UNIONCAMERE LOMBARDIA
Camere di commercio lombarde

Nuove forme di ricettività

Sport Friendly e Club di Prodotto

Il turismo sportivo fa parte del macro-settore del turismo attivo ed è in piena espansione, grazie alla crescente attenzione al benessere fisico e agli stili di vita attivi. Sempre più persone scelgono di trascorrere le vacanze praticando attività sportive, dal ciclismo al trekking, dal golf alla vela. Questa tendenza, accelerata dal complesso dei fenomeni generati dalla pandemia del 2020, ha spinto gli operatori turistici a dar vita o ad orientare le strutture ricettive che possono essere definite *sport friendly*, che offrono servizi dedicati ai turisti che amano le vacanze attive, agli sportivi amatoriali o a veri e propri professionisti in cerca di servizi specialistici.

Queste strutture appartengono a diverse classificazioni, quali ad esempio strutture alberghiere (da 2 stelle fino a 5L), agriturismi, campeggi e resort, ma tutte accomunate da alti standard di offerta rispetto alle pratiche di turismo attivo/sportivo alle quali ci si rivolge e che dipendono dalle peculiarità del territorio e/o strategie aziendali.

Le principali caratteristiche delle strutture *sport friendly* includono:

- Deposito attrezzature sicuro e asciutto (es. bike room);
- Offerte personalizzate per sportivi (colazioni energetiche, lavanderia);
- Servizi transfer e navette verso impianti o percorsi;
- Convenzioni con guide, scuole sportive, noleggi;
- Presenza di mappe, percorsi e info dettagliate.

UNIONCAMERE LOMBARDIA
Camere di commercio lombarde

Nuove forme di ricettività

Sport Friendly e Club di Prodotto

Parallelamente, spesso sulla spinta di amministrazioni pubbliche, associazioni di categoria o per iniziativa delle strutture ricettive più dinamiche, a partire dagli anni '90 si sono creati i cosiddetti *club di prodotto*: network tematici che raggruppano strutture ricettive e operatori turistici intorno a una specifica vocazione (es. cicloturismo, trekking, vela, mototurismo, golf), promuovendo standard condivisi, certificazioni, commercializzazione e visibilità congiunta.

Competenze tecniche

Agli operatori sono richieste competenze tecniche specifiche ed adeguate a poter comprendere le esigenze complesse e le soluzioni più adatte per i turisti sportivi/attivi, che seppur avendo una propensione alla spesa superiore alle media, risultano più consapevoli ed esigenti rispetto ai servizi prestati. Tali competenze comprendono principalmente:

- Conoscenza di base delle discipline sportive praticabili nel territorio;
- Capacità di dialogo con target diversi e network locali specializzati;
- Cura della logistica e dei servizi annessi (es. massaggi, nutrizione);
- Organizzazione di eventi, tornei, settimane tematiche;
- Gestione dei calendari stagionali e delle esigenze tecniche di ogni sport.

Promozione

La promozione delle strutture *sport friendly* si fonda su elementi identitari e su alleanze strategiche:

- Adesione a club di prodotto nazionali o territoriali (con requisiti certificati);
- Collaborazione con tour operator specializzati e portali verticali (es. Komoot, Outdooractive);
- Utilizzo di testimonial sportivi e micro-influencer locali;
- Partecipazione a fiere di settore (es. Fiera del cicloturismo);
- Presenza nei forum, community e gruppi Facebook di turismo sportivo/attivo;

UNIONCAMERE LOMBARDIA
Camere di commercio lombarde

Nuove forme di ricettività

Sport Friendly e Club di Prodotto

- Video che mostrino il legame tra struttura ricettiva, servizi specialistici e territorio circostante;
- Sito web con sezione dedicata a fornire info pratiche su percorsi, meteo, eventi, e pacchetti tematici-esperienziali, ad es. anche in occasione delle principali manifestazioni correlate (es. l'Eroica, ATP Finals ecc.).

Aspetti normativi e burocratici

Le strutture *sport friendly dal* punto di vista normativo sono regolamentate come strutture ricettive tradizionali (per le quali in Lombardia si rimanda alla Legge Regionale 27/2015, Politiche regionali in materia di turismo), con l'aggiunta di eventuali aspetti burocratici in base alle attività praticate, quali possono ad esempio risultare:

- Per proposte turistiche erogate o suggerite dalla struttura ricettiva, anche nell'ambito di offerte tematiche (es. week-end trekking e yoga), verifica del possesso delle autorizzazioni per eventuali attività di noleggio o accompagnamento sportivo (guide certificate);
- Norme per la clientela relative all'uso delle attrezzature e spazi comuni sportivi (es. bike room, palestra);
- Autorizzazioni ambientali per eventi outdoor (gare, trail, escursioni organizzate) organizzati internamente.

L'iscrizione a un club di prodotto può richiedere ulteriori adempimenti e l'adesione a protocolli di qualità certificati, riconosciuti da enti pubblici o associazioni di categoria.

Investimento necessario

L'investimento per diventare una struttura *sport friendly* dipende molto dalla disciplina sportiva, nonchè dalla quantità e qualità di servizi che si intende proporre. Può quindi avere un range da alcune migliaia ad alcune decine di migliaia di euro e riguardare aspetti quali:

- Allestimento locali tecnici (bike room, officina, lavanderia);

UNIONCAMERE LOMBARDIA
Camere di commercio lombarde

Nuove forme di ricettività

Sport Friendly e Club di Prodotto

- Acquisto o noleggio a lungo termine di attrezzature;
- Formazione di staff e personale dedicato all'accoglienza sportiva;
- Partecipazione a fiere e workshop specialistici, in Italia o estero;
- Materiale informativo (mappe, guide, cartellonistica);
- Adesione a club di prodotto e promozione su piattaforme specifiche;
- Convenzioni con istruttori, scuole, strutture partner (piscine, maneggi).

E' sempre più frequente trovare finanziamenti pubblici e percorsi formativi volti a supportare le strutture ricettive che intendono specializzarsi come *sport friendly,* ma occorre aver presente che l'orizzonte temporale minimo per riuscire ad entrare in un mercato sempre più strutturato come questo deve essere quantomeno il triennio.

Riferimenti utili

www.milomb.camcom.it/bike-economy

www.italybikehotels.it – club di prodotto nazionale per il cicloturismo

Scheda realizzata dal dott.Stefano Soglia - docente e consulente marketing turistico e dei servizi