



Tavolo competitività,
lavoro e sviluppo
Turismo, sport e
cultura

Turismo, sport e Olimpiadi 2026: opportunità per l'economia varesina

 Varese | 21 maggio 2022
Ville Ponti - Sala Napoleonica

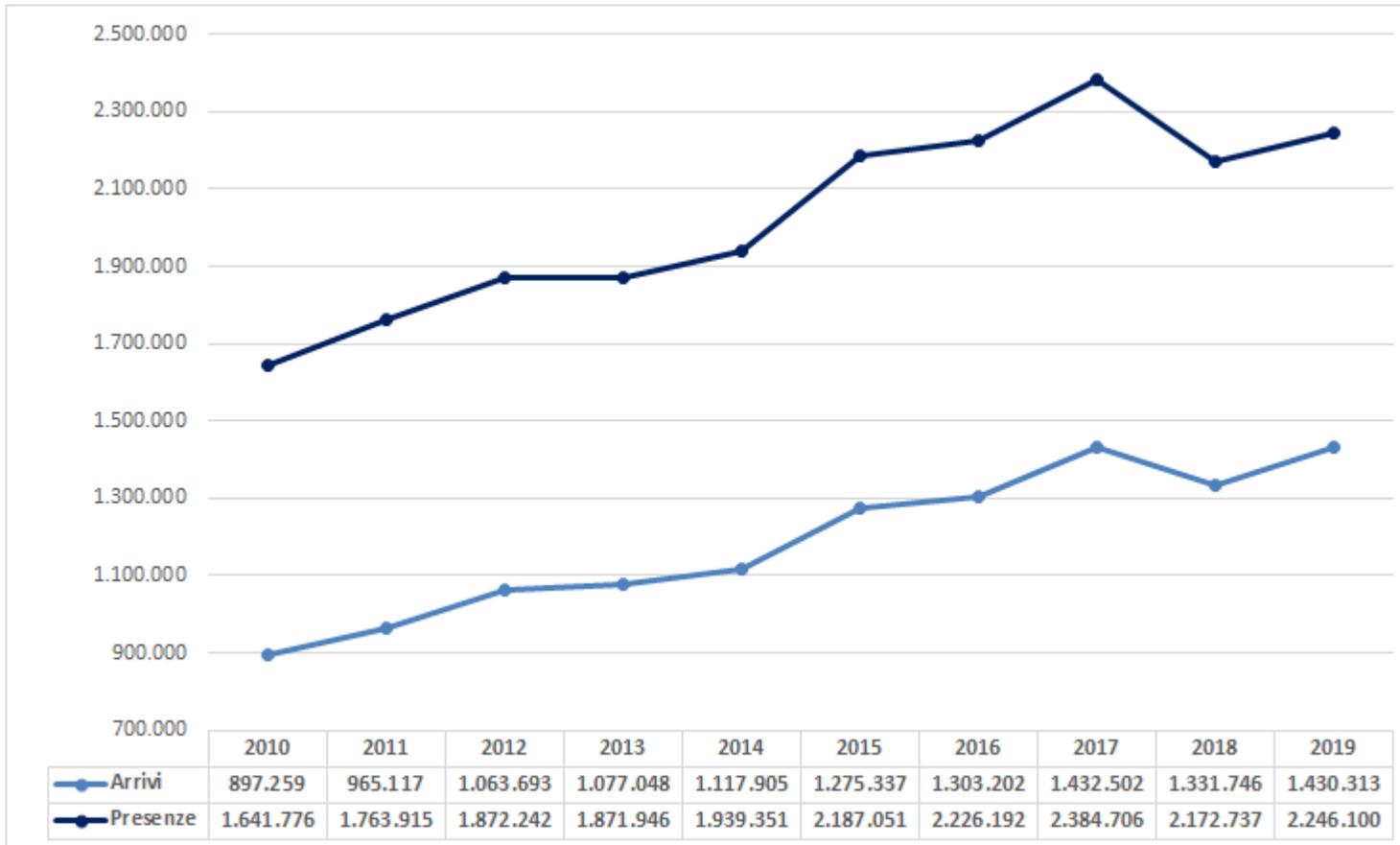


CAMERA DI COMMERCIO
VARESE
Futuro Impresa Territorio



Turismo: un asset per il territorio varesino

Serie 2010-2019



Nell'ultimo decennio, prima della pandemia, gli arrivi e le presenze turistiche nella nostra provincia mostrano un chiaro profilo di crescita.

In dieci anni, i pernottamenti di turisti sono cresciuti del +37%, passando da 1,6 milioni del 2010 a oltre 2,2 milioni nel 2019.

Fonte: elaborazioni su dati Ross1000, Polis-Regione Lombardia



Esercizi ricettivi in provincia di Varese: alberghiero ed extra-alberghiero

	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2021
N. esercizi alberghieri	145	149	151
N. esercizi complementari	461	485	531
Posti letto alberghieri	12.583	12.154	12.603
Posti letto complementari	12.382	12.339	12.564
Totale esercizi	606	634	682
Totale posti letto	24.965	24.493	25.167

La provincia di Varese dispone di circa 25mila posti letto tra strutture alberghiere ed extra-alberghiere.

Il peso percentuale dei posti letto alberghieri ed extra-alberghieri si equivale, entrambi rappresentano circa la metà dei posti letto totali disponibili.

Fonte: Istat e Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2021 provvisori)



Arrivi di turisti in provincia di Varese: trend 2019-2021

Il **bilancio** degli arrivi di turisti in provincia di Varese relativo al 2021 mette in evidenza due aspetti:

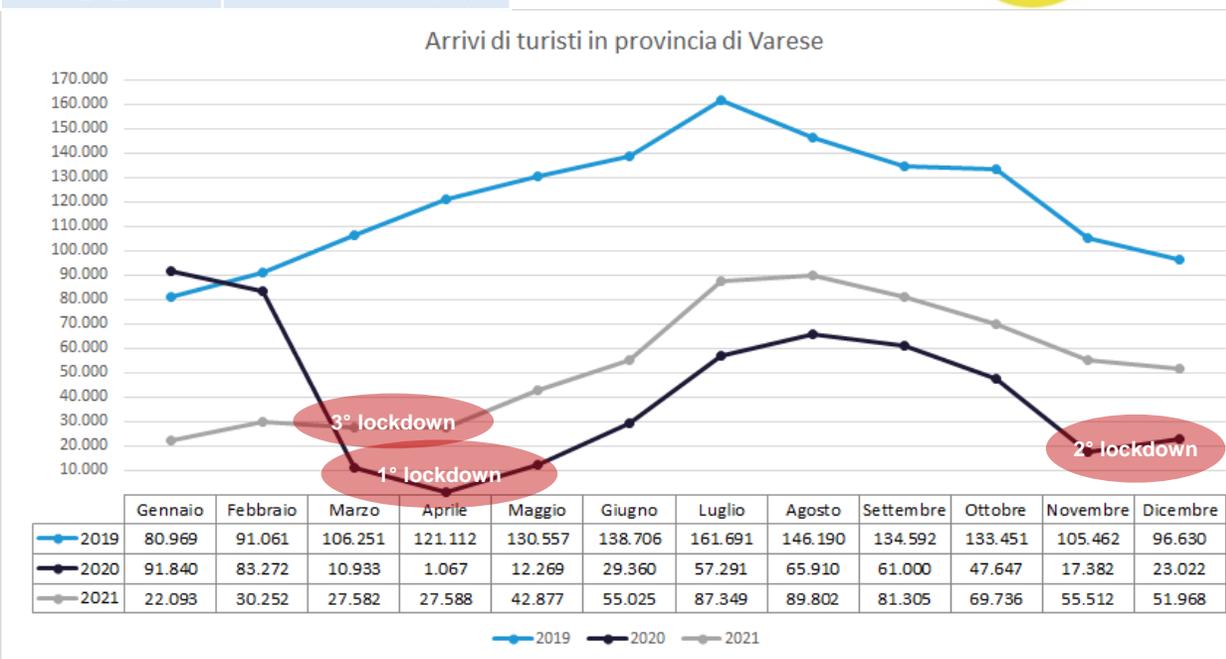
- 1) Gli arrivi di turisti nel 2021 sono stati superiori a quelli dello scorso anno, quando il lockdown aveva avuto percussioni pesantissime sul turismo (-65%), arrivando quasi ad azzerare i flussi di Aprile 2020. Complessivamente nel 2021 si registrano circa **140mila turisti in più rispetto allo scorso anno (+28%)**.
- 2) I dati rimangono ampiamente al di sotto dei livelli pre-pandemia: **rispetto al 2019, mancano all'appello circa 800mila turisti (-56%)**. Nel corso dell'anno, tuttavia, la differenza tra la curva 2019 e 2021 si è assottigliata, partendo da -73% di Gennaio 2021 fino al minimo estivo di Agosto (-39%).

1° lockdown = dal 09/03/20 al 04/05/20 | 2° lockdown = dal 06/11/20 al 23/12/20 | 3° lockdown = dal 06/03/21 al 18/04/21 | A partire da Novembre 2021 è iniziata una 4^ ondata che non ha previsto periodi di lockdown

Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2021 provvisori)

Arrivi di turisti - totale per anno

2019	1.446.672
2020	500.993
2021	641.089



Presenze turistiche in provincia di Varese

trend 2019-2021

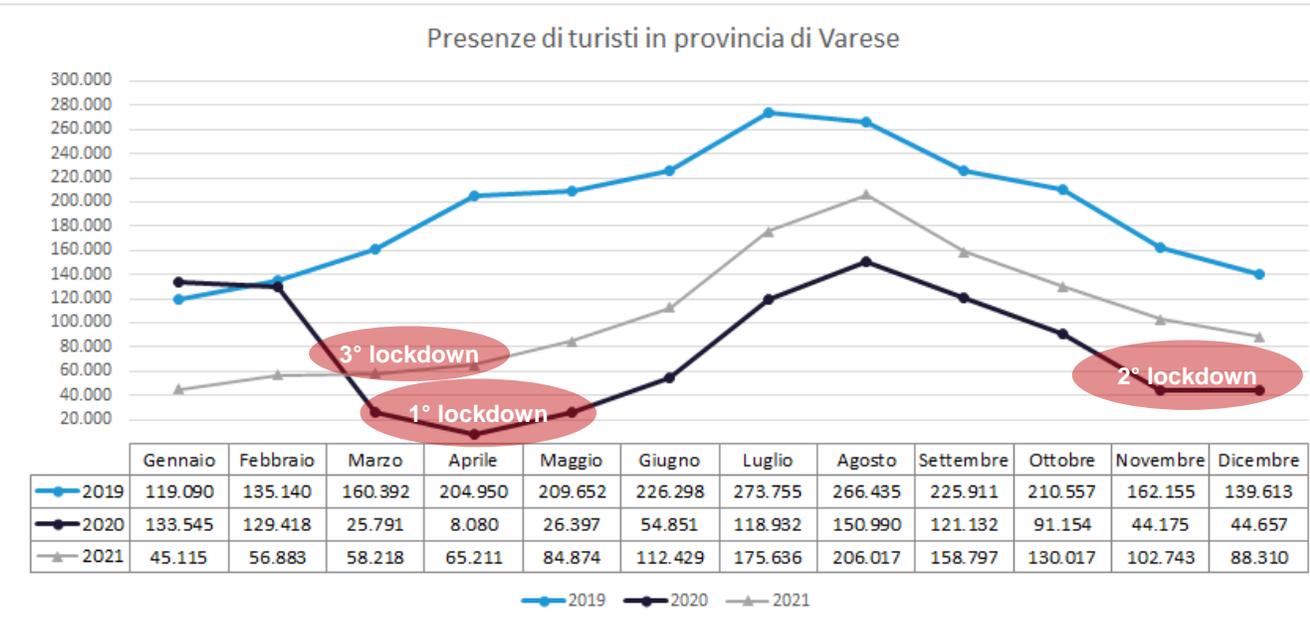
Il **bilancio** relativo alle presenze turistiche, ovvero ai pernottamenti dei turisti, nel 2021 evidenzia una situazione migliore rispetto al dato degli arrivi di turisti nella provincia di Varese:

- 1) Complessivamente **nel 2021, si sfiorano 1 milione e 300 mila pernottamenti, con un incremento del +35% rispetto al 2020**. Il distacco tra la curva del 2021 e quella del 2020 risulta particolarmente evidente nei mesi primaverili, quando restrizioni e lockdown avevano paralizzato il turismo. Complessivamente nel 2020 si era registrato un calo del 59% delle presenze turistiche.
- 2) Anche le presenze rimangono **molto distanti dai livelli pre-pandemia, seppure in misura inferiore rispetto agli arrivi**: rispetto al 2019, si sono registrati oltre 1 milione di pernottamenti in meno (-45%). Anche nel caso dei pernottamenti, la differenza risulta minima nei mesi estivi e, in particolare, ad Agosto (-23%).

Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2021 provvisori)

Presenze turistiche - totale per anno

2019	2.333.948
2020	949.122
2021	1.284.250



1° lockdown = dal 09/03/20 al 04/05/20 | 2° lockdown = dal 06/11/20 al 23/12/20 | 3° lockdown = dal 06/03/21 al 18/04/21 | A partire da Novembre 2021 è iniziata una 4^ ondata che non ha previsto periodi di lockdown

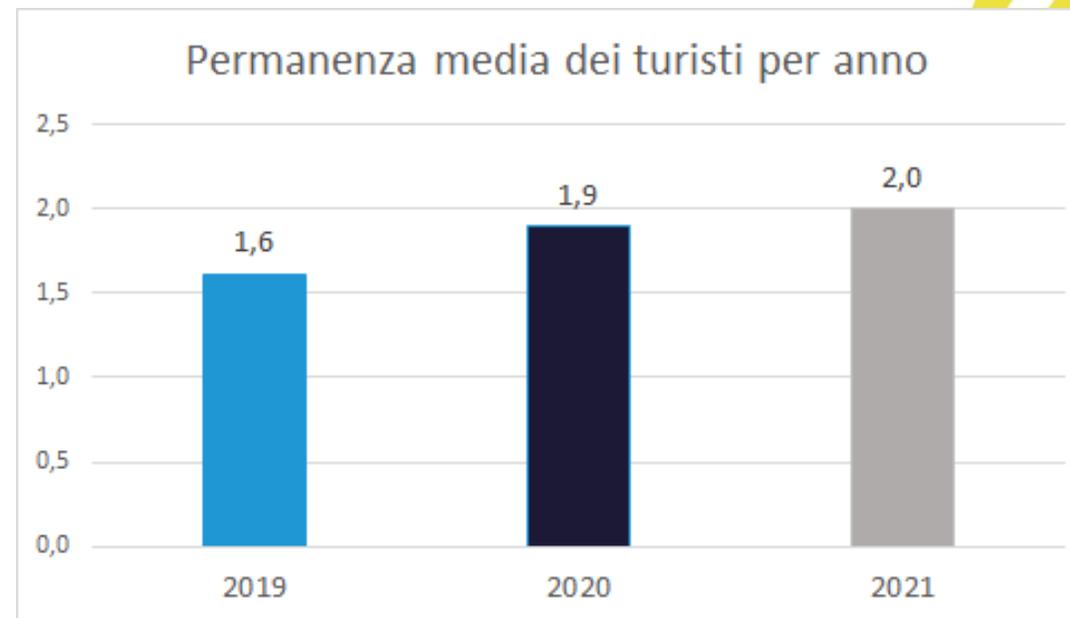


Permanenza media in provincia di Varese

In media nel 2019 un turista rimaneva in provincia di Varese per 1,6 giorni (presenze/arrivi), evidenziando una bassa permanenza sul territorio, legata prevalentemente ai **flussi turistici di passaggio dell'aeroporto di Malpensa**.

Nel 2020 la permanenza media sale a 1,9 giorni, soprattutto a causa del blocco di aprile che vede la permanenza media, per i pochissimi arrivi del mese (circa 1 migliaio), superare i 7 giorni (7,6). Lockdown, restrizioni e quarantene hanno avuto l'effetto di allungare la permanenza media.

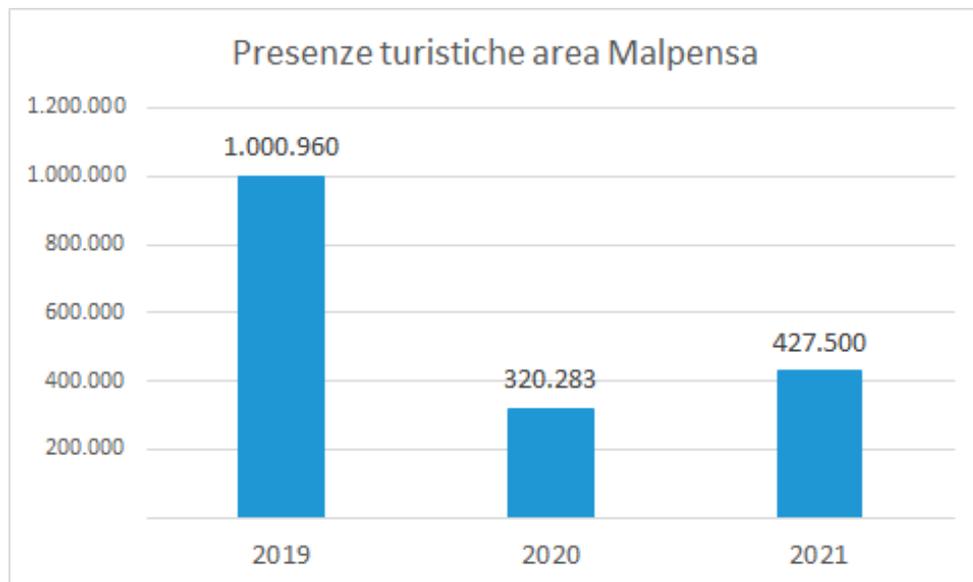
Nel 2021 non si evidenziano «scossoni» così eclatanti e la permanenza media complessivamente sale a 2 giorni, probabilmente anche a causa del ridimensionamento del transito su Malpensa.



Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2021 provvisori)



Area Malpensa: presenze 2019-2021



COMUNI AREA MALPENSA: ARSAGO SEPRIO, BUSTO ARSIZIO, CARDANO AL CAMPO, CASORATE SEMPIONE, FERNO, GALLARATE, GOLASECCA, LONATE POZZOLO, SAMARATE, SESTO CALENDE, SOMMA LOMBARDO, VERGIATE, VIZZOLA TICINO.

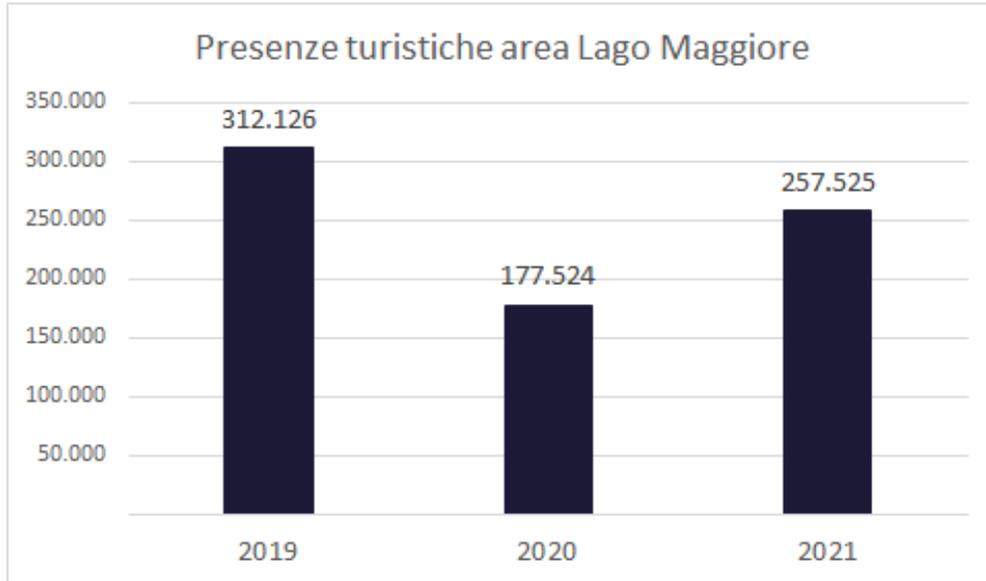
Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2020 e 2021 provvisori)

L'area di Malpensa è quella che ha maggiormente risentito degli effetti della pandemia sui flussi turistici, a causa dell'imponente crollo del trasporto aereo: nel 2020 le presenze turistiche dell'area sono diminuite del -68%, riducendosi a meno di 1/3 del milione di presenze registrato nel 2019.

Nonostante la ripresa del 2021 (+33,5% sull'anno precedente), i pernottamenti in area Malpensa sono meno della metà dei valori pre-pandemia (-57,3%).



Area Lago Maggiore: presenze 2019-2021



COMUNI AREA LAGO MAGGIORE: ANGERA, BESOZZO, BREBBIA, BREZZO DI BEDERO, CASTELVECCANA, GERMIGNAGA, ISPRA, LAVENO-MOMBELLO, LEGGIUNO, LUINO, MACCAGNO CON PINO E VEDDASCA, MONVALLE, PORTO VALTRAVAGLIA, RANCO, SESTO CALENDE, TRONZANO LAGO MAGGIORE.

Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (2021 provvisori)

Il turismo sul Lago Maggiore, ha risentito meno delle conseguenze delle restrizioni legate al Covid-19 anche perché, nel periodo estivo 2020, è stata **recuperata una buona porzione di turismo nazionale, e in particolare lombardo**, il calo delle presenze turistiche nell'area si ferma a -43% (-59% il dato provinciale).

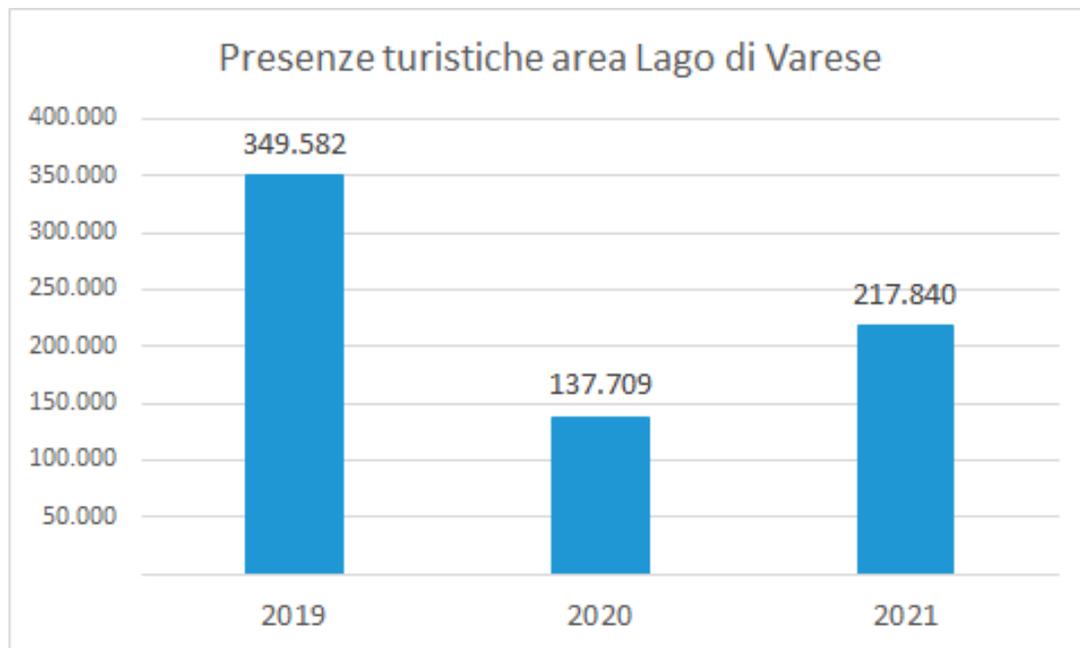
Il recupero nel 2021, inoltre, è stato più accentuato nell'area +45% delle presenze sull'anno precedente (+35% il dato provinciale) e la distanza con i valori pre-pandemia si assottiglia a -17,5% (-45% la media per la provincia).

