturismo o il soft tennis, l'agility dog o il boot camp, il parkour o il turismo equestre, etc. In Italia i praticanti di queste 245 diverse discipline outdoor sono ben 20 milioni 858mila, tra coloro che lo fanno in maniera continuativa o chi, invece, con cadenza saltuaria. È però interessante notare come, tra questi, siano stati ben 6 milioni 672mila coloro che nel 2017 hanno soggiornato almeno una notte fuori casa per poter praticare, nel periodo marzo/ottobre, la propria disciplina outdoor preferita. La maggior parte di questi nostri connazionali è rimasto all'interno dei confini nazionali (5 milioni 550 mila circa), ma vi è stata anche una quota di 1 milione 121mila italiani che, al contrario, ha preferito andare all'estero per praticare il proprio sport outdoor.

Il valore economico e commerciale del comparto

Il turismo outdoor rende moltissimo in termini economici per il turismo italiano, soprattutto se si considera che la maggior parte di queste discipline non richiede investimenti in infrastrutture, in quanto usufruisce di ambienti e luoghi che già esistono in natura o che sono nati per altre finalità. È, questo, un valore in più che caratterizza il turismo outdoor italiano, soprattutto se si valutano i fatturati che il comparto genera ogni anno. Proprio per questo motivo, ed avendo quale focus il «turismo outdoor» e non la mera pratica sportiva, le analisi dell'Osservatorio non comprendono volutamente presenze e fatturato generato dagli «atleti professionisti», in quanto i medesimi hanno quale finalità primaria la «competizione», senza finalità turistiche (anche se contribuiscono all'economia turistica). Il primo dato di rilievo che l'Osservatorio Italiano del Turismo Outdoor evidenzia è quello relativo ad arrivi e presenze di ospiti che soggiornano in Italia condizionati dalla pratica sportiva outdoor come motivazione di viaggio (3):

TURISTI OUTDOOR IN ITALIA		
consuntivo 2017	arrivi	presenze
Italiani	5.551.709	16.099.956
Stranieri	7.288.221	23.322.306
Totale	12.839.930	39.422.262

3 vedi metodologia

4 stima JFC-vedi metodologia

Da questa analisi emerge una situazione decisamente interessante per il comparto, con oltre 5 milioni 551mila arrivi italiani, capaci di generare oltre 16 milioni di presenze, e circa 7 milioni 288mila arrivi stranieri, per oltre 23 milioni 320mila presenze, sempre di ospiti stranieri. Complessivamente, nel 2017 gli arrivi legati al «turismo outdoor», con riferimento alle discipline praticabili nel periodo marzo/ottobre, sono stati 12 milioni 840mila circa, mentre le presenze hanno raggiunto quota 39 milioni 422mila. In merito agli stranieri che nel 2017 hanno soggiornato in Italia per praticare la loro disciplina outdoor preferita (periodo marzo/ottobre), la loro permanenza media è stata di 3,2 notti. Per quanto riguarda i nostri connazionali che hanno soggiornato in Italia mossi dalla pratica sportiva outdoor, i medesimi hanno invece trascorso in media 2,9 notti fuori casa. A questi vanno aggiunti ulteriori Italiani che hanno preferito uscire dai confini nazionali per praticare (sempre con riferimento al periodo marzo/ottobre 2017) la loro disciplina outdoor preferita: si tratta di ulteriori 1 milione 121mila italiani che hanno generato 4 milioni 133mila presenze, però in Paesi esteri. Le previsioni per il 2018 (4) sono ancora più incoraggianti, in quanto l'Osservatorio Italiano del Turismo Outdoor stima un incremento del +4,3% di arrivi italiani legati alle discipline outdoor unitamente ad una crescita del +3,2% degli arrivi stranieri, sempre

legati alle discipline outdoor, nel periodo marzo/ottobre 2018.

