

Zeitschrift: Mobile : la rivista di educazione fisica e sport
Herausgeber: Ufficio federale dello sport ; Associazione svizzera di educazione fisica nella scuola
Band: 5 (2003)
Heft: 2

Artikel: I grandi eventi sportivi favoriscono le regioni
Autor: Meier, Barbara
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1001705>

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: 29.03.2025

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

I grandi eventi sportivi favoriscono le regioni

Lo sport è al giorno d'oggi un importante fattore economico, capace di generare nell'economia di un paese ricchezza ed occupazione. Per la prima volta sono ora disponibili cifre concrete sull'importanza economica di grandi manifestazioni sportive in Svizzera. Il professor Jürg Stettler si è occupato di un progetto di ricerca in questo ambito, cui hanno partecipato diversi partner.

Intervista di Barbara Meier

«mobile»: cosa vi ha spinto a svolgere una ricerca sui fattori economici dello sport?

Jürg Stettler: l'idea risale al tempo del consigliere federale Adolf Ogi, che nella sua funzione di ministro responsabile dello sport ha posto alcuni accenti, chiedendo fra l'altro che la ricerca scientifica in campo sportivo ricevesse nuovi impulsi. Facendo il punto della situazione si è visto che le conoscenze a livello scientifico riguardo alle interazioni fra sport ed economia erano piuttosto scarse. Si è quindi deciso di mettere l'accento proprio su questo punto, che è stato in seguito affrontato nell'ambito delle grandi «manifestazioni sportive».

La ricerca si basa su sette casi concreti; è possibile ricavarne conclusioni di carattere generale o fare confronti validi? Era importante per noi riuscire a coprire la grande varietà di manifestazioni sportive che si hanno in Svizzera, per cui abbiamo scelto eventi di varia natura. Per poterli però raffrontare fra loro abbiamo elaborato un metodo applicabile a tutti i sette casi concreti. La metodologia rappresenta una valida base di raffronto, ma viste le differenze esistenti fra i vari casi non è stato facile paragonare i risultati. Nell'apposita scorecard abbiamo riportato e confrontato cifre distintive ed eventi principali delle sette manifestazioni. Nella valutazione ed interpretazione di queste cifre si devono però considerare anche collegamenti e situazioni concrete proprie della singola manifestazione.

Ci sono casi in cui si può procedere ad un effettivo confronto? In generale si potrebbero confrontare forse la discesa libera del Lauberhorn e quella di St. Moritz; si tratta dello stesso sport e le manifestazioni sono simili per quel che attiene alle strutture. Anche qui, però, pur se si tratta di eventi di fatto uguali, si riscontrano grandi differenze, ad esempio per quel che attiene la presenza mediatica sul posto, le

dimensioni dell'evento e gli investimenti fatti, che nel caso di St. Moritz erano inclusi nell'organizzazione dei mondiali.

Quali risultati l'hanno sorpresa maggiormente? L'enorme diversità fra le manifestazioni. Naturalmente ce l'aspettavamo, ma non a questo livello. Ci siamo inoltre resi conto che manifestazioni sportive a partire da certe dimensioni rappresentano un'impresa complessa, con diverse e variate connessioni, che presuppongono notevoli sforzi. Cito come esempi la discesa libera del Lauberhorn o i Mondiali di canottaggio di Lucerna.

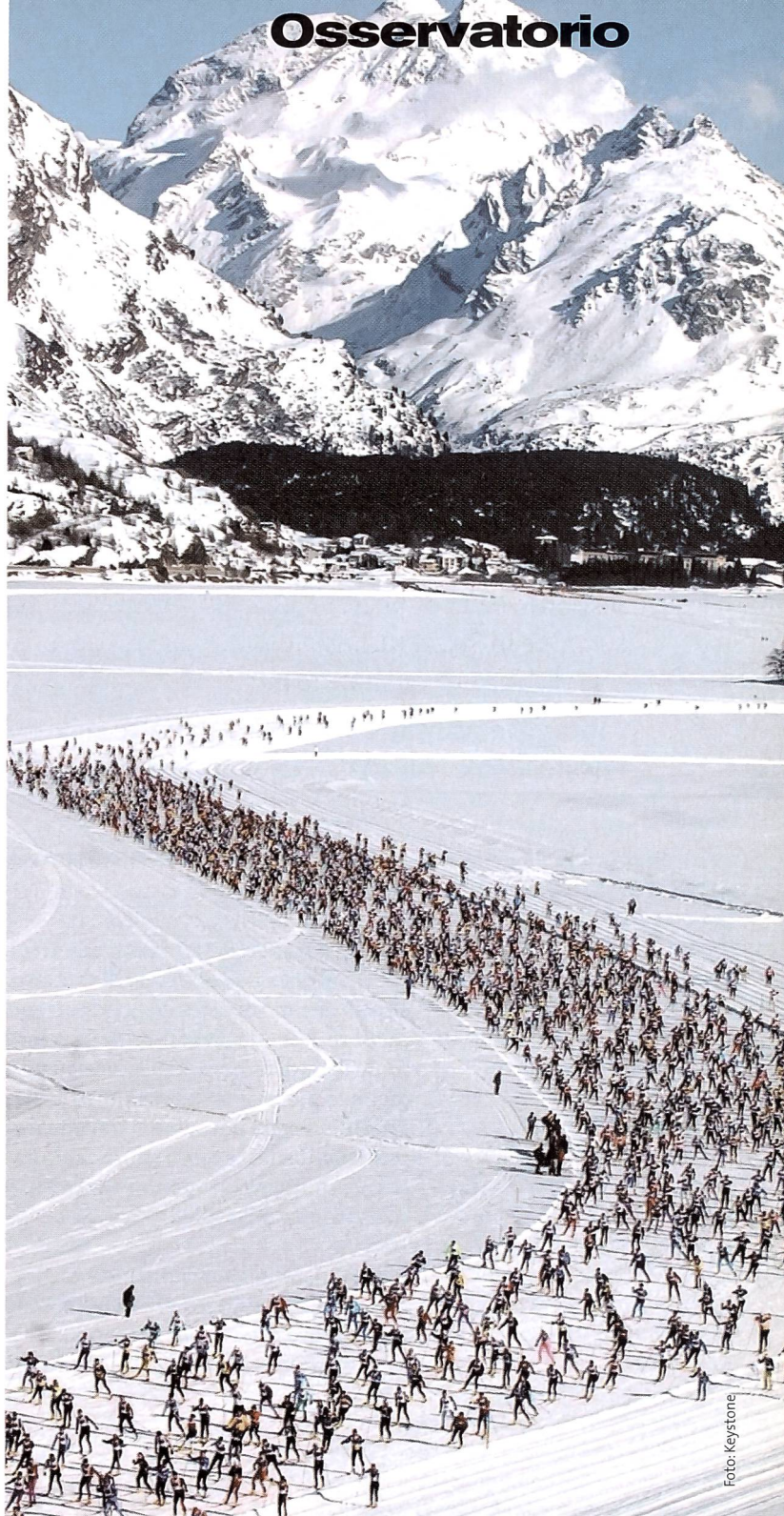
E quali risultati sono maggiormente rilevanti dal punto di vista economico? Da un lato possiamo rilevare che quasi nessuna manifestazione potrebbe coprire i costi senza un intervento pubblico e non si potrebbe neanche realizzare senza l'intervento di personale volontario ed il sostegno dell'esercito. Tutte cose che si sapevano già, ma ora si hanno dati precisi sull'entità del fenomeno. Diverse manifestazioni risultano deficitarie se si guardano soltanto i conti, ma la loro legittimazione dal punto di vista dell'economia pubblica si ha per via degli effetti indiretti, come ad esempio le somme spese dagli spettatori al di fuori della manifestazione sportiva, ad esempio in alberghi e ristoranti. È stato possibile dimostrare l'effetto economico di un evento del genere se considerato in collegamento con la durata dei pernottamenti delle persone presenti. Prendiamo ad esempio la Maratona engadinese di sci di fondo, cui partecipano moltissimi sciatori. Molti di loro si trattengono nella regione diversi giorni – fino a due settimane – generando un enorme effetto moltiplicatore.

Si pensa già ad altri progetti di questo tipo? Sì, in un altro studio vorremmo analizzare in modo mirato come riuscire a comparare i dati esistenti. Sarebbe inoltre importante poter semplificare il metodo di

lavoro per la raccolta e la valutazione dei dati, attualmente molto complesso. Swiss Olympic si è nuovamente detta disposta a partecipare al finanziamento di un tale progetto. Attualmente ci troviamo nella fase di progettazione, per poter sottoporre alla commissione per la tecnologia e l'innovazione valide basi decisionali. Se tutto va bene, si dovrebbe poter iniziare nella tarda primavera o nell'estate di quest'anno.

Ad esempio anche Euro 2008 potrebbe essere oggetto di uno studio approfondito? Il metodo potrebbe coprire la complessità della manifestazione; sarebbe un compito interessante perché ci darebbe l'opportunità di procedere ad uno studio su un arco di tempo lungo e quindi completare il metodo con componenti sul lungo periodo. Per quanto ne so non sono mai stati condotti studi che iniziano con un'analisi fatta anni prima dell'evento per poi seguire l'evoluzione del progetto ed analizzare la manifestazione stessa e le modifiche che intervengono nel corso del tempo. Con Euro 2008 avremmo l'opportunità di procedere ad un esame degli effetti sul lungo periodo. **m**

Il Prof. Jürg Stettler è direttore dell'Istituto per l'economia del turismo e docente presso l'Alta scuola del turismo di Lucerna.
Indirizzo: jstettle@hsw.fhz.ch.



Sette manifestazioni sotto la lente

L'Istituto per l'economia del turismo dell'Alta scuola economica di San Gallo, nell'ambito di uno studio durato oltre due anni in collaborazione con altri partner, ha analizzato diversi eventi sportivi. I principali risultati dello studio sono stati riportati in una cosiddetta scorecard delle manifestazioni, che può essere scaricata, insieme ad altre informazioni in merito, dal sito www.sportevent-scorecard.ch.

Lo studio ha esaminato le seguenti manifestazioni sportive di rilievo: Gara di Coppa del mondo di sci di St. Moritz 2000; Maratona

engadinese di sci di fondo 2001; CSIO San Gallo 2001; Montreux Volley Masters 2001; Athletissima Losanna 2001; Campionati mondiali di canottaggio Lucerna 2001; Discesa libera del Lauberhorn 2002. Nei prossimi numeri «mobile» presenterà nel dettaglio il resoconto di uno di questi eventi.

Le grandi manifestazioni sportive sono state esaminate alla luce di vari criteri di ordine economico, ecologico e sociale. Sebbene spesso il bilancio sia in rosso, i loro vantaggi in termini economici non vanno sottovalutati; ad esempio le regioni in cui si tengono appro-

fittano di un plusvalore lordo che varia dagli 0,61 mio di St. Moritz ai 5 mio della maratona engadinese. La cifra d'affari totale va dai 2,86 mio di St. Moritz ai 15,14 mio dei mondiali di canottaggio di Lucerna. Gli spettatori variano dai 3600 ai 23 000, compresi giornalisti, atleti e squadre, e richiedono fra i 2900 e gli 85 000 pernottamenti. Pertanto a trarre vantaggio dalle grandi manifestazioni sportive è soprattutto il settore alberghiero, seguito dal commercio all'ingrosso e al dettaglio, dalle imprese di trasporti e di costruzione e dalle ditte specializzate in eventi di massa.