Le presenze dell'area del Lago Ceresio registrano, seppur su numeri contenuti una buona performance nel 2021 con 23.837 presenze, in crescita rispetto all'anno precedente +36% e superiori anche al dato pre-pandemia (+14,5% rispetto a 20.821 del 2019).

COMUNI DELL'AREA LAGO CERESIO: BRUSIMPIANO, CUASSO AL MONTE, LAVENA PONTE TRESA, PORTO CERESIO.



Area Lago di Varese: presenze 2019-2021



COMUNI AREA LAGO DI VARESE: AZZATE, BARASSO, BARDELLO, BIANDRONNO, BODIO LOMNAGO, BREGANO, BUGUGGIATE, CASCIAGO, CAZZAGO BRABBIA, COMERIO, DAVERIO, GALLIATE LOMBARDO, GAVIRATE, GAZZADA SCHIANNO, INARZO, LUVINATE, TERNATE, VARESE.

Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2020 e 2021 provvisori)

Le presenze turistiche a Varese e Lago di Varese sono calate del -61% nel 2020, sopra la media provinciale (-59%).

Il 2021 segna un recupero dei pernottamenti nell'area più intenso rispetto al contesto provinciale (+58% vs. +35%).

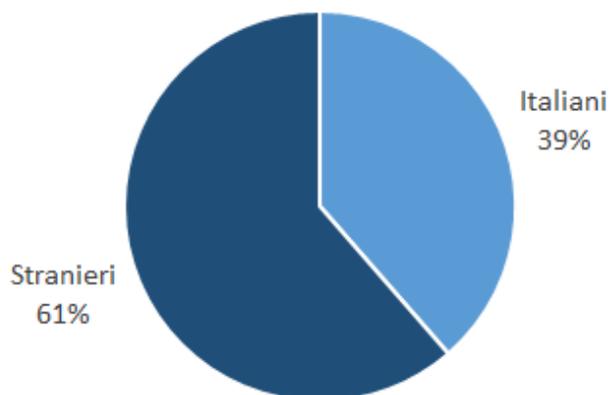
Risultano, in ogni caso, circa 132mila presenze in meno rispetto ai valori pre-Covid19 (-38%).



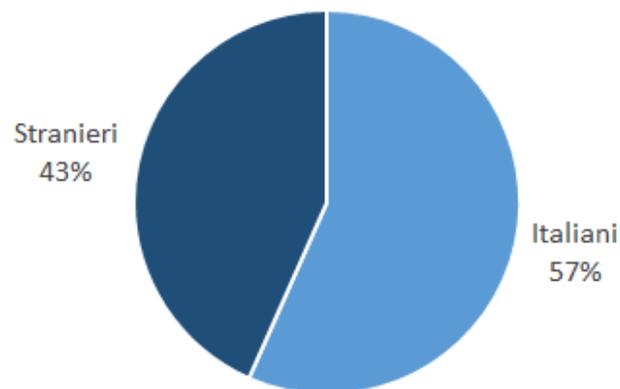
Italiani e stranieri: confronto delle presenze 2019-2021



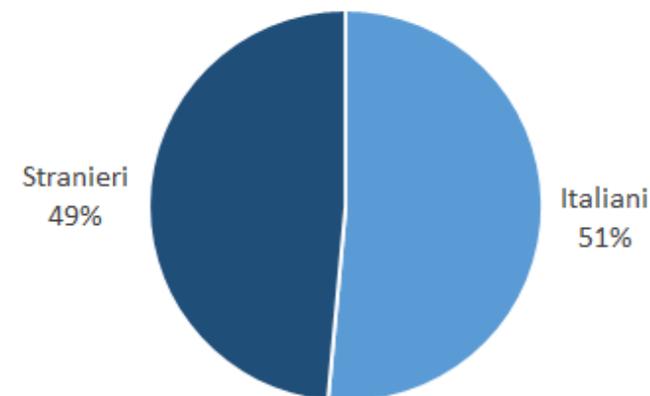
Presenze per provenienza - anno 2019



Presenze per provenienza - anno 2020



Presenze per provenienza - anno 2021



Tra le presenze turistiche del 2019 la componente prevalente era quella degli stranieri (61%), confermando il trend del 2018 (con il 59% di stranieri). Nel 2020, a causa delle restrizioni ai viaggi internazionali, questo pattern si inverte e la quota degli italiani risulta preponderante (57%). Nel 2021, con le parziali riaperture, ritornano gli stranieri, anche se la componente nazionale risulta ancora maggioritaria (51%).

Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2020 e 2021 provvisori)



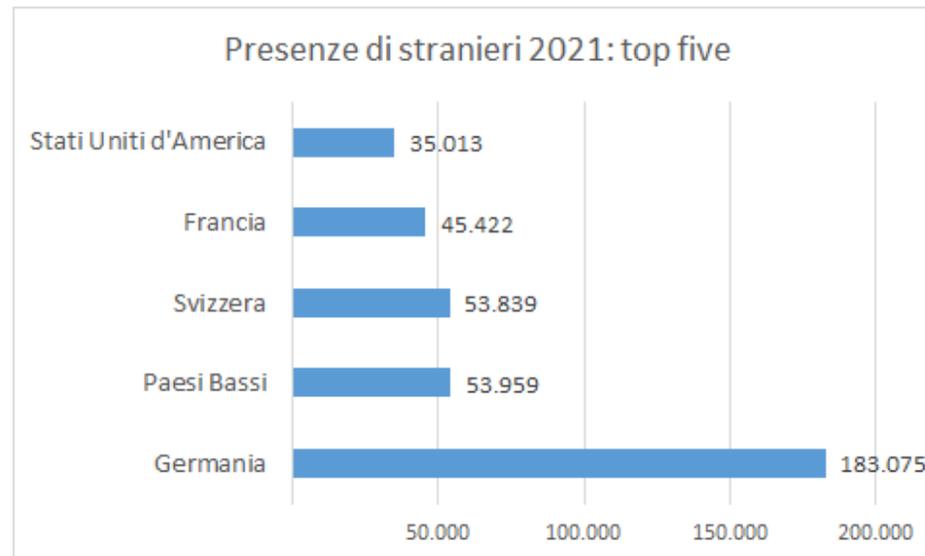
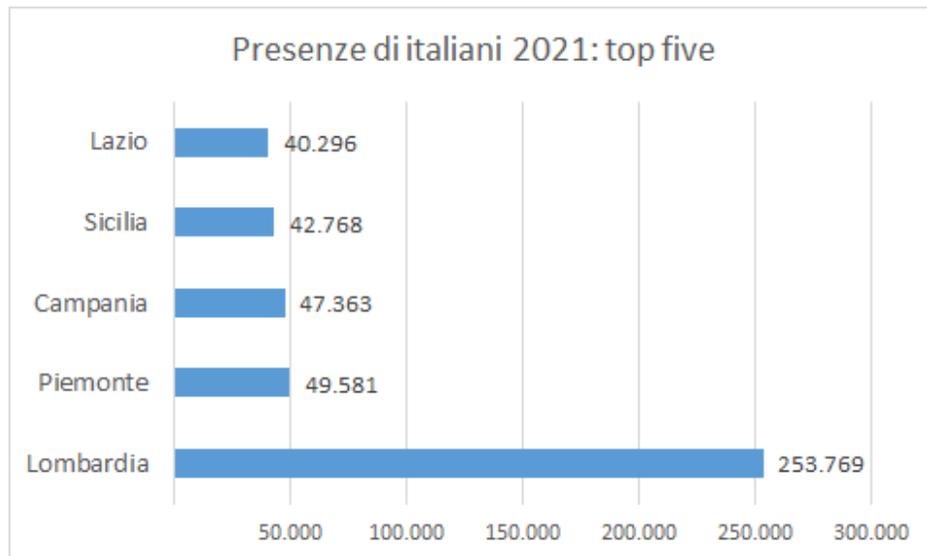
Tavolo Competitività,
lavoro e sviluppo
Turismo, sport e
cultura

Turismo, sport e Olimpiadi 2026: opportunità per l'economia varesina



CAMERA DI COMMERCIO
VARESE
Futuro Impresa Territorio

Top Five - provenienze italiane e straniere

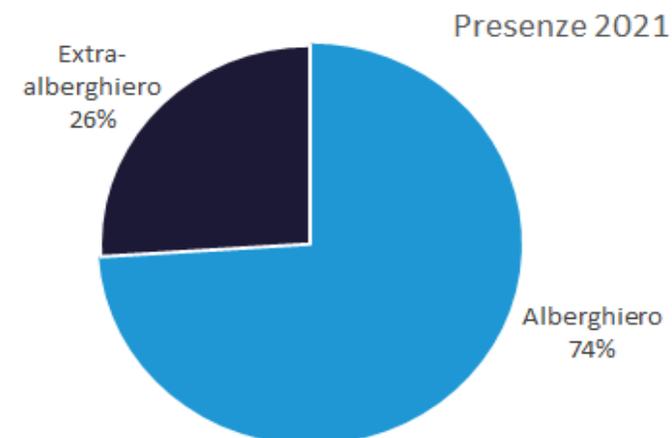
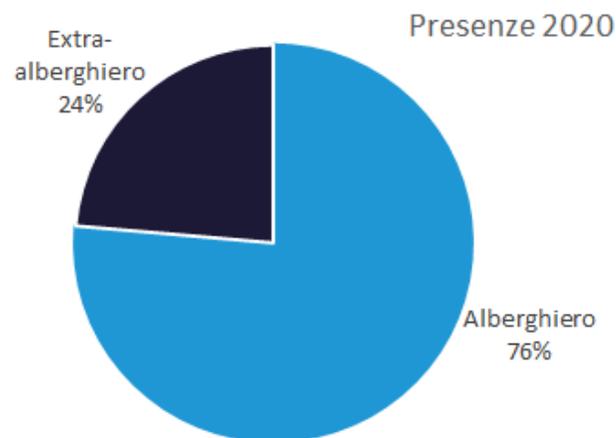
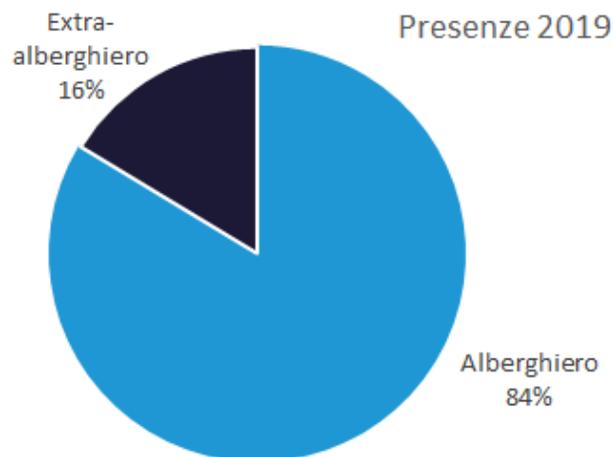


Come nell'anno 2019 e 2020, nel 2021 la Lombardia è la regione con più arrivi e presenze, oltre il 38% dei pernottamenti di italiani, confermando l'importanza del turismo di prossimità. Subito dopo la Lombardia ci sono Piemonte, Campania, Sicilia e Lazio.

Per l'anno 2021 il Paese con più arrivi e presenze è la Germania (29%) seguito da Paesi Bassi, Svizzera, Francia e Stati Uniti d'America. Nel 2019, la classifica era decisamente differente: gli Stati Uniti d'America erano in seconda posizione e la Cina chiudeva la top five, mentre nel 2021 entrambe si spostano più in basso nella classifica, lasciando posto ai Paesi europei. In particolare, la Cina finisce al 29° posto.

Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2021 provvisori)

Strutture alberghiere ed extralberghiere



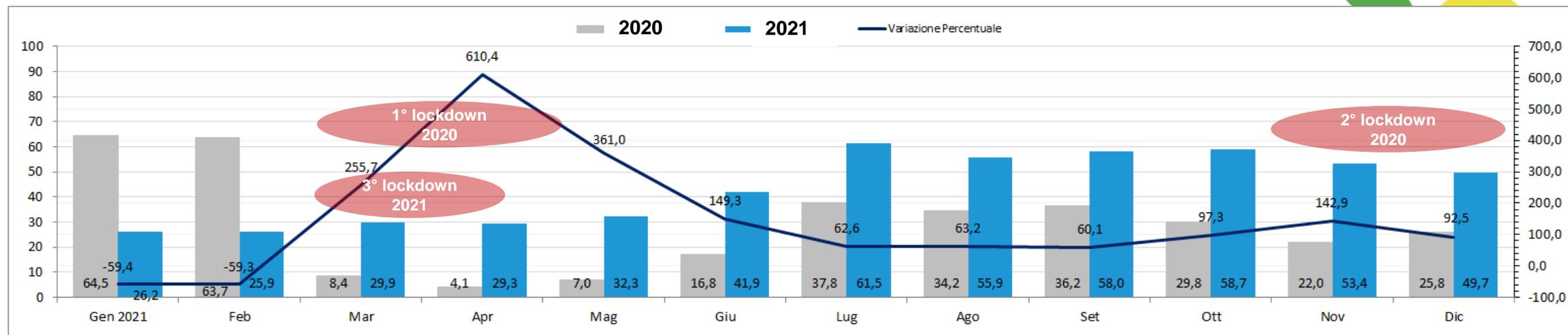
La composizione percentuale delle presenze turistiche in provincia di Varese evidenzia uno spostamento verso le strutture extra-alberghiere, probabilmente per la ricerca da parte dei turisti di strutture di dimensioni minori e familiari piuttosto che di strutture di grandi dimensioni e con un grande afflusso di turisti. Inoltre, ricordiamo che l'area Malpensa, caratterizzata da grandi strutture alberghiere, è stata l'area che ha maggiormente sofferto gli effetti della pandemia a causa del crollo del trasporto aereo.

Fonte: Ross1000 - Polis-Regione Lombardia (dati 2021 provvisori)



Performance alberghiere: occupazione camere %

Anno 2021 comparato con 2020



La percentuale di camere occupate nelle strutture alberghiere varesine nel 2021 si attesta attorno al 45%, con un picco di massimo raggiunto nei mesi estivi e, in particolare a luglio 2021 (61,5). Il confronto con l'anno precedente evidenzia una situazione in netto miglioramento, considerando che durante il periodo di lockdown, proprio a causa delle forti restrizioni alla mobilità e alle attività ricettive, il tasso di occupazione delle camere era sceso fino al minimo del 4% nell'Aprile 2020 e che complessivamente si era raggiunta una media annua pari a 32,4%. I livelli pre-pandemia rimangono comunque lontani, se consideriamo che nel 2019 l'occupazione delle camere delle strutture varesine era pari al 75,7%.

Fonte: RES-STR Global. Campione di 26 strutture, 2.697 camere (40% del totale strutture alberghiere)

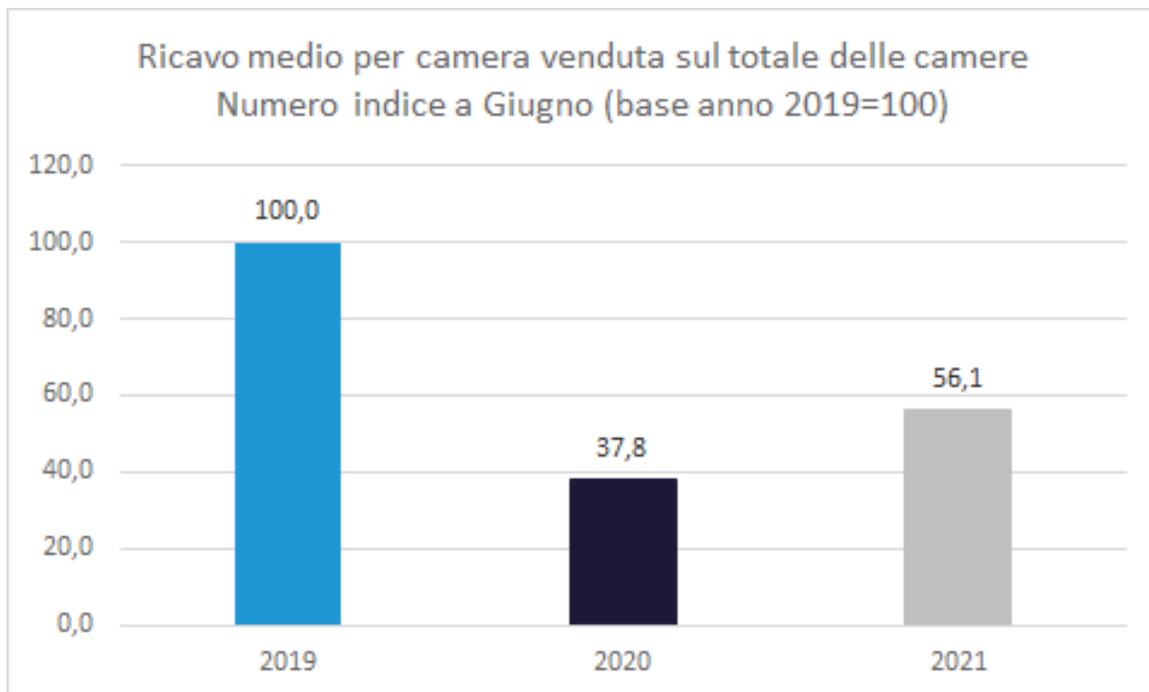
Occupazione camere: esprime in percentuale il numero di camere vendute rispetto a quelle disponibili.

Calcolo: (camere vendute / camere disponibili) x 100

1° lockdown = dal 09/03/20 al 04/05/20 | 2° lockdown = dal 06/11/20 al 23/12/20 | 3° lockdown = dal 06/03/21 al 18/04/21 | A partire da Novembre 2021 è iniziata una 4° ondata che non ha previsto periodi di lockdown



Ricavo medio per camera venduta sul totale delle camere



Anche il dato relativo al ricavo medio per camera disponibile registrato dagli alberghi varesini evidenzia il medesimo andamento.

Un deciso recupero rispetto ai valori del 2020 ma ancora una forte distanza dai valori pre-pandemia: fatto 100 il valore del ricavo medio di un anno “normale”, ovvero il 2019, il valore era sceso a 37,8 nel 2020 e si attesta a 56,1 nel 2021.

Fonte: RES- STR Global. Campione di 26 strutture, 2.697 camere (40% del totale strutture alberghiere)

RevPAR: Revenue Per Available Room, ricavo medio per camera disponibile.

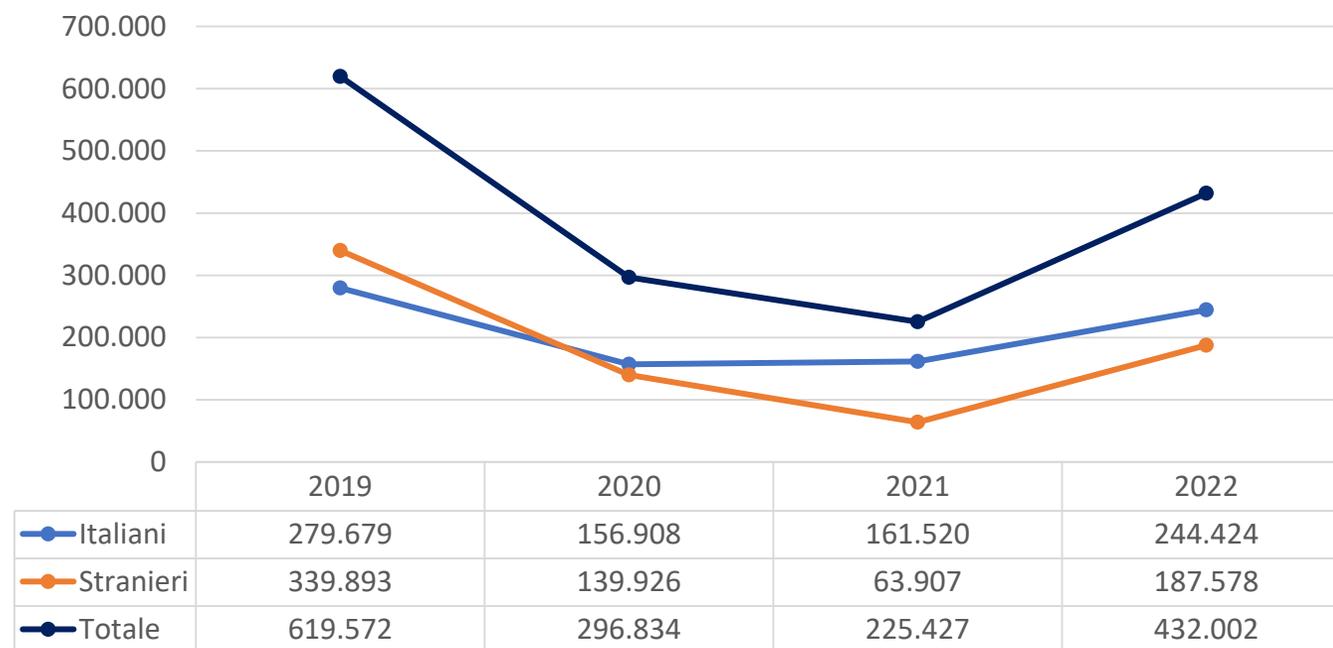
Calcolo: ricavi vendita camere / camere disponibili