TURISTI OUTDOOR IN ITALIA PREVISIONI 2018		
	arrivi	presenze
italiani	5.790.433	7.521.444
stranieri	7.521.444	23.316.475
Totale	13.311.876	40.398.251

Nell'anno in corso, pertanto, si stimano oltre 13 milioni 311mila arrivi complessivi che permetteranno di superare la soglia delle 40 milioni di presenze, e più precisamente 40 Milioni 398mila presenze circa. Di certo il dato più interessante è quello relativo al fatturato generato dal comparto nell'anno 2017. Fatturato che interessa non solo il comparto ricettivo ma anche quello dei servizi sportivi e non, ristorazione, trasporti, parcheggi, etc., in quanto può essere così suddiviso:

- un fatturato per il settore ricettivo pari a 2 miliardi 589 milioni di Euro circa (pari al 64,2% del globale);
- un fatturato per il settore dei servizi pari a 1 miliardo 443 milioni di Euro circa (pari al 35,8% del valore complessivo).

FATTURATO OUTDOOR IN ITALIA consuntivo 2017 in €		
	settore ricettivo	servizi e altro
Italiani	914.477.521,45	416.950.590,20
Stranieri	1.674.448.270,00	1.026.274.746,13
Totale	2.588.925.791,46	1.443.225.336,33

FATTURATO OUTDOOR IN ITALIA consuntivo 2017 in €	
Italiani	1.331.428.111,66
Stranieri	2.700.723.016,13
Totale	4.032.151.127,79

Nel 2017 il fatturato complessivo del settore «turismo outdoor» in Italia, nel periodo marzo/ottobre, ha superato i 4 miliardi di Euro. Per il 2018 le stime dell'Osservatorio Italiano del Turismo Outdoor prevedono di raggiungere un fatturato complessivo per il settore pari a 4 miliardi 189 milioni di Euro, con un incremento, rispetto al 2017, di 157 milioni di Euro (+3,9%).

Le specialità sportive che generano più turismo

In una nazione dove tutti siamo CT della nazionale di calcio, risulta evidente che questo sport rimane quello più seguito, ma non per questo motivo è anche quello che genera il maggior numero di turisti outdoor. Infatti il calcio, che è anche la prima disciplina per numero di iscritti alla federazione, genera soggiorni con il più basso indice di età per partecipante (si sviluppano in prevalenza attraverso tornei, gare, ritiri, allenamenti, camp, etc. per bambini e ragazzi); l'età media dei partecipanti è di 14 anni e 8 mesi. Lo stesso dicasi anche per altre discipline

La passione è il nostro motore

PistenBully®

Service

Giorno dopo giorno lavoriamo per rendere il PistenBully sempre migliore. Anche in fatto di assistenza: in tempi rapidissimi consegniamo ricambi originali in ogni angolo del mondo.

- ⊕ Oltre 25.000 ricambi originali a magazzino
- ⊕ Qualità originale del costruttore per tutti i ricambi
- ⊕ Sicurezza verificata ed elevata affidabilità
- ⊕ Linea telefonica diretta service: 24 ore al giorno, 7 giorni su 7
- ⊕ Consegna espresso in tutta Europa: il giorno dopo, consegna espresso nel resto del mondo: max. 3 giorni
- ⊕ Consulenza competente sui ricambi
- ⊕ Catalogo ricambi digitale aggiornato quotidianamente, con funzione di ordinazione
- ⊕ Ricambi per le macchine fino a 15 anni dalla fine di produzione della serie

Tanti servizi convincenti e garantiti per una battitura perfetta e redditizia. Benvenuti nella famiglia PistenBully!

