

**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:** 3

**Artikel:** La Romandia è Athletissima  
**Autor:** Meier, Barbara  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1001729>

### **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:** 14.03.2025

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



# La Romandia è Ath

È la più importante manifestazione sportiva periodica della Svizzera romanda e figura fra i sette casi esemplari esaminati nell'ambito dello studio «Importanza economica delle grandi manifestazioni sportive», studio che ne ha analizzato gli effetti economici, sociali ed ecologici.

*Barbara Meier*

**L**a manifestazione Athletissima di Losanna è una delle quattordici maggiori manifestazioni sportive periodiche della Svizzera. Nel 1987 è stata inserita nei meeting del Grand Prix della IAAF. La manifestazione del 2001, quella che è stata esaminata nel quadro dello studio che abbiamo citato, è stata considerata uno dei cinque migliori meeting dell'anno.

## **Economia – 64 franchi a testa**

Athletissima è una manifestazione della durata di un giorno con costi finanziari relativamente elevati. Il suo bilancio ammonta a circa 2,5 milioni franchi. 350 tra atleti ed atlete attirano allo stadio circa 15 000 spettatori. Alla manifestazione partecipano circa 420 tra giornali, radio e televisioni, un centinaio di addetti e circa 600 volontari. Il 72% delle persone presenti è composto da turisti giornalieri, venuti appositamente per assistere al meeting, e il 17% sono abitanti del luogo. Le persone presenti ad Athletissima – atleti, spettatori, addetti, collaboratori di mezzi d'informazione – spendono mediamente 64 fran-

chi, dei quali 41 nella manifestazione stessa. Per il meeting vi sono 2900 pernottamenti, dei quali di nuovo la maggior parte a spese degli spettatori. In totale Athletissima produce nella regione un fatturato diretto di 3,22 milioni di franchi, 2,84 milioni dei quali proviene dalla manifestazione stessa.

## **Ecologia – solo pochi usano i mezzi pubblici**

La maggioranza (60%) delle persone che partecipano alla manifestazione usa l'automobile e solo il 27% fa capo ai mezzi pubblici. Per questa ragione il traffico è il principale responsabile dei danni ambientali causati da questa grande manifestazione. In media tutte le persone che vi partecipano affrontano un viaggio di 262 km. Suddivisi per categorie, gli atleti, visto il programma di gara, si trovano al primo posto con 4000 km, seguono i collaboratori di mezzi d'informazione che percorrono in media 212 km e all'ultimo posto gli spettatori con un totale di 117 km. Gli organizzatori del meeting di Losanna sono consapevoli di questa problematica ed hanno messo a punto un piano per il traffico. Alcuni provvedimenti che possono essere presi per favorire i mezzi pubblici non sono comunque ancora stati applicati.

## **Utilità sociale – un forte radicamento regionale**

Per valutare quale fosse l'utilità sociale della manifestazione nel 2001, alcuni spettatori, degli aiutanti volontari e la popolazione locale sono stati intervistati per mezzo di un questionario.

Gli spettatori hanno attribuito 4,6 punti (su una scala da 1 a 5) al fatto che le loro aspettative sono state completamente soddisfatte. Il loro entusiasmo traspare soprattutto dalle ri-

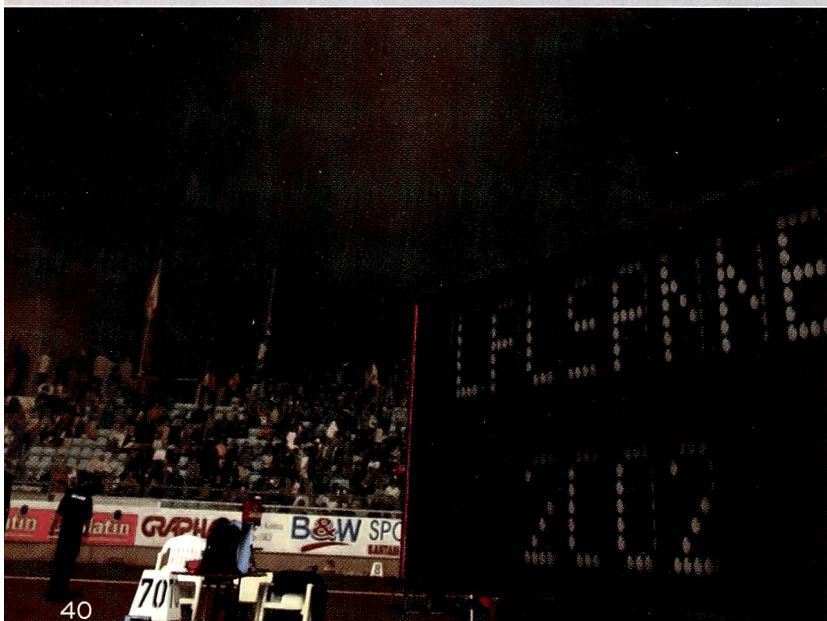
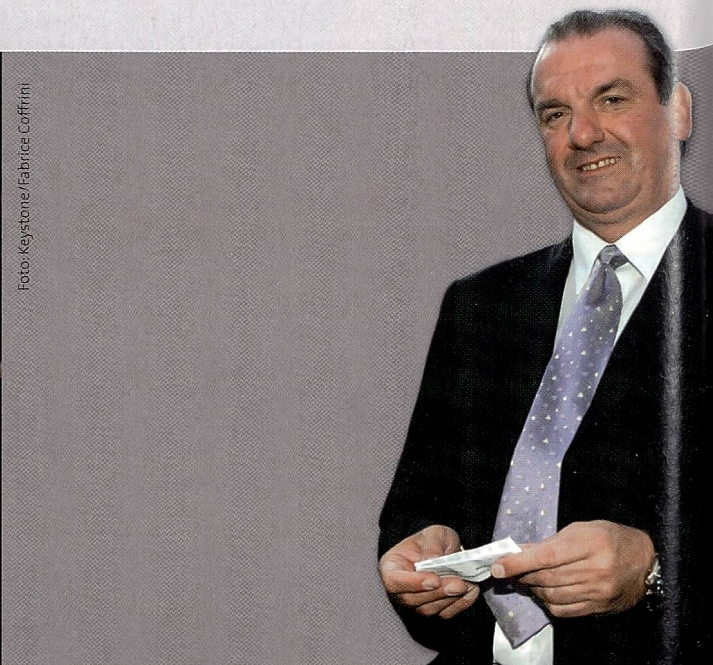