Andamento dei flussi turistici nei primi 4 mesi 2022: si conferma la crescita



Presenze turistiche nel periodo gennaio-aprile
Varese, serie 2019-2022



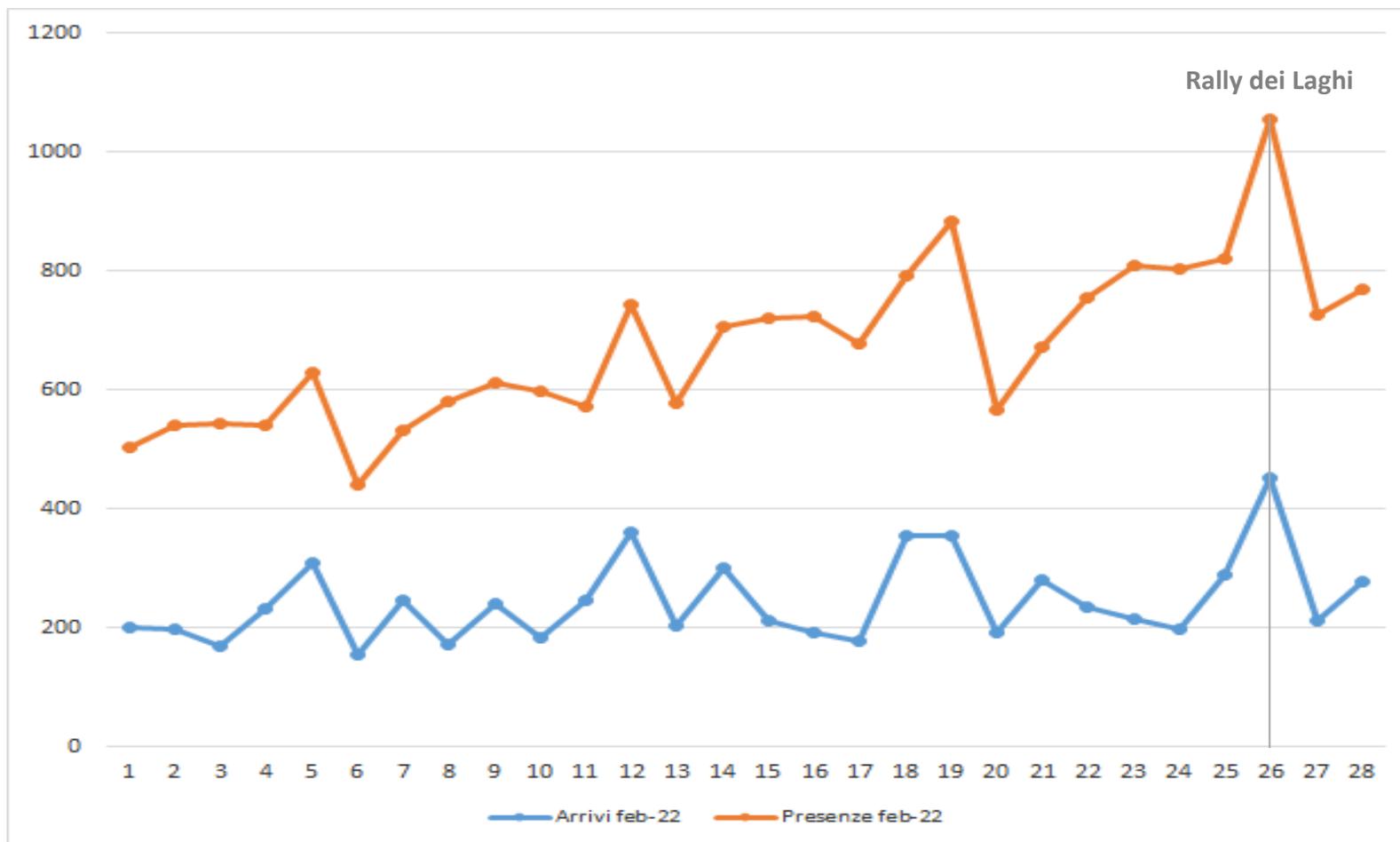
I primi dati relativi al periodo gennaio-aprile 2022 ci confermano la risalita dei flussi turistici, in particolare dei turisti stranieri:

- i pernottamenti di turisti provenienti dall'estero sono quasi triplicati rispetto allo scorso anno (da 64mila a 188mila)
- complessivamente il numero delle presenze turistiche sul territorio è quasi raddoppiato (da 225mila a 432mila)
- rimane comunque un gap pari al 30% rispetto ai valori pre-pandemia (620mila presenze gennaio-aprile 2019).

Fonte: elaborazioni su dati Ross1000, Polis-Regione Lombardia

Rally dei Laghi 2022

26 e 27 febbraio 2022



Considerando le presenze del 25 e 26 febbraio nei comuni elencati, si sono registrate complessivamente **1.877 presenze turistiche in due giorni.**

COMUNI: BESOZZO, CASCIAGO, CITTIGLIO, COMERIO, CUVIO, GAVIRATE, GEMONIO, ISPRA, LAVENA PONTE TRESA, LAVENO MOMBELLO; MARCHIROLO, SESTO CALENDE, VALGANNA, VERGIATE, VARESE, LUINO.

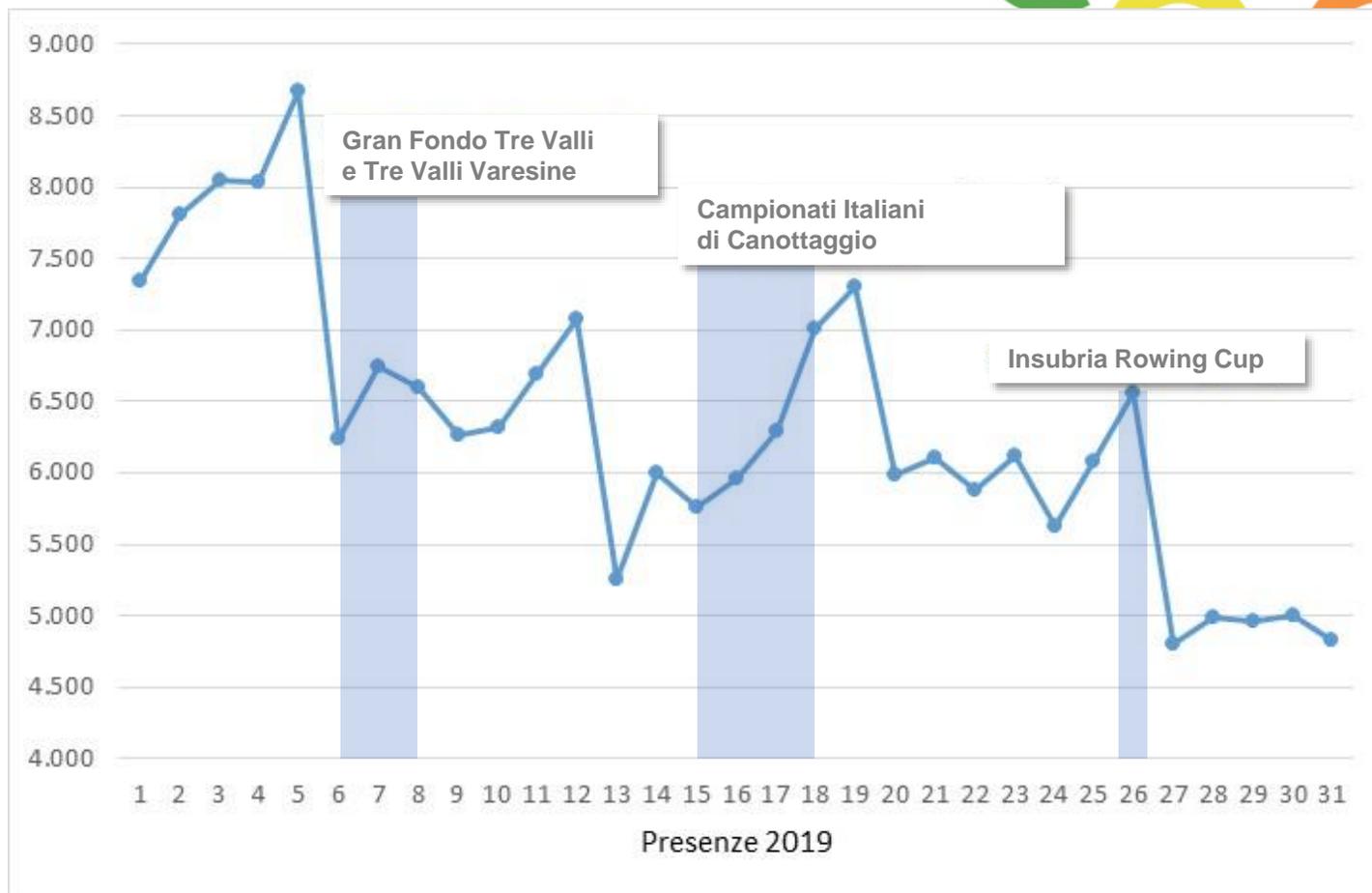
Fonte: elaborazioni su dati Ross1000, Polis-Regione Lombardia



Eventi sportivi - 2019

Presenze alberghiere ed extralberghiere anno 2019 (ottobre), impatto sul totale provincia:

- 1. Gran Fondo Tre Valli e Tre Valli Varesine**
6-8 ottobre 2019
□ **20.000 presenze in 3 gg**
- 2. Campionati Italiani di Canottaggio**
15-18 ottobre 2019
□ **25.000 presenze in 4 gg**
- 3. Insubria Rowing Cup**
26 ottobre 2019
□ **6.500 presenze in 1 gg**



Fonte: elaborazioni su dati Ross1000, Polis-Regione Lombardia



Indice di sportività - 2021

Posizione di **Varese** nella **classifica generale delle province italiane**



PUNTI: 1000

Varese è posizionata al
1° posto nel 2021 su 107 province
(+13 posizioni rispetto allo scorso anno)

Varese conquista il primo posto in classifica grazie ai risultati ottenuti nelle olimpiadi e nelle paralimpiadi di Tokyo 2020.

Olimpiadi Tokyo 2020
Classifica Italia nel tempo

Medaglie vinte



1° posto: 40 medaglie (Tokyo 2020)

10 ori - 10 argenti - 20 bronzi

2° posto: 36 medaglie (Roma 1932)

3° posto : 34 medaglie (Sydney 2000)

Precedenti due edizioni prima di Tokyo 2020

28 medaglie: Londra 2012

28 medaglie: Rio de Janeiro 2016

Atleti vincitori

VARESE



1 oro



1 argento



1 bronzo

Fonte: Il Sole 24 Ore – Coni



Indice di sportività - 2021

Paralimpiadi Tokyo 2020 Classifica Italia nel tempo



Medaglie vinte

1° posto per numero di medaglie: 82 (Roma 1960)

2° posto per numero di medaglie: 69 (Tokyo 2020)

14 ori - 29 argenti - 26 bronzi

3° posto per numero di medaglie: 58 (Seoul 1988)

Precedenti due edizioni prima di Tokyo 2020

28 medaglie: Londra 2012

39 medaglie: Rio de Janeiro 2016



Paralimpiadi Tokyo

Grazie ai risultati conseguiti
dagli atleti paralimpici
Varese conquista:

Posizione: 1 su 107 province

Punti: 1000

Atleti vincitori

VARESE



1 argento



1 bronzo

Fonte: Cip



Identikit del turista sportivo

- Tutti i viaggiatori che scelgono la destinazione del proprio viaggio in base alla possibilità o meno di praticare un determinato sport.
- Praticanti a livello amatoriale (es. sci club, club velici, associazioni sportive dilettantistiche per ogni disciplina) che si spostano per partecipare a: gare, allenamenti, stage, tornei, etc.
- Professionisti e non che si spostano per motivi professionali - lavorativi (es. staff medici, fisioterapisti, trainer, nutrizionisti).
- Staff, dirigenza, e dipendenti delle società sportive sia professionistiche che dilettantistiche.
- Arbitri e giurie predisposti per i controlli, le valutazioni e il regolare svolgimento delle manifestazioni.
- Giornalisti, troupe televisive e radiofoniche che viaggiano per commentare e riprendere gare sportive.
- Lo "sportivo" che viaggia per assistere ad avvenimenti sportivi (es. fan club organizzati o singoli appassionati di sport).
- Il turista sportivo che viaggia per imparare a praticare lo sport che ha sempre desiderato o quello che va "di moda".
- Il gruppo o la famiglia che accompagnano il turista sportivo.

Il turista sportivo è sia chi pratica uno sport in maniera dilettantistica o agonistica sia chi si sposta ovunque per seguire, da tifoso, la propria squadra o il proprio atleta preferito. È l'appassionato che si presta anche a lunghi spostamenti, disposto a spendere, anche molto, in riviste specializzate e in attrezzature per una vacanza all'insegna del suo sport preferito. Cerca luoghi particolari, posti speciali per poter raccontare quanto valore abbiano dato alle "sue imprese", in diretta sui propri canali social e una volta rientrato dalle vacanze.

Lombardia, Trentino Alto-Adige e Emilia-Romagna sono state le regioni con il maggior numero di viaggiatori sportivi attestandosi al 23,2%, 17,7% e 14,1% rispettivamente. Mentre è la Germania a scalare la classifica estera, contribuendo con il 29,7% dei turisti sportivi sul totale flussi dall'estero, seguita da Austria (14,3%) e Francia (14,1%).



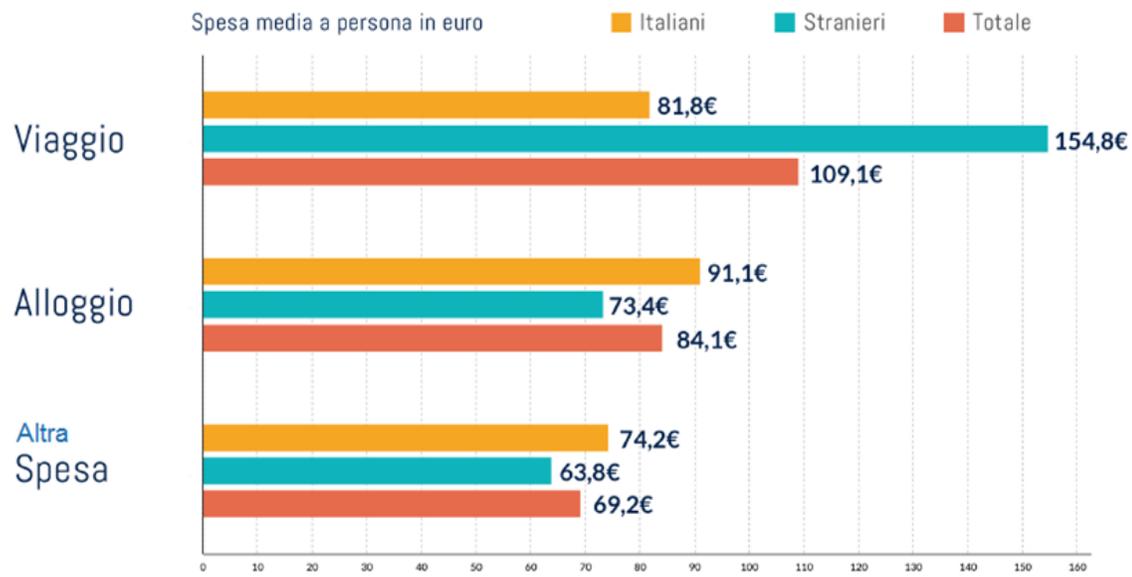
Generazione Z i nati dopo il 1995, Generazione Y i nati tra il 1981 e il 1995, Generazione X i nati tra il 1965 e il 1980, Baby boomers i nati tra il 1950 e il 1964, Senior i nati prima del 1950.

Fonte: Isnart



La spesa nel turismo sportivo

Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai turisti sportivi



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Altra spesa: trasporti, parcheggi; ristorazione e intrattenimento, abbigliamento, acquisti agroalimentari, musei e mostre, ecc.

La spesa pro capite del turista sportivo (escludendo il viaggio che non resta sul territorio) è stimata in 153 euro, andando da una media di 164 euro per gli italiani e 137 per gli stranieri.

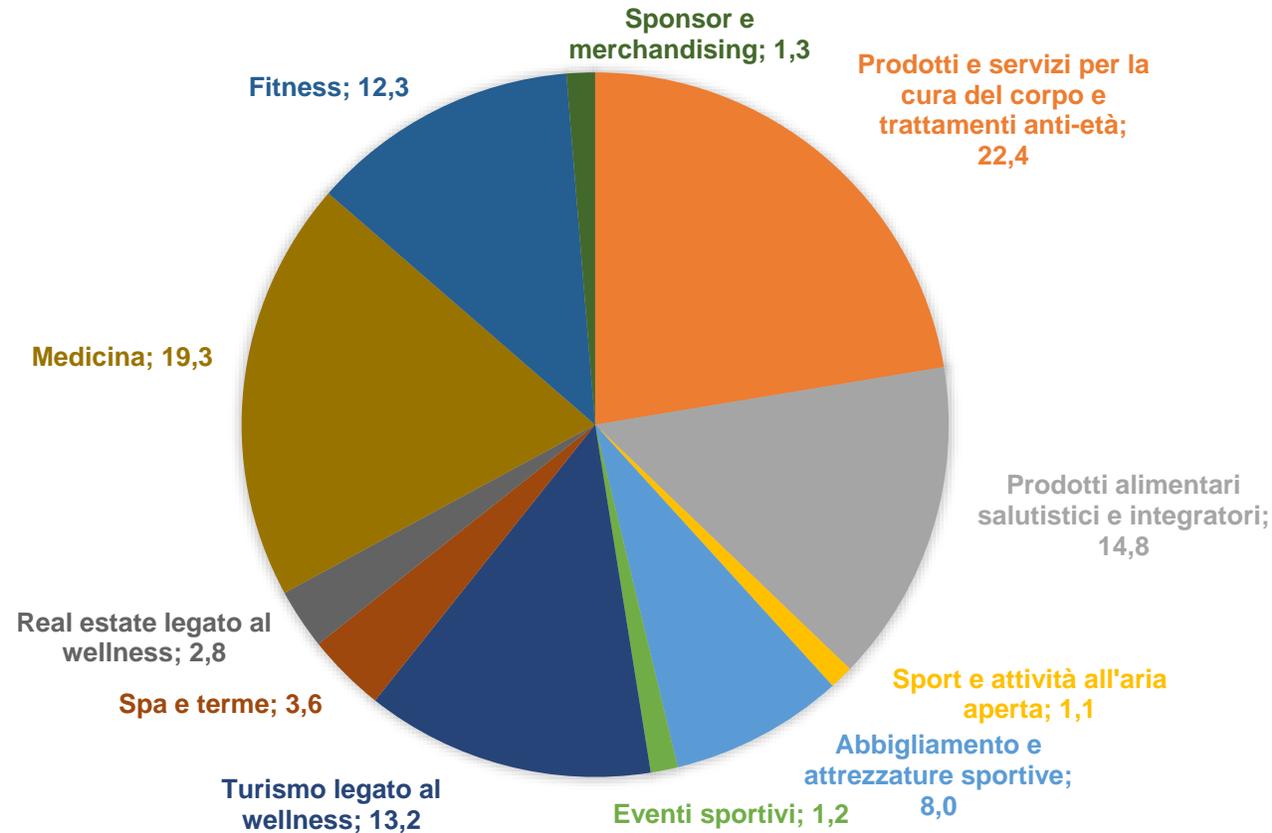
- Il turismo sportivo rappresenta il 10% dell'industria turistica mondiale.
- Il turismo sportivo cresce di circa il 6% annuo.
- I principali Paesi di origine dei turisti sportivi sono Regno Unito, Germania, Italia, Spagna, Danimarca, Svezia e Finlandia.
- In alcuni Paesi l'indotto generato dal turismo sportivo ha superato la soglia del 25% del totale dell'indotto turistico, raggiungendo in Australia la quota record pari al 55%.
- Circa 1 italiano su 4 sceglie la meta delle proprie vacanze anche in virtù dell'offerta sportiva.
- Oltre la metà della spesa (il 52%) ha interessato imprese ricettive e della ristorazione.
- Ricadute importanti anche per attività ricreative, culturali e di intrattenimento (24%).
- Il settore agroalimentare riceve da questo segmento il 13% della spesa sostenuta, mentre i trasporti il 3% circa.
- Ricadute positive anche per l'editoria, le industrie manifatturiere ed il settore del commercio.
- Il turista sportivo sceglie le destinazioni consultando il web (35%) ed il passaparola di parenti e amici (32,3%) ma anche agli strumenti social.
- Le attività prevalenti dei turisti sportivi, una volta a destinazione, sono escursioni e gite, visita ai centri storici, attività di benessere presso appositi centri, shopping, degustazione di prodotti enogastronomici locali.



La filiera dell'industria dello sport



COMPOSIZIONE DELLA FILIERA DELL'INDUSTRIA DELLO SPORT, DEL WELLNESS E DELLA NATURA (PESO % SUL TOTALE DEL GIRO D'AFFARI A LIVELLO MONDIALE)



Lo sport oltre a produrre ricadute economiche positive nel settore turistico e dell'intrattenimento, prevede alle sue spalle una vera e propria industria con una filiera molto varia.

Fonte: The European House - Ambrosetti



Lo sport nel cuore dei varesini: dopo la pandemia cresce la voglia di muoversi

I varesini che praticano **attività fisica regolarmente** dopo la pandemia sono **in crescita**: a **inizio 2022 ben il 58% degli intervistati afferma di praticare sport tra le 2 e le 4 volte alla settimana** (fonte: questionario della CdC di Varese - sport e salute), mentre solo il 2% si dichiara sedentario.

Il luogo preferito per la pratica è la **palestra**, assieme ai centri sportivi e le piscine: dopo un rallentamento durante il lockdown, nel 2021 gli sportivi che svolgono attività strutturata in questi centri sono il 76% e **a inizio 2022 la percentuale sale all'86%**.

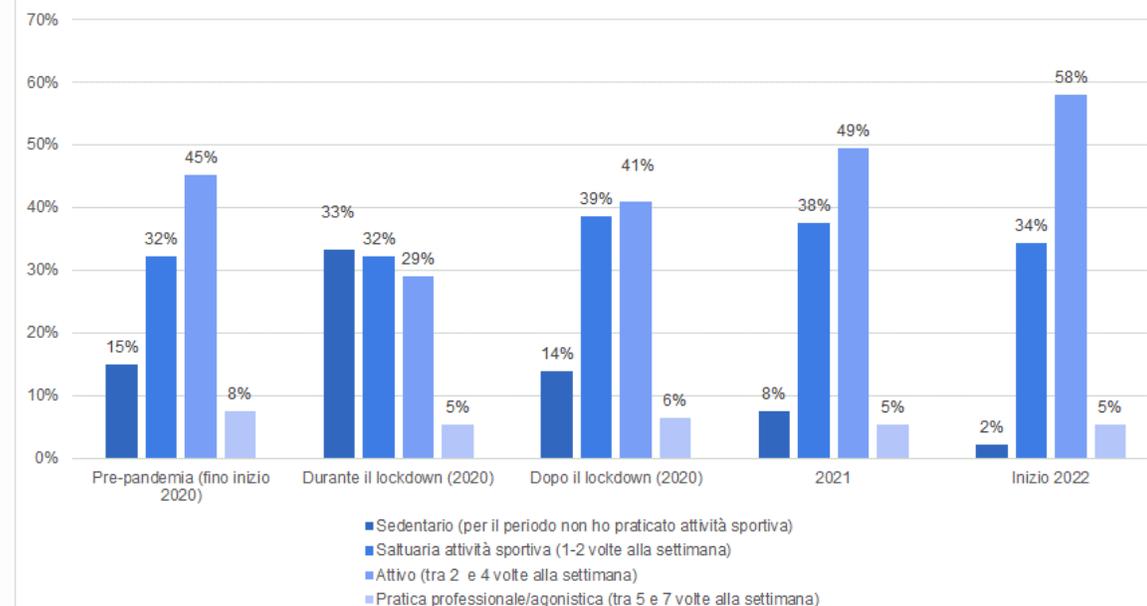
Durante il lockdown era cresciuto molto l'utilizzo di **servizi online** per mantenersi attivi (arrivando ad essere utilizzato dal 49% degli sportivi), mentre, con la fine dell'emergenza, è diminuita la popolarità: a oggi sono il 12% dello share.

La provincia di Varese, con i suoi paesaggi, è il luogo ideale per le **camminate**, attività preferita dagli sportivi/e varesini/e nel **57% dei casi**.

Grande importanza anche alla **corsa**, sport prediletto soprattutto dagli uomini (52%), e all'**allenamento con gli attrezzi/pesistica**, praticato dal 30% delle atlete e dal 27% degli atleti varesini. Gli **sport invernali**, come lo sci e lo sci di fondo, sono praticati **dal 12% degli sportivi varesini**.

Le atlete della nostra provincia prediligono praticare sport in maniera strutturata (60%), iscrivendosi a corsi e centri sportivi, mentre gli uomini prediligono la pratica spontanea (61%).

Qual è stato il livello di attività sportiva negli ultimi due anni?



Varese Sport Commission

Progetto di Camera di Commercio di Varese



VISION

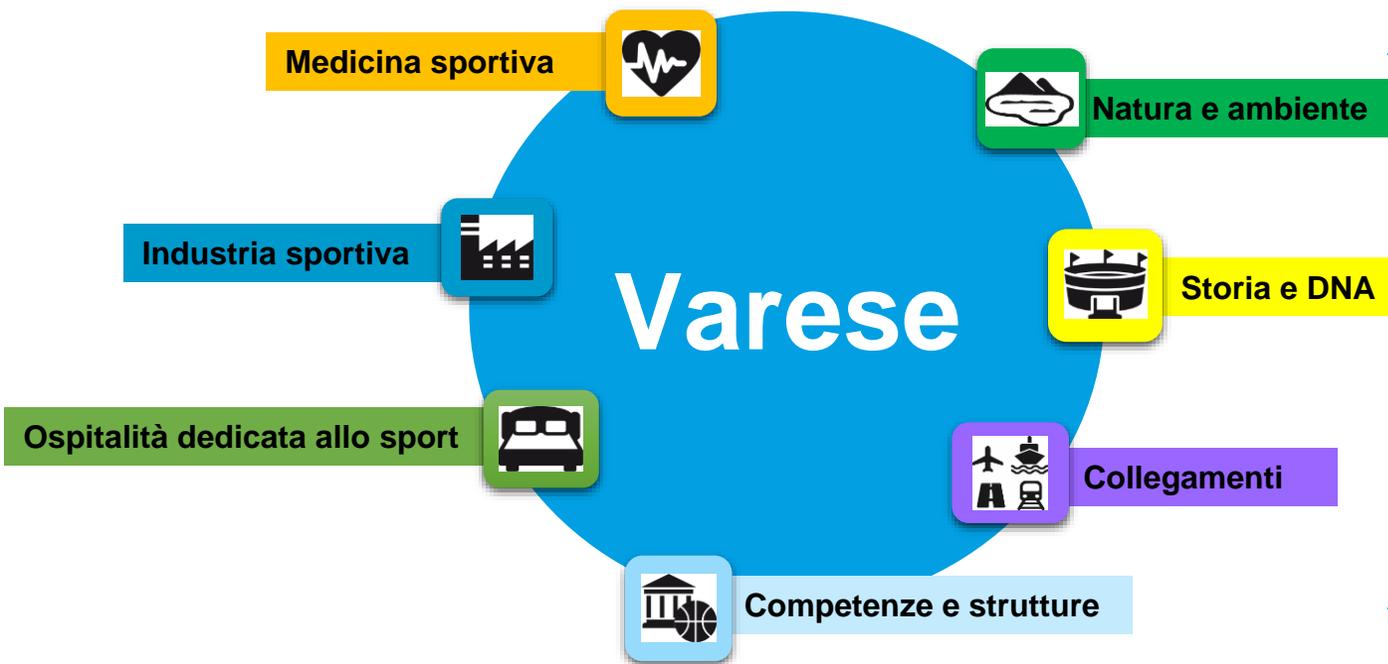
Fare divenire il turismo sportivo, attivo, green un supporto per il consolidamento e la crescita competitiva del tessuto imprenditoriale con ricadute sociali, culturali a beneficio diffuso del territorio e delle future generazioni.

MISSION

- Fare dello sport una **leva di promozione e attrattività** turistica del territorio.
- **Favorire l'attrazione, la promozione, il consolidamento e lo sviluppo di eventi sportivi** regionali, nazionali e internazionali con ricadute turistiche all'interno del territorio provinciale.
- **Promuovere il territorio** come destinazione per la pratica



Perché Varese?



L'attrattività legata al concetto di turismo attivo

nelle più ampie accezioni (*benessere, outdoor, green, etc.*) rivolta ad un eterogeneo target di fruitori (*amatoriale, dilettantistico, professionistico*)

Rappresenta un veicolo estremamente importante per lo sviluppo del turismo sul territorio varesino



Finalità strategiche



AGGREGARE L'OFFERTA

1. **Mettere a rete** gli operatori turistici e gli operatori sportivi
1. **Favorire la creazione di una nuova offerta turistica** il cui focus sia rappresentato dalla pratica attiva, sportiva, outdoor

STIMOLARE LA DOMANDA

1. **Accrescere i volumi del turismo** provinciale puntando su un nuovo posizionamento di mercato
1. **Promuovere Varese nel panorama degli eventi sportivi** anche assistendo gli organizzatori nella predisposizione delle candidature



Aggregare l'offerta: come



Mettere a rete gli operatori turistici e gli operatori sportivi. Il turismo sportivo è un prodotto e in quanto tale deve corrispondere ad una offerta ben precisa e integrata:

- ciclovie, impianti attrezzati, percorsi segnalati e mantenuti
- servizi (es. noleggio)
- personale qualificato (es. guide escursionistiche)
- servizi organizzativi eccellenti nel caso di eventi
- strutture ricettive in numero adeguato e di buon livello
- presenza di attività complementari
- accessibilità e sicurezza



È fondamentale ***fare sistema*** cioè condividere le scelte fra gli stakeholder del territorio: dalla P.A. agli imprenditori affinché si creino delle filiere che lavorano verso la stessa direzione



Stimolare la domanda: come



Attrarre, valorizzare il territorio, promuoverlo, attraverso:

Definizione di pacchetti turistici su misura per il turista sportivo

Azioni di comunicazione mirata al target di riferimento

Promuovere attivamente il territorio attraverso la presentazione di candidature

Organizzazione di azioni promozionali (fam trip, educational ecc.)



Attività



Varese Sport Commission si pone come interlocutore sul territorio per **attrarre, facilitare e offrire supporto logistico** agli organizzatori di eventi sportivi e promuovere il **prodotto turistico-sportivo**

Promuove il territorio di Varese

come luogo ideale per praticare attività outdoor e organizzare eventi sportivi

Favorisce l'aggregazione dell'offerta locale

per meglio rispondere alle esigenze logistiche/organizzative, in stretta connessione con Consorzio Turistico, Club di Prodotto e operatori locali

Facilita la messa in rete

dei soggetti pubblici e privati del territorio

Realizza economie di scala

razionalizzando l'utilizzo delle risorse

Elabora e propone candidature specifiche

per l'acquisizione di eventi sportivi nazionali e internazionali



Cosa è stato fatto *alcuni esempi*

PROMOZIONE OUTDOOR

Presenza alle principali fiere turistiche

- BIT - Borsa Internazionale del Turismo *Milano*
- ITB - Internationale Tourismus-Börse *Berlino*
- EuroBike *Friedrichshafen*
- No Frills - The essential Tourism Trade Show *Bergamo*
- Borsa Turismo Sportivo *Montecatini Terme*
- TTG Travel Experience e TTI Travel Trade Italia *Rimini*
- WTM World Travel Market London *Londra*
- Fiera del Cicloturismo *Milano*

Presenza a eventi

- Nasc Sport and Event Symposium *Michigan U.S.A.*
- TTT Tourism Think Thank *Milano*
- Cicloraduno Nazionale FIAB *Grosseto*
- Spartan Race *Milano, Orte, Taranto*
- Tre Valli Varesine *Varese*

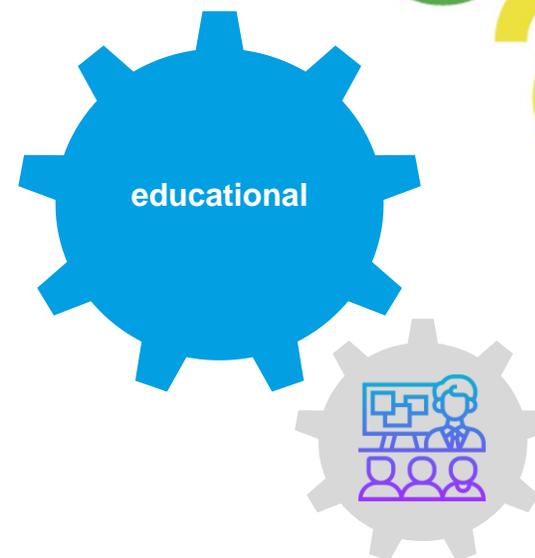


Cosa è stato fatto *alcuni esempi*

PROMOZIONE INDOOR

Educational - Eventi sul territorio

- INFLUENCER TOUR #INLOMBARDIA365**
Blogger/instagramers italiani/europei
- PRESS TRIP CON GIORNALISTI**
- EDUCATIONAL**
Giornalisti tedeschi referenti turismo testate giornalistiche generaliste
- EDUCATIONAL**
Giornalisti tedeschi e svizzera tedesca riviste Bike
- EDUCTOUR**
Tour Operator specializzati vacanza attiva
(Germania, Lituania, Belgio, Olanda, Irlanda, Italia)



Cosa è stato fatto *alcuni esempi*

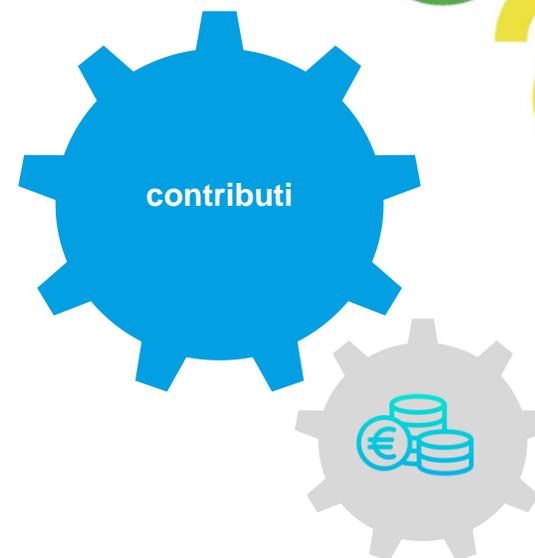
BANDO EVENTI SPORTIVI 2017 – 2022 e misure a sostegno grandi eventi

Sostegno eventi e manifestazioni di natura sportiva,
in grado di generare importanti ricadute turistiche
sul territorio varesino

➔ **110 eventi finanziati**

➔ **> 200.000 pernottamenti generati**

Discipline sportive: ciclismo, canottaggio, vela, golf, auto e moto storiche, gare podistiche, handbike, basket, equitazione, taekwondo...



Case History Grandi Eventi Ciclismo



MONDIALI GRANFONDO VARESE 2018

→ **2.700 Iscritti**

Le 3 nazioni più rappresentate:

GRAN BRETAGNA - AUSTRALIA - FRANCIA ... *oltre all'Italia of course*

Le 3 città più rappresentate:

LONDRA - DUBAI - UTRECHT

Le 3 città italiane:

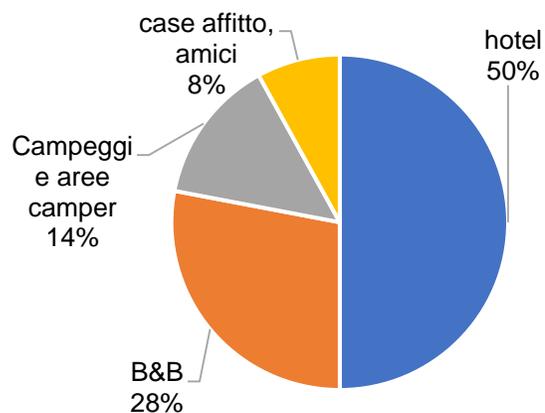
ROMA - MILANO - BERGAMO... *oltre a Varese of course*



Impatti ed effetti



HANNO DORMITO



HANNO PRENOTATO



SONO RIMASTI



5 gg in media
min 1 a max 31 gg

GIRO D'AFFARI STIMATO

€ 4,5 milioni

si tratta dell'indotto diretto, una media della spesa pro-capite: pernottamento, ristoranti, bar, esercizi commerciali, trasporti, iscrizioni alle gare, acquisto gadget; sono esclusi extra, escursioni e visite guidate.



Azioni in fase di sviluppo



SVILUPPO DEL SEGMENTO CICLOTURISMO

Progetto Varese #DoYouBike?