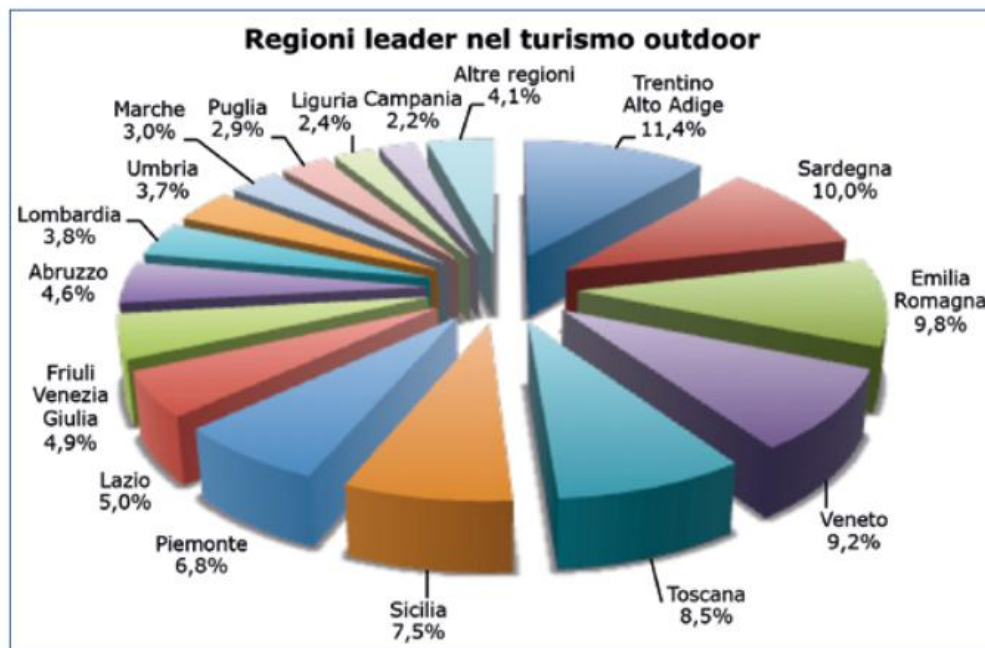
Acquistare ricambi originali PistenBully conviene. Approfitte delle nostre offerte speciali.



sportive molto amate dagli italiani (come la pallavolo o la pallacanestro) che generano un numero limitato di presenze di turismo outdoor (ed anche in questo caso di giovane età) se comparate al numero dei praticanti effettivi. O per la pesca che, sebbene sia la disciplina che raccoglie un numero altissimo di adepti in Italia, non genera valori economici di rilievo per quanto riguarda i soggiorni. Emerge così che la disciplina sportiva outdoor che genera la maggior quota di turisti è rappresentata da tutto ciò che è «bicicletta» nelle sue varie formule (quindi cicloturismo, mountain bike, e-bike, downhill, BMX, etc.); dai raduni alle gran fondo, dagli stage sino alle semplici passeggiate in bici, la pratica del cicloturismo in tutte le sue varianti rappresenta un valore economico primario. Al secondo posto tra le discipline outdoor che generano le maggiori quote di turisti outdoor vi è invece l'insieme delle discipline slow legate alle «camminate», come sono il trekking, nordic walking, fit walking, etc., praticate soprattutto dagli over 45 (con una equa distribuzione tra praticanti uomini e praticanti donne). Coloro che intendono invece la camminata in maniera più strong, quindi chi corre, sono invece inquadrati in chi pratica corsa campestre, corsa su strada, trail running, etc. Se però si considerano in maniera aggregata coloro che praticano le camminate e le corse – nelle loro varie formule (la loro totalità supera, per flussi di turisti outdoor generati) quelli della macro-categoria definita genericamente «bicicletta». Vi sono poi gli sport d'acqua, anch'essi in crescita. Dalle immersioni alla vela, dal surf alla canoa sino alle nuove discipline come può essere il S.U.P. (Stand Up Paddle), il parasailing, l'hydrospeed e il rafting, si tratta di attività che vedono aumentare la quota dei soggiorni, non solo per partecipare a tornei, gare, ma anche per trascorrere un po' di tempo divertendosi in compagnia di amici o familiari. Sono, queste, le discipline che generano i maggiori flussi di turismo outdoor: tuttavia vi sono tantissime discipline che, con numeri assoluti di praticanti decisamente inferiori, sono però in grado di creare flussi percentualmente molto interessanti, come l'arrampicata.

Le nuove specialità, soprattutto «giovani»

Sono le nuove discipline sportive all'aperto quelle che creano, oggi, il maggiore interesse, soprattutto da parte dei giovani che vogliono provare nuove esperienze sportive. È anche questo il motivo che spinge la nascita di nuove discipline le quali, spesso, poco hanno di sportivo e molto, invece, di divertimento o di competizione con se stessi. Nelle aree montane e collinari si assiste ad un'esplosione di corsi di survival: non si tratta di veri e propri sport ma più genericamente di attività all'aria aperta, in cui mettere alla prova le proprie capacità di sopravvivenza nella natura senza l'ausilio di strumentazioni ma aiutandosi con le proprie mani. Proprio nella realtà odierna in cui la tecnologia è sempre più pre-

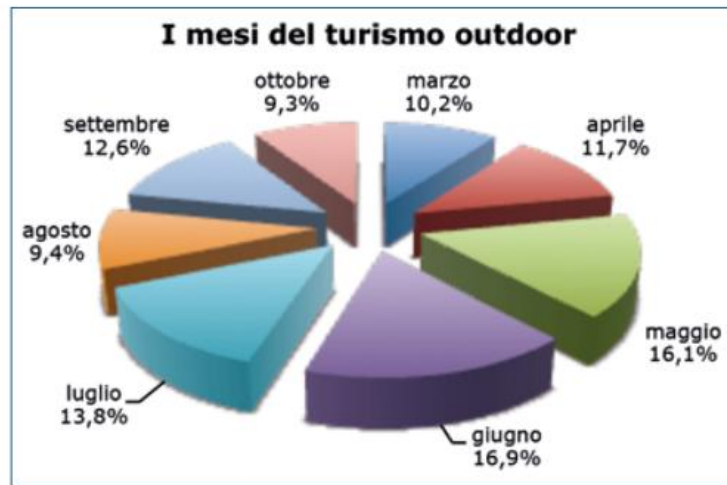


sente, si riscopre il desiderio di riuscire a farcela con le proprie capacità. Sempre in montagna è in forte espansione l'utilizzo dei fiumi, torrenti e corsi d'acqua per alcune pratiche sportive: tra quelle che stanno crescendo con le maggiori quote percentuali vi sono il canyonig e l'hydrospeed. Si tratta di pratiche sportive altamente adrenaliniche: nel canyoning le tecniche dell'alpinismo vengono utilizzate per discendere i torrenti, mentre l'hydrospeed consiste nella discesa delle rapide di un fiume avvalendosi dell'ausilio di un galleggiante. Altra adrenalinica novità è l'«human bungee sling shot», ovvero la fionda umana, che consiste in un lancio in orizzontale con un elastico messo in tensione. I praticanti vengono assicurati ad un'imbragatura, raggiungendo un'accelerazione da 0a 100 km/h in mezzo secondo. In fase di crescita anche la «slackline», ovvero l'arte di stare in equilibrio su una sorta di fettuccia e di camminare, saltare ed esibirsi in acrobazie come dei veri e propri funamboli. Vi è poi la «highline», in cui l'esercizio viene reso ancora più estremo, in quanto in questo caso la slackline viene posizionata a svariati metri dal suolo. Vi è poi lo «zip lining», cioè la discesa lungo una teleferica per provare l'emozione di un volo nel vuoto, attività molto presente in particolare modo tra le attività dei parchi avventura. Il «cliffhanger», invece, comprende un mix di esperienze: arrampicata, via ferrata e salto nel vuoto. Tra gli sport da praticare in acqua, ma in questo caso in mare, è in costante crescita il «sup» e la pratica dell'«hidrofly». Il sup consiste nello stare in piedi in equilibrio su una longboard di grandi dimensioni, remando con l'aiuto di una pagaia. L'hidrofly invece, disciplina che spopola sulle coste delle località più modaiole, permette letteralmente di volare in piedi sull'acqua e di esibirsi in acrobazie, sfruttando la forza propulsiva. Per gli amanti del calcio vi sono poi nuove evoluzioni come il «bubble football»: ci si può giocare su un comune campo da calcetto a

