



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
in Sviluppo interculturale dei
sistemi turistici

Tesi di Laurea

Il windsurf come attrazione turistica sostenibile

Relatrice

Ch. Prof. Federica Cavallo

Laureanda

Alice Prati
Matricola 857255

Anno Accademico

2020 / 2021

INDICE

INTRODUZIONE	1
I. WINDSURF TOURISM, CARATTERISTICHE E POTENZIALITÀ	4
I.1 Identificazione e definizione del fenomeno	4
<i>I.1.1 Cultura e lifestyle del windsurf</i>	10
<i>I.1.2 Comunità in movimento: la comunità dei windsurfisti e le sue caratteristiche</i>	13
<i>I.1.3 Differenti tipologie di viaggiatori per la pratica del windsurf</i>	18
I.2 Il vento: lo strumento fondamentale	21
<i>I.2.1 Considerare il vento un motore sostenibile</i>	23
<i>I.2.2 Situazioni metereologiche avverse come risorsa</i>	26
<i>I.2.3 ICT per le previsioni del vento</i>	29
I.3 Destinazioni turistiche per l'attività del windsurf	31
<i>I.3.1 Rilevanza della stagionalità della destinazione</i>	32
<i>I.3.2 Principali destinazioni nel bacino mediterraneo</i>	34
II. CASO STUDIO: L'ALTO GARDA IN TRENTINO	48
II.1 Caratteristiche della destinazione scelta	49
<i>II.1.1 Storia locale</i>	51
<i>II.1.2 Geografia</i>	58
<i>II.1.3 Il sistema particolare di venti</i>	60
II.2 Attività turistiche legate al windsurf nella località	66
<i>II.2.1 Nascita e sviluppo dell'attività nell'Alto Garda</i>	68
<i>II.2.2 Attuale distribuzione e organizzazione dei centri windsurf presso Torbole</i>	74
II.3 Particolarità dell'organizzazione territoriale e del tessuto economico nella destinazione	80
<i>II.3.1 Rete d'impresa nata attorno all'attività del windsurf</i>	82
<i>II.3.2 Gestione della costa e delle attività acquatiche</i>	85
II.4 Sistemi a confronto: Alto Garda rispetto ad altre località	87
<i>II.4.1 Tipologia di imprenditorialità: si tratta di lifestyle enterprenourship?</i>	87
<i>II.4.2 La rete locale di attività e l'applicazione della teoria della complessità</i>	94
III. SVILUPPO SOSTENIBILE E TURISMO SPORTIVO NEL GARDA TRENTINO	99
III.1 La sostenibilità sociale	101
<i>III.1.1 Risorse umane nel settore turistico</i>	104
<i>III.1.2 Dipendenti dei centri di windsurf dell'Alto Garda</i>	107
<i>III.1.3 Caratteristiche e particolarità della comunità di lavoratori</i>	108
<i>III.1.4 Criticità riscontrate nella gestione delle risorse umane</i>	113
III.2 La sostenibilità socioambientale: il turismo in relazione al territorio nel Garda Trentino	119
<i>III.2.1 Rapporto con la cultura e la comunità locale</i>	124

III.2.2	<i>Rapporto con il territorio e il “sense of place”</i>	126
III.3	È possibile un approccio più sostenibile?	130
III.3.1	<i>Risorse umane come punto di forza: la figura dell’ambasciatore turistico</i>	133
III.3.2	<i>Quali vantaggi dettati dalla presenza di lifestyle sport?</i>	137
III.3.3	<i>Coinvolgimento delle istituzioni locali nel programma di ambassadorship</i>	139
III.3.4	<i>Ripercussioni pratiche dell’approccio sostenibile come nuovo asset locale</i>	144
CONCLUSIONE		151
BIBLIOGRAFIA		155
SITOGRAFIA		171

INTRODUZIONE

In questo lavoro s'intende condurre un'analisi dell'attività e dell'industria del windsurf dal punto di vista turistico, con una particolare attenzione alla sostenibilità di questo ambito. A tal fine è stato deciso di prendere in analisi un caso studio, in particolare la scelta è ricaduta sull'area del Garda Trentino.

La decisione di concentrarsi sull'attività del windsurf è nata dal fatto che in letteratura le analisi di questo argomento dal punto di vista turistico, geografico ed economico sono estremamente ridotte (dal punto di vista tecnico ed ingegneristico, invece, esistono molte più ricerche sull'argomento). Per giunta, nella maggior parte delle ricerche in cui il windsurf è menzionato l'attività ha comunque un'importanza marginale. Pertanto, l'idea di questa ricerca è stata generata a partire dalla similitudine tra l'attività di windsurf e quella del surf da onda. Quest'ultima, a differenza della prima, nell'ultimo decennio ha ricevuto un'attenzione molto estesa nell'ambito turistico dal punto di vista teorico e scientifico ed ha espresso interessanti potenzialità turistiche nei luoghi dove viene praticata.

Va inoltre menzionato che la scelta è ricaduta su questa attività anche per motivi personali; se tradizionalmente era bene che il ricercatore avesse una posizione completamente neutrale nella ricerca (Ramanathan 2005), è sempre più chiaro che l'assenza di giudizio e prospettiva del ricercatore è pressoché impossibile e che la familiarità di quest'ultimo con l'argomento analizzato può presentare di fatto dei vantaggi (Berger 2015). È stato dimostrato che se il ricercatore analizza qualcosa di familiare, che conosce e di cui fa parte, ha dei vantaggi concreti che derivano dall'essere un insider del settore: esso può infatti mettere in pratica conoscenze personali pregresse e sensibilità che permettono di approcciare la ricerca con più conoscenze e di fatto indagare le questioni più a fondo (Berger 2015). In più, il fatto che il ricercatore abbia provato direttamente le stesse esperienze degli attori attivi nell'ambito di ricerca, permette loro di fidarsi maggiormente del ricercatore, riconoscendolo come affine, appartenente allo stesso gruppo e sentendosi compresi da esso, quindi generalmente mostrandosi più disponibili al dialogo. Il ricercatore inoltre conoscendo l'ambiente in cui opera è in grado di muoversi con più sensibilità modulando le interazioni in modo che risultino più profonde e affidabili (Berger 2015). Ovviamente il ricercatore dovrà prestare particolare attenzione a non fornire il suo unico punto di vista alla ricerca, cercando di riportare

comunque fatti ed informazioni oggettive senza imporre il proprio punto di vista e tenendo presente il proprio posizionamento all'interno della ricerca.

Questa ricerca presenta la situazione qui descritta: io autrice del lavoro, faccio parte dell'ambiente, comunità e dinamiche che andrò ad analizzare. Di fatto non solo sono nata e ho vissuto per gran parte della mia vita nella destinazione scelta come caso studio, ma pratico windsurf dall'età di dieci anni, ma si può dire che fossi familiare all'ambiente anche precedentemente dato che alcuni miei familiari ne fanno parte. Inoltre, ho lavorato come istruttrice in due centri di windsurf del Garda Trentino rispettivamente per quattro e due stagioni. Il fare parte dell'ambiente mi ha molto avvantaggiata nel reperire informazioni, nel raggiungere gli attori del sistema e ricevere disponibilità e risposte da parte loro. In particolare, nel momento di relazionarmi con i dipendenti dei centri di windsurf del Garda Trentino, essi mi hanno dato immediatamente fiducia. Anche il contatto con i titolari è stato semplice dato che essi non hanno avuto necessità di introdurre gran parte degli argomenti trattati, ma si è potuto parlare direttamente delle questioni centrali della ricerca in modo approfondito. Da parte mia la difficoltà nel corso della ricerca è stata non dare per scontato determinati argomenti e riuscire a riportare i fatti in modo comprensibile anche per chi non fa parte dell'ambiente del windsurf e non conosce l'area geografica del caso studio.

In questa ricerca si è deciso di procedere inizialmente creando una base teorica mediante la raccolta e l'utilizzo di letteratura scientifica, ma anche di informazioni di tipo non formale utilizzando ad esempio blog dove i windsurfisti usano scambiarsi informazioni e riviste specializzate del settore, a questo proposito saranno utilizzate anche le informazioni provenienti da tre interviste condotte nel corso della ricerca con editori di riviste specializzate in windsurf. Procedendo nella ricerca e nell'analisi del territorio e delle dinamiche presenti nella destinazione verranno utilizzate fonti di letteratura scientifica affiancate soprattutto ai risultati provenienti da interviste condotte ai titolari di tre centri di windsurf del Garda Trentino, da un questionario sottoposto ai dipendenti dei centri di windsurf e da una approfondita osservazione condotta sul campo nella stagione estiva 2021.

Lo scopo della ricerca è indagare le potenzialità del windsurf come attività turistica sostenibile e quindi se e quali benefici possa portare ad una destinazione turistica. Per rispondere a questa domanda sarà prima necessario capire se il windsurf rappresenta un'attrazione turistica e se presenta dei vantaggi in senso di attrazione e coinvolgimento nell'attività, come accade, ad esempio, con il surf da onda. È necessario identificare se esiste un sistema attorno all'attività del

windsurf e i soggetti che ne fanno parte. Inoltre, è fondamentale accertare se l'attività ha potenzialità in senso di sviluppo sostenibile.

La ricerca sarà strutturata in questo modo: nel primo capitolo s'intende analizzare le caratteristiche dell'attività del windsurf e di chi la pratica, verrà indagato il rapporto tra windsurf e territorio approfondendo, ad esempio, il rapporto con il vento. Si cercherà di capire che legame c'è tra windsurf e turismo individuando anche delle destinazioni nel bacino Mediterraneo in cui lo sport è praticato. Dal secondo capitolo si inizierà ad analizzare il caso studio del Garda Trentino, partendo da un inquadramento storico e geografico della località e della tipologia di turismo da cui è interessata la destinazione. Verranno inoltre ricercate le specificità della destinazione, in particolare nel rapporto tra lo sport e il territorio. In questo senso si individuerà il sistema di imprese legate al windsurf che opera sul territorio e le sue caratteristiche. Infine, in questo capitolo si andranno ad indagare le eventuali impostazioni, potenzialità e caratteristiche positive per uno sviluppo turistico sostenibile. L'ultimo capitolo, partendo dalle criticità della destinazione, si concentrerà sulle possibilità di sviluppo futuro della destinazione e del sistema legato al windsurf nella località. Verrà anche indagato il rapporto tra comunità locale e attività del windsurf e il rapporto tra il sistema windsurf e il territorio specifico in questione. L'analisi sarà fatta principalmente in un'ottica di sostenibilità sociale. Particolare attenzione verrà data alle risorse umane che lavorano nei centri di windsurf, cercando di inquadrare la situazione lavorativa attuale. Si cercherà di delineare il legame tra territorio e individui che operano nei centri di windsurf locali. Tenendo conto delle caratteristiche emerse da questo capitolo e da quelli precedenti, verrà proposta una soluzione atta a incentivare la sostenibilità sociale della località ponendo particolare attenzione alle risorse umane e alla sensibilizzazione del turista. La proposta, dunque, sarà formata nella sfera delle figure come quella dell'ambasciatore turistico, proponendo la formazione e introduzione di nuove figure professionali nel sistema dei centri di windsurf.

I. WINDSURF TOURISM, CARATTERISTICHE E POTENZIALITÀ

In questo capitolo iniziale si identificherà e circoscriverà il fenomeno che si intende analizzare con una prima parte introduttiva dove verrà illustrato il concetto di turismo sostenibile a cui si fa riferimento in questo lavoro. Proseguendo si definiranno i *lifestyle sport* e si introdurranno il mondo del windsurf e il *lifestyle* ad esso collegato. Procedendo verrà dimostrato come esista una comunità legata al windsurf e il fatto che gli appartenenti a questa comunità siano molto propensi a viaggiare, inoltre si individueranno le diverse tipologie di turista che praticano il windsurf.

Il secondo paragrafo sarà incentrato sulle condizioni meteorologiche ottimali per praticare il windsurf. Verrà portato all'attenzione come il vento sia una risorsa inesauribile e il windsurf si presti più di altre attività ad uno sviluppo sostenibile. Il vento sarà osservato e considerato come risorsa turistica sia dal punto di vista dello sviluppo economico di una destinazione che dal punto di vista di un possibile sviluppo sociale. Verrà mostrato come il vento possa influenzare le decisioni di un turista prima e durante una vacanza ma, anche come diverse tipologie di turista reagiscano in modo diverso allo stimolo del vento. Il paragrafo si concluderà con delle considerazioni in merito alle ICT (*information communication technologies*) legate alle previsioni meteorologiche e su come questi strumenti siano fondamentali per l'attività del windsurf non solo per i praticanti dello sport, ma anche per le aziende che esercitano nel settore.

Nell'ultimo paragrafo verranno individuate le più popolari destinazioni per la pratica del windsurf nel bacino mediterraneo. Lo scopo è ribadire come le condizioni meteorologiche influenzino la pratica di questo sport e creino flussi turistici. Le destinazioni che verranno prese in analisi saranno Tarifa, la Costa nord della Sardegna, alcune isole greche e Alacati. Per ognuna di queste località verranno sottolineate le caratteristiche meteorologiche e territoriali che determinano il turismo legato al windsurf e che influiscono nella differenziazione della tipologia di turista che visita le varie destinazioni.

1.1 Identificazione e definizione del fenomeno

Il turismo può essere definito l'industria più importante del ventunesimo secolo (D'Eramo 2017), a partire dagli anni Cinquanta del Novecento si è assistito a una rivoluzione turistica mondiale che ha portato allo sviluppo del turismo internazionale di massa (Del Bò 2017; D'Eramo 2017). Secondo

l'Organizzazione mondiale del turismo (UNWTO), nel 2019 sono stati registrati globalmente 1460 milioni di arrivi turistici internazionali (CCSA Report 2020) per una spesa di 1395 milioni di dollari¹. Questo andamento ha subito una forte battuta d'arresto tra febbraio e marzo 2020, allo scoppio della crisi globale causata dalla pandemia di Covid-19. La UNWTO ha stimato un calo dei futuri arrivi internazionali tra il 58% e il 78% (CCSA Report 2020 a). Nonostante il crollo dell'ultimo anno, il turismo rimane non solo una delle industrie più importanti, ma anche una delle più inquinanti del secolo; secondo l'UNWTO il trasporto turistico aereo produce l'8% dell'anidride carbonica emessa globalmente (Carbon footprint 2018). Si è registrato che nel 2001 il 3,2% dell'energia elettrica prodotta globalmente sia stato utilizzato per il turismo (Buckley 2012). Il problema ambientale ed ecologico, però, è solo una delle criticità da tenere in considerazione, il turismo ha anche forti ripercussioni su aspetti sociali e culturali; proprio questi aspetti non dovranno essere sottovalutati in futuro, dato che la crisi dovuta alla pandemia ha complicato ulteriormente i rapporti sociali e provocato tensioni a livello culturale (CCSA Report 2020 b). Quindi, nonostante non venga assolutamente percepita in questo modo, l'industria turistica è a tutti gli effetti un'industria pesante (D'Eramo 2017) e in tal modo dovrebbe essere considerata.

Le problematiche legate al turismo non sono passate inosservate agli esperti ed è andata definendosi l'idea di un turismo sostenibile fin dagli anni '70, periodo in cui iniziò la discussione riguardo l'ampio tema dello sviluppo sostenibile (Del Bò 2017). Dagli anni '90 il dibattito riguardo il turismo sostenibile è diventato centrale dal punto di vista accademico e politico (Moscardo 2008), tanto che nel 2012 sono stati pubblicati più di cinquemila articoli scientifici strettamente riguardanti il turismo sostenibile (Buckley 2012). Considerando che da allora sono passati nove anni e che il discorso riguardante il turismo sostenibile si è intensificato, è plausibile pensare che la letteratura riguardante l'argomento sia aumentata notevolmente. Nonostante l'attenzione e i vasti studi a riguardo, l'industria turistica è ancora molto lontana dall'essere sostenibile (Buckley 2012). Uno dei problemi principali che causano questa situazione è che nonostante il turismo sostenibile sia ampiamente discusso e sia annunciato come uno dei pilastri fondamentali per l'industria turistica odierna, rimane un concetto vago e soggetto a diverse interpretazioni (Cohen 2002). Prima di tutto il concetto di turismo sostenibile andrebbe ormai diviso da sviluppo sostenibile dato che ormai le due questioni hanno una base teorica ben distinta tra loro (Hunter 1997); nonostante ciò, i due concetti tendono ancora ad essere confusi (Moscardo 2008). Detto questo ci sono poi, moltissimi

¹ <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>.

problemi interpretativi; autori come Dal Bò, ad esempio, individuano la sostenibilità in quattro dimensioni: sociale, economica, ambientale e artistica (2017). Per altri autori come Cohen (2002), invece, la dimensione artistica sparisce, altri ancora aggiungono la variabile della tecnologia (Buckley 2012; Carneiro, Breda, Cordeiro 2016).

Assieme al concetto di turismo sostenibile si è sviluppato in letteratura un'altra interpretazione del fenomeno: il turismo morale, che viene identificato come quel tipo di turismo che si vuole distinguere fortemente dal turismo di massa in quanto quest'ultimo è concepito come estremamente pericoloso e dannoso, mentre il turismo morale propone una visione di turismo responsabile e morale da contrapporgli (Butcher 2005). Il moralismo verso il turismo ha puntato l'attenzione ancora di più verso approcci come il turismo sostenibile, il *green tourism* e l'ecoturismo. In questo modo la vaghezza del concetto assieme alla sua grande popolarità diventa pericolosa: in primo luogo perché la sostenibilità diventa una caratteristica molto desiderabile per le aziende in quanto assume un fortissimo valore promozionale (Cohen 2002), ma dal momento che il concetto non è definito bene, e vi sono ancora molte discussioni a riguardo (Font 2002), alle istituzioni pubbliche e private, sia aziende che pubblica amministrazione, viene lasciata aperta la possibilità di promuovere la propria attività come sostenibile instaurando nei clienti un'idea positiva riguardo all'attività, quando in realtà la sostenibilità è solo di facciata (Lyon, Montgomery 2015). Non è un caso che nel settore turistico siano sempre più frequenti fenomeni di *green washing*: la promozione di un prodotto come sostenibile o ecologico, quando in realtà lo è solo superficialmente (Lyon, Montgomery 2015). Spesso questa modalità viene utilizzata per coprire comportamenti scorretti e non etici messi in atto in passato (Lyon, Montgomery 2015). Un altro problema è causato dall'unione di questi due fenomeni; data la considerazione dell'ambiente come estremamente fragile e da proteggere (Butcher 2005), insieme alla percezione generalizzata che nella sostenibilità abbia più importanza l'aspetto ambientale invece che quello sociale (Cohen 2002), accade che attori non locali o esterni come il governo o organizzazioni sovranazionali in nome della sostenibilità prendano il controllo di determinate aree di particolare interesse intervenendo nella gestione del territorio a volte escludendone l'accesso alla popolazione locale, o imponendo restrizioni severe e molto limitanti (Cohen 2002). Questo tipo di interventi ha spesso forti ripercussioni sulla libertà di espressione culturale delle popolazioni locali, che in molti casi è stata banalizzata o strumentalizzata per scopi turistici (Cohen 2002). Considerando che il turismo sostenibile è uno degli obiettivi principali per l'UNWTO e che gioca un ruolo importante nell'Agenda per lo Sviluppo sostenibile 2030 (UNWTO 2018), si auspica che nei prossimi anni venga fatta più chiarezza riguardo l'argomento.

In passato il turismo sostenibile è stato considerato un tipo di turismo (come il turismo culturale o quello etnico), in realtà al giorno d'oggi non ha senso pensare ad uno sviluppo turistico senza considerare la sostenibilità (Moscardo 2008). In questo lavoro, quindi, sarà sempre tenuto conto dello sviluppo turistico in chiave sostenibile e, vista la moltitudine di definizioni, verrà fatto riferimento alla definizione fornita dal UNWTO: s'intende sviluppo turistico sostenibile un "turismo che tenga pienamente conto della sua economicità attuale e futura, dell'impatto sociale e ambientale, e che sia indirizzato ai bisogni dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti"². Quindi gli aspetti principali che devono essere presi in considerazione sono³:

- l'ambiente, le cui risorse devono essere utilizzate in modo ottimale, garantendo i processi ecologici e aiutando a conservare il patrimonio culturale e la biodiversità;
- la società e le culture delle comunità ospitanti che devono essere rispettate, conservate promuovendone la comprensione e tolleranza;
- l'economia: deve essere assicurata economicità a lungo termine, fornendo benefit socioeconomici a tutti gli stakeholder distribuiti in modo equilibrato, garantire possibilità di guadagno e servizi alla comunità ospitante.

In riferimento a queste linee guida vanno fatte delle precisazioni; per quanto riguarda i termini società e cultura sarà compreso anche il patrimonio culturale e artistico tangibile e intangibile di una popolazione (Del Bò 2017). Inoltre, è fondamentale ricordare che parlando di società e turismo deve essere affrontato il discorso dell'equità (che verrà ripreso nel terzo capitolo). Il turismo è una delle attività che maggiormente sottolinea le iniquità tra le popolazioni e i gruppi sociali e che più può influenzare cambiamenti culturali (Cohen 2002), in passato per "proteggere" una cultura è stato bloccato lo sviluppo di comunità in modo da mantenerle autentiche (Butcher 2005; Cohen 2002), imponendo quello che è stato definito da Hunter "Eco Facism" (1997, p.853), ebbene questo non è sostenibile.

Per quanto riguarda l'aspetto economico, l'impostazione che per l'argomento trattato in questo caso sembra essere più adatta e che verrà citata nei capitoli successivi è quella dei *business ecosystems*. La teoria si basa sull'organizzazione degli ecosistemi biologici e venne proposta da Moore nel 1993, un ecosistema di business è una comunità economica di organizzazioni e individui che interagendo e collaborando tra loro creano un valore maggiore per il cliente, quindi una co-

² <https://www.unwto.org/sustainable-development>.

³ <https://www.unwto.org/sustainable-development>.

evoluzione di aziende (Moore 1993). Lo schema di funzionamento dei *business ecosystems* (BE) si differenzia dagli schemi economici tradizionali (come, ad esempio, la catena del valore di Porter), infatti lo schema dei BE essendo molto più dinamico e aperto (Moore 1998) prevede la creazione di valore attraverso l'innovazione che si produce all'interno di una rete di stakeholders (Moore 1998). Questo approccio, per la tipologia di turismo che si andrà a trattare, risulta essere il più adatto e sostenibile.

In questa ricerca non si parlerà solo di sostenibilità turistica, la tipologia di turismo su cui sarà rivolta l'attenzione è il turismo sportivo. Nel corso degli anni il turismo sportivo è stato ampiamente discusso e affrontato da diversi punti di vista (Weed 2020). Esistono varie interpretazioni, ed è difficile inquadrare questa tipologia di turismo perché è una sintesi di due discipline distinte e ben definite: sport e turismo (Gammon, Robinson 2003). Tradizionalmente il tipo di turismo che si pratica viene definito in base allo scopo primario del viaggio (Dal Bò 2017), ma parlando di sport e turismo accade di frequente che nel corso di una vacanza venga praticata un'attività sportiva, o più di una, quando in realtà lo scopo principale del viaggio è, ad esempio, la cultura. Quindi è evidente che nel rapporto tra sport e turismo esistano diversi livelli, Gammon e Robinson (2003) forniscono una proposta valida e attinente al discorso che verrà affrontato in questo lavoro. I due autori dividono il rapporto tra sport e turismo in turismo sportivo -*sport tourism*- e sport turistico -*tourism sport*- (Gammon, Robinson 2003 p.23). Nel turismo sportivo s'intende includere i casi in cui lo sport è la motivazione primaria del viaggio, mentre gli altri elementi turistici contribuiscono a rafforzare l'esperienza del viaggio (Gammon, Robinson 2003). Lo sport turistico, invece, è l'insieme di quelle attività sportive che vengono praticate all'interno di una vacanza come attività secondarie, quando lo scopo primario della vacanza è qualcos'altro (Gammon, Robinson 2003). Quest'ultimo tipo di attività è stata spesso non considerata in letteratura (Gammon, Robinson 2003), ma in realtà rappresenta una parte molto importante delle attività legate a turismo e sport. In questo lavoro verrà tenuto conto sia del turismo sportivo, che degli sport turistici, è necessario puntualizzare che verrà analizzata la parte attiva di queste pratiche. Infatti, nella letteratura legata a turismo e sport oramai è uso comune distinguere tra turismo sportivo attivo e turismo sportivo passivo, (Gibson, Lamont, Kennelly 2018). L' *active tourism* sono quelle situazioni in cui un turista viaggia per partecipare attivamente ad uno sport e quindi praticarlo; il *passive tourism*, invece, è il viaggiare per assistere ad eventi sportivi (Gibson 1998). In questo lavoro non verrà analizzata la parte legata al turismo passivo, rimanendo comunque consapevoli della sua esistenza ed importanza.

Lo sport obiettivo di questo lavoro è il windsurf, o tavola a vela in italiano. Di seguito verranno presentate caratteristiche e peculiarità di questo sport, non tra i più popolari e conosciuti. Ma per iniziare è utile inquadrare come viene catalogato il windsurf all'interno delle attività sportive. Il windsurf è stato identificato e catalogato in diversi modi nel corso degli anni. Come molti altri sport praticati all'esterno (*outdoor*) la sua classificazione e inquadramento hanno creato spesso discussioni (Cohen, Baluch, Duffy 2018). Il Comitato olimpico nel 2014 classificò il windsurf come sport estremo (Cohen, Baluch, Duffy 2018), nonostante esso sia di fatto uno sport a basso rischio, è comune classificare questo di sport come estremo (Wheaton 2007). In letteratura, ma anche nella pratica, viene fatto rientrare per chiare analogie nei *surf sport* o *board sport* ovvero in quel gruppo di attività di cui fanno parte anche il surf da onda ed il kitesurf; la ragione è che queste tre attività hanno diverse connessioni per aspetti in comune che riguardano attrezzatura, condizioni meteorologiche e le location in cui vengono praticate (Fadda 2020). Tutte queste definizioni e inquadramenti sono corretti e una caratterizzazione non esclude l'altra, ma per lo scopo di questa ricerca la definizione più funzionale è quella di *lifestyle sport*.

Sono definiti *lifestyle sport* quegli sport in cui c'è una forte connessione tra praticanti, ambiente e attività, che porta ad un coinvolgimento tale per cui i partecipanti entrano a fare parte di una sorta di gruppo o comunità (Cohen, Baluch, Duffy 2018). All'interno del gruppo i partecipanti si identificano tra loro grazie all'utilizzo di determinate marche di vestiti, attrezzatura, espressioni verbali, atteggiamenti, uso di oggetti, riviste, libri. Tutto ciò va ad influenzare lo stile di vita di chi ne fa parte (Wheaton 2010). Ecco perché vengono definiti *lifestyle sport*. Questi sport nacquero negli anni '60 in Nord America, si diffusero in Europa negli anni '70 e da allora hanno avuto sempre più successo (Wheaton 2010). Oltre al windsurf fanno parte di questa categoria sport come lo skateboard, l'arrampicata sportiva, il surf da onda, e lo snowboard (Wheaton 2007). Tutti questi sport hanno dei riferimenti simbolici e culturali molto precisi, di fatto rappresentano delle vere e proprie sottoculture (Wheaton 2007). Nati con l'intento di differenziarsi dagli sport tradizionali, sono sempre stati raccontati come sport di nicchia e alternativi, nonostante siano ampiamente rappresentati nei media, quindi presenti nella cultura pop, (Wheaton 2007) e attirino sempre più interesse e partecipanti (Wheaton 2010). Tra i più conosciuti ci sono il surf da onda e lo skateboard, sottoculture che, però, sono ormai radicate nella cultura mainstream. Il motivo principale è che queste attività vengono frequentemente percepite come "sport per persone 'cool' da parte di

persone ‘cool’” (Roberts 1999, p. 7), questo spiega la forte influenza che non di rado queste sottoculture hanno sullo stile e sulla moda. (Wheaton 2010).

Persistono, inoltre, convinzioni e stereotipi riguardanti questi sport che spesso si rivelano errate; in particolare l’idea, frequentemente trasmessa dai media, che identifica gli appartenenti di queste sottoculture come adolescenti maschi. In realtà al giorno d’oggi in gran parte di questi sport non esiste una caratterizzazione di genere così marcata, e soprattutto ormai sono praticati da persone di tutte le età. Un esempio emblematico è quello dei così detti *silver surfers*: appassionati di surf sport in età di pensionamento (Wheaton 2007).

1.1.1 Cultura e lifestyle del windsurf

Il lifestyle del windsurf, nonostante sia una sottocultura decisamente più di nicchia rispetto ad altre come lo skateboard o lo snowboard, presenta delle caratteristiche molto interessanti. Gli appassionati di questo sport tendono ad indentificarsi come “windsurfisti” (Wheaton 2000) e spesso sono disposti ad adattare la propria vita, ad esempio facendo scelte lavorative mirate, pur di poter praticare questo sport (Cohen, Baluch, Duffy 2018).

Per un occhio allenato è facile riconoscere un windsurfista; dai vestiti che indossa alla macchina che guida, questa sottocultura ha dei precisi riferimenti (Wheaton 2000). L’aspetto interessante è che essendo un lifestyle sport, le caratteristiche di questa sottocultura tendono a definirsi, non da un punto di vista geografico nazionale, ma trasversalmente attraverso i gruppi di windsurfisti in tutto il mondo e quindi ad essere omogeneo globalmente (Wheaton 2010). Probabilmente un windsurfista italiano tenderà ad avere lo stesso stile e atteggiamento di un windsurfista sudafricano. Come la cultura del surf da onda, da cui la cultura del windsurf si è generata, il windsurf è una cultura fortemente radicata nel sistema capitalista: i praticanti di questo sport si identificano in prodotti ed oggetti d’uso per i quali sono disposti a spendere molto denaro, in questa sottocultura l’immagine gioca un ruolo centrale (Wheaton 2000).

L’abbigliamento è molto importante: i tratti distintivi sono bermuda da bagno e cappellino per gli uomini, mentre per le donne i capi di abbigliamento tendono ad essere leggermente più vari anche se elementi come i pantaloncini da bagno e le infradito sono spesso presenti; le marche di vestiario utilizzate vengono principalmente dalla cultura del surf da onda, quindi marchi come Quiksilver,

Billabong, O'neill, Ripcurl e Hurley, Vans, marchi per i più sconosciuti, ma molto noti agli insiders del settore. Questi marchi, però, non sono noti solo al mondo del windsurf e surf, è stato dimostrato che tra varie sottoculture sono presenti collegamenti e valori condivisi (Wheaton 2010), e il settore in cui ci sono più elementi comuni sembra essere proprio lo stile (Buckley 2003). Marchi come Quiksilver⁴, Rip Curl⁵ e O'Neill⁶ hanno linee di abbigliamento tecnico specializzato sia che per il surf che per lo snowboard e sci. Oltre all'abbigliamento tecnico poi, le linee di *streetwear* sono utilizzate non solo da surfisti e snowboardisti, ma interessano anche appassionati di windsurf, skateboard, kitesurf, inoltre sono conosciuti anche da chi pratica apnea e appartenenti alla scena hip hop commerciale. Dal momento che i pezzi di punta di molte di queste marche sono cappellini, felpe e bermuda, è facile che interessino trasversalmente appartenenti a sottoculture diverse.

Negli ultimi anni, comunque, le aziende produttrici di materiale tecnico specifico per il windsurf (tavole e vele) si sono rese conto dell'attenzione crescente degli appassionati nei confronti dello stile e hanno lanciato linee di vestiario ed accessori *streetwear* usando il mondo del windsurf come trampolino di lancio. Il caso più eclatante è quello dell'azienda toscana Roberto Ricci Design (RRD): produttrice di vele, tavole e materiale tecnico, che iniziò aggiungendo alla sua offerta costumi da bagno e abbigliamento tecnico⁷ evolvendosi negli ultimi anni in direzione dell'alta moda fino a presentare una collezione alla Milano fashion week 2019 (Camurati 2019) e aprire degli showroom monomarca a Milano, Roma e Forte dei Marmi⁸. L'ultima azienda a lanciare una linea di vestiti è stata la Point Seven, azienda produttrice di vele che a gennaio 2021 ha lanciato la sessione fashion nel proprio on-line store⁹.

Un'altra caratteristica interessante è che quasi ogni windsurfista guida un furgone (Wheaton 2000); come i bermuda, anche il furgone è un tratto distintivo fondamentale: utile per stipare tutto il materiale necessario, per cambiarsi, spesso i furgoni vengono attrezzati con piani per dormire; dunque, per essere un vero windsurfista bisogna possedere un furgone o mini van.

Oltre ai tratti distintivi visibili esistono anche tratti distintivi immateriali: ad esempio l'uso di un gergo estremamente specifico per descrivere manovre, parti del windsurf o addirittura condizioni atmosferiche (Wheaton 2000), in particolare per le manovre e termini tecnici esiste una vera e

⁴ <https://www.quiksilver.it/>.

⁵ <https://www.ripcurl.eu/>.

⁶ <https://eu.oneill.com/>.

⁷ <https://www.robtoriccidesigns.com/>.

⁸ <https://clothing.robtoriccidesigns.com/it/>.

⁹ <https://point-7.com/fashion/>.

propria enciclopedia (pubblicata la prima volta nel 2006) in varie lingue e versioni sempre aggiornate: il “*Trictionary: la bibbia del windsurf*” (Rossmeier 2017) strumento noto a chiunque sia appassionato di windsurf.

Un altro aspetto importante da sottolineare è che il windsurf è uno sport estremamente tecnico e fortemente dipendente dall’attrezzatura, inoltre si divide in diverse discipline. L’industria del windsurf ha una forte componente di sviluppo e ricerca dei materiali e tecnologie. Ogni anno escono nuove attrezzature sempre migliorate che portano gli appassionati ad essere costantemente aggiornati ed attenti alle novità (Wheaton 2000). L’attrezzatura, inoltre, determina le diverse discipline legate al windsurf. La prima distinzione importante da fare è tra il windsurf olimpico e le altre discipline: esiste la classe RS:X¹⁰ che compete alle Olimpiadi con un’impostazione più tradizionale simile allo sport della barca a vela e che in realtà è praticata da pochi. Le altre discipline sono: lo Slalom (velocità), il Freestyle (salti ed evoluzioni) ed il *Wave* (cavalcare le onde). Queste discipline sono estremamente diverse tra loro, richiedono materiale diverso e in alcuni casi condizioni atmosferiche diverse. Raramente un atleta ne pratica due ad alto livello. La questione attrezzatura è molto importante anche dal punto di vista economico, un windsurf completo nuovo composto scegliendo materiale di qualità media dal sito RRD ha un costo medio superiore ai 4000 euro¹¹.

Questi esempi mostrano come il mondo del windsurf seppur di nicchia, sia coinvolgente e ben strutturato, con aziende specializzate che vi operano e appassionati disposti a tutto per pur di poter praticare questo sport. Un windsurfista quando non è sulla tavola parla di windsurf, o legge riviste e blog a riguardo o discute con i suoi amici delle ultime novità riguardanti i materiali (Wheaton 2000). Ecco perché la definizione di lifestyle sport rende bene l’idea: questo sport coinvolge tutti gli aspetti della vita di un appassionato dallo stile, all’economia, alle relazioni sociali.

In relazione a queste ultime affermazioni può essere delineato un profilo del windsurfista medio non solo dal punto di vista delle preferenze, ma anche dal punto di vista dell’estraneità sociale. Infatti, considerati i costi dell’attrezzatura e lo stile di vita condotto mediamente, può essere supposto che gli appassionati di questo sport siano appartenenti a un’estraneità sociale agiata in quanto lo sport sembra essere poco accessibile a fasce sociali basse. Da uno studio condotto tra i windsurfisti inglesi da Weathon, è emerso che i praticanti di questo sport sulle coste inglesi sono

¹⁰ <https://www.rsxclass.org/>.

¹¹ <https://equipment.robertoriccidesigns.com/>.

economicamente “privilegiati”, nel senso che la maggior parte di essi ha un lavoro fisso a tempo indeterminato, la quasi interezza di essi è bianca, l’età media dei praticanti è compresa tra i 30 e i 50 anni e le donne risultano essere tra il 20% e il 30% dei praticanti rispetto agli uomini (Weathon 2000 b). In Un altro studio condotto in Germania, a Sylt, nel corso di un evento di windsurf sono stati intervistati gli appassionati che si sono recati nel luogo per seguire l’evento (Kwiatkowski, Könecke 2017). Dalle interviste è emerso che il 35,14% degli intervistati era laureato e che il 30,29% aveva un diploma di scuola superiore, il 38,13% degli intervistati aveva un guadagno mensile tra i 3.300 e i 5.500 euro e il 31,10% un guadagno superiore a 5.500 euro, infine il 31,52% degli intervistati era donna (Kwiatkowski, Könecke 2017). Nel corso di uno studio condotto in Sardegna da Fadda, in cui sono stati intervistati turisti e non praticanti il windsurf è emerso che il 44,70% degli intervistati possiede una laurea e il 48,87% un diploma di scuola superiore, per il 15,76% degli intervistati il reddito non è un problema e 28,62% degli intervistati vive permettendosi comfort, il 44,05% ha un’età compresa tra i 31 e i 40 anni e in questo caso le donne intervistate risultavano essere solo il 14,79% (Fadda 2019). Questi studi sono stati condotti in luoghi diversi dell’Europa in momenti leggermente di versi, ma in generale viene fornita una panoramica sui praticanti di windsurf europei negli anni Dieci del 2000. Confrontando i vari risultati degli studi si può affermare che mediamente un windsurfista europeo è uomo, bianco, ha un livello di istruzione medio-alto e un reddito medio-alto. Si può affermare che generalmente il windsurf in Europa è uno sport praticato da una fetta di società benestante e privilegiata rispetto alla media.

1.1.2 Comunità in movimento: la comunità dei windsurfisti e le sue caratteristiche

I windsurfisti hanno bisogno di amici windsurfisti per poter parlare continuamente della propria passione ed essere compresi (Wheaton 2000). Per questo si può dire che esiste una comunità di windsurfisti. Parlando di comunità, viste le innumerevoli accezioni e sfumature che può avere il termine, va specificato a cosa si fa riferimento; innanzitutto, una prima macro-distinzione che va fatta quando si utilizza il concetto di comunità è tra comunità geografica-territoriale e comunità relazionale (McMillan, Chavis 1986). Una comunità territoriale o geografica è un gruppo di persone il cui legame è dovuto al fatto di risiedere in un dato territorio, pertanto, si può parlare di una comunità di quartiere, città, regione o nazione. Una comunità relazionale, invece, unisce le persone per interessi, tradizioni, credenze e così via. Pertanto, invece che a livello geografico si creano

connessioni dal punto di vista delle relazioni umane (Gusfield 1975). È stato dimostrato che nella società moderna si sviluppano comunità molto più frequentemente attorno ad interessi e competenze piuttosto che per vicinanza fisica (McMillan, Chavis 1986). Nel caso del windsurf sicuramente si parla di una comunità relazionale, con delle caratterizzazioni diverse a livello locale, ma sicuramente si può considerare una comunità relazionale estesa in più luoghi. Per la nozione di comunità verrà fatto riferimento a una proposta di McMillan e Chavis formulata nel 1986 dal momento che è pertinente alle particolarità del mondo del windsurf. Una comunità esiste se esiste un senso di comunità, e il senso di comunità è composto e caratterizzato da diversi elementi individuati dagli autori: l'appartenenza, l'influenza, il rafforzamento reciproco e una connessione emotiva condivisa (McMillan, Chavis 1986). Per quanto riguarda il senso di appartenenza gli autori riportano che in una comunità i membri si identificano in quella comunità e hanno simboli e sistemi in comune con cui si identificano gli uni con gli altri. Il senso di appartenenza crea confini, quindi esistono i membri che fanno parte della comunità e gli outsider (McMillan, Chavis 1986). Questa caratteristica è presente nella cultura del windsurf, come specificato nel paragrafo precedente in riferimento alle caratteristiche del lifestyle. Inoltre, da uno studio condotto da Belinda Wheaton nel 2000, è emerso come i windsurfisti tendano a indentificare in modo molto netto chi fa parte della loro sottocultura e ad escludere chi non ne fa parte, quindi sottolineando dei confini ben chiari. L'influenza è un fenomeno che all'interno di una comunità si sviluppa in due direzioni, esiste l'influenza del gruppo verso il singolo e l'influenza del singolo nel gruppo (McMillan, Chavis 1986). Nel mondo del windsurf esiste questo fenomeno e al giorno d'oggi, naturalmente, uno dei veicoli principali sono i social media, in particolare Instagram: ogni azienda produttrice di materiale, atleta, associazione ha un profilo. Facendo un confronto tra i vari profili sul social partendo dall' hashtag #windsurf è stato possibile individuare le pagine Instagram più popolari, i risultati sono stati riportati nella tabella sottostante. Le pagine legate al mondo del windsurf che risultano essere più popolari sono quelle di associazioni o magazine, atleti e aziende produttrici di attrezzatura. Il profilo più popolare in assoluto è quello di Robby Naish (@robbynaishus1111), noto atleta del windsurf e fondatore di un'azienda produttrice di vele, la pagina conta più di 81 mila followers (maggio 2021). La seconda pagina più popolare è quella del Professional Windsurf Association (PWA) Worldtour (@pwaworldtour) con attualmente più di 72 mila followers (maggio 2021). La PWA è la coppa del mondo di windsurf delle discipline di Slalom, Freestyle e Wave, si tratta di un circuito annuale a

tappe in cui competono i migliori atleti del mondo selezionati attraverso invito¹². Osservando la tabella si nota la presenza di profili personali di atleti professionisti che contano molti più followers di aziende produttrici o di associazioni (non rientranti in tabella), si può quindi affermare che nel mondo del windsurf proprio gli atleti ad alti livelli tendono ad essere degli *influencer* in fatto di tendenze in questo sport.

ACCOUNT	TIPOLOGIA	NUMERO FOLLOWERS
@robbynaishhus1111	Robby Naish: atleta professionista	81,6 mila
@pwaworldtour	Associazione coppa del mondo	72,6 mila
@worldofwindsurf	Digital magazine	69,9 mila
@starboardwindsurfing	Starboard: azienda produttrice di materiale	54,6 mila
@neilpryde_wind	Neilpryde: azienda produttrice di materiale	46,5 mila
@antoinealbeau	Antoine Albeau: atleta professionista	43,8 mila
@jp_australia_com	JP: azienda produttrice di materiale	40 mila
@redbullstormchase	Evento competitivo	32,1 mila
@rrd_international	Roberto Ricci Design: azienda produttrice di materiale	31,1 mila
@matteoita140-official	Matteo Iachino: atleta professionista	31 mila
@cabeibusha	Sarh-Quita Offringa: atleta professionista	26,5 mila

Figura 1: I 12 profili Instagram più popolari legati al windsurf aggiornati a maggio 2021. Elaborazione dell'autrice.

Gli autori parlano di rafforzamento reciproco quando in una comunità si riscontrano valori condivisi tra le persone che tendono a rafforzare i rapporti, connessioni e convinzioni all'interno della comunità stessa (McMillan, Chavis 1986). Pertanto, si può parlare di una connessione emozionale condivisa: chi fa parte di una comunità condivide una storia, non che deve aver per forza vissuto ma in cui i membri si identificano (McMillan, Chavis 1986). Quindi i membri di una comunità hanno più o meno gli stessi riferimenti culturali, eventi e attributi condivisi che rafforzano il senso di comunità (McMillan, Chavis 1986). Nel windsurf, oltre al lessico sopraccitato e una serie di conoscenze e riferimenti culturali, come le diverse discipline, uno strumento che rafforza il senso di comunità sono le riviste, in particolare quelle specializzate con i rispettivi blog. Le riviste propongono sia abbonamenti cartacei che digitali. In Italia le più conosciute sono: "4 Windsurf" che fa parte del

¹² <https://www.pwaworldtour.com/>.

gruppo “4ActionSport”¹³ e “Wind News”¹⁴. Entrambe le riviste sono bimestrali, “4 Windsurf” ha una tiratura di 5000¹⁵ copie e conta circa mille abbonati, “Wind News” ha una tiratura certificata di 6000 copie e circa 1500 abbonati¹⁶, in ogni caso entrambe le riviste performano molto meglio on-line dal momento che “4 Windsurf” conta più di 100 mila visualizzazioni mensili¹⁷ del sito e “Wind news” conta tra le 3000 e 4000 visualizzazioni settimanali¹⁸. Non si parla di numeri altissimi, però sempre ricordando l’internazionalità di questa sottocultura, sono molto popolari, più di quelle già menzionate, riviste straniere come la tedesca “Surf Magazin”¹⁹ e l’inglese “Windsurf Magazine”²⁰. In particolare, “Surf Magazin” ha una circolazione di 20 mila copie vendute mensilmente e conta circa 12 mila abbonati, tra l’altro è stato stimato che ogni copia venga letta mediamente da 2,1 persone, in più il sito conta circa 250 mila visitatori mensili²¹. Ecco che il fenomeno assume decisamente dimensioni più importanti. Queste riviste sono solite riportare interviste agli atleti, resoconti di competizioni, consigli pratici per manovre, ed è sempre presente una sezione dedicata ai test di nuovi materiali e, soprattutto, una parte riservata ai viaggi.

Quindi si può affermare che riguardo al windsurf esista un’identità di gruppo (Wheaton 2007) e un senso di comunità, di conseguenza una rete che permette a queste persone di comunicare. In alcuni casi la comunità di windsurfisti è stata definita come una Neo-tribù, (Wheaton 2007) che come menzionato in precedenza, si estende a livello globale. Questo evidenzia il fatto che gli appartenenti a questa comunità hanno comportamenti simili. Uno in particolare è proprio la tendenza a viaggiare. Come verrà analizzato nelle parti successive di questo lavoro, lo sport del windsurf è strettamente dipendente dalle condizioni atmosferiche e legato all’andamento delle stagioni, per questo i windsurfisti tendono a viaggiare per poter continuare a praticare il loro sport anche durante la stagione invernale.

Questa tendenza è riscontrabile, ad esempio, nel fatto che nella versione digitale delle riviste la sezione viaggi è immancabile; si trovano consigli di nuove destinazioni emergenti assieme alle più frequentate, e guide agli spot migliori. Ma non solo, nel giornale cartaceo vengono sempre dedicate rubriche all’argomento. Questa caratteristica non è un dettaglio, ma un aspetto molto importante

¹³ <https://www.4actionsport.it/>

¹⁴ <http://www.windnewsmag.it/>

¹⁵ Dati ricavati tramite intervista all’editore della rivista “4Windsurf”, Fabio Calò, in data 5/5/2021.

¹⁶ Dati ricavati tramite richiesta all’editore della rivista “Wind news”, Fabio Sabatelli, in data 4/5/2021.

¹⁷ Dati ricavati tramite intervista all’editore della rivista “4Windsurf”, Fabio Calò, in data 5/5/2021.

¹⁸ Dati ricavati tramite richiesta all’editore della rivista “Wind news”, Fabio Sabatelli, in data 4/5/2021.

¹⁹ <https://www.surf-magazin.de/>.

²⁰ <https://www.windsurf.co.uk/>.

²¹ Dati ricavati tramite richiesta al capo redattore della rivista “Surf Magazin”, Andreas Erbe, in data 12/5/2021.

che suggerisce come la pratica del windsurf sia strettamente legata a quella del viaggio e del turismo. Per la redazione della rivista “4 Windsurf”, ad esempio, la sezione dei viaggi è la sezione più importante²² per la quale è stata ragionata e definita una strategia editoriale, infatti, soprattutto nella versione cartacea spesso viene scelto di promuovere destinazioni poco accessibili ai più, ma che attraverso le immagini in grande formato e in alta qualità, insieme alle rispettive descrizioni, “permettano ai lettori di sognare”²³. L’idea di fondo, infatti, è che la rivista cartacea sia fruita e fruibile con tempi più dilatati, permettendo ai lettori di continuare a leggere un determinato articolo e a sognare un dato luogo, mentre nella versione on-line vengono proposte destinazioni più facilmente raggiungibili al grande pubblico²⁴. Viene quindi presa la scelta consapevole di seguire due tendenze opposte²⁵ per quanto riguarda i viaggi legati al windsurf: da un lato mete interessanti ma praticamente inarrivabili e dell’altra, guide pratiche a mete popolari concretamente raggiungibili da tutti.

La redazione di “Wind News” invece, ha sempre cercato di offrire informazioni utili e pratiche riguardo ai viaggi scegliendo mete alla portata del windsurfista medio, preferendo evitare mete esotiche ottime per l’estetica e la patinatura del giornale ma di fatto irraggiungibili per gran parte del loro pubblico²⁶. Inoltre, secondo l’editore la sezione viaggi è una delle sezioni basilari, se ben realizzata, sia per il magazine cartaceo che on-line²⁷. Anche “Surf Magazin” segue una linea simile a quella già descritta per quest’ultima rivista, scegliendo destinazioni facili da raggiungere ed evitando le proposte di viaggi avventurosi, pertanto prediligendo regioni che offrano sia varie location per praticare windsurf, che attrazioni di interesse turistico²⁸. In particolare, nell’ultimo anno, col dilagare della pandemia di COVID-19 la redazione ha scelto di concentrare l’attenzione su destinazioni vicine, quindi raggiungibili in macchina (dalla Germania)²⁹. Anche per l’editore di “Surf Magazin” la sezione viaggi è la più importante assieme a quella dedicata ai test dell’attrezzatura³⁰, la rivista fornisce, inoltre, delle guide scaricabili in formato PDF di destinazioni famose per la pratica del windsurf, si tratta di materiale a pagamento con un costo medio di € 1,90 per file. Altre riviste come “Windsurf Magazine”, fungono da vere e propri Online Travel Agencies (OTA): in collaborazione con il tour

²² informazioni ricavate tramite intervista all’editore della rivista 4Windsurf, Fabio Calò, in data 5/5/2021.

²³ informazioni ricavate tramite intervista all’editore della rivista 4Windsurf, Fabio Calò, in data 5/5/2021.

²⁴ Ibidem.

²⁵ Informazioni ricavate tramite intervista all’editore della rivista 4Windsurf, Fabio Calò, in data 5/5/2021.

²⁶ Informazioni ricavate tramite richiesta all’editore della rivista Wind news, Fabio Sabatelli, in data 4/5/2021.

²⁷ Informazioni ricavate tramite richiesta all’editore della rivista Wind news, Fabio Sabatelli, in data 4/5/2021.

²⁸ informazioni ricavate tramite richiesta al capo redattore della rivista Surf Magazin, Andreas Erbe, in data 12/5/2021.

²⁹ Ibidem.

³⁰ Ibidem.

operator Sportif³¹. Quest'ultimo è un tour operator indipendente con base nel Regno Unito che opera dal 1982, inizialmente organizzando vacanze di windsurf e kitesurf. Ora opera solo online e telefonicamente e propone viaggi organizzati tutto incluso per diversi tipi di sport: dal windsurf, allo yoga, alle immersioni subacquee. "Windsurf Magazine" propone sul proprio sito le offerte di viaggi organizzati da Sportif, generalmente con pacchetto "tutto incluso" e con il fine specifico di praticare windsurf; le proposte vanno in base alle diverse necessità del cliente. Esistono la sezione famiglie, single, principianti ed esperti³².

1.1.3 Differenti tipologie di viaggiatori per la pratica del windsurf

L'attenzione verso gli sportivi attivi che viaggiano per praticare sport è in crescita, dal momento che è stato dimostrato da diversi studi come il grado di coinvolgimento di un turista sportivo attivo sia maggiore rispetto a un turista classico e tenda ad aumentare ulteriormente nel momento in cui il turista possa incontrare, ed essere coinvolto in, una comunità di persone appassionate come lui (Gibson, Lamont, Kennelly 2018). Quindi una comunità di turisti praticanti uno sport è una risorsa che tende ad attrarre altri turisti appassionati, (Gibson 1998) e questo meccanismo sicuramente è riscontrabile nel mondo del windsurf. Un altro dato interessante emerso da uno studio di Gibson, Lamont e Kennelly è che un turista sportivo attivo in vacanza è più propenso a provare anche altri sport (Gibson, Lamont, Kennelly 2018).

Detto questo è importante distinguere le diverse tipologie di turisti che praticano windsurf; Modrono e Guillen (2016) in una loro ricerca suggeriscono tre categorie: professionisti (partecipanti al PWA), appassionati (partecipanti a competizioni minori regionali) e windsurfisti ricreativi (non coinvolti in nessuna competizione). In questo studio, le categorie sono state formate tenendo in considerazione solo l'aspetto della componente atletica con particolare attenzione alla partecipazione a competizioni, non considerando il punto di vista turistico. Incrociando queste tre categorie con quelle proposte da un altro studio sul turismo legato al windsurf, che propone uno schema più articolato (Thwaites 1999), al fine di questa ricerca potrebbero essere proposte tre tipologie di turisti praticanti il windsurf:

³¹ <https://www.sportif.travel/>.

³² <https://www.windsurf.co.uk/>.

- professionisti: atleti che partecipano a competizioni
- appassionati: persone che viaggiano con lo scopo primario di praticare windsurf, non professionisti
- occasionali: persone il cui scopo primario della vacanza non è praticare windsurf, ma l'attività fa parte di un insieme di altre motivazioni

Per ognuna di queste categorie vanno analizzate le caratteristiche peculiari. Prima di tutto la questione dei professionisti: si tratta di turisti sportivi o di viaggi di lavoro? (Gibson 1998) Questa discussione è stata più volte affrontata e gli studiosi hanno preso posizioni diverse in merito. Nel corso degli anni il turismo d'affari è stato ampiamente affrontato e discusso in letteratura, anche se la questione sembra essere risolta dal momento che l'Organizzazione Mondiale del Turismo definisce:

“turista chiunque viaggi in paesi diversi da quello in cui ha la sua residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano per un periodo di almeno una notte, [...] il cui scopo abituale sia diverso dell'esercizio di ogni attività remunerata all'interno del paese visitato. In questo termine sono inclusi coloro che viaggiano per: svago, riposo e vacanza, per visitare amici, parenti; per motivi di affari e professionali, per motivi di salute e religiosi”³³.

Quindi il turismo d'affari può essere a tutti gli effetti considerato turismo dal momento che vi sia un cambio dalla routine quotidiana, un investimento di denaro, l'utilizzo di risorse locali e la remunerazione non arrivi dal paese visitato (Leiper 1979). Per quanto riguarda il windsurf gli atleti che viaggiano per le competizioni rientrano perfettamente nei primi tre parametri, mentre si potrebbe discutere sul quarto, dal momento che la retribuzione consiste nel montepremi della gara e quindi la retribuzione generalmente arriva dal paese visitato. Nella letteratura legata al turismo sportivo gli atleti in alcuni casi non sono stati considerati come turisti (De Knop e Srandaven 1998; Thwaites 1999), ma in altri casi sì (McIntosh, Goldner, Ritchie 1995). Gammon e Robinson, ad esempio, individuano una categoria apposita per coloro che viaggiano per partecipare a competizioni: *l'hard sport tourism*, è la natura competitiva nella motivazione del viaggio a distinguere questa categoria di turisti (Gammon, Robinson 2003). Quindi basandosi sulla letteratura pregressa anche i professionisti possono essere considerati turisti, possibilmente tenendo a mente

³³ https://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/economia/cooperaz_econom/omt.html.

la diversa natura del viaggio, sfruttando una classificazione fatta da Corrado Del Bò in vece che parlare di turismo per diletto si parlerà di turismo per costrizione (2017).

Rispetto al windsurf c'è anche un'altra questione da considerare, gli atleti viaggiano anche per allenarsi in periodi dell'anno diversi, in questo caso il fine e soprattutto l'aspetto remunerativo cambia, infatti, gran parte degli atleti viaggia a proprie spese, solo gli atleti ad altissimo livello sono spesati dagli sponsor. Quindi si tratta di turismo d'affari o per diletto? A questo proposito la questione potrebbe essere risolta utilizzando la definizione di *serious leisure* (Stebbins 2001). I *serious leisure* sono quelle attività generalmente percepite come di svago come sport, hobby o volontariato, che però coinvolgono pienamente la persona impegnandola profondamente, ma con remunerazione poco significativa o nulla (Stebbins 2001). Nonostante ciò, l'impegno e lo sforzo dei soggetti in queste attività è massimo sia dal punto di vista fisico e mentale, ma spesso anche economico (Heo et al., 2012). Stebbins ha notato come, in alcuni casi l'impegno e la dedizione in un *serious leisure* faccia perseguire una "carriera" quasi come quelle perseguite nelle occupazioni di alto livello, senza avere gli stessi riscontri dal punto di vista economico (Stebbins 2001). Quest'ultimo aspetto non è necessario per definire un'attività *serious leisure*, ma è presente solo in determinati casi. Prendendo in considerazione un'atleta professionista di windsurf, a meno che non sia d'altissimo livello, è una caratteristica decisamente riscontrabile, soprattutto nei periodi dell'anno di allenamento, (ma in molti casi anche nel momento di partecipazione a competizioni), quindi un atleta di windsurf può essere considerato un turista che persegue il suo *serious leisure*.

