

Chiara Francesconi

# Sport e turismo in riviera

Oltre la vacanza balneare

Laboratorio Sociologico

Ricerca empirica  
ed intervento sociale

FRANCOANGELI

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Direttore Scientifico: Costantino Cipolla

Laboratorio Sociologico approfondisce e discute criticamente tematiche epistemologiche, questioni metodologiche e fenomeni sociali attraverso le lenti della sociologia. Particolare attenzione è posta agli strumenti di analisi, che vengono utilizzati secondo i canoni della scientificità delle scienze sociali. Partendo dall'assunto della tolleranza epistemologica di ogni posizione scientifica argomentata, Laboratorio Sociologico si fonda su alcuni principi interconnessi. Tra questi vanno menzionati: la combinazione creativa, ma rigorosa, di induzione, deduzione e adduzione; la referenzialità storico-geografica; l'integrazione dei vari contesti osservativi; l'attenzione alle diverse forme di conoscenze, con particolare attenzione ai prodotti delle nuove tecnologie di rete; la valorizzazione dei nessi e dei fili che legano fra loro le persone, senza che queste ne vengano assorbite e – ultimo ma primo – la capacità di cogliere l'alterità a partire dalle sue categorie "altre". Coerentemente con tale impostazione, Laboratorio Sociologico articola la sua pubblicistica in sei sezioni: *Teoria, Epistemologia, Metodo; Ricerca empirica ed Intervento sociale; Manualistica, Didattica, Divulgazione; Sociologia e Storia; Diritto, Sicurezza e Processi di vittimizzazione; Sociologia e storia della Croce Rossa.*

*Comitato Scientifico:* Natale Ammaturo (Salerno); Ugo Ascoli (Ancona); Claudio Baraldi (Modena e Reggio Emilia); Leonardo Benvenuti, Ezio Sciarra (Chieti); Danila Bertasio (Parma); Giovanni Bertin (Venezia); Rita Biancheri (Pisa); Annamaria Campanini (Milano Bicocca); Gianpaolo Catelli (Catania); Bernardo Cattarinussi (Udine); Roberto Cipriani (Roma III); Ivo Colozzi, Stefano Martelli (Bologna); Celestino Colucci (Pavia); Raffele De Giorgi (Lecce); Paola Di Nicola (Verona); Roberto De Vita (Siena); Maurizio Esposito (Cassino); Antonio Fadda (Sassari); Pietro Fantozzi (Cosenza); Maria Caterina Federici (Perugia); Franco Garelli (Torino); Guido Giarelli (Catanzaro); Guido Gili (Campobasso); Antonio La Spina (Palermo); Clemente Lanzetti (Cattolica, Milano); Giuseppe Mastroeni (Messina); Rosanna Memoli (La Sapienza, Roma); Everardo Minardi (Teramo); Giuseppe Moro (Bari); Giacomo Mulè (Enna); Giorgio Osti (Trieste); Mauro Palumbo (Genova); Jacinta Paroni Rumi (Brescia); Antonio Scaglia (Trento); Silvio Scanagatta (Padova); Francesco Sidoti (L'Aquila); Donatella Simon (Torino); Bernardo Valli (Urbino); Francesco Vespasiano (Benevento); Angela Zanotti (Ferrara).

*Corrispondenti internazionali:* Coordinatore: Antonio Maturò (Università di Bologna) Roland J. Campiche (Università di Losanna, Svizzera); Jorge Gonzales (Università di Colima, Messico); Douglas A. Harper (Duquesne University, Pittsburgh, USA); Juergen Kaube (Accademia Brandeburghese delle Scienze, Berlino, Germania); André Kieserling (Università di Bielefeld, Germania); Michael King (University of Reading, Regno Unito); Donald N. Levine (Università di Chicago, USA); Christine Castelain Meunier (Casa delle Scienze Umane, Parigi, Francia); Maria Cecília de Souza Minayo (Escola Nacional de Saúde Pública, Rio de Janeiro, Brasile); Everardo Duarte Nunes (Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Brasile); Furio Radin (Università di Zagabria, Croazia); Joseph Wu (Università di Taiwan, Taipei, Taiwan).

Coordinamento Editoriale delle Sezioni: Veronica Agnoletti

Ogni sezione della Collana nel suo complesso prevede per ciascun testo la valutazione anticipata di due referee anonimi, esperti nel campo tematico affrontato dal volume.

Alcuni testi di questa collana sono disponibili in commercio nella versione e-book. Tali volumi sono sottoposti allo stesso controllo scientifico (doppio cieco) di quelli presentati in versione a stampa e, pertanto, ne posseggono lo stesso livello di qualità scientifica.

