



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Facoltà di Economia



**XV GIORNATA INTERNAZIONALE DI STUDIO**

**SU**

## **“Marketing e Turismo Sportivo”**

**24 Marzo 2010**

**SALA DEL CONSIGLIO - ORE 9,45 – 17,00**

**VIA COLUMBIA 2- ROMA**

Lo Sport continua ad essere un fenomeno tra i più consolidati sia come pratica che spettacolo, sia a livello professionistico che amatoriale, sia nella dimensione globale che locale, sia con presenza fisica che a distanza.

Tutto ciò è ampiamente agevolato dal forte sostegno dello sviluppo mediatico che ne ha fatto un “contenuto” di primario interesse, favorendone la diffusione e fruizione in tutti gli strati socio-economici. In questa ottica la mobilità sportiva, interpretabile come vero e proprio “turismo sportivo” ne ha tratto, da una parte, un vantaggio, nella misura in cui gli “appassionati” sono andati crescendo, ma, da un’altra parte, anche uno svantaggio dal momento in cui per molte persone è molto più comodo ed economico fruire dello sport attraverso gli “old and new media”.

In realtà quello che oggi si chiama, come detto, turismo sportivo è certamente in crescita, come ci dicono le statistiche, grazie alle varie segmentazioni della domanda, ma nello stesso tempo diminuisce la “quota di mercato” se lo si misura rispetto al totale della domanda sportiva.

D'altronde il turismo sportivo è quello che molto spesso viene particolarmente considerato dagli organizzatori, diretti ed indiretti, delle manifestazioni sportive in quanto è capace di generare un impatto economico di grande rilievo per il territorio ospitante.

Emerge, quindi, l'interesse di tutti gli stakeholders, ovvero i portatori d'interesse, a promuovere il turismo sportivo in termini sia qualitativi sia quantitativi così da generare un processo virtuoso idoneo a sviluppare benefici a 360 gradi.

**Obiettivo** di questo convegno è riflettere sulle opportunità e le minacce che il turismo sportivo pone di fronte ai dirigenti del sistema sportivo e di quello turistico, nonché cercare d'individuare possibili interventi utili al miglioramento della situazione complessiva per le varie componenti, con modalità tempestive ed efficaci rispetto anche alla concorrenza internazionale, così da generare un reale valore di lungo termine.

**Destinatari** del convegno sono tutti i rappresentanti delle organizzazioni che fanno parte del sistema sportivo allargato e di quello turistico, siano esse pubbliche o private, produttive o del terziario, grandi o piccole, professionistiche o amatoriali, nazionali o locali. In questo contesto vanno comprese, come detto, anche le organizzazioni mediatiche, i territori e la pubblica amministrazioni ai diversi livelli, le imprese sponsor-partner e tutti coloro che in una forma o nell'altra possono contribuire al successo o all'insuccesso del turismo sportivo italiano, comprese le agenzie pubbliche o private che operano nel settore.

**LA PARTECIPAZIONE E' LIBERA**

Per informazioni e conferma della propria adesione: [info@egesport.net](mailto:info@egesport.net) - sito [www.egesport.net](http://www.egesport.net)