La seconda categoria, quella degli appassionati, è composta da coloro che viaggiano per praticare windsurf. Si tratta di quel gruppo di persone che legge le riviste specializzate e segue i blog. Questa categoria è quella che compone il *core* delle comunità di windsurfisti, sono coloro che seguono il lifestyle di questa cultura (Wheaton 2000). Questa categoria di turisti incarna a pieno la descrizione di *serious leisure* fatta precedentemente, come appassionati senza alcuna remunerazione ma che votano la propria vita a una sottocultura e ad una comunità ben definita (Stebbins 2001). È stato dimostrato che spesso i *serious leisure* vengono abbracciati da pensionati o comunque persone sopra i 50 anni (Heo et al., 2012), questo è sicuramente riscontrabile negli appassionati del windsurf, che a differenza della percezione superficiale che si ha di questo sport, tendono a essere adulti maturi (Wheaton 2000). Questa categoria è quella che Gammon e Robinson (2003) hanno definito *soft sport tourism*. Ovvero coloro che viaggiano con l'intento primario di praticare uno sport, ma con fine ricreativo invece che competitivo (Gammon, Robinson 2003). Spesso questi turisti fanno

riferimento a strutture e servizi come i noleggi. Da uno studio è emerso che la motivazione, lo spirito e i gusti non differiscono molto tra professionisti e appassionati (Modrono, Guillen 2016), quindi i due gruppi hanno sicuramente delle caratteristiche in comune in fatto di preferenze per le destinazioni. I professionisti nel mondo del windsurf hanno un ruolo di *influencers*: pubblicizzando attrezzatura, vestiti e spesso le scelte delle destinazioni. In più di uno studio è stato dimostrato come eventi sportivi professionistici attirino gli appassionati di sport in una destinazione non solo per assistere all'evento ma, per praticare lo sport (Chia-Chen Yu 2010; Kwiatkowski, Könecke 2017).

L'ultima categoria è quella dei turisti occasionali, ovvero coloro il cui obiettivo principale di viaggio non è il windsurf, ma altro: un altro sport, il riposo, visitare luoghi nuovi, e così via. Il windsurf è quindi un'attività accessoria alla vacanza (Thwaites 1999) e in molti casi non viene nemmeno programmato anticipatamente ma è un'attività che si sceglie di fare in loco. Questo è il caso degli sport turistici (Gammon, Robinson 2003). Anche in questa occorrenza nello studio di Gammon e Robinson vengono distinte due categorie funzionali: *hard* e *soft*. Con *hard* vengono identificate quel tipo di vacanze dove lo scopo principale del viaggio è un altro, ma il turista secondariamente si aspetta di praticare uno o più sport, sono *soft*, invece, i casi in cui l'attività sportiva durante la vacanza è puramente accidentale e non prevista prima della partenza (Gammon, Robinson 2003). È importante sottolineare che il windsurf assieme al tennis e alla vela risulta essere una delle attività più praticate nelle *club holidays*, ovvero le vacanze nei villaggi turistici (Gibson 1998), ed è proprio questo il tipo di clientela che viene attirata. Questi turisti tendenzialmente sono principianti, e quindi estranei al lifestyle legato al windsurf, però sono potenziali appassionati futuri. Ciò che permette l'esistenza di questo tipo di turismo sono le scuole di windsurf (Fadda 2020), che in alcune località hanno un ruolo importante nello sviluppo turistico. (Fadda 2020)

In questo lavoro, l'analisi sarà incentrata principalmente sugli appassionati e turisti occasionali, in quanto nei capitoli successivi sarà posta particolare attenzione al sistema di scuole e servizi che gravitano attorno al mondo del turismo del windsurf.

I.2 Il vento: lo strumento fondamentale

Parlando di attività, non solo sportive, può essere fatta una distinzione tra attività clima-dipendenti ed attività clima-sensibili (Smith 1993). Le attività clima-dipendenti includono pratiche come il

turismo delle tre S (Sun, San e Sea), sport invernali e sport acquatici (Gomez Martin 2005). Il windsurf rientra pienamente in questo tipo di attività, per praticarlo infatti è necessario un elemento climatico fondamentale: il vento, senza il quale è impossibile praticare questo sport. Il vento però può avere diverse caratteristiche e anche altre condizioni, come il moto ondoso, influiscono sull'attività. Esistono, quindi, condizioni migliori di altre per praticare il windsurf; inoltre, a seconda del livello dello sportivo e della disciplina che viene praticata, le condizioni considerate ottimali hanno caratteristiche diverse. Delle considerazioni iniziali vanno fatte riguardo al vento: generalmente è preferibile che il vento sia costante, quindi, non soggetto a frequenti e repentini cambi di forza. La forza del vento è molto importante: se la forza del vento è tra i 5 e i 12 nodi (9,3-22,2 km/h) si tratterà di vento leggero, ideale per principianti³⁴; se il vento ha una forza tra i 13-16 nodi (24-29,6 km/h) le condizioni iniziano ad essere più interessanti anche per windsurfisti non principianti, quando la forza del vento è tra i 17 e i 25 nodi (31,4-46,3 km/h) le condizioni sono ottimali per appassionati, windsurfisti esperti e professionisti; questo è generalmente il range di forza che ricerca il windsurfista medio³⁵. Quando la forza del vento supera i 25 nodi (46,3 km/h) le condizioni sono adatte solo per windsurfisti esperti.

Accennando alle discipline la tipologia di windsurf più praticata è il *freeride* o *crousing*, ovvero semplicemente navigare senza scopi precisi, le condizioni ottimali per questa disciplina sono un vento tra i 17 e i 30 nodi e il moto ondoso da nullo (in gergo acqua piatta) a medio basso (tipologia di onde in gergo definite *chop*)³⁶. Un'altra disciplina che invece richiede caratteristiche ambientali ben precise è il *wave*, lo scopo di questa disciplina è cavalcare le onde con il windsurf ed è la disciplina più estrema legata a questo sport; le condizioni per praticarla sono un vento superiore a circa 23 nodi e delle onde dal metro e mezzo a salire³⁷. La disciplina più spettacolare (nel senso di scenografica?) del windsurf è il *freestyle*, ovvero eseguire evoluzioni (salti e giri). A differenza di quello che si potrebbe pensare per praticare il freestyle più l'acqua è piatta meglio è; quindi, l'assenza di moto ondoso è la condizione ottimale, con una forza del vento tra i 17 e i 30 nodi, come nel *freeride*³⁸. L'ultima disciplina che, merita una menzione è lo slalom, ovvero la velocità, ma all'interno di un percorso, per questa disciplina le condizioni ottimali sono un vento dai 17 nodi a

³⁴ <https://www.poolewindsurfing.co.uk/windsurf-conditions-what-to-look-for/.pl>

³⁵ Ibidem.

³⁶ <https://boards.co.uk/features/windsurfing-weather.html>.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Ibidem.

salire e un moto ondoso nullo o comunque debole. Per praticare ognuna di queste discipline il materiale necessario – tavola e vela – cambierà in forme e misure.

Sempre rispetto al vento una variabile importante che va considerata è il rapporto tra la direzione del vento e la costa, questa caratteristica può sembrare insignificante, ma di fatto rappresenta uno dei fattori di pericolo legati allo sport del windsurf: con condizioni sfavorevoli il vento potrebbe spingere il windsurf e il windsurfista lontano dalla costa rendendo la situazione molto rischiosa soprattutto in contesti marittimi. Nel mondo del windsurf, quindi esistono termini specifici per descrivere anche il rapporto tra vento e costa, si parlerà di vento *onshore* quando il vento soffierà verso la costa, di vento *offshore* quando il vento soffierà verso il largo e di vento *crosshore* (Watson 2001), quando il vento soffierà parallelo alla costa quest'ultima condizione risulta essere la più confortevole e preferita dai windsurfisti³⁹. In relazione al vento, quindi, si sviluppano una serie di comportamenti dei praticanti di questo sport, che verranno indagati nei capitoli successivi.

1.2.1 Considerare il vento un motore sostenibile

Il windsurf rientra in quel gruppo di attività che si prestano più di altre ad uno sviluppo nell'ottica di una dinamica sostenibile (Immonen et al., 2017), principalmente per due ragioni: la connessione che crea tra praticante e natura e il fatto che sfrutta un elemento inesauribile e più "democratico" di altri sport: il vento.

I lifestyle sport e le attività outdoor spesso vengono definite anche come *nature-based sport* ovvero sport che per essere praticati necessitano di un ambiente naturale dove il praticante è coinvolto molto strettamente in un rapporto con gli elementi naturali (Humberstone 2011), e che si differenziano dagli *urban based sport* ovvero tutti quegli sport che necessitano di campi o strutture particolari per essere praticati (Howe 2012). Questa caratteristica è sicuramente riscontrabile nel windsurf, dove il rapporto che si crea tra persona, elementi naturali e attrezzatura è molto stretto e particolare, anzi, può essere fatta un'ulteriore distinzione all'interno dei *nature based sport* e specificare che il windsurf è un *nature-instrumental sport* ovvero uno sport che si svolge in un ambiente naturale dinamico i cui cambiamenti influenzano profondamente la performance dello

³⁹ <https://hydropursuit.com/windsurfing-wind-direction-a-helpful-illustrated-guide/>.

sportivo in quanto ne determinano la scelta dell'attrezzatura e la riuscita dell'attività in base alla capacità di lettura dell'ambiente (Howe 2012). Il windsurf, infatti, coinvolge profondamente a livello fisico, sensoriale e spaziale chi lo pratica (Humberstone 2011).

Andando per ordine, il primo aspetto che va sottolineato è il rapporto tra sportivo e attrezzatura: un rapporto complesso che porta gli appassionati ad essere ossessionati dall'attrezzatura che curano, aggiornano e regolano quasi maniacalmente, risultando dei veri e propri *equipment junkies*, ovvero "drogati di attrezzatura" (Wheaton 2000, p. 263). Non è un caso che nelle riviste e blog specializzati si trovino regolarmente recensioni di materiale fatte da parte di atleti dove essi spiegano le sensazioni che provano con un'attrezzatura piuttosto che con un'altra⁴⁰, infatti il nodo della questione sta proprio in questo. L'attrezzatura è ciò che collega lo sportivo agli elementi naturali e quindi ciò da cui dipende il godimento o meno di un'esperienza (Humberstone 2011); da qui l'importanza che viene data alle sensazioni che si possono provare con materiali diversi.

L'altro aspetto da sottolineare è il rapporto tra atleta e natura. Come gli altri *surf sport* il windsurf richiede conoscenza e capacità di leggere l'ambiente e le condizioni meteorologiche (Zimmerman, Saura, 2017). Elementi che contano molto sono la forza e la direzione del vento, le correnti marine e la tipologia di onde, ma anche il fatto che le condizioni meteorologiche potrebbero cambiare velocemente. La conoscenza e la reazione agli stimoli ambientali spesso fanno la differenza tra un buon atleta e uno di livello inferiore (Zimmermann, Saura, 2017). Questo porta chi pratica il windsurf ad avere un'attenzione particolare per l'ambiente in cui lo sport viene praticato e anche la conoscenza di fenomeni altrimenti comunemente poco conosciuti non solo per questioni di performance, ma anche per questioni di sicurezza. Questa vicinanza ed attenzione all'ambiente porta il windsurf ad essere uno sport che si presta più di altri ad una proposta di sviluppo turistico sportivo sostenibile, come attività che avvicina le persone a un determinato ambiente naturale e permette la creazione di un circolo virtuoso da cui scaturisce un turismo più consapevole. (Radicchi 2013).

Per praticare windsurf non c'è necessità di infrastrutture, basta un accesso all'acqua anche non troppo comodo; infatti, in alcune località i windsurfisti si gettano da muretti o camminano sugli scogli per raggiungere l'acqua, la leggerezza dell'attrezzatura permette di accedere all'acqua senza

⁴⁰<https://www.surf-magazin.de/boards/slalom-race/test-2020-fruehgleitboards-xxl>;
<https://www.4actionsport.it/water/windsurf/test-windsurf/>

ausilio di scivoli (come invece accade per le barche). Questo aspetto rende il windsurf molto accomunabile al surf da onda dal momento che l'impatto sull'ambiente per praticare lo sport è quasi nullo. C'è però, una caratteristica che differenzia il windsurf dal surf ed è la risorsa che viene utilizzata per praticare lo sport. Il surf da onda sfrutta le onde che spesso e volentieri sono "buone" solo in determinati momenti e determinati posti (Barbieri, Sotomayor, 2013), da questo punto di vista, la differenza principale tra i due sport consiste nel fatto che le onde *surfabili* possono essere considerate un bene scarso e variabile o instabile; questa caratteristica ha creato non pochi problemi di tipo etico e sociale. Le onde non essendo uguali in ogni momento e in ogni posto hanno portato alcune spiagge e spazi in acqua ad essere identificati come migliori rispetto ad altri e quindi contesi. In molte località si sono sviluppati territorialismi nella popolazione locale di surfisti che sono spesso sfociati in aggressività verso i turisti (De Alessi 2009). In altri casi la necessità di accaparrarsi le onde migliori ha portato alla privatizzazione di spiagge e relativi tratti di mare, per permettere solo ai turisti di praticare questo sport; un caso esemplare che per ora sembra essere l'unico eclatante è quello delle isole Mauritius (Buckley, Guitard, Shakeela 2017). Vista la non abbondante presenza di onde, ma il crescente interesse turistico per questa attività, grandi società hanno iniziato ad acquistare intere isole per farne surf resort esclusivi vietando l'accesso alla spiaggia, ma in alcuni casi anche via mare, a tutti i non ospiti (Buckley, Guitard, Shakeela 2017). Un altro caso di importanza minore è stata la chiusura al libero accesso nel 2018 di una spiaggia nei pressi di San Francisco (CA), un tratto di costa molto frequentato e con ottime onde (Canon 2018). Nonostante i casi di questo tipo siano ancora limitati, considerando il crescente interesse turistico legato al surf da onda (Barbieri, Sotomayor 2013), non sono da escludere in futuro altri casi simili (Buckley, Guitard, Shakeela 2017).

Per il windsurf, invece, non sono mai stati registrati casi e tensioni simili a quelli sopra descritti; sicuramente perché il windsurf è uno sport meno popolare e praticato del surf da onda, ma anche per la natura stessa dello sport. Il windsurf sfrutta il vento. Il vento è una risorsa climatica e quindi inesauribile e libera, non esistono meccanismi al fine di allocarla o dividerla (Gomez Martin 2005); finché ci sono le condizioni perché soffi il vento soffierà senza limiti di superficie. Parlando di sostenibilità, il vento è un elemento che soddisfa sia l'aspetto ambientale che sociale. Dal punto di vista ambientale, in quanto elemento climatico è rinnovabile e non si degrada, nel senso che la quantità di esso disponibile in futuro non è affetta dalla quantità che è stata disponibile in passato, lo sfruttamento del vento non ne influenza la qualità e la quantità disponibile in futuro, come accade

invece per altri elementi naturali come le acque flora e la fauna, (Gomez Martin 2005). Dal punto di vista sociale, come già accennato, non crea tensioni dovute all'appropriamento in quanto risorsa libera e disponibile a tutti. È noto che il turismo tende a creare tensioni per l'appropriamento di risorse locali; è il caso di appezzamenti di terreno a scopo turistico a discapito dell'agricoltura nelle aree mediterranee (Gomez Martin 2005). O delle già citate tensioni e ingiustizie sociali generate dal turismo legato al surf da onda. Un'attività che genera tensioni a livello sociale non è da considerarsi sostenibile e il vento non presenta queste caratteristiche conflittuali. Dal momento che in relazione al vento non si pongono problemi di limiti di spazi o risorse, e il windsurf è dipendente dal vento, il windsurf può essere considerata un'attività più sostenibile di molte altre. Il fatto che questo sport non ponga limiti e tensioni riguardanti spazio e risorse è un aspetto che va tenuto in considerazione.

1.2.2 Situazioni metereologiche avverse come risorsa

È stato ampiamente dimostrato che il clima e le condizioni meteorologiche sono fattori fondamentali nella scelta di una destinazione turistica (Hamilton, Maddison, Tol 2005; Kulendran, Dwyer 2010; Ridderstaat et al., 2014). Gli elementi che risultano avere più influenza sul turismo sono: la temperatura, le ore di luce, le precipitazioni, il vento, l'umidità e la pioggia (Gomez Martin 2005) Il vento in particolare, soprattutto se forte è solitamente considerato una situazione avversa al turismo, sia dagli operatori, in particolare per le aziende che propongono attività outdoor è una condizione addirittura pericolosa, che per i turisti, da cui è spesso percepito come brutto tempo (Becken, Zammit, Hendrikx 2014).

Chi pratica windsurf, invece, cerca destinazioni con forte vento, in quanto elemento climatico il vento non può essere spostato o riprodotto artificialmente ma va "consumato" in loco (Gomez Martin 2005). Quindi, in quanto attività clima-dipendete il windsurf tende generare la necessità di spostarsi per trovare condizioni climatiche adatte a praticarlo e quindi a provocare flussi turistici (Gomez Martin 2005). È così che alcune destinazioni hanno sfruttato situazioni metereologiche tradizionalmente avverse per il turismo, in risorse per lo sviluppo di prodotti turistici caratterizzanti come il windsurf e il kitesurf (Gomez Martin 2005; Scott, Lamieux, Malone 2011). Alcune destinazioni hanno utilizzato proprio questa caratteristica per sviluppare l'industria turistica locale, ma anche come narrativa pubblicitaria della destinazione; ad esempio, la costa che da Tarifa

(Spagna) arriva al Portogallo, chiamata *Costa de la Luz*, ma ormai conosciuta con l'aggiunta "e y Viento" per sottolineare la caratteristica dell'area. Tarifa viene definita la "Capitale Europea del windsurf" (Scott, Lamieux, Malone 2011), mentre la "Capitale del vento" è Pozo, Gran Canaria⁴¹. Esempi del genere potrebbero proseguire, ma la questione centrale è che grazie al vento e alle attività collegate come il windsurf, alcune località, spesso marginali e poco considerate, trovano in risorse non convenzionali la possibilità di un forte sviluppo turistico e quindi economico della località (Gomez Martin 2005). Il vento non è stato sfruttato solo come risorsa, ma anche come strumento per brandizzare la destinazione: è ormai usanza abbastanza comune nel mondo del marketing turistico pubblicizzare le destinazioni utilizzando una caratteristica climatica per costruire il mito della destinazione che permette di stereotiparne l'immagine in modo da creare un'idea chiara nella mente del turista (Gomez Martin 2005). Questa è l'operazione adottata in destinazioni come Tarifa.

Nonostante la letteratura a riguardo non sia molto estesa, è stato dimostrato che le informazioni climatiche vengono utilizzate in modi diversi dai turisti per progettare una vacanza (Hamilton e Lau 2005; Scott, Lamieux, Malone 2011). In uno studio di Scott, Lamieux e Malone (2011) viene sottolineato come il clima, le previsioni del tempo, e poi le effettive condizioni metereologiche influiscano in modi e momenti diversi nelle diverse fasi di programmazione di una vacanza. Va fatta una distinzione tra clima e tempo atmosferico, ovvero il clima è un concetto astratto che rappresenta le condizioni atmosferiche prevalenti di una zona, generato da un'osservazione prolungata nel tempo (Gomez Martin 2005). Il tempo atmosferico invece è lo stato metereologico effettivo in un preciso posto e momento e generalmente è fornito da una stazione metereologica o dall'osservazione diretta di un'area specifica (Gomez Martin 2005).

⁴¹ www.grancanaria.com.

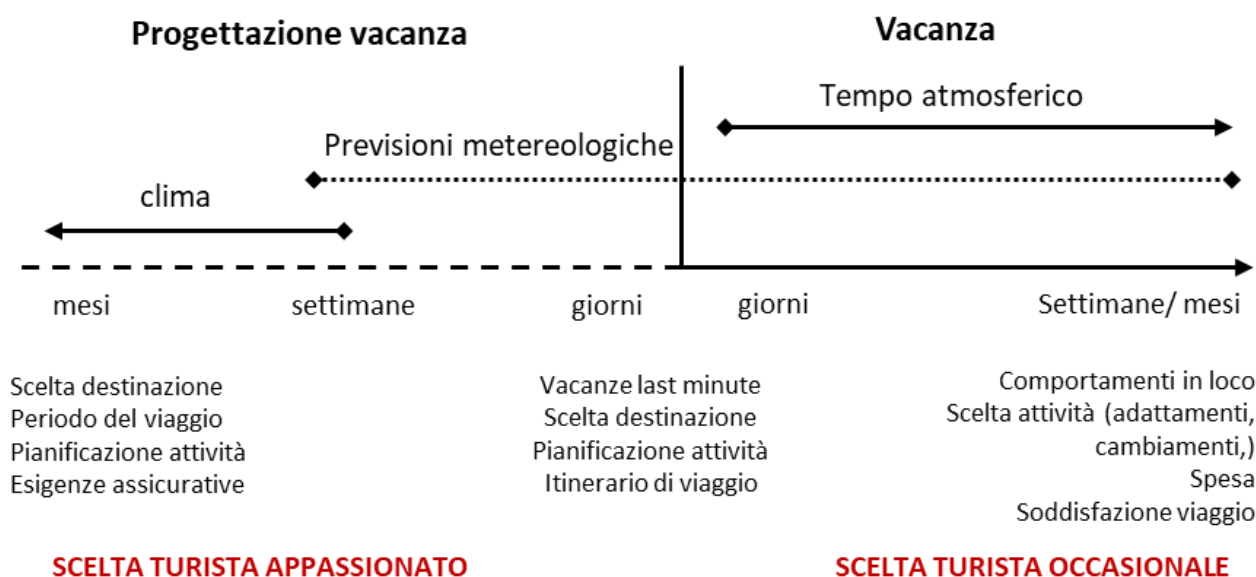


Figura 2. Rielaborazione dell'autrice di Scott, Lamieux, Malone, 2011, p. XX

Se nello schema viene considerata la variabile vento come variabile metereologica: tenendo conto delle diverse tipologie di turista è possibile collocare in punti diversi i gruppi di turisti precedentemente individuate. Gli appassionati possono essere collocati nella parte sinistra dello schema in quanto considereranno il vento come base della programmazione della vacanza, infatti, sarà il vento a determinare la scelta della destinazione ed il periodo in base alla stagionalità legata al vento. Il gruppo di turisti occasionali invece, sarà collocato molto più a destra nello schema, in quanto il vento conterà solo durante la vacanza influenzando la scelta last minute di provare l'attività del windsurf.

Gli appassionati viaggiano per praticare windsurf e, in base ai diversi momenti dell'anno, esistono diverse destinazioni che verranno analizzate nel terzo paragrafo. Si può dire che un appassionato viaggia con consapevolezza del vento e in funzione di esso, mentre un turista occasionale è inconsapevole della variabile vento e che viaggia con altre caratteristiche climatiche principali come obiettivo (come le temperature ad esempio). In entrambe le categorie però, il vento può determinare la soddisfazione finale generale del viaggio (Gomez Martin 2005; Scott, Lamieux, Malone 2011), dal momento che spesso influisce sulla riuscita delle attività fatte o programmate e non eseguite durante la vacanza (Gomez Martin 2005).

1.2.3 ICT per le previsioni del vento

Parlando di meteorologia deve essere sicuramente affrontato il discorso delle previsioni; negli ultimi anni si è notato il proliferare di provider di informazioni e ICT (Information Communication Technologies), sia privati che non, specializzati in previsioni meteorologiche (Scott, Lamieux, Malone, 2011). Sempre più turisti e aziende legate al turismo dichiarano di utilizzare queste tecnologie per programmare la propria attività (Becken, Zammit, Hendrikx 2014).

Per quanto riguarda le previsioni del vento c'è un interesse crescente da parte delle istituzioni per lo sviluppo di tecnologie di previsione a breve termine, soprattutto in rapporto ai cambiamenti climatici. Questo obiettivo è stato inserito nella strategia 2020 per lo sviluppo sostenibile dell'Unione Europea dal momento che le previsioni a breve termine di eventi ventosi aiutano nella gestione di campi di pale eoliche (Sanchez-Medina et al., 2019), garantiscono maggiore sicurezza della popolazione locale e dei turisti (generalmente meno preparati), in caso di eventi meteorologici straordinari, che tendono ad essere sempre più frequenti conseguentemente al cambiamento climatico causato dal riscaldamento globale (Sanchez-Medina et al., 2019; Stewart, Pielke, Nath 2004). Inoltre, è stato provato che le previsioni meteorologiche influiscono sempre di più sulle scelte e sul flusso turistico, soprattutto nelle scelte last minute, quindi, le previsioni meteorologiche stanno diventando sempre più uno strumento turistico (Scott, Lamieux, Malone 2011). Nonostante questa premessa è stato più volte riportato in studi che la comunicazione della climatologia delle coste spesso non risulta essere *user friendly* per i turisti (Gamble, Leonard 2005; Scott, Lamieux, Malone 2011). Il turista medio trova spesso che le previsioni fornite da enti pubblici territoriali o nazionali forniscano un eccesso di informazioni difficili da interpretare (Scott, Lamieux, Malone 2011). Da uno studio condotto sulle coste americane è emerso che i turisti preferiscono informazioni chiare e comprensibili a colpo d'occhio, senza mappe complicate da leggere o dati da interpretare (Gamble, Leonard 2005; Scott, Lamieux, Malone 2011). Gli studi sopra citati non sono stati condotti in Italia e non risultano esserci studi simili condotti nel paese, ma i risultati riscontrati all'estero possono essere applicati in modo plausibili anche in abito italiano. Infatti spesso le previsioni meteorologiche fornite (on-line) da enti pubblici, soprattutto dalle regioni, nonostante la precisione e abbondanza di informazioni risultano spesso poco leggibili a colpo d'occhio o accessibili solo attraverso siti obsoleti; un esempio possono essere le previsioni fornite dalla regione Sardegna mediante il

dipartimento meteorologico Sardegna Arpa⁴² che nonostante la possibilità di avere una vista satellitare delle condizioni meteorologiche in tempo reale, presenta una pagina web decisamente confusionaria e arretrata e quindi poco leggibile. La regione Sardegna non è l'unico caso del genere, quindi nonostante non vi siano evidenze scientifiche è plausibile pensare che il turista medio si affidi a siti di informazione meteorologica privati e di più semplice lettura ma spesso meno precisi.

Gli appassionati di windsurf invece, ragionano contro tendenza rappresentando un'eccezione, infatti i siti di previsione del vento sono assolutamente noti ed estremamente usati, assieme ai bermuda e al van avere sempre un occhio su siti per le previsioni del vento fa parte del *lifestyle* di un windsurfista. Siti come Windfinder⁴³ e Windy⁴⁴ forniscono previsioni precise e la situazione del vento in tempo reale di tutto il mondo. Siti come Windfinder sono deliberatamente pensati per gli appassionati di windsurf, kitesurf e vela, difatti, hanno punti di interesse particolari segnalati per questi sport di cui forniscono informazioni e previsioni dettagliate. Windfinder ha addirittura un archivio meteo storico, a pagamento, che permette di scegliere la destinazione per la propria vacanza in base alle condizioni di vento che si preferiscono⁴⁵.

Un altro servizio a cui un windsurfista non può rinunciare sono le webcam: gran parte dei windsurfisti sono "webcam dipendenti", per controllare in tempo reale la condizione del vento nel proprio *spot* preferito. Windfinder, ad esempio, fornisce anche un servizio di webcam, ma ne esistono di più specifici generalmente in base alle località. Un caso interessante è quello di Addicted sport⁴⁶, un sito tedesco che fornisce un servizio webcam per le località di maggiore interesse per i windsurfisti e kitesurfisti tedeschi, pertanto, presenta la vista su molti laghi tedeschi e austriaci, ma anche sul lago di Garda e la costa del Mar Rosso. Assieme al video in tempo reale il sito fornisce la velocità del vento normale e il picco di raffica, la temperatura esterna e dell'acqua. I windsurfisti controllano anticipatamente le previsioni del vento per organizzare le uscite in windsurf e poi in tempo reale le webcam dalle quali è possibile capire la presenza di vento o meno dal moto ondoso e dalle informazioni fornite dal sito. Qualora dalle webcam si intuisse che ci siano buone condizioni per il windsurf, i windsurfisti nelle vicinanze degli spot si apprestano a raggiungere l'acqua. Alcuni

⁴² <http://www.sar.sardegna.it/>.

⁴³ <https://it.windfinder.com/>.

⁴⁴ <https://www.windy.com/>.

⁴⁵ <https://it.windfinder.com/historical-weather-data/>.

⁴⁶ <https://it.addicted-sports.com/webcam>.

in caso di condizioni molto buone e prossimità sono anche disposti a prendere qualche ora di ferie dal lavoro per poter andare in windsurf.

I turisti e gli appassionati non sono gli unici ad utilizzare ICT relative alle informazioni sul vento, anche gli operatori turistici ne fanno ampio uso dal momento che dalle condizioni metereologiche spesso dipende la programmazione delle attività. (Becken, Zammit, Hendrikx 2014 ; Sanchez-Medina et al., 2019 ; Scott, Lamieux, Malone 2011). Le scuole di windsurf in particolare programmano le proprie attività in base alle condizioni del vento, basandosi su previsioni a breve termine. Gran parte delle scuole soprattutto quelle sulle coste marittime o oceaniche si riservano di annullare lezioni per principianti in caso di condizioni di vento troppo forte o moto ondoso pericoloso⁴⁷.

I.3 Destinazioni turistiche per l'attività del windsurf

Considerando una destinazione turistica a questo punto, si può affermare che le caratteristiche geografiche e geomorfologiche sono una risorsa su cui si basa l'attività turistica, e il clima è uno degli elementi che caratterizzano una destinazione e che come già visto, che influenzano maggiormente le condizioni che favoriscono l'attrazione turistica (Gomez Martin 2005). La scelta di una località turistica è influenzata da diversi fattori, tra cui quelli economici (Gomez Martin 2005), tra questi ultimi vanno sottolineate due classi di fattori, quelli spaziali e quelli ambientali (Butler 1986). I fattori spaziali sono composti da accessibilità, costo dei trasporti, mercato interno, costo della terra, competitività; mentre i fattori ambientali sono le caratteristiche naturali quindi il clima, geologia, topografia, flora, fauna (Gomez Martin 2005). Analizzando una destinazione vanno presi in considerazione entrambi gli aspetti, poi al variare dei casi alcuni fattori potrebbero essere più importanti di altri. Parlando di destinazioni legate alla pratica del windsurf, i fattori ambientali saranno fondamentali, ma anche quelli spaziali costituiscono una parte importante. Quando si analizzano una destinazione e i fattori che influiscono su di essa è molto importante distinguere i vari livelli di analisi su cui si lavora, dunque, partendo da fattori riscontrabili su una scala globale e generalizzata si può arrivare all'analisi di fattori particolari riferiti ad un'area molto ristretta di una destinazione (Gomez Martin 2005). Dal momento che il windsurf è un'attività clima-dipendente, il

⁴⁷ <http://www.windsurfingclasses.com/>; <https://www.pointbreakschool.com/>; <https://www.rene-egli.com/it/>.

fattore climatico sarà uno dei più influenti nell'analisi di una destinazione; la comprensione della climatologia a scala locale sempre più ridotta e dettagliata sta acquistando crescente importanza e considerazione (Becker 1998; Gomez Martin 2005; Li, Song, Li 2017), dal momento che non considerare il clima nel dettaglio potrebbe portare a non considerare microclimi e fare scelte e strategie turistiche errate (Gomez Martin 2005). Ciò non toglie che anche il fattore climatico su larga scala (globale) sia importante e vada considerato dal momento che influenza lo *zoning* turistico (Gomez Martin 2005) ovvero la suddivisione del territorio e dei flussi turistici, in zone destinate ad attività e scopi diversi.

Di seguito verranno presentate delle destinazioni turistiche legate all'attività del windsurf e verrà sottolineato come fattori climatici generali siano importanti per la scelta della destinazione per macroaree, ma anche come alcuni fattori climatici locali e caratteristici su piccola scala, influiscano fortemente all'interno di una destinazione. Non è un caso che per la pratica del windsurf esistano guide alle destinazioni con descrizioni specifiche delle diverse spiagge⁴⁸, infatti il fondale, le correnti o le caratteristiche territoriali del luogo possono creare microclimi con caratteristiche particolari e particolarmente favorevoli per la pratica del windsurf.

1.3.1 Rilevanza della stagionalità della destinazione

In relazione al clima e alle destinazioni turistiche va sottolineato anche l'aspetto della stagionalità. Una definizione di stagionalità ampiamente usata in letteratura è quella fornita da Butler nel 2001, (Cannas 2012; Ferrante, Lo Magno, De Cantis 2018; Ridderstaat, Croes 2020) ovvero "uno squilibrio temporaneo del fenomeno turistico, che può essere espresso in termini di numero di visitatori, traffico sulle strade, occupazione e accesso alle attrazioni "(Butler 2001), si tratta quindi della distribuzione non bilanciata della domanda turistica in diversi periodi dell'anno (Corluka, Mikinac, Milenkovska 2016). Il fenomeno della stagionalità è ormai intrinseco e inevitabile nell'attività turistica (Cannas 2012), i paesi europei, soprattutto quelli appartenenti all'area mediterranea, come Spagna, Francia, Italia, Grecia e le isole, in particolare le destinazioni situate sulle coste marittime risultano essere fortemente soggetti al fenomeno (Ferrante, Lo Magno, De Cantis 2018). I fattori che determinano la stagionalità sono vari e di diversa natura e sono stati ampiamente studiati in

⁴⁸ <https://www.4actionsport.it/water/windsurf/spot-guide-windsurf/>

letteratura; per un'analisi accurata e completa è fondamentale considerare le diverse determinanti come un unicum e non concentrare l'attenzione su un'unica categoria. Ridderstaat e Croes in una ricerca del 2020 hanno sottolineato come molti studi riguardanti la stagionalità, soprattutto dello scorso decennio, benché approfonditi e corretti peccassero nel fatto di considerare singoli aspetti o fattori, senza avere uno sguardo più macroscopico e d'insieme (Ridderstaat, Croes 2020). Detto questo è bene individuare le cause principali che determinano la stagionalità, in letteratura sono state fatte svariate ipotesi di classificazione a riguardo (Cannas 2012), negli ultimi anni va affermandosi un'ipotesi che vede due grandi gruppi di cause: cause naturali e cause istituzionali (Cannas 2012; Ferrante, Lo Magno, De Cantis 2018; Goulding 2006). La stagionalità naturale è definita dalle variazioni climatiche nel corso dell'anno (Cannas 2012), in particolare dalla temperatura dell'aria e dell'acqua, precipitazioni, venti, nuvole e sole (Corluka, Mikinac, Milenkovska 2016) e dalle ore di luce nel corso della giornata (Cannas 2012). La stagionalità istituzionalizzata, invece, è definita dalle variazioni temporali create dalle azioni umane, essa è quindi costituita da una combinazione di fattori culturali, politici, religiosi, sociali e legislativi (Cannas 2012). Uno dei fenomeni più rappresentativi riguardanti questa categoria sono le vacanze estive scolastiche e delle industrie che causano picchi di attività turistica durante la stagione estiva, considerando l'Europa, in particolare nel mese di agosto (Cannas 2012; Rossellò, Sansò 2017). Lo stesso discorso vale per i fine settimana, le vacanze invernali o eventi (come festival) che si ripetono periodicamente (Rossellò, Sansò 2017). Ma la stagionalità istituzionale è determinata anche da "cause sociali", ovvero le mode spesso dettate dalla società che provocano pressione sui membri che ne fanno parte, specialmente all'interno dei ceti alti della popolazione europea e nordamericana esistono determinate località da frequentare e determinati sport da praticare in definiti periodi dell'anno che negli anni possono variare in base alla moda (Cannas 2012). Cannas (2012) ha quindi individuato la natura e motivazioni istituzionali (ad esempio le vacanze o la pressione sociale) come *push factor* che influenzano le aree in cui si genera la domanda turistica, mentre il clima, eventi e la pratica di sport come dei *pull factor* che attraggono il pubblico in una determinata destinazione.

La stagionalità, quindi può essere definita un fenomeno dipendente dalla dimensione spazio-temporale (Cannas 2012) che si ripete ciclicamente (Ferrante, Lo Magno, De Cantis 2018). Ferrante, Lo Magno e De Cantis (2018) hanno dimostrato come la stagionalità segua schemi ripetitivi chiari e ben strutturati piuttosto che irregolarità casuali e sono stati in grado di individuare diversi pattern in base alle diverse zone d'Europa, dalla ricerca è emerso che le destinazioni costiere di paesi

mediterranei, ovvero l'area d'interesse di questa ricerca, risultano essere caratterizzate da un picco stagionale unico molto intenso e localizzato nei mesi estivi (Ferrante, Lo Magno, De Cantis 2018). La stagionalità in una destinazione ha poi forti impatti e ripercussioni sociali, economici e ambientali (Cannas 2012), ma questo aspetto verrà analizzato in modo approfondito nel terzo capitolo.

La stagionalità naturale, in particolare, influenza in modo differente le varie tipologie di turismo (Gomez Martin 2005): il turismo costiero, specialmente nell'area mediterranea (Cannas 2012; Corluka, Mikinac, Milenkovska 2016), e il turismo che prevede attività *outdoor*, soprattutto sportive (Gomez Martin 2005) sono due tra le tipologie di turismo che più risentono della stagionalità naturale. Mentre il turismo culturale in particolare quello delle città d'arte risulta essere molto meno influenzato (Ferrante, Lo Magno, De Cantis 2018). Quindi l'attività del windsurf in quanto attività *outdoor*, praticata sulle coste e clima dipendente è un'attività che risente estremamente della stagionalità naturale e quindi è probabile che causi flussi turistici stagionali con picchi piuttosto che flussi regolari. Da qui la scelta di individuare destinazioni turistiche popolari per l'attività del windsurf nell'area mediterranea e individuarne caratteristiche e peculiarità.

Come già accennato nei paragrafi precedenti è bene ricordare che il "bel tempo" o "buon clima" sono concetti relativi, ovvero dipendendo dall'attività che si intende praticare. È chiaro che il buon clima per praticare lo sci è completamente opposto a quello per nuotare in mare o in un lago, e l'idea di bel tempo per praticare il windsurf è diversa da quella per il ciclismo dato che nel primo caso il forte vento è un elemento assolutamente positivo mentre nel secondo caso rappresenta un elemento di disturbo (Gomez Martin 2005). Dal momento che la forte stagionalità turistica è spesso considerata un problema (Corluka, Mikinac, Milenkovska 2016), la percezione diversa di condizioni ottimali potrebbe essere una risorsa e distribuire il flusso turistico in modo più omogeneo. In relazione al windsurf si cercherà di verificare se il periodo di interesse dei windsurfisti coincida con quello di altre tipologie di turismo o se il picco d'interesse risulta essere in periodi diversi.

1.3.2 Principali destinazioni nel bacino mediterraneo

Di seguito verranno presentate quattro destinazioni diverse, selezionate in base alla popolarità in riviste, blog legati al windsurf, competizioni (principalmente PWA) ed effettivi servizi legati al windsurf nella destinazione, riducendo l'area di interesse al bacino mediterraneo dal momento che

quest'area fornisce spunti interessanti dal punto di vista climatico e di stagionalità dei flussi. È bene però ricordare che al di fuori del Mediterraneo, ma in aree che sono parte dell'Unione Europea vi sono destinazioni altrettanto importanti come le Isole Canarie (di cui si parlerà nel secondo capitolo), Capo Verde, Dkhla ed Essauira in Marocco, la costa di Algarve in Portogallo. È stato consapevolmente scelto di non analizzarle per una questione di tempo e interesse di studio. Ai fini della ricerca sono state utilizzate in molti casi fonti come siti web dedicati come Waterwind⁴⁹ e Surftribe⁵⁰, due blog per appassionati di *surf sport* dove gli utenti hanno la possibilità di lasciare recensioni e sono presenti descrizioni molto dettagliate delle varie località per la pratica del windsurf. I blog sono stati molto importanti, dal momento che letteratura scientifica con il focus su località turistiche legate alla pratica del windsurf è molto scarsa, ma soprattutto perché attraverso la lettura delle descrizioni è possibile avere il punto di vista e l'opinione diretta di windsurfisti dal momento che spesso hanno bisogni e preferenze differenti da quelle di altri tipi di turisti.



Figura 3 Località analizzate, elaborazione dell'autrice su base mappa di maps.com.

- *Tarifa, Spagna*

Dal momento che è stata già precedentemente menzionata e che gode di grande polarità la prima destinazione che verrà portata all'attenzione è Tarifa. Tarifa (Spagna) è una località particolare per

⁴⁹ <https://www.waterwind.it/>

⁵⁰ <https://www.surftribe.it/>

diverse ragioni; prima di tutto è la città più a sud d'Europa; infatti, si trova sulla punta della penisola andalusa a sud di Gibilterra, affacciandosi di fatto sullo stretto di Gibilterra⁵¹. Tutta l'area che da Tarifa si estende verso ovest fino a Cadice e a est fino Gibilterra fino agli anni '80 non ha goduto di particolare popolarità turistica visto la presenza costante di forte vento, ma con lo sviluppo di sport come il windsurf, surf e più recentemente il kitesurf la zona ha acquistato popolarità che ha premesso un forte sviluppo turistico (Gomez Martin 2005; Rivera Mateos 2016). Andando per ordine, la zona presenta una costa ovest bagnata dall'oceano Atlantico e una costa est bagnata dal Mar Mediterraneo⁵², questa posizione rende l'area particolarmente esposta ai venti, Tarifa è appunto chiamata anche la "città del vento" (Rivera Mateos 2016) o la "capitale del vento" (Gomez Martin 2005). I venti che principalmente interessano la zona sono il Levante e il Ponente⁵³, il vento di Levante soffia da est/ sud-est verso ovest, mentre il ponente soffia da ovest verso est, la zona non è ventosa solo perché si trova a cavallo tra mare e oceano, ma anche perché lo stretto di Gibilterra crea un effetto detto tunnel o imbuto che amplifica la forza del vento che passa nello stretto (Rivera Mateos 2016). Il vento di Levante infatti ha una forza che si aggira tra i 17 e i 35 nodi (30-65 km/h), mentre il vento di Ponente tra i 10 e i 27 nodi (19-50 km/h)⁵⁴, non solo il vento che interessa la zona ha una forza da media a molto forte, ma è presente praticamente il 99% dell'anno (Rivera Mateos 2016).

Queste caratteristiche particolari hanno portato la zona alla specializzazione turistica in sport acquatici e al giorno d'oggi sono presenti più di venti scuole di windsurf e kitesurf e più di trenta attività collegate ai *surf sports* (Rivera Mateos 2016). Le caratteristiche territoriali della zona sono ottimali per la pratica di questi sport: le spiagge sono ampie e l'esposizione della costa verso due direzioni diverse permette di avere sempre buone condizioni; come già accennato in precedenza, per quanto riguarda i venti, i microclimi particolari contano. Infatti, in caso di vento da Levante sono preferibili *spot* con esposizione a est come Valdevaqueros e Bolonia che si trovano sulla costa ovest ma in baie e Playa Chica che si trova sulla costa est, mentre con vento da Ponente lo *spot* più popolare è sicuramente la spiaggia di Los Lances che si estende per più di 7 chilometri⁵⁵ (Rivera Mateos 2016 pp. 362-363). In base la vento varia anche il moto ondoso, infatti con vento Levante il mare tende ad essere poco mosso e quindi le condizioni sono più indicate per praticare slalom,

⁵¹ <https://www.google.com/maps/@36.4837472,-6.240107,9.36z>.

⁵² *Ibidem*.

⁵³ <http://www.gotarifa.com/en/sport/windsurfing.html>.

⁵⁴ *Ibidem*.

⁵⁵ <http://www.gotarifa.com/en/sport/windsurfing.html>.

freestyle e *cruising*, mentre con vento da ponente il mare tende ad essere molto mosso e quindi le condizioni sono più adatte alla pratica del *wave* ⁵⁶. Per quanto riguarda la stagionalità, il vento di Levante generalmente soffia da aprile a ottobre, mentre quello di Ponente soffia da novembre ad aprile ⁵⁷, date le condizioni il windsurfista medio preferisce il vento di Levante e blog e riviste consigliano la destinazione nei mesi tra aprile e ottobre⁵⁸, di fatto la stagionalità coincide con quella dei turisti più tradizionali provenienti in particolare dal nord Europa (Rivera Mateos 2016).



Figura 4 windsurf e kitesurf sulla spiaggia Los Lances, Tarifa. Fonte: Pinterest.it di Tina Smith.

Negli anni '90 Tarifa era considerata la Mecca del windsurf⁵⁹, nel corso degli anni il sistema di aziende legato al windsurf comprendente scuole, negozi, alloggi e servizi vari, si è sempre più evoluto, ampliato e fortificato fino a formare una piattaforma molto solida che ha permesso lo sviluppo turistico anche di altri ai *surf sport* (Rivera Mateos 2016). Al giorno d'oggi, infatti, il windsurf è stato superato per popolarità dal kitesurf (Rivera Mateos 2016), i due sport sono così polari e praticati che la municipalità ha ritenuto necessario dividere lo spazio in acqua in zone per la pratica del kitesurf e altre per la pratica del windsurf. In ogni caso il windsurf rimane un'attività molto importante. È interessante notare come l'organizzazione ben strutturata e l'abbondanza di servizi

⁵⁶ <http://www.gotarifa.com/en/sport/windsurfing.html>; <https://www.waterwind.it/>.

⁵⁷ <http://www.gotarifa.com/en/sport/windsurfing.html>.

⁵⁸ <https://www.waterwind.it/new/en/spots/spots-review>; <https://www.surf-magazin.de/reisen/spanien/spanien-tarifa>; https://1001beach.com/it/europe/top_20_of_the_best_spots_for_windsurfing_in_europe.

⁵⁹ <https://www.waterwind.it/>.

specializzati nei *surf sport* come scuole, noleggi, negozi specializzati e alloggi appositi sia uno dei maggiori fattori di attrazione della località, infatti da una ricerca condotta da Manuel Rivera Mateos (2016) è emerso che tra i turisti praticanti *di surf sport* il fattore di attrattiva che più influisce nella scelta di questa destinazione è l'abbondante presenza di attività commerciali specializzate (p. 361). Altri fattori influenti, al secondo posto per punteggio, sono le condizioni del vento, altre attrattive influenti sono la possibilità di praticare più di un'attività sportiva, la varietà di spiagge e *spot* e un ambiente naturale ben conservato nonostante l'estensione dell'impresa turistica.

- *Sardegna, costa nord, Italia*

La Sardegna è un'isola collocata nel Mediterraneo occidentale ad ovest rispetto alla penisola italiana e a sud della Corsica⁶⁰. La regione è rinomata per il classico turismo "sole- sabbia- mare" grazie ai suoi 1.897 chilometri di coste (Fadda 2020), dagli anni Sessanta il turismo si è sviluppato fino a diventare l'attività economica prevalente dell'isola (Fadda 2019). In realtà oltre al classico turismo delle "tre S" grazie alle caratteristiche dell'isola si sono sviluppate anche altre tipologie di turismo, in particolare quello legato agli sport *outdoor* come arrampicata sportiva, trekking, ma soprattutto turismo legato ai *surf sport* (Fadda 2020). Grazie alle condizioni climatiche favorevoli, infatti è stato possibile lo sviluppo di attività legate al windsurf, kitesurf e surf da onda (Fadda 2019). Il surf da onda è l'attività con lo sviluppo più recente, infatti, tra il 2010 e il 2016 si è registrata un'impennata nell'apertura di centri legati a questo sport. Per quanto riguarda il kitesurf la diffusione e conseguente apertura di attività commerciali legate ad esso, risale agli anni Novanta. Il windsurf, invece, diventò molto popolare sull'isola già negli anni Ottanta, infatti, una delle prime scuole di windsurf venne aperta nel 1983 (Fadda 2019) come già riportato nel caso di Tarifa il windsurf è stato l'attività di base per uno sviluppo turistico della località legato ai *surf sport*. Da una mappatura condotta nel 2017, è emerso che sull'isola sono presenti 11 scuole di windsurf, gran parte delle quali situate sulla costa nord (Fadda 2019); per questo motivo di seguito l'attenzione sarà concentrata su quest'area.

La costa settentrionale sarda che da Palau si estende fino alla penisola di Stintino risulta essere la più ricca di *spot* per praticare windsurf e di fatto la zona più gettonata dai turisti che praticano *surf sport* (Fadda 2019). Questo è dovuto alle caratteristiche meteorologiche della zona, infatti la costa è sempre interessata da venti, in particolare dal Maestrale (vento proveniente da nord est),

⁶⁰ <https://www.google.com/maps/place/Sardegna>.

Tramontana (nord), Levante (da Nord est) Libeccio (Sud ovest) e Ponente (da Ovest) (Pressler 2013). Non solo la costa è esposta a venti, ma la vicinanza di essa con la costa meridionale della Corsica forma uno stretto tra le due isole, le Bocche di Bonifacio, creando un effetto tunnel tra le due isole che intensifica la forza del vento sulla costa sarda⁶¹. Questo effetto tunnel ha addirittura un proprio nome tecnico: “effetto Venturi”, esso intensifica in modo particolare i venti provenienti da ovest che passando nelle bocche di Bonifacio ne escono intensificati verso est soffiando con molta forza sulla costa sarda⁶², i venti interessati da questo fenomeno sono in particolare il Maestrale e il Ponente che in condizioni e giornate particolarmente favorevoli arrivano a soffiare addirittura con una forza di 50 nodi (92 Km/h)⁶³ (Pressler 2013). Inoltre, dal momento che la costa è molto frastagliata con baie e penisole, ed i venti generalmente soffiano *crosshore* è possibile avere contemporaneamente condizioni di moto ondoso diverso, spesso accade infatti che all’interno della baia di porto Pollo l’acqua sia piatta, mentre all’esterno della baia in *spot* come Capo Testa o Stintino ci siano onde fino a due metri⁶⁴ (Pressler 2013) ciò rende possibile praticare sia *wave* che slalom e freestyle.



Figura 5 windsurf nella baia di Porto Pollo. Fonte: brattoni.com

⁶¹ <https://fhacademy.it/porto-pollo-wind-spot.html>.

⁶² Ibidem.

⁶³ <https://fhacademy.it/porto-pollo-wind-spot.html>.

⁶⁴ <https://www.4actionsport.it/fun131-north-shore-of-sardinia-la-ciaccia/>

La Sardegna è conosciuta soprattutto come destinazione per windsurfisti esperti, su blog come waterwind.it è frequente trovare commenti e recensioni da parte di windsurfisti poco esperti che si riferiscono alla zona con “timore” in quanto le condizioni di vento e mare sono spesso impegnative⁶⁵. Inoltre, da una ricerca condotta da Nicoletta Fadda (2019) sui comportamenti dei turisti praticanti di *surf sport* nella regione è emerso che gran parte di essi non spendono o spendono molto poco denaro per il noleggio dell’attrezzatura sul luogo, dal momento che gran parte di essi porta la propria attrezzatura personale da casa; questo atteggiamento è tipico di windsurfisti esperti, quindi è verosimile affermare che la maggioranza di turisti che praticano windsurf frequentanti la zona sono appassionati ed esperti. Dalla stessa ricerca emerge che gran parte dei turisti windsurfisti nella destinazione hanno la pratica del windsurf come obiettivo primario del viaggio (Fadda 2019). Detto ciò, data la presenza di strutture come scuole di windsurf è certo che vi siano anche windsurfisti occasionali e principianti, però in numero minore rispetto ad esperti. Per quanto riguarda le scuole di windsurf gran parte di esse sono situate nei pressi di Porto Pollo ⁶⁶. Porto Pollo infatti risulta essere una delle località più famose per la pratica del windsurf, dal momento che è situato in una baia la località risulta essere protetta dal moto ondoso e nella parte più interna della baia anche dal vento, rendendo il luogo sicuro anche per i windsurfisti meno esperti⁶⁷. Per i windsurfisti più esperti, invece, è sufficiente spostarsi di poche centinaia di metri e uscire dalla baia per trovare condizioni molto più interessanti ⁶⁸(Pressler 2013).

Per quanto riguarda la stagionalità, in generale il maggior numero di presenze turistiche sull’isola si registra tra giugno e settembre (turisti italiani presenti maggiormente tra luglio e agosto mentre gli stranieri tra giugno e settembre) (Fadda 2019). Il periodo migliore per i venti invece risulta essere da aprile a ottobre, i mesi migliori in particolare sono aprile, maggio, ottobre e novembre (Pressler 2013). Pertanto, il turismo relativo ai *surf sport* generalmente è leggermente spostato e destagionalizzato rispetto ai picchi turistici classici (Fadda 2019).

⁶⁵ <https://www.waterwind.it/new/it/windsurf/report-e-foto/report-sessioni>.

⁶⁶ <https://www.google.com/maps/search/windsurf++center>.

⁶⁷ <https://www.waterwind.it/new/it/windsurf/report-e-foto/report-sessioni>.

⁶⁸ Ibidem.

- *Isole greche*

La Grecia indubbiamente è una delle destinazioni mediterranee più classiche e frequentate e data la vastissima estensione delle coste è una destinazione popolare anche per il windsurf. Tutte le riviste specializzate propongono diverse località greche come destinazione; sia “4 Windsurf” che “Surf Magazine” hanno una serie di articoli dedicati; le vacanze che vengono proposte sono rivolte ad appassionati che vogliono affiancare il windsurf a lesure e relax, l’idea che viene trasmessa è di una vacanza meno impegnativa, athleticamente parlando, rispetto a destinazioni come Tarifa o la Sardegna. Le località che al momento sembrano essere più popolari sono le isole: “4 Windsurf” ha dedicato una serie di articoli intitolati “le isole del vento”⁶⁹ e “Surf Magazine” propone più di cinque guide, tutte rigorosamente a pagamento riguardanti le isole greche. Confrontando le varie proposte le isole più polari e adatte al windsurf risultano essere Paros e Naxos nelle Cicladi, Lefkada nelle isole Ionie e Kos e Rodi nel Dodecaneso. Tutte queste destinazioni sono già molto polari dal punto di vista turistico e il turismo legato al windsurf tende a sovrapporsi molto spesso con quello classico delle tre S.

Le Cicladi sono un gruppo di isole situate nel mare Egeo, le isole complessivamente sono circa 200 ma le maggiori e più conosciute sono Santorini, Mykonos, Siros, Naxos, Tiras e Andros e Paros (Prokopiou et al., 2019). Tutte le isole Cicladi rappresentano una delle attrattive turistiche maggiori del mare Egeo (Prokopiou et al., 2019); ma per quanto riguarda il windsurf le più popolari sono Naxos e Paros. La zona nei mesi estivi è interessata da un vento detto Meltemi che soffia da nord, nord/est in tutto il mare egeo (Watson 2001) con una forza compresa tra i 15 e i 33 nodi (27,7-61 Km/h), raggiungendo la massima forza nel mese di agosto (Pezzoli 2005). Le due isole di Paros e Naxos in particolare si trovano in una posizione frontale una rispetto all’altra si crea così un canale da nord a sud stretto pochi chilometri tra la costa est di Paros e la costa ovest di Naxos; questo canale mediante un effetto tunnel intensifica il vento e rende le condizioni particolarmente favorevoli al windsurf e kitesurf dal momento che il vento risulta essere *crosshore* rispetto alle coste e il canale tende ad annullare il moto ondoso⁷⁰. Non è un caso che gran parte delle scuole e dei centri windsurf si affaccino su questo canale. Per quanto riguarda Paros, l’isola conta sei centri windsurf⁷¹, cinque dei quali situati proprio a Golden beach ovvero la spiaggia sulla costa del canale⁷².

⁶⁹ <https://www.4actionsport.it/4w-157-le-isole-del-vento-tutti-gli-spot-di-paros/>.

<https://www.surf-magazin.de/reisen/griechenland/griechenland-spot-guide-paros>⁷⁰.

⁷¹ <https://www.4actionsport.it/4w-157-le-isole-del-vento-tutti-gli-spot-di-paros/>.

⁷² <https://www.google.com/maps/search/paros+windsurf/@37.0131764,25.1091886,11.96z>.