Foto: Keystone/Fabrice Coffrini





# Athletissima

sposte sulla funzione svolta da Athletissima. In esse, troviamo in primo piano la funzione di modello per i giovani e la propaganda generale per lo sport. Scarso, invece, l'interesse nei confronti dei possibili effetti negativi dello sport di punta, quali i rischi per la salute o il doping.

Lo svolgimento di Athletissima è possibile grazie all'impegno di 600 volontari di ambo i sessi, che sono stati intervistati sulla loro attività nell'ambito del meeting. Anche loro valutano molto positivamente la manifestazione, principalmente il fatto di avere partecipato ad un avvenimento importante, di aver fatto degli incontri e di aver fornito un contributo alla società. In media ognuno di loro ha fornito 23 ore di lavoro volontario, la maggior parte delle quali durante i preparativi della manifestazione. L'86% è soddisfatto del settore a cui era stato assegnato e, di conseguenza, l'85% si dice pronto a ripetere l'esperienza.

La popolazione locale ha approfittato direttamente degli effetti positivi di questa grande manifestazione, malgrado ciò si

lamentava dei possibili effetti negativi. Tuttavia, dall'inchiesta emerge una buona immagine e questo è importante per garantire la continuità di questo appuntamento. Il 46% degli abitanti della regione di Losanna ha partecipato almeno una volta all'evento in qualità di spettatore. Globalmente la manifestazione viene definita «divertente, simpatica e positiva per la regione».

m

**I risultati pubblicati** derivano dallo studio di questi due autori: Francis Scherly, Inteconsulting Montreux / UERT HEC, [interconsult@vtx.ch](mailto:interconsult@vtx.ch) / Michael Breiter, Unité d'enseignement et de recherche en tourisme, Ecole de HEC, [michael.breiter@hec.uni.ch](mailto:michael.breiter@hec.uni.ch)  
Ulteriori informazioni in [www.sportevent-scorecard.ch](http://www.sportevent-scorecard.ch) e [www.athletissima.ch](http://www.athletissima.ch)

## IL PUNTO

### «I primi mille entrano gratis»

**«mobile»:** *Quando è stato lanciato questo studio su Athletissima sembrava scettico. Qual è la sua posizione attuale? Jacky Delapierre: Ero scettico perché mi sembrava che le manifestazioni studiate avessero poco in comune e ciò rendeva difficili i confronti. Tuttavia dal punto di vista ambientale, lo studio mostra che il problema dei trasporti è una preoccupazione comune a tutti gli organizzatori e conferma che l'accesso agli stadi ed ai luoghi delle competizioni deve essere ripensato e deve rappresentare un soggetto di riflessione continua. La Praille a Ginevra o lo Stade de France a Parigi sono due esempi da seguire in questo settore.*

*In numeri e le diverse valutazioni, nell'insieme molto positive, sono state di qualche aiuto nell'acquisire sponsor per l'edizione 2003? Sinceramente no. Gli sponsor hanno altre pri-*

*orità e tengono poco conto di questo genere di studi. Ciò che cercano è soprattutto un ritorno dei loro investimenti.*

**Ha adottato misure speciali per quanto riguarda i trasporti per l'edizione di quest'anno?** *Si. Siamo in trattativa con le FFS per definire un biglietto cumulativo entrata-trasporto. Cerchiamo sempre di trovare soluzioni per migliorare l'accesso allo stadio ed incoraggiamo gli spettatori ad utilizzare i mezzi pubblici.*