5, utilizzando le stesse porte. Le squadre possono essere composte da 4 o 5 giocatori e l'obiettivo è quello di fare goal indossando delle bolle gonfiabili, le bumper ball appunto, che permettono di scontrarsi per rubare il possesso palla all'avversario in tutta sicurezza. Una variante dell'utilizzo di sfere trasparenti è lo «zorbing», che consiste nel rotolare in discesa lungo un percorso prestabilito, all'interno di una sfera. L'ultima vera moda, in crescita esponenziale, riguarda le discipline «OCR» (obstacle course run). In queste sfide, diffuse ormai in tutta Italia come le famose Mud Run, Spartan Race, Inferno Race, Strongman Run, l'obiettivo è quello di mettere alla prova se stessi nella corsa e nel superamento di ostacoli di tutti i tipi (fango, schiuma, acqua, pneumatici, balle di fieno, etc.), non solo in un'ottica di competizione ma anche di divertimento. Sempre più amate e diffuse sono inoltre tutte le attività da svolgere a contatto diretto con i nostri amici animali, in particolare i cani. In questo caso le prove di agilità, il superamento di ostacoli ed il divertimento vengono condivisi con i migliori amici dell'uomo. A tal proposito si può fare riferimento all'agility dog, che consiste nel superamento di ostacoli da parte dei cani grazie agli insegnamenti del proprio padrone, ed al «disc dog», ovvero il gioco del frisbee insieme ai cani. Il desiderio di stare a contatto con la natura e l'amore per la natura stessa e gli animali si manifesta anche in altre attività come il lama trekking, ovvero passeggiate in compagnia di questi animali che ben si adattano sulle nostre montagne, così come le attività educative-ricreative di wolf howling, che consistono in passeggiate notturne regolamentate in mezzo ai boschi, riproducendo ululati preregistrati e inducendo così risposte vocali da parte dei lupi, al fine di determinarne la presenza o assenza, di stimarne il numero minimo di individui e di accertarne l'avvenuta riproduzione attraverso la risposta dei cuccioli.

Dove si consuma il turismo outdoor

Tutte le regioni italiane hanno caratteristiche morfologiche ottimali per la pratica sportiva, ma i flussi dei turisti outdoor sono ovviamente condizionati da una molteplicità di fattori, in primis dalla presenza mixata di location considerate ideali per la pratica sportiva con la presenza di servizi e dalla capacità commerciale degli stessi operatori turistici. Emerge così che la regione che raccoglie la maggior quota di turisti outdoor è il Trentino Alto Adige, che a livello nazionale conquista ben l'11,4% del totale dei flussi, seguito dalla Sardegna con il 10% e dall'Emilia Romagna con il 9,8%. Vi sono poi altre quattro regioni che conquistano quote superiori al 5%: si tratta del Veneto (9,2%), della Toscana (8,5%), della Sicilia (7,5%) e del Piemonte. Tra marzo ed ottobre si «consumano» i flussi del turismo outdoor in Italia, con una forte concentrazione nei mesi primaverili, quando letteralmente esplose il desiderio di fare attività sportiva all'aperto. Sono infatti i mesi di maggio e giugno quelli che raccolgono la maggior quota di turismo outdoor: complessivamente il 33% del totale dei flussi. Però, come si può notare, vi è una buona distribuzione di questa formula di turismo in tutti i mesi che vanno da marzo ad ottobre, con una fase di crescita costante nei primi mesi – da marzo (10,2%) sino appunto a giugno (16,9%) – con una decre-



scita quando l'estate diventa più «rovente» – con un luglio che raccoglie il 13,8% dei flussi e agosto che scende al 9,4% - ed un nuovo picco a settembre (12,6%) per poi diminuire quando comincia a fare più fresco, vale a dire ad ottobre (9,3%). È altresì interessante notare che il mese che «raccolge» il maggior numero di turisti outdoor (con focus su coloro che si spostano per partecipare ad un evento) è quello di giugno (17,3% del totale dei flussi che si spostano solo per partecipare all'evento) seguito dal mese di maggio (con una quota del 13,4% sul totale di tali flussi legati solo agli eventi).

L'Osservatorio Italiano del Turismo Outdoor identifica anche le regioni italiane dalle quali si sviluppa il maggior numero di turisti outdoor. Dalla rilevazione emerge che la regione italiana dove si concentra la più alta quantità di questi turisti è la Lombardia, che da sola genera il 12,9% di questi flussi, seguita dal Veneto (10,2%) e dal Piemonte (7,4%). A seguire la Toscana (7%), il Lazio (6,4%) il Trentino

Alto Adige (6,3%), l'Emilia Romagna (6,2%), la Puglia con il 5,7% e l'Abruzzo con il 5,4%. I residenti nelle rimanenti regioni italiane generano flussi con quote inferiori al 5%.