Sezione *Teoria, Epistemologia, Metodo* (attiva dal 1992). *Responsabile Editoriale*: Alberto Ardissonne. *Comitato Editoriale*: Agnese Accorsi; Gianmarco Cifaldi; Francesca Cremonini; Davide Galesi; Ivo Germano; Maura Gobbi; Francesca Guarino; Silvia Lolli jr.; Alessia Manca; Emmanuele Morandi; Alessandra Rota; Barbara Sena.

Sezione *Ricerca empirica ed Intervento sociale* (attiva dal 1992). *Responsabile Editoriale*: Paola Canestrini. *Comitato Editoriale*: Sara Capizzi; Teresa Carbone; David Donfrancesco; Laura Farneti; Ilaria Iseppato; Lorella Molteni; Paolo Polettini; Elisa Porcu; Francesca Rossetti; Alessandra Sannella.

Sezione *Manualistica, Didattica, Divulgazione* (attiva dal 1995). *Responsabile Editoriale*: Linda Lombi. *Comitato Editoriale*: Flavia Atzori; Alessia Bertolazzi; Barbara Calderone; Raffaella Cavallo; Carmela Anna Esposito; Laura Gemini; Silvia Lolli sr.; Ilaria Milandri; Annamaria Perino; Fabio Piccoli.

Sezione *Sociologia e Storia* (attiva dal 2008). *Coordinatore Scientifico*: Giovanni Silvano (Università di Padova) *Consiglio Scientifico*: Nico Bortoletto (Università di Teramo); Alessandro Bosi (Parma); Camillo Brezzi (Arezzo); Luciano Cavalli, Pietro De Marco, Paolo Vanni (Firenze); Sergio Onger, Alessandro Porro (Brescia); Carlo Prandi (Fondazione Kessler – Istituto Trentino di Cultura); Adriano Prosperi (Scuola Normale Superiore di Pisa); Renata Salvarani (Cattolica, Milano); Paul-André Turcotte (Institut Catholique de Paris). *Responsabile Editoriale*: Alessandro Fabbri. *Comitato Editoriale*: Barbara Baccarini; Roberta Benedusi; Elena Bittasi; Emanuele Cerutti; Pia Dusi; Giancarlo Ganzerla; Nicoletta Iannino; Vittorio Nichilo; Ugo Pavan Dalla Torre; Alessandra Pignatta; Ronald Salzer; Stefano Siliberti†; Paola Sposetti.

Sezione *Diritto, Sicurezza e processi di vittimizzazione* (attiva dal 2011). *Coordinamento Scientifico*: Carlo Pennisi (Catania); Franco Prina (Torino); Annamaria Rufino (Napoli); Francesco Sidoti (L'Aquila). *Consiglio Scientifico*: Bruno Bertelli (Trento); Teresa Consoli (Catania); Maurizio Esposito (Cassino); Armando Saponaro (Bari); Chiara Scivoletto (Parma). *Responsabili Editoriali*: Andrea Antonilli e Susanna Vezzadini. *Comitato Editoriale*: Flavio Amadori; Christian Arnoldi; Rose Marie Callà; Gian Marco Cifaldi; Maria Teresa Gammone; Antonia Roberta Siino.

Sezione *Sociologia e storia della Croce Rossa* (attiva dal 2013). *Direttori*: Costantino Cipolla (Bologna) e Paolo Vanni (Firenze). *Consiglio Scientifico*: François Bugnion (*presidente* - CICR), Roger Durand (*presidente* - Société "Henry Dunant"), Giuseppe Armocida (Varese), Stefania Bartoloni (Roma III), Paolo Benvenuti (Roma III), Fabio Bertini (Firenze), Paola Binetti (Campus Bio-Medico, Roma), Ettore Calzolari (Roma I), Giovanni Cipriani (Firenze), Franco A. Fava (Torino), Carlo Focarelli (Perugia; LUISS), Edoardo Greppi (Torino), Gianni Iacovelli (Accademia di Storia dell'Arte Sanitaria, Roma), Giuseppe Palasciano (Bari), Jean-François Pitteloud (già CICR), Alessandro Porro (Brescia), Giorgio Zanchin (Padova). *Comitato Editoriale*: Giorgio Ceci (coordinatore), Filippo Lombardi (coordinatore), Massimo Aliverti, Nico Bortoletto, Luca Bottero, Virginia Brayda, Carolina David, Antonella Del Chiaro, Renato Del Mastro, Gerardo Di Ruocco, Boris Dubini, Alberto Galazzetti, Livia Giuliano, Laura Grassi, Veronica Grillo, Riccardo Romeo Jasinski, Pier Francesco Liguori, Maurizio Menarini, Maria Enrica Monaco, Gianluigi Nava, Marisella Notarnicola, Marcello Giovanni Novello, Raimonda Ottaviani, Isabella Pascucci, Francesco Ranaldi, Piero Ridolfi, Anastasia Siena, Calogera Tavormina, Silvana Valcavi Menozzi, Duccio Vanni. *Segreteria Scientifica*: Alberto Ardissonne (responsabile), Alessandro Fabbri (responsabile), Barbara Baccarini, Elena Branca, Giovanni Cerino Badone, Emanuele Cerutti, Alessandro D'Angelo, Simona Galasi, Sara Moggi, Francesca Savini, Paola Sposetti.

