GIUSEPPE BETTONI
ANNA MARIA PIOLETTI

GEOGRAFIA, GEOPOLITICA E GEOSTRATEGIA DELLO SPORT

TRA GOVERNANCE E MONDIALIZZAZIONE

SOCIETÀ GEOGRAFICA ITALIANA ONLUS

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "FORO ITALICO" 1928

© Gli Autori e i Curatori ©Edizioni QUAPEG, 2020

Giuseppe Bettoni, Anna Maria Pioletti (a cura di). *Geografia, geopolitica e geostrategia dello sport. Tra governance e mondializzazione*

ISBN: 9791220216050
DOI: 10.5281/zenodo.4252626

Il volume pubblicato è stato sottoposto a peer review *da parte di due esperti anonimi*

© 2020, Edizioni Quapeg,
Quaderni del Laboratorio di Pedagogia Generale
Università degli Studi di Roma "Foro Italico"
Piazza L. De Bosis, 15 – 00135, Roma

All rights reserved
Printed in Italy

Lavoro organizzato dal gruppo di ricerca
"Geografia e sport" in collaborazione con
Università degli studi di Roma "Foro Italico",
Società Geografica Italiana Onlus, Università della
Valle D'Aosta e Università degli studi di Roma
"Tor Vergata".

Indice

Introduzione *p.1*

Spazialità e sport: le narrazioni del ciclismo negli spot ufficiali *p. 9*

Determination of Current Situation and Dissemination of Race Officials' Training in European National Sailing Federation *p. 47*

Sport e turismo lento per uno sviluppo sostenibile del territorio. La proposta di itinerari per la valorizzazione condivisa e partecipata dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara *p. 79*

I grandi eventi sportivi e il rilancio *p. 119*

turistico della città: il caso delle Universiadi Napoli 2019

Lo sport attraverso la geopolitica *p. 155*

La governance dