

Acquaviva Uisp: una risorsa per valorizzare i territori

Pubblicato: Mercoledì 2 Dicembre 2020



Come è possibile coniugare al meglio **turismo, sport e rispetto dell'ambiente**? Un turismo attento è la chiave per cogliere appieno le caratteristiche di un luogo fatto di natura, cultura e tradizioni spesso legate anche allo sport. Basta pensare a tutte quelle località in cui proprio le **attività turistiche coniugate allo sport hanno rilanciato l'economia** di un territorio.

In Italia, non mancano dei territori virtuosi che hanno saputo dare nuovo impulso al turismo: pensiamo al caso del **fiume Aniene a Subiaco, nel Lazio**, dove l'associazione sportiva **“Vivere l'Aniene”** è riuscita ad eguagliare il numero di presenze creato dal **pellegrinaggio nei siti religiosi**. Altro esempio è quello toscano, dove alcune società sportive che fanno capo **all'Acquaviva Uisp** hanno saputo dar vita a dei veri e propri **centri avventura outdoor in fiume e mare**: l'asd Terramare in Maremma, T-rafting nel fiorentino, Apua surf nel massese.

In tutta Italia, **dalla Lombardia alla Sicilia, tante realtà associative affiliate Uisp** hanno scommesso e continuano ad investire tempo e denaro su “Sport, ambiente, solidarietà”, e a questo punto possiamo dire anche in “Turismo sostenibile”.

«In risposta al dilagante turismo di massa si è andato sviluppando un **turismo alternativo, responsabile**, capace di promuovere interazioni con comunità e culture locali, con l'ambiente e il paesaggio – afferma **Gian Piero Russo**, responsabile Acquaviva Uisp – in grado di sostenere l'identità e il carattere dei luoghi stimolando lo sviluppo locale a livello economico, sociale e culturale».

In questo l'Acquaviva Uisp con le attività di formazione e di coordinamento generale fornisce **strumenti e standard applicati al contesto sportivo ma spendibili anche nel reparto turistico**; attività e competenze che, nell'immediato e in un contesto non profit di volontariato, promuovono territori e stili di vita ecosostenibili ma che possono evolvere in un contesto professionale.

Secondo i dati dell'European Travel Commission, nel 2019 **in Italia quasi il 20% dei turisti hanno scelto di trascorrere vacanze all'insegna dello sport**, come motivazione principale o secondaria. Scelte che si trasformano in importanti ricadute economiche per i territori che ospitano eventi sportivi o che offrono la possibilità di fare sport.

Uisp con le sue società affiliate distribuite sul territorio può effettivamente fare la differenza e incanalare il messaggio dello sport per tutti all'interno di una cornice turistica che allo stesso tempo può arricchire territori depressi e spesso dimenticati.

di [Maurizio Zaccherotti](#), responsabile comunicazione Uisp Acquaviva