Chiara Francesconi

**Sport e turismo in riviera**  
**Oltre la vacanza balneare**

LABORATORIO SOCIOLOGICO



**FRANCOANGELI**

Ricerca empirica  
ed intervento sociale

La cura redazionale ed editoriale del volume è stata realizzata da Flavia Atzori.

Copyright © 2017 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

*Alla tua terra,  
alla tua arte di camminare,  
al sentiero meraviglioso che ci hai segnato,  
a te, mamma...*



# Indice

<b>Introduzione</b>	pag.	9
<b>1. I caratteri del turismo oltre la post-modernità</b>	»	17
<b>2. Sport e turismo: evoluzione di un inevitabile rapporto</b>	»	40
<b>3. Il turismo sportivo sulla riviera romagnola: una traiettoria di sviluppo innovativo</b>	»	62
<b>4. La Gran Fondo Selle Italia: l'evento sulla "Via del Sale", di Emilia Lanciotti</b>	»	80
<b>5. Trail Romagna e Slowsports: la repentina crescita del turismo sportivo <i>outdoor</i></b>	»	100
<b>6. Sport, natura e cultura: orizzonti futuri per il turismo balneare</b>	»	128
<b>Riferimenti bibliografici</b>	»	137



## *Introduzione*

Il percorso di analisi e di ricerca proposto in questo volume è volto a comprendere se e in che modo il turismo sportivo, quale fenomeno sociale ultimamente in forte crescita, possa concorrere al riposizionamento e stimolare uno sviluppo sostenibile anche in quei territori a forte vocazione turistica che, nel contesto attuale, devono ripensare alla propria offerta e connotarsi attraverso una nuova immagine che affianchi alla loro “proposta tradizionale” altre unicità ed eccellenze. A questo scopo abbiamo focalizzato la nostra osservazione su alcune località balneari della costa adriatica romagnola le quali – sulla base dei risultati di precedenti indagini – si presentano come destinazioni in cui è presente una forte integrazione fra turismo balneare, identità locale, imprenditoria turistica, caratteri strutturali e ambientali, che lascia intravedere la possibilità di puntare sul turismo sportivo quale generatore di nuovi e inediti flussi turistici e acceleratore del processo di riposizionamento. A tale proposito nella prima parte del volume sono state prese in considerazione le forme che hanno assunto due distinti fenomeni i quali, intrecciandosi e integrandosi fino a creare forme di vera e propria osmosi, hanno dato vita al turismo sportivo: il turismo e lo sport.

Il turismo si presenta nel periodo della post modernità avanzata con caratteri che sono andati radicalizzandosi nell’arco di oltre un ventennio, sintetizzabili nella proliferazione di tipi di vacanza possibili, nella specializzazione dell’offerta e nella nascita continua di nuovi luoghi di vacanza rispetto a quelli tradizionalmente deputati al settore. Come evidenzieremo nel primo capitolo il protagonista chiave di questo assetto è un turista sempre più consapevole e attivo, capace di costruirsi una sua cultura di viaggio, di muoversi dentro un panorama inesauribile di proposte, alla ricerca di luoghi che possano offrirgli esperienze autentiche attraverso le quali esprimere la propria soggettività. Di conseguenza le destinazioni diventano rilevanti solo e se sono in grado di mettere al centro della loro proposta prodotti unici, a

grande valore esperienziale e di grande attrattività. Questo processo da un lato ha determinato la possibilità per molte località di ambire ad avere un proprio sviluppo turistico in base a particolari specificità culturali e territoriali, ma dall'altro ha costretto le destinazioni turistiche tradizionali ad un ripensamento rispetto alle proprie "modalità precodificate" dell'offerta, tipiche del turismo di massa passato, e ad una conseguente e necessaria riqualificazione che deve passare attraverso una proposta di esperienze differenziate, alternative e uniche che ne aumentino il valore percepito dal turista. Significativo, in tal senso, è lo sforzo che stanno compiendo alcuni territori della costa adriatica romagnola che – come sottolineeremo - stanno cercando di farsi percepire quali territori che, al di là della propria vocazione balneare, hanno caratteri ambientali, strutturali, culturali e sociali unici, spesso non conosciuti e fruiti. Per raggiungere tale obiettivo occorre, però, adottare un *sistema di governance turistica inclusivo* e orizzontale, che attivi processi partecipativi e produca decisioni condivise di sviluppo in senso molto più ampio di quanto finora fatto, che guardi al futuro senza disperdere nulla del proprio passato ma valorizzando tutto ciò che ne rappresenta la cultura, le tradizioni, i caratteri ambientali e sociali, l'identità. Valori e unicità che non sono riproducibili altrove e di cui ci si deve avvalere per garantire ai turisti un miglioramento della qualità della vacanza e della loro esperienza nella località scelta. Ciò significa anche far propria l'idea di realizzare forme di *turismo sostenibile*, in cui tutti gli attori e tutte le unità territoriali del sistema locale si responsabilizzano ad agire e a gestire la propria località con sforzi e impegno di lungo periodo per promuoverne il patrimonio unico sia materiale che intangibile. Su tale versante il punto di vista adottato in questo lavoro si allontana da chi considera irrecuperabile l'industria turistica e il "turismo convenzionale" e fa propria l'idea, invece, di poterlo influenzare e orientare con l'assunzione di buone pratiche ed un'idea di *sostenibilità universale* applicabile ad ogni contesto. Si è pertanto cercato di mettere in luce l'importanza che attualmente assume una gestione del turismo responsabile, adottabile e applicabile sia dagli operatori turistici, sia dai turisti sempre più sensibili verso tale tematica, al fine di creare migliori forme di vacanza e di valorizzare l'esperienza turistica. In questo processo un valore aggiunto lo può avere lo sviluppo endogeno che certe aree della costa romagnola hanno avuto fin dall'origine, poiché il coinvolgimento di una comunità locale forte e di imprenditori del settore autoctoni può essere garanzia di maggior controllo sul versante della sostenibilità, previo, però, l'aver adottato modelli di governance partecipativa.

Mentre il turismo della post modernità ha assunto tratti distintivi che si rispecchiano in due principali vettori su cui basare il proprio sviluppo in

chiave di sostenibilità: la centralità delle scelte del turista e la capacità dei luoghi di farsi percepire quali destinazioni uniche per peculiarità ambientali, culturali e sociali; contemporaneamente lo sport in quanto veicolo di integrazione, di relazionalità, di fondamentale benessere psicofisico ha dilatato e differenziato i propri confini fino a costituire una vera e propria “cultura” a forte funzione sociale. A tale proposito nel secondo capitolo abbiamo cercato di delineare l’attuale “società sportivizzata”, definita tale da molti studiosi delle scienze sociali in virtù dell’incremento significativo di coloro che svolgono attività sportiva, della diffusione di un concetto di “benessere” fisico, relazionale e ambientale e, soprattutto, del repentino sviluppo delle pratiche sportive all’aria aperta non tanto e non solo rivolte alla performance competitiva quanto alla ricerca di integrazione sociale, alla voglia di sperimentare l’ambiente, alla riscoperta del rapporto uomo natura. Come nel turismo anche nello sport oggi si diffonde una domanda da parte dei soggetti di emozionalità e di esperienze maggiormente espressive, a scapito di quelle regolamentate e prettamente competitive. Paradossalmente, come accennato, al contempo la società dello “sport per tutti” stimola anche una “desportivizzazione dello sport” in cui emerge uno stretto rapporto fra l’esercizio fisico, il ritorno alla natura e la ricerca di un distacco dai ritmi frenetici imposti dalla quotidianità. È in relazione a queste tendenze che ultimamente lo sport si è sempre di più associato alla pratica turistica fino a creare una vera e propria osmosi individuabile nel recente incremento senza precedenti che ha avuto il *turismo sportivo*. Quest’ultimo si presenta oggi come un fenomeno altamente complesso a seconda che lo si intrecci con altre forme di turismo, che lo si analizzi dal lato di una domanda esplicita o implicita, che lo si studi da quello di un’offerta di possibilità di pratiche, di servizi e di eventi che molte destinazioni offrono.