In realtà sulla costa di tutta l'isola ci sono *spot* favorevoli alla pratica del windsurf, soprattutto da parte di praticanti esperti⁷³. Naxos, tendenzialmente un po' meno popolare, conta quattro centri windsurf⁷⁴, tutti situati sulla costa ovest⁷⁵. Per quanto riguarda le Cicladi ci sono altri windsurf *spot* nelle isole minori, ma considerando il flusso turistico Naxos e Paros sono le destinazioni più importanti. È bene sottolineare che l'isola più polare per il windsurf è proprio Paros, è plausibile pensare che buona parte di polarità tra i turisti appassionati di windsurf l'abbia guadagnata grazie al fatto che Golden beach ha ospitato diverse competizioni internazionali nelle diverse discipline legate al windsurf; in particolare era una tappa della coppa del mondo PWA⁷⁶ negli anni Novanta.



Figura 6 windsurf a Golden beach, Paros, con l'isola di Naxos sullo sfondo. Fonte: prosbluedolphin.com.

Anche Kos e Rodi, le due isole più grandi del Dodecaneso (Tselentis, Prokopiou 2005), beneficiano del vento Meltemi⁷⁷ che soffia su tutto l'arcipelago soprattutto nei mesi estivi. Le due isole sono estremamente turistiche, da uno studio del 2005 è emerso che durante l'alta stagione la popolazione di Rodi aumenta del 100% e quella di Kos del 275% (Tselentis, Prokopiou 2005), il dato non è recente, ma ancora verosimile. Infatti, analizzando i dati forniti da Statista, a parte

⁷³ <https://www.surf-magazin.de/reisen/griechenland/griechenland-spot-guide-paros>.

⁷⁴ <https://www.4actionsport.it/4w-156-le-isole-del-vento-naxos-la-cenerentola-dellegeo/>.

⁷⁵ <https://www.google.com/maps/search/naxos+windsurf/@36.8301272,25.2291262,9.92z/data=!4m2!2m1!6e1>.

⁷⁶ <https://www.pwaworldtour.com/index.php?id=2253>.

⁷⁷ https://www.surftribe.it/spot_view.

un'inflexione negli arrivi registrata nel 2008 e 2012, i dati dal 2016 al 2019 hanno sempre registrato una crescita in entrambe le isole⁷⁸. Questo andamento è stato valido fino al 2020, nell'ultimo anno infatti, causa la pandemia di COVID-19, gli arrivi nelle Cicladi hanno avuto un crollo⁷⁹.

A Rodi la località più popolare tra i windsurfisti esperti risulta essere Prasonissi sulla punta sud dell'isola, dove una linea di terra separa in due il mare creando due situazioni di moto ondoso diverso e quindi rende possibile praticare discipline diverse⁸⁰. In questa zona il vento è sempre forte dal momento che soffiando da nord segue le coste dell'isola girando verso ovest e acquistando forza, infatti, a Prasonissi la forza del vento tende a essere sempre maggiore dei dieci nodi⁸¹. Analizzando le recensioni sul blog è emerso che la forza del vento tende a variare nel corso della giornata rendendo necessario cambiare attrezzatura per adattarla alla forza del vento⁸². A nord dell'isola ci sono altre località più adatte a principianti, per questo i centri windsurf sono più presenti; mentre a sud dell'isola sono due a nord sono almeno cinque. Kos è leggermente più piccola di Rodi ma comunque anch'essa ricca di *spot* adatti alla patina del windsurf, anche su quest'isola sono presenti cinque centri windsurf. Per quanto riguarda la stagionalità i mesi in cui le condizioni di vento sono migliori coincidono con l'alta stagione, infatti, i mesi in cui il Meltemi è migliore su queste isole è da giugno ad agosto⁸³.

Lefkada o Leucade fa parte delle isole Ionie, generalmente la sponda greca mare Ionio risulta essere poco venosa interessata solo da brezze leggere; sull'isola però, in particolare presso la località di Vassiliki si genera un vento locale da una termica⁸⁴. Non sono stati trovati documenti scientifici a riguardo, molti siti locali e recensioni di windsurfisti testimoniano il fenomeno; la località di Vassiliki si trova a sud dell'isola in una baia, durante le ore del mattino la baia è caratterizzata da una brezza leggera⁸⁵ da nord che generalmente non supera gli 8 nodi (14,8 km/h), attorno all'una di pomeriggio poi, il vento gira ad est aumentando di intensità fino a raggiungere i 14-19 nodi⁸⁶.

⁷⁸ <https://www.statista.com/statistics/880532/south-aegean-greek-islands-international-air-arrivals/>.

⁷⁹ Ibidem.

⁸⁰ https://www.surftribe.it/spot_view.

⁸¹ Ibidem.

⁸² Ibidem.

⁸³ <https://www.surf-magazin.de/reisen/griechenland/griechenland-spot-guide-kos>.

⁸⁴ <https://www.greece-is.com/>.

⁸⁵ <http://www.lefkada.gr/pages.asp?pageid=47&langid=2>.

⁸⁶ <http://www.lefkada.gr/pages.asp?pageid=47&langid=2>; https://www.surftribe.it/spot_view.php?sn.



Figura 7 windsurf nella baia di Vassiliki, Lefkada. Fonte: lefkadablue.gr.

Questo fenomeno è dovuto alla geografia dell'isola. Il vento leggero, infatti, risale il monte antistante la baia e raffreddandosi precipita verso il basso e si riversa nella baia generando un fenomeno termico molto particolare, il vento è stato denominato dagli abitanti della zona e windsurfisti Eric⁸⁷. Queste condizioni particolari rendono lo *spot* perfetto per i principianti la mattina, e divertente per windsurfisti più esperti il pomeriggio. Per questo motivo nella baia sono presenti quattro scuole di windsurf. È interessante notare come Lefkada sia un'isola estremamente turistica, soggetta a turismo di massa, però risulta che i servizi turistici siano principalmente concentrati sulla costa est dell'isola (Stratigea, Katsoni 2015), mentre i turisti interessati al windsurf siano localizzati più a sud dell'epicentro turistico appoggiandosi ad hotel ed appratenti specializzati come il Surf Hotel posizionato di fronte alla baia⁸⁸. Il turismo di windsurfisti, quindi evita ulteriore affollamento nelle zone dell'isola più soggette ad over turismo.

- *Alacati, Turchia*

Alacati è una località sulla costa ovest della Turchia, collocata sulla penisola di Cesme, che rientra nella provincia di Smirne. La penisola si affaccia sul mare Egeo e Alacati si trova in una baia quasi chiusa dall'isola di Chios situata a pochi chilometri a ovest dalla penisola di Cesme⁸⁹. Queste

⁸⁷ <https://www.greece-is.com/>.

⁸⁸ https://surfhotel.gr/?utm_source=Google-My-Business&utm_medium=Organic-GMB&utm_campaign=GMB.

⁸⁹ <https://www.google.com/search>.

caratteristiche fisiche particolari creano delle condizioni atmosferiche interessanti, infatti nella zona si genera una termica che rende il luogo ventoso tutto l'anno⁹⁰. Il vento generalmente soffia *side shore*; nei mesi estivi da Nord a Sud e nei mesi invernali e da Sud a Nord (Aktas, Atrek, Kurt 2015). La zona a partire dagli anni Novanta, dopo degli incentivi erogati dallo Stato negli anni Ottanta, è diventata estremamente turistica. Ad Alacati sono presenti più di 280 hotel e alloggi turistici ed è stato calcolato che la popolazione della penisola di circa 39 mila abitanti in bassa stagione, raggiunga 300 mila - 400 mila presenze in alta stagione (Gürsoy 2019). La destinazione negli anni è diventata molto famosa, prima in quanto destinazione esclusiva e poi interessata da turismo di massa che negli anni è sfociato in *overtourism* (Gürsoy 2019). Soprattutto negli ultimi anni è stata avviata una discussione accademica con l'intento di ovviare al problema dell'*overtourism* promuovendo un turismo più sostenibile (Gürsoy 2019; Aktas, Atrek, Kurt 2015). In queste ricerche l'attività del windsurf e i *surf sport* sono spesso presenti come possibile veicolo per un nuovo atteggiamento più sostenibile; due esempi su tutti sono le proposte fatte da Aktas, Atrek e Kurt (2015) e da Nazli e Musal (2018). Ma perché proprio i surf sport?

La vocazione della zona per il windsurf coincide con lo sviluppo turistico della penisola; infatti, la prima scuola di windsurf aprì negli anni Novanta in concomitanza con il boom turistico della zona (Gürsoy 2019). Al giorno d'oggi sono presenti una decina di centri windsurf sulla penisola, gran parte dei quali collocati nella baia di Ymru nella parte settentrionale della penisola (Aktas, Atrek, Kurt 2016), dal momento che le condizioni rendono la zona perfetta per i principianti. Il vento che generalmente soffia 250 giorni all'anno (Aktas, Atrek, Kurt 2015) ha una forza tra i 10 -17 nodi (18-31 km/h) (Nazli, Musal 2018), con dei picchi dovuti ad un fenomeno termico che si verifica nella zona ad agosto, che raggiungono fino a 25 nodi di forza⁹¹. Da recensioni lasciate da windsurfisti emerge che il vento non è particolarmente costante, ma tende ad avere raffiche, in ogni caso non troppo forti⁹². Viste le caratteristiche della termica la stagione per praticare windsurf va da maggio a ottobre⁹³, in questo caso la stagione che interessa i windsurfisti tende ad essere più lunga rispetto a quella che interessa i turisti classici, dato che questi ultimi frequentano la zona solo da giugno a settembre, una stagione particolarmente corta per una destinazione con queste caratteristiche climatiche (Gürsoy 2019). Vista la particolare conformazione della penisola e i vicini arcipelaghi, il

⁹⁰ https://www.surftribe.it/spot_view.

⁹¹ <https://www.waterwind.it/new/it/spot/recensioni-spot>.

⁹² Ibidem.

⁹³ <https://www.pwaworldtour.com/>.

moto ondoso della zona è pressoché nullo, quindi, l'acqua è principalmente piatta o con onde di lieve intensità⁹⁴, in più all'interno della baia di Ymru, dove gran parte delle scuole sono situate, l'acqua ha una profondità media di 1,5 metri quindi anche in caso di vento forte le lezioni di windsurf per principianti possono essere svolte in sicurezza (Aktas, Atrek, Kurt 2015).



Figura 8 baia di Alacati, Turchia. Fonte: buisnessturkeytoday.com.

L'insieme di queste condizioni rende Alacati una località perfetta per principianti e windsurfisti poco esperti, a differenza di località come Tarifa o la costa nord della Sardegna dove le condizioni attirano un pubblico di windsurfisti appassionati ed esperti. È molto più verosimile che Alacati attiri più windsurfisti occasionali o comunque appassionati non particolarmente esperti che preferiscono una località senza rischi. La penisola di Cesme è una zona con vocazione per le *club Holidays* (Gürsoy 2019) e come già menzionato in precedenza il windsurf è una delle attività per eccellenza praticate in questo tipo di vacanza, infatti non è un caso che, molte delle scuole di windsurf di Alacati siano direttamente collegate a strutture ricettive nonostante offrano servizi anche a non clienti delle strutture (Nazli, Musal 2018). Sebbene le caratteristiche della zona siano più adatte a windsurfisti principianti e poco esperti, dal 2010 al 2015 ad Alacati si è tenuta una tappa annuale della coppa del

⁹⁴ Ibidem.

mondo di windsurf⁹⁵, è importante sottolineare che la disciplina praticata è stata unicamente quella dello slalom, ovvero la disciplina in cui servono condizioni di vento minore e acqua piatta. La manifestazione si è tenuta per qualche anno all'interno di una strategia di rivalutazione sportiva della zona promossa dallo stato turco (Nazli, Musal 2018). È emerso che scuole e noleggi tendono ad avere equipaggiamento meno nuovo e poco curato rispetto ad altre scuole in diversi posti del mondo⁹⁶ (Nazli, Musal 2018) ma questo fenomeno è facilmente spiegabile col fatto che la maggioranza degli avventori di questi servizi non è esperto e quindi necessita di attrezzatura di base.

⁹⁵ <https://www.pwaworldtour.com/>.

⁹⁶ <https://www.waterwind.it/new/it/spot/recensioni>.

II. CASO STUDIO: L'ALTO GARDA IN TRENTINO

Dopo aver delineato le caratteristiche principali del turismo legato al windsurf e dopo aver preso in considerazione alcune destinazioni interessate dal fenomeno, in questo secondo capitolo verrà analizzato nel dettaglio un caso studio specifico. La località individuata per la ricerca è il territorio del Garda Trentino, in Italia; la zona è stata scelta in quanto località turistica ormai molto affermata, ma soprattutto perché località rinomata per la pratica del windsurf. Inoltre, la destinazione presenta diverse caratteristiche che rendono la zona più favorevole a uno sviluppo turistico sostenibile rispetto ad altre. Nel corso del capitolo verranno analizzati il contesto geo-storico, le caratteristiche economiche e territoriali della zona; per quanto riguarda la storia locale è stata posta l'attenzione sullo sviluppo turistico locale, mentre riguardo alle caratteristiche fisiche del territorio è stata posta particolare attenzione al sistema di venti che di fatto ha contribuito a rendere famoso il Garda. Proseguendo verrà analizzato il sistema nato attorno all'attività del windsurf, prima dal punto di vista dello sviluppo storico e poi verrà fatta una fotografia della situazione attuale (con particolare riferimento alla stagione estiva 2021). Verrà inoltre sottolineato come il windsurf abbia rappresentato un'attività fondamentale per lo sviluppo della destinazione. Nel terzo paragrafo verranno evidenziate alcune caratteristiche che rendono la località unica; in particolare si prenderà in considerazione la rete di imprese turistiche locali legate all'attività del windsurf sia direttamente che indirettamente. In più verrà sottolineato come la gestione del territorio e specialmente la pratica di alcune attività specifiche sia regolata da apposite leggi che garantiscono la salvaguardia ambientale e la sicurezza. L'ultimo paragrafo affronterà il tema della gestione imprenditoriale dei centri di windsurf, individuando che tipo di attitudine e impostazione abbiano i titolari nei confronti delle scelte gestionali e degli obiettivi delle proprie aziende.

In questo capitolo i dati e le informazioni specifiche del territorio sono stati ricavati mediante diverse fonti: una buona parte è stata reperita tramite interviste semi strutturate condotte nel corso della stagione estiva 2021 direttamente sul campo, un'altra parte di dati è stata ricavata dall'osservazione diretta sul campo e un'ultima è stata ottenuta grazie all'Istituto di Statistica della Provincia di Trento (ISPAT)⁹⁷. Sono stati intervistati tre titolari di centri di windsurf della zona, mediante un colloquio di persona, le domande preparate per l'intervista erano trentadue e vertevano principalmente su

⁹⁷ <http://www.statistica.provincia.tn.it/>.

cinque temi: in generale il passato dell'attività del windsurf sul lago di Garda, la storia nel particolare del centro in questione, le caratteristiche di gestione attuali, il rapporto dei gestori con il territorio e gli eventuali problemi, preoccupazioni e idee future soprattutto in relazione al mutamento dell'industria turistica dovuta alla pandemia di COVID-19 avvenuta nell'ultimo biennio. A tutti i titolari sono state poste le stesse domande con la richiesta di precisazioni in base alla situazione specifica. Oltre alle interviste più strutturate ai titolari di centri di windsurf, nel corso della ricerca sul campo condotta nella stagione estiva 2021, state fatte alcune domande agli abitanti della zona in merito allo sviluppo turistico locale nel corso degli anni, inoltre è stata condotta un'attenta osservazione del territorio e delle dinamiche locali da parte dell'autrice.

II.1 Caratteristiche della destinazione scelta

L'area geografica scelta e che verrà presa in esame come caso di studio è l'estremità nord del lago di Garda, più precisamente la parte di lago che fa parte del Trentino-Alto Adige. Questa zona ha diverse denominazioni e accezioni: Alto Garda, Garda Trentino, Basso Sarca, Sommo lago e "Busa" (termine del dialetto locale), di fatto tutti questi termini diversi identificano lo stesso territorio e sono tutti corretti, probabilmente il più utilizzato è Alto Garda⁹⁸. Il territorio in questione è delimitato a sud dalla porzione trentina del lago di Garda fino al confine con Veneto e Lombardia, ad est dalla catena montuosa del Baldo e del Monte Stivo, a ovest dalla valle di Ledro fino al Passo del Ballino e a nord si estende per tutta la valle dei laghi, o valle del Sarca, fino ai laghi di Toblino e Santa Massenza.

Il territorio preso in esame può essere considerato ad alta frequenza e vocazione turistica fin dai tempi del Grand Tour, come verrà sottolineato nel paragrafo seguente. Al giorno d'oggi si può parlare di turismo di massa (Pasini 2001; Turri 1994). La zona è frequentata prevalentemente nella stagione estiva, più precisamente dal periodo delle vacanze di Pasqua a settembre; se si prende ad esempio l'anno 2019 nel Garda Trentino sono state registrate 357.549 presenze nella stagione invernale e 1.154.614 presenze nella stagione estiva⁹⁹. Questo fa della zona una destinazione

⁹⁸ <https://www.garda-outdoors.com/altogarda-bassosarca-garda-trentino-tanti-nomi-per-un-territorio-unico/>.

⁹⁹ <http://www.statweb.provincia.tn.it/movTuristico/data.asp?db=annuarioturismo&sp=spArrPresEsAlbXAmbProvMes&stag=1&a=2019>.

turistica estiva, e in gran parte frequentata da stranieri, dal momento che 987.759 delle presenze estive sono rappresentate da stranieri¹⁰⁰: ben l'85,55% delle presenze. Analizzando gli anni passati la tendenza è molto simile¹⁰¹. L'andamento è mutato nel 2020 dal momento che, causa la pandemia di covid-19 ed il severo lock down attuato in Italia nei mesi primaverili, ma anche in molti altri paesi europei, è stato registrato un drastico calo delle presenze a 711.888, anche la tendenza delle presenze di stranieri è mutata dal momento che nello scorso anno le presenze di stranieri sono state circa il 64,12%¹⁰². In relazione alle presenze straniere la zona è tradizionalmente interessata da flussi di turisti provenienti prevalentemente dalla Germania, negli ultimi anni però è stato notato un mutamento negli arrivi, con turisti stranieri provenienti da paesi più vari e in particolare dall'est Europa; nel 2019 ad esempio, il flusso di arrivi di turisti provenienti dalla Germania rappresentava il 44,4%, mentre gli arrivi dalla Polonia il 25,9%, dalla Russia il 35,5%, dalla Repubblica Ceca il 13,7%, mentre il mercato italiano rappresentava il 20,1% degli arrivi¹⁰³.

La zona è rinomata dal punto di vista turistico per sport e attività all'aria aperta, in quanto l'ambiente è ideale per la pratica dell'arrampicata sportiva, mountain bike, trekking, windsurf e vela (Pasini 2001). Al giorno d'oggi la zona è considerata, e pubblicizzata, come una palestra a cielo aperto¹⁰⁴. A partire dagli anni Novanta le istituzioni hanno basato la strategia turistica locale e la promozione territoriale proprio su queste attività e organizzando grandi eventi e raduni sportivi come il "Rock Master", il "Bike Festival" (Pasini 2001) e il "Wind festival". Negli ultimi anni nell'Alto Garda, ma in generale in tutto il Trentino, la promozione turistica basata sullo sport e sulle attività outdoor è stata ulteriormente accentuata, dal momento che è stata messa in atto una chiara ed efficace strategia dalle organizzazioni territoriali Trentino Marketing s.r.l.¹⁰⁵ e Garda Dolomiti S.p.A.¹⁰⁶. Di seguito verranno analizzate più nel dettaglio la storia e le caratteristiche territoriali dell'alto Garda che fanno della zona una destinazione turistica, verranno anche sottolineati aspetti che potrebbero permettere uno sviluppo futuro all'insegna della sostenibilità.

¹⁰⁰ Ibidem.

¹⁰¹ Ibidem.

¹⁰² Ibidem.

¹⁰³ <https://www.comune.rivadelgarda.tn.it/Notizie-ed-eventi/Archivio-delle-notizie/Turismo-i-dati-del-2019>.

¹⁰⁴ <https://www.gardatrentino.it/it/outdoor/tutto-su-outdoor>.

¹⁰⁵ <https://www.trentinomarketing.org/it/>.

¹⁰⁶ <https://www.gardatrentino.it/it>.

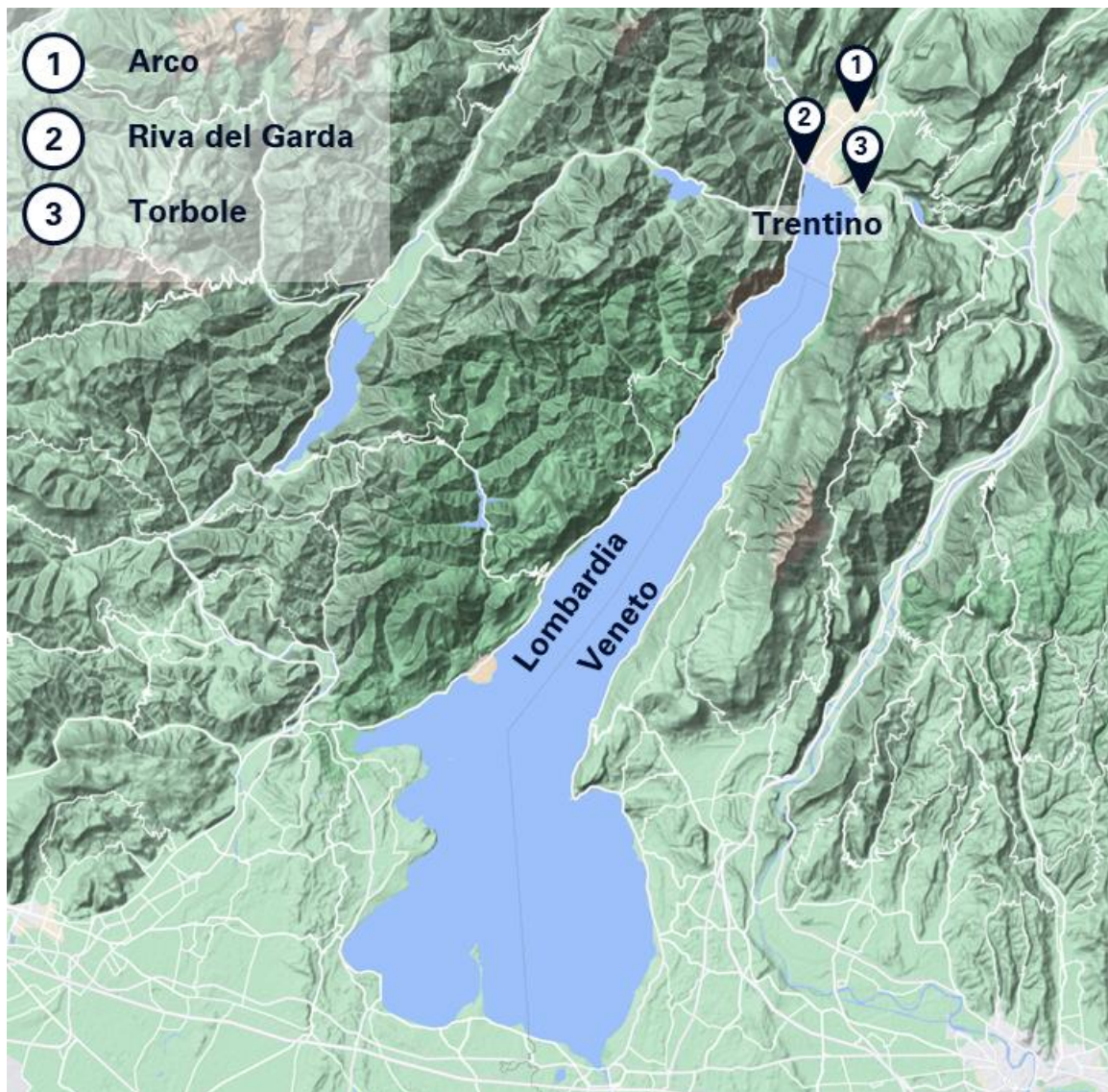


Figura 9 Carta fisica del Lago di Garda. Elaborazione dell'autrice.

II.1.1 Storia locale

Le vicende storiche che hanno interessato la zona del Garda trentino si sono sempre differenziate rispetto alle vicende delle altre sponde del lago (Mazzoldi 1969); spesso, infatti, l'unità delle acque non è coincisa con quella territoriale (Fornasari 1969). Dai reperti archeologici ritrovati è risultato che la sponda nord del lago è stata abitata sin dai tempi preistorici (Grazioli 1994), la prima civiltà di cui risultano tracce è quella romana; infatti, sono ancora presenti diverse testimonianze dell'epoca giunte integre

fino al giorno d'oggi (Grazioli 1994). Nel basso medioevo la zona ha visto il susseguirsi di diverse popolazioni e dominazioni, fino al 1027 quando le vicende della sponda nord hanno iniziato a diversificarsi rispetto a quelle delle altre sponde, dal momento che è iniziata la dominazione e influenza del Principe Vescovo (Grazioli 1994). La figura del Principe Vescovo è particolare: aveva poteri spirituali, ma soprattutto temporali, i vescovi di Trento hanno sempre governato un vero e proprio principato ecclesiastico che si estendeva fino all'Alto Garda (Gamberini 2011). Il Principe Vescovo, non solo governava come un podestà, ma invece che essere legato al Vaticano era direttamente dipendente della corte imperiale di Aquisgrana prima, e alla corte imperiale austriaca dopo (Gamberini 2011). Il Principe Vescovo, quindi, ha sempre avuto un'influenza politica e culturale germanica piuttosto che italiana. I vari principi vescovo governeranno l'Alto Garda per diversi secoli, mentre le sponde sud del lago avranno sempre altre dominazioni, dai longobardi ai veneziani (Grazioli 1994). Per questo motivo nel corso dei secoli l'Alto Garda e il resto del lago sono sempre appartenuti a stati (o imperi) diversi (Grazioli 1994; Vedovelli 2001). Tra il 1440 e il 1509 il Garda Trentino venne governato dalla Serenissima (Turri 2001), ma nonostante anche la sponda orientale del lago di Garda fosse sottoposta al dominio di Venezia negli stessi anni, i confini tra la sponda nord ed est non risultavano essere liberi: dalla cronaca dell'epoca emerge che fosse necessario un lasciapassare per navigare tra le due sponde (Mazzoldi 1969). Nel corso del quattordicesimo secolo l'Alto Garda divenne ufficialmente parte del Tirolo, con l'attribuzione di principato vescovile nel 1521. Dal quattordicesimo secolo fino al Novecento la zona rimarrà sotto l'influenza austriaca tranne per un breve periodo durante le guerre napoleoniche (Fornasari 1969), nel Settecento la zona diventerà una provincia austriaca a tutti gli effetti (Mazzoldi 1969).

Il Garda Trentino, dunque, è sempre stata una zona di confine e, come molte zone di frontiera, un luogo d'incontro dove diverse culture e influenze sono amalgamate, ma anche di scontro in quanto confine bellico (Simoni 2001). L'Alto Garda è stato, di fatto, zona di scontro in diverse guerre; prima tra '400 e '500 nel corso della guerra di conquista territoriale tra Venezia e Milano, poi nella guerra di successione spagnola nel '700, tra il 1849 e il 1866 è stato luogo prima di disordini risorgimentali, poi fu quasi interessato dalla campagna di conquista di Garibaldi che però, nel 1866 si fermò alla porta del Garda trentino, senza riuscire ad espugnarlo dal dominio austriaco (Simoni 2001). Infine, sia nel corso della prima che della Seconda guerra mondiale fu zona di combattimenti: durante la Prima guerra mondiale la zona rappresentava il vero e proprio fronte tra Italia ed Austria, in quanto territorio austriaco, mentre nella Seconda guerra mondiale fu zona di cuscinetto tra la Repubblica

di Salò e il Terzo Reich rappresentando un corridoio di guerra; quindi, la zona fu spesso soggetta a bombardamenti aerei (Simoni 2001). Entrambe le guerre hanno lasciato numerose testimonianze fisiche sul territorio, modificandolo con trincee e fortini scavati direttamente nella roccia (Gatti, Indrigo 2020). Ovviamente, le guerre lasciarono anche segni immateriali, in particolare il passaggio da territorio austriaco ad italiano nel 1918 fu particolarmente sentito e discusso; infatti, si crearono due linee di pensiero diverse a riguardo: da un lato la popolazione di estrazione borghese pro-Italia che quando nel 1866 l'Alto Garda non venne ammesso al Regno d'Italia visse la non ammissione come una tragedia. Il cronista dell'epoca Solitro nel 1889 descrisse la vicenda riportando che "il Trentino venne dimenticato per fredde ragioni politiche" (Solitro 1986, p.713). Dall'altro lato, quando il Trentino venne ammesso all'Italia dopo la Prima guerra mondiale, si venne a creare un certo malcontento tra gli strati di popolazione meno abbienti in quanto il neo stato italiano risultò essere molto meno organizzato dal punto di vista burocratico, legislativo e dei servizi alla popolazione rispetto a quello austriaco (Marri Tonelli 1994). Questo aspetto di identificazione nazionale risulta essere molto particolare, e va tenuto in considerazione in quanto si parla di vicende relativamente recenti.

Le vicende storiche hanno determinato una diversità culturale tra le sponde che, unite alle caratteristiche fisiche del territorio, ha determinato anche marcate diversità demografiche (Turri 2001). Nell'Alto Garda dati i motivi precedentemente citati vi è sempre stata dal punto di vista culturale una certa influenza germanica (Turri 2001), che è continuata anche dopo l'annessione del Trentino all'Italia. Dagli anni Ottanta del Novecento, si è addirittura iniziato a parlare di "tedeschizzazione" (Turri 2001 p.153) per sottolineare lo scemare della cultura locale per adattarsi ai visitatori stranieri, questo fenomeno verrà indagato più profondamente nei prossimi paragrafi. Dal punto di vista demografico, storicamente la sponda nord del lago di Garda è stata frequentemente meno abitata e più povera rispetto alle altre sponde, in particolare a quella lombarda (Turri 2001). Questa differenza risulta fortemente marcata nel Settecento; a seguito di una carestia la sponda bresciana del lago risultava essere la più fiorente, mentre il Sommo lago versava in condizioni di grave crisi e povertà (Turri 2001). Questa situazione di povertà si risolse nel corso dell'Ottocento grazie all'avvento dell'attività turistica che in pochi anni portò l'Alto Garda ad essere la zona più ricca e fiorente del Garda (Turri 2001). Vanno sottolineati anche i diversi interessi produttivi delle varie zone, infatti, Lanaro Sartori e Varanini sottolineano come Riva del Garda abbia avuto da sempre una vocazione commerciale più spiccata rispetto alle altre località lacustri, gli

autori suggeriscono che fu proprio questa propensione al commercio a permettere un accentuato sviluppo del settore turistico nell'Alto Garda (Lanaro Sartori, Varanini 2001).

L'attività turistica nel Garda trentino ha radici nel Settecento, infatti nel secolo dell'Estetica del Paesaggio e delle correnti del romanticismo (Tonelli 1994) era venuto a crearsi una sorta di "Mito del Garda" (Grazioli 2000). Presso Riva del Garda e Torbole avevano soggiornato artisti e letterati come Corot, Dürer, De Montaigne (Grazioli 2000) e Goethe che più di tutti contribuì alla creazione del mito del Lago di Garda. In ogni caso il fenomeno turistico nel corso del Settecento era molto ridotto, l'Alto Garda più che altro rappresentava una deviazione dal classico Gran Tour (Grazioli 2000). Il flusso turistico era decisamente ridotto, come l'offerta del territorio, riferendosi a questo periodo non è un caso che gli autori parlino di turismo passivo (Grazioli 2000; Grazioli 2001;) o "preturismo" (Tonelli 1994 p.245). La vera rivoluzione turistica avvenne nell'Ottocento, quando il turismo da passivo diventò attivo (Grazioli 2001; Grazioli 2000; Marri Tonelli 1994). Questo fu possibile grazie alla concomitanza di diversi elementi: prima di tutto lo sviluppo della filosofia naturista promossa da Rousseau che attecchì in tutta l'alta società europea (Marri Tonelli 1994; Grazioli 2001). L'Alto Garda si rivelò essere la meta perfetta per le vacanze dei nobili e benestanti dell'epoca in quanto rappresentava un'attrazione climatica e paesaggistica; negli stessi anni in cui si sviluppavano i soggiorni termali, nell'Alto Garda si svilupparono i soggiorni climatici (Grazioli 2001). Già dall'inizio dell'Ottocento si assiste ad uno sviluppo consapevole e mirato al turismo con miglioramenti urbanistici soprattutto tra gli anni Trenta e Quaranta del secolo (Grazioli 2000). Un'altro elemento che fece la differenza fu il soggiorno dell'Arciduca d'Austria presso Arco nel 1803, dopo questo soggiorno l'arciduca scelse Arco come luogo di vacanza (Grazioli 2000) e in pochi anni il paese subì una fortissima trasformazione diventando la *Kurhaus* della corte asburgica (Grazioli 2001). Brevemente venne costruita una *Neustadt* per la corte al di fuori delle mura medievali del paese, ed Arco assunse l'impostazione e caratteristiche della città termale diventando la città di cura invernale prediletta dalla corte imperiale (Grazioli 2001). Negli stessi anni Riva del Garda ebbe uno sviluppo turistico parallelo, ma profondamente diverso da Arco; Riva puntava sui soggiorni negli hotel in riva al lago come l'Hotel Sole (inaugurato nel 1823) o l'Hotel Du Lac (Grazioli 2000), e sul trasporto lacustre con l'avvio di un'impresa di battelli nel 1827 (Simoni 2001), con lo spettacolare varo del battello Benaco nel 1843 (Simoni 2001). L'intento della città era di rivolgersi ad un pubblico decisamente più borghese rispetto ad Arco, anche il periodo di alta stagione risultava essere diverso; infatti, Riva del Garda veniva frequentata maggiormente nelle mezze stagioni (Grazioli 2000).

La svolta turistica definitiva avvenne dopo il Risorgimento quando il Trentino venne ufficialmente annesso all'Impero asburgico nel 1866. Grazie ad una promozione turistica mirata e consapevole fatta attraverso cartellonistica, stampe, cartoline e la pubblicazione nel 1874 della *"Guida alla città di Arco"* e l'anno successivo della *"Guida alla città di Riva"* (Grazioli 2000), l'Alto Garda si affermò ufficialmente come la *"Spiaggia dell'impero asburgico"* (Tonelli 2001 p.247). Gli anni a cavallo tra l'Ottocento e il Novecento vengono considerati gli anni d'oro per l'Alto Garda (Grazioli 2000; Grazioli 2001). Anni di grande fermento, concitazione e sviluppo, la costruzione della ferrovia tra Rovereto e Riva del Garda negli anni '90 dell'Ottocento (Grazioli 2000) attestò l'Alto Garda come destinazione turistica tra le più fiorenti dell'impero asburgico (Grazioli 2001, Marri Tonelli 1994). Arco risultava essere ormai il luogo di ritiro della corte asburgica detto anche *"giardino d'inverno"*, nel 1880 vennero registrati 780 ospiti nella stagione invernale, a distanza di dieci anni vennero registrati 1862 ospiti e a fine secolo 2654 (Grazioli 2001). Anche il piccolo villaggio di Torbole aveva avviato una fiorente impresa turistica ospitando prevalentemente artisti grazie all'apertura di una scuola d'arte da parte del pittore tedesco Liezmann nel 1899 (Grazioli 2001), e successivamente con l'apertura nel 1905 del Grand hotel Torbole, frutto di un consorzio di imprenditori locali; l'hotel era promosso come il più lussuoso e all'avanguardia della zona (Grazioli 2000). Riva del Garda era ormai la città più mondana del lago di Garda, frequentata da letterati e studiosi borghesi del calibro di Kafka, Nietzsche, Mann e Lawrence (Grazioli 2000). L'alta stagione iniziò a spostarsi dalle mezze stagioni, verso l'estate dal momento che vennero aperti i primi bagni attrezzati (Marri Tonelli 1994). Venne registrato che nel 1898 a Riva soggiornarono 10.976 forestieri, un numero decisamente notevole considerando che la popolazione locale dell'epoca non superava i 6280 abitanti (Grazioli 2000). E i numeri erano destinati a salire velocemente negli anni, infatti nel 1904 vennero registrate 30.904 presenze (Grazioli 2000). È interessante notare come già nel 1904 12.772 forestieri provenissero dalla Germania, 5.632 da paesi dell'impero austroungarico e 3.073 dal Tirolo (Grazioli 2000). Già agli arbori del turismo l'Alto Garda era dominato da presenze teutoniche. L'attività turistica portò grande benessere alla popolazione locale in termini economici e sociali, in particolare con l'impennata del tasso di scolarizzazione locale, il turismo trasformò la popolazione del Garda Trentino da contadini non istruiti ad imprenditori e commercianti (Grazioli 2000). All'inizio del Novecento nacquero addirittura comitati locali per rispondere alle esigenze degli stranieri che nel 1911 si ufficializzeranno come il Consiglio distrettuale per forestieri nella provincia (Grazioli 2000). Il 1913 e 1914 sono stati definiti *"il canto della cicala"* (Tonelli 1994), in quanto risultano essere gli anni più concitati, nella stagione del 1913 a Riva vennero registrare 46.917 presenze, ad Arco 4.956 e a

Torbole 4.160 (Grazioli 2000). Le avvisaglie di guerra e le tensioni sociali e politiche vennero ignorate dai turisti in un clima di ipocrisia generale (Tonelli 1994). In ogni caso con l'entrata dell'Italia nel conflitto mondiale il Garda Trentino divenne fronte e la stagione turistica si concluse (Tonelli 1994). La popolazione locale venne trasferita prevalentemente in Boemia, Moravia e Ungheria (Grazioli, Ioppi, Turrini, 1996; Simoni 2001), e al ritorno in patria al termine del conflitto troverà buona parte delle costruzioni, hotel e case compresi, danneggiata dai bombardamenti (Marri Tonelli 1994).

Il dopoguerra rappresenta un momento di grande crisi economica e sociale, non solo la popolazione dovette ricostruire ciò che era andato distrutto durante la guerra ma dovette anche imparare a rapportarsi con una legislazione nuova che spesso presentava vuoti legislativi (Grazioli 2000). Tutta l'industria turistica locale sviluppatasi nei decenni passati, si trovava in grandissima crisi che si protrarrà fino al secondo conflitto mondiale, il motivo principale è individuabile nel blocco del flusso turistico proveniente da Germania e Austria, che negli anni passati aveva rappresentato linfa vitale per la zona (Grazioli 2000). Arco in particolare è la località che più risentì della situazione dal momento che non era più meta di soggiorno per la corte asburgica (Marri Tonelli 1994). Nonostante gli sforzi impiegati dall'Ente Nazionale Italiano Turismo (ENIT) prima, e a partire dal 1924 dalla divisione territoriale promossa dal regime fascista, la situazione non migliorò particolarmente. Il regime fascista, in particolare, mise grande impegno nella promozione turistica in particolare di Riva del Garda, avviando una campagna propagandistica della "porta delle dolomiti" e promuovendo "la vacanza italiana a Riva del Garda" (Grazioli 2001 p.55). Dopo la metà degli anni Venti vennero incentivati in modo particolare gli sport nautici, ad esempio con la fondazione del circolo velico di Riva del Garda: la Fraglia vela Riva nel 1926, e vennero apportati diversi miglioramenti urbanistici a questo fine come la costruzione di bagni e la sede della Fraglia vela Riva, tutto progettato dall'architetto di regime Maroni (Grazioli 200). Il complesso della Fraglia vela Riva con i bagni annessi in particolare venne inaugurato con una cerimonia presieduta da Gabriele d'Annunzio (Passamani 1969). Tutte queste attività portarono ad una piccola ripresa negli anni '25 e '26 del Novecento (Grazioli 2001; Marri Tonelli 1994), subito però seguita da una crisi nel 1927 (Grazioli 2001). Il programma del regime rivolse sempre più l'attenzione all'apertura verso l'Italia in particolare con la costruzione della Gardesana orientale e occidentale rispettivamente nel 1929 e 1931, primo collegamento stradale tra la sponda settentrionale del lago e le sponde meridionali (Grazioli 2000). È interessante notare come nella propaganda fascista il Garda trentino venga proposto per un tipo di turismo elitario completamente diverso, ad esempio, dal tipo di turismo proposto sulla costa

adriatica (Grazioli 2001). In ogni caso il “turismo popolare fascista” non bastò per la ripresa del Garda Trentino e si rivelò un progetto pressoché fallimentare (Boswohrt 1997), in particolare quando nel 1931 la Germania introdusse una tassa per i viaggi all'estero, l'attività turistica locale si poté considerare ormai conclusa (Grazioli 2001). Nel 1932 il Grand Hotel Torbole venne convertito in un preventorio per la tubercolosi e a seguire una serie di altre strutture turistiche subirono la stessa sorte (Grazioli 2001). Lo scoppio della Seconda guerra mondiale portò a nuovi bombardamenti (Marri Tonelli 1994) e alla crisi post-bellica.

La ripresa del turismo locale avvenne negli anni Sessanta durante il boom economico (Pasini 2001). La società è profondamente cambiata e con essa il turismo: il turismo d'élite che ha caratterizzato tutti i secoli passati dell'Alto Garda non esisteva più e lasciò il posto ad un turismo di massa; la domanda era ormai mutata completamente: l'attività di cura e soggiorno viene definitivamente abbandonata e il valore climatico non è più l'aspetto primario (Pasini 2001). A partire dagli anni Sessanta la richiesta è di attività balneari, sport nautici e intrattenimento; i turisti puntano a una vacanza meno dispendiosa e in tutto il lago di Garda andrà diffondendosi il fenomeno dei campeggi e delle seconde case (Pasini 2001). È in questi anni che possiamo trovare le fondamenta del turismo odierno.

Dagli anni del dopoguerra ad oggi il turismo che interessa l'alto Garda ha avuto una notevole evoluzione; Pagenstecher analizzando supporti visivi come cataloghi di viaggio, opuscoli turistici, guide turistiche, diari di viaggio e siti web e testimonianze ha analizzato l'immagine percepita in Germania del lago di Garda settentrionale nella seconda metà del ventesimo secolo (2020). L'autore ha notato come la percezione della destinazione sia evoluta da “*ammütigen Garten*”¹⁰⁷ a “*party meile*”¹⁰⁸ per arrivare all'odierna connotazione ben consolidata di “*Sportscape*” ovvero destinazione votata alla pratica di sport (Pagenstecher 2020). La ricerca citata indaga esclusivamente la percezione germanica dell'immagine dell'Alto Garda, ma, dal momento che tra il 1985 e il 2000 la presenza di turisti tedeschi in Trentino è risultata essere superiore al 50%¹⁰⁹ delle presenze di turisti stranieri nella regione e nel ventennio successivo la percentuale si è assestata attorno al 40%¹¹⁰, è

¹⁰⁷ Giardino grazioso, quindi destinazione richiamante la “dolce vita” italiana

¹⁰⁸ Sito per feste e svago

¹⁰⁹ [http://www.statweb.provincia.tn.it/annuario/\(S\(tuxd53554ciwy55g24zxfub\)\)/tavola.aspx?id=2.07&t=at](http://www.statweb.provincia.tn.it/annuario/(S(tuxd53554ciwy55g24zxfub))/tavola.aspx?id=2.07&t=at).

¹¹⁰ Ibidem.

legittimo considerare la ricerca citata valida per buona parte dei turisti che hanno frequentato la destinazione.

II.1.2 Geografia

Il lago di Garda è il lago più grande d'Italia si estende per 369 km quadrati e raggiunge una profondità massima di 350 metri (Tisi 1994). L'area di interesse di questa ricerca è la zona centro – settentrionale del lago, quest'area in particolare è quella che presenta le profondità più elevate, compresa quella massima, e ha le caratteristiche tipiche di una valle glaciale, quindi con sezioni a U (Curzi, Castellarin, Ciabatti 1994). Le cause che hanno determinato la formazione della depressione che oggi costituisce la conca benacense sono molteplici, in ogni caso un ruolo importante lo ha avuto il glacialismo pleistocenico (Curzi, Castellarin, Ciabatti 1994). Proprio il glacialismo ha determinato molte caratteristiche e forme dell'area lacustre, è stato stimato che l'assetto odierno venne raggiunto circa 15 milioni di anni fa come risultato finale di eventi protrattisi per circa 200 milioni di anni (Zampieri 2001). L'origine glaciale ha determinato la differenza geologica e paesaggistica tra la zona meridionale e settentrionale del lago; la zona settentrionale è caratterizzata da rilievi montani alti fino a 2000 metri sopra il livello del mare formati da roccia calcarea e il bacino risulta stretto e molto profondo (Parisi 1994; Sauro 2001), quasi come un fiordo (Sauro 2001). La parte meridionale del lago al contrario è molto più aperta e ampia caratterizzata da rilievi collinari morenici, frutto dello scivolamento dei ghiacci (Zampieri 2001). L'eredità glaciale è riscontrabile ancora oggi nell'idrografia della valle del Sarca con la formazione di diversi laghi come il lago di Cavedine, Tenno, Toblino, Lagolo, Ledro e nelle conformazioni rocciose particolari, una tra tutte le conche lisce chiamate le marmitte dei giganti presso Nago-Torbole (Tomasi 1994).

L'Alto Garda o basso Sarca, distretto d'interesse di questa ricerca, può essere individuato con la pianura alluvionale del Sarca che si estende da Riva del Garda alla valle di Cavedine, delimitato dai rilievi montuosi della catena del Baldo a est e della Rocchetta fino alla valle di Ledro ad Ovest (Giacomini 1969; Gofer, Turri 1994). Le località del Garda trentino più rilevanti risultano essere Riva del Garda, Arco, Nago-Torbole, Dro, Tenno e Drena¹¹¹.

¹¹¹ <https://www.gardatrentino.it/it/scopri/localita/tutte-le-localita>.



Figura 10 Carta a volo d'uccello dell'Alto Garda. Fonte: <https://www.garda-outdoors.com/>

Al giorno d'oggi quindi, il Basso Sarca e la Valle dei laghi si trovano su un piano inclinato di quasi 600 metri verso il lago (Parisi 1994). Dalla base di tale piano, l'estensione trasversale del Garda favorisce la penetrazione fino oltre il quarantaseiesimo parallelo, di condizioni climatiche e d'ambiente para mediterraneo (Parisi 1994), che hanno determinato l'attrazione che questa zona ha esercitato sui turisti anche nei secoli passati. La zona dell'Alto Garda, infatti è caratterizzata da un microclima particolare, l'enorme massa d'acqua del lago svolge un potente effetto termoregolatore che si manifesta specialmente in inverni miti e nella bassa escursione termica sia annuale che giornaliera (Tisi 1994). Quindi rispetto a zone con la stessa latitudine e altitudine, come la valle dell'Adige, le temperature sono più miti e costanti (Tisi 1994). Stando alle misurazioni effettuate presso Arco nel decennio 1981-1990 la temperatura media annuale è di 14 gradi contro i 12,1 gradi di Trento e i 12,7 gradi di Peschiera, tale condizione è dovuta soprattutto alla mitezza dell'inverno dal momento che le temperature estive sono simili a quelle della val d'Adige e inferiori rispetto a quelle della Pianura Padana e delle Alpi meridionali (Tisi 1994). Ma il fenomeno climatico più caratterizzante dell'Alto Garda è sicuramente il sistema di venti particolare che sarà indagato più nel dettaglio nel prossimo paragrafo (Tisi 1994). Queste caratteristiche climatiche particolari fanno dell'Alto Garda un "distretto naturale" (Giacomini 1969, p89) originale anche dal punto vista della vegetazione (Giacomini 1969). Di fatto, le particolari condizioni climatiche permettono la crescita e sviluppo di molte piante sempreverdi tipiche delle aree mediterranee (Pedrotti 1994). In particolare, l'emblema

di queste particolarità nella vegetazione è rappresentato dalla presenza dell'olivo, coltivato nell'Alto Garda da diversi secoli (Tisi 1994 b). La zona è fortemente caratterizzata dalla presenza di oliveti che hanno modellato il territorio e il paesaggio (Tisi 1994 b), e che permettono la produzione industriale di olio, situata più a nord d'Europa¹¹². Le temperature miti e più costanti evitano a certi tipi di piante danni causati dal gelo, come accade tipicamente sulla stessa latitudine ma al di fuori dell'Alto Garda (Tisi 1994 b). L'olio prodotto in questa zona risulta particolare, vanta una denominazione D.O.P ed è sempre più apprezzato dagli esperti i quali hanno conferito diversi premi alla produzione locale di olio extravergine¹¹³. La particolarità della vegetazione della zona ha portato la Provincia di Trento a istituire cinque biotopi protetti nel Basso Sarca ovvero quello del lago di Toblino (comune Calavino e Vezzano), quello delle Marocche di Dro (comune di Dro), quello del Monte Brione (comuni Arco e Riva), quello del lago di Loppio (comuni Nago-Torbole e Mori) e quello del lago d'Ampola (comune di Tiarno di Sopra) (Pedrotti 1994).

II.1.3 Il sistema particolare di venti

I paesi di Torbole e Riva del Garda devono in gran parte ai venti che soffiano nella zona lo sviluppo turistico locale; infatti, il sistema di venti che soffia sull'Alto Garda rende il lago un'attrattiva unica per velisti e windsurfisti di tutta Europa (Piazza, Corradini 2000). La particolarità è dovuta alla costanza e frequenza del vento, ma soprattutto al fatto che quasi ogni giorno si avvicendino due venti da direzioni opposte. Il vento più noto della zona è l'Ora del Garda che soffia in particolare nei mesi estivi (Piazza, Corradini 2000), ma di fatto il sistema di venti locale è molto più articolato e complesso.

Il vento in generale è causato dal movimento orizzontale di masse d'aria provocato principalmente dalla differenza di pressione atmosferica tra due punti, dovuta alle diversità di temperatura delle varie zone terrestri (Allegrì 1984; Costa 2011; Watson 2001). Tra due masse d'aria contigue e di temperatura diversa, quella fredda avrà una pressione barometrica maggiore, mentre in una zona d'aria calda la massa d'aria riscaldandosi si dilaterà diventando più leggera con una pressione barometrica minore e quindi s'innalza, lasciando spazio a masse di aria più fredda, e quindi più

¹¹² <https://www.agririva.it/territorio-garda-trentino.php>.

¹¹³ *Ibidem*.

densa, che si sposteranno dalle zone circostanti per riempire il vuoto lasciato dall'aria calda, dando così origine al vento (Costa 2011; Watson 2001). Il vento risente anche degli ostacoli frapposti dalla superficie terrestre adattandosi alla configurazione territoriale locale, questo fenomeno è denominato "flusso deviato" e può influire sull'intensità e direzione del vento (Costa 2011). Quando il vento si incanala tra due isole o due promontori, il flusso orizzontale ristretto, rinfresca, aumentando di velocità e turbolenza, questo è detto effetto "tubo di venturi" (Costa 2011). Un'altro effetto è l'"effetto valle": se durante il giorno una valle è attraversata lungo l'asse maggiore da un vento caldo, durante la notte si stabilirà, a causa del raffreddamento, un flusso d'aria violento e perturbato (Costa 2011).

La particolare configurazione del lago di Garda dal punto di vista geo-climatico, e la parte settentrionale in particolare, è favorevole alla formazione di fenomeni termici che generano venti (Costa 2011): prima di tutto a nord il Garda è circondato da una chiostra di montagne sufficientemente elevate per proteggere la zona dai venti freddi delle Alpi, a sud invece l'anfiteatro morenico con le sue basse colline non protegge il lago dai venti che giungono dalla pianura padana (Allegrì 1984). Inoltre, in corrispondenza del paese di Torbole c'è una spaccatura della cresta montuosa che mette in comunicazione con la valle dell'Adige e che rappresenta una via d'ingresso per il vento. La costa est del lago è delineata dal monte Baldo con vette di 2000 metri sul livello del mare, il massiccio soprattutto nella parte settentrionale risulta compatto e fornisce le pareti per l'incanalarsi del vento (Allegrì 1984). La sponda occidentale tra Riva del Garda e Maderno, invece, è caratterizzata da rilievi montuosi attorno ai 1500 metri sul livello del mare interrotti da strette valli che scendono verso il lago (Allegrì 1984).

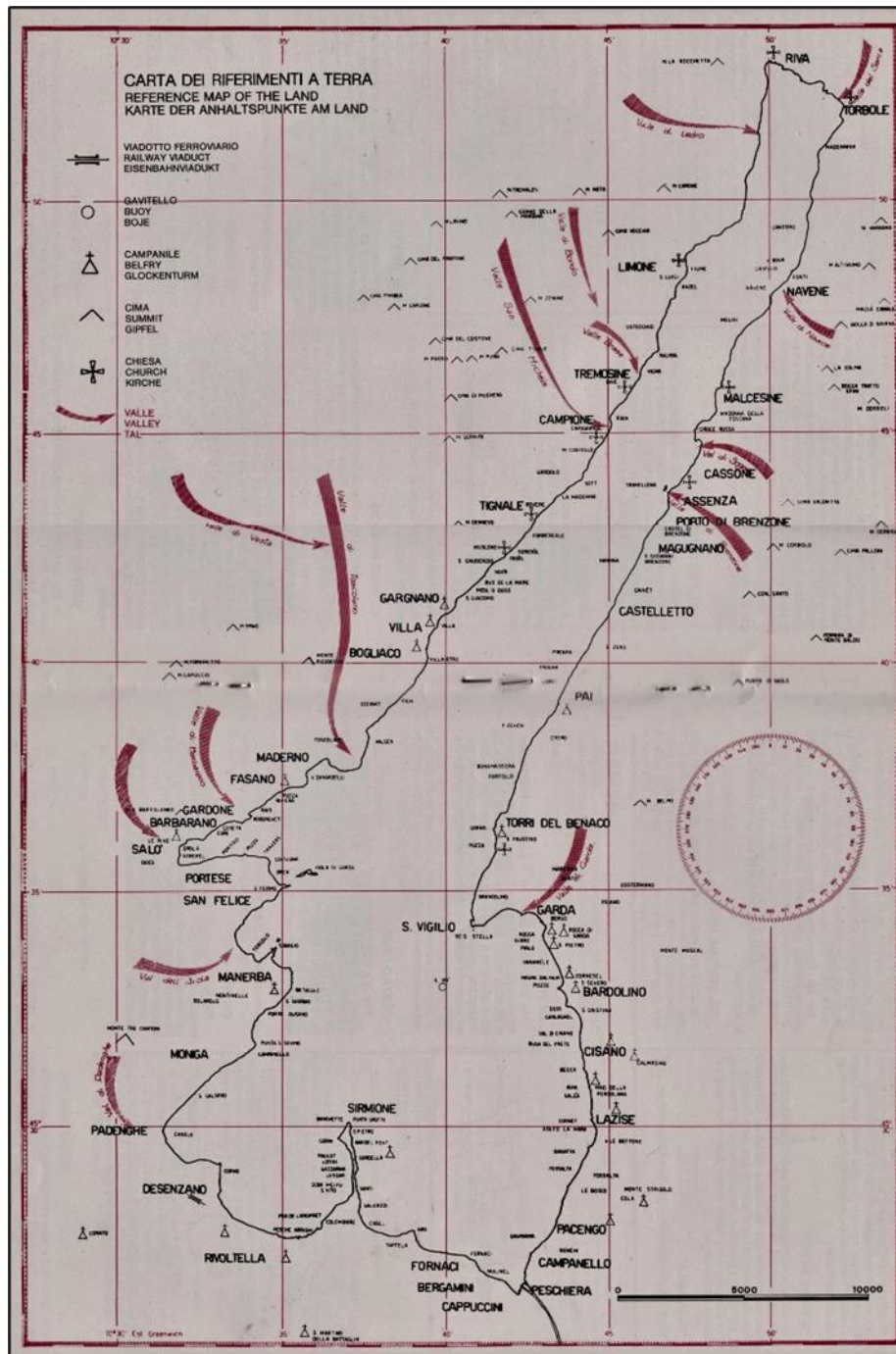


Figura 11 Carta delle valli del lago di Garda. Fonte: Mamone 1985.

Il sistema di venti funziona a grandi linee come quello delle brezze marittime; quindi, con l'alternanza del vento da terra e vento da lago con la differenza che ciò avviene giornalmente: al tramonto l'aria a contatto con le pareti rocciose si raffredda e si addensa e quindi scende verso il basso, lungo l'asse nord-sud verso l'acqua del lago, creando un vento che da nord soffia verso sud (Costa 2011). Nel corso della mattinata poi, l'aria a contatto con le pareti rocciose, presenti soprattutto nell'area settentrionale del lago, inizierà a scaldarsi iniziando ad alleggerirsi fino a fine mattinata quando si alzerà generando un flusso d'aria opposto: da sud a nord (Costa 2011). È

doveroso, inoltre, sottolineare la conformazione fisica del bacino che in particolare sul confine tra Veneto, Lombardia e Trentino presenta una strettoia che permette al vento di incanalarsi creando un “effetto venturi” che intensifica le brezze da sud nella zona del Garda trentino e le brezze da nord nell’area tra Malcesine e Limone sul Garda.

