



TURISMO E PRATICA SPORTIVA: L'EVENTO MARATONA COME ELEMENTO DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO

Alessandro Moretti

ABSTRACT

Il comparto del turismo sportivo sta continuando la sua crescita sia qualitativa che dimensionale in tutto il mondo. Il turismo legato ai grandi eventi sportivi presenta tuttavia forti barriere all'entrata in termini economici ed infrastrutturali, mentre il turismo sportivo praticato sta superando la massa critica propria delle forme di nicchia, per acquisire anche nel nostro paese una dimensione economicamente e territorialmente rilevante, senza che tale sviluppo imponga significative economie di scala.

In questa prospettiva sta assumendo rilievo l'organizzazione delle Maratone internazionali, manifestazioni in cui la componente agonistica si somma a quella della pratica non competitiva, capaci di generare flussi finanziari significativi.

Il fattore di vero vantaggio competitivo, in questo frangente, è rappresentato dalla capacità di saper raccontare e proporre le qualità del proprio territorio in modo efficace. In Italia il processo è solo parzialmente avviato ed i risultati sono in chiaroscuro.

Classification JEL: R11,R12,R40,R58

Keywords: Turismo, Maratona, sport, territorio

Working Paper n° 139
Febbraio 2015