Nel contesto qui proposto abbiamo deciso di fare nostra un’idea di turismo sportivo inteso sia come “un’estensione sportiva” alle attività di tempo libero, non necessariamente intenzionale e complementare alle tradizionali formule vacanziera (*holiday sport activities* – sport in vacanza); sia come ambito in cui la motivazione sportiva è prioritaria e condiziona la scelta della destinazione di viaggio in relazione ai servizi, alla ricezione offerte e al carattere attrattivo delle caratteristiche naturali ed ambientali del territorio (*sport activity holiday* – vacanza sportiva). Al contempo abbiamo posto particolare attenzione al *turismo sportivo di eventi*, rintracciabile in via essenziale nell’offerta che determinate località fanno di manifestazioni, le quali in base alla portata e alla dimensione hanno ricadute più o meno vaste sul territorio, tuttavia sempre necessitano del lavoro e dell’impegno di diversi operatori e soggetti, secondo una logica spesso conforme all’idea di

*governance turistica attiva*. Tali iniziative ovviamente hanno una natura sportiva accentuata ma comportano anche la possibilità di valorizzare le destinazioni in cui si svolgono e la loro visibilità, di contribuire pertanto ad un loro riposizionamento, di incrementare l'attività del settore turistico ricettivo oltretutto di produrre uno scontato ritorno economico.

In base alle tematiche sopra delineate e alle tendenze e possibilità individuate nel turismo sportivo quale generatore di flusso turistico capace di stimolare il riposizionamento di località a forte vocazione turistica abbiamo indirizzato la nostra ricerca empirica sul territorio della fascia costiera romagnola appartenente al Comune di Cervia, che dal nostro punto di vista può per caratteri strutturali, sociali, ambientali e culturali optare per la costruzione di una specifica offerta turistica sportiva e coniugarla a quella balneare "tradizionale". Su questa ipotesi, come si evince dal terzo capitolo, abbiamo avviato un'analisi strutturale di tipo morfologico e organizzativo sulle tre destinazioni principali che di questo territorio fan parte: Milano Marittima, Cervia e Pinarella. Dall'osservazione e dalle mappature effettuate si constata come queste località siano ricche di zone verdi e aree naturali, dalle pinete alle saline, dai parchi naturali ai canali che le costeggiano fino al mare e che le rendono singolari in termini naturalistici. A ciò si uniscono un numero unico di impianti e strutture rivolte allo sport di spessore nazionale e internazionale, costruiti prevalentemente nel periodo di grande sviluppo del turismo di massa e non di meno una serie di alberghi e hotel che già dedicano parte dei loro servizi al turismo sportivo. A tal proposito, il fatto che questo territorio sia ancora per lo più gestito da un'imprenditoria autoctona, attenta alla propria identità locale e alle proprie tradizioni vedremo essere percepito positivamente dai turisti attuali che sono costantemente alla ricerca di un ideale turistico quale tratto distintivo e qualificante di una specifica cultura. Il valore aggiunto che il turismo sportivo apporta e può ulteriormente apportare sta pertanto nel fatto che tale offerta sfrutta quasi esclusivamente potenzialità già in essere nel territorio, senza modificare né sconvolgere nulla, ma riqualificandolo e reinventandolo secondo logiche di sviluppo sostenibile. Nonostante questo le località sono ancora considerate per lo più destinazioni "generaliste", che cercano di attrarre *target* di turisti diversi abbinando al mare una serie di servizi assai diversificati fra i quali quello sportivo, che però non concorrono ad un riposizionamento distintivo. Al fine di comprendere quali siano le possibili motivazioni e se vi siano possibilità di intraprendere azioni che portino ad una maggior identificazione delle località con il turismo sportivo abbiamo focalizzato la nostra osservazione su due casi di studio molto differenti fra loro, ma entrambi impegnati ad organizzare eventi sportivi che fanno perno sulle

unicità ambientali, naturali e culturali del territorio: dal nostro punto di vista, pertanto, adatti a contribuire al loro riposizionamento quali realtà che possono qualificatamente coniugare turismo balneare e turismo sportivo. La logica che ha condotto a questa scelta è stata quella di individuare le principali risorse che il territorio già possiede, in termini di turismo sportivo, per capire attraverso queste come e se è colmabile il *gap* esistente tra l'attuale identità dell'area e quella che si ritiene necessaria assumere in futuro, in funzione proprio dello scenario evolutivo che lo sport sta assumendo in queste località vocate principalmente al turismo balneare.

Nel primo caso, riportato nel quarto capitolo, la ricerca è stata indirizzata allo studio di un evento di grandi dimensioni che coinvolge annualmente il territorio, la competizione ciclistica *Gran Fondo Selle Italia Via del Sale*, la quale da quasi vent'anni riesce in un solo week end nel periodo primaverile a muovere migliaia di ciclisti e a generare un flusso di oltre ventimila presenze. Questo evento è in gran parte identificabile con l'idea di "società sportivizzata" poiché deve il suo successo proprio all'incremento nell'ultimo ventennio del numero di sportivi, oltre a quello particolare dei ciclisti. Durante tale manifestazione si cerca di offrire la possibilità di coinvolgere diversi mondi dello sport coniugando la gara competitiva alla possibilità di praticare diverse attività fisiche e amatoriali nella quale grande rilevanza acquisiscono le località e il loro patrimonio ambientale e culturale. Come cercheremo di mettere in luce in questo frangente il territorio e l'evento diventano un unico prodotto in cui appare forte l'identificazione del luogo quale elemento distintivo della manifestazione stessa.

Il secondo caso da noi preso in considerazione nel quinto capitolo corrisponde, invece, ad un trend in altrettanta crescita che, come evidenzieremo, individua nella "destrutturazione dello sport" e nella sua declinazione su aspetti creativi ed espressivi la dimensione su cui sviluppare più eventi di piccole e medie dimensioni spalmati nel corso dell'anno e attività sportive fortemente rivolte a pratiche di sostenibilità ambientale, all'amore per la natura e per il patrimonio culturale delle località. In particolare considereremo il caso di Trail Romagna, un'associazione sportiva dilettantistica che pur non essendo sorta a Cervia ha investito ultimamente sempre di più su questa parte della costa convinta delle sue potenzialità quale *destinazione core* del turismo sportivo *outdoor*. Come vedremo le idee innovative proposte dall'associazione, talvolta in congiunzione a *trail* competitivi, che spaziano dai trekking culturali e urbani ai *concerti trekking*, dall'*orienteeering* dentro le pinete ai percorsi degustazione in bicicletta, rispondono alla domanda post materialistica del turista di sperimentare l'unicità degli ambienti naturali, le particolarità culturali dei luoghi e soprattutto l'incontro e

lo scambio con la popolazione residente nelle località. Ed è proprio da un incontro fra Trail Romagna e l'aggregazione volontaria di imprese locali *Slows Sports Milano Marittima* che nasce un progetto articolato e condiviso dalle istituzioni nel quale sono valorizzate le attività sportive, quelle artistico-culturali e quelle enogastronomiche come possibilità di godere, sperimentare e cogliere in maniera intensa l'identità ambientale e culturale dei luoghi: le spiagge, la pineta, le saline ma anche il centro delle località. A conclusione del lavoro di analisi e ricerca cercheremo, infine, di evidenziare i fattori scaturiti dallo studio dei due casi dai quali si evincono sia le reali possibilità, sia i fattori frenanti che territori a forte vocazione balneare e con caratteri distintivi, quali quello di Cervia, devono considerare nella progettazione di un loro riposizionamento attraverso lo sviluppo e il radicamento del turismo sportivo. Apparirà evidente che questa opportunità deve procedere attraverso strategie guidate da una *governance turistica attiva*, inclusiva e orizzontale in cui tutti i soggetti, pubblici e privati, lavorino per valorizzare le destinazioni quali "luoghi" in cui ricchezza e varietà di risorse ambientali e culturali si aggregano a offerte di turismo sportivo mirate ed integrate alla proposta balneare.

Prima di concludere la parte introduttiva del volume vorrei rivolgere un ringraziamento a tutti coloro che hanno reso possibile questo lavoro di analisi e di ricerca.

Sperando di non dimenticare nessuno inizierei con il ringraziare Sebastiano Porcu che mi ha stimolato, incoraggiato e sollecitato a scrivere le mie riflessioni sulla tematica. Un grazie va a Costantino Cipolla per avermi "accolto" nella collana editoriale da lui diretta, alla quale devo molti dei miei approfondimenti fin dagli anni in cui ero studente presso la Facoltà di Scienze Politiche di Bologna. Un affettuoso ringraziamento va, inoltre, ad Emilia Lanciotti che con me ha vissuto i principali momenti della ricerca sul campo e a Luisella Dal Monte Casoni che, sempre presente e attenta, non solo ha riletto e corretto le bozze del volume, ma mi ha offerto interessanti spunti di riflessione.

Per quel che concerne il primo caso di studio, un grazie di cuore lo voglio esprimere a Claudio Fantini con il quale da anni mi confronto e dal quale "non si smette mai di imparare", ma anche a sua moglie Federica, a Miriam e a tutti i ragazzi dello staff Fantini Club.

