

Eventi sportivi : manna o maledizione per il turismo?

Autor(en): **Meier, Barbara**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Mobile : la rivista di educazione fisica e sport**

Band (Jahr): **5 (2003)**

Heft 5

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1001767>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Sport e economia (3)

Eventi sportivi: manna o maledizione per il turismo

Uno studio mostra che le grandi manifestazioni sportive sono finanziariamente interessanti per le regioni che le ospitano. I responsabili locali del turismo, però, devono fare i conti anche con aspetti negativi.

Barbara Meier

Durante i Campionati mondiali di sci del 2003, gli alberghi di St. Moritz denunciavano un numero inconsueto di letti disponibili ed a St. Anton l'ente turistico locale si è detto contrario all'organizzazione della tradizionale gara di Coppa del mondo nel 2004, visto che cade proprio nell'alta stagione. Nonostante i vantaggi per l'immagine della regione, le manifestazioni sportive sono contestate se si esaminano gli aspetti meramente finanziari.

Bibliografia

Rütter H.; Steller J. et al.: Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen in der Schweiz. Schlussbericht, KTI-Projekt «Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen in der Schweiz» Lucerna 2002.
www.sportevent-scorecard.ch

Difficile fare un bilancio

Al giorno d'oggi, lo sport rappresenta un importante fattore economico che genera valore ed occupazione, anche se (e lo stesso vale per il turismo) non rappresenta un settore in senso economico ma si compone di diverse attività. La discussione sul valore dello sport per il turismo e sull'interesse da parte dei responsabili locali nei confronti di questo settore è stata rilanciata in occasione della gara del Lauberhorn del 2002, quando la regione del Tirolo è stata rimpiazzata come sponsor da «Vallese Turismo» solo dopo lunghi tentennamenti.

Guadagni a diversi livelli

Le località e le regioni che ospitano grandi manifestazioni sportive ne traggono vantaggio sotto diversi punti di vista. Oltre ad un notevole impulso delle attività economiche ed alla costruzione di infrastrutture quali strade, funivie, telecomunicazioni, grazie alla presenza dei media ci si può attendere un notevole aumento della popolarità. Questo tipo di eventi ha effetti positivi sull'immagine della località che li ospita a prescindere dal fatto che si tratti di gare popolari o di massimo livello, uniche o ricorrenti a scadenze fisse. Proprio questa notorietà rappresenta un importante presupposto per l'evoluzione

Foto: Keystone/Steffen Schmidt

Emil Tall, presidente CO Maratona engadinese

Più vantaggi che danni

«mobile»: dai risultati dello studio sui vantaggi economici delle grandi manifestazioni sportive lei si attendeva di ricavare argomenti convincenti da presentare ai responsabili politici e turistici della regione. Si è verificato l'effetto positivo sperato? Emil Tall: da quando sono disponibili i risultati dello studio per noi è diventato più facile mostrare i vantaggi della nostra manifestazione per la regione. Anche le istanze decisionali a livello di politica e turismo possono ora meglio legittimare il sostegno che ci danno.

Come giudica il valore dello sport ed in particolare di una grande manifestazione sportiva per una località o una regione? Le cifre dello studio parlano da sole per quel che riguarda l'indotto di tali manifestazioni. Inoltre, la Maratona engadinese è la migliore pubblicità per l'Engadina come meta di appassionati di sci di fondo.

Secondo lei i grandi appuntamenti sportivi hanno effetti positivi o negativi sul turismo di una regione? Dipende dal periodo in cui si tiene la manifestazione; con la Maratona engadinese, prevista la seconda domenica di marzo, possiamo prolungare la stagione dello sci di fondo di due o tre settimane, mentre una maratona durante il periodo natalizio o a metà febbraio non sarebbe certo l'ideale. Si deve inoltre fare in modo che l'evento sia direttamente collegato ad uno sport che la regione è in grado di offrire. Sono convinto che una manifestazione sportiva porta comunque più vantaggi che danni ad una regione turistica.

Come si presenta la collaborazione ideale fra gli organizzatori di una grande manifestazione sportiva ed i responsabili del turismo locale? Innanzitutto tutti devono essere consci del fatto che siamo noi che aiutiamo il turismo e la regione e non il contrario. Inoltre, l'organizzazione dovrebbe essere maggiormente coinvolta nella pubblicità rivolta al turista; se possiamo accogliere più partecipanti alla nostra gara, automaticamente anche il turismo nell'intera regione ne trae vantaggio.

Indirizzo: info@engadin-skimarathon.ch



smo?

e il successo (economico) della manifestazione, ma anche un fattore positivo per il turismo in generale. Sarebbe quasi una situazione ideale per una stretta cooperazione fra sport e turismo, anche se il suddetto effetto non è quantificabile in moneta.

Arrivano gli atleti, partono i turisti

D'altra parte, le altre attività turistiche vengono messe in disparte dalla manifestazione sportiva. Fra le cause di questo effetto negativo (crowding out) si possono citare l'affollamento presso le strutture sportive, prezzi maggiorati o anche un'ostilità nei confronti dell'evento in sé. Gli effetti possono essere di tre tipi:

- i turisti evitano il luogo durante la manifestazione e preferiscono altre località sia nella regione che fuori (anche negli anni a venire);
- gli ospiti spostano leggermente le date di permanenza (arrivando prima o dopo del solito) in modo da evitare almeno in parte la concomitanza;
- i turisti rinunciano del tutto alla vacanza e spendono in altri settori del tempo libero.

Ancora, non è certo detto che una località dopo un avvenimento sportivo riesca ad essere nuovamente ammessa nel catalogo dei tour operator, ulteriore ragione per cui i responsabili del turismo non sono particolarmente entusiasti di ospitare eventi sportivi. **m**