Per una provincia interamente vocata al cicloturismo



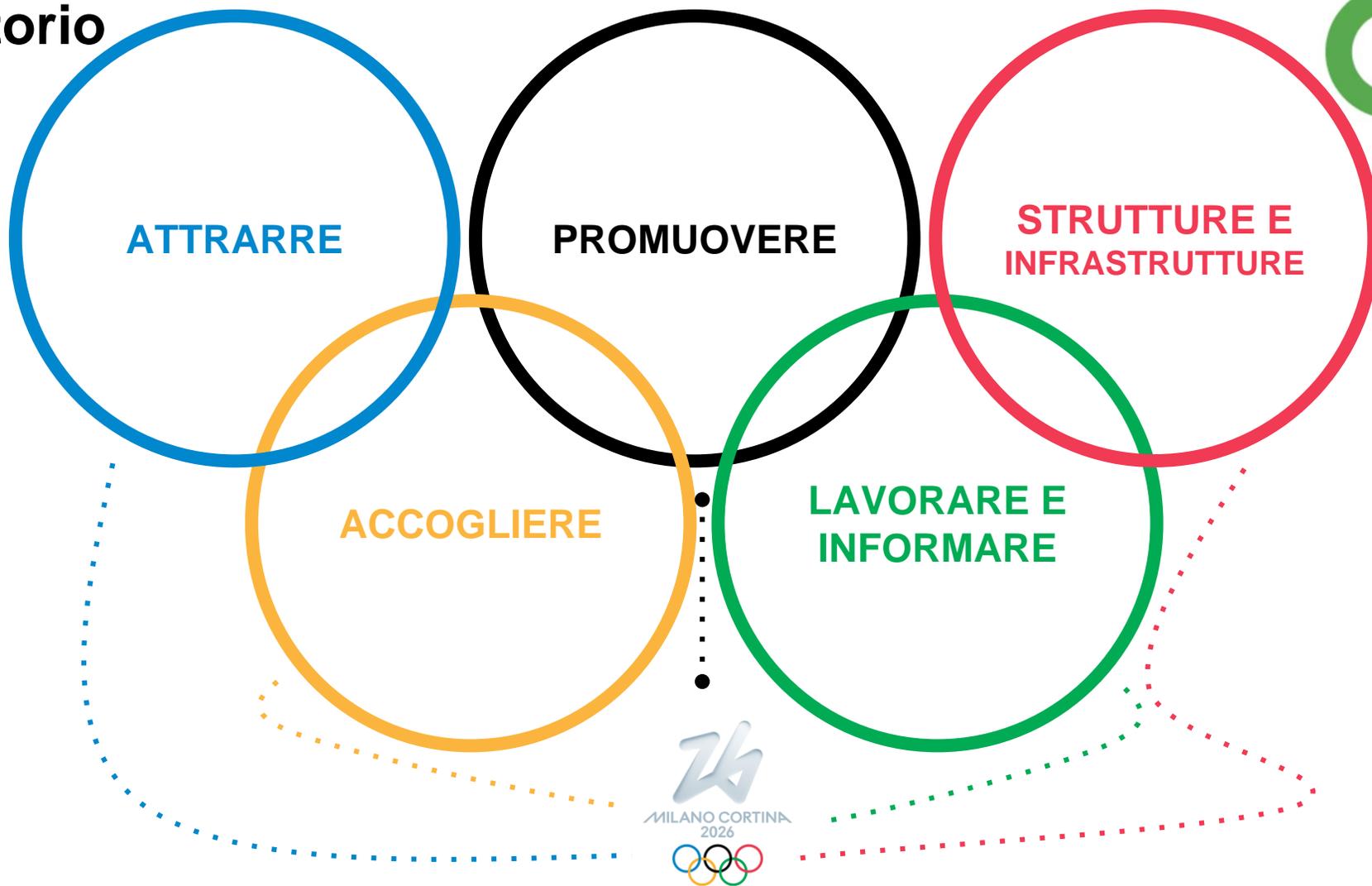
ATTRATTIVITÀ DI INVESTIMENTI

Progetto Invest in Varese

Per attrarre investimenti in strutture ricettive, impianti e infrastrutture



Le 5 sfide per il territorio



ATTRARRE

Cosa?

Creare **fin da subito** le condizioni per attirare sul nostro territorio:

- *team olimpici* per periodi di allenamento;
- *famiglie olimpiche* (dirigenti, tecnici, ex atleti....) per soggiorni turistici paralleli alle gare;
- possibili futuri hub (residenziali/allenamenti) di federazioni internazionali (modello Australian Institute of Sport).

Come?

- Predisponendo **pacchetti turistici** (con azioni promozionali), e promuovendoli fin dai prossimi mesi presso le federazioni sportive internazionali.
- Intensificando la rete di **contatti internazionali** (es. camere di commercio italiane all'estero, ambasciate, sport commission internazionali, paesi target es. Australia e Canada).

Chi?

- Camera di Commercio con altre p.a. per coordinamento, promozione, lobbying.
- Operatori economici (consorzi turistici, agenzie di incoming...), associazioni di settore.



PROMUOVERE

Cosa?

Promuovere il territorio, aumentare la sua **reputation turistico-sportiva** e **accrescere il valore dei suoi brand** cogliendo le opportunità dell'evento olimpico:

- **Varese Sport Commission:** consolidare un progetto/brand che è sinonimo di attrattività e supporto per gli eventi turistico sportivi;
- **Varese DoYouBike:** il brand che identifica lo sviluppo di un sistema cicloturistico provinciale e che caratterizza un territorio active and green;
- **Varese DoYouLake:** il brand che identifica la provincia come «terra dei laghi» e che caratterizza il territorio all'insegna dell'outdoor.

Come?

- Predisponendo pacchetti a tema e promuovendoli, fin da ora e con continuità, verso i target turistico-sportivo a livello internazionale.
- Attivando fin da subito massicce azioni pubblicitarie dei brand valorizzando la prossimità all'evento olimpico.

Chi?

- Camera di Commercio con altri attori pubblici del territorio.
- Operatori economici (consorzi turistici, agenzie di incoming...), associazioni di settore.



ACCOGLIERE

Cosa?

Rendere il territorio provinciale accogliente sin dalle sue **porte d'ingresso**:

- aeroporto Malpensa zona arrivi;
- ingressi cittadini.

Come?

- Mettendo a disposizione un **desk accoglienza** nella zona arrivi aeroporto Malpensa che funga da punto informativo per gli eventi olimpici.
- Prevedendo **desk informativi** nei principali centri cittadini.
- Realizzando interventi decorativi agli ingressi cittadini.
- Attivando percorsi di alternanza scuola-lavoro con i Varese Tourist Angels per gli infopoint turistici.

Chi?

- Camera di commercio di Varese e altre p.a. in collaborazione con Comitato Organizzatore evento olimpico.
- Associazioni del settore, operatori economici.



STRUTTURE E INFRASTRUTTURE

Cosa?

Sviluppare progetti e azioni finalizzate ad **attrarre investimenti** in particolare:

- ospitalità (strutture ricettive, servizi ancillari, etc.);
- strutture sportive (hub nazionali sul modello australiano, campi pratica, stadi, palazzetti, centri di medicina dello sport, etc.).

Come?

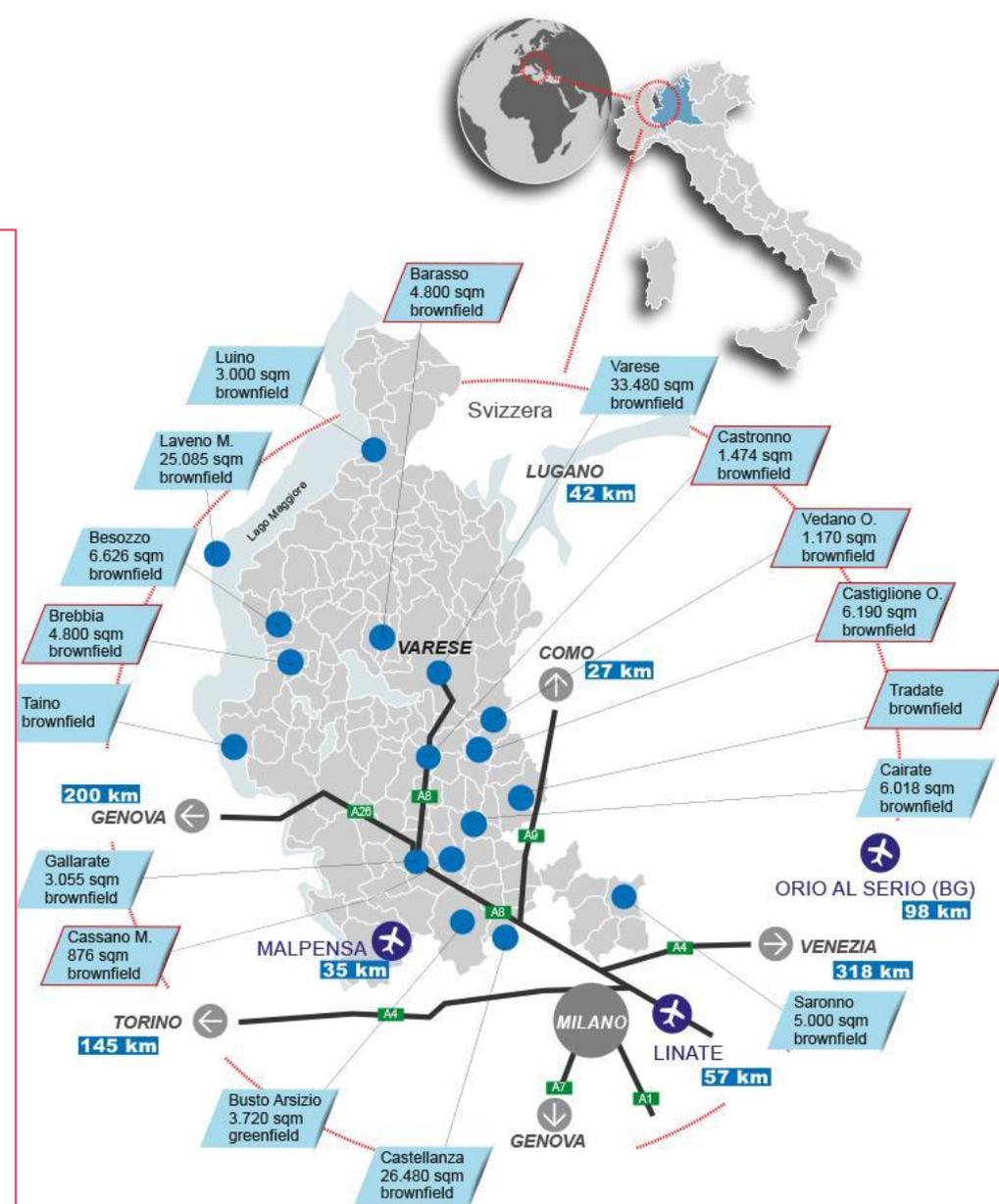
Rafforzando ulteriormente le sinergie in essere a livello

- regionale (Invest in Lombardy);
- nazionale (Invest in Italy);
- internazionale (Camere di Commercio italiane all'estero, operatori pubblici e privati internazionali);

per ampliare l'azione del progetto Invest in Varese «sfruttando» l'azione di stimolo sugli investimenti generata dall'evento olimpico.

Chi?

Camera di Commercio, Regione Lombardia, agenzia ICE, Unioncamere, Assocamerestero, altri attori pubblici e privati.



LAVORARE E INFORMARE

Cosa?

- Facilitare l'**incontro tra domanda e offerta di lavoro** in connessione con l'evento olimpico.
- **Informare e orientare** le imprese sulle opportunità di business che l'evento può generare.
- Presentare il sistema economico locale durante l'evento olimpico.

Come?

- Attivando canali informativi su bandi/appalti/avvisi e opportunità di partnership per le imprese e gli operatori economici del territorio.
- Presenza di una rappresentanza delle imprese locali presso il «villaggio olimpico».

Chi?

- Camera di Commercio di Varese e altre p.a. in collaborazione con Comitato Organizzatore evento olimpico;
- associazioni di categoria, operatori economici.