Per Trail Romagna un grazie veramente speciale lo dedico agli amici Ciro e Giovanni, per avermi accolto con tanto entusiasmo, per avermi dato la possibilità di "sperimentare" insieme a loro la progettazione di eventi e iniziative sportive, per avermi continuato a correggere quando usavo "voi"

e non “noi”. Infine un pensiero particolare va a tutti i ragazzi e le ragazze di *Slowsports Milano Marittima*: Barbara, Lori, Paola, Rossella, Angelo, Donna, Giorgia, Cristina, Alessandra, Andreas: continueremo a condividere con i turisti quello che a noi piace da impazzire!

E come sempre concludo queste ultime righe riservandole ai miei affetti più cari. Il riconoscimento più grande va a mio figlio Domenico e a mio marito Francesco per il reale sostegno e la pazienza che portano nei periodi in cui mi chiudo nei miei pensieri e nella scrittura. Un pensiero profondo e malinconico lo dedico, infine, a mio padre che, anche solo con lo sguardo, continua fermamente ad indicarmi la via della determinazione, dell’impegno, dell’onestà, del dovere e dell’amore verso la propria professione.



## *1. I caratteri del turismo oltre la post-modernità*

Da oltre un quarto di secolo l'analisi sociologica ha cercato di mettere in luce i caratteri che il fenomeno "turismo" ha assunto a partire dalla crisi della società di massa, dal superamento di comportamenti omologanti e totalizzanti e dal distacco dell'individuo da bisogni di appartenenza ad un sistema sociale dominante e al contempo prevalentemente razionale. Nel nostro Paese in tale direzione sono da leggersi tutti quegli studi che hanno focalizzato il proprio interesse su una domanda di viaggi e vacanze da parte di soggetti con motivazioni ed esigenze sempre più specifiche, su un'offerta che ha cercato di differenziarsi costantemente, su territori a vocazione turistica che in lassi di tempo ristretti e in modo repentino hanno tentato di mantenere la propria competitività e di riqualificarsi in relazione alla varietà dei servizi offerti.

Come ho sostenuto anche in altri miei contributi di ricerca, quanto accaduto in ambito turistico è lo specchio di un'evoluzione sociale che, riassumendo molto sinteticamente, a partire dagli anni '90 ha prodotto alcuni grandi mutamenti rintracciabili sommariamente nello sviluppo poco uniforme e spesso in crisi del sistema economico italiano e in un progresso rivolto sempre più verso nuove tecnologie computeristiche e verso logiche "globalizzanti". In concomitanza la crescita generalizzata di complessità sociale che i soggetti hanno dovuto e devono cercare di gestire ha originato una serie di tanti "sottosistemi" entro i quali le persone vivono specifici rapporti e particolari forme di appartenenza diverse da quelle della società di massa "omologante", dove liberamente e con un sempre maggior grado di consapevolezza e conoscenza possono esprimere le proprie scelte e le proprie motivazioni. Il turismo, che da tempo appare uno dei fenomeni sociali più diffusi e dinamici, ha di conseguenza mutato radicalmente la sua fisionomia, manifestando in poco tempo nuove e più complesse inclinazioni in tutta la loro evidenza, quale specchio del cambiamento generale appe-

na accennato<sup>1</sup>. Si è così iniziato a parlare di turismo della post-modernità, o meglio di *turismi*, facendo riferimento alla moltiplicazione dei tipi di vacanza possibile, alla proliferazione dei servizi offerti, alla nascita di nuovi luoghi rispetto a quelli tradizionalmente deputati al settore che costruiscono attorno ai loro caratteri strutturali/sociali/locali un'offerta alternativa e spesso innovativa. A distanza di oltre vent'anni dall'emergere di queste tendenze possiamo e dobbiamo asserire che si è via via imposto un nuovo modo di "fare turismo", certamente dinamico, ma che ha ormai adottato caratteri di piena maturità: non va analizzato solo e sempre nella sua "transitorietà", come alcuni studiosi ancora sostengono, ma va assunto come "modello" di lettura e di interpretazione di un cambiamento radicale e in buona parte compiuto. Con ciò non si vuole eclissare né escludere dalla lettura sociologica certe forme di turismo di massa ancora quantitativamente rilevanti, e neppure l'importanza che molti servizi nati con esse hanno a tutt'oggi nell'incentivazione, ad esempio, del turismo familiare soprattutto nelle località balneari che prenderemo in analisi. D'altro canto non è altrettanto ammissibile continuare a parlare di una "transizione in atto" che segue i caratteri della post-modernità quando di fatto è evidente che il passaggio ad un nuovo sistema turistico con caratteri tipici e affini alla società contemporanea è avvenuto in tutta la sua evidenza, modificando radicalmente la struttura della domanda e dell'offerta turistica, nonché l'organizzazione di molti territori e località.