Quindi si può affermare che il lago, in condizioni metereologiche e climatiche normali è interessato da due tipologie di vento ogni giorno che soffiano in direzioni opposte, e che la zona dell’Alto Garda in particolare, è la più ventosa del lago. È stato calcolato che la media annuale di giorni con vento da sud è 219, mentre la media annua con vento da nord è di 260 giorni (Costa 2011). Sia la brezza da nord, che quelle da sud sono variabili per quanto riguarda intensità e direzione, dal momento che in base alle condizioni atmosferiche il vento non è sempre lo stesso esistono diverse tipologie di venti che soffiano da sud e da nord. In generale le brezze da sud sono più presenti nel periodo tra maggio e settembre e presentano un’intensità media maggiore nei mesi tra marzo e maggio, questo perché in questi mesi lo scambio termico è più accentuato e quindi lo spostamento di masse d’aria più violento (Piazza, Corradini 2000). Nei mesi invernali, invece, le temperature dell’acqua del lago, dell’aria e delle rocce sono meno differenti e quindi il fenomeno del vento da sud molto meno frequente (Piazza, Corradini 2000). In una ricerca condotta nel 2000, Corradini e Piazza hanno anche notato come tra il 1983 e il 1997 l’intensità media delle brezze da sud sia sensibilmente calata, i due ricercatori hanno imputato la causa del fenomeno all’innalzarsi della temperatura media nella regione e al calo della piovosità nella stagione calda, i due ricercatori hanno supposto che l’innalzarsi delle temperature abbia indebolito il fenomeno termico e quindi l’intensità del vento da sud (Piazza, Corradini 2000). Questo aspetto è molto importante perché nonostante nel primo capitolo sia stato sottolineato come il vento sia una risorsa inesauribile, i cambiamenti climatici e il surriscaldamento globale in realtà rappresentano un rischio reale anche per fenomeni come il vento. Le brezze da sud che interessano l’Alto Garda principalmente sono due: l’Ora del Garda, il vento più famoso con cui vengono spesso identificati, erroneamente, tutte le brezze che soffiano da sud (Ferro 2016) e la *Vinessa*. L’Ora soffia da sud-sud est a nord-nord ovest in modo costante (Mamone, Tartaglia 1985), in genere inizia dopo la caduta del vento da nord, quindi attorno alle 12:00-13:00 e prosegue fino al tramonto (Allegri 1984). Questo tipo di vento interessa particolarmente l’Alto Garda, infatti se nel basso lago non supera i 15,5 nodi (27,78 km/h), nell’Alto Garda può raggiungere anche i 29,1 nodi (53 km/h) (Allegri 1984), e provoca un significativo moto ondoso sulla costa di Riva e di Torbole (Ferro 2016). La *Vinessa*, invece, soffia da sud-est, è un vento freddo e umido, può spirare anche un

giorno intero ed è frequente in primavera e in autunno (Mamone, Tartaglia 1985). Si genera quando sull'Adriatico, in particolare a Venezia, soffia la Bora e spesso preannuncia perturbazioni (Allegri 1984). Questo vento è decisamente più intenso dell'Ora, infatti nell'Alto Garda può facilmente raggiungere i 30 nodi (37 km/h) sollevando onde più alte e ravvicinate rispetto a quelle dell'Ora (Costa 2011).

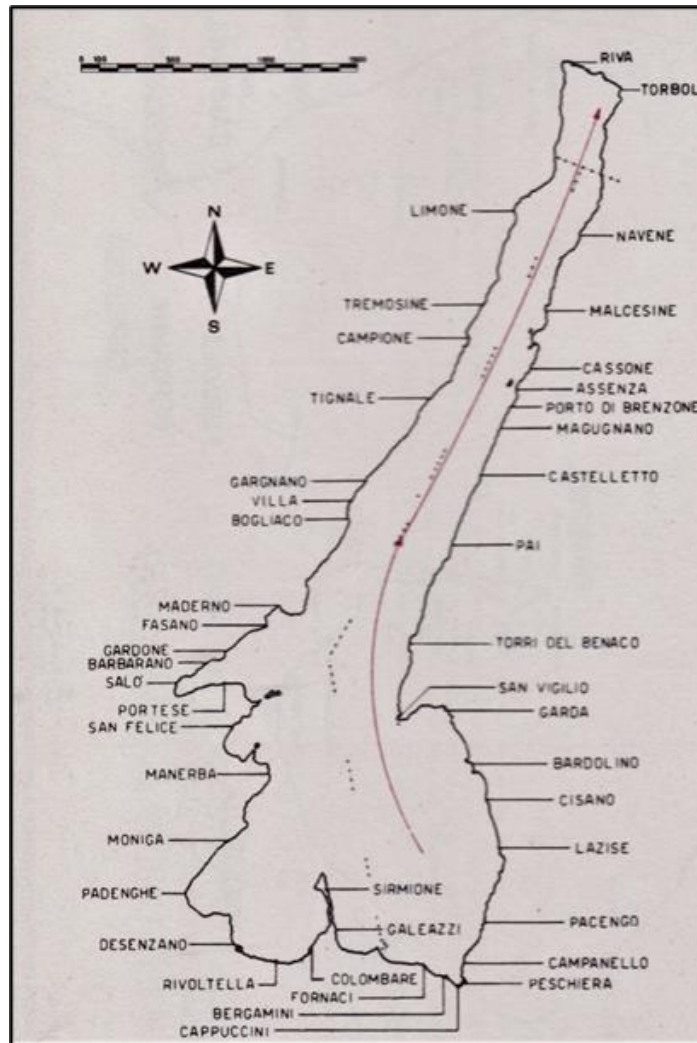


Figura 12 Venti da sud sul lago di Garda. Fonte: Mamone 1985

Per quanto riguarda i venti da nord il sistema è più complicato in quanto essi assumono nomi diversi in base alla zona del lago e questo ha portato alcuni autori a distinguere tra Tramontana ed altri tipi di vento, di fatto questa distinzione è stata ritenuta errata e il termine Tramontana scorretto per identificare i venti del lago di Garda (Allegri 1984; Costa 2011).

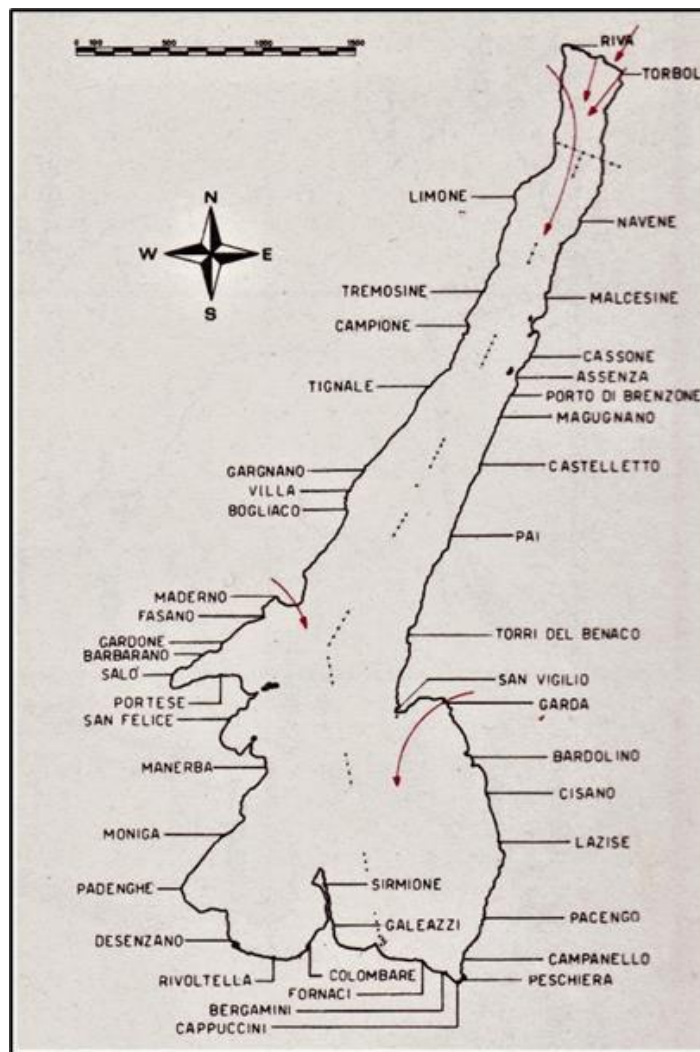


Figura 13 Venti da nord sul lago di Garda. Fonte: Mamone 1985

Quindi si può dire che il vento che si origina a nord della sponda nord del lago e soffia da direzione nord-nord est a sud-sud ovest (Mamone, Tartaglia 1985) è il *Pèler* (per la sponda Bresciana), *Sovèr* (per la sponda veneta) e *Vènt* per la sponda Trentina (Costa 2011). Questo vento soffia per circa 12 ore, dalle 2-3 di notte alle 11-12 del mattino, calando d'intensità e costanza dalle ore 10 circa, mentre nel periodo invernale potrebbe soffiare per tutta la giornata (Allegrì 1984). Nell'Alto Garda generalmente ha una forza compresa tra i 23,3 e i 29,1 nodi (42,5- 53,7 km/h) (Allegrì 1984), ma a Malcesine, passata la strettoia sul confine, supera spesso i 25 nodi (46,3 km/h) (Costa 2011). Questo vento, nonostante la forza considerevole nell'Alto Garda, non provoca onde in quanto non ha abbastanza spazio per creare moto ondoso (Ferro 2016). Vista la conformazione territoriale dell'Alto Garda, poi, il vento da nord abbastanza spesso si genera in altre zone della valle del Sarca assumendo nomi diversi nel Garda Trentino, ma avendo gli stessi effetti sul resto del lago (Mamone, Tartaglia 1985). Se il vento soffia da Torbole è chiamato vento *Paesàn* (Allegrì 1984; Mamone,

Tartaglia 1985), se nasce dal fiume Sarca si chiamerà Vento del Sarca e se soffia da nord-nord ovest dall'entroterra di Torbole si tratterà del vento da Nago (Allegrì 1984; Mamone, Tartaglia 1985). Esistono anche due venti che nelle ore serali soffiano da ovest, ovvero il *Balinot* che scende dalla valle del Ballino soffiando da Nord-ovest e il *Ponale* che scende dalla valle di Ledro aprendosi poi a ventaglio verso le sponde dell'Alto Garda (Allegrì 1984).

Infine, ci sono i venti da temporale, detti anche "aria bastarda" (Ferro 2016), quando alla zona del lago si avvicinano fronti temporaleschi è comune che vi siano masse d'aria che si muovono velocemente e che causino l'insorgere di venti di breve durata ma molto violenti e pericolosi (Allegrì 1984). La *Vinessa*, ma soprattutto il *Ponale*, si trasformano spesso in venti da temporale pericolosi (Allegrì 1984), quest'ultimo in particolare raggiunge raffiche anche di 60 nodi (111,1 km/h) e forma una caratteristica schiuma bianca sul lago (Costa 2011).

II.2 Attività turistiche legate al windsurf nella località

Il Garda Trentino al giorno d'oggi offre un'ampia offerta turistica per quanto riguarda lo sport e le attività outdoor e le istituzioni hanno fatto di queste caratteristiche il punto di forza della destinazione¹¹⁴ (Betta et al., 2009). Analizzando ad esempio, il sito dell'azienda turistica locale Garda Dolomiti S.p.a. è evidente come le attività all'aria aperta e lo sport siano centrali nella proposta territoriale e programmazione turistica locale. Le attività più frequentemente proposte sono indubbiamente trekking, tour in mountain bike, escursioni presso vie ferrate, arrampicata, *canyoning*, esperienze in barca a vela e Stand Up Paddle (SUP¹¹⁵) e windsurf¹¹⁶. L'impostazione turistica della zona, però non è sempre stata così, durante la ricerca, intervistando in particolare uno dei titolari di Segnana Watresports, il titolare di Vasco Renna windsurfing center e alcuni abitanti della zona è emerso come il windsurf potrebbe aver agito da attività propulsiva per lo sviluppo turistico locale. Il concetto di attività propulsiva venne introdotto per la prima volta da Perroux (1961) e descrive una crescita di una attività o un agglomerato di attività che facendo da propulsore, stimolano lo sviluppo economico della regione circostante (Perroux 1961). Queste

¹¹⁴ <https://www.trentinomarketing.org/it/>; <https://www.gardatrentino.it/it>.

¹¹⁵ Sport di tendenza negli ultimi anni consiste nello stare in piedi su una Tavola simile a quella da surf, ma di maggiori dimensioni e volume, utilizzando una pagaia apposita per dare propulsione alla tavola per spostarsi sull'acqua.

¹¹⁶ <https://www.gardatrentino.it/it>.

attività, attraverso la creazione di una rete, creano impatti economici nella regione interessata in termini di guadagni, impiego, investimenti locali e visibilità (Drakakis, Papadaskalopoulos 2014). Spesso queste attività propulsive non sono solo industriali, ma possono essere finanziarie, culturali e come dimostrato da Weaver e Drakakis e Papadaskalopoulos anche turistiche (Drakakis, Papadaskalopoulos 2014; Weaver 2004). L'aspetto interessante è che le attività propulsive possono avere un ruolo fondamentale nel cambio dell'immagine di una destinazione (Drakakis, Papadaskalopoulos 2014) ed effettivamente, secondo le informazioni raccolte, il windsurf ha rappresentato un'attività propulsiva per l'alto Garda e in particolare per la località di Torbole. Prima degli anni Ottanta il turismo locale andava prendendo forma principalmente come turismo di villeggiatura (Pasini 2001), il luogo era interessato soprattutto da turisti della terza età e Torbole in particolare era il luogo meno frequentato dal momento che la ventosità della località era considerata fastidiosa¹¹⁷. Con la nascita della attività legata al windsurf dalla fine degli anni Ottanta, la località di Torbole in particolare è diventata estremamente popolare interessando una tipologia di clientela decisamente diversa¹¹⁸. Come testimoniato dal titolare di Segnana Watersport al momento dell'apertura del centro nel 1980 non c'erano altre attività che proponevano attività sportive in zona, a parte il windsurf e la vela, che però rimaneva uno sport molto di nicchia¹¹⁹. Uno dei soci di Segnana Watersports riporta:

“Il windsurf è stato il motore trainante del tipo di turismo e attività che ci sono oggi: prima la zona era considerata da anziani e l'Orca dava fastidio. C'era la vela, ma non era così popolare. Il popolo dei primi windsurfisti era lo stesso degli sciatori: piaceva lo stesso concetto di libertà. Il windsurf è stato in assoluto il primo sport veramente popolare e di massa sul lago”¹²⁰.

Al giorno d'oggi però, il windsurf non spicca più come attività più polare della zona, infatti vista la quantità di esercizi commerciali legati alla mountain bike l'interesse turistico locale è mutato, si può quindi affermare che il windsurf ha permesso la creazione di una piattaforma di conoscenze che ha permesso lo sviluppo turistico attuale. Il modello di piattaforma di conoscenze (*Knowledge based platform*) a cui si fa riferimento, venne per la prima volta introdotto applicato al turismo da Jafari

¹¹⁷ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 28/08/2021.

¹¹⁸ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 28/08/2021.

¹¹⁹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 28/08/2021.

¹²⁰ Ibidem.

(2001). Per piattaforma di conoscenze si intende la formazione e costruzione di un determinato modello o tipologia di turismo che partendo da una attività, grazie alle conoscenze e capacità acquisite viene applicato ed esteso ad altre attività (Weaver 2004). Quindi il windsurf, nell'alto Garda, agendo da attività propulsiva ha mutato la percezione e polarità del luogo e permesso la creazione di una piattaforma di conoscenze legata al turismo sportivo che si è diramata ad altre attività portando all'impostazione odierna e permettendo ad altre attività di superare quella del windsurf in fatto di popolarità. Nei paragrafi successivi verrà investigato più nel dettaglio come l'attività del windsurf sia nata e il suo sviluppo sulla lago.

II.2.1 Nascita e sviluppo dell'attività nell'Alto Garda

Sin dagli arbori dello sport del windsurf l'Alto Garda, e Torbole in particolare, hanno rappresentato una località centrale per lo sviluppo di questo sport. Il windsurf è uno sport recente: dopo vari tentativi nel corso degli anni Cinquanta e Sessanta, il primo windsurf con un sistema e funzionamento simile a quello attuale fu brevettato nel 1968 dagli americani Schweitzer e Drake¹²¹. I due continuarono la loro attività di sviluppo presso Baha in California fino ad iniziare nel 1970 la prima produzione industriale di windsurf e fondare la prima associazione legata a questo sport a cui fu dato il nome *Windsurfer* (lo stesso dell'azienda)¹²². Nei primi anni della disciplina tavole e vele da windsurf, in particolare quelle per partecipare alle competizioni erano tutte identiche, quindi dette *one design* (Mühlegger 2020)¹²³. Nonostante lo sport sia nato negli Stati Uniti la vera popolarità la raggiunse in Europa (Mühlegger 2020); nel 1972 alcuni imprenditori olandesi e tedeschi, tra cui Calle Schmidt (Mühlegger 2020) scoprirono questo nuovo sport e tornarono in Europa con container colmi dei nuovi *Windsurfer*¹²⁴. Nel 1973 il nuovo sport venne provato proprio sul lago di Garda (Mühlegger 2020), dal momento che, come menzionato precedentemente, la zona era già attrezzata da tempo per gli sport nautici (Grazioli 2000) con la presenza di circoli velici e altre attività che fornivano natanti (Bellotti 1992). Inoltre, la zona era frequentata prevalentemente da turisti provenienti dal nord Europa (Pasini 2001), in particolare dalla Germania nonché primi appassionati

¹²¹ <https://everythingwindsurfing.com/history-of-windsurfing/>.

¹²² <https://www.youtube.com/watch?v=iNAveL5FKwY>; <https://windsurferclass.com/history/>.

¹²³ <https://windsurferclass.com/history/>.

¹²⁴ https://www.youtube.com/watch?v=-zi9X_Zdyk.

di questo sport. Quindi il lago di Garda si delineò da subito come destinazione privilegiata per la pratica del windsurf. In Europa lo sport divenne popolare molto velocemente, tanto che nel 1974 si disputò il primo campionato del mondo di windsurf¹²⁵. Negli anni successivi Torbole divenne il fulcro europeo per la pratica di questa disciplina, Ernstfried Prade in un'intervista a Surf Magazine riporta che fu proprio a Torbole nel 1975 che nacque il sodalizio tra lui, Brockhaus e un imprenditore svizzero nel settore della plastica che portò alla nascita dell'azienda Mistral (Mühlegger 2020) produttrice di attrezzatura da windsurf. Mistral diventò brevemente azienda leader nel settore del windsurf dal momento che sostituì l'azienda *Windsurfer* nella produzione di windsurf *one design*, diventando costruttrice del modello di tavola monotipo utilizzato alle Olimpiadi. L'anno successivo, proprio a Torbole, Mistral organizzò i test delle tavole destinate a diventare la tavola one design ufficiale, richiamando nell'Alto Garda tutti i windsurfisti migliori dell'epoca (Mühlegger 2020). Dalla fine degli anni Settanta il windsurf iniziò ad affermarsi come sport predominante ed attrazione turistica principale dell'Alto Garda (Bellotti 1992), richiamando turisti, ma interessando anche gli abitanti locali; nel 1978 infatti, venne fondato da un gruppo di windsurfisti del lago che facevano riferimento al Circolo vela Torbole, il Circolo surf Torbole, un'associazione sportiva completamente dedicata alla disciplina del windsurf che continua ad operare anche oggi¹²⁶. Alla fine degli anni Settanta nacquero anche le prime scuole di windsurf sul lago, i primi ad avere l'idea furono tutti atleti tedeschi, per rimarcare l'interesse dei teutonici per questo sport. Nel 1979 a Torbole risultavano essere già presenti tre scuole di windsurf: una presso l'Hotel Lido Blu gestita da Sigi Hofmann, una presso il camping Europa gestita da Karl Heinz Stickl e tre centri diversi uno presso la Colonia Pavese, uno presso il camping Maroadi e uno presso la località Conca d'oro gestiti da Drheies¹²⁷.

Gli anni Ottanta sono stati spesso considerati l'epoca d'oro del windsurf, lo sport diventò molto popolare in particolare tra i tedeschi¹²⁸ e proprio negli anni Ottanta l'Alto Garda si affermò come destinazione europea più conosciuta e frequentata per la pratica di questo sport¹²⁹. Torbole diventò una vera e propria "mecca del windsurf" (Pagenstecher 2020, p. 77) al punto che era possibile che vi fossero tremila windsurfisti in acqua contemporaneamente (Pagenstecher 2020). Sul lago si

¹²⁵ <https://windsurferclass.com/history/>; https://www.youtube.com/watch?v=-zi9X_Zdytk.

¹²⁶ <https://www.circolosurftorbole.com/it/circolo/associazione/la-storia/>.

¹²⁷ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

¹²⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=iNAveL5FKwY&t=21s>.

¹²⁹ *Ibidem*.

assistette ad un vero e proprio *boom* di turismo legato al windsurf (Bellotti 1992) e di conseguenza un notevole sviluppo di attività economiche annesse (Pagenstecher 2020). Negli anni Ottanta lo sport inoltre subì un fortissimo sviluppo da diversi punti di vista e andarono a definirsi le discipline e le diverse impostazioni ancora presenti al giorno d'oggi. In primo luogo, nel 1984 il windsurf diventò ufficialmente sport olimpico¹³⁰, ma soprattutto l'impostazione del *one design* al di fuori delle competizioni venne superata e nuove e differenti forme di tavole e vele proliferarono, di conseguenza nacquero molte nuove aziende produttrici¹³¹. Numerose di queste nuove aziende useranno il lago di Garda come sito per testare i nuovi prodotti (Mühlegger 2020), ma soprattutto come sede produttiva: in questo decennio aprirono sul lago diverse velerie come North Sail, e produttori artigianali di tavole (Lentati 1991).

Negli anni Novanta il windsurf era ormai un'attività già ben avviata e fiorente, e proprio in questo decennio prese forma il sistema ancora esistente al giorno d'oggi; i luoghi dove erano situate le scuole di windsurf corrispondono a quelle attuali e ben tre dei titolari delle quattro scuole di windsurf di Torbole che operano nel 2021 risultano avere già avviato la propria attività nel 1991. Il Surf Center Lido Blu, infatti, ha iniziato l'attività con l'attuale titolare nel 1990 sostituendo Stickl presso l'Hotel Lido blu¹³², il Vasco Renna Windsurfing center nel 1984 sostituendo l'attività presso la Colonia Pavese¹³³ e Segnana Watersports nel 1980 aprendo un nuovo centro in località Foci del Sarca¹³⁴. In questo decennio, non solo il sistema prese la forma e caratteristiche odierne, ma soprattutto aziende e istituzioni presero più consapevolezza del fenomeno iniziando a porre interrogativi in termini di gestione e cercando di programmare in modo più strategico e consapevole l'attività. Il problema che venne posto agli inizi del decennio è il rischio che la zona potesse sviluppare una monocultura turistica legata all'attività del windsurf. Le istituzioni compresero che l'attività del windsurf rappresentava una risorsa molto importante per la zona, ma che allo stesso tempo dovesse essere regolamentata e associata anche ad altre attività per differenziare la tipologia di pubblico turistico locale (Bellotti 1992). Negli stessi anni iniziò la propria attività l'azienda provinciale per il turismo Trentino S.p.a. (oggi Trentino Marketing s.r.l.) che nel 1990 propose un piano di marketing basato su diverse tipologie di turismo: congressuale, didattico, natura e salute, le ultime due tipologie di turismo saranno quelle più di successo e costituiranno la base per l'attività

¹³⁰ <https://windsurferclass.com/history/>; <https://everythingwindsurfing.com/history-of-windsurfing/>.

¹³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=iNAveL5FKwY&t=21s>.

¹³² Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

¹³³ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

¹³⁴ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

di marketing turistico odierno (Betta et al., 2009). Proprio all'interno del piano legato alla natura nel 1993 viene inserita l'attività del windsurf come attività ulteriormente sviluppabile e regolamentabile (Betta et al., 2009). Dell'iniziale programma venne portata a compimento una sola parte, ma l'iniziativa contribuì ad uno sviluppo più attento dell'attività ma soprattutto favorì il dialogo tra l'attività del windsurf ed altre attività, in particolare la mountainbike, che tuttora è presente e, come verrà sottolineato nei prossimi paragrafi, fondamentale per la destinazione del Garda Trentino (Betta et al., 2009). Se da un lato alcune istituzioni si preoccupavano per il futuro e i risvolti dell'attività del windsurf, dall'altro altre istituzioni consapevoli della popolarità dell'attività si impegnarono per creare maggiore attrattiva: in particolare il Circolo Surf Torbole, ormai ingrandito e affermato istituzionalmente, nel corso degli anni Novanta era solito organizzare circa dieci eventi competitivi all'anno che richiamavano pubblico da gran parte d'Europa, ma anche del mondo (Calendario regate Circolo surf Torbole 1989; 1990; 1991; 1992)¹³⁵. È interessante notare come almeno la metà di questi eventi non sia prettamente agonistico, ma abbia un'importante componente spettacolare e di divertimento volta ad attrarre pubblico. Un esempio emblematico può essere l'edizione del 1992 della New West World Cup tenutasi al Circolo surf Torbole, l'evento principale consisteva in una competizione di windsurf che vedeva gareggiare gli atleti migliori dell'epoca, l'evento era accompagnato da una serie di eventi collaterali come feste con musica, partite di beach volley, firma di autografi degli atleti e presentazione di nuovi materiali (Giolai 1992). L'evento, pertanto, era studiato per attrarre pubblico e come riportato in un'intervista di Windsurf Magazine all'allora presidente del Circolo surf Torbole, l'evento effettivamente aveva attirato un buon numero di spettatori provenienti da diverse zone d'Italia, ma anche d'Europa, appositamente per assistere all'evento (Giolai 1992). Sull'esperienza maturata in questo decennio, accentuando la componente spettacolare e di attrazione di pubblico, nel 2002 si tenne per la prima volta il Wind festival, evento che può essere considerato il coronamento dell'Alto Garda come destinazione per il turismo legato all'attività del windsurf.

Il wind Festival tenutosi per la prima volta a Torbole nel 2002 fu organizzato dal Circolo Surf Torbole in collaborazione con l'APT locale, con l'intento specifico di attrarre pubblico (Progetto "Surf festival" 2002)¹³⁶. Nella missione dell'evento è esplicitamente dichiarato che:

¹³⁵ Materiale inedito dall'archivio Circolo Surf Torbole.

¹³⁶ Materiale inedito dall'archivio Circolo Surf Torbole.

“Si tratta di una manifestazione a sfondo turistico che si terrà dal 22 al 26 maggio 2002. L’evento sportivo si propone di essere un forte polo d’attrazione per il mondo del windsurf mondiale, agonistico e commerciale. [...] La manifestazione, voluta ed organizzata dal Circolo surf Torbole, è stata ideata per mettere a confronto le esperienze agonistiche, tecnologiche e di mercato del mondo del windsurf; al fine di rafforzare la presenza turistica nella provincia trentina e in particolare nel Garda trentino” (Progetto “Surf festival” 2002).

La manifestazione si rivelò un’idea molto valida, vide la partecipazione di quaranta aziende del settore tra espositori e aziende specializzate; alle classiche competizioni vennero abbinate dimostrazioni e show, la possibilità per chiunque di provare i materiali più recenti delle aziende, feste, musica dal vivo, incontri con gli atleti migliori del momento, ma anche corsi gratuiti per principianti grazie ad un consorzio delle scuole di windsurf della zona (Progetto “Surf festival” 2002). L’evento riscosse moltissimo successo attraendo circa ventimila persone nel corso dei cinque giorni di evento e venne ripetuto negli anni successivi, l’ultimo si tenne nel 2005 (Progetto “Surf festival” 2002). Il Garda trentino ha rappresentato un sito unico per questo evento in virtù del fatto che nell’area interessata era stato stimato un bacino di circa due milioni di utenti turistico-sportivi, la reputazione turistica della zona per la pratica del windsurf e le condizioni metereologiche e ambientali (Progetto “Surf festival” 2002) hanno formato una base unica. Il Wind Festival ha contribuito a consolidare la reputazione della zona come località turistico-sportiva e ad affermare il Garda Trentino e Torbole in particolare come centro europeo del windsurf.

Dagli anni duemila ad oggi l’attività ha avuto ulteriori evoluzioni, ciò si è reso necessario dal momento che è stato notato come l’industria del windsurf, soprattutto per quanto riguarda l’attività turistica ad essa legata, come anche altre attività sportive, tenda ad avere uno sviluppo ciclico (Almudi et al., 2018). Almudi, Fatas-Villafranca, Potts e Thomas in una ricerca condotta nel 2018 hanno notato come alcune attività industriali legate agli sport attraversino diverse fasi nel loro sviluppo; nel caso specifico del windsurf sono stati individuati tre stadi: il periodo di emersione, che per quanto riguarda il windsurf in occidente è posizionabile negli anni Settanta e Ottanta, la fase di consolidazione del settore che è individuabile tra gli anni Ottanta e Duemila e infine, la fase di stagnazione e declino in cui il settore perde di dinamismo, gli autori della ricerca hanno individuato l’entrata del settore del windsurf in queste fase attorno agli anni duemila (Almudi et al., 2018). Per uscire dalla fase di stagnazione evitando il declino del settore, è necessario introdurre delle

innovazioni, soprattutto tecniche, ma anche di altra natura (Almudi et al., 2018). La ricerca qui citata si concentra particolarmente sugli aspetti tecnici e tecnologici dell'industria, ma anche il turismo è stato studiato in base ad un ciclo di vita, in particolare il modello più utilizzato è quello del ciclo di vita del prodotto di Butler teorizzato nel 1980. Questo modello prevede sei fasi: esplorazione, avviamento, sviluppo, maturità, stagnazione e declino (Butler 2006); in anni più recenti questa teoria è stata in parte superata dato che questo tipo di modelli in campo turistico non è applicabile a tutte le destinazioni in modo così rigido. Però considerando l'industria tecnologica come nel caso di Almudi et al. (2018), la teoria potrebbe mantenere un valore più attendibile. Negli ultimi anni il mondo del windsurf effettivamente ha visto l'introduzione di novità tecniche e tecnologiche, in particolare con l'avvento del *windsurf foil* e del *wing foil*. Il *windsurf foil* presenta una modifica al funzionamento delle tavole da windsurf mantenendo tutte le altre parti del windsurf immutate, mentre il *wing foil* rappresenta una nuova disciplina dal momento che, come osservabile nella figura 4, la vela del windsurf viene sostituita da un nuovo tipo di vela e anche le tavole risultano diverse¹³⁷. La differenza principale rispetto al windsurf tradizionale è che con le nuove "tavole foil", ovvero dotate di questa tecnologia, è possibile galleggiare in modo ottimale sull'acqua rendendo possibile l'attività anche con minore vento¹³⁸. Dalla comparsa di queste innovazioni, in meno di quattro anni, le attività sono diventate estremamente polari¹³⁹. Come emerso nel corso dell'intervista con il titolare del Surf Center Lido Blu il *wing foil* e il *windsurf foil* sono le attività più in voga momento, e hanno portato nuovo interesse verso il settore del windsurf e persuaso individui che avevano abbandonato l'attività a tornare a praticarla grazie a queste innovazioni¹⁴⁰.

¹³⁷ <https://www.4actionsport.it/?s=foil>.

¹³⁸ Ibidem.

¹³⁹ <https://www.4actionsport.it/water/windsurf/wing/>.

¹⁴⁰ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.



Figura 14 Windsurf foil sul Lago di Garda. Fonte: Circolo Surf Torbole.



Figura 15 Wing Foil sul Lago Di Garda. Fonte <https://wingfoiltorbole.com/>.

II.2.2 Attuale distribuzione e organizzazione dei centri windsurf presso Torbole

Al giorno d'oggi nel comune di Nago-Torbole sono presenti quattro centri di windsurf oltre al Circolo Surf Torbole, che ha una funzione di associazione sportiva senza scopo di lucro¹⁴¹. I centri privati sono rispettivamente Segnan Watersports, Surf center lido blu, Vasco Renna windsurfing center, Duotone procenter Torbole. Confrontando l'offerta delle diverse aziende è emerso che tutte le

¹⁴¹ <https://www.circolosurftorbole.com/it/>.

attività offrono corsi da livello principianti ad avanzato di windsurf, noleggio di windsurf, noleggio di Stand Up Paddle (SUP), e servizio di rimessaggio per tavole e vele private di clienti. Oltre a questi servizi base le aziende hanno sviluppato caratteristiche e servizi aggiuntivi diversi tra loro. La realtà più grande risulta essere quella di Segnana Watersports, la ditta è una s.r.l. tra diversi soci e l'azienda ha cinque diverse sedi nell'Alto Garda. La sede principale e storica, aperta nel 1980¹⁴², si trova presso Torbole in località Foci del Sarca, poi a Riva del Garda presso Sailing Du Lac si trova la seconda sede operativa specializzata in navigazione a vela, sempre a Riva del Garda presso la località Pier si trova la sede Pier windsurf, specializzata in insegnamento avanzato, infine a Torbole presso la località e Villa Cian e la località Molo Paradiso sono presenti altri due centri minori che generalmente si occupano solo di noleggio attrezzatura¹⁴³. Segnana Watersports rappresenta l'offerta più articolata della zona, in quanto non si limita a corsi e noleggio di windsurf, ma offre anche noleggio di kayak, corsi e noleggio di SUP, corsi e noleggio di barca a vela, noleggio di biciclette e grazie alla stretta collaborazione con la ditta Kite Segnana (con differente partita Iva, ma una sede in comune), offre anche corsi e noleggio di kitesurf¹⁴⁴. L'azienda presa in considerazione ha dimensioni notevoli, in alta stagione risulta avere circa 75 dipendenti¹⁴⁵, divisi in addetti all'assistenza a terra, istruttori delle varie discipline, personale addetto all'accoglienza e alla segreteria, vari responsabili dei centri e settori, e personale addetto al lavoro di back office e organizzazione¹⁴⁶. Da un'osservazione personale fatta dall'autrice nelle stagioni estive 2020 e 2021 per quanto riguarda il comparto dei corsi di windsurf nei mesi da giugno ad agosto, la media di clienti partecipante giornalmente ad un corso di windsurf è stata stimata tra le 80 e le 90 persone. Segnana Watersports è l'attività che si è sviluppata maggiormente nel corso degli anni proponendo un'offerta sempre più articolata. Nonostante la notevole dimensione e la conseguente influenza di questo centro, questa attività non ha monopolizzato il settore nell'Alto Garda e anche gli altri centri hanno una notevole importanza. Il Vasco Renna windsurfing center fondato nel 1984 offre anche corsi di SUP, la caratteristica interessante è che il centro rappresenta anche la sede di riferimento italiana dell'associazione tedesca VDWS dal momento che il titolare della scuola Vasco Renna è il responsabile legale della divisione italiana dell'associazione¹⁴⁷. La *Verband Deutscher Windsurfing Schulen* (VDWS) è un'associazione fondata nel 1974 in Germania che al giorno d'oggi ha diverse divisioni in Europa e

¹⁴² Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

¹⁴³ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

¹⁴⁴ <https://www.surfsegnana.it/>.

¹⁴⁵ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

¹⁴⁶ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

¹⁴⁷ <https://www.vdws.de/it/>.

che si occupa della formazione di istruttori di windsurf, vela e kitesurf, della cura e sviluppo di un sistema di patentini e del mantenimento di determinati standard di insegnamento e di qualità del servizio nei centri affiliati¹⁴⁸. Quindi il centro risulta al centro di una serie di dinamiche, in particolare quelle relative alla formazione dei maestri che lo differenziano dagli altri centri¹⁴⁹. Il centro vede impiegati tra i dieci ed i venti dipendenti nella stagione estiva divisi tra addetti alla segreteria, addetti ai noleggi e all'assistenza a terra e istruttori di windsurf e SUP. Il titolare stima di servire circa dieci mila clienti in una stagione¹⁵⁰. La realtà più piccola è quella rappresentata dal Surf Center Lido Blu, il centro si trova in località Foci del Sarca presso l'Hotel Lido Blu, dal quale è indipendente nell'attività; il centro è il più piccolo del Garda Trentino in termini sia di superficie che quantità di personale, ma è in attività dal 1990 con ottimi risultati. Il centro si occupa esclusivamente di corsi e noleggio di windsurf e di noleggio di SUP. In alta stagione il numero massimo di dipendenti è pari a dieci, oltre al titolare sono presenti un assistente a terra addetto ai noleggi, una segretaria addetta alle prenotazioni, organizzazione corsi e assistenza clienti e dai sette ai nove maestri¹⁵¹. Nonostante le piccole dimensioni, il centro risulta avere una clientela molto presente e affezionata, e una certa attenzione alle novità del settore dal momento che negli ultimi anni il centro è sempre stato al passo con le ultime tendenze in fatto di windsurf, in particolare è stato il primo a proporre il windsurf foil e poi il wing foil ai propri clienti¹⁵². L'ultima realtà presente a Torbole è il Duotone Pro Center Torbole, il centro si trova in località Conca d'oro a Torbole e risulta essere l'azienda avviata più di recente a Torbole, dal momento che l'attività è stata avviata nel 2018 sostituendo un altro centro nello stesso sito, e cambiando proprietario. Il centro, oltre ai servizi in comune con le altre aziende, offre corsi e noleggio di kitesurf, corsi di SUP, *camp* e *clinics* di perfezionamento dalla durata diversi giorni tenuti da atleti¹⁵³. Una grande differenza di questo centro rispetto agli altri è il legame con un'azienda produttrice di materiale di windsurf: la Duotone, azienda multinazionale produttrice di vele e materiale vario che ha stretto partnership con diversi centri di windsurf e kitesurf nel mondo¹⁵⁴. Sicuramente questa impostazione è una novità rispetto all'impostazione classica degli altri centri del lago, ma l'esperienza è ancora relativamente nuova per poter affermare che si tratti di un'impostazione di successo.

¹⁴⁸ Ibidem.

¹⁴⁹ <https://www.vdws.de/it/>.

¹⁵⁰ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

¹⁵¹ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

¹⁵² Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

¹⁵³ <https://www.dpc-torbole.com/it/>.

¹⁵⁴ <https://www.duotoneprocenter.com/>.

In particolare, per quanto riguarda i corsi di windsurf, tutti i centri hanno la medesima impostazione: la mattina vengono offerti principalmente corsi per principianti e livello base, in tutte le scuole i corsi iniziano alle 9:00 di mattina e si concludono alle 12:00 o 12:30 a seconda della scuola. Il pomeriggio invece, vengono proposti corsi di livello già avanzato a partire dalle ore 13:00 o 13:30 a seconda dell'organizzazione della scuola¹⁵⁵. Questa organizzazione è determinata dalle condizioni atmosferiche menzionate nel precedente paragrafo; in tarda mattinata, infatti, il vento da nord che soffia debolmente e il moto ondoso completate assente rendono l'ambiente ottimale per i windsurfisti più inesperti; il pomeriggio invece, l'Ora da sud che soffia con più potenza creando anche moto ondoso (Mamone, Tartaglia 1985) rende le condizioni più adatte a windsurfisti già esperti. Va precisato che anche la posizione di un centro rispetto ad un altro influisce sulle caratteristiche del vento e di conseguenza sulle tipologie di lezione che vengono più frequentemente praticate. Il centro principale di Segnana Watersports, ad esempio, si affaccia su una baia, detta Baia Azzurra, che rende il sito particolarmente favorevole e sicuro per i principianti. Al contrario centri come il Duotone procenter in Conca d'oro, il Molo paradiso di Segnana Waterports e il Pier windsurf sono particolarmente indicati e apprezzati da windsurfisti più esperti; questi risultano essere tra i luoghi più ventosi del lago, dato che si trovano in prossimità della strettoia del lago ai piedi di pareti di roccia, inoltre, rispetto alla direzione del vento, sono *side shore*, come specificato nel capitolo precedente, condizione prediletta dai windsurfisti.

¹⁵⁵<https://www.dpc-torbole.com/it/activities/windsurfing/windsurf-lezioni>; <https://www.surflb.com/it/corsi/>; <https://www.vascorenna.com/it/corsi-adulti>; <https://www.surfsegnana.it/it/26/noleggio-windsurf-a-riva-del-garda-e-torbole>.

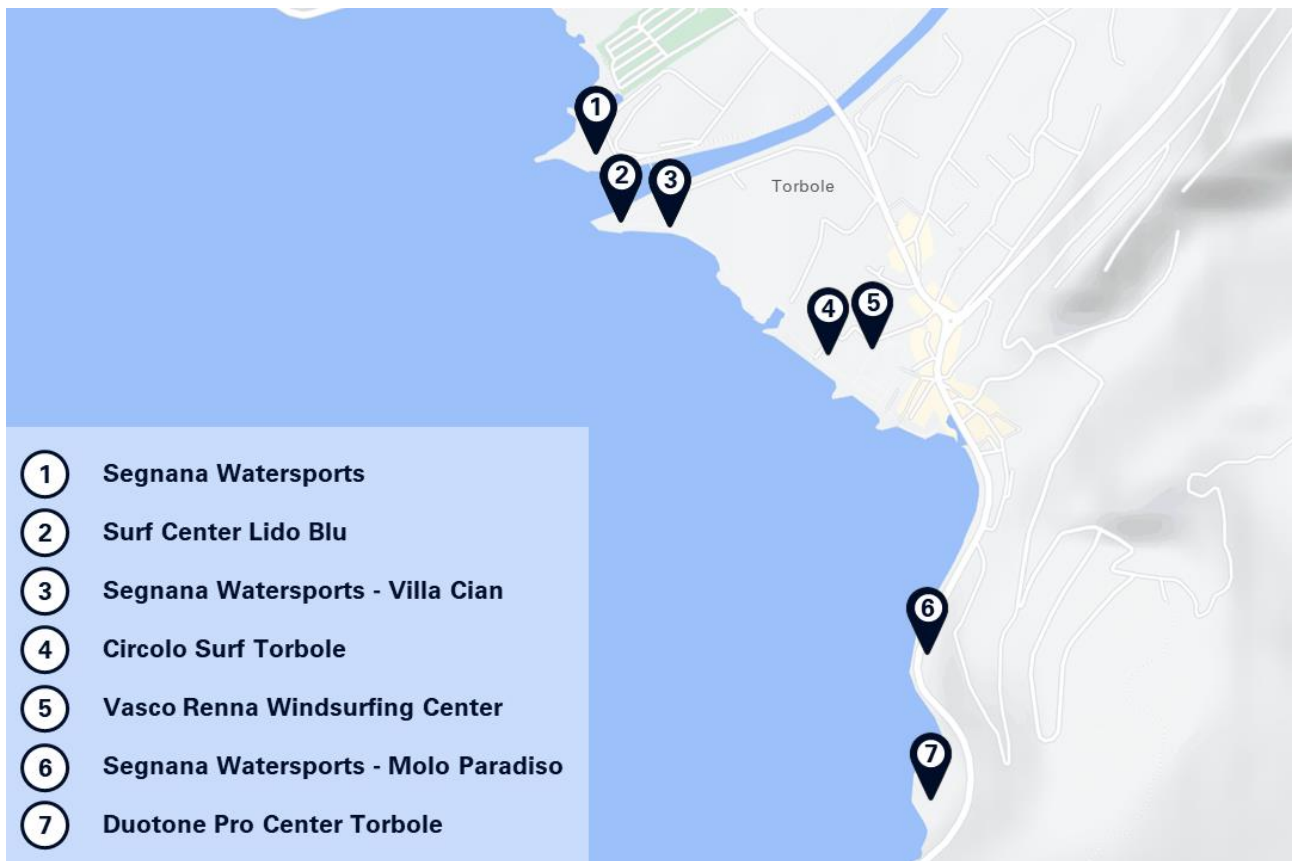


Figura 16 Disposizione centri di windsurf presso Torbole. Elaborazione dell'autrice.

La rilevanza che ha Torbole come destinazione dedicata al windsurf è provata dalla densità di centri di windsurf, sulla costa di Torbole, in soli due chilometri sono presenti sei strutture legate al windsurf: i quattro centri precedentemente citati, il circolo sur Torbole e i due centri satellite di Segnana Watersports¹⁵⁶. Segnana Watersports e il Surf Center Lido Blu sono separati solo dalla foce del fiume Sarca e distano meno di duecento metri l'uno dall'altro¹⁵⁷. Nonostante la vicinanza e le dimensioni dei centri, le attività convivono senza complicazioni importanti, ma soprattutto sono tutte fiorenti. Infatti, tutti i titolari dei centri hanno dichiarato di essere in buoni rapporti con i concorrenti e di non avere preoccupazioni o pressioni a riguardo alla concorrenza¹⁵⁸. A differenza di quello che si potrebbe supporre, la concorrenza è minima e per niente spietata¹⁵⁹. Come spiegato nel corso di un'intervista condotta con uno dei soci di Segnana Watersports, ormai ogni scuola ha un bacino di utenza ben consolidato e differenziato rispetto a quello delle altre scuole¹⁶⁰.

¹⁵⁶<https://www.google.com/maps/dir/Duotone+Pro+Center+Torbole/Surf+Segnana,+Foci+del+Sarca,+38069+Nago-Torbole+TN>.

¹⁵⁷ Ibidem.

¹⁵⁸ Informazioni ricavate tramite interviste con i titolari dei quattro centri di windsurf di Torbole

¹⁵⁹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021

¹⁶⁰ Ibidem.

Nonostante la medesima natura delle attività, i vari centri hanno differenziato la propria offerta sviluppando caratteristiche diverse; Segnana Watersports ha consapevolmente indirizzato la propria offerta alla varietà e ampiezza di servizi, proponendo un numero di attività, centri e possibilità impareggiabile rispetto alle altre imprese del territorio¹⁶¹. In più, negli anni passati l'azienda ha molto investito sulla pubblicità rivolta soprattutto alle famiglie sia in Italia, ma soprattutto all'estero, che ha permesso di formare un nucleo consolidato di clientela affezionata al centro¹⁶². Il Duotone Procenter ha da subito differenziato la sua offerta, anche grazie alla posizione strategica, rivolgendosi ad un pubblico più selezionato interessandosi particolarmente a quella fetta di mercato di windsurfisti già esperti; i prodotti più dissimili che il centro offre rispetto agli altri sono campi di perfezionamento con atleti sponsorizzati da Duotone e clinics organizzati per provare nuovi materiali tecnici¹⁶³. Il Surf Center Lido Blu date le piccole dimensioni, ha trovato il punto di forza nel rapporto particolarmente stretto che l'azienda riesce ad instaurare con i clienti, proponendo sempre un'accoglienza molto informale, quasi familiare¹⁶⁴. Il titolare ha dichiarato come nella sua attività la strategia punta alla fidelizzazione dei clienti mediante la creazione di un ambiente amichevole che dia importanza al cliente grazie anche all'instaurazione di un rapporto amichevole tra staff e clientela¹⁶⁵. Il titolare ha riportato che la strategia funziona e ha permesso alla scuola di avere una buona base di clienti abituali; infatti, il titolare afferma che circa il 60% della propria clientela è costituita da *repeaters*¹⁶⁶. Il Vasco Renna Windsurfing center, si trova in una posizione con condizioni simili a quelle del Surf Center Lido Blu, ma ha dimensioni leggermente maggiori, e la differenza rispetto a tutte le altre attività è data dal fatto che l'azienda è a conduzione familiare. Infatti, il titolare afferma con fierezza che la sua è una "*windsurf family*", la moglie e i quattro figli sono tutti coinvolti nell'attività e per il titolare questo rappresenta un modo unico ed efficace per trasmettere la passione per il windsurf, cosa che nessun altro centro può proporre¹⁶⁷. Come le altre scuole anche il Vasco Renna windsurfing center ha una base molto solida di clientela *repeaters*, il titolare riporta che ogni stagione ha un numero di clienti abituali nell'ordine delle migliaia¹⁶⁸. Non solo le varie aziende hanno differenziato la propria offerta, ma esiste una convenzione siglata tra le quattro scuole che stabilisce un prezzario base di comune accordo, che evita che un'attività cerchi di

¹⁶¹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

¹⁶² Ibidem.

¹⁶³ <https://www.dpc-torbole.com/it/>.

¹⁶⁴ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

¹⁶⁵ Ibidem.

¹⁶⁶ Ibidem.

¹⁶⁷ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

¹⁶⁸ Ibidem.

abbassare o alzare eccessivamente i prezzi a danno delle altre¹⁶⁹. Si può pertanto parlare piuttosto che di concorrenza, di una collaborazione; ciò non è una novità, ma è stata già notata in uno studio simile a questo condotto su un gruppo di centri windsurf in Sardegna da Nicoletta Fadda (2020).



Figura 17 Spiaggia di fronte al centro Segnana Watersport durante le lezioni di livello base in una mattinata di luglio 2021. Foto scattata dall'autrice.

II.3 Particolarità dell'organizzazione territoriale e del tessuto economico nella destinazione

Il comune di Nago di Torbole è composto da due paesi: Nago sulla collina e Torbole sulla costa del lago. Come già precedentemente menzionato tutta la zona è interessata da importanti flussi turistici, in particolare il comune di Nago Torbole risulta essere il più piccolo della zona con 2.842 residenti registrati il 31 dicembre 2019¹⁷⁰, ma altamente interessato dal fenomeno turistico. Presso il comune di Nago-Torbole, infatti, alla fine dell'anno 2020 risultano registrate 51 strutture alberghiere¹⁷¹, 7 campeggi, 32 Bed & breakfast e 164 seconde case¹⁷². Se l'importante presenza del

¹⁶⁹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

¹⁷⁰ [http://www.statweb.provincia.tn.it/annuario/\(S\(001glh552c0gyxie5ohxnw45\)\)/tavola.aspx?id=2.32&t=at](http://www.statweb.provincia.tn.it/annuario/(S(001glh552c0gyxie5ohxnw45))/tavola.aspx?id=2.32&t=at).

¹⁷¹ [http://www.statweb.provincia.tn.it/annuario/\(S\(001glh552c0gyxie5ohxnw45\)\)/tavola.aspx?id=1.06&t=at](http://www.statweb.provincia.tn.it/annuario/(S(001glh552c0gyxie5ohxnw45))/tavola.aspx?id=1.06&t=at).

¹⁷² [http://www.statweb.provincia.tn.it/annuario/\(S\(001glh552c0gyxie5ohxnw45\)\)/tavola.aspx?id=1.13&t=at](http://www.statweb.provincia.tn.it/annuario/(S(001glh552c0gyxie5ohxnw45))/tavola.aspx?id=1.13&t=at).

comparto ricettivo conferma la quasi esclusiva vocazione turistica del paese, la caratteristica fondamentale, importante anche per questa ricerca, è la tipologia di turismo che contraddistingue la zona: il turismo sportivo. Come riportato nel paragrafo precedente il windsurf ha agito come attività propulsiva locale permettendo nella zona lo sviluppo turistico, ma anche economico, da un punto di vista più ampio. Come dimostrato da Drakakis e Papadaskalopoulos, però, un'attività propulsiva permette uno sviluppo locale e sbocchi economici vari solo se consapevolmente gestita dalle istituzioni (Drakakis, Papadaskalopoulos 2014). Effettivamente le istituzioni locali negli anni sono state in grado di sfruttare l'opportunità e creare un circolo virtuoso dal punto di vista economico e della promozione tra turismo, sport e territorio. Il circolo virtuoso in questione è in parte proposto in una ricerca eseguita da Elena Radicchi che nel 2013 propone il turismo sportivo come tipologia di turismo più propizia e ricercata per il futuro (Radicchi 2013). Valutando le performance del Garda Trentino, l'andamento corrisponde con quello auspicato nella ricerca sopracitata. Dalle interviste è emerso che l'attività sviluppata quasi di conseguenza a quella del windsurf è stata la mountain bike: dalla metà degli anni Ottanta, infatti, ha iniziato a svilupparsi questa nuova attività che si è intensificata velocemente (Pagenstecher 2020) anche grazie alla sinergia con il windsurf. Dal momento che la mountain bike rappresentava un'alternativa interessante al windsurf, gran parte dei turisti in breve tempo hanno praticato entrambe le attività¹⁷³ al punto che negli anni Novanta la polarità della mountain bike ha superato quella del windsurf (Pagenstecher 2020). Come riportato dal titolare del Surf Center Lido blu, quando aprì la sua attività nel 1990 oltre ad altri centri windsurf sul territorio erano già presenti attività che si occupavano di mountain bike¹⁷⁴. Va inoltre menzionato che parallelamente all'attività del mountain bike nella valle del Sarca ad Arco in particolare, andava sviluppandosi, in generale più lentamente e più a nord l'arrampicata sportiva (Pagenstecher 2020; Turri 1994;). Al giorno d'oggi questo sport risulta essere un importante elemento d'attrazione per il territorio e da esso si sono sviluppate una serie di altre attività come il torrentismo e le escursioni su vie ferrate. Il mondo dell'arrampicata però, a differenza di quello ciclistico, si è sviluppato in modo parallelo e distaccato rispetto a quello del windsurf, come è stato sottolineato in alcune interviste svolte con attori locali¹⁷⁵.

Attualmente i risultati di questo sviluppo sono visibili in particolare presso il comune di Nago-Torbole; infatti, il windsurf non è l'unica disciplina praticata, nel paese oltre ai centri di windsurf

¹⁷³ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

¹⁷⁴ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

¹⁷⁵ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

precedentemente citati sono presenti sei esercizi che noleggiavano biciclette di vario tipo: mountainbike, e-bike, bici da corsa, da strada e downhill. Sono presenti anche tre aziende che effettuano servizi di *bike shuttle*, dal momento che la disciplina più recente molto apprezzata in zona è il downhill che si pratica con bici appositamente progettate per scendere in discesa al di fuori dai sentieri. In tutto il Garda trentino sono presenti numerosi percorsi appositamente tracciati per questa disciplina che non prevedono salite. Da qui la necessità di aziende appositamente organizzate per l'accompagnamento delle bici alla partenza dei percorsi. Oltre alle aziende legate al mondo del ciclismo, a Torbole è presente anche l'impresa Canyonig Adventure che propone tour di *canyoning*, ferrate, kayak e arrampicata¹⁷⁶, altre attività simili si trovano presso Arco. Infine, relativamente agli sport acquatici due dei centri di windsurf offrono anche kitesurf, in aggiunta Negrinautica in collaborazione con Segnana Watersports offre noleggio di imbarcazioni a vela e corsi di vela¹⁷⁷.

II.3.1 Rete d'impresa nata attorno all'attività del windsurf

Oltre ai centri di windsurf nell'Alto Garda, e in particolare a Torbole sono nate ulteriori attività economiche collegate a questo sport, ma non strettamente turistiche. Negli anni l'Alto Garda ha rappresentato un polo di attrazione molto importante per lo sport del windsurf al punto da formare una rete di aziende di natura molto diversa che gravitano attorno a questo sport. Da una ricerca condotta dall'autrice sul territorio è stato notato che la tipologia di azienda più inusuale, ma decisamente presente sul territorio, è rappresentata da attività che si occupano della riparazione di tavole e vele. Nel windsurf il materiale è fondamentale ma allo stesso tempo è molto fragile e facilmente danneggiabile; dati i costi molto alti dell'attrezzatura, esistono artigiani specializzati nella riparazione del materiale. Presso Torbole sono presenti due attività che si occupano della riparazione di vele: Raf Wind¹⁷⁸ e Seatex Sail¹⁷⁹, una terza attività che si occupa dello stesso ambito si trova a Riva del Garda ed è Torbole Sails¹⁸⁰. Gli artigiani, detti velai, non si occupano

¹⁷⁶https://www.canyonadv.com/canyoning/?gclid=CjwKCAjwmqKJBhAWEiwAMvGt6JQGLsaa1gYzzyrDTUgRWaw864ciR3-SlasSFDw_7ZxWrBrYYayuuBoClIEQAvD_BwE#.

¹⁷⁷

https://www.negrinautica.com/epages/990362204.sf/it_IT/?ObjectPath=/Shops/990362204/Categories/II_negozio.

¹⁷⁸ <http://www.rafwind.com/>.

¹⁷⁹ <http://wp.seatexsails.com/>.

¹⁸⁰ <https://www.torbolesails.com/index.php/it/>.

esclusivamente della riparazione di vele da windsurf, ma anche di vele da kitesurf e per barca a vela e collaborano sia con privati che con i centri locali. Osservando tre attività di questa tipologia molto specifica e di nicchia in un territorio così ristretto si può supporre che l'ammontare di richieste per questo tipo di servizio sia molto alto e frequente. Per quanto riguarda la riparazione di tavole è presente un'attività presso Torbole: Seatex Board¹⁸¹ che collabora con Seatex Sail, inoltre il servizio di riparazione tavole è offerto anche da alcuni negozi specializzati della zona come Shaka Surf Shop e Surf Planet.



Figura 18 Attività legate al windsurf nell'Alto Garda. Elaborazione dell'autrice.

Un'altra tipologia di attività molto diffusa nella zona sono negozi specializzati di windsurf che si occupano di vendita di: abbigliamento tecnico, materiale (tavole e vele) sia nuovo che usato e abbigliamento *streetwear* che spazia da costumi da bagno a jeans ad accessori, di tutti quei marchi citati in relazione al lifestyle del windsurf nel primo capitolo della ricerca. A Torbole sono presenti due negozi di questo tipo: Shaka Surf shop¹⁸² e Surf Planet¹⁸³, quest'ultima attività ha due sedi

¹⁸¹ <https://seatex-boards-repair.business.site/>.

¹⁸² <https://www.shaka.it/it>.

¹⁸³ <https://surfplanet1.surfplanet.it/index.php>.

presso Torbole, il Surf Planet 1 specializzato in abbigliamento e materiale tecnico e il Surf Planet 2 specializzato in abbigliamento *streetwear*¹⁸⁴. Sulla direttrice tra Torbole e Riva del Garda è presente il terzo negozio di questo tipo: Oradini Sport, che si trova nel comune di Arco ed è il negozio storico della zona, infatti è in attività del 1977¹⁸⁵. Infine, a Riva del Garda, con una sede più grande a Malcesine opera il Best Wind¹⁸⁶.

Oltre ai negozi tecnici specializzati sono presenti anche negozi solo di abbigliamento legato al windsurf, a Torbole oltre al Surf Planet 2 infatti, operano un negozio monomarca Quiksilver¹⁸⁷ e un negozio Monomarca Rip Curl. È importante sottolineare che quest'ultima azienda in particolare ha solo un altro negozio monomarca in Italia oltre a quello di Torbole, presso Levanto (una delle poche località in Italia dove è possibile praticare surf da onda)¹⁸⁸, questo fatto avvalorava la tesi per cui Torbole è uno dei più importanti centri italiani, ma anche europei, per la pratica del windsurf. L'ultimo negozio di questa tipologia si trova a Riva del Garda ed è il North Lake Shop che viene definito come un "*lifestyle clothing shop*"¹⁸⁹.

L'ultima azienda che merita una menzione è la Point 7, azienda produttrice di vele, componenti e accessori vari per il windsurf che nel 2010 ha stabilito il proprio quartiere generale (amministrativo, non produttivo) tra Torbole e Arco, in località San Giorgio¹⁹⁰. Quest'ultima attività è un esempio interessante di come l'Alto Garda riesca ancora ad essere una destinazione attuale per il windsurf. Va ricordato che, soprattutto negli anni Ottanta, il Garda trentino fu sede dell'innovazione tecnologica per il materiale tecnico da windsurf, in quanto moltissime aziende produttrici di tavole e vele poi ampliate, e attive ancora oggi, avevano sede produttiva proprio a Torbole¹⁹¹. Nel corso degli anni Novanta, però, tutte le aziende si trasferirono per motivazioni commerciali¹⁹². Point 7 è l'azienda di nascita più recente nel settore delle vele da windsurf e la scelta di stabilire la propria sede a Torbole è interessante e leggermente in controtendenza, questa scelta suggerisce che l'Alto

¹⁸⁴ Ibidem.

¹⁸⁵ <https://www.oradinisport.com/>.

¹⁸⁶ <https://www.bestwind.it/it/content/7-negozi#neg2>.

¹⁸⁷ <https://www.quiksilver.it/negozi>.

¹⁸⁸ <https://www.ripcurl.eu/it/stores.html>.

¹⁸⁹ <https://northlakeshop.it/>.

¹⁹⁰ <https://point-7.com/our-story/?v=cd32106bcb6d>.

¹⁹¹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

¹⁹² Ibidem.

Garda è ancora una destinazione vitale per l'attività del windsurf e farebbe intravedere possibili sviluppi futuri legati a questa attività.

11.3.2 Gestione della costa e delle attività acquatiche

La presenza di molti turisti, in particolare praticanti sport nautici, diversi in un ambiente molto particolare ha indotto le istituzioni a regolamentare la fruizione di questi sport con delle normative ad hoc. Il lago di Garda, infatti, a differenza di altri bacini, non è sottoposto solo alle normative del Codice della Navigazione (C.Nav. n. 327/1942) e alle Norme per Prevenire gli Abbordi in Mare (cosiddette regole NIPAM) contenute nella Convenzione di Londra del 20 ottobre 1972, ma anche a una speciale regolamentazione amministrativa rappresentata dal "Testo coordinato della Comunità del Garda per la Disciplina del demanio lacuale e navigazione sul lago di Garda" (2002). Il testo si concretizza in tre leggi provinciali coordinate tra la regione Lombardia, Veneto e Trentino. Le normative riguardanti il Garda trentino sono le più rigide e gli aspetti più rilevanti, in relazione a questa ricerca, sono quelli che vertono sulla regolamentazione della circolazione delle imbarcazioni a motore e dei kitesurf. Le norme sono contenute nella Legge provinciale del 15 novembre 2001 (L. n. 9/2001). Come specificato nel primo articolo del testo:

"1. La legge è stata emanata al fine di garantire la sicurezza della navigazione e della balneazione, la salvaguardia dell'ambiente naturale e il miglioramento dello sviluppo turistico, le funzioni amministrative relative al demanio lacuale, incluso quello portuale, nonché alla navigazione sul lago di Garda sono disciplinate in modo uniforme a livello legislativo [...]" (L. n. 9/2001 art.1).

Per quanto riguarda la circolazione delle barche a motore l'argomento è trattato agli articoli 14, 15 e 32; sostanzialmente come specificato nell' art.14 al terzo paragrafo:

"3. Nelle acque di competenza della Provincia autonoma di Trento, considerate le particolari caratteristiche della parte settentrionale del lago e la vocazione della stessa alla navigazione a vela, è vietata la navigazione delle unità a motore" (L. n. 9/2001 art.14).

Nei paragrafi successivi viene esplicitato l'ambito di applicazione che astiene dalla norma le unità di servizio e ordine pubblico, come forze dell'ordine e soccorso, le unità di trasporto pubblico di linea, le unità adibite ad assistenza e controllo durante manifestazioni sportive autorizzate, le unità adibite alla pesca da parte di pescatori professionali, unità di navigazione da diporto con motore ausiliario per l'uscita e l'entrata in porto (L. n. 9/2001 art.15, 32 e 33). Questa restrizione si è rivelata un punto di forza per il Garda trentino, che non ha solo acquistato vantaggi dal punto di vista della sicurezza, ma anche dal punto di vista ambientale, grazie alla riduzione dell'inquinamento delle acque ma soprattutto dell'inquinamento acustico. Tutti questi effetti rappresentano di fatto una risorsa di differenziazione turistica, in quanto nessun'altra area del lago di Garda, ma anche di altri laghi ha la possibilità di offrire una tale caratteristica. Gli operatori turistici, in particolare quelli legati ad attività e sport acquatici, sono ben coscienti di questo vantaggio: in un'intervista con uno dei titolari di Segnana Watersports, appunto, è stato sottolineato come questa caratteristica determini l'unicità del territorio e come essa sia motivo di vanto¹⁹³.

L'altra porzione di restrizioni riguarda la circolazione dei kitesurf e interessa la pratica del windsurf ancora più da vicino. Il kitesurf, infatti, è uno sport nato più recentemente del windsurf, ma nell'ultimo decennio più diffuso e praticato, i due sport hanno caratteristiche per quanto riguarda le condizioni per la pratica molto simili, ma caratteristiche tecniche molto diverse, questo ha portato i due sport in molti casi ad essere considerati "rivali" (Ducato 2015). Effettivamente soprattutto in zone lacuali o con estensione d'acqua limitata l'aumento di praticanti di entrambi gli sport ha creato spesso problemi, vista la natura diversa dei due sport, e in particolare il fatto che il kitesurf abbia una vela sostenuta da fili molto sottili ma lunghi diversi metri, la gestione delle acque è diventata sempre più complicata e in diverse località si sono verificati anche incidenti rilevanti tra i praticanti dei due sport (Ducato 2015). Presso il lago di Garda, per ovviare al problema, le istituzioni hanno stabilito una disciplina restrittiva per la circolazione di kitesurf nel Garda Trentino. Con l'emanazione della determinazione n. 3 del 13 gennaio 2014 avente per oggetto "L.P. 9/2001 Art. 31, c. 3. Regolamentazione navigazione kitesurf sul lago di Garda trentino in vigore dal 01 gennaio 2014" è stato definito che:

"a) nel periodo dal 1° marzo al 14 ottobre, il kitesurf può essere praticato dall'alba fino alle 9.30 e dalle ore 17.30 fino al tramonto, all'interno dell'area della linea immaginaria tra il Corno di Bò (Comune di Nago Torbole) e l'ex Porto Ponale (Comune di Ledro);

¹⁹³ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

- b) nel periodo dal 15 ottobre a fine febbraio, la navigazione è consentita dall'alba al tramonto su tutto il lago di Garda trentino;
- c) in ogni caso la pratica del kitesurf è sempre vietata all'interno della fascia costiera di 200 metri e durante lo svolgimento di regate veliche autorizzate" (determinazione n.3/2014).

Questo ha reso l'area del Garda Trentino una zona sicura per la pratica del windsurf e degli sport velici in generale e ha decentrato leggermente i business legati a questi due sport; infatti, nonostante nel resto del lago il windsurf non sia comunque vietato, nel Garda trentino sono presenti molte più attività legate al windsurf, mentre nella zona più meridionale del lago sono presenti più attività legate al kitesurf¹⁹⁴.

II.4 Sistemi a confronto: Alto Garda rispetto ad altre località

In questo paragrafo verranno sottolineate delle particolarità del sistema organizzativo e imprenditoriale locale rispetto ad altre località. Lo scopo è sottolineare le caratteristiche interessanti per questo caso studio che potrebbero essere molto influenti nel caso di uno sviluppo sostenibile futuro. Inoltre, nel paragrafo verranno sottolineate differenze con attività simili in località diverse, questo per giustificare la scelta consapevole di fare riferimento, soprattutto nel primo capitolo, a località marittime con un'economia legata al windsurf abbastanza importante. Dal momento che la l'Alto Garda è una località lacustre, dal punto di vista geografico, sarebbe potuto sembrare più sensato rivolgere la propria attenzione a località lacustri alpine. In realtà in questo paragrafo verrà sottolineato come l'impostazione presente nella destinazione del Garda Trentino sia molto più simile a impostazioni marittime.

II.4.1 Tipologia di imprenditorialità: si tratta di lifestyle entrepreneurship?

Per imprenditorialità s'intende la creazione di un'organizzazione o rete di organizzazioni innovative allo scopo di guadagnare e crescere, sotto condizioni di rischio e/o incertezza (Dollinger 2003). In

¹⁹⁴ <https://www.google.it/maps/search/surf+lago+di+garda/@45.8343342,10.7046831,10.82z?hl=it>.

realtà nel corso degli anni è stato sempre più evidente che esistono diversi tipi di imprenditorialità e diversi atteggiamenti nei confronti di essa (Peters, Frehse, Buhalis, 2009). Analizzando più nel dettaglio le caratteristiche imprenditoriali di un'attività o individuo può essere osservato che esistono orientamenti e comportamenti diversi; in particolare è stato notato che non esistono solo le aziende di orientamento tradizionale Schumpeteriano, quindi impostate e organizzate con lo scopo finale della crescita, ma esistono casi di aziende come quelle sociali e legate al lifestyle i cui obiettivi primari non sono esclusivamente di natura economica, ma hanno un approccio non esclusivamente votato al profitto (Morrison 2006; Peters, Frehse, Buhalis, 2009). In questa parte di ricerca verrà analizzato in particolare l'impostazione definita *Lifestyle Enterprenourship*. Uno strumento spesso utilizzato per analizzare e indentificare questo particolare orientamento imprenditoriale è il metodo del *Entrepreneurial Orientation* (EO) che consiste in un modello rappresentante cinque dimensioni: innovazione, proattività, propensione al rischio, competitività e autonomia (Covin, Slevin 1989; Fadda 2020; Ratten 2018) ed anche in questa ricerca verranno tenuti in considerazione questi parametri.

Il *Lifestyle enterprenourship* può essere descritta come un'attività imprenditoriale la cui impostazione è orientata verso lo scopo di intraprendere un'attività (sportiva o hobby) di cui gode il titolare, e allo stesso tempo raggiungere un livello di guadagno che permetta il mantenimento dell'attività (Peters, Frehse, Buhalis, 2009). Questo tipo di attività consistono in piccole imprese, non orientate al profitto e sono presenti soprattutto nel settore turistico e del lesure (Peters, Frehse, Buhalis, 2009). Al punto che gli imprenditori vengono descritti come imprenditori che hanno iniziato un'impresa turistica con lo scopo di perseguire uno stile di vita desiderato, con relativamente meno aspirazioni verso il raggiungimento di ritorni economici (Fadda 2020; Shaw, Williams 1998). Il settore turistico è uno dei pochi in cui la nascita e lo sviluppo di questa tipologia di aziende è possibile, dato che dal momento che questo tipo di aziende nascono dalla voglia di un individuo di seguire un sogno o uno stile di vita particolare, quindi le destinazioni marittime, il settore dell'ospitalità, le attività sportive e di lesure sono le caratteristiche che solitamente fanno scaturire questo desiderio (Peters, Frehse, Buhalis, 2009), inoltre il settore turistico ha barriere d'entrata nel mercato molto minori rispetto ad altri settori (Fadda 2020) e il settore generalmente richiede meno conoscenze tecniche iniziali rispetto ad altri (Ratten 2018). Le aziende legate al lifestyle non solo rappresentano una porzione di aziende del settore turistico, ma questo tipo di imprenditori sono considerati importanti per il turismo dal momento che permettono alle persone di avere un reddito pur mantenendo un

certo stile e qualità di vita (Ratten 2018). Peters, Frehse e Buhalis (2009) riassumono le caratteristiche principali degli imprenditori del lifestyle in questo modo:

- la motivazione verso il mantenimento di un certo stile di vita e il perseguimento di una passione, piuttosto che verso la crescita economica
- la priorità principale è lo stile di vita piuttosto che il servizio ai clienti
- essere il capo di sé stessi (Fadda 2020)
- propensione alla crescita molto limitata
- sottoutilizzo di risorse e capitale d'investimento
- management spesso irrazionale o poco consapevole
- marketing e sviluppo del prodotto limitato
- scarso utilizzo delle *Information and Communication Technologies* (ICT)
- scarsa innovazione e volontà di collaborare
- scarsa autonomia e spiccata dipendenza da partner per la distribuzione e promozione del prodotto

È stato osservato come i *lifestyle entrepreneurs* siano particolarmente legati al fenomeno del *serious leisure* (Stebbins 2001) affrontato nel primo capitolo. Vanessa Ratten, sottoponendo un gruppo di turisti alle sei caratteristiche legate al *serious leisure*, ovvero: perseveranza, impegno, carriera, ethos, identità e benefici, ha dimostrato come turisti con livelli più alti di coinvolgimento nel *serious leisure* avessero anche livelli maggiori di ambizione imprenditoriale (Ratten 2018). Anche Fadda ha sottolineato come individui con un coinvolgimento maggiore e profondo in un'attività imputabile alle caratteristiche di un *serious leisure* siano più propensi ad avviare un'attività imprenditoriale legata a quell'attività (Fadda 2020). L'aspetto interessante è che sia Fadda che Ratten abbiano rivolto la propria ricerca verso praticanti di *board sports*; infatti, come riportato da entrambe le ricercatrici la nicchia dei lifestyle sport, e in particolare dei surf sport, presenta un segmento molto attrattivo per quegli individui che intendono perseguire un certo stile di vita legando ad esso un'attività economica per mantenersi (Peters, Frehse, Buhalis, 2009; Shaw, Williams 1989). Ratten ha concentrato la propria ricerca sui praticanti del surf in Australia (2018), mentre Fadda ha rivolto l'attenzione verso attività legate al windsurf e kitesurf sulle coste della Sardegna (2020), ma esistono anche altri studi condotti a riguardo come quello di Marchand e Bottar condotto in Irlanda (2011). Quindi le motivazioni personali come quella di perseguire una passione, vivere in un ambiente

naturale o sociale particolarmente attrattivo e supportare la propria attività legata ad un lifestyle; sono tutti fattori che giocano un ruolo importante nella decisione di un imprenditore di intraprendere un'attività collegata al mondo dei surf sport (Fadda 2020). La natura dei lifestyle sport, insomma, enfatizza la creatività e l'aspirazione all'imprenditorialità degli appassionati di un lifestyle sport (Peters, Frehse, Buhalis, 2009).

Se in molte località italiane e non, le attività legate al windsurf rientrano nella categoria del *lifestyle entrepreneurship*, questo non è il caso della maggior parte dei centri dell'Alto Garda. Il Garda Trentino a questo proposito si discosta in particolare da altre località lacustri, anche circostanti, come il lago di Cavedine, o il lago di Ledro presso cui sono presenti centri legati all'attività del windsurf, ma di natura fortemente orientata verso un'imprenditorialità del tipo lifestyle¹⁹⁵. Analizzando i quattro centri presenti a Torbole e incrociando le caratteristiche della *Entrepreneurial Orientation* con quelle descritte da Peters, Frehse e Buhalis; è possibile dimostrare che queste aziende sono molto più orientate alla crescita economica e al guadagno piuttosto che al mantenimento di un determinato stile di vita. Prima tra tutte Segnana Watersports: il centro in alta stagione presenta un organico di personale che supera i 75 dipendenti¹⁹⁶. Stando alla raccomandazione CE n. 361 del 6 maggio 2003 una piccola impresa non supera i 50 dipendenti, questo fa di Segnana Watersports una media impresa, mentre normalmente i business legati al lifestyle sono rappresentati da piccole o microimprese (Peters, Frehse, Buhalis, 2009). Inoltre, l'organizzazione dell'impresa è molto complessa, l'azienda ha cinque sedi e offre attività diversificate, per gestire un'azienda tale è necessario sia una consapevole attività di management, che lavoro di marketing ben definito e l'azienda ha, appunto, delle figure specifiche che si occupano di queste attività; inoltre, l'azienda è autosufficiente dal punto di vista dell'offerta di prodotti nuovi e differenziati ogni anno, in particolare per quanto riguarda i materiali tecnici. Inoltre, come riportato dai titolari ha una chiara propensione al guadagno e alla crescita prevedendo piani aziendali ben definiti¹⁹⁷. Vasco Renna windsurfing center, nonostante presenti dimensioni minori, ha una linea di management e marketing ben definita, e progetti chiari a lungo termine¹⁹⁸. In più il centro è gestito con un'attenzione al mercato attuale e l'azienda collabora con partner istituzionali

¹⁹⁵ <https://www.vallediledro.com/it/noleggio-barche-e-scuola-di-windsurf-tarolli-1>; <https://windvalley.it/il-centro/>.

¹⁹⁶ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

¹⁹⁷ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

¹⁹⁸ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

come Ingarda¹⁹⁹, non come elemento secondario ma come elemento trainante²⁰⁰. Anche il Duotone Pro-center Torbole ha una forte propensione al guadagno e non rientra nella descrizione canonica di *lifestyle enterprenourship* fornita da Peters, Frehse e Buhalis (2009). Prima di tutto perché è entrata nel business superando importanti barriere all'ingresso per entrare nel mercato: poiché la recente apertura nel 2019 è stata possibile grazie alla vincita di un'asta per la concessione della struttura grazie a un'offerta dell'importo di € 74.880 (Risultato gare asta pubblica 2019). Inoltre, l'azienda, per riuscire a competere con le realtà già esistenti, ha attuato fin da subito conoscenze tecniche avanzate del settore; tutto ciò è in contrapposizione con le limitate conoscenze tecniche spesso riscontrate nelle fasi iniziali di una *lifestyle enterprenourship* (Peters, Frehse, Buhalis, 2009; Fadda 2020). In aggiunta il centro, dal punto di vista del marketing e promozione, è legato all'azienda Duotone che essendo una multinazionale del settore possiede personale specializzato e preparato appositamente²⁰¹. L'unico centro che si discosta dall'andamento generale è il Surf Center Lido Blu: le dimensioni minori e una generale gestione meno organizzata, soprattutto dal punto di vista del marketing e dell'atteggiamento verso il mercato²⁰², rendono l'azienda più tendente ad un imprenditorialità lifestyle. Inoltre, il proprietario, nel corso dell'intervista effettuata, ha dichiarato che la motivazione primaria della sua attività è ancora il mantenimento del lifestyle del windsurf e continuare a vivere a contatto con un determinato ambiente²⁰³. D'altro canto però, l'azienda prosegue la propria attività dal 1990 senza difficoltà, in controtendenza rispetto alla maggior parte delle attività con imprenditorialità lifestyle dal momento che questo tipo di aziende hanno un tasso molto alto di fallimento dopo pochi anni dall'avvio dell'attività (Peters, Frehse, Buhalis, 2009) mentre il Surf Center Lido Blu da anni ha un'attività molto solida e priva di rischi, quindi si potrebbe definire un'azienda a metà tra un'imprenditorialità lifestyle e una più rivolta alla crescita.

È quindi evidente che gran parte delle aziende presenti nell'Alto Garda non siano caratterizzate da imprenditorialità lifestyle, o precisamente non più. Dalle interviste condotte in particolare con Segnana Watersport e Vasco Renna windsurfing, infatti, è emerso che al momento dell'avvio dell'attività le motivazioni principali e l'atteggiamento verso l'imprenditorialità erano quelle della *lifestyle enterprenourship*. Peters, Frehse e Buhalis (2009) hanno sottolineato come normalmente un imprenditore lifestyle una volta raggiunto il massimo livello di qualità della vita personale tenda

¹⁹⁹ <https://www.trentinopertutti.it/dettaglio.aspx?L=it&ID=ELE0002036>.

²⁰⁰ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

²⁰¹ <http://duotoneprocenter.com/>.

²⁰² Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

²⁰³ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

a fermare l'attività imprenditoriale, altrimenti gli effetti della crescita economica dell'azienda si ripercuoterebbero sul suo stile di vita. Solo le aziende che perseguono scopi economici e di crescita continuano la propria attività una volta superato l'equilibrio tra qualità della vita e guadagno (Peters, Frehse, Buhalis, 2009). Segnana Watersports ha dichiarato che al momento dell'avvio dell'attività nel 1980: "sicuramente l'inizio è stato legato al piacere di fare sport e un'attività nuova, l'idea di business non c'era ancora, in più eravamo tutti molto giovani all'epoca (riferendosi anche a Vasco Renna) e pensavamo più al presente dell'attività piuttosto che alla programmazione futura"²⁰⁴. Durante l'intervista è emerso come le motivazioni e la conduzione della propria impresa siano mutati nel corso degli anni²⁰⁵. Anche Vasco Renna all'inizio della sua attività nel 1984 aveva poche certezze e sicurezze, l'imprenditore descrive la nascita della sua attività come un percorso graduale, in quanto egli si avvicinò allo sport come atleta, poi fu uno dei fondatori del Circolo surf Torbole e successivamente direttore delle attività del circolo²⁰⁶. L'imprenditore racconta di avere aperto la scuola di windsurf per monetizzare la sua passione, ma che inizialmente l'idea di business era vaga, una progettazione più consapevole iniziò solo con la nascita dei suoi figli; ora il titolare riporta di avere una attività molto solida e atta a durare nel tempo dal momento che spera che i figli continuino nella sua impresa²⁰⁷. Inoltre, sia Marco Segnana (fondatore di Segnana Watersport) che Vasco Renna al momento dell'apertura della loro attività non avevano avuto esperienze importanti in altre scuole di windsurf. Quindi è verosimile affermare che i centri windsurf dell'Alto Garda al momento dell'avvio della loro attività avevano un'imprenditorialità prevalentemente orientata al lifestyle, poi però, nel corso di più di trenta anni il settore economico è evoluto e maturato e le aziende si sono trasformate in aziende più classiche e impostate che propendono principalmente a una logica votata al profitto. Per gli altri due centri il discorso è differente, infatti come già menzionato, il titolare del Surf Center Lido Blu ha dichiarato di perseguire gli stessi scopi e atteggiamenti adottati all'apertura della sua attività nel 1990²⁰⁸. Allo stesso tempo il titolare ha riportato di avere lavorato come istruttore dipendente in altre scuole di windsurf, tra cui quella gestita da Hoffman presso Torbole²⁰⁹, la natura e origine di questa specifica attività si discosta da quella delle due precedentemente menzionate e rende questa azienda di più difficile inquadramento. Per quanto riguarda il quarto centro, il Duotone Procenter il discorso adottato per

²⁰⁴ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

²⁰⁵ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 28/08/2021.

²⁰⁶ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

²⁰⁷ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

²⁰⁸ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

²⁰⁹ *ibidem*.

gli altri centri non è valido e applicabile dal momento che il centro è in attività da poco meno di tre anni. Riutilizzando uno schema proposto da Peters, Frehse e Buhalis (2009) è più facile tracciare e comprendere l'evoluzione delle attività in questione nell'Alto Garda.

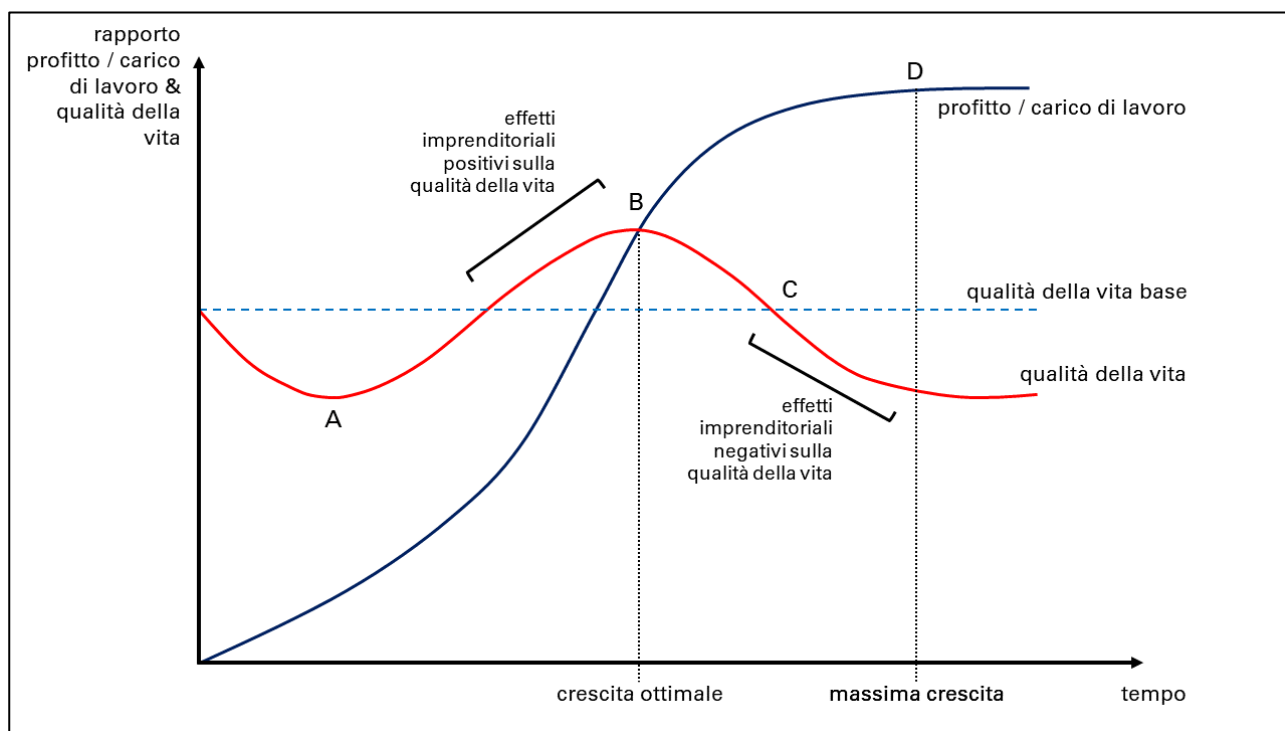


Figura 19 Trade off tra qualità della vita dell'imprenditore e profilo aziendale. Fonte: Rielaborazione autrice da Peters, Frehse, Buhalis 2009.

Come sottolineato dagli autori, normalmente i *lifestyle entrepreneurs* interrompono l'attività quando raggiungono il punto B in figura, i *lifestyle entrepreneurs* non tracciano il percorso tra il punto B e il punto D (Peters, Frehse, Buhalis, 2009). Invece per quanto riguarda le aziende del Garda Trentino attualmente è più plausibile posizionare Vasco Renna windsurfing Center e Segnana Watersports nella zona del punto D in figura, mentre all'inizio dell'attività oltre trent'anni fa le attività erano state avviate con un'impostazione imprenditoriale legata al lifestyle; quindi, nel corso del tempo si sono evolute. Il Duotone Procenter invece, è posizionabile direttamente nei pressi del punto D in figura senza aver compiuto tutto il percorso precedente, mentre il Surf Center Lido Blu è più plausibile collocarlo in una zona mediana tra il punto B e il punto D.

11.4.2 La rete locale di attività e l'applicazione della teoria della complessità

Da più di un decennio ormai, sempre più spesso il concetto di turismo viene associato al concetto di sistema complesso (Fontana 2008; Peltoniemi, Vuori 2008; Urry 2005; Weaver 2004). Per sistema complesso s'intende un sistema di attori vari che segue un'"ordine-disordinato" difficilmente analizzabile e monitorabile da modelli matematici dell'economia tradizionale (Fontana 2008). Il settore turistico, e in particolare le destinazioni turistiche, sono al giorno d'oggi sono l'espressione maggiore di questo concetto di complessità (Weaver 2004). Per ovviare a questa complessità in un'ottica di uno sviluppo economico sostenibile, negli ultimi anni sono state sviluppate sempre più teorie riguardanti i *Business Ecosystem* partendo dalla teoria di Moore (Moore 1993). Ovvero reti di attività che coesistono in una situazione di collaborazione ma allo stesso tempo competizione, sostituendo la tradizionale catena del valore industriale (Iansiti, Levien 2004). In particolare, per quanto riguarda il settore turistico e l'impostazione di una destinazione, è stato dimostrato quanto un'impostazione tradizionale, in particolare con un leader di mercato dominante su tutte le altre attività possa essere rischiosa, se non dannosa (Selen, Ogulin 2014). Soprattutto in relazione alla sostenibilità turistica va affermandosi l'idea che l'impostazione tipica del villaggio turistico, ovvero un'azienda che fornisce e si occupa di tutti i servizi principali, sul lungo periodo possa essere deleteria per una destinazione (Del Bò 2017). Ecco perché l'interesse verso un'impostazione come quello dei *Business Ecosystem* suscita sempre più interesse e attenzione nell'ambito turistico, al punto che nel 2017 si è tenuta la prima *UNWTO World Conference on Smart Destinations*²¹⁰.

Il Garda trentino e in particolare il sistema riguardante il windsurf risulta essere sulla buona strada per un'impostazione nell'ottica delle complessità rispetto ad altre destinazioni. Nel corso della ricerca è emerso come attorno al business del windsurf, in zona si sia creata una rete di collaborazioni tra aziende turistiche di diversa natura. Non solo l'azienda turistica locale Garda Dolomiti opera come aggregatore turistico²¹¹, ma anche i centri windsurf fungono da aggregatori di diversi servizi turistici. Dalle interviste condotte infatti è emerso che tutti i centri windsurf abbiano convenzioni o collaborazioni con strutture ricettive, ma anche con altre attività sportive come aziende che offrono tour di canyoning, o negozi specializzati o ancora convenzioni con gli artigiani velai. Segnana Watersports, ad esempio, ha convenzioni con circa una ventina di strutture ricettive,

²¹⁰ <https://www.unwto.org/archive/europe/event/1st-unwto-world-conference-smart-destinations>.

²¹¹ <https://www.gardatrentino.it/it>.

affiliate mediante contratto, che garantiscono prezzi scontati direttamente all'azienda che a sua volta propone direttamente ai suoi clienti pacchetti tutto compreso e fa da tramite tra cliente e struttura ricettiva occupandosi completamente delle prenotazioni²¹². Inoltre, il centro collabora con altre attività come Canyoning Adventures, Gardasee Charter e Alto Garda Golf A.S.D. promuovendo queste diverse attività nelle proprie strutture e dando la possibilità ai clienti di prenotare esperienze con queste attività esterne direttamente nell'ufficio di Segnana Watersport²¹³. Tra Segnana Watersports e le altre aziende c'è una convenzione che prevede delle provvigioni in percentuale su ogni prenotazione²¹⁴. Vasco Renna Windsurfing center ha la stessa impostazione di Segnana Watersports per quanto riguarda la collaborazione con altre aziende turistiche²¹⁵. Surf Center Lido Blu si appoggia ad altre aziende esterne soprattutto in bassa stagione per l'organizzazione di visite di gruppi²¹⁶. Duotone Procenter Torbole offre pacchetti vacanza su misura grazie alla collaborazione con strutture ricettive, questo centro al momento non collabora con altre attività sportive turistiche, però ha un collegamento molto chiaro con il negozio specializzato Surf Planet dal momento che l'attuale titolare del centro è anche proprietario del negozio²¹⁷. Questo sistema si è sviluppato nel corso degli anni e, come sottolineato da uno dei proprietari di Segnana Watersports e dal titolare di Vasco Renna windsurfing center²¹⁸, prima dell'avvento di Internet e degli aggregatori on-line, era ancora più importante e attivo²¹⁹. Alla luce anche del discorso precedentemente affrontato che vede l'attività del windsurf come piattaforma locale per l'attività turistica odierna, questa rete tra aziende, che ha visto i centri di windsurf al centro, rafforza ulteriormente la posizione dell'attività del windsurf come attività propulsiva.

Questo aspetto è una particolarità locale e non funziona in tutte le destinazioni; infatti, come auspicato dai teorici dei *Business Ecosystem* le varie attività collaborano tra loro senza che una nel corso degli anni sia diventata così dominante da diventare "predatore" per le altre (Iansiti, Levien 2004; Moore 1993). In molte altre località ciò non è accaduto, un esempio tipico può essere quello di Fuerteventura nelle isole Canarie, Spagna. Tutte le isole Canarie, in particolare Tenerife e Fuerteventura sono destinazioni rinomate per tutti i board sport, la popolarità della zona in Europa

²¹² Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

²¹³ Ibidem.

²¹⁴ Ibidem.

²¹⁵ <https://www.vascorenna.com/it/altre-attivita>.

²¹⁶ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

²¹⁷ <https://surfplanet1.surfplanet.it/index.php>.

²¹⁸ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

²¹⁹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

può essere comparata a quella del lago di Garda. Presso Fuerteventura nella località di Costa Calma sulla spiaggia di Sotavento si trova uno dei centri windsurf più rinomati d'Europa: Renè Egli Windsurfing & kitesurfing²²⁰. Il centro a differenza di quelli sul lago di Garda è aperto tutto l'anno e in alta stagione presenta più di venti dipendenti²²¹. L'aspetto interessante è che il centro è di Melia Hotels S.A., una compagnia proprietaria di una catena di hotel presenti in molte località costiere di tutto il mondo²²². La compagnia non possiede e gestisce non solo il centro di windsurf, ma anche il centro kitesurf, centro surf, l'hotel sulla spiaggia, un servizio di shuttle e bus navetta, il bar-ristorante Fuerte Action presso Costa Calma, e due negozi presso Costa Calma, uno di abbigliamento e l'altro di abbigliamento e materiale tecnico²²³. Essenzialmente la compagnia monopolizza l'attività legata ai *board sport* nella parte sud dell'isola di Fuerteventura, addirittura la società ha addetti specializzati che si occupano della riparazione di tavole e vele²²⁴. Questo sistema è indubbiamente comodo per il turista, ma lascia degli interrogativi in fatto di sostenibilità della destinazione.

Il caso di Fuerteventura è indubbiamente uno tra i più evidenti e accentuati, ma esistono altri casi generalmente meno estesi. Presso Tarifa è presente un altro esempio interessante, come menzionato nel capitolo precedente Tarifa è una delle località per la pratica del windsurf più popolari d'Europa; infatti, questa località risulta avere la maggior superficie commerciale specializzata in *surf sport* della Spagna (Rivera Mateos 2016). Tra tutte le attività coinvolte spicca in particolare l'ION Club; ION è un marchio di abbigliamento tecnico per board sport e mountain bike²²⁵ che mediante la fondazione dell'ION Club/ Club Mistral negli ultimi vent'anni ha aperto diciotto centri dedicati ai surf sport in Europa, Nord Africa e Pacifico²²⁶. Presso Tarifa l'ION Club ha in gestione due centri windsurf e kitesurf: l'ION Club Tarifa (collegato all'hotel Hurricane) e l'ION Club da Bibo, uno store che vende sia attrezzatura che abbigliamento, inoltre entrambi i centri hanno anche un servizio bar annesso e l'organizzazione offre anche alloggi grazie alla ION Club Surf House²²⁷. Il caso di Tarifa non è esteso ed evidente come quello di Costa Calma a Fuerteventura, ma in ogni caso evidenzia come vi siano compagnie che tendono a inglobare più attività possibili relative al windsurf. Oltre a questi due casi particolari l'impostazione più popolare per le attività turistiche

²²⁰ <https://www.google.com/maps/place/Ren%C3%A9+Egli+Fuerteventura+Windsurfing>.

²²¹ Informazioni ricavate tramite intervista a un dipendente di Renè Egli windsurf center, in data 1/08/2021.

²²² <https://landings.melia.com/es/melia/soulmatters/index.html>.

²²³ <https://www.rene-egli.com/it/windsurfing/windsurfing/windsurf-center>.

²²⁴ Informazioni ricavate tramite intervista a un dipendente di Renè Egli windsurf center, in data 1/08/2021.

²²⁵ <https://www.ion-products.com/>.

²²⁶ <https://www.ion-club.net/windsurf/>.

²²⁷ <https://www.ion-club.net/tarifa/>.

legate al windsurf è rappresentata dall'attività dei villaggi turistici. Va ricordato infatti, che, come riportato anche nel primo capitolo, il windsurf è un'attività spesso praticata nell'ambito delle *club Holiday* (Gibson 1998) e quindi molti centri dedicati al windsurf sono sorti e fanno parte dei villaggi turistici. Tenendo come area di riferimento quella mediterranea un esempio può essere il Surf Club Keros sull'isola di Lemno in Grecia. Il surf club Keros è un villaggio turistico che propone soggiorno in tende di lusso con la possibilità di partecipare ad attività disparate, dallo yoga a degustazioni di vino e prodotti locali, da tour in mountain bike a quelli in stand up paddle²²⁸. Le attività principali promosse dal il villaggio sono il windsurf e kitesurf a cui è stato dedicato un centro apposito sulla spiaggia²²⁹ che risulta essere attrezzato con buona attrezzatura e che offrire un servizio sia per quanto riguarda le lezioni, sia la possibilità di noleggiare attrezzatura (Redazione 4Windsurf 2021). Quindi all'interno della stessa impresa rappresentata dal villaggio, oltre a praticare windsurf, è possibile soggiornare, mangiare (all'interno del villaggio sono presenti un ristorante e due bar), praticare attività molto varie, partecipare a tour organizzati e ottenere pacchetti personalizzati di attività promosse e organizzate direttamente dalla struttura²³⁰. Anche in Italia questa impostazione è decisamente presente e in molte località italiane sono presenti villaggi con centri di windsurf annessi, alcuni esempi possono essere: il villaggio e camping Spiaggia Lunga presso Vieste (Puglia)²³¹, l'Agricamping Windresort nella valle di Belice (Sicilia)²³² e il Windsurf Village Baia dei Delfini nei pressi di Porto Pollo (Sardegna)²³³.

Negli ultimi anni è stato dimostrato come le imprese turistico-sportive in situazioni di collaborazione- competizione tendano ad avere performance di servizio e crescita mediamente migliori grazie alla conoscenza condivisa (Fadda 2020; Lorgnier, Su, 2014). Inoltre, la letteratura turistica riguardante le reti di aziende ha dimostrato come questo tipo di relazioni faciliti la diffusione di innovazione (Fadda 2020). Quindi, in relazione alle attività legate al windsurf per uno sviluppo sano e competitivo, è auspicabile una situazione di diverse aziende di natura differente che competono e collaborano tra loro. Dall'analisi fatta sugli gli esempi riportati, è evidente che la rete di attività legate al windsurf si sviluppi in modi diversi in località diverse e che la rete d'impresse nell'Alto Garda abbia assunto una conformazione interessante in quanto permette al sistema di

²²⁸ <https://www.surfclubkeros.com/>.

²²⁹ Ibidem.

²³⁰ Ibidem.

²³¹ <https://www.spiaggialunga.it/it>.

²³² <http://windresort.it/agriklamping/>.

²³³ <https://www.windsurfvillage.it/>.

avere delle basi più favorevoli ad uno sviluppo in un'ottica sostenibile e di competizione – collaborazione, rispetto alle altre destinazioni citate. In ogni caso va sottolineato che si tratta di presupposti e di una base di partenza, dal momento che il sistema ha ancora ampio margine di miglioramento per quanto riguarda lo sviluppo sostenibile.

III.SVILUPPO SOSTENIBILE E TURISMO SPORTIVO NEL GARDA TRENINO

Nel capitolo precedente si sono delineate le particolarità della destinazione scelta come caso studio e i principali punti di forza del sistema legato al windsurf nel Garda Trentino; si è visto come la rete di imprese legate al windsurf presente sul territorio abbia un atteggiamento propendente verso i *business ecosystems*. In questo capitolo conclusivo verrà ripreso il discorso della sostenibilità e affrontato soprattutto dal punto di vista del turismo sportivo e della sostenibilità socioculturale, la prima parte infatti è strettamente teorica. Nella seconda parte del primo paragrafo e nel secondo paragrafo vengono applicate le conoscenze teoriche emerse nel primo paragrafo e verranno individuate alcune problematiche riguardanti la sostenibilità nel Garda Trentino. In particolare, nel primo paragrafo si delineano le caratteristiche della comunità di lavoratori che operano nei centri di windsurf dell'Alto Garda, dall'analisi sono emerse pesanti problematiche relative all'argomento che sono sottolineate nell'ultima parte del paragrafo. Il secondo paragrafo si concentrerà maggiormente sulla comunità locale della zona e sul rapporto di essa con il turista, il territorio e la cultura locale. In questo paragrafo assieme alle problematiche relative all'approccio culturale della zona, verrà indagato il senso del luogo e il rapporto con il luogo nell'ambito degli attori dei centri di windsurf. L'ultimo paragrafo è atto a individuare ed esporre la proposta di uno strumento che permetta una transizione della destinazione verso uno sviluppo turistico più sostenibile. Sarà quindi proposta l'introduzione della figura di ambasciatore turistico nei centri di windsurf locali. Nel paragrafo verranno esposte caratteristiche e particolarità della figura, le azioni da attuare perché ne sia possibile l'introduzione, i vantaggi e i benefici che potrebbe portare.

Come già accennato la sostenibilità turistica e il turismo sostenibile sono concetti spesso vaghi e questa vaghezza può risultare dannosa dal momento che l'interpretazione e l'applicazione superficiale di modelli sostenibili risulta essere più rischiosa della non applicazione di essi (Weaver 2008). Nonostante l'importanza riconosciuta della sostenibilità nello sviluppo turistico, ancora oggi l'uso e l'applicazione di questi concetti non sono ben definiti (Radicchi 2013). Anche nel caso studio preso in esame in occasione di questo lavoro è risultato che su tre titolari d'azienda intervistati, solo uno aveva un'idea chiara e completa di sostenibilità turistica costituita dal fattore economico, socioculturale e ambientale²³⁴ come descritto dalla UNWTO²³⁵ e accettato da gran parte dei teorici

²³⁴ Informazioni ricavate tramite interviste ai titolari di centri di windsurf dell'Alto Garda nella stagione 2021.

²³⁵ <https://www.unwto.org/sustainable-development>.

del settore (Buckley 2012; Carneiro, Breda, Cordeiro 2016; Hughes 2008; Hunter 1997). Gli altri due gestori d'azienda invece, alla domanda riguardante la sostenibilità turistica hanno dimostrato di non avere chiaro il concetto, infatti per essa intendono solo la sostenibilità ambientale ed ecologica²³⁶.

Nel condurre questa ricerca verranno considerati dei concetti di sostenibilità specifici; il primo assunto che si è deciso di considerare è stato proposto da Jafari nel 2001 e sviluppato da Weaver (2008) ed è che il turismo di massa ormai è una realtà e data l'evoluzione economica globale "*The mass tourism is here to stay*" (Weaver 2008, p.513), quindi il turismo sostenibile o sviluppo sostenibile turistico non può essere considerato una tipologia di turismo alternativo come l'ecoturismo o il *Green tourism*, bensì deve essere la pratica regolare applicata all'industria turistica, ovvero data l'inevitabilità del turismo di massa è importante renderne le modalità sostenibili (Weaver 2008). Assodato questo concetto, l'altra caratteristica che secondo gli studi è risultata importante per uno sviluppo turistico sostenibile corretto è l'equilibrio; prima di tutto deve essere presente equilibrio tra i tre macro-fattori in cui viene identificata la sostenibilità, data la complessità dei sistemi d'interesse, se lo sviluppo sostenibile riguarda solo un settore, potrebbe causare una situazione altamente insostenibile per gli altri due settori (Hunter 1997). Hunter (1997) ad esempio, ha dimostrato come il raggiungimento della sostenibilità economica collida molto spesso con la sostenibilità ambientale ed ecologica; quindi, per un vero sviluppo sostenibile nel turismo è necessario considerare l'equilibrio tra le diverse variabili. Un altro aspetto importante è l'equilibrio tra il vecchio sistema e il nuovo sistema, le modalità e l'intensità con cui la sostenibilità viene raggiunta. Infatti, esistono diversi livelli di sostenibilità e raramente essa può essere raggiunta senza un percorso graduale (Hunter 1997). Qualora le modalità con cui essa viene ricercata siano affrettate o superficiali è possibile che vengano a crearsi disequilibri uno tra i più tipici, ad esempio, è il blocco dello sviluppo sociale e culturale delle popolazioni locali per permettere la salvaguardia ambientale, ecologica e delle tradizioni locali (Butcher 2005). In aggiunta, deve esserci equilibrio anche nelle scelte effettuate dal turista in particolare in relazione a tipologie di turismo alternativo; è stato notato come scelte superficiali effettuate dal turista, che rispecchiano un'immagine di alternatività riconosciuta dal turista, ma che di fatto non sono veramente sostenibili e spesso seguono una moda, portino ad un effetto definito "*ego-tripping*" (Hughes 2008, p. 503) che potrebbero causare il protrarsi di pratiche turistiche non sostenibili (Hughes 2008).

²³⁶ Informazioni ricavate tramite interviste ai titolari di centri di windsurf dell'Alto Garda nella stagione 2021.

In questa specifica ricerca la tipologia di turismo trattata è il turismo sportivo, soprattutto nell'ultimo decennio il turismo sportivo è stato identificato come uno dei mezzi migliori per la transizione verso il turismo sostenibile (Radicchi 2013). Esistono svariati esempi teorici che vedono il turismo sportivo attivo come propulsore di sostenibilità e una parte di questi studi fa riferimento ai *board sport*. Nel corso di questa ricerca sono stati presi ad esempio studi riguardanti la sostenibilità turistica collegata allo sport del surf da onda in località come: Indonesia (Martin, Assenov 2014), Portogallo (Carneiro, Breda, Cordeiro 2016), Spagna (Molina Navarro, Rivera Mateos, Millan Velasquez 2020; in più sono stati considerati studi riguardanti il windsurf effettuati in Australia (Almudi et al., 2018), Sardegna (Fadda 2019) e in Turchia (Aktas, Atrek, Sumeyra 2015; Nazli, Musal 2018). Questa recente crescita di interesse nei confronti di sport e attività acquatiche è dovuta al fatto che, in quanto *nature-based sport*, questo tipo di attività permettono un avvicinamento più attento al territorio (Carneiro, Breda, Cordeiro 2016). Praticare uno sport, oltre alla pratica di un particolare tipo di movimento, sviluppa una particolare sensibilità estetica e nei confronti della natura e di conseguenza curiosità che portano il turista a provare un'esperienza che è potenzialmente più orientabile verso il turismo sostenibile (Howe 2012). Inoltre, date le sue caratteristiche, il turismo sportivo è sempre più preso in considerazione per operazioni di rinnovo di destinazioni turistiche classiche dal momento che, dati i valori rappresentati dallo sport, esso può contribuire a costruire una nuova immagine della destinazione e creare una promozione e narrazione completamente nuova di essa (Molina Navarro, Rivera Mateos, Millan Velasquez 2020). Le aziende che si occupano di attività sportive inoltre sono generalmente di dimensioni medio piccole e più inclini a collaborare tra loro formando reti, come già visto, e rendendo il tessuto economico locale più solido (Carneiro, Breda, Cordeiro 2016; Fadda 2016). Oltre a vantaggi economici e di immagine il turismo sportivo è noto anche per portare vantaggi dal punto di vista culturale, dato che è in grado di creare interesse e opportunità di coesione sociale (Carneiro, Breda, Cordeiro 2016; Fredline 2005) Infine le attività sportive sono sempre più utilizzate come risorsa per decongestionare determinati luoghi di una destinazione o destagionalizzare (Fadda 2019).

III.1 La sostenibilità sociale

Data l'ampiezza degli argomenti riguardanti la sostenibilità, in questa ricerca verrà fatta particolare attenzione alla sostenibilità sociale, in quanto aspetto più bisognoso di attenzione nella destinazione

scelta come caso studio. Il discorso riguardante la sostenibilità socioculturale nel turismo è sempre risultato essere il meno affrontato sia dal punto di vista accademico e teorico che pratico, ricevendo spesso un'attenzione secondaria (Cole 2006; Pearce 1995) e quindi venendo affrontato in modo più sfuggente e poco approfondito (Cole 2006). In particolare, la sostenibilità socioculturale è stata tradizionalmente messa in ombra dalle questioni ambientali ed ecologiche (Cole 2006), alcuni autori hanno denunciato come, in nome della sostenibilità ambientale, non sia stata considerata l'equità sociale e truistica (Cohen 2002). Altri hanno riportato come effettivamente occuparsi di questioni ambientali sia una modalità più semplice e diretta per promuovere la sostenibilità in una destinazione piuttosto che occuparsi di questioni culturali e ideologiche (Huges 2008). Questa propensione ha visto la crescita di destinazioni rispettose dell'ambiente, ma con problemi sociali e culturali, quindi mettendo in atto una sorta di "green wash" (Huges 2008). Nell'ultimo decennio sempre più autori stanno notando questo squilibrio intimando la necessità di volgere l'interesse verso la sostenibilità sociale (Cole 2006; Lew, Williams, Hall 2008). Effettivamente nell'ultimo decennio sono stati compiuti un numero maggiore di studi riguardanti l'argomento; la problematica riscontrata nel corso di questa ricerca è che gran parte di essi riguardano il Sud Globale. Molta enfasi viene data all'argomento in relazione a situazioni inerenti al Sud Globale, al quale ancora spesso ci si riferisce come "terzo modo", e al cui riguardo è possibile trovare molti studi sulla sostenibilità sociale (Butcher 2005; Cole 2006). Anche l'UNWTO segue questa impostazione volgendo attenzione ed enfasi nei confronti della sostenibilità socioculturale delle tribù indigene e paesi in via di sviluppo, non considerando i paesi più sviluppati²³⁷. Al contrario il Nord Globale è in genere, quasi completamente ignorato, come se la sostenibilità socioculturale nei paesi più sviluppati sia un problema risolto, in realtà, come verrà sottolineato in questa ricerca, anche in questi paesi del mondo sono presenti molte complicazioni e problematiche sociali e culturali scatenate dal turismo. Data la scarsità di studi a riguardo, nel corso di questa ricerca verrà fatto riferimento a dati di realtà confrontati con varie ricerche riguardanti settori leggermente diversi al fine di costruire una base teorica solida e attendibile.

Per quanto riguarda la definizione di sostenibilità turistica socioculturale la UNWTO descrive come: "il rispetto dell'autenticità socioculturale della comunità ospitante, la conservazione del patrimonio tangibile e intangibile e delle tradizioni e contribuire a una inter comprensione e tolleranza

²³⁷ <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>.

interculturale”²³⁸. Di fatto l’organizzazione mondiale del turismo non fornisce dei criteri da rispettare o delle linee guida chiare da seguire per il raggiungimento della sostenibilità sociale. Quindi gli studiosi ed esperti del settore hanno fornito varie ipotesi e versioni anche in base alla tipologia di turismo trattata. Dal momento che il caso studio riguarda il turismo sportivo sono stati ricercati esempi attinenti al settore. Una versione interessante e coerente con questa ricerca è fornita da Carneiro, Breda e Cordeiro (2016) che in una lista di indicatori stilata per valutare la sostenibilità di centri per la pratica del surf da onda in Portogallo, che di fatto operano prevalentemente con i turisti, alla voce sostenibilità socioculturale scrivono:

- Reclutamento di staff locale con esperienza e conoscenza della regione
- Promozione di interazione con la comunità locale
 - Interazione e offerta di attività tradizionali attraenti
 - Interazioni per prevenire l’esclusione sociale della comunità locale
- Promozione del patrimonio culturale della regione
 - Opportunità di apprendere le tradizioni locali
 - Opportunità di assaggiare prodotti locali
 - Opportunità di conoscere il patrimonio monumentale

Gli autori forniscono un punto di vista molto interessante e questi punti verranno tenuti in considerazione nel resto di questa ricerca.

Il centro focale della sostenibilità socioculturale è la cultura e il benessere della comunità locale della destinazione turistica. In un’ottica di turismo sostenibile devono essere tenuti in considerazione i bisogni e il tenore di vita della popolazione locale, oltre che l’esperienza generale dei locali e dei turisti (Woo, Kim, Uysal 2015), qualora i bisogni e le opinioni della popolazione locale non venissero considerati, non si potrebbe parlare di sviluppo turistico sostenibile (Yu, Cole, Chancccelor 2014). L’attività turistica ha impatti principalmente sulla qualità della vita della popolazione sia in negativo che in positivo, gli impatti maggiormente riscontrati sono: la criminalità e la sicurezza, le condizioni del traffico, le infrastrutture, le attività di intrattenimento e svago, le opportunità lavorative, i servizi sociali e ospedalieri e gli incentivi educativi (Yu, Cole, Chancccelor 2014). La qualità della vita però,

²³⁸ <https://www.unwto.org/sustainable-development>.

è influenzata dai fattori materiali appena elencati, ma anche da fattori non materiali che condizionano la popolazione dal punto di vista psicologico, uno è ad esempio, l'influenza che il fenomeno ha sulle attività culturali e sociali del territorio (Woo, Kim, Uysal 2015). È stato dimostrato come in una condizione di qualità della vita della popolazione percepita come alta, lo sviluppo turistico sia ampiamente supportato (Woo, Kim, Uysal 2015). Mentre nelle situazioni in cui la gestione turistica non tenga in considerazione l'impatto socioculturale del turismo è molto probabile che, dato il crescente disagio della popolazione, si sviluppino fenomeni come la turismofobia (Celata, Romano 2020). Nell'ottica di uno sviluppo turistico sostenibile è quindi fondamentale considerare l'aspetto socioculturale e questo è possibile solo se gli operatori turistici si rendono conto della responsabilità sociale delle loro attività (Woo, Kim, Uysal 2015). È stato riportato come le attività promotrici di sport contribuiscano al benessere della comunità locale favorendo l'inclusione sociale e ampliando la capacità di una comunità (Lindsey 2008).

Quindi la chiave per raggiungere la sostenibilità turistica è il potenziamento, coinvolgimento e rispetto della comunità locale (Cole 2006). Un argomento che in gran parte delle teorie analizzate è pressoché inesistente sono le condizioni di lavoro degli impiegati del settore turistico, in un'ottica di sostenibilità; questo rappresenta un aspetto importante che verrà affrontato più nel dettaglio nei paragrafi seguenti.

III.1.1 Risorse umane nel settore turistico

L'occupazione nel settore turistico in Italia e nel mondo coinvolge ampie fasce della popolazione e interessa attività diverse. Nonostante l'espansione del settore, e con esso il numero di impiegati, il tema delle risorse umane nel settore turistico sembra essere quasi completamente trascurato, nonostante lo sviluppo del turismo sostenibile rappresenti ormai uno dei discorsi maggiormente affrontati sia a livello pubblico che privato (Baum, Hai 2019; Baum 2018). Se i temi riguardanti l'ambiente, l'inquinamento, il rispetto delle culture e società locali sono ampiamente affrontati dal punto di vista accademico e istituzionale, il discorso riguardante la tutela delle risorse umane effettivamente non è considerato (Baum 2018). Analizzando ad esempio il sito della UNWTO, attualmente l'ente che detta le linee guida per lo sviluppo turistico, è possibile notare l'enfasi che viene messa in merito a uno sviluppo sostenibile pertinente alla biodiversità, alle azioni climatiche,

al riutilizzo della plastica, all'efficienza delle risorse, alla competitività e alla digitalizzazione del settore²³⁹. L'unica sezione in cui viene affrontato il tema delle risorse umane è in "etica cultura e responsabilità sociali", la questione però viene tratta in soli due documenti: il primo interessa strettamente l'empowerment delle donne attraverso il turismo. Il secondo è il "Codice globale di etica del turismo", in questo codice però, la questione viene affrontata soprattutto riguardo al contesto dei paesi meno sviluppati e sicuramente non appartenenti alla cultura occidentale²⁴⁰, quando, come varrà sottolineato di seguito, la questione delle risorse umane nel turismo è molto lontana dall'essere risolta anche nei paesi europei e da noi considerati sviluppati (Baum 2015).

Il lavoro nel turismo presenta una serie di caratteristiche e altrettante problematiche particolari. Una delle caratteristiche preponderanti nell'occupazione turistica è la stagionalità: come già accennato questa caratteristica influenza fortemente il rapporto tra domanda e offerta quindi di conseguenza ha forti ripercussioni sulle risorse umane e sull'occupazione (Corluka, Mikinac, Milenkovska 2016). Jolliffe e Fansworth (2003) descrivono il fenomeno come un ciclo che si ripete annualmente alternando occupazione, sottoccupazione e disoccupazione. Questa condizione rende gli impieghi turistici precari e poco affidabili, di conseguenza il settore turistico è uno dei settori con il tasso maggiore di mobilità dei lavoratori (Baum, Hai 2019). Spesso questa condizione porta allo sfruttamento lavorativo di migranti (Baum, Hai 2019), inoltre l'instabilità lavorativa rende il reclutamento e il mantenimento nel lungo termine di staff preparato, tra i grandi problemi del settore (Cannas 2012). D'altro canto, date queste caratteristiche, il settore turistico apre possibilità di lavoro a categorie di persone interessate a lavori temporanei come casalinghe, giovani, studenti, artisti e liberi professionisti, questo aspetto non è necessariamente negativo (Cannas 2012). In particolare, per quanto riguarda i giovani, spesso, grazie all'impiego stagionale nel turismo, questa categoria entra nel mercato lavorativo per la prima volta e grazie a questo tipo di esperienze inizia a costruire conoscenze e basi per i lavori futuri (Robinson et al., 2019).

I problemi maggiori riscontrati nel settore turistico per quanto riguarda i lavoratori sono: paga bassa, spesso sotto la soglia legale fissata a livello nazionale (Baum 2018; Baum, Hai 2019; Robinson 2013), condizioni di lavoro inadatte dal punto di vista dell'ambiente lavorativo (Baum 2018) o/e fisicamente logoranti (Baum 2015; Baum, Hai 2019), opportunità di crescita e di sviluppo personale e lavorativo limitate (Baum 2018; Baum, Hai 2019) ore di lavoro giornaliero o settimanale eccessivo,

²³⁹ <https://www.unwto.org/our-focus>.

²⁴⁰ <https://www.unwto.org/ethics-culture-and-social-responsibility>.

spesso oltre i limiti di legge (Baum, Hai 2019). Baum e Hai hanno descritto le condizioni di lavoro per gli impiegati nel settore turistico spesso al disotto dei limiti del “*Decent work*”, secondo le linee guida descritte dall’Agenda per lo sviluppo sostenibile 2030 (Baum, Hai 2019). È importante notare che il problema non coinvolge solo i paesi considerati sottosviluppati o poveri, ma il settore turistico globalmente. Queste problematiche sono rimaste pressoché immutate negli ultimi venticinque anni (Baum 2018; Baum 2015), e ormai l’impiego nel settore turistico ha assunto un’immagine negativa (Lundberg, Gudmundson, Andersson 2009). Stroma Cole (2021) nell’ambito del seminario *Third ATLAS International workshop*, in un intervento intitolato “Tourism, Gender, Social (Im)mobility and Empowerment” ha parlato di “stigmatizzazione del lavoro turistico” riferendosi alla percezione generale che si è creata nei confronti degli impieghi nel settore dovuta alle pessime condizioni lavorative (3rd ATLAS International Workshop²⁴¹). Queste condizioni hanno anche portato alla percezione che gli impieghi nel settore turistico richiedano basse competenze, questa percezione è presente sia a livello sociale che accademico (Baum 2015; Baum 2018). In realtà questa percezione si sta rivelando sempre più un pregiudizio: il settore turistico è il settore economico che ha visto la crescita ed evoluzione maggiore nell’ultimo decennio (Baum, Hai 2019) e quindi è evidente che il settore necessita di sempre maggiore professionalità e figure professionali con conoscenze specifiche e dettagliate (Baum 2015). Gran parte delle aziende turistiche sembrano, però, non aver ancora compreso e iniziato a sfruttare queste nuove possibilità (Baum 2015). Non considerare e regolare l’impiego nel settore turistico, mina non solo la giustizia sociale e l’etica (Robinson 2013), ma danneggia anche le possibilità di performance delle aziende; dal momento che essendo il turismo un settore che fornisce servizi alla persona, la qualità dell’azienda è data da come si pongono e agiscono i dipendenti di essa: è stato provato come un impiegato rispettato e con le conoscenze adatte sia in grado di fornire un servizio di gran lunga migliore al cliente (Baum, Hai 2019). Il fatto che la gestione delle risorse umane sia pressoché ignorata nell’ottica dello sviluppo turistico sostenibile è grave e insensato, i lavoratori del settore turistico meritano di essere tutelati e che i loro diritti vengano rispettati. Inoltre, una gestione cosciente delle risorse umane potrebbe essere uno strumento vincente per trasmettere i principi di sostenibilità in particolare ai clienti (Baum 2018). Nell’ambito di questa ricerca verrà fatto riferimento alla teoria di Baum (2018) secondo la quale un’azienda che applichi principi di sostenibilità possa giovare all’ambiente sociale circostante attraverso tre step:

²⁴¹ *Social mobility goes on holiday*, Keynote lecture #2, 28/5/2021.

- deve essere riconosciuto che l'impiegato e la forza lavoro fornisce prodotti e servizi sostenibili;
- fornendo servizi o prodotti sostenibili sul territorio un'attività può influenzare le aziende circostanti imponendo dei canoni nel luogo;
- questo impegno può essere mantenuto solo avendo dei canoni di lavoro dignitoso (Baum 2018).

Quindi in riferimento all'elenco di indicatori riguardanti la sostenibilità socioculturale riportati nel paragrafo precedente è necessario aggiungere la voce: "Rispetto e considerazione dei dipendenti. Garanzia di condizioni lavorative di non sfruttamento."

III.1.2 Dipendenti dei centri di windsurf dell'Alto Garda

Dopo aver inquadrato l'attività dei centri di windsurf nell'Alto Garda in questo paragrafo si andranno ad analizzare le caratteristiche dei dipendenti del settore. Dall'osservazione eseguita sul campo è stato notato che i dipendenti dei centri di windsurf nel Garda Trentino nel periodo estivo sono approssimativamente un centinaio, e sono state individuate principalmente tre tipologie di professioni e dipendenti: i maestri ed istruttori di windsurf; gli addetti all'assistenza a terra, ovvero coloro che si occupano di noleggi dell'attrezzatura, della salvaguardia e manutenzione del materiale e della scuola e della sicurezza dei clienti in acqua; l'ultima categoria è quella dei dipendenti addetti al lavoro di segreteria, quindi all'accoglienza e ricezione dei clienti, alle prenotazioni, all'organizzazione dei corsi di windsurf e ai pagamenti.

Buona parte delle informazioni che verranno riportate in questo capitolo sono state ottenute grazie alla produzione e distribuzione di un questionario. Il questionario è stato prodotto dall'autrice in italiano ed inglese e somministrato nel corso di ottobre 2021 (a stagione estiva quasi conclusa), il questionario è stato prodotto e somministrato mediante Google Form, quindi on-line. Il modulo era compilabile in forma completamente anonima e si rivolgeva a chiunque avesse lavorato almeno una stagione, con qualsiasi impiego, in un centro di windsurf dell'Alto Garda. Per la distribuzione è stato deciso di diffondere il questionario mediante i gruppi WhatsApp privati dei dipendenti dei centri, è stata scelta questa modalità in quanto pratica per i rispondenti al questionario ma anche ai fini della ricerca; dato il target di ricerca molto specifico è sembrato il modo ottimale per raggiungere il

campione interessato escludendo quasi completamente la possibilità di soggetti estranei alla ricerca. Il questionario è composto da cinque sezioni: la prima riguardante le informazioni generali, la seconda e la terza (somministrata solo ai maestri di windsurf) riguardante in generale l'occupazione presso centri di windsurf, la quarta riguardante la situazione lavorativa presso il centro di windsurf in cui si è svolta la stagione nel Garda Trentino e l'ultima riguardante il rapporto con il territorio e l'ambiente dell'Alto Garda. Le domande erano a scelta multipla, a risposta breve oppure richiedenti una votazione su una scala lineare da 1 (corrispondente a molto poco) a 5 (corrispondente a molto).

Il questionario ha ricevuto 37 risposte: 16 dal modulo in italiano e 21 dal modulo in inglese, le risposte dei due diversi moduli sono poi state elaborate mediante un programma di produzione e gestione di fogli elettronici. È stato notato che gli italiani sono stati più propensi a rispondere, infatti 21 risposte, quindi il 56,8% delle risposte, è provenuta da un soggetto di nazionalità italiana. Questo dato, apparentemente contraddittorio rispetto a quello menzionato precedentemente, è dovuto dal fatto che cinque italiani hanno risposto al questionario somministrato in lingua inglese. Confrontando le risposte del questionario con l'osservazione sul campo e le risposte delle interviste fatte ai titolari dei centri windsurf, i risultati del questionario risultano essere coerenti e attendibili. L'unico dato discordante è quello riguardante la nazionalità, infatti stando alle informazioni ricavate tramite le interviste è emerso che più del 60% dei dipendenti dei centri di windsurf nel Garda Trentino è straniero, di conseguenza il gruppo di lavoratori di nazionalità italiana è risultato più facilmente raggiungibile a fine stagione e più incline a compilare il questionario.

III.1.3 Caratteristiche e particolarità della comunità di lavoratori

Dal sondaggio è emerso che, per quanto riguarda le mansioni, nei centri di windsurf la maggioranza dei dipendenti è impiegata come maestro/a di windsurf cioè circa il 78,4%, per quanto riguarda il lavoro di segreteria e quello di assistenza a terra risultano essere impiegati l'8,1% degli intervistati in entrambi i casi, infine il 5,8% degli intervistati ha una mansione mista tra maestro e assistenza a terra. Il risultato ha riscontro anche nell'osservazione diretta, dal momento che al Surf Center Lido Blu su circa dieci dipendenti in alta stagione, una persona svolge la mansione di addetto al noleggio e assistenza a terra, un'altra persona è addetta quella di reception e segreteria e i restanti otto

dipendenti sono tutti maestri²⁴². Presso il centro di Torbole di Segnana Watersports la situazione è simile con otto dipendenti in segreteria, da cinque a nove addetti all'assistenza a terra e, in alta stagione, dai quindici ai venticinque maestri di windsurf²⁴³. Il dato interessante che emerge dal sondaggio è che tutti gli impiegati nei lavori di segreteria sono di genere femminile, mentre la maggioranza degli addetti all'assistenza a terra sono di genere maschile, per quanto riguarda i maestri di windsurf invece il genere si ripartisce in modo paritario, anzi nel sondaggio la percentuale femminile è leggermente più alta. Infine, altro aspetto che è stato riscontrato anche dall'osservazione sul campo è che gli addetti alla reception, alla segreteria e all'assistenza a terra sono tutti di nazionalità italiana (dal sondaggio il 100%), mentre nella categoria dei maestri di windsurf la percentuale di impiegati stranieri è maggiore rispetto a quella degli italiani. Questa distinzione è dovuta principalmente al fatto che, soprattutto in un impiego in segreteria, è necessario conoscere la lingua e le procedure del paese in cui si opera, ma incide anche il fatto che la mansione di maestro di windsurf è più precaria e dipendente, ad esempio, dalle condizioni atmosferiche, è quindi più incerta rispetto agli impieghi a terra.

Per quanto riguarda la provenienza dei lavoratori, come già accennato, la percentuale maggiore non risulta essere italiana, ma bensì straniera: nelle interviste i titolari hanno riportato che presso il Surf Center Lido Blu circa l'80% dei dipendenti è straniero, presso Segnana Watersport lavorano circa il 60% di stranieri, mentre presso il Vasco Renna Windsurfingcenter il titolare ha riportato che prima della pandemia erano presenti circa il 50% di dipendenti stranieri, mentre negli ultimi due anni lo staff è stato composto solo per un terzo da dipendenti stranieri²⁴⁴. Dalle risposte ricavate mediante il questionario risulta esserci un numero percentualmente maggiore di dipendenti italiani dal momento che essi si sono rivelati più disponibili a compilare il questionario. La richiesta di personale straniero causa un vero e proprio flusso di stranieri provenienti dall'estero nella stagione estiva, come descritto da Leiper, questi viaggiatori sono tipici lavoratori stagionali ovvero persone che viaggiano allo scopo di ottenere impieghi a breve termine (Leiper 1979). La maggior parte dei lavoratori stranieri provengono da paesi in prevalenza di lingua tedesca: 33,3% dalla Germania e il 13,5% dall'Austria; altri dipendenti stranieri provengono da Polonia, Olanda, Gran Bretagna e Croazia.

²⁴² Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

²⁴³ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

²⁴⁴ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

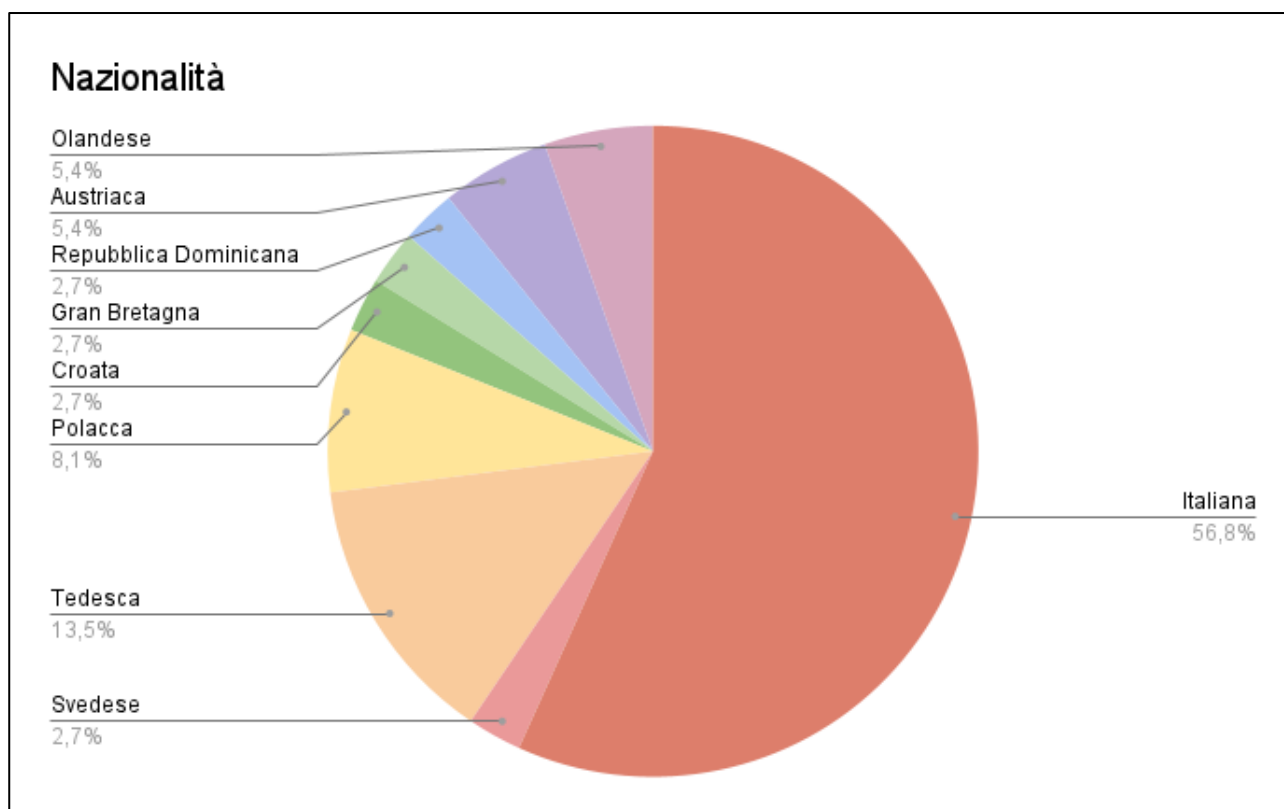


Figura 20 Grafico a torta della nazionalità dei lavoratori. Fonte: questionario sottoposto a lavoratori dei centri di windsurf del Garda Trentino.

Data la provenienza in prevalenza straniera dei dipendenti, per i titolari di centri di windsurf si è reso necessario fornire alloggio ai dipendenti, altrimenti, come sottolineato dal titolare del Surf Center Lido Blu e quello del Segnana Watersport, sarebbe pressoché impossibile trovare personale disponibile per la stagione²⁴⁵. Il Surf Center Lido Blu mette a disposizione un appartamento presso Nago²⁴⁶, il Vasco Renna Windsurfing Center fornisce degli alloggi, mentre Segnana Watersport, vista anche la dimensione del centro, ha diversi appartamenti distribuiti tra Riva del Garda e il paese di Nago²⁴⁷. Dal sondaggio è emerso che il 51,4% degli aderenti al questionario alloggia in un appartamento fornito dal centro in cui è impiegato, questo porta alla formazione di stretti legami tra i dipendenti e come suggerito nel titolo del paragrafo alla composizione di una vera e propria comunità di lavoratori stagionali. Questo fenomeno è stato studiato in una ricerca riguardante i lavoratori stagionali in una stazione sciistica svedese (Thulemark 2017). Le evidenze emerse in questa ricerca sono corrispondenti ai fenomeni che si verificano durante la stagione estiva nel Garda Trentino. Infatti, in piccole realtà con un'alta frequenza turistica si rende necessario reclutare

²⁴⁵ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

²⁴⁶ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

²⁴⁷ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

lavoratori dall'esterno della municipalità interessata (nel caso del Garda Trentino addirittura dall'esterno dei confini nazionali), questo porta i lavoratori a condividere gli alloggi e di conseguenza vivere a stretto contatto anche al di fuori dell'orario lavorativo, creando relazioni sociali molto forti (Thulemark 2017). Nel sondaggio, ad esempio, è stato chiesto di valutare su una scala da 1 a 5 il rapporto con i propri colleghi anche al di fuori dell'ambiente lavorativo e la media delle risposte è risultata con il punteggio di 4, quindi molto alto. Questi legami portano all'esistenza di una vera e propria comunità di lavoratori, nell'articolo citato descritta come *Occupational Community* (Thulemark 2017, p. 3). Questo tipo di comunità ha una coesione molto stretta, al suo interno e si creano nuove amicizie e legami molto stretti derivanti da un'interazione in alcuni casi anche forzata, dal momento che molti lavoratori, condividendo l'alloggio, non hanno altra scelta che frequentare i propri colleghi anche al di fuori dell'orario lavorativo (Thulemark 2017).

Le comunità occupazionali presentano legami così stretti derivanti dal fatto che i lavoratori generalmente, non solo condividono lo stesso lavoro, ma anche le stesse passioni, hobby e cultura di riferimento. Nel caso della ricerca, quindi dei lavoratori nell'ambiente sciistico, e ancora di più nel caso studio in questione la passione condivisa è un *lifestyle sport* quindi l'attività consiste in una fusione tra lavoro e leisure (Thulemark 2017), pertanto gli appartenenti alla comunità condividono uno stile di vita. Questo porta i lavoratori ad avere un forte senso di identificazione nella comunità occupazionale e, ad esempio, a continuare a parlare di lavoro anche al di fuori dell'orario lavorativo, ma soprattutto a spendere il proprio tempo libero con i colleghi, senza sentire il bisogno di ricercare legami al di fuori della comunità dei lavoratori (Thulemark 2017). Questa rete di rapporti e condizioni porta la comunità occupazionale ad essere una sorta di bolla, non in senso fisico, ma sociale, delineando in una destinazione due comunità distinte: quella dei lavoratori stagionali e quella degli abitanti locali che condividono uno spazio, ma con un numero limitato di interazioni (Thulemark 2017). Anche nel caso studio dell'Alto Garda è stato notato che esiste una divisione tra questo tipo di comunità, soprattutto per quanto riguarda la frequentazione di locali e attività nel tempo libero. In tal senso, nel caso della stagione 2021, tale divisione è stata enfatizzata dalla limitazione di attività di socializzazione dovuta alla pandemia di COVID-19²⁴⁸.

Dal sondaggio è anche emerso che le attività invernali praticate dai lavoratori dei centri di windsurf nell'Alto Garda sono piuttosto omogenee: il 25% del campione, infatti, ha riportato di essere

²⁴⁸ Osservazione sul campo stagione 2021.

impiegato nel periodo invernale in stazioni sciistiche svolgendo mansioni come maestro di sci, allenatore di sci, impiegato presso noleggi e negozi e addetto agli impianti. Il 9,4% dei rispondenti invece ha dichiarato di praticare la stessa professione di maestro di windsurf ma in località all'estero attive anche nella stagione invernale, generalmente le isole Canarie, che risulta essere una destinazione molto popolare tra i maestri di windsurf in attività sul lago di Garda²⁴⁹. È quindi interessante notare che nella stagione estiva esiste un flusso di lavoratori dall'estero verso il lago di Garda, mentre nella stagione invernale il flusso dall'Alto Garda tende verso destinazioni popolari nella stagione invernale, in particolare in località sciistiche, come emerso da una delle interviste e accennato nel secondo capitolo esiste un binomio windsurf-sci. Il 46,9% dei rispondenti invece nella stagione invernale è occupato come studente; infatti, i dipendenti dei centri di windsurf dell'Alto Garda, come molti impiegati nel settore turistico, sono giovani (Robinson et al., 2019): dalle risposte al questionario risulta che l'86,5% dei lavoratori è nato dopo il 1990 e il 35,1% dopo l'anno 2000.

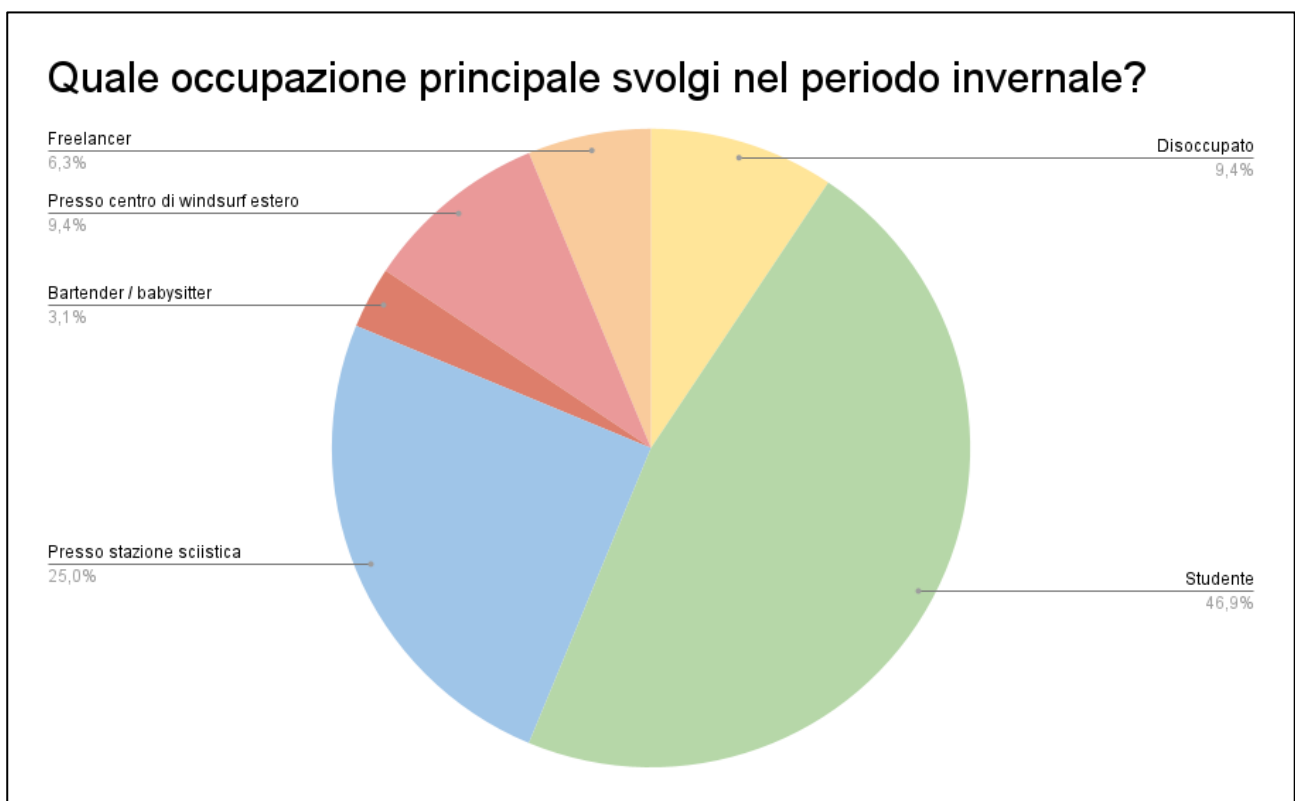


Figura 21 Grafico a torta dell'impiego invernale dei lavoratori. Fonte: questionario sottoposto a lavoratori dei centri di windsurf del Garda Trentino.

Come molti lavoratori del settore turistico il lavoro stagionale estivo è visto come possibilità per avvicinarsi al mondo lavorativo e fare esperienza, ma non come professione fissa e stabile per il

²⁴⁹ Informazioni ricavate tramite intervista a un dipendente di Renè Egli windsurf center, in data 1/08/2021.

futuro (Robinson et al., 2019); l'83,8% dei rispondenti, infatti, non intende adottare la professione stagionale come attività lavorativa principale in futuro. Oltre alla maggioranza di giovani lavoratori, dal questionario è anche emerso un altro dato interessante: esiste un ridotto ma resiliente gruppo di lavoratori più maturi con alle spalle dai 10 a 30 anni di esperienza, per la precisione sette dei rispondenti. Tra essi è stato riscontrato anche un tasso di fedeltà ai centri molto alto; infatti, tre di essi risultano lavorare nello stesso centro da dieci anni o più, in un caso più di venti. Questo gruppo di lavoratori corrisponde in gran parte alla quota di rispondenti che intendono praticare la professione come attività principale nel loro futuro. In letteratura turistica questo nucleo con esperienza di lavoratori che torna ogni anno è definito "nucleo fisso stagionale" e risulta essere presente in gran parte degli ambienti lavorativi turistici in Italia (Fellini 2017, pp. 113-114).

III.1.4 Criticità riscontrate nella gestione delle risorse umane

Dopo aver marcato le caratteristiche generali della comunità di lavoratori impiegati nei centri di windsurf dell'Alto Garda, di seguito verranno riportati i punti deboli e le problematiche emerse durante la ricerca nella gestione delle risorse umane; l'ambiente lavorativo, infatti, è risultato essere carente da molti punti di vista per quanto riguarda una gestione sostenibile delle risorse umane. Durante l'analisi sono stati riscontrati i problemi tipici dell'impiego turistico (Baum, Hai 2019; Robinson 2013) già citati nel paragrafo precedente. La prima problematica chiaramente riguarda la retribuzione: alla domanda: "Ritieni che il tuo livello di retribuzione sia corretto?", data la possibilità di scegliere un valore tra 1 e 5 il valore medio risultato è 2,73, quindi un valore non particolarmente alto, se poi si interseca questo dato con il dato riguardante quanto ha influito il livello di retribuzione nella scelta della sede lavorativa il cui valore risulta essere 2,03 si può supporre che i centri di windsurf nel Garda Trentino non siano attrattivi per quanto riguarda il livello di retribuzione. Mediante la ricerca sul campo e parlando con i lavoratori delle scuole di windsurf, è emerso che gran parte dei giovani lavoratori è assunto attraverso un contratto di apprendistato descritto dal C.C.N.L. settore impianti sportivi. Questo tipo di contratto prevede una soglia di pagamento più bassa dal momento che teoricamente un apprendista ha meno responsabilità rispetto a lavoratore assunto con contratto standard e le mansioni devono appunto differire (D.lgs. 81 2015, art. 60,61,62). Nei centri di windsurf dell'Alto Garda però, generalmente non vi è distinzione tra gli assunti con contratto regolare o da apprendista. L'assunzione attraverso contratti di apprendistato

nel settore turistico è in salita a livello nazionale: Federalberghi ha riportato che nel settore turistico questo tipo di contratti sono aumentati del 13,1% nel 2019 (AA.VV. 2021), questo fenomeno quindi è riscontrabile a livello nazionale, e non solo nell'Alto Garda, cosa che potrebbe suggerire che il contratto di apprendistato sia spesso utilizzato come strumento dagli imprenditori turistici per avere contratti più convenienti per l'azienda. Conversando con i lavoratori è stato stimato che la paga oraria del lavoratore medio con meno di dieci anni di esperienza varia dai 3 ai 6 euro all'ora, la fascia più bassa di reddito dei lavoratori è per i giovani provenienti dall'estero. Il nucleo di lavoratori fissi stagionali, con più di dieci anni di esperienza, ha paghe orarie più alte, ma soprattutto è molto diffuso il fenomeno della stipula di accordi informali tra lavoratore e datore di lavoro che aggirano le formalità del contratto integrando la paga con forme di pagamento in contante. Queste forme "grigie" di irregolarità sono uno dei fenomeni più diffusi nel lavoro turistico stagionale in Italia (Fellini 2017).

Il dato più allarmante che è stato riscontrato è la distribuzione dell'orario lavorativo settimanale: solo il 18,1% degli intervistati ha dichiarato di avere un giorno libero in settimana. Mentre del restante 81,1%: il 66,6% del campione ha riportato di avere un giorno libero con frequenza minore di ogni due settimane, la rimanente parte ha dichiarato di avere un giorno libero indicativamente ogni due settimane. Le ore lavorative rappresentano sicuramente una criticità importante, considerando anche che ciò è di fatto illegale, dal momento che la Costituzione Italiana all'art.36 definisce che "Il lavoratore ha diritto a un giorno di riposo settimanale, ossia 24 ore consecutive di stacco dalla realtà lavorativa". Inoltre, il Decreto legislativo N.66/03 sottolinea che il riposo settimanale è irrinunciabile e qualora non venisse osservato il lavoratore ha diritto al risarcimento del danno e il datore di lavoro dovrebbe essere sottoposto a sanzioni amministrative (Art.18-bis, d.lgs. n.66/03). Inoltre, mediante il Decreto legislativo 81 del 2015, e le seguenti modifiche, il lavoro stagionale a tempo determinato è ulteriormente tutelato e sottolineato il diritto al riposo settimanale. Le problematiche riguardanti gli orari lavorativi e i riposi nel settore turistico non sono una novità; il settore è descritto "selvaggio"²⁵⁰ per quanto riguarda i diritti dei lavoratori. Soprattutto nel settore della ristorazione la mancanza di giorni di riposo per i dipendenti è all'ordine del giorno in alta stagione (Rotunno 2021), ma anche in altri settori del turismo, come appunto il caso dei centri di windsurf sembra essere una pratica regolare.

²⁵⁰ <https://www.facebook.com/slangusb/photos/pcb.844679829469491/844679449469529>

L'ambiente lavorativo, e soprattutto le condizioni lavorative, motivano il lavoratore: dalla motivazione solitamente dipende la performance del lavoratore rispetto a cui è direttamente proporzionale la qualità del servizio/prodotto fornito al cliente (Lundberg, Gudmundson, Andersson 2009). Motivare i propri dipendenti è quindi una strategia vincente per le aziende (Lundberg, Gudmundson, Andersson 2009). Utilizzando la teoria di Herzberg dei due fattori motivazionali e adattandola al turismo, Lundberg, Gudmundson e Andersson (2009) hanno sviluppato una teoria appropriata per gli impegni nel settore turistico che rappresenta bene anche la situazione del caso studio del Garda Trentino. La motivazione nel lavoro è determinata principalmente da due grandi gruppi di bisogni: i fattori di crescita e i fattori igienici (Lundberg, Gudmundson, Andersson 2009). Il primo gruppo di fattori è composto, ad esempio, dalle responsabilità, dai riconoscimenti da parte dei superiori, da informazione conoscenza e formazione. Il secondo gruppo di fattori è determinato dal livello salariale, dalle ricompense e dalle relazioni interpersonali (Lundberg, Gudmundson, Andersson 2009). Se il secondo gruppo di fattori è già stato affrontato facendo emergere dei valori non particolarmente alti, nel questionario è stato affrontato anche l'aspetto dei fattori di crescita.

La domanda riguardante il livello di rispetto e valorizzazione da parte dei superiori su una scala da 1 a 5, ha ricevuto un valore di risposta medio di 2,62, quindi un valore decisamente basso. Per quanto riguarda la crescita personale è stato chiesto quanto ha influito la possibilità di avere una carriera nella scelta dell'impiego e la risposta media è risultata essere 1,89, quindi i dipendenti dei centri di windsurf del Garda Trentino non percepiscono la possibilità di intraprendere una carriera lavorativa. Per quanto riguarda la formazione, i titolari stessi hanno sottolineato delle lacune, a esclusione del titolare di Vasco Renna Windsurfingcenter che ha riportato di assumere solo istruttori muniti di brevetto VDWS (o in procinto di averlo) e di avere un programma chiaro di formazione a inizio e fine stagione²⁵¹. Gli altri centri sono parsi molto più disorganizzati al riguardo. Il titolare del Surf Center Lido Blu ha riportato di occuparsi personalmente della formazione del personale facendosi affiancare (quando il tempo lo permette) nei corsi, o affiancando il nuovo assunto a istruttori più esperti²⁵². Il responsabile di Segana Watersport invece, ha riportato che viene fatta una formazione di base ad inizio stagione, ma che è essenzialmente "fatta in casa" e poco programmata²⁵³. Questi fattori non suggeriscono una motivazione particolarmente alta dei lavoratori, il valore riportato nel sondaggio è di 3,43. Considerando che la tipologia di lavoro svolto è strettamente legata ad un

²⁵¹ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

²⁵² Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

²⁵³ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segana Watersports", in data 18/08/2021.

lifestyle sport, quindi particolarmente stimolante, al punto da non avere un chiaro confine tra lavoro e passione, la motivazione nello svolgere questi lavori generalmente è molto alta (Thulemark 2017). È emerso che, sempre in una valutazione da 1 a 5, riguardo alle motivazioni per cui si è scelto luogo e tipologia di lavoro, il valore medio riguardante l'influenza delle possibilità di praticare windsurf è pari al 4,14 e la possibilità di praticare quel lavoro specifico è pari al 4,0. In destinazioni in cui vengono praticati lifestyle sport, la motivazione principale dei lavoratori è appunto poter operare in quel determinato ambiente potendo praticare quella determinata attività (Thulemark 2017) e, date le risposte al questionario, è anche il caso dei centri di windsurf del Garda Trentino. Il lifestyle, quindi, non influenza solo l'attrattività di una destinazione e di una determinata attività, ma anche la tipologia e motivazione dei lavoratori in una destinazione turistica, quindi, la possibilità di praticare windsurf nel Garda Trentino è risultata essere il fattore con la media di risposte più alta per cui i lavoratori hanno scelto il Garda come sito lavorativo.

Le condizioni di lavoro non appropriate e la demotivazione dei dipendenti suscita scarsa fedeltà del dipendente nei confronti dell'azienda (Lundberg, Gudmundson, Andersson 2009), il settore dei lavoratori stagionali turistici infatti presenta molto spesso questa caratteristica: i lavoratori stagionali tendono frequentemente a non tornare la stagione successiva nella stessa azienda, e anche grazie alla rete che si forma tra dipendenti e appassionati di un'attività, riescono a trovare facilmente una collocazione lavorativa differente per la stagione successiva (Thulemark 2017). Il tasso di infedeltà risulta essere abbastanza alto anche tra i lavoratori dei centri del Garda Trentino, dalle risposte del questionario è emerso che il 37,8% dei rispondenti non intende praticare lo stesso lavoro la prossima stagione, mentre il 16,2% intende praticarlo ma in un altro centro; quindi, più della metà degli intervistati non tornerà nello stesso centro del Garda Trentino la prossima stagione. Questo aspetto non influisce solo sul dipendente, ma crea complicanze soprattutto dal punto di vista dell'imprenditore che non riesce ad avere un servizio continuativo da una stagione all'altra (Baum, Hai 2019), questo problema è stato riscontrato in modo molto evidente anche nel Garda Trentino.

Dalle interviste ai titolari di centri di windsurf, infatti, è emerso che uno dei compiti più difficili nel gestire un centro di windsurf è reperire personale e ancora di più personale qualificato²⁵⁴. Il titolare del Surf Center Lido Blu ha parlato della questione riportando soprattutto la difficoltà a trovare

²⁵⁴ Informazioni ricavate tramite interviste ai titolari di centri di windsurf dell'Alto Garda nella stagione 2021.

personale pronto e preparato²⁵⁵; mentre il responsabile di Segnana Watersport ha affermato che trovare personale:

“É sicuramente uno degli incarichi più difficili in assoluto, facciamo molta fatica a trovare personale formato. Dal momento che si tratta di un lavoro stagionale i dipendenti hanno un’infedeltà notevole, non in senso negativo, ma il personale che svolge questi lavori è spesso in una fase molto libera della propria vita. In più l’offerta di lavoro globale in questo settore è molto vasta e i dipendenti hanno un’ampia scelta e spesso poco interesse a rimanere nello stesso luogo stagione dopo stagione.”²⁵⁶

Il responsabile del centro ha riportato esattamente i risultati emersi dalla ricerca di Thulemark (2017), impuntando quasi completamente la causa dell’infedeltà alla stagionalità del settore, anche se probabilmente le condizioni lavorative hanno un ruolo in questo aspetto. Un tema comune alle due testimonianze riguarda le difficoltà a trovare personale qualificato; infatti, nel caso dei centri di windsurf la questione delle competenze dei dipendenti è più che mai importante. In questo caso è evidente che il lavoro stagionale turistico non è, come spesso percepito, una tipologia di lavoro che richiede basse competenze (Baum 2015; Robinson et al., 2019); come riportato da Baum (2015) il lavoro nel turismo richiede sempre più competenze e alcune mansioni le hanno sempre richieste. Nel caso dei lavoratori nei centri di windsurf è necessario conoscere e praticare windsurf ad un buon livello, non solo per i dipendenti impiegati come maestri, ma anche i dipendenti nelle altre mansioni devono conoscere lo sport; inoltre, per i maestri è necessario essere in grado di insegnare l’attività (praticarlo ad un buon livello non basta) e, preferibilmente, avere un brevetto per insegnare anche se non è previsto dalla legge italiana. Per di più, data la frequentazione della zona soprattutto da turisti stranieri, tutti i dipendenti dei centri devono parlare almeno due lingue; dal sondaggio è emerso che la maggior parte dei lavoratori parla almeno tre lingue: il 100% degli intervistati parla inglese, e il 67,6% dei rispondenti parla tedesco. Dunque, nel caso dei centri di windsurf del lago di Garda le competenze richieste sono molto alte.

Il terzo titolare intervistato ha riportato una problematica leggermente diversa; infatti, ha risposto alla domanda dicendo che “É molto difficile trovare personale come per tutti nel settore

²⁵⁵ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di “Surf Center Lido Blu”, in data 20/08/2021.

²⁵⁶ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 18/08/2021.

turistico”²⁵⁷. Il titolare fa riferimento ha una questione più ampia riguardante tutto il settore. In particolare, tra maggio e giugno 2021 è emerso a livello nazionale una discussione riguardante i lavoratori del settore turistico, dal momento che si è verificata una grossa carenza di lavoratori stagionali e moltissime posizioni lavorative scoperte (Redazione il Post 2021). Ciò è accaduto a seguito delle chiusure dovute alla pandemia di Covid-19: i lavoratori stagionali hanno trovato altre occupazioni o fonti di reddito e molti lavoratori provenienti dall'estero non si sono recati in Italia (Redazione il Post 2021), date le condizioni lavorative offerte dal settore turistico, gran parte dei lavoratori non si sono più interessati a impieghi con condizioni sconvenienti (Amato 2021). In quel periodo si era aperta una discussione interessante riguardante i diritti dei lavoratori stagionali (Amato 2021; Redazione il Post 2021; Rotunno 2021), poi andata completamente a perdersi. Va anche riportato che la carenza di lavoratori disponibili, spesso erroneamente imputata anche a cause come il reddito di cittadinanza, che nel mese di giugno 2021 aveva suscitato clamore e preoccupazioni nel settore turistico non solo è stata risolta, ma anzi, analizzando i dati forniti dall'Inps è emerso che nel 2021 sono stati stipulati 50 mila contratti stagionali in più rispetto allo stesso periodo del 2018 rivelando quindi una disponibilità maggiore di lavoratori stagionali (Brusini 2021). Il problema principale riguardante la questione delle relazioni di lavoro stagionale risiede nel fatto che le condizioni di lavoro nel settore turistico in Italia sono spesso al limite dello sfruttamento (Manunza 2016; Rotunno 2021) e gli enti che tutelano questa categoria di lavoratori sono inesistenti dal punto di vista istituzionale e rari nel contesto nazionale; uno dei pochi esempi in questo senso a cui si è fatto riferimento in questa ricerca è il sindacato di base SLANG Usb²⁵⁸. Il Trentino è risultato particolarmente colpito dal fenomeno della mancanza di lavoratori stagionali all'inizio della stagione estiva 2021, infatti, a fine maggio gli esercenti del Garda Trentino denunciavano la mancanza di lavoratori in circa l'80% degli esercizi stagionali (Redazione l'Adige 2021). Il dato è abbastanza preoccupante e suggerisce il fatto che il Garda Trentino non sia una destinazione particolarmente desiderabile per i lavoratori stagionali. È evidente che esistono delle mancanze nella gestione delle risorse umane, ben evidenti anche nei centri di windsurf analizzati.

In relazione alle risposte del questionario riguardanti il reddito o la valorizzazione da parte dei superiori verso i dipendenti, emerge una sorta di conflitto o di non riconoscimento dell'importanza del lavoratore nei centri di windsurf. Nel corso di un'intervista un responsabile di un centro di

²⁵⁷ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di “Vasco Renna Windsurfingcenter”, in data 10/11/2021.

²⁵⁸ <https://www.facebook.com/slangusb/photos/pcb.844679829469491/844679232802884>.

windsurf ha affermato che lui è consapevole che: “lo staff giusto faccia la differenza e che dei dipendenti ben preparati e disponibili determinano il ritorno dei clienti e la reputazione del centro. Non tutti i miei soci però danno la stessa importanza che do io a questo aspetto, prediligendo spesso scelte più pratiche”²⁵⁹. Dalla osservazione fatta sul campo e nel corso delle interviste è, in effetti, stata percepita, dal punto di vista teorico, una consapevolezza riguardo alla qualità delle risorse umane da parte dei titolari, ma un’incapacità di agire dal punto di vista pratico, spesso prediligendo scelte e strategie più economiche o sbrigative. Quindi, per quanto riguarda la gestione delle condizioni lavorative dei lavoratori stagionali nei centri di windsurf dell’Alto Garda ci sono molti aspetti migliorabili, soprattutto nell’ottica di uno sviluppo sostenibile.

III.2 La sostenibilità socioambientale: il turismo in relazione al territorio nel Garda Trentino

Come già accennato, nell’ultimo ventennio il turismo nella zona del lago di Garda ha visto un’importante crescita, nei primi anni del 2000 il sistema turistico locale ha avuto uno sviluppo con uno dei tassi più alti d’Italia (Lazzeretti, Capone 2008). L’Alto Garda in particolare è interessato da flussi turistici sempre crescenti (Marri Tonelli 1994; Turri 1994), tanto che è ormai possibile affermare che la zona è caratterizzata da turismo di massa (Marri Tonelli 1994; Turri 1994;). Per turismo di massa s’intende il modo di viaggiare tipico della cultura del consumismo, il fenomeno si è di fatto sviluppato dopo la fine della Seconda guerra mondiale, ed è quindi utilizzato il termine “massa” in quanto fa riferimento al fatto che il turismo divenne accessibile a più strati della popolazione, anche ai ceti più bassi che storicamente non avevano la possibilità di viaggiare (Butcher 2005). Al giorno d’oggi il turismo di massa è percepito con un’accezione negativa (Butcher 2005) e convenzionalmente è considerato una tipologia di turismo non sostenibile (Weaver 2004). La percezione generale è che il turismo di massa, se non regolato, sia caratterizzato da: convenzionalità e monotonia, spostamenti di persone in gregge, distruttività ed eccessivo progressismo (Butcher 2005).

Come già menzionato, flussi importanti di turisti hanno ripercussioni sulla qualità della vita degli abitanti locali, sia positivi che negativi (Woo, Kim, Uysal 2015). Nel caso del Garda Trentino si

²⁵⁹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 28/08/2021.

verificano anche effetti negativi, in particolare da maggio ad ottobre è possibile riscontrare i disagi tipicamente causati dal turismo di massa. Il primo è sicuramente l'affollamento, considerando l'anno 2020, la comunità di valle dell'Alto Garda e Ledro a fronte di 51.162 residenti ha registrato 2.600.623 di presenze turistiche annuali²⁶⁰, considerando che la primavera 2020 non ha visto l'arrivo di turisti per le chiusure dovute alla pandemia di COVID-19, negli anni precedenti la zona aveva un flusso ancora maggiore. Nella stagione estiva 2020, al netto delle chiusure, quindi nel periodo tra giugno inoltrato e settembre, sono state registrate 2.274.304²⁶¹ presenze, è quindi plausibile supporre che nei mesi estivi le presenze di turisti superino il numero di abitanti residenti; tradizionalmente questo dato sarebbe risultato allarmante in quanto sintomo di *overtourism* (Celata, Romano 2020). Al giorno d'oggi questo tipo di valutazione non è considerato in modo così rigido e non rappresenta necessariamente una situazione grave, in quanto la capacità di carico di un territorio²⁶² non si basa solamente sui numeri assoluti di arrivi e presenze, ma viene influenzata da altri fattori (Celata, Romano 2020), però conferma il fatto che il turismo di massa è una realtà presente sul territorio. Il turismo di massa causa problematiche riguardanti anche le abitazioni nella destinazione, in particolare il prezzo dei beni immobiliari tende a salire, anche in modo importante, rispetto alle zone meno turistiche. A dicembre 2021, ad esempio, il prezzo medio di vendita di un'abitazione a Torbole risulta essere 3.271€ al metro quadro, e a Riva del Garda 3.058 €²⁶³. Il sito da cui sono stati verificati i prezzi è attivo in tutta Italia e utilizza undici diverse categorie per distinguere le fasce di prezzo, la zona dell'Alto Garda risulta essere nella fascia di prezzo più alta²⁶⁴. Oltre ai prezzi d'acquisto spesso proibitivi per una buona parte di popolazione locale, l'importante attività turistica causa problemi inerenti agli affitti a lungo termine; è un fenomeno comune che in destinazioni ad alta intensità turistica si verifichi una conversione di massa di appartamenti residenziali in alloggi turistici con affitti a breve o brevissimo termine (Celata, Romano 2020). Questo fenomeno è generalmente accentuato nelle grandi città d'interesse turistico (Celata, Romano 2020), ma anche nell'Alto Garda è osservabile questo fenomeno. È stato notato come il vettore che ha accelerato in modo evidente questa transizione, già avviata, sono le piattaforme di affitto on-line, come Airbnb²⁶⁵ (Celata, Romano 2020) e Booking. Nel mese di dicembre 2021 è stata effettuata una

²⁶⁰ [https://statweb.provincia.tn.it/annuario/\(S\(m3yaw445j2k0i3qjoct5jfma\)\)/tavola.aspx?id=2.31&t=at](https://statweb.provincia.tn.it/annuario/(S(m3yaw445j2k0i3qjoct5jfma))/tavola.aspx?id=2.31&t=at).

²⁶¹ Ibidem.

²⁶² Il concetto di "capacità di carico" verrà ripreso e definito nelle pagine seguenti.

²⁶³ <https://www.immobiliare.it/mercato-immobiliare/trentino-alto-adige/nago-torbole/>.

²⁶⁴ <https://www.immobiliare.it/mercato-immobiliare/trentino-alto-adige/nago-torbole/>.

²⁶⁵ Piattaforma on-line che opera dal 2008 e che in Italia ha avuto una crescita esponenziale dal 2014/2015, con dei momenti di "recessione" dovuti allo scoppio del covid.

ricerca sui siti immobiliari più popolari e sul sito di una agenzia immobiliare locale per quanto riguarda la disponibilità di appartamenti in affitto e il risultato è il seguente:

Località	Immobiliare.it	Tecnocasa.it	Rivahouse.it
Torbole	0	0	0
Riva del Garda	7	0	0
Arco	3	1	0

Dalla ricerca, quindi, risulta una quasi inesistente la presenza di appartamenti in affitto a lungo termine. Ricercando invece la presenza di appartamenti completi (utilizzando il filtro: “tutta la casa”) in affitto a breve termine sulla piattaforma di alloggi turistici Airbnb, senza verificarne la disponibilità immediata il risultato è il seguente:

Località	Airbnb.it
Torbole	146
Riva del Garda	Maggiore di 300
Arco	Maggiore di 300

Quando gli alloggi a breve termine occupano una quota importante nella disponibilità totale degli alloggi in affitto, come in questo caso, la popolazione locale viene messa in difficoltà e, raggiunta una certa soglia gli abitanti inizieranno a migrare verso zone meno turistiche e più accessibili (Celata, Romano 2020). Nel caso specifico dell’Alto Garda, in primis perché non si tratta di una grande città e poi perché questo fenomeno è ancora relativamente recente, non si è ancora effettuata una migrazione notevole dei residenti verso altre zone, in ogni caso non è una possibilità da escludere qualora non venissero prese delle precauzioni a riguardo.

L’ultimo impatto negativo che il turismo di massa ha sulla qualità della vita della popolazione locale, e che è importante menzionare, è il traffico (Yu, Cole, Cancellor 2016), la viabilità dell’Alto Garda

risulta essere particolarmente ostica. Il traffico e la viabilità possono avere importanti ripercussioni sulla qualità della vita della popolazione locale sia in termini fisici che psicologici (Yu, Cole, Cancellor 2016). La viabilità nell'Alto Garda ha rappresentato un problema sin dall'inizio del '900, e da allora la viabilità è rimasta pressoché immutata (Pasini 2001). La zona è collegata a tre centri più grandi ovvero: Verona, Trento e Rovereto, mediante strade provinciali e statali (Pasini 2001). L'Alto Garda non è fornito di accessi ad autostrade o strade a veloce percorribilità, e nemmeno di un servizio ferroviario, per usufruire di tutti questi servizi bisogna appunto recarsi a Trento, Rovereto o Verona, che distano rispettivamente 51 km, 23km e 80km. Questo significa che la zona è accessibile solo mediante automobile o autobus (e gran parte dei turisti scelgono l'automobile); in questo contesto, la direttrice più ostica è indubbiamente la strada statale tra Torbole e Rovereto (Pasini 2001). Nei mesi estivi la Ss240, strada statale che collega Riva del Garda all'entrata dell'autostrada del Brennero, risulta essere bloccata in tutto l'arco della giornata (Pivetti 2021), la percorrenza media del tratto di strada in agosto può superare le due ore per un tratto di 17 chilometri (Redazione Adige 2020). Il costante traffico crea non pochi disagi alla popolazione locale dal momento che non esistono vie alternative e che sempre più spesso esprime malcontento al riguardo (Pivetti 2021).

È quindi possibile affermare che l'Alto Garda sia interessato da turismo di massa, ma non ancora da *overtourism*; la definizione di *overtourism* fornita dalla UNWTO è: "L'impatto del turismo su una destinazione, che influenza eccessivamente la percezione della qualità della vita dei cittadini e/o la qualità dell'esperienza dei visitatori in modo negativo"²⁶⁶. La Commissione Europea invece, in un report ha descritto il fenomeno come "la situazione in cui l'impatto del turismo, in un certo tempo in determinati luoghi, eccede fisicamente, ecologicamente, socialmente, economicamente, psicologicamente e/o politicamente la soglia di capacità" (Celata, Romano 2020). Il Garda Trentino non ha ancora superato la soglia descritta *dell'overtourism*, ma indubbiamente la situazione volge in quella direzione. In relazione all'ultima definizione in particolare, viene menzionata la "soglia di capacità"; il termine è spesso utilizzato nel discorso riguardante il turismo, anche come *carrying capacity*, o limite di carico (Butcher 2005). Tradizionalmente la *carrying capacity* rappresentava il limite di sopportazione del numero di turisti di una destinazione oltre al quale non era possibile ospitare un numero più alto senza danneggiare irrimediabilmente il luogo (Butcher 2005). Nel corso degli anni la prospettiva del termine per molti autori è mutata, considerando la *carrying capacity* non un fattore di blocco, ma un valore mutevole e continuamente superabile grazie allo sviluppo di

²⁶⁶ <https://www.unwto.org/search?keys=overtourism>.

servizi e della società che permetta di ampliare questo limite (Butcher 2005). Con lo svilupparsi di questa concezione concetti come il numero di turisti maggiore dei residenti (precedentemente citato), sono stati superati, il calcolo della *carrying capacity* ha quindi iniziato a coinvolgere sempre più fattori di diversa natura (Celata, Romano 2020). Alcuni autori parlano addirittura di sostenibilità organizzativa per identificare l'abilità dell'organizzazione locale di mantenere a disposizione i servizi all'aumentare della capacità (Lindesy 2008). La capacità di carico quindi non si limita unicamente a numeri e calcoli (Butcher 2005) e anche nel caso dell'Alto Garda se venisse considerato questo aspetto e incentivato uno sviluppo dei servizi, problemi come il traffico, la viabilità e l'affollamento potrebbero essere superati.

Indubbiamente in zona ci sarebbero i presupposti per un cambiamento, ma sono ancora presenti alcuni fattori frenanti, è interessante il fatto che dai primi anni Novanta sia stato affrontato in modo sporadico, e a tratti confuso, il discorso della "de-massificazione" in zona (Turri 1994). Il problema giace nella logica del profitto numerico ancora predominante tra gli imprenditori. È, infatti, tipico che gli imprenditori turistici prendano misure per ridurre l'impatto ambientale e contribuiscano volontariamente al bene della comunità locale solo come conseguenza a problematiche legali o in cambio di incentivi come la riduzione delle spese fiscali (Buckley 2012). Da anni ormai gli esercenti e le istituzioni dell'Alto Garda affrontano nella teoria il discorso riguardante l'importanza di puntare sulla qualità invece che sulla quantità, rivolgendosi ad un pubblico più selezionato, ma ogni qualvolta si verifici una diminuzione delle presenze nella stagione estiva gli imprenditori della zona reagiscono in maniera estremamente negativa (Pasini 2001). Anche i gestori delle scuole di windsurf non sono del tutto pronti a questo cambiamento, nel corso dell'intervista con un titolare è emerso come, nonostante egli si renda conto dell'importanza e necessità di ridurre il numero di turisti in zona per fornire servizi di più alta qualità, e pertanto rivolgersi a turisti che siano interessati a servizi di qualità maggiore a prezzi più alti, piuttosto che puntare a quella fascia di popolazione che "cerca sconti", il titolare ha anche la percezione che questa transizione non avverrà in un periodo breve, in quanto alcuni suoi colleghi, altri imprenditori nel settore turistico e anche alcuni enti organizzativi locali non sono pronti a lasciare la vecchia impostazione²⁶⁷.

²⁶⁷ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcener", in data 10/11/2021.

III.2.1 Rapporto con la cultura e la comunità locale

Data la presenza di masse di turisti per diversi mesi dell'anno è stata notata una propensione della popolazione locale ad assecondare le preferenze del turista, dal momento che essi rappresentano un importante fonte di guadagno per la zona, a scapito della cultura locale (Turri 1994). È stato infatti riportato l'affievolirsi delle tradizioni locali e usi tipici della zona (Turri 1994) che volge sempre di più verso una pericolosa perdita della cultura locale (Turri 2003) che Eugenio Turri ha definito "Tedeschizzazione" (Turri 2001). Si parla di tedeschizzazione in quanto, come già specificato nel secondo capitolo, gran parte dei turisti frequentati la zona provengono da Germania, Austria e Svizzera; quindi, la cultura teutonica è quella che risulta avere maggior influenza. Le tradizioni, le usanze e le festività locali si annullano completamente nel periodo estivo per riemergere fievolemente nel periodo invernale quando rimangono presenti tradizioni come sagre locali o le tradizioni legate a Santa Lucia (Turri 2001). Un esempio che rispecchia bene il concetto di tedeschizzazione è il fatto che venga dato per scontato il fatto che chiunque in zona parli tedesco, operatori turistici e non, anche i turisti di madrelingua tedesca generalmente non si pongono neanche il dubbio se la persona con cui stanno interagendo parli il tedesco o meno. Le attività turistiche tendono a adattarsi a questo andamento ricercando personale straniero che parli la lingua, le scuole di windsurf sono tra le prime a mettere in atto questo meccanismo, dal questionario è infatti emerso che il 27 % dei lavoratori è di madrelingua tedesca, ma non necessariamente di nazionalità tedesca e il 48,6% degli intervistati parla il tedesco come seconda lingua, quindi il 75,6% dei rispondenti al questionario parla il tedesco.

Da uno studio condotto a Riva del Garda che indagava la percezione dei turisti riguardo la conservazione e disponibilità di risorse culturali e naturali è emerso che, secondo il campione di turisti intervistato, la qualità delle risorse culturali locali e la preservazione culturale hanno ricevuto due tra i punteggi più bassi rispetto alle altre voci (Goffi et al., 2020). Questo significa che, nonostante l'Alto Garda sia molto competitivo dal punto di vista turistico, è necessario che sia il settore pubblico che privato investano risorse nella conservazione del territorio e dell'assetto socioculturale locale per migliorare l'esperienza del turista (Goffi et al., 2020). Lo studio ha anche individuato come sfida più difficile, ma importante per i *destination manager* locali, il riuscire a connettere i turisti con la storia e cultura del luogo al fine di trasmettere l'importanza della conservazione e rispetto dell'ambiente e cultura locale, rendendo queste le priorità attuali per la

zona (Goffi et al. 2020). Nell'Alto Garda questo disinteressamento nei confronti della cultura locale avviene perché la destinazione è nota e viene scelta dai turisti principalmente per praticare attività sportive e outdoor (Pagentecher 2020). È stato dimostrato come i turisti, in particolare proveniente dal nord Europa, nella scelta del luogo delle loro vacanze diano grande importanza alla qualità dell'ambiente circostante, ma questo tipo di scelta si rivela spesso superficiale (Budeanu 2007). Questo fenomeno si verifica spesso nell'Alto Garda: gran parte dei turisti scelgono la destinazione per la bellezza naturale, disinteressandosi quasi interamente della storia locale, in particolare quella contemporanea (Pagentecher 2020), nonostante, come visto nel secondo capitolo, essa risulti essere rilevante nella storia e identità della comunità locale. Anche i titolari dei centri di windsurf sono stati interrogati in merito alla conoscenza e interesse della clientela rispetto a storia e cultura locale; il titolare del Vasco Renna windsurfing-center ha inquadrato bene la situazione riportando che:

“Gran parte dei clienti, in quanto sportivi, conoscono bene il territorio dal punto di vista geografico, grazie a Google Maps e alla mountainbike. Il cliente medio conosce la storia e la cultura del luogo molto poco. Il problema è che gli sportivi vengono qui e ‘succhiano l’ambiente’, cercando di assorbire il più possibile dando il meno possibile. Secondo me è un grosso problema del turismo odierno, in generale l’atteggiamento dello sportivo è venire qui, scaricare la propria adrenalina, divertirsi il più possibile e ripartire. Solo qualche cliente più anziano ogni tanto ci rivolge qualche domanda più interessata e profonda, ma molto raramente.”²⁶⁸

Uno dei responsabili di Segnana Watersport ha confermato la tendenza affermando che i turisti di lunga data conoscono il territorio un po’ di più, ma in generale la storia e la cultura locale sono per lo più sconosciute ai molti, l’unica cosa su cui la clientela del centro è preparata è la cucina locale²⁶⁹.

Si può affermare che l’atteggiamento di gran parte dei turisti nel Garda Trentino sia superficiale, in una ricerca tedesca è stato riportato come nonostante nella zona turisti e locali condividano spesso spazi e passioni, come il windsurf o la mountainbike, di fatto non vi siano contatti genuini tra i due gruppi di persone, i turisti tedeschi fanno la vacanza svolgendo attività da loro associate all’Italia e

²⁶⁸ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di “Vasco Renna Windsurfingcenter”, in data 10/11/2021.

²⁶⁹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 18/08/2021.

al lago di Garda, ma in modo completamente disgiunto rispetto alla comunità e alla cultura locale (Pagentecher 2020). Come riportato dal titolare del Surf Center Lido Blu: “i turisti vedono solo i lati positivi del nostro sistema e, pensando solo a divertirsi non guardano la situazione più in profondità”²⁷⁰. Questa superficialità del turista ha vari risvolti nei confronti della comunità locale; come già si poteva intendere dalle interviste, in uno studio è stato dimostrato come la volontà nello scegliere una destinazione per la sua bellezza naturale e per le caratteristiche del territorio in cui praticare attività a stretto contatto con esso, non presuppone una volontà e motivazione del turista di preservare e rispettare il territorio stesso (Budeanu 2007). Questo porta ad una serie di atteggiamenti e comportamenti dannosi per il territorio e problematici per la comunità locale e dei lavoratori. Dal questionario è infatti emerso che secondo i lavoratori delle scuole di windsurf, il rispetto e l’attenzione dei turisti nella destinazione, dando la possibilità di scelta tra 1 e 5, la media delle risposte è risultata 2,70, quindi non particolarmente alta. Anche il titolare di Vasco Renna Windsurfingcenter ha riportato come uno dei grossi problemi in zona sia il rispetto dei turisti nei confronti del territorio e dell’ambiente, e di conseguenza della comunità locale²⁷¹. Perché un turista si ponga in modo positivo e interessato nei confronti di un territorio e della comunità che ne fa parte è necessario che venga guidato e istruito (Budeanu 2007).

III.2.2 Rapporto con il territorio e il “sense of place”

Nel corso della ricerca, se da un lato è stata notata una perdita della cultura locale e delle tradizioni, è stato notato allo stesso tempo un forte rapporto della comunità legata al windsurf con il territorio e l’ambiente naturale. Il tipo di rapporto che si vuole indagare è definito da geografi e sociologici *sense of place* o senso del luogo. In un mondo in evoluzione e con una forte propensione alla globalizzazione è sempre più difficile dare una definizione chiara e univoca al *sense of place* (Massey 1991). Trattando questo concetto va tenuto in considerazione che nella cultura contemporanea la definizione di senso del luogo non è statica, i luoghi non hanno confini e barriere chiuse e ogni luogo non può avere un’identità, o senso, singolo ed univoco (Massey 1991). Nonostante la definizione sfuggente, il concetto di senso del luogo è utile che sia trattato ai fini di questa ricerca in quanto può essere un interessante spunto nella programmazione turistica. È infatti stato dimostrato come il

²⁷⁰ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di “Surf Center Lido Blu”, in data 20/08/2021.

²⁷¹ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di “Vasco Renna Windsurfingcenter”, in data 10/11/2021.

sensu e il livello di attaccamento al luogo possano influenzare le scelte nella gestione di esso (Kaltenborn, Williams 2002). In particolare, dal momento che nel management delle reti ecosistemiche viene spesso dimenticato l'aspetto sociale legato alla popolazione locale, conoscere quali significati le diverse componenti della comunità locale diano ai luoghi della loro quotidianità e quali legami si sviluppino risulta essere vantaggioso nella gestione degli ecosistemi locali (Williams, Stewart 1998). Inoltre, trattando il tema del turismo e di attività *lesure*, da uno studio condotto negli Stati Uniti, è stato notato come la dimensione e il contesto sociale abbiano un forte impatto sulla qualità dell'esperienza in cui un'attività *lesure* viene goduta (Kyle, Chick 2007). Quindi per l'attività del windsurf in un luogo turistico, considerare questo aspetto si rivelerebbe vantaggioso sia per l'esperienza del turista che per la qualità di vita della popolazione locale. Inoltre, potrebbe avere dei risvolti positivi anche dal punto di vista della promozione dato che autori come Massey suggeriscono che in un contesto di globalizzazione e di aumentata velocità della società e della vita quotidiana, ricercare una località come "fuga" dalla normalità potrebbe essere in aumento (Massey 1991).

Quindi, nonostante la fluidità del concetto di senso del luogo può essere inquadrato, con una definizione a ombrello, come termine che amalgama in una descrizione i termini di significato, attaccamento e soddisfazione che un individuo o un gruppo associa ad un luogo particolare (Kianicka et al., 2006). Più nel dettaglio parlando in questi termini vengono spesso toccati argomenti come l'attaccamento ad un luogo, l'identità di luogo o la regionalizzazione (Kianicka et al., 2006), e ancora il legame emozionale che le persone creano con un luogo, le qualità del valore di un luogo, la consapevolezza culturale, storica e spaziale di un contesto (Williams, Stewart 1998). Applicare il tema ad un contesto turistico risulta molto utile in quanto è possibile mettere a confronto il senso del luogo del turista rispetto a quello della popolazione locale. Tradizionalmente la questione era affrontata scindendo la visione degli *insider* da quella degli *outsider* e considerando quella di questi ultimi di poco valore (Kaltenborn, Williams 2002); in studi più recenti è però stato dimostrato come in alcuni casi le due concezioni non siano così differenti. Kaltenborn, Williams (2002) in uno studio condotto in Norvegia hanno riportato che l'attaccamento al luogo dei locali è simile a quello dei turisti, in particolare l'interesse dei turisti nei confronti della storia e cultura locale supera quello di alcuni gruppi di locali (Kaltenborn, Williams 2002). Va però sottolineato che nel caso dello studio in questione la ricerca sia stata condotta presso Ros in Norvegia, il sito in questione fa parte della lista dei beni UNESCO e risulta essere iscritto come paesaggio culturale²⁷², quindi la destinazione è

²⁷² <https://whc.unesco.org/en/list/55>.

interessata da una tipologia di turismo culturale che sceglie il luogo appunto per la cultura e la storia locale, la situazione è quindi decisamente diversa da quella del Garda Trentino, che non è una meta tipicamente scelta per praticare il turismo culturale, e in particolare il settore scelto per questa ricerca fa riferimento al turismo sportivo e attività outdoor.

Uno studio che potrebbe risultare più coerente con il caso studio di questa ricerca è stato condotto nelle Alpi Svizzere (Kianicka et al., 2006), in questo caso gli autori hanno notato come effettivamente i punti di interesse e attaccamento al luogo tra popolazione locale e turisti non differiscano, ma come il senso del luogo dei turisti tenda ad essere più superficiale e legato ad aspetti fisici e paesaggistici, mentre quello della popolazione locale tende ad essere più legato ad aspetti sociali ed emozionali (Kianicka et al., 2006). È infatti plausibile affermare che, se nel caso dei turisti nella costruzione del senso del luogo agiscano prevalentemente costrutti sociali, nel caso della popolazione locale vi sia anche una forte influenza del vissuto quotidiano del luogo (Hay 1998; Kianicka et al., 2006). Infine, non va dimenticato che data la varietà e natura delle destinazioni turistiche, il senso del luogo della popolazione locale può essere influenzato dal senso del luogo dei turisti e viceversa (Williams, Stewart 1998).

Nel corso della ricerca sul campo e delle interviste condotte in zona, in particolare ai titolari dei centri di windsurf, è stato notato un forte attaccamento al territorio su vari livelli: fisico, emozionale ed anche economico, dal momento che l'attività del windsurf è inscindibilmente legata al territorio e all'ambiente locale. A questo proposito, alla domanda riguardante la ragione per cui si è scelto di avviare l'attività proprio nell'Alto Garda, la risposta dei tre titolari è stata abbastanza univoca: in tutti e tre i casi è stata sottolineata l'unicità e la perfezione del luogo per l'attività del windsurf, i titolari hanno tutti riportato che non ci sia opzione migliore del Garda trentino e che l'ambiente e il territorio in cui agiscono è fondamentale per la loro attività²⁷³. Nel corso dell'intervista con il titolare del Vasco Renna Windsurfingcenter è emerso come il titolare, nato e cresciuto nell'Alto Garda, abbia un rapporto con il luogo dal punto di vista emozionale molto forte, infatti egli ha dichiarato che: "Per me il lago è nel mio DNA, lo vedo tutti i giorni e se non lo vedo mi manca qualcosa"²⁷⁴.

Un'esperienza diversa ma con un risvolto simile è quella riportata dal titolare del Surf Center Lido Blu: egli che è nato e cresciuto all'estero ha scelto Torbole come suo luogo di vita da più di trenta

²⁷³ Informazioni ricavate tramite interviste ai titolari di centri di windsurf dell'Alto Garda nella stagione 2021.

²⁷⁴ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

anni proprio per la varietà e particolarità del territorio in grado di soddisfare la sua passione per la natura e le attività all'aperto²⁷⁵. Da questo attaccamento dei titolari al territorio deriva anche la consapevolezza di doverlo proteggere e una coscienza ambientale ed ecologica ben radicata, il titolare del Vasco Renna Windsurfingcenter ha dichiarato che la difesa e conservazione ambientale sia attualmente uno dei suoi obiettivi primari, e che sia necessario infondere questa consapevolezza anche ai clienti e turisti che frequentano il lago educandoli²⁷⁶. Uno dei responsabili di Segnana Watersport ha riportato l'impegno che l'azienda mette nella salvaguardia del territorio incentivando gli spostamenti dei clienti in zona con biciclette fornite gratuitamente dal centro o mediante la collaborazione con le ferrovie tedesche per promuovere spostamenti più sostenibili, inoltre ha menzionato il fatto che: "Ci sentiamo in dovere di promuovere questo tipo di attività nei confronti di questo territorio dal momento che la nostra attività dipende da esso. Vorremmo essere un esempio da questo punto di vista"²⁷⁷.

È stato anche dimostrato come nello stesso luogo possano coesistere percezioni del luogo diverse come conseguenza alla presenza di comunità diverse (Massey 1991); nel caso dell'Alto Garda, come già riportato, non solo è presente la comunità di abitanti locali, di cui i titolari dei centri di windsurf fanno parte, ma esiste anche una comunità di lavoratori, di cui molti membri non fanno parte della comunità sopracitata. Dalle risposte al questionario sottoposto ai lavoratori è infatti emerso che, in una scala da 1 a 5, la cultura e l'ambiente sociale locale abbia influito mediamente 3,57 nella scelta della località come luogo lavorativo e l'ambiente naturale circostante addirittura 4,22. Inoltre, nonostante una buona percentuale dei lavoratori non sia originaria del posto, nel sondaggio i rispondenti hanno dichiarato che sempre in una scala da 1 a 5 la conoscenza media della storia e cultura del luogo risulti 3,03 e per quanto riguarda la conoscenza del territorio e ambiente circostante il risultato è 3,95. I titolari confermano la tendenza per quanto riguarda la conoscenza dei dipendenti dell'ambiente circostante dichiarando che in generale i lavoratori imparano a conoscere bene il territorio e l'ambiente dell'Alto Garda, mentre per quanto riguarda la storia e cultura locale i titolari si sono rivelati più scettici²⁷⁸.

Si può quindi affermare che nell'ambiente collegato al windsurf del Garda Trentino ci sia un importante attaccamento al territorio e una buona conoscenza di esso; in un'ottica di turismo

²⁷⁵ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

²⁷⁶ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

²⁷⁷ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

²⁷⁸ Informazioni ricavate tramite interviste ai titolari di centri di windsurf dell'Alto Garda nella stagione 2021.

sostenibile però, seguendo le linee guida individuata nel paragrafo III.1 e fornite da Carneiro, Breda e Cordeiro (2016), le azioni di comunicazione e promozione della cultura e del territorio locale non sono organizzate, ma sporadiche e generalmente spontanee. I titolari delle scuole di windsurf, infatti, non promuovono questi aspetti in modo chiaro e formalizzato, ma come riportato da uno dei responsabili di Segnana Watersport:

“Questo aspetto non fa parte di ogni lezione che facciamo ma quando è possibile cerchiamo di trasmettere informazioni soprattutto riguardo alle zone che vanno evitate e comportamenti che potrebbero essere dannosi per l’ambiente. Diciamo che generalmente questo tipo di informazioni non vengono trasmesse durante un corso di windsurf per principianti.”²⁷⁹

III.3 È possibile un approccio più sostenibile?

Come riportato nel paragrafo II.2.1 l’industria del windsurf è soggetta ad un andamento ciclico (Almudi et al., 2018) e il settore nel Garda Trentino si è adattato all’evoluzione tecnologica della disciplina. Nonostante l’innovazione tecnica, però, per mantenere il settore attivo e sano è necessario che vi siano anche altri tipi di innovazione, soprattutto dal punto di vista dell’organizzazione, dell’approccio e della comunicazione. Il settore turistico, infatti, nell’ultimo decennio ha avuto un’importante evoluzione vedendo l’emersione di nuove tipologie di turismo generalmente orientate verso scelte più consapevoli ed ecologiche, inoltre i bisogni e le richieste del turista sono mutate notevolmente (Hughes 2008). Non va inoltre dimenticato che la pandemia di COVID-19, i conseguenti lock down e le complicazioni collegate, hanno avuto un effetto di spinta ulteriore verso un tipo di turismo *nature-based* che predilige attività all’aperto, il movimento e in generale un interesse individuale verso il benessere fisico (promosso anche a livello istituzionale) (Weed 2020). È stato notato come durante le chiusure molte persone abbiano iniziato o ricominciato attività sportive, e proprio l’attività sportiva è divenuta il modo più efficace e preferito per interrompere la routine e la banalità del quotidiano; questo fenomeno suggerisce che il turismo sportivo e quello legato alle attività outdoor potrebbe essere la tipologia di turismo prediletta negli anni avvenire (Weed 2020). Questa risposta alle conseguenze della pandemia di COVID-19

²⁷⁹ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 18/08/2021.

suggerisce che le attività che si interfacciano tra sport e turismo dovranno avere un'importanza significativa; in particolare l'attenzione al benessere fisico, alla salute mentale, la conservazione di spazi verdi, la promozione di viaggi sostenibili come risposta alla crisi climatica e sociale avranno un'importanza strategica dal punto di vista sociale, politico ed economico (Weed 2020). La sfida per gli addetti ai lavori che si rapportano con sport e turismo è sfruttare l'opportunità del momento riconoscendo di avere una responsabilità e contribuendo in modo consapevole a questa novità (Weed 2020). Tenendo conto di questi aspetti, il momento è molto favorevole per investire in attività legate al turismo, come il windsurf, che se ben progettate, potrebbero essere vantaggiose non solo dal punto di vista economico, ma anche sociale ed ambientale.

Nel Garda Trentino a questo riguardo molto può essere fatto, soprattutto per quanto riguarda i centri di windsurf della zona è il momento di introdurre innovazioni che permettano una transizione verso uno sviluppo più sostenibile. Dall'analisi fatta nei paragrafi e capitoli precedenti è emerso che dal punto di vista socioculturale nella destinazione vi sono carenze, le problematiche principali individuate sono:

- Problematiche nella sensibilizzazione del turista e relazione della popolazione locale con il turismo di massa;
- Perdita della cultura e storia locale, che viene dimenticata piuttosto che valorizzata;
- Ingiustizie e carenze per quanto riguarda i diritti dei lavoratori.

A proposito è importante sottolineare due temi che potrebbero essere non semplici da affrontare in una destinazione, ma allo stesso tempo vantaggiosi una volta venisse fatto: la questione riguardante la sensibilizzazione del turista e il fatto che si tratta di un'attività legata al *lifestyle sport*.

La sensibilizzazione e l'educazione del turista sono questioni ostiche ed annose, oltre che ben note e trattate ampiamente dai teorici della materia (Butcher 2005). La questione è molto complessa: sensibilizzare e avere la garanzia che il turista abbia un comportamento rispettoso e attento non è immediato, soprattutto nelle destinazioni interessate da turismo di massa (Butcher 2005). Questo perché nella questione sono coinvolti diversi aspetti e punti di vista; quello del turista il cui scopo primario, generalmente è divertirsi e svagarsi, e che proviene spesso da una cultura diversa e quindi può avere inconsciamente comportamenti scorretti, dall'altra c'è il punto di vista della popolazione locale che in questo senso rischia di essere vittimizzata di fatto aggravando la situazione (Butcher 2005).

Informare e sensibilizzare i visitatori si è rivelata una delle preoccupazioni più ricorrenti nella gestione delle destinazioni, sono anche nate associazioni come *Friends of Conservation*²⁸⁰, oppure il *Center of Responsible Travel*²⁸¹ che si occupano specificatamente di queste problematiche a livello internazionale. Come spesso accade parlando di turismo responsabile e sostenibile, particolare attenzione viene data al Sud Globale, soprattutto da queste organizzazioni, nonostante esistano problematiche importanti anche nel contesto europeo, un esempio tra tutti può essere la situazione della Costa del Sol in Spagna (Butcher 2005). Una parte di soluzioni adottate per tentare di ovviare a questa problematica sono: indicazioni nelle guide turistiche cartacee e addirittura guide turistiche appositamente pensate per un turismo alternativo e sostenibile, oppure veri e propri codici come il *Ten Commandments on Ecotourism*²⁸², spesso però queste soluzioni si sono rivelate inefficaci soprattutto perché si rivolgono ad una fetta specifica di turisti interessati all'argomento (Butcher 2005). Un altro approccio adottato è quello di attivare azioni nella destinazione, che spesso si materializzano in pubblicità, oppure opuscoli e/o cartellonistica che ricordano ai visitatori cosa fare e cosa non fare, oppure rammentano ad essi di "essere ospiti", è ormai però sempre più evidente che stilare liste di divieti non è efficace e spesso controproducente dato che potrebbe innescare quel meccanismo di vittimizzazione della comunità locale precedentemente citato (Butcher 2005).

È quindi chiaro che in merito a questo argomento deve essere trovata una soluzione innovativa, e che la questione coinvolge appieno il caso studio del Garda Trentino. Un aspetto positivo sta nel fatto che studi recenti sul turismo sportivo, hanno dimostrato che le destinazioni interessate da questo tipo di turismo hanno maggiori opportunità nell'influenzare il comportamento del visitatore, propendendo atteggiamenti più sostenibili dal punto di vista sociale ed ambientale (Hinch, Hingham, Moyle 2016). Considerato che il turismo che interessa il caso studio trattato in questa ricerca è prevalentemente sportivo, e valutate le teorie riguardanti la sensibilizzazione del turista, si cercherà di proporre una soluzione che sensibilizzi il visitatore in modo attivo e più stimolante, si auspica quindi più efficace.

²⁸⁰ <https://www.friendsofconservation.org/>.

²⁸¹ <https://www.responsibletravel.org/>.

²⁸² <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/10-command.html>.

III.3.1 Risorse umane come punto di forza: la figura dell'ambasciatore turistico

Nell'ottica di aumentare la qualità dei servizi offerti dalle scuole di windsurf, di migliorare le condizioni lavorative dei dipendenti dei centri e di rendere l'attività turistica locale più sostenibile, la proposta maturata nel corso di questa ricerca è di formare degli ambasciatori turistici nell'ambito dei centri di windsurf. La figura di ambasciatore nel turismo ha suscitato crescente interesse nel corso degli anni (Chancellor, Townson, Duffy 2021); per ambasciatore s'intende un individuo che promuove un prodotto, marchio, evento o destinazione, fornendo testimonianze credibili in grado di influenzare i viaggiatori (Chancellor, Townson, Duffy 2021). L'ambasciatore, inoltre, rappresenta uno strumento che può essere usato non solo per promuovere la destinazione, ma in modo più esteso per arricchire e rinforzare un messaggio che la destinazione vuole trasmettere in modo più diretto e targhettizzato (Diesbach 2012). In letteratura sono stati individuati e definiti diversi tipi di ambasciatore nel settore turistico che interagiscono in modi diversi con la destinazione e hanno scopi e funzioni diverse (Chancellor, Townson, Duffy 2021). Le tipologie tipicamente individuate sono: l'ambasciatore della destinazione, l'ambasciatore turistico, l'ambasciatore volontario, il *brand ambassador* e l'ambasciatore di un luogo (Chancellor, Townson, Duffy 2021; Diesbach 2012; Nichols, Ralston, Holmes 2017). Un'altra distinzione che viene spesso fatta nell'ambito degli ambasciatori è quella tra celebrità e personaggi noti oppure persone comuni (Chancellor, Townson, Duffy 2021; Diesbach 2012; Morand et al., 2021). Le celebrità sono usate molto frequentemente come ambasciatori, soprattutto per la promozione di una destinazione verso l'esterno (Diesbach 2012; Morand et al., 2021), ma è stato dimostrato il fatto che un ambasciatore non deve essere necessariamente famoso; basta che esso susciti fiducia nel turista (Diesbach 2012).

Al fine di questa ricerca non verrà presa in considerazione la questione riguardante gli ambasciatori celebrità, la modalità e approccio che è sembrata più coerente, in base alle caratteristiche richieste nella formazione di questa tesi, è l'ambasciatore turistico. Chancellor, Townson e Duffy (2021) individuano l'ambasciatore turistico nelle figure che operano in prima linea nell'industria turistica, quindi impiegati che lavorano a stretto contatto con il turista. Questo tipo di figure hanno uno dei ruoli più influenti nella soddisfazione ed esperienza del turista e di fatto possono determinare il successo di un'attività (Chancellor, Townson, Duffy 2021). Formare dei lavoratori impiegati in prima linea come ambasciatori, coinvolgendo diversi stakeholder locali, permette di fornire un messaggio coerente e univoco migliorando potenzialmente l'esperienza del visitatore (Chancellor, Townson,

Duffy 2021; Nichols, Ralston, Holmes 2017). Una formazione adatta rivolta a queste figure può essere di grande aiuto nella gestione, controllo e per incentivare la qualità della destinazione (Chancellor, Townson, Duffy 2021; Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Chancellor, Townson e Duffy (2021) individuano come rappresentante e risorsa molto importante in questa categoria le guide turistiche; ma date le caratteristiche delle figure descritte anche i maestri di windsurf, se formati nel modo corretto, potrebbero rappresentare una risorsa e diventare una figura interessante.

Appurato che un ambasciatore turistico non debba necessariamente essere una celebrità, ma che è il contatto diretto con il visitatore che in questo caso fa la differenza, altre caratteristiche che sono state ritenute importanti per questo tipo di ruolo sono: in primo luogo il fatto che il soggetto deve essere percepito come esperto, e quindi infondere fiducia nel visitatore e non risultare fuori luogo, ma ben inserito nel settore e nell'ambiente (Diesbach 2012). Oltre alla fiducia tra consumatore e ambasciatore deve instaurarsi una complicità, un effetto che Diesbach (2012) ha definito di congruenza (*congruency effect*), questo effetto rinforza la credibilità e capacità di persuasione del messaggio trasmesso. Infine, perché un rapporto sia veramente efficace anche la memoria gioca un ruolo importante, se il visitatore crea familiarità con il soggetto ambasciatore sarà più plausibile che l'esperienza fatta si imprima nella memoria del visitatore, la condizione quindi sarà più efficace nel lungo periodo e potrebbe anche innescare meccanismi di consumo impulsivo o comunque più spontaneo (Diesbach 2012). Queste caratteristiche si adattano molto bene alla figura del maestro di windsurf e dei lavoratori nei centri di windsurf; infatti, essi hanno un rapporto diretto con il cliente, e data la tecnicità dell'impiego svolto possono essere facilmente percepiti come esperti, inoltre per questo tipo di lavoratori potrebbe risultare semplice creare rapporti di familiarità con i visitatori e suscitare in essi il desiderio di immedesimarsi nella loro figura.

Va sottolineato che la figura dell'ambasciatore viene più frequentemente intesa e utilizzata a scopo pubblicitario e di promozione dell'immagine di una destinazione soprattutto verso l'esterno (Diesbach 2012; Morand et al., 2021), infatti viene a proposito spesso utilizzato il termine *brand Ambassador* che identifica la figura centrale nelle campagne di marketing (Diesbach 2012). In particolare, con l'avvento dei social media, l'aspetto legato alla promozione e al marketing degli ambasciatori si è rafforzato (Morand et al., 2021). Al fine di questa ricerca la figura dell'ambasciatore gioca certamente un ruolo di promozione della località, ma si rivolge primariamente ai visitatori già in loco, piuttosto che a potenziali clienti esterni. L'ambasciatore turistico può infatti operare

efficacemente sul territorio, sensibilizzando e educando il turista in modo diretto e attivo (Chancellor, Townson, Duffy 2021), promuovere il territorio e le particolarità locali offrendo un punto di vista diverso e quindi risultando più efficace rispetto alle modalità come cartellonistica ed opuscoli descritte da Butcher (2005) e nel paragrafo precedente.

Ciò detto, perché la figura dell'ambasciatore possa essere veramente utile e possa rappresentare uno strumento per uno sviluppo turistico più sostenibile è necessario che queste figure ricevano una formazione (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Come già menzionato il lavoro nel turismo è considerato *low skills* e la preparazione per molte posizioni lavorative risulta essere nulla o minima (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Da una ricerca condotta nel Regno Unito è emerso che tra i lavoratori del turismo manca formazione soprattutto riguardante gli aspetti di: comunicazione, iniziativa e servizio al cliente e che circa il 75% degli impiegati nel turismo non ha ricevuto una formazione specifica per la mansione che svolge (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Gli autori dello studio imputano queste carenze al fatto che gran parte delle aziende operanti nel turismo sono medio-piccole e prevalentemente stagionali e quindi non incentivate a formare i dipendenti. Nonostante lo studio sia stato condotto nel Regno Unito, molte caratteristiche emerse sono riscontrabili anche nel Garda Trentino. Infatti, come riportato nel paragrafo III.1.3 dalle interviste condotte con i titolari nei centri di windsurf della zona, è emerso che non esistono programmi formativi per i dipendenti e che la formazione data è "fatta in casa", pertanto decisamente non sistematizzata. Nel questionario sottoposto ai dipendenti inoltre è stato chiesto di valutare su una scala da 1 a 5 se la formazione ricevuta è sufficiente per adempiere i compiti svolti, il punteggio medio è risultato 3,24. È importante specificare che la domanda era intesa in modo ampio e molti dipendenti potrebbero essersi formati in centri al di fuori del Garda Trentino, ma ciò implicherebbe la mancanza di formazione sull'ambiente e sulla cultura locali; in ogni caso, data la media delle risposte è presente un buon margine di miglioramento. Per di più, i dipendenti stessi hanno espresso il fatto che, con maggiori strumenti a disposizione, il servizio da loro offerto potrebbe essere migliore dato che, alla richiesta di valutare il servizio da loro offerto in relazione agli strumenti che sono stati loro forniti, la risposta media è risultata 3,49.

La creazione di un network di ambasciatori turistici potrebbe avere molti vantaggi (Nichols, Ralston, Holmes 2017) anche nell'ambito dei centri di windsurf dell'Alto Garda. L'idea non è tra l'altro completamente estranea al contesto dal momento che nel corso dell'intervista con il titolare del Vasco Renna Windsurfingcenter, egli stesso ha spontaneamente espresso l'interesse in questo tipo

di figura affermando che nell'ultimo periodo ha maturato l'idea di proporsi egli stesso come ambasciatore del territorio, promuovendo comportamenti corretti e il rispetto ambientale tra gli addetti ai lavori, in modo che possano essi stessi diventare ambasciatori del Lago di Garda, in modo da trasmettere a loro volta questi valori ai visitatori²⁸³. L'interesse del titolare era particolarmente orientato alla conservazione ambientale e naturale, ma questo aspetto potrebbe rappresentare una base per poi ampliare il discorso verso il rispetto degli abitanti locali e del riconoscimento della storia e cultura della zona. In quest'ottica quindi, l'ambasciatore turistico porterebbe giovamento alla destinazione dal momento che renderebbe i visitatori più attenti e lo sviluppo turistico sarebbe più sostenibile dal punto di vista della comunità locale. Inoltre, avere dei dipendenti formati sarebbe vantaggioso anche dal punto di vista dei datori di lavoro che lamentano la mancanza di personale con le conoscenze adatte,²⁸⁴ formare i dipendenti dei centri quindi, oltre a migliorare la qualità del servizio offerto (Baum, Hai 2019; Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006), ridurrebbe le difficoltà nel reclutamento di impiegati preparati (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Infine, sarebbe auspicabile che questa impostazione determini vantaggi soprattutto dal punto di vista dei dipendenti che, se formati rispetto a conoscenze più specifiche e vedendosi riconosciuta formalmente tale formazione, avrebbero più possibilità di essere giustamente considerati come una risorsa piuttosto che un costo da parte dei datori di lavoro e giustamente valorizzati. Inoltre, una formazione più approfondita darebbe ai lavoratori maggiore consapevolezza del loro valore, che potrebbe portarli a fare pressioni per contratti con condizioni che rispecchino la loro reale importanza e quindi finalmente interrompere il meccanismo di sfruttamento e svilimento del dipendente attualmente attivo. Inoltre, un riconoscimento formale della loro formazione potrebbe, oltre che spingere al rispetto dell'attuale legislazione sui contratti di lavoro nel settore, fornire loro maggiori strumenti per rivendicare posizioni migliori. È chiaro che questo tipo di iniziativa vada pensata e costruita in base alle caratteristiche specifiche del caso studio in questione, nei paragrafi successivi verranno sottolineate delle particolarità a riguardo e affrontato il tema da un punto di vista più pratico e riferito al territorio del Garda Trentino.

²⁸³ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

²⁸⁴ Informazioni ricavate tramite interviste ai titolari di centri di windsurf dell'Alto Garda nella stagione 2021.

III.3.2 Quali vantaggi dettati dalla presenza di lifestyle sport?

Il primo vantaggio per la destinazione dell'Alto Garda è che l'attività del windsurf è un lifestyle sport (come dimostrato nel Capitolo I), e questo tipo di attività possono avere un'influenza importante sulle dinamiche turistiche. L'esempio più eclatante è quello del surf da onda; lo stile di vita dei surfisti, infatti, si inserisce nel contesto turistico stimolando e influenzando l'immaginario dei visitatori, l'attività del surf da onda inoltre raggiunge e attrae un pubblico eterogeneo con esigenze ed obiettivi diversi (Machado et al., 2018). Il surf da onda di fatto in molte destinazioni spicca tra le diverse attrazioni come principale fattore di creazione di domanda turistica (Fadda 2020). Quello che quindi contraddistingue questa attività, e in generale il mondo dei lifestyle sport, è la forza di persuasione che esse riescono ad avere sul pubblico (Buckley 2003, p.7).

L'industria turistica legata al surf da onda ha visto un forte incremento nell'ultimo decennio, diventando una delle attività maggiormente praticate in una vacanza in un contesto costiero (Barbieri, Sotomayor 2013; Dolnicar, Fluker 2003; Buckley 2002). Uno dei fenomeni interessanti che è stato individuato è che gran parte dei turisti che praticano surf da onda hanno agiatezza economica, ma poco tempo libero a disposizione (Buckley 2003). In ogni caso quello che fa la differenza è l'immaginario che si è creato attorno a questa attività, i prodotti e i brand specifici dello sport come *Quicksilver*, *Billabong* e *Ripcurl*, sono riconosciuti globalmente (Martin, Assenov 2014; Buckley 2003). Ma il fenomeno interessante è che molti non surfisti vestono uno stile e ricercano i capi d'abbigliamento delle marche tipiche di questo sport, inoltre acquistano oggetti e souvenir correlati allo sport, il tutto per aderire, e in alcuni casi fingere, di appartenere alla sottocultura del surf da onda (Barbieri, Sotomayor 2013). Ma a questo tipo di lifestyle non corrisponde solo ad un immaginario di stile, spesso esso rappresenta anche degli ideali, soprattutto legati all'ecologia. Nell'immaginario collettivo spesso il surf da onda è associato alla salvaguardia dell'oceano e delle coste, questo è possibile anche grazie ad azioni promosse da importanti associazioni di surfisti come la *Surf Rider Foundation*²⁸⁵ o l'organizzazione *Save the Waves*²⁸⁶ che sponsorizzano attività ecologiche.

È stato anche dimostrato come l'associazione a queste azioni legate all'ecologia creatasi nell'immaginario comune per quanto riguarda l'attività del surf da onda, contribuisca ad interessare

²⁸⁵ <https://www.surfrider.org/campaigns>.

²⁸⁶ <https://www.savethewaves.org/>.

i turisti, attraendo visitatori nelle destinazioni in cui l'attività viene praticata (Mach, Ponting 2021). Questa idea non è presente solo nell'immaginario comune, ma trova riscontro anche nell'attività accademica dal momento che è ormai sempre più frequente trovare studi che associano l'attività del surf da onda alla sostenibilità turistica (Martin, Assenov 2012; Mach, Ponting 2021), solo per citarne alcuni: Assenov, Martin, 2014; Buckley 2002; Buckley 2003; O'Brien, Ponting 2013. Ciò significa che attraverso i lifestyle sport è possibile veicolare messaggi, soprattutto legati alla sostenibilità. Data la somiglianza e le congruenze tra l'attività del surf da onda e quella del windsurf, è legittimo suggerire che anche il windsurf potrebbe avere le stesse potenzialità, anche se non in scala così grande probabilmente, ma potrebbe comunque veicolare un determinato tipo di messaggi. Sarebbe quindi interessante sfruttare queste possibilità per un approccio più sostenibile all'attività del windsurf nel Garda Trentino, usando la sostenibilità socioculturale come punto di forza nella promozione e nella differenziazione della destinazione.

Come appena riportato, le attività legate ai lifestyle sport hanno potenzialità interessanti, si parla di potenzialità in quanto in una ricerca, condotta da Dewhurst H., Dewhurst P. e Livesey (2006), è emerso che le aziende influenzate dal lifestyle abbiano bisogno di strategie di business più strutturate in particolare per quanto riguarda la formazione dei dipendenti (Dewhurst, Dewhurst, Livesey 2006). Come già riportato infatti, nel settore turistico le risorse umane possono rappresentare un vantaggio competitivo in quanto dipendenti ben preparati e ben disposti aumentano notevolmente la qualità dei servizi dell'azienda, allo stesso tempo però questo aspetto non viene considerato da gran parte degli imprenditori (Baum 2018; Baum, Hai 2019; Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Nelle imprese legate ad attività lifestyle, come quelle di cui si tratta nel caso studio di questa ricerca, l'aspetto della formazione viene frequentemente tralasciato, nonostante sia ormai noto che in questo tipo di aziende, anche più rispetto ad altre tipologie di impresa, più attenzione e sviluppo della formazione dei dipendenti possa fare la differenza (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006).

Un ulteriore spunto in questo senso è dato da alcuni studi sociologici condotti nell'ultimo decennio che hanno messo in luce una dinamica particolare legata agli impieghi nel turismo, ovvero l'*aesthetic labour* (Fellini 2017). È stato osservato come di conseguenza allo sviluppo di una crescente cultura dell'immagine e dell'apparenza, anche nel settore turistico la "bella presenza" abbia sempre più importanza; per bella presenza non viene inteso solo l'aspetto fisico, ma anche lo stile e l'*appeal* del lavoratore (Fellini 2017; Williams, Connell 2010). Sempre più imprese traggono vantaggio

competitivo dalle caratteristiche fisiche e stilistiche dei propri dipendenti, sfruttando sempre più strumenti come il *dress code* o l'atteggiamento del dipendente (Williams, Connell 2010). Considerando il discorso appena affrontato riguardante l'importanza dello stile e l'appeal legato all'immagine nei lifestyle sport, e guardandolo in relazione al fenomeno dell'*aesthetic labour*, è evidente che nelle attività imprenditoriali legate al windsurf questo aspetto potrebbe diventare fondamentale, soprattutto nel creare un vantaggio competitivo. Nel corso della ricerca sul campo nei centri windsurf del Garda Trentino è stato notato che l'estetica e l'atteggiamento dei dipendenti ha una certa rilevanza, ma ancora una volta il fenomeno è trattato inconsapevolmente e non pienamente sfruttato dagli imprenditori locali. Il dress code, ad esempio, è molto importante per tutti i centri che generalmente forniscono abbigliamento come magliette e felpe ai dipendenti, alcuni centri sono legati ad una marca ben precisa, come il Vasco Renna Windsurfingcenter che fornisce ai dipendenti abbigliamento completo ION²⁸⁷. L'aspetto però non viene approfondito ulteriormente, come suggerito dal primo capitolo l'abbigliamento del windsurfista è molto più curato nel dettaglio; in più potrebbe essere incentivata la sottocultura del windsurf o l'utilizzo di materiale di abbigliamento tecnico per i dipendenti, e questo aspetto potrebbe certamente rappresentare un vantaggio per i centri in termini di immagine e collaborazione con altre aziende sia locali che internazionali. Inoltre, significherebbe dare un merito strategico alla sottocultura della comunità del windsurf e quindi valorizzare il portato e contributo dei dipendenti che fanno appunto parte di questa sottocultura.

III.3.3 Coinvolgimento delle istituzioni locali nel programma di ambassadorship

Nonostante sia stato dimostrato che la formazione in azienda sia conveniente e porti beneficio all'attività, ai dipendenti ed al territorio è stato anche provato come esistano barriere, soprattutto originate dai datori di lavoro, che non permettono lo sviluppo di questo tipo di iniziative (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Diversi autori hanno individuato le cause di questo atteggiamento, soprattutto nei titolari di medie e piccole imprese, in motivazioni come: mancanza di tempo, costi, mancanza di personale, difficoltà di copertura, staff che non si ferma abbastanza a lungo e la percezione della formazione come insostenibile (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Non è

²⁸⁷ <https://www.vascorenna.com/it/centro>.

una novità che gli imprenditori turistici tendano a prendere questo tipo di iniziative solo se incentivati da fattori esterni (Buckley 2012). È quindi necessario che per una transizione verso lo sviluppo sostenibile di questo tipo di iniziative vi sia l'intervento e sostegno di partner istituzionali (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006; Radicchi 2013). L'intervento di istituzioni e organizzazioni locali è conveniente anche perché in questo tipo di iniziative è presente una forte componente territoriale: le piccole e medie imprese di cui si parla operano e interagiscono in modo molto stretto con il territorio, e i territori interessati dai fenomeni turistici hanno spesso particolarità specifiche strettamente regionali, è quindi necessario che chi si occupa della formazione dei dipendenti conosca profondamente il territorio e l'ambiente locale per essere in grado di trasmettere queste particolarità (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Ecco che dal punto di vista pratico istituzioni o enti locali si configurano come gli attori più adatti a svolgere questo ruolo dal momento che si inseriscono trasversalmente tra le imprese del territorio e possono formare figure professionali trasmettendo conoscenze specifiche del territorio sia dal punto di vista pratico che teorico. Nel caso del Garda Trentino è stato sottolineato nei capitoli precedenti lo stretto legame con il territorio e l'ambiente delle attività locali e in particolare del sistema dei centri di windsurf della zona, riportando ad esempio un profondo e radicato *sense of place* tra i soggetti e i luoghi in cui vivono e/o lavorano. Sarebbe quindi desiderabile che la formazione venisse fornita da istituzioni locali, in modo che l'accesso sia reso facile ai piccoli imprenditori locali, che i bisogni dei lavoratori e del territorio siano compresi, che sia anche compresa la rete di rapporti e relazioni che vi sono tra le varie attività locali e che allo stesso tempo queste istituzioni siano a conoscenza delle differenze regionali e sub regionali nei consumi turistici comprendendo il fatto che sono richieste abilità varie e in grado di sottolineare i diversi aspetti da valorizzare (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006). Soprattutto per uno sviluppo sostenibile devono essere coinvolte le organizzazioni e istituzioni al fine di avere benefici duraturi (Lindsey 2008). Tanto più se si tratta di attività sportive e turismo, in particolare di attività con un forte legame con il territorio e la natura, come il windsurf, alcuni studi suggeriscono di creare sinergie tra aziende, attività, istituzioni locali dal momento che se ben gestiti questi rapporti possono portare giovamento all'immagine generale della destinazione e delle esperienze possibili in essa (Radicchi 2013). Inoltre, formare i dipendenti trasmettendo valori e conoscenze specifiche inerenti al territorio locale potrebbe incoraggiarli, sia in termini pratici che di attaccamento al territorio in questione, incentivando il loro ritorno stagione dopo stagione (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006), e quindi avviando per una certa misura alla problematica

dell'infedeltà dei dipendenti stagionali che di fatto rappresenta un problema anche per i centri di windsurf del Garda Trentino.

Come dimostrato dagli studiosi che si occupano di turismo, in fatto di formazione del personale turistico l'intervento di istituzioni locali è vantaggioso e spesso necessario. Nel caso del Garda Trentino esisterebbe già un ente attivo nella programmazione e promozione turistica della zona: la Garda Dolomiti S.p.a. di cui si è già parlato nel secondo capitolo. L'azienda per il turismo locale è molto attiva in zona e potrebbe rappresentare l'ente atto a creare le sinergie tra aziende turistiche e territorio precedentemente citate e formare il personale delle scuole di windsurf in modo più sistematico e approfondito al fine di avere degli ambasciatori turistici preparati da punto di vista delle conoscenze tecniche, culturali e del rapporto con i clienti. Avere sul campo del personale formato da un ente neutrale rispetto alle attività economiche della zona potrebbe indubbiamente creare dinamiche positive per tutta la destinazione. Infatti, parlando di sostenibilità, il turismo può essere usato per ampliare la consapevolezza di visitatori e abitanti di una regione, volgendo l'attenzione verso temi che interessano la destinazione (Moscardo 2008).

L'azienda turistica locale, quindi potrebbe rappresentare l'ente responsabile della formazione dei dipendenti nei centri di windsurf, preoccuparsi che, data la formazione ricevuta e l'importanza strategica della figura, essi siano attivi nei centri e assicurarsi della qualità del servizio verso il cliente. Per quanto riguarda i dipendenti mediante la figura dell'ambasciatore il loro ruolo verrebbe ufficializzato e quindi sarebbe un ulteriore strumento per ricevere l'attenzione dovuta dalle istituzioni responsabili del controllo e tutela dei lavoratori stagionali. Purtroppo, infatti, nonostante la categoria debba essere tutelata come riscontrato nel paragrafo III.1.4 ciò non avviene; dunque, ufficializzare la categoria e promuoverla come strumento per la destinazione potrebbe portare più attenzione ai diritti di questi lavoratori.

Un altro aspetto che deve essere riportato riguardo la formazione in particolare dei maestri di windsurf è che si tratta di una professione turistica non regolamentata: se maestri di sci e guide alpine sono una professione turistica protetta (Cod. Tur. Art 6; L. n.81/1991) e quindi disciplinate da leggi statali ai sensi del art. 2229 C.c. e le guide turistiche, gli accompagnatori turistici e gli interpreti sono professioni non protette (Cod. Tur. art 6), escluse quindi dall' art. 2229 C.c., ma regolamentate da normative regionali, a sua volta la professione di maestro di windsurf non è considerata e regolamentata in alcun modo. La professione è quindi individuata dall'art. 1, comma 2 della legge

4/2013; questo significa che non esistono obblighi ufficiali di assunzione o regolamentazione dell'insegnamento della disciplina e nemmeno un brevetto ufficiale per l'insegnamento. In Italia esistono diverse associazioni che formano maestri di windsurf, la più rilevante probabilmente è la Federazione Italiana Vela (FIV) che forma istruttori di windsurf di diversi livelli²⁸⁸, va specificato che essendo la federazione sportiva legata al CONI (Comitato Olimpico Nazionale Italiano) i corsi mirano a formare istruttori e soprattutto allenatori federali, quindi con un'impronta volta all'attività sportiva agonistica piuttosto che all'attività turistica. L'altra organizzazione, la più attiva a livello europeo, che fornisce brevetti per maestri di windsurf è la precedentemente citata VDWS, associazione tedesca che opera anche in Italia e che forma maestri di windsurf con una tendenza più spiccata verso l'attività sportiva turistica²⁸⁹. Esistono poi associazioni minori che forniscono anche esse brevetti come l'Associazione Italiana Cultura e Sport (AICS) che propongono corsi per istruttore di windsurf²⁹⁰. Di fatto assumere un maestro di windsurf con brevetto o meno rimane a discrezione del centro di windsurf, e per quanto riguarda i centri di windsurf del Garda Trentino l'aspetto non risulta essere rilevante nell'assunzione di personale. Nel questionario è infatti stato chiesto ai rispondenti che hanno dichiarato di essere impiegati come maestri di windsurf se avessero un brevetto; dalle risposte è risultato che il 45,2% dei rispondenti non è munito di brevetto, mentre dei restati il 45,2% dei rispondenti ha conseguito il brevetto VDWS, il 6,5% è istruttore FIV e il 3,2% ha una tipologia di brevetto non corrispondente alle due precedenti. Quindi anche se non sotto forma di brevetto, una formazione di base, e possibilmente con una particolare attenzione al territorio, sarebbe desiderabile nel Garda Trentino.

Dato lo stretto legame e radicazione con il territorio della figura dell'ambasciatore descritta in questo lavoro e la componente di conoscenze teoriche e tecniche (che verranno delucidate nel prossimo paragrafo), la figura dell'ambasciatore turistico potrebbe essere facilmente associata a quella della guida turistica o dell'accompagnatore di territorio e di media montagna. Come già riportato per le guide turistiche, ma lo stesso vale per gli accompagnatori territoriali e di media montagna, il soggetto può esercitare la professione nei limiti del territorio provinciale, in questo caso del Trentino (Legge provinciale 14 febbraio 1992 n. 12 e s.m.) questo per sottolineare l'importanza della conoscenza del e radicamento nel territorio. Inoltre, le due professioni sono disciplinate dalla provincia di Trento che si occupa anche di stilare l'elenco degli abilitati in un albo

²⁸⁸ <http://www.formazionefedervela.it/>.

²⁸⁹ <https://www.vdws.de/it/formazione-istruttori>.

²⁹⁰ <https://www.aics.it/?p=86575>.

provinciale²⁹¹ esercitando una forma importante di tutela e gestione. Data la necessità di ufficializzazione di professioni come quella del maestro di windsurf, avviare un percorso di formazione di ambasciatori turistici legati a questa professione, potrebbe portare in un futuro al riconoscimento istituzionale della figura e conseguente regolazione da parte della provincia, ad esempio con un elenco ufficiale, e quindi maggiore tutela in seno legislativo e qualitativo della figura.

Essere garanti di un'iniziativa come quella degli ambasciatori turistici potrebbe, in cambio, migliorare l'immagine della destinazione e ampliare l'offerta dei servizi disponibili al visitatore, esistono già iniziative simili: in particolare presso Savoie Mont Blanc, una destinazione turistica delle Alpi francesi nota per la pratica dello sci, quindi per il turismo sportivo (Morand et al., 2021). La DMO locale ha creato un network di ambasciatori abitanti del territorio, quindi originari del luogo oppure residenti trasferitosi nella zona, con interessi, ruoli e impieghi diversi (Morand et al., 2021). Tutti gli appartenenti al "*Ambassadeurs Savoie Mont Blanc*" possono valorizzare il territorio con le proprie conoscenze e attraverso le relazioni, creare nuove opportunità di successo collettivo e individuale attraverso scambi e incontri all'interno della rete degli Ambasciatori (Morand et al., 2021). La DMO organizza incontri dove gli ambasciatori possono incontrarsi e appunto creare sinergie scambiandosi conoscenze e risorse, inoltre mette a disposizione del gruppo degli ambasciatori materiale come fotografie e video promozionali che essi possono usare liberamente (Morand et al., 2021). L'esperienza, infine, si concretizza mediante una pagina Facebook dove gli ambasciatori promuovono la destinazione attraverso le loro esperienze (Morand et al., 2021). L'esperienza qui descritta è leggermente diversa da quella del caso studio in questione, dal momento che gli ambasciatori non sono necessariamente addetti ai lavori ma residenti in zona e lo scopo finale dell'iniziativa è la promozione, il tema che però interessa questa ricerca il fatto che l'azienda turistica locale mediante la creazione di questa rete di ambasciatori, ha innescato uno scambio di competenze e condivisione di conoscenze a vantaggio di tutti gli stakeholder locali: gli abitanti locali che possono esprimere le proprie idee in modo propositivo, gli imprenditori turistici locali che partecipano all'iniziativa che hanno a disposizione più risorse e la DMO che ha trovato in questo gruppo di persone un nuovo modo di promuovere la destinazione (Morand et al., 2021). Con un focus diverso in direzione di uno sviluppo turistico sostenibile soprattutto dal punto di vista

²⁹¹http://www.turismo.provincia.tn.it/professioni_turistiche/accompagnatore_di_media_montagna/acc_territorio_abilitati/; http://www.turismo.provincia.tn.it/professioni_turistiche/guida_turistica/guidat_abilitati/.

socioculturale piuttosto che promozionale e rivolgendo l'attenzione ai lavoratori piuttosto che ai residenti, ma comunque coinvolgendo le aziende e imprenditori locali ciò potrebbe essere applicabile e portare vantaggi anche al Garda Trentino. Soprattutto per quanto riguarda l'incremento e sviluppo dell'ecosistema di aziende che collaborano sul territorio descritto nel capitolo II.

Si propone quindi, mantenendo un'ottica di sviluppo sostenibile, di avere nei centri di windsurf ambasciatori turistici del territorio formati dall'azienda turistica locale, che permettano al visitatore di essere sensibilizzato, educato e meglio informato sulle particolarità del territorio in questione, allo scopo di avere turisti più attenti e rispettosi che rispettino la popolazione locale e l'ambiente. Inoltre, come già riportato precedentemente, mediante la formazione attraverso l'azienda turistica si verrebbe a creare una nuova figura professionale regolamentata e ufficializzata. L'azienda turistica locale sarebbe centrale in questo processo in quanto è l'ente che meglio può garantire di trasmettere conoscenze specifiche e particolari, di ritorno questo nuovo approccio contribuirebbe a creare nuove sinergie e rafforzare l'ecosistema economico locale con vantaggi nel lungo periodo.

III.3.4 Ripercussioni pratiche dell'approccio sostenibile come nuovo asset locale

In questa ultima parte del lavoro verranno chiariti i ruoli specifici e le componenti della formazione degli ambasciatori turistici in questione. Di seguito verrà abbozzata una proposta che poi dovrà essere naturalmente ampliata e definita in fase di implementazione²⁹². È stato notato che un programma di apprendimento efficace deve essere breve, non costoso per le aziende e soprattutto per i dipendenti, facilmente accessibile e deve apportare benefici personali e lavorativi concreti (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006).

Per iniziare va sottolineato che i soggetti idonei a intraprendere la formazione come ambasciatore turistico nel Garda Trentino dovrebbero già avere le conoscenze tecniche per l'insegnamento del

²⁹² Non va dimenticato che la proposta dovrebbe inoltre essere corredata ad un'attenta campagna di marketing. Riprendendo il paragone con il successo dell'attività del surf da onda, è utile ricordare come la potenza di alcune azioni di marketing riguardanti il sostegno di iniziative ecosostenibili, sia stato fondamentale nella creazione dell'immaginario comune discusso nei capitoli precedenti che è fonte di grande attrazione turistica. Data la natura delle attività e la recente tendenza nel settore turistico i prodotti offerti delle scuole di windsurf è plausibile che abbiano successo se pubblicizzati come prodotti *green* (Aktas, Atrek, Sumeyra 2015). La questione però non trova spazio in questa specifica ricerca.

windsurf, quindi conoscere lo sport, saperlo praticare e avere presenti le fasi dell'insegnamento. Inoltre, data l'importante presenza di lavoratori stranieri dimostrata dal sondaggio condotto e dalle interviste con i titolari dei centri, sarebbe auspicabile che la formazione sia erogata sia in lingua inglese che italiana. La formazione degli ambasciatori stranieri, inoltre, dovrebbe essere leggermente diversa da quella degli ambasciatori italiani, soprattutto per quanto riguarda alcuni aspetti culturali. La formazione dovrebbe distinguersi in quattro tematiche principali:

- Tecniche di comunicazione con la clientela
- Conoscenza del territorio dal punto di vista storico e ambientale
- Comportamenti ambientalmente e socialmente sostenibili
- Sensibilizzazione al rispetto delle norme per il corretto comportamento sul lago

Riguardo al rapporto con la clientela è stato riportato che gran parte dei lavoratori stagionali non è preparato dal punto di vista della relazione e del rapporto con il cliente (Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey 2006) quindi sarebbe necessaria una parte di formazione riguardante le tecniche di comunicazione per ottimizzare lo scambio con il turista. La seconda tematica dovrebbe riguardare la preparazione in merito alla storia, alla cultura e al territorio locale; come emerso dalle interviste il territorio²⁹³ e la cucina²⁹⁴ locale sono conosciute piuttosto bene anche dai visitatori, dovrebbe essere quindi data attenzione alla storia recente locale, riportando le tematiche affrontate nel paragrafo II.1.1, l'unicità della flora, della fauna e dei tratti paesaggistici locali, in particolare informando i visitatori riguardo le aree naturali protette presenti nella zona come sottolineato nel paragrafo II.1.2. In più sarebbe opportuno preparare gli ambasciatori in modo che siano in grado di trasmettere ed esplicitare al turista il sistema particolare di venti individuato nel paragrafo II.1.3 dal momento che rappresenta non solo una caratteristica unica della zona, ma una risorsa per lo sport del windsurf.

Un ulteriore insieme di argomenti dovrebbe riguardare indicazioni utili alla sostenibilità del turismo locale; quindi, sensibilizzare il visitatore riguardo i comportamenti che permettano la conservazione naturale e socioculturale della destinazione. Diffondendo messaggi che sensibilizzino, ad esempio, all'importanza della raccolta differenziata, che spingano all'utilizzo di biciclette e mezzi pubblici da parte del visitatore, in modo che gli spostamenti siano più ecologici e così da decongestionare la

²⁹³ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcener", in data 10/11/2021.

²⁹⁴ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

zona dal traffico. In più sarebbe necessario ricordare al visitatore che nella destinazione esiste una comunità di abitanti e lavoratori locali, e quindi spiegare come limitare alcuni comportamenti irrispettosi, come sottolineato nel paragrafo III.2, ricordando ad esempio che la popolazione locale è di madrelingua italiana e di come sia importante rivolgersi ad essi inizialmente in italiano o chiedere se essi parlino tedesco.

Infine, un ultimo tema dovrebbe riguardare le pratiche corrette da tenere sul lago per evitare situazioni pericolose. Innanzitutto, riportando le informazioni sottolineate nel paragrafo II.3.2. Spiegando l'importanza e la ragione dei divieti riguardanti la circolazione di barche a motore e di kitesurf nella zona e sottolineando la gestione locale delle spiagge. In più dovrebbero essere trasmessi i comportamenti corretti da mantenere per avere garanzia di sicurezza nella pratica dello sport, ad esempio, imparando a riconoscere quando le situazioni metereologiche potrebbero diventare rischiose a causa di fronti temporaleschi in arrivo o venti come il Ponale di cui si è trattato nel paragrafo II.1.3. Altre conoscenze fondamentali per la sicurezza, spesso trascurate, riguardano le precedenze da rispettare in acqua quando si è nei pressi di altre imbarcazioni.

Formare gli ambasciatori turistici in modo che siano in grado di trasmettere queste informazioni ai clienti dei centri windsurf indubbiamente aumenterebbe la qualità del servizio offerto dai centri, e in particolare qualora le indicazioni rispetto all'ecologia e comportamenti rispettosi venissero seguite, darebbe un forte contributo a rendere la grande massa di turisti che interessa la destinazione più sopportabile da parte della popolazione locale e meno impattante dal punto di vista ambientale. In più attraverso questo tipo di azioni è possibile andare ad agire sul comportamento del turista nelle diverse fasi della vacanza (Budeanu 2007). Prima di tutto sarebbe possibile indirizzare e influenzare il turista in merito a scelte nel corso della vacanza (Budeanu 2007) che potrebbero contribuire al decongestionamento di alcune parti della destinazione e a indirizzare il visitatore verso attività industriali locali sostenibili, rafforzando la rete locale di aziende. Inoltre, è stato dimostrato come le scelte e le esperienze fatte dal visitatore nel corso di una vacanza influenzino le scelte post-viaggio del turista e in particolare determinano la scelta di tornare o meno nella destinazione (Budeanu 2007). In più se la propensione verso lo sviluppo sostenibile e l'approccio degli ambasciatori turistici diventasse un asset della destinazione, questo potrebbe influenzare anche le scelte pre-viaggio, ovvero la scelta della destinazione, contribuendo a selezionare turisti (Budeanu 2007) con una certa sensibilità, interesse, o propensione verso un approccio più sostenibile.

Dal momento che non vanno dimenticate le attuali complicazioni conseguenti alla pandemia di COVID-19 e la possibilità di cambiamento e innovazione nel settore turistico che ne deriva (Weed 2020), così come i problemi dovuti al turismo di massa riportati nelle parti precedenti del lavoro, una figura come quella dell'ambasciatore turistico potrebbe aiutare la transizione verso uno sviluppo sostenibile. Nel corso delle interviste ai titolari è stato chiesto quanto impatto la pandemia abbia avuto sulle loro attività, dalle dichiarazioni è stato chiarito che la pandemia non ha avuto effetti economici particolarmente forti sulle attività dal momento che, nel periodo tra giugno e settembre, essenzialmente per gran parte della durata della stagione che interessa i centri di windsurf sul Garda, non vi sono mai state importanti restrizioni. Per di più la clientela dei centri è prevalentemente di provenienza europea²⁹⁵ e quindi ha subito meno restrizioni negli spostamenti rispetto a turisti provenienti da paesi extraeuropei. Pertanto, dal punto di vista economico le attività non hanno risentito particolarmente della situazione. Dal discorso sono comunque emersi degli spunti interessanti. L'aspetto principale che è stato segnalato in tutte e tre le interviste è invece la complicazione della relazione con il cliente, il titolare del Vasco Renna windsurfing Center ha riassunto bene la situazione riportando:

“È cambiato molto il rapporto con il cliente, si sono raffreddati decisamente i rapporti. In queste ultime stagioni sono mancati tutti gli aspetti di aggregazione e vicinanza tra le persone, abbiamo rinunciato a momenti come i de-briefing a fine lezione e l'insegnamento in sala video. Si è complicato tutto e noi speriamo che finisca tutto presto.”²⁹⁶

Un altro aspetto che è emerso è che tutti i centri si sono trovati a dover organizzare i corsi con i clienti in modo leggermente diverso, in particolare riducendo il numero di allievi per istruttore. Questa dinamica non è necessariamente negativa, dal momento che generalmente gruppi più ristretti corrispondono a una maggiore qualità del servizio. La composizione meno numerosa dei gruppi rappresenta la situazione ottimale per l'inserimento di una figura come l'ambasciatore turistico che avrebbe più spazio e maggiori possibilità di trasmettere conoscenze e contenuti

²⁹⁵ Informazioni ricavate tramite interviste ai titolari di centri di windsurf dell'Alto Garda nella stagione 2021.

²⁹⁶ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

approfonditi, creando una relazione tra turisti e ambasciatore che a sua volta può facilitare la creazione di una relazione con i luoghi visitati e vissuti dai turisti.

Un ultimo aspetto molto interessante, emerso in particolare dall'intervista con i responsabili di Segnana Watersport, è il fatto che la pandemia di COVID-19 ha interrotto i tentativi di destagionalizzazione dell'attività dei centri di windsurf dell'Alto Garda²⁹⁷. Negli ultimi anni, infatti, i centri del lago avevano avviato un'azione nel tentativo di protrarre la stagione da Pasqua a novembre sfruttando, nei mesi di bassa stagione, la possibilità di organizzare esperienze di gruppo per scolaresche o gruppi aziendali. Uno dei responsabili intervistati riporta:

“Prima del Covid-19 stavamo cercando di destagionalizzare organizzando soggiorni di gruppi (prevalentemente scuole e aziende) in bassa stagione, ma la pandemia ci ha tarpato le ali in questo senso. In bassa stagione prima del 2020 potevamo contare più di 4.000 presenze grazie ai gruppi organizzati, ma negli ultimi due anni niente di tutto ciò è stato possibile e si è marcata ulteriormente la stagionalità concentrando gran parte della nostra attività in due mesi.”²⁹⁸



Figura 22 Attività durante un corso di gruppo settimane organizzato dal Surf Center Lido Blu per un'università tedesca. Foto scattata dall'autrice a fine settembre 2018.

²⁹⁷ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 18/08/2021.

²⁹⁸ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di “Segnana Watersports”, in data 18/08/2021.

Quindi nonostante nella stagione 2020 e 2021 la pandemia nei centri di windsurf del Garda Trentino non abbia avuto effetti gravi e pesanti come nel caso delle destinazioni invernali nella stessa regione, è comunque auspicabile un cambiamento per migliorare la situazione. In particolare, per quanto riguarda la destagionalizzazione, data la battuta d'arresto del processo avviato dai centri negli scorsi anni, l'ambasciatore turistico potrebbe in qualche modo rappresentare una nuova modalità per riavviare il processo. Se queste figure venissero sfruttate radicandosi nell'ambiente economico e sociale locale si aprirebbero nei periodi di bassa stagione nuove possibilità di impiego degli ambasciatori e attività dei centri di windsurf. Ciò primariamente perché sarebbe necessario formare nuovi ambasciatori, ciò amplierebbe le possibilità di lavoro per gli ambasciatori già formati ed esperti che potrebbero occuparsi della preparazione dei nuovi. Inoltre, non è da escludere che sarebbe possibile sfruttare queste nuove figure formate per un'impronta sostenibile per fare, ad esempio, sensibilizzazione nelle scuole della zona nel periodo invernale.

In particolare, nel Garda Trentino l'aspetto turistico e sportivo sta riscontrando crescente interesse anche dal punto di vista della formazione scolastica; in dettaglio presso Arco si trova un istituto tecnico superiore per il settore economico ad indirizzo turistico²⁹⁹. Ma soprattutto a settembre 2022 presso l'istituto tecnico superiore G. Floriani di Riva del Garda verrà avviato l'indirizzo di amministrazione finanza e marketing economico sportivo³⁰⁰. Nell'offerta formativa di questo nuovo indirizzo compaiono ore del programma riservate a: discipline sportive outdoor e indoor, attività sportive in collaborazione con associazioni sportive territoriali³⁰¹. È quindi probabile che una figura come quella dell'ambasciatore turistico possa trovare spazio in iniziative come queste, venendo coinvolto in parti della formazione rappresentando una risorsa non solo dal punto di vista turistico ma anche sociale.

I titolari infine sembrano avere un atteggiamento positivo verso le possibilità di innovazione ed evoluzione dell'attività; primo tra tutti il titolare del Vasco Renna Windsurfingcenter che vede la necessità di cambiare l'atteggiamento nella progettazione del turismo locale verso un approccio molto più sostenibile³⁰². Per quanto riguarda i titolari di Segnana Watersport, nonostante abbiano un'idea meno chiara di quella del centro precedentemente nominato, si dichiarano molto ben

²⁹⁹ <https://www.vivoscuola.it/content/view/full/29413>.

³⁰⁰ <https://www.g-floriani.it/index.php/homepage/offerta-formativa-test/quinquennio-amministrazione-finanza-e-marketing-economico-sportivo>.

³⁰¹ Ibidem.

³⁰² Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Vasco Renna Windsurfingcenter", in data 10/11/2021.

disposti ed aperti all'attivazione di nuove iniziative in merito alla sostenibilità³⁰³. L'unico titolare che non si è dimostrato particolarmente interessato alla sostenibilità, il titolare del Surf Center Lido Blu, anche in merito a cambiamenti di approccio all'attività ha riportato che non è tra le sue priorità³⁰⁴. In ogni caso l'atteggiamento di quest'ultimo titolare non rappresenta un ostacolo: date le connessioni tra i centri, sottolineate nel secondo capitolo, e quell'accordo di allineamento che c'è tra i centri, è plausibile supporre che nel caso di iniziative come quella qui proposta il centro non farebbe resistenza nell'aderire all'iniziativa. La situazione attuale, quindi, sembra essere favorevole per avviare un processo di sensibilizzazione e responsabilizzazione delle aziende locali dal punto di vista sociale e culturale, cosa che tuttora nel settore turistico viene prevalentemente ignorata (Yu, Cole, Cancellor 2016).

Quindi considerando i concetti precedentemente espressi riguardanti il fatto che l'attività turistica sportiva sia particolarmente adatta nel creare sinergie e collaborazioni all'interno di una destinazione (Radicchi 2013), avviare un'attività incentrata sulla sostenibilità socioculturale come quella degli ambasciatori qui proposta potrebbe portare molti benefici al sistema dei centri di Windsurf nell'Alto Garda e in generale alle dinamiche anche al di fuori del settore specificatamente citato. L'attività del windsurf nel Garda Trentino, come è stato illustrato nel secondo capitolo, fu promotrice e attività propulsiva del turismo sportivo nella zona, ad oggi questa stessa attività potrebbe nuovamente essere promotrice di una nuova tipologia di turismo: quello sostenibile. Come già avvenuto negli anni Ottanta e Novanta, si potrebbe innescare un fenomeno di propulsione³⁰⁵ (Perroux 1961) che, partendo dall'esperienza dei centri di windsurf, permetta la creazione di una nuova piattaforma di conoscenze (Jafari 2001; Weaver 2004), che possa beneficiare e influenzare tutte le altre attività turistiche locali, dando una nuova immagine e soprattutto portando stabilità e tutela alla destinazione del Garda Trentino.

³⁰³ Informazioni ricavate tramite intervista a uno dei titolari di "Segnana Watersports", in data 18/08/2021.

³⁰⁴ Informazioni ricavate tramite intervista al titolare di "Surf Center Lido Blu", in data 20/08/2021.

³⁰⁵ Vedi paragrafo II.3.

CONCLUSIONE

Il lavoro qui presentato documenta che il windsurf rappresenta un'attrazione turistica, è stato dimostrato che questo fatto si declina in diversi gradi: esiste una comunità di persone che viaggia con lo scopo primario di praticare lo sport, e un'altra parte di pubblico che pratica lo sport come attività secondaria nella vacanza dato che essa rientra in quel gruppo di sport "tipici" da vacanza. Un altro aspetto molto interessante che è emerso dalla ricerca è che, date le particolari condizioni ambientali richieste per la pratica dello sport, alcune destinazioni hanno trovato in condizioni meteorologiche avverse una vera e propria risorsa grazie alla pratica del windsurf, permettendo lo sviluppo e l'evoluzione di una destinazione legata a questa particolare tipologia di turismo. In più il windsurf ha delle potenzialità dal punto di vista della sostenibilità, in quanto lo sport è risultato essere relativamente impattante dal punto di vista ambientale, ma non solo, la conoscenza del territorio e delle condizioni naturali necessarie per la pratica dello sport portano gli interessati a costruire uno stretto legame con l'ambiente. Questo aspetto consolidato dal fatto che il windsurf, come il surf da onda, è un lifestyle sport, porta l'attività ad essere affascinante e coinvolgente, con forti potenzialità di trasmissione di informazioni al, e interessamento del, pubblico.

Per quanto riguarda il caso studio del Garda Trentino la destinazione si è rivelata una scelta interessante, dal momento che sia le caratteristiche storiche che naturali locali sono risultate particolari; le prime in quanto la storia recente, soprattutto quella a cavallo tra le guerre mondiali, si è rivelata molto diversa da quella italiana. Per quanto riguarda la natura la zona è risultata avere un microclima particolare, diverse aree protette sul territorio, e addirittura un sistema di venti unico e molto influente. Inoltre, le tipologie di turismo da cui la destinazione è interessata, prevalentemente sportivo ed outdoor, sono di fatto le tipologie di turismo attualmente più trattate dato che emergenti a seguito della pandemia di COVID-19, rendendo in tal senso la ricerca molto attuale. Uno dei dati emersi che vanno rimarcati è che nella destinazione dell'Alto Garda l'attività del windsurf ha rappresentato l'attività propulsiva per l'avvio del turismo sportivo che ha poi permesso alla destinazione e alle attività turistiche in essa presenti di evolversi. Questo processo è dimostrato anche dal fatto che il windsurf non è più l'attività più praticata nella destinazione, venendo decisamente superata dal ciclismo, che come dimostrato, è l'attività che negli anni ha rappresentato l'abbinamento più frequente con la pratica del windsurf nel territorio analizzato. In ogni caso al giorno d'oggi, sul territorio è presente una rete di aziende legata al windsurf, anche non

necessariamente di natura puramente turistica (come artigiani velai, negozi specializzati e un produttore di vele), estesa e molto attiva che comprende più di quindici attività. Il focus di questa ricerca è ricaduto sui centri di windsurf che risultano densamente distribuiti in un territorio ristretto. Nonostante ciò, è emerso che non esistono condizioni di concorrenza svantaggiose e nemmeno un monopolio dell'attività, anche confrontando il caso studio con altre destinazioni in cui il windsurf è praticato è risultato che la situazione nel Garda Trentino propende decisamente verso un'impostazione di *business ecosystem*, nonostante questa situazione non sia stata voluta e ricercata consapevolmente. In ogni caso queste caratteristiche rendono il sistema locale molto promettente in vista di uno sviluppo sostenibile soprattutto dal punto di vista economico.

Dall'analisi sono emersi dati interessanti, come ad esempio la presenza di una comunità di lavoratori nei centri di windsurf con delle caratteristiche molto specifiche, che si differenzia decisamente dalla comunità di residenti. Sono però emerse anche diverse problematiche: in primo luogo la destinazione è interessata da turismo di massa che influisce sulla qualità della vita dei residenti. Poi, dall'analisi approfondita condotta nei centri di windsurf sono emersi dei dati molto gravi, soprattutto dal punto di vista del trattamento dei lavoratori dipendenti; in particolare molti lamentano un livello di retribuzione non adatto alle loro mansioni, poca considerazione e valorizzazione da parte dei superiori e soprattutto il non rispetto di alcuni diritti dei lavoratori; infatti, l'80% dei lavoratori intervistati hanno riportato di non avere garantito il giorno libero settimanale. Accanto a queste problematiche, nel corso delle interviste e relazioni con gli attori locali, è stato riscontrato un generale atteggiamento superficiale del turista, disinteressato alla storia e cultura locale, non a conoscenza delle peculiarità del territorio e spesso irrispettoso nei confronti dei residenti. Allo stesso tempo però è stato riportato un *sense of place* molto radicato tra dipendenti e titolari dei centri di windsurf che rappresenta un fattore positivo nell'ottica di uno sviluppo sostenibile.

Alla luce dei dati emersi nella ricerca è stata proposta l'introduzione di ambasciatori turistici nei centri di windsurf della zona. La figura dell'ambasciatore turistico in questione dovrebbe essere creata tramite una formazione *ad hoc* dei maestri di windsurf, fornita dall'azienda turistica locale (Garda Dolomiti S.p.A.); queste figure dovranno essere in grado di trasmettere al turista informazioni di diversa natura. Le nozioni in questione dovrebbero vertere sulla storia e sulle particolarità ambientali locali, e soprattutto contribuire a sensibilizzare il turista su comportamenti corretti da mantenere nella destinazione nei confronti dei residenti e dell'ambiente. In tal modo contribuirebbero al benessere e al rispetto della popolazione locale, alla comunità dei lavoratori

stagionali e della destinazione. In più questa figura potrebbe rappresentare un miglioramento dell'offerta dei centri di windsurf e della destinazione, soprattutto alla luce dei mutamenti che il turismo sta subendo a causa della pandemia di COVID- 19.

Infine, uno degli effetti più importanti che questa figura dovrebbe avere è il riconoscimento e valorizzazione dei lavoratori del settore, nonché la riduzione della precarietà di questo impiego. Infatti, attraverso una formazione più approfondita e, di fatto, l'istituzionalizzazione di questa figura, i lavoratori delle scuole di windsurf avranno maggiori strumenti per vedere riconosciuti i diritti che gli spetterebbero anche ora, ma che spesso sono disattesi. Mediante il sostegno e il riconoscimento istituzionale però, essi probabilmente avrebbero più consapevolezza di poter pretendere condizioni contrattuali consone al ruolo che ricoprono. Tutto ciò potrebbe infine portare in un futuro all'ufficializzazione della figura e alla tutela provinciale, ad esempio, con la creazione di un elenco ufficiale, come nel caso degli accompagnatori di media montagna o territoriali e delle guide tristiche. La speranza finale è che attraverso questa nuova figura si diffonda, prima nei centri di windsurf e poi nella destinazione, una nuova sensibilità alla sostenibilità e che, come accadde negli anni Ottanta e Novanta, il windsurf possa diventare nuovamente un'attività propulsiva influenzando la tipologia di turismo, l'atteggiamento e le dinamiche delle altre aziende sul territorio.

In generale le domande di ricerca hanno ricevuto una risposta, anche se alcune solo parzialmente, dal momento che è stato scelto di concentrarsi in modo specifico su determinati aspetti piuttosto che altri. La domanda centrale della tesi è quella riguardante la sostenibilità turistica e le potenzialità ad essa legate del windsurf: in questa ricerca sono state indagate nel dettaglio, mettendole in evidenza, gli aspetti sociali ed economici della sostenibilità turistica, lasciando in secondo piano quella ambientale. Nonostante nel primo capitolo l'argomento sia stato in parte affrontato evidenziando delle potenzialità, la questione della sostenibilità ambientale ed ecologica potrebbe essere sviluppata ulteriormente. Un'altra questione è quella riguardante i benefici che l'attività potrebbe portare a una destinazione: i risultati qui riportati fanno riferimento ad un caso studio specifico, la soluzione proposta è stata pensata specificatamente per la destinazione del Garda Trentino, in altre destinazioni con caratteristiche diverse la soluzione qui proposta potrebbe risultare non altrettanto efficace, pertanto andrebbe verificata con studi appositi. Per completezza va inoltre ricordato che questa analisi è stata condotta con un approccio geografico e sociale; il tema potrebbe essere indagato anche con altre prospettive, in particolare un'analisi dal punto di vista del marketing della destinazione, non solo sarebbe interessante ma si renderebbe utile per l'attuazione concreta della proposta di creazione delle figure degli ambasciatori turistici.

Si può quindi affermare che l'attività del windsurf, se gestita consapevolmente e con attenzione alle sue potenzialità in materia di sostenibilità, in alcune località potrebbe portare e promuovere un approccio sostenibile efficace del turismo, trovando vantaggi soprattutto nel contatto con la natura e la forza di attrazione della disciplina in quanto lifestyle sport. Inoltre, in un sistema come quello dei centri di windsurf, il contatto, la fiducia e il rispetto che si possono instaurare nei confronti dei lavoratori del settore da parte del cliente (turista) sono fondamentali, ecco perché l'industria dovrebbe valorizzare maggiormente gli impiegati del settore, riconoscendone i meriti in senso di rispetto e di adeguate condizioni contrattuali.

BIBLIOGRAFIA

Aktas G., Atrek B., Kurt S.D., (2015), "Sports as 'Green product' in destination marketing: Case of windsurfing in Cesme, Turkey", *Journal of Yasar University*, 10(9) pp. 6555-6611.

Allegri D., (1984), *I venti del lago di Garda: prima carta completa*, Brescia: Serra Tarantola editore.

Almudi I., Fatas-Villafranca F., Potts J., Thomas T., (2018), "Absorptive capacity of demand in sports innovation", *Economics of Innovation and New Technology*, 27(4), pp. 328-342.

Amato R., (2021), "Gli stagionali non si trovano: 'Ecco perché rifiutiamo le offerte di lavoro'", *la Repubblica*, 17 maggio.

AA.VV., (2021), *DATATUR Trend e statistiche sull'economia del turismo*, Federalbergi, Edizioni ISTAT: Roma.

Barbieri C., Sotomayor S., (2013), "Surf travel behavior and destination preferences: An application of the Serious Leisure Inventory and Measure", *Tourism Management*, 35, pp. 111-121.

Baum T., (2015), "Human resources in tourism: Still waiting for change? A 2015 reprise", *Tourism Management*, 50, pp. 204-212.

Baum T., (2018), "Sustainable human resource management as a driver in tourism policy and planning: a serious sin of omission?", *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), pp. 873-889.

Baum T., Hai N.T.T., (2019), "Applying sustainable employment principles in the tourism industry: righting human rights wrongs?", *Tourism Recreation Research*, 44(3), pp. 371-381.

S., Zammit C., Hendrikx J., (2014), "Developing Climate Change Maps for Tourism: Essential Information or Awareness Raising?", *Journal of Travel Research*, 54(4), pp. 430-441.

Becker S., (1998) "Beach Comfort Index: A New Approach to Evaluate the Thermal Conditions of Beach Holiday Resorts using a South African Example", *GeoJournal*, 44, pp. 297-307.

Bellotti R., (1992), "Torbole non vive solo coi surfisti. No alla monocultura turistica.", *L'Adige*, 1° ottobre, p. 35.

- Berger R., (2015), "Now I see it, now I don't: Researcher's position and reflexivity in qualitative research", *Qualitative research*, 15(2), pp. 219-234.
- Betta G. et al., (2009), *Aggregazioni tematiche, club e marchi di prodotto della ricettività in trentino*, Report Provincia autonoma di Trento, Trento: osservatorio provinciale per il turismo.
- Boswohrt R.J.B., (1997), "Tourist planning in fascist Italy and the limits of a totalitarian culture", *Contemporary European History*, 6(1), pp. 1-25.
- Buckley R., (2002) "Surf Tourism and Sustainable Development in Indo-Pacific Islands. The Industry and the Islands", *Journal of Sustainable Tourism*, 10(5), pp. 405-424.
- Buckley R., (2003), "Adventure tourism and the clothing, fashion and entertainment industries", *Journal of Ecotourism*, pp. 126-134.
- Buckley R., (2012), "Sustainable tourism: Research and reality", *Annals of Tourism Research*, 39(2), pp. 528-546.
- Budeanu A., (2007) "Sustainable tourist behaviour—a discussion of opportunities for change", *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), pp. 499-508.
- Buckley R.C., Guitart D., Shakeela A., (2017), "Contested surf tourism resources in the Maldives", *Annals of Tourism Research*, 64, pp. 185- 199.
- Butcher J., (2005), *The Moralization of tourism: sun, sand... and saving the world?*, Londra: Routledge.
- Butler J. H., (1986), *Geografía económica. Aspectos especiales y ecológicos de la actividad económica*, Ed Limusa: México.
- Butler R. W., (2001), "Seasonality in Tourism: Issues and Implications", In T. Baum e S. Lundtorpe, *Seasonality in Tourism*, Oxford: Pergamon, pp. 5-21.
- Camurati F. (2019, 14 settembre), "Roberto Ricci Design apre il primo Showroom a Milano", *MFF*, 182, p. 6.

Chancellor C., Townson L., Duffy L., (2021), "Destination ambassador programs: Building informed tourist friendly destinations", *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, pp. 1-8.

Cannas R., (2020), "An overview of tourism seasonality: key concepts and policies", *Alma Tourism*, 5, pp. 40-58.

Canon G., (2018 21 September), "Privatizing the coast: are wealthy Californians seizing public beaches?", *The Guardian*.

Carneiro M.J., Breda Z., Cordeiro C., (2016), "Sports tourism development and destination sustainability: the case of the coastal area of the Aveiro region Portugal", *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), pp. 305-334.

CCSA Report a, (2020), "How Covid-19 is changing the world: a statistical perspective VOL I", Committee for the Coordination of Statistical Activities UNWTO.

CCSA Report b, (2020), "How Covid-19 is changing the world: a statistical perspective VOL II", Committee for the Coordination of Statistical Activities UNWTO.

Celata F., Romano A., (2020), "Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities", *Journal of Sustainable Tourism*, 1(20).

Chia-Chen Yu (2010), "Factors that Influence International Fans' Intention to Travel to the United States for Sport Tourism", *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), pp. 111-137.

Cohen E, (2002), "Authenticity, Equity and Sustainability in Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), pp. 267-276.

Cohen R., Baluch B., Duffy L.J., (2018), "Defining Extreme Sport: Conceptions and Misconceptions", *Frontiers in Psychology*, 9(1974).

Cole S., (2006), "Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism", *Journal of sustainable tourism*, 14(6), pp. 629-644.

Corluka G., Mikinac K., Milenkovska A., (2016), "Classification of tourist season in costal tourism" *UTMS Journal of Economics*, 7(1), pp. 71-83.

Costa G., (2011), *I nomi del vento sul Lago di Garda*, Milano: Edizioni dell'Orso.

Covin J. G., Slevin D. P., (1989) "Strategic management of small firms in hostile and benign environments", *Strategic Management Journal*, 10(1), pp. 75-87.

Curzi P., Castellarin A., Ciabatti M., (1994), "Sintesi dei caratteri morfostrutturali e genetici del Lago di Garda", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 35-40.

D'Eramo M., (2017), *Il selfie del mondo*, Milano: Feltrinelli.

De Alessi M., (2009), "The Customs and Culture of Surfing, and an Opportunity for a New Territorialism?", *Reef Journal*, 1(1), pp. 85-92.

De Knop P., Standeven J., (1998), "Sport tourism: a new area of sport management", *European Journal for Sport Management*, 5(1), pp. 30-45.

Del Bò C., (2017), *Etica del turismo*, Roma: Carocci editore.

Dewhurst H., Dewhurst P., Livesey R., (2007), "Tourism and hospitality SME training needs and provision: A sub-regional analysis", *Tourism and Hospitality Research*, 7(2), pp. 131-143.

Diesbach P. B., (2012), "Touristic destination ambassadors, case analysis and conceptualization. How to better understand and use brand ambassadors in cognitive, affective and experiential approaches", *Tourism and Hospitality Management*, 18(2), pp. 229-258.

Dollinger M. J., (2003), *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, Upper Saddle River: Prentice Hal.

Dolnicar S., Fluker M., (2003) "Behavioural market segments among surf tourists: investigating past destination choice", *Journal of Sport Tourism*, 8(3), pp. 186-196.

Drakakis P., Papadaskalopoulos A., (2014) "Economic contribution of active sport tourism: The case of four sport activities in Messinia, Greece", *Journal of Sport & Tourism*, 19(3-4), pp. 199-231.

Ducato R., (2015), "Windsurf v. kitesurf: una tragedia del vento commune?", *Law of tourism sport*, pp. 1-8.

- Fadda N., (2019), "Tourism from water board sports: evidence from the emerging destination of Sardinia", *Journal of the Knowledge Economy*, 10, pp. 1720-1737.
- Fadda N., (2020), "Entrepreneurial behaviors and managerial approach of lifestyle entrepreneurs in surf tourism: an exploratory study", *Journal of Sport & Tourism*, 24(1), pp. 53-77.
- Fellini I., (2017), *Il terziario di consumo: Occupazione e professioni*, Roma, Carocci Editore.
- Ferrante M., Lo Magno G.L., De Cantis S., (2018), "Measuring tourism seasonality across European countries", *Tourism management*, 68, pp. 220-235.
- Ferro T., (2016), *I venti del Lago di Garda si danno delle arie*, Mantova: Editoriale Sometti.
- Font X., (2002), "Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects", *Tourism Management*, 23, pp. 197-205.
- Fontana M., (2008), "The Complexity Approach to Economics: a Paradigm Shift", *Working Paper Series UniTo*, 1, pp. 1-30.
- Fornasari R., (1969), "Le vicende territoriale del Garda durante l'epoca napoleonica", in Frugoni A., *Il lago di Garda storia di una comunità lacuale. Atti del congresso internazionale*, vol 2, Ateneo di Salò, pp. 163-165.
- Fredline E., (2005), "Host and guest relations and sport tourism", *Sport in Society*, 8(2), pp. 263-279.
- Gamberini A., (2011), "Vescovo e conte. La fortuna di un titolo nell'Italia centro-settentrionale (secoli XI-XV)", *Il Mulino quaderni storici*, 138(3), pp 671-685.
- Gamble D.W., Leonard A.L., (2005), "Coastal Climatology Products for Recreation and Tourism End Users in Southeastern North Carolina", *NOAA Coastal Service Center*, pp. 1-49.
- Gammon S., Robinson T., (2003) "Sport and Tourism: A Conceptual Framework", *Journal of sport and tourism*, 8(1), pp. 21-26.
- Gatti M.P., Indrigo A., (2020), "The roads, tracks, paths and ropeways of the first world war: an opportunity to preserve, maintain and valorize alpine landscape", *Sustainability*, 12(1157), pp. 1-12.

- Giacomini V., (1969), "Il paesaggio geo biologico del lago di Garda", in Frugoni A., *Il lago di Garda storia di una comunità lacuale. Atti del congresso internazionale*, vol 1, Ateneo di Salò, pp. 89-151.
- Gibson H.J. (1998), "Sport Tourism: a critical Analysis of Research", *Sport Management Review*, 1, pp. 45-76.
- Gibson H.J., Lamont M., Kennelly M., Buning R.J., (2018), "Introduction to the Special Issue Active Sport Tourism", *Journal of Sport & Tourism*, 22(2), pp. 83-91.
- Giolai E., (1992), "New west Garda World cup, day by day", *Windsurf Italia*, 105:10, Gruppo B editore, pp. 8-27.
- Gofer A., Turri E., (1994), "L'Alto Garda e le sue ramificazioni vallive", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 3-14.
- Goffi G., Osti L., Nava C. R., Maurer O., Pencarelli T., (2020) "Is preservation the key to quality and tourists' satisfaction? Evidence from Lake Garda", *Tourism Recreation Research*, 46(3), pp. 434-440.
- Gomez Martin M.B., (2005), "Weather, climate and tourism. A geographical perspective", *Annals of Tourism research*, 32(3), pp. 571-591.
- Goulding, P. J., (2006), "Conceptualising supply-side seasonality in tourism: a study of the temporal trading behaviours for small tourism businesses in Scotland", PhD Thesis, Glasgow: Business School, Strathclyde University.
- Grazioli M., (1994), "La storia: le comunità e i poteri esterni", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 123-168
- Grazioli M., (2000), *L'industria del forestiero*, Arco: Unione Commercio e turismo sezione Alto Garda e Ledro.
- Grazioli M., (2001), "La porta azzurra delle Dolomiti. Economia e turismo nel Garda trentino.", in Sauro U., Simoni C., Turri E., *Il lago di Garda*, Sommacampagna: Cierre Edizioni, pp 332-354.
- Grazioli M., Ioppi S., Turrini R., (1996), *Profughi: la popolazione dell'Alto Garda in Austria, Boemia, Moravia: (1915-1918)*, Arco: Il Sommolago.

Gürsoy I.T., (2019) "Beauty and the Beast: A Fairy Tale of Tourismphobia", *Tourism Planning & Development*, 16(4), pp. 434-451.

Gusfield J.R., (1975), *The community: a critical response*, New York: Harper Colophon.

Hamilton J., Maddison D., Tol R., (2005), "Climate change and international tourism: a simulation study", *Global Environmental Change*, 15, pp. 253-266.

Hamilton J.M., Lau M.A. (2005), "The role of climate information in tourist destination choice decision-making", *Tourism and global environmental change*, Routledge, London, pp. 229-250.

Hay R., (1998), "Sense of place in developmental context", *Journal of environmental psychology*, 18(1), pp. 5-29.

Heo L., Lee I.H., Kim J., Stebbins R.A., (2012) "Understanding the Relationships Among Central Characteristics of Serious Leisure: An Empirical Study of Older Adults in Competitive Sports", *Journal of Leisure Research*, 44(4), pp. 450-462.

Hinch T. D., Higham J. E. S., Moyle B. D., (2016) "Sport tourism and sustainable destinations: foundations and pathways", *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), pp. 163-173.

Howe L.A., (2012) "Different Kinds of Perfect: The Pursuit of Excellence in Nature-Based Sports", *Sport, Ethics and Philosophy*, 6(3), pp. 353-368.

Hughes G., (2008), "Tourism, Sustainability and Social Theory", in Lew A. A., Hall C. M., Williams A. M. (Eds.), *A companion to tourism*, John Wiley & Son, pp. 498-509.

Humberstone B., (2011), "Embodiment and social and environmental action in nature-based sport: spiritual spaces", *Leisure Studies*, 30(4), pp. 495-512.

Hunter C., (1997), "sustainable tourism as an adaptive paradigm", *Annals of tourism research*, 24(4), pp. 850- 867.

Iansiti M., Levien R., (2004), "Strategy as ecology", *Harvard business review*, 82(3), pp. 68-78.

Immonen T. et al., (2017), "Understanding Action and Adventure Sports Participation: an Ecological Dynamics Perspective", *Sports Medicine (Open)*, 3(18).

- Jafari, J. (2001), "The scientification of tourism", *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century*, pp.28-41.
- Jolliffe L., Farnsworth R., (2003), "Seasonality in tourism employment: Human resource challenges", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(6), pp. 312-316.
- Kaltenborn B. P., Williams D.R., (2002), "The meaning of place: Attachments to Femundsmarka National Park, Norway, among tourists and locals", *Norsk Geografisk Tidsskrift*, 56(3), pp. 189-198.
- Kianicka S., Buchecker M., Hunziker M., Müller-Böker U., (2006) "Locals' and tourists' sense of place", *Mountain Research and Development*, 26(1), pp. 55-63.
- Kyle G., Chick G., (2007) "The Social Construction of a Sense of Place", *Leisure Sciences*, 29(3), pp. 209-225.
- Kulendran, N., Dwyer L., (2010), "Seasonal variation versus climate variation for Australian tourism", *CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd*, pp. 3-27.
- Kwiatkowski G., Könecke T., (2017), "Tourism and recurring events. Event tourists' and regular tourists' profiles and expenditures at the Windsurf World Cup on Sylt", *Sport Business and Management: An International Journal*, 7(5), pp. 464-482.
- Lazzeretti L., Capone F., (2008) "Mapping and Analysing Local Tourism Systems in Italy, 1991–2001", *Tourism Geographies*, 10(2), pp. 214-232.
- Legge provinciale del 15 novembre 2001, n. 9, Provincia autonoma di Trento.
- Leiper N., (1979), "The Framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry", *Annals of tourism research*, pp. 320-407.
- Lentati S., (1991), "Tech people: Peter Munzlinger", *Windsurf Italia*, 91(9), Gruppo B editore, pp. 24-27.
- Lew A. A., Hall C. M., Williams A. M., (2008), "Contemporary themes and challenges in Tourism Research", in Lew A. A., Hall C. M., Williams A. M. (Eds.), *A companion to tourism*, John Wiley & Sons, pp. 609-6018.

- Li H., Song H., Li L., (2017), "A dynamic panel data of climate tourism demand: additional evidence", *Journal of travel research*, 56(2), pp. 158-171.
- Lindsey I., (2008), "Conceptualising sustainability in sports development", *Leisure Studies*, 27(3), pp. 279-294.
- Lorgnier N., Su C., (2014), "Considering cooperation strategies in sport tourism networks: A look at the nonprofit nautical sports clubs on the northern coast of France", *European Sport Management Quarterly*, 14(1), pp. 87-109
- Lundberg C., Gudmundson A., Andersson T. D., (2009), "Herzberg's Two-Factor Theory of work motivation tested empirically on seasonal workers in hospitality and tourism", *Tourism management*, 30(6), pp. 890-899.
- Lyon T.P., Montgomery A.W., (2015), "The means and end of Greenwash", *Organization & Environment*, 28(2), pp. 223-249.
- Mach L., & Ponting J., (2021) "Establishing a pre-COVID-19 baseline for surf tourism: trip expenditure and attitudes, behaviors and willingness to pay for sustainability", *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 2(1), pp. 1-10.
- Machado V., Carrasco P., Contreiras J.P., Duarte A.P., Gouveia D., (2018) "Governing Locally for Sustainability: Public and Private Organizations' Perspective in Surf Tourism at Aljezur, Costa Vicentina, Portugal", *Tourism Planning & Development*, 15(6), pp. 692-704.
- Mamone M., Tartaglia M., (1985), Lago di Garda: carta e guida nautica, Bassano del Grappa: Ghedini e Tassotti editori.
- Manunza L., (2016) "Il lavoro stagionale nel settore turistico in Sardegna", *Il lavoro stagionale nel settore turistico in Sardegna*, pp. 289-313.
- Marchant B., Mottiar Z., (2011), "Understanding lifestyle tourism entrepreneurs and digging beneath the issue of profits: profiling surf tourism lifestyle entrepreneurs in Ireland", *Tourism Planning and Development*, 8(2), pp. 171-183.
- Marri Tonelli M., (1994), "Alle origini del fenomeno turistico", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 255-278.

Martin S. A., Assenov I., (2012) "The genesis of a new body of sport tourism literature: a systematic review of surf tourism research (1997–2011)", *Journal of Sport & Tourism*, 17(4), pp. 257-287.

Martin S. A., Assenov I., (2014), "Developing a surf resource sustainability index as a global model for surf beach conservation and tourism research", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(7), pp. 760-792.

Massey D., (1991), "A global sense of place", *Marxsim Today*, June, pp. 24-29.

Mazzoldi L., (1969), "Storia di una comunità lacuale", in Frugoni A., *Il lago di Garda storia di una comunità lacuale. Atti del congresso internazionale*, 1, Ateneo di Salò, pp. 153-164.

McIntosh R., Goeldner C., Ritchie J.R.B., (1995). *Tourism, principles, practices, philosophies* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

McMillan D.W., Chavis D., (1986), "Sense of community: a definition and theory", *Journal of Community psychology*, 14(13), pp. 6-23.

Modrono C., Guillen F., (2016), "Motivation and self-concept in windsurfers: a study of professional and recreational participants", *Revista de Psicología del Deporte*, 25(1), pp. 105-112.

Molina Navarro F., Rivera Mateos M., Millán Vázquez de la Torre M. G., (2020), "Outdoor sports and active tourism company management in Cordoba (southern Spain): An empirical study on the perception and behavior of supply", *PloS one*, 15(12), pp. 1-17.

Moore J.F., (1993), "Predators and pray: a new ecology of competition", *Harvard Business Review*, pp. 75-86.

Moore J.F., (1998) "The rise of a new corporate form", *Washington Quarterly*, 21(1), pp. 167-181.

Morand J. C., Cardoso L., Pereira A. M., Araújo-Vila N., de Almeida G. G. F., (2021), "Tourism ambassadors as special destination image inducers", *Enlightening Tourism a pathmaking Journal*, 11(1), pp. 194-230.

Morrison A., (2006) "A Contextualisation of Entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 12(4), pp. 192-209.

- Moscardo G., (2008), "Sustainable tourism innovation: Challenging basic assumptions", *Tourism and Hospitality research*, 8(1), pp. 4-13.
- Mühlegger A., (2020) "Interview mit Erfinder-Legende Ernstfried Prade", *Surf Magazin*, 8:2020.
- Nazli M., Musal R.M., (2018), "Surf Tourism Development: Perspectives in Alaçatı Surf Spot", *BMIJ*, 3(2), pp. 390-409.
- Nichols G., Ralston R., Holmes K., (2017), "The 2012 Olympic Ambassadors and sustainable tourism legacy", *Journal of Sustainable Tourism*, 25(11), pp. 1513-1528.
- O'Brien D., Ponting J., (2013) "Sustainable surf tourism: A community centered approach in Papua New Guinea", *Journal of Sport Management*, 27(2), pp. 158-172.
- Pagenstecher C., (2020), "Surfen, wo die Zitronen blühen. Der deutsche Gardasee-Tourismus im Wandel", *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 12(1), 57-87.
- Parisi B., (1994), "Spazio geografico e glacialismo", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 41-60.
- Pasini R., (2001), "L'età del turismo di massa", in Sauro U., Simoni C., Turri E., *Il lago di Garda*, Sommacampagna: Cierre Edizioni, pp. 373-393.
- Passamani B., (1969), "Fatti e monumenti artistici del Sommolago", in Frugoni A., *Il lago di Garda storia di una comunità lacuale. Atti del congresso internazionale*, 1, Ateneo di Salò, pp. 261.
- Pearce P., (1995) "From culture shock and cultural arrogance to cultural exchange: Ideas towards sustainable socio-cultural tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), pp. 143-54.
- Pedrotti F., Turri E., (1994), "La vegetazione", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 75-94.
- Peltoniemi M., Vuori E., (2008), "Business ecosystem as the new approach to complex adaptive business environments", *Tampere University of Technology*, pp. 1-15.

Perroux F., (1961) "La firme motrice dans une région, et la région motrice. In Théorie et politique de l'expansion régional", *Liège: Bibliothèque de l'Institut de Science Economique de l'Université de Liège*, pp. 301–327.

Peters M., Frehse J., Buhalis D., (2009) "The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of the tourism industry", *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), pp. 393-405.

Pezzoli A., (2005), "Observation and analysis of etesian windstorms in the Saroniko Gulf", *Advances in Geosciences*, 2, pp. 187-194.

Piazza A., Corradini S., (2000), "Ora del Garda: caratterizzazione del fenomeno", *Natura alpina*, 51(2-3), pp. 32-28.

Pivetti D., (2021), "Dieci ore di code per lasciare il lago di Garda: buon segno per il turismo, calvario per chi ci vive", *Quotidiano l'Adige*, 24 agosto.

Pressler C., (2013), "Spot guide Sardinien nord", *Surf Magazin*, 8, pp. 6-18.

Prokopiou D., et al., (2019), "Tourism development of the Cyclades islands: economic, social, and carrying capacity assessment and consequences", *WIT Transactions on ecology and environment*, 217, pp. 509-521.

Prokopiou D., Tselentis B.S., (2005), "Regional development in the island of Kos and Rodhes: a study of sustainable financial opportunities", *WIT Transactions on ecology and environment*, 84, pp 1133-1142.

Radicchi E., (2013), "Tourism and Sport: Strategic synergies to enhance the sustainable Development of local Context", *Physical culture and Sport studies and research*, 58, pp. 44-57.

Ramanathan V., (2005), "Situating the Researcher in Research Texts: Dilemmas, Questions, Ethics, New Directions", *Journal of Language, Identity, and Education*, 4(4), pp. 291-293.

Ratten V., (2018) "Entrepreneurial intentions of surf tourists", *Tourism review*, 73(2), pp. 267-276.

Redazione 4Windsurf, (2021), "Surf Club Keros. La vacanza in Grecia", *4Windsurf Magazine: Spot Guide*.

Redazione l'Adige, (2021), "I problemi della ripartenza: mancano gli stagionali all'80% di bar e ristoranti", *Quotidiano L'Adige*, 29 maggio.

Redazione l'Adige (2020), "Tra Rovereto e Torbole 17km di coda. Traffico di turisti da record verso il Garda", *Quotidiano l'Adige*, 12 agosto.

Redazione il Post, (2021), "Perché mancano i lavoratori stagionali", *il Post*, 29 giugno.

Ridderstaat J., Croes R., (2020), "A framework for classifying causal factors of tourism demand seasonality: an interseason and intraseason approach", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(5), pp. 733-760.

Ridderstaat J., et al, (2014), "Impacts of seasonal patterns of climate on recurrent fluctuations in tourism demand: Evidence from Aruba", *Tourism Management*, 41, pp. 245-256.

Risultato della Gara di asta pubblica, (2019), *Concessione terreno in loc. Conoca D'oro per attività scuola di windsurf*, Comune di Nago Torbole, protocollo n.3646.

Rivera Mateos M., (2016), "Paisaje, patrimonio y turismo de surf: factores de atracción y motivación en el Parque natural del Esterch", *Cuadernos de turismo*, 37, pp. 351-327.

Roberts K., (1999, 30 Maggio) "TV sport goes to extreme for teens", *The Observer*.

Robinson R. N., (2013), "Darker still: Present-day slavery in hospitality and tourism services", *Hospitality & Society*, 3(2), pp. 93-110.

Robinson R. N., Baum T., Golubovskaya M., Solnet D. J., Callan V., (2019), "Applying endosymbiosis theory: Tourism and its young workers", *Annals of Tourism Research*, 78, pp. 371-381.

Rodríguez R. A., López A. G., Caballero J. L. J., (2017) "Has implementing an ecolabel increased sustainable tourism in Barcelona?", *Cuadernos de turismo*, pp. 93-134.

Rossellò J., Sansò A., (2017), "Yearly, monthly, weekly seasonality of tourism demand: a decomposition analysis", *Tourism Management*, 60, pp.379-389.

Rossmeier M., (2017), *Tricktionary 3: la Bibbia del windsurf*, Tricktionary GmbH.

Sanchez-Medina J. et al., (2019), "Data Stream Mining Applied to Maximum Wind Forecasting in the Canary Islands", *Sensor Journal*, 19(10), 2388.

Rotunno R., (2021), "Turni di 20 ore e zero riposi: Ecco chi sono i 'fannulloni'", *Il Fatto quotidiano*, 5 giugno.

Sartori P., Varanini G.M., (2001), "Tra Quattrocento e Settecento: le sponde divise. Istituzioni, demografia, società ed economia.", in Sauro U., Simoni C., Turri E., *Il lago di Garda*, Sommacampagna: Cierre Edizioni, pp 168-182.

Sauro U., (2001), "Le forme del paesaggio", in Sauro U., Simoni C., Turri E., *Il lago di Garda*, Sommacampagna: Cierre Edizioni, pp. 75-95.

Scott D.J., Lemieux J.C., Malone L., (2011), "Climate services to support sustainable tourism and adaptation to climate change", *Climate Research*, 47, pp. 111-122.

Selen W., Ogulin R., (2014), "Strategic alignment across a tourism business ecosystem", *Athens Journal of Tourism*, 2(3), pp. 167-178.

Simoni C., (2001), "La via del lago. Il commercio, la guerra, il viaggio sulle acque del Garda", in Sauro U., Simoni C., Turri E., *Il lago di Garda*, Sommacampagna: Cierre Edizioni, pp. 168-182.

Shaw G., Williams A., (1998) "Entrepreneurship, small business, culture and tourism development", In Ioannides D., Debbage D. (Eds.), *The economic geography of the tourist industry: A supply side analysis*, Abingdon: Routledge, pp. 235–255.

Shriver S.K., Nair H.S., Hofstetter R., (2013), "Social Ties and User-Generated Content: Evidence from an Online Social Network", *Management Science*, 59(6), pp. 1425-1443.

Smith K., (1993), "the influence of weather and climate on recreation and tourism", *Weather*, 48(12), pp. 398-404.

Solitto G., (1986), *Benaco*, vol1, Bologna: Attesa Editrice.

Solitto G., (1986), *Benaco*, vol2, Bologna: Attesa Editrice.

Stebbins R.A., (2001) "Serious Leisure", *Social Theory*, pp. 53-57.

- Stewart T.R., Pielke R. Jr, Nath R., (2004) "Understanding user decision making and the value of improved precipitation forecasts: lessons from a case study", *Bull Am Meteorol Soc*, 85, pp. 223–235.
- Stratigea A., Katsoni V., (2015), "A strategic policy scenario analysis framework for the sustainable tourist development of peripheral small island areas- the case of Lefkada – Greece Island", *Eur J Futures res*, 3(5).
- Thulemark M., (2017), "Community formation and sense of place–seasonal tourism workers in rural Sweden", *Population, Space and Place*, 23(3), pp. 1-11.
- Thwaites D., (1999), "Closing the gaps: service quality in sport tourism", *Journal of Services Marketing*, 13(6), pp. 500-516.
- Tisi F., (1994), "Il clima dell'Alto Garda", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 86-89.
- Tisi F., (1994 b), "Il clima dell'Alto Garda", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 166-167.
- Tomasi G., (1994), "L'eredità del glacialismo", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 61-74.
- Tonelli A., (1994), "Artisti e letterati alla ricerca del Sole", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 239-254.
- Turri E., (1994), "Il Sommolago tra passato e presente", in Gofer A., Turri E., *Là dove nasce il Garda*, Verona: Cierre Edizioni, pp. 298-299.
- Turri E., (2001), "Lacustri contadini e montanari", in Sauro U., Simoni C., Turri E., *Il lago di Garda*, Sommacampagna: Cierre Edizioni, pp. 141-157.
- Turri E., (2003) "Der Gardasee. Zerstörung eines Reichtums, in: Der Gardasee. Schwerpunktheft von Zibaldone", *Zeitschrift für italienische Kultur der Gegenwart*, 36, Tübingen: Stauffenburg, pp. 19-32.
- UNWTO, UNPD, (2018), *Tourism and the sustainable development goals- Journey to 2030*, Madrid.

- Urry J., (2005), "The Complexity Turn", *Theory, Culture and Society*, 22(5), pp. 1-14.
- Vedovelli G., (2001), "Pescatori del Garda", in Sauro U., Simoni C., Turri E., *Il lago di Garda*, Sommacampagna: Cierre Edizioni, pp. 158-167.
- Watson L., (2001), *Il Libro del vento*, Milano: Perling & Kupfer editori.
- Weaver D. B., (2004) "Tourism and the elusive paradigm of sustainable development", in Lew A. A., Hall C. M., Williams A. M., *A companion to tourism*, Oxford: Blackwell, pp. 510-521.
- Weaver D.B., (2008), "Tourism and the elusive paradigm of Sustainable Tourism", in Lew A. A., Hall C. M., Williams A. M. (Eds.), *A companion to tourism*, John Wiley & Sons, pp. 510-522.
- Weed M., (2020) "The role of the interface of sport and tourism in the response to the COVID-19 pandemic", *Journal of Sport & Tourism*, 24(2), pp. 79-92.
- Wheaton B., (2000 a), "'Just do it' Consumption, Commitment and Identity in the windsurfing Subculture", *Sociology of Sport Journal*, 17, pp. 254-274.
- Wheaton B., (2000 b), "'New Lads?' Masculinities and the New Sport Participant", *Social Science collection: Men and Masculinities*, 2(4), pp. 434-456.
- Wheaton B., (2007), "After sport culture: Rethinking sport and subcultural theory", *Journal of Sport & Social Issues*, 31(3), pp. 283-307.
- Wheaton B., (2010), "Introducing the consumption and representation of lifestyle sports", *Sport in Society*, 13(7-8), pp. 1057-1081.
- Williams D. R., Stewart S. I., (1998) "Sense of place: An elusive concept that is finding a home in ecosystem management", *Journal of forestry*, 96(5), pp. 18-23.
- Williams C. L., Connell C., (2010), "'Looking good and sounding right' aesthetic labor and social inequality in the retail industry", *Work and Occupations*, 37(3), pp. 349-377.
- Woo E., Kim H., Uysal M., (2015), "Life satisfaction and support for tourism development", *Annals of tourism research*, 50, pp. 84-97.

Yu C. P., Cole S. T., Chancellor C. (2016), "Assessing community quality of life in the context of tourism development", *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), pp. 147-162.

Zampieri D., (2001), "Le origini della conca benacense", in Sauro U., Simoni C., Turri E., *Il lago di Garda*, Sommacampagna: Cierre Edizioni, pp. 57-74.

Zimmermann A., Saura S., (2017), "Body, environment and adventure: experience and spatiality, Sport", *Ethics and Philosophy*, 11(2), pp. 155-168.

SITOGRAFIA

boards.co.uk

eu.oneill.com

everythingwindsurfing.com

fhacademy.it

it.addicted-sports.com

it.windfinder.com

Instagram.com

landings.melia.com

point-7.com

northlakeshop.it

seatex-boards-repair.business.site

surfplanet1.surfplanet.it

Starweb.provincia.tn.it

windsurferclass.com

windvalley.it

wp.seatexsails.com

Whc.unesco.org

www.4actionsport.it

www.agririva.it

www.aics.it

www.airbnb.it

www.bestwind.it

www.canyonadv.com

www.circolosurftorbole.com

www.comune.rivadelgarda.tn.it

www.dpc-torbole.com

www.duotoneprocenter.com

www.esteri.it

www.facebook.com

www.formazionefedervela.it

www.friendsofconservation.org

www.garda-outdoors.com

www.gardatrentino.it

www.gdrc.org

www.g-floriani.it

www.google.com/maps

www.gotarifa.com

www.Immobiliare.it

www.lefkada.gr

www.negrinautica.com

www.oradinisport.com

www.pwaworldtour.com

www.quiksilver.it

www.rafwind.com

www.rene-egli.com

www.responsibletravel.org

www.robertoriccidesigns.com

www.ripcurl.eu

www.savethewaves.org

www.shaka.it

www.sportif.travel

www.statista.com

www.statweb.provincia.tn.it

www.surf-magazin.de

www.surftribe.it

<https://www.surflb.com>

www.surfrider.org

www.surfsegnana.it

www.torbolesails.com

www.trentinomarketing.org

www.turismo.provincia.tn.it

www.unwto.org

www.vdws.de

www.vallediledro.com

www.vascorenna.com

www.vivoscuola.it

www.waterwind.it

www.windy.com

www.windsurf.co.uk

www.windnewsmag.it

RINGRAZIAMENTI

Un ringraziamento speciale a Giovanna Di Matteo che mi ha seguita in questo lavoro, sempre in modo preciso e attento. Grazie alla sua disponibilità, conoscenza e prontezza, senza le quali questa tesi non sarebbe sicuramente risultata così.