Altro dato interessante è quello relativo al «con chi»: emerge infatti che i turisti outdoor, spostandosi da casa per inseguire una propria passione, lo fanno in prevalenza con la tribù di appartenenza, quindi in prevalenza con amici (il 57,8% del totale), ma anche con la famiglia (27,2%), in maniera individuale (11,4%) o con conoscenti casuali (il 3,6%). Si tratta,

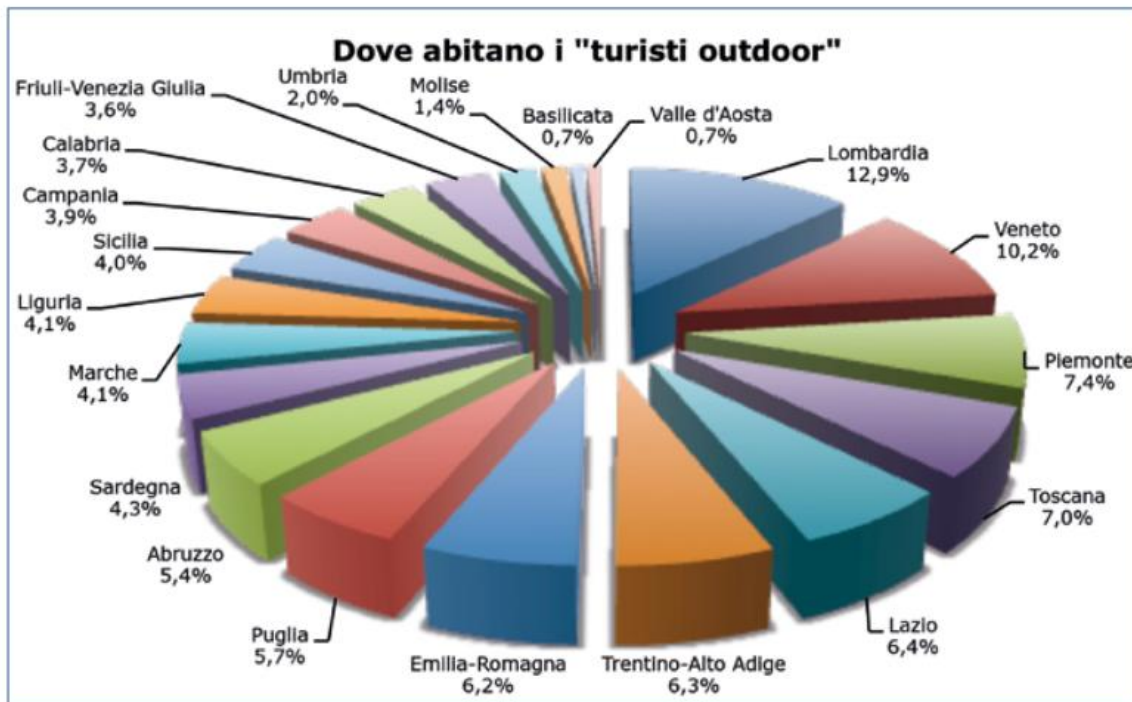
Wiegand
WWW.WIEGANDSLIDE.COM
Quality made in Germany

Pietti di creare soluzioni che rendono felici gli altri!

ULTIMI PROGETTI IN ITALIA: LATEMAR - MERAN - PIANCAVALLO - BOARIO - CALDIROLA - DOGANACCIA - MOTTARONE - LAGO MAGGIORE - KLAUSBERG - TARVISIO - TRECCHINA



Il nostro rappresentante per Italia: Team service srl . Via sivo 44 ter . 28053 Castelletto Sopra Ticino (No)
Email: michele-iorio@teamservicesrl.info . Web: www.teamservicesrl.info . Tel. 0331/1695411



- attività competitive all'aria aperta: più che vere discipline si possono definire attività all'aria aperta, dove competizione fa rima con esibizione e la corsa si mescola con gli ostacoli. Si tratta di tutte le discipline OCR: Spartan race, Inferno race, Mud run.
- ricerca multi-sport: aumenta la partecipazione a discipline «multisport», che sono cioè in grado di unire in un'unica competizione diverse discipline. Ed aumentano in maniera ancora più esponenziale gli appuntamenti «extreme». Biathlon, triathlon, Iron man, cliffhanger.
- opzioni adrenaliniche: sport estremi che garantiscono una forte scossa emozionale. È questo un tema sul quale vi è una fortissima attenzione ed una richiesta sempre più insistente di nuove esperienze. «Rafting», «bungee jumping», paracadutismo.

