

Zeitschrift: Gioventù e sport : rivista d'educazione sportiva della Scuola federale di ginnastica e sport Macolin
Herausgeber: Scuola federale di ginnastica e sport Macolin
Band: 32 (1975)
Heft: 6

Artikel: Il mecenatismo nello sport
Autor: Libotte, Armando
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1000755>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Il mecenatismo nello sport

Armando Libotte

Il mecenatismo è fenomeno antico. Poeti, artisti e musicisti se ne sono avvantaggiati attraverso i secoli ed anche le scienze hanno avuto i loro munifici sostenitori. Nei paesi a partito unico, il mecenatismo non è più necessario, in quanto lo Stato provvede a tutto, ma il suo appoggio va solo a coloro i quali agiscono entro i limiti della ideologia imperante. Per gli altri non c'è nulla, se non la prigione, il campo di lavoro coatto o l'istituto neuropsichiatrico. Nei paesi a regime pluralistico, il mecenatismo agisce, da qualche tempo in qua, soprattutto nel campo dello sport ed è, nella quasi totalità dei casi, un mecenatismo interessato. Ci si serve dello sport quale mezzo di propaganda e diffusione di un determinato prodotto o per appagare determinate ambizioni personali. Per definire il mecenatismo moderno dello sport si ricorre al termine inglese di «sponsor», che vuol dire padrino (o madrina) garante. Garante, in un certo senso, del successo.

Gli «sponsor» agiscono, soprattutto — ed è ovvio — negli sport di massa, quelli che attirano le grandi folle. Per il patrocinio di manifestazioni religiose o per sport che non attirano pubblico, come da noi l'atletica leggera, è difficile trovare un sostenitore, anche se la spesa non supera i mille franchi. L'intervento dello «sponsor» ha per base un concetto antichissimo, il «do ut des». Ti do, per quanto mi dai. È chiaro che lo «sponsor» mette a disposizione i suoi soldi unicamente se è certo di ricavarne un profitto, se non immediato, per lo meno a distanza più o meno lunga. È, insomma, un investimento di capitale come un altro, con la differenza che il termine «sponsor» lascia intendere che dietro all'offerta vi sia un gesto di generosità altruistica, quando invece, non v'è che calcolo d'interesse.

Il vero mecenate è colui che sostiene una causa per idealismo, perché convinto che il suo appoggio giovi al suo prossimo o alla collettività. Nello sport invece, il mecenatismo, chiamiamolo così, di natura finanziaria si fa vivo solo là dove c'è da raccogliere popolarità o, come si è detto prima, un vantaggio propagandistico. Questa forma di mecenatismo si è sviluppata soprattutto con l'avvento della televisione e, in un certo senso, con la complicità della televisione o comunque dei suoi operatori, i quali hanno in mano uno strumento potentissimo. Basta che si soffermino, per un istante, su una determinata scritta pub-

blicitaria, per appagare lo «sponsor» o comunque per convincerlo a continuare la sua azione di appoggio ad un determinato sport o ad una determinata manifestazione.

Ci sono degli «sponsor» che tengono aggiornata una precisa tabella dei secondi in cui il nome del proprio prodotto viene «fissato» sui teleschermi ed in base al «minutaggio» complessivo d'una stagione regolano la loro sovvenzione. Tutto questo avviene, beninteso, in barba agli stessi interessi della televisione che, come tutti sanno, fa pagare carissimo i suoi «spots» pubblicitari. Un Merckx che taglia vittorioso il traguardo, facendo bella mostra, sul petto del nome della marca per la quale corre, ottiene un effetto pubblicitario enorme, col vantaggio di non costare nulla, se non il salario spettante al corridore.

Ma c'è anche la vanità personale che induce, spesso, persone danarose a buttare nello sport somme non indifferenti, solo per potersi fregiare, magari, del titolo di «presidentissimo». Ma questo tipo di mecenatismo, da noi è quasi sempre stato votato all'insuccesso. Certo ci sono stati anche dei momenti di effimera gloria, ma a lungo andare la politica del sovvenzionamento a «fondo perso» o quasi si rivela insostenibile. Nè bastano, evidentemente, i soli soldi per fare il risultato. Se così fosse, la Svizzera dovrebbe essere una delle grandi potenze sportive del mondo, invece è superata, in quasi tutti gli sport, da paesi che generalmente vengono definiti «sottosviluppati».

Ma il vero mecenatismo è un altro, e non ha bisogno di soldi. È quello delle migliaia e migliaia di persone che dedicano tutta una vita alla formazione dei giovani, in tutti i campi, senza mai chiedere nulla. La loro opera è veramente impagabile e tradotta in cifre, supererebbe di gran lunga gli importi messi a disposizione, in denaro liquido, dai cosiddetti «sponsor». Nel Ticino, lo sport di base — la ginnastica, atletica leggera, nuoto — si regge soprattutto grazie a questi autentici mecenati, che riservano il loro tempo libero alle rispettive società e non contano le ore dedicate alla palestra, allo stadio o alla piscina, rimanendo sempre nel più stretto anonimato. Di questi mecenati, il Ticino ne ha sempre avuto e continua, per le fortune del nostro sport e della nostra educazione fisica, a sfornarne. Senza di essi, l'attività sportiva nel nostro Cantone, si ridurrebbe a ben poca cosa.