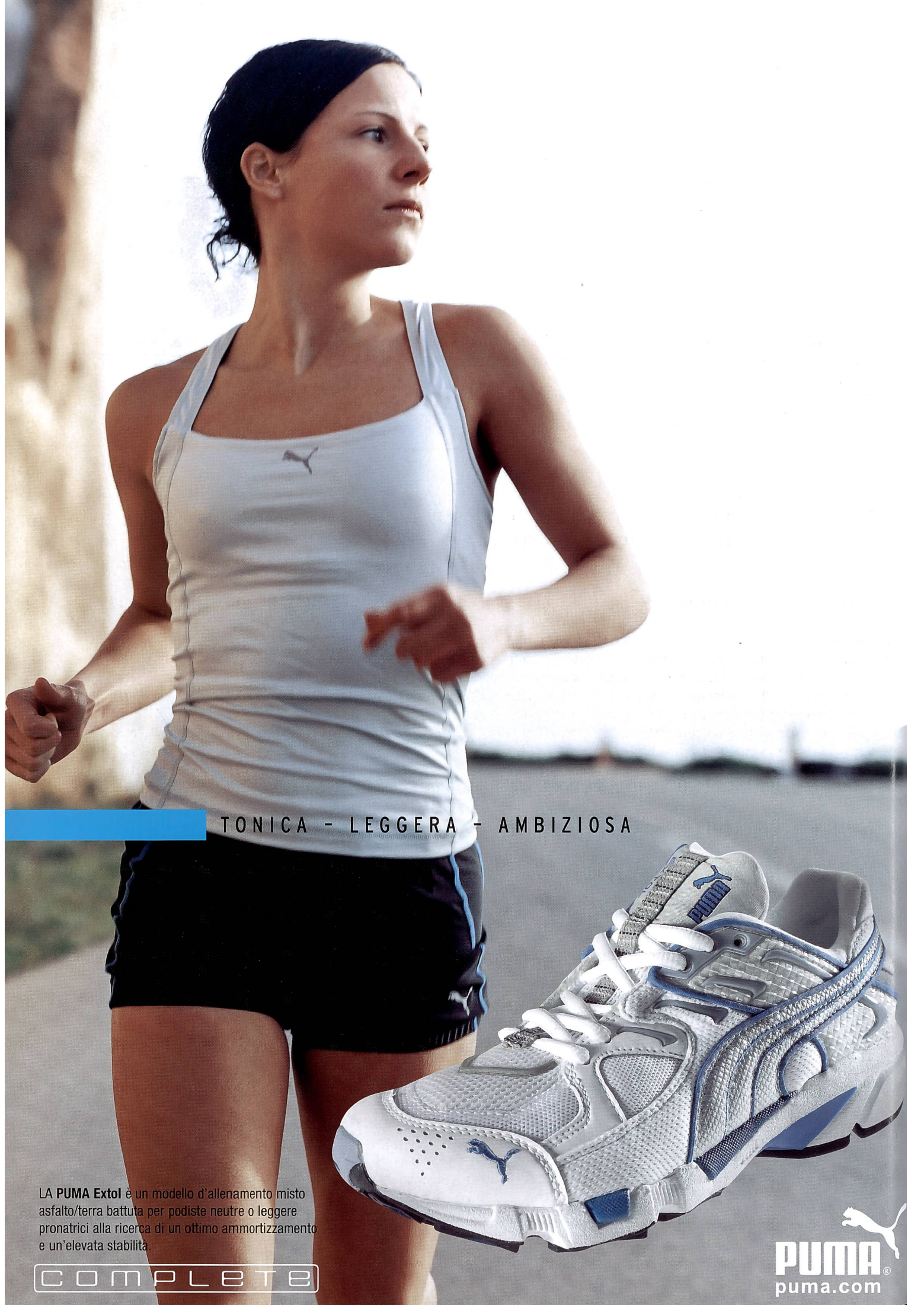
**Il suo meeting si è conquistato un posto di rango nel gotha dell'atletica mondiale. Qual è la ricetta del successo? Quali obiettivi conta ancora di raggiungere?** *Il nostro successo è dovuto alla credibilità del meeting. Non abbiamo mai ingannato il pubblico. Le promesse fatte sono sempre state mantenute. Ogni an-*

*no il piatto è molto ricco e gli intenditori sanno che vedranno un grande spettacolo. Il nostro punto debole è la comunicazione e per questa ragione stiamo definendo un piano di comunicazione. Anche la promozione può essere migliorata, ma una simile campagna è costosa e noi teniamo all'equilibrio del nostro bilancio.*

**Rispetto alla politica dei prezzi d'entrata, è vero che i giovani fino a sedici anni non pagano?** *I primi mille giovani entrano gratuitamente. Nessun'altra manifestazione in Svizzera offre questa possibilità.*

**Jacky Delapierre** è il «patron» del meeting «Athletissima».  
**Indirizzo:** [jdelapierre@athletissima.ch](mailto:jdelapierre@athletissima.ch)





TONICA - LEGGERA - AMBIZIOSA

LA PUMA Extol è un modello d'allenamento misto asfalto/terra battuta per podiste neutre o leggere pronatrici alla ricerca di un ottimo ammortizzamento e un'elevata stabilità.

COMPLETE

  
**PUMA**  
puma.com