in prevalenza, di italiani di sesso maschile (63,8%) rispetto ai turisti outdoor di sesso femminile, che rappresentano il restante 36,2%. A tal proposito è utile verificare come sia in aumento la quota delle donne che praticano turismo outdoor, che negli ultimi 5 anni hanno "conquistato" ben 8 punti percentuali. Per quanto riguarda l'età dei praticanti del turismo outdoor, ultimamente si assiste ad un innalzamento dell'età media, e ciò avviene grazie all'esplosione delle discipline slow come, ad esempio, il nordic walking. Emerge così che l'età media dei turisti outdoor sia di 44 anni e 2 mesi (cinque anni fa si assestava al di sotto dei 40 anni).

Le tendenze evolutive per il prossimo futuro

Se «outdoor» indica le attività all'aperto, allora tutto ciò si svolge «en plein air» e che rientra nella sfera del «movimento» (sia esso realizzato in maniera soft o facendo esplodere l'adrenalina ai suoi mas-

simi livelli) può correttamente essere considerato un'attività sportiva outdoor. Su questa tematica si esprimono, come abbiamo avuto modo di vedere, una molteplicità di discipline, alcune delle quali anche estremamente innovative. Tutte, però, possono essere ricondotte sotto una serie di tendenze che sempre di più le caratterizzano, vale a dire:

- urbanizzazione delle discipline outdoor: vi è una gran parte delle attività sportive, che generalmente si consumavano esclusivamente in ambienti naturali, che si «urbanizzano». Entrano, in sostanza, nei contesti cittadini, sviluppandosi anche in formule diverse e sempre nuove, mantenendo solo la base della pratica sportiva. «Urban trail», «parkour», «slackline».
- divertimento e socializzazione: si assiste ad una vera esplosione di tutte quelle discipline che prediligono gli elementi di socializzazione e divertimento rispetto alla mera questione competitiva, dove il piacere è insito nella partecipazione. «Color run», «paintball», fitness in acqua.

● all'opposto, la lentezza: praticare attività fisica in luoghi che permettono di dedicare a se stessi un po' di tempo per stare meglio. È questa una tendenza che si contrappone a tutto ciò che è «active», ed è quindi «slow». Nordic walking, trekking, yoga, «birdwatching», «dog trekking».

- la ricerca del proprio io: si tratta di un'esigenza in crescita che vede aumentare il numero di coloro che praticano discipline dove la sfida è solo con se stessi, o con le proprie paure. Arrampicata, «zip-lining», sky running, maratona.
- il confronto non competitivo: aumenta anche la pratica di tutte quelle discipline che permettono un confronto con le altre persone, senza però entrare nella sfera della competizione pura e semplice. Cicloturismo, parchi avventura.
- l'itinerario: cresce infine l'interesse (e la partecipazione) a tutte quelle discipline che «nascono» attorno ad un itinerario, con qualsiasi mezzo praticabile. Turismo equestre, orienteering sia di corsa che con mountain bike.

Per essere informato abbonati a professioneMontagna!

Desidero sottoscrivere nr.abbonamento/i annuo/i (5 numeri) alla rivista professioneMontagna al prezzo unitario di 30,00 Euro spese di spedizione e IVA comprese.
 n.b * l'abbonamento decorre dal numero successivo al mese di ricevimento del versamento
 Allego assegno bancario nr. di Euro



Ho provveduto a effettuare il versamento tramite bonifico bancario presso
 Credito Valtellinese San Fermo - Como IBAN: IT 36 Z 05216 51760000000000726
 Destinatario fattura:

Nome e Cognome/Ragione Sociale.....
 Indirizzo CAP Città PV
 Codice Fiscale P.IVA
 Recapito telefonico email

Inviare via fax a professioneMontagna 031/536444, o spedire in busta chiusa a: ComunicazioneStampa Srl
 professioneMontagna
 Via Derta, 8
 22042 San Fermo Della Battaglia - Como