Nel quadro di questo nuovo assetto è il turista la figura chiave, cliente e consumatore attivo e capace di formarsi una propria cultura di viaggio grazie anche alle nuove tecnologie che rendono fruibili facilmente e istantaneamente un enorme mole di informazioni, di accumulare e riflettere sulle proprie esperienze turistiche, di muoversi dentro un'offerta che appare inesauribile in relazione alle possibilità di scelta che offre<sup>2</sup>. Interessante a questo proposito l'analisi di S. Ceci durante un suo intervento al BTO 2014 (*BuyTourismOnline*) in cui legge il cambiamento avvenuto proprio nella prospettiva accennata: «[...] i turisti erano *followers*. Ora il turista è *driver*. La destinazione diventa *follower*. Il vero caos sta nella capacità e nell'iperspecializzazione del turista, nell'individualizzazione delle sue scelte di viaggio [...]. I turisti oggi sono spesso più informati degli operatori, sono i tour operator di loro stessi [...]. Il caos ha due facce: quella del turista e quello del piccolo operatore: tutti e due si sentono autentici. Anche

<sup>1</sup> C. Francesconi, *Di padre in figlio. Una ricerca etnosociologica sul turismo balneare romagnolo*, FrancoAngeli, Milano 2011, pp. 30-34.

<sup>2</sup> A. Savelli, *Sociologia del turismo*, Hoepli, Milano 2012, pp. 283-297.

l'operatore non vuole più confondersi in un pacchetto. Dare un ordine a questo caos è per forza negativo? O può essere un'opportunità? [...]. La destinazione e il proprio sistema turistico devono acquisire forza variabile. Le destinazioni e gli operatori devono sapere seguire questo destino e, per essere agenti di esso, bisogna anche essere agenti del caos [...]. Inutile creare ridicoli menù quando lo *chef* è il turista»<sup>3</sup>. Quest'ultimo, soggetto informato e responsabile vaglia le innumerevoli possibilità di vacanza e inizia ad pianificare autonomamente la propria esperienza di viaggio: facendo ciò stimola con gli operatori turistici un dialogo che investe non tanto la tipologia quanto la qualità della loro offerta e il loro modo di relazionarsi con la domanda. Gli operatori, di conseguenza, cominciano ad organizzarsi per rispondere alle esigenze del turista che si trasformano sempre più da bisogni di svago e riposo in "esperienze da vivere". Tale dialogo si sviluppa su contenuti non solo informativi ma soprattutto coinvolgenti: il turista comincia il suo viaggio non per le notizie disponibili sulla meta ma per le suggestioni ricevute, spesso *on-line*, dagli operatori, evidenziando così chiaramente che il turismo attuale procede sempre meno dall'idea di consumo e di fruizione di servizi e sempre più da possibili risvolti emozionali suscitati nel dialogo<sup>4</sup>. Indubbiamente uno degli studiosi che con largo anticipo ha saputo ravvisare "la nascita di una nuova cultura del viaggio" è stato J. Krippendorf che già nella seconda metà degli anni '80 individuava un turista libero, autodeterminato nella scelta, alla ricerca di strumenti per aprire la propria mente, di emozioni attraverso esperienze che non gli sono consentite nella vita quotidiana:

Molti turisti stanno incominciando a domandare di più. Danno più o meno per scontata la soddisfazione dei loro bisogni elementari: buon cibo e alloggi confortevoli. Ciò che ora vogliono trovare in aggiunta a questo è la soddisfazione dei bisogni sociali: il contatto con altre persone, e l'autorealizzazione attraverso attività creative, la conoscenza, e l'esplorazione. [...] È un processo di sviluppo che si allontana da un turista manipolato e va verso uno informato e esperto, un turista emancipato e indipendente, un consumatore critico non solo a casa ma anche quando viaggia. Un nuovo turista, che esprime con chiarezza i suoi bisogni e si comporta di conseguenza. E questo implica che quello che fino ad ora è stato il mercato dei venditori ora verrà

<sup>3</sup> Stefano Ceci è fondatore del gruppo GH, bottega di startup digitali nel settore turistico. Svolge attività di ricerca applicata per l'innovazione tecnologica in ambito turistico in collaborazione con Trentorise e l'Università di Trento. Nel 2014 è stato Consigliere del Ministro Dario Franceschini per le politiche del Turismo.

<sup>4</sup> G. Faggiani, *Guida alla promozione turistica. La comunicazione delle località, dei prodotti e delle occasioni*, Cedam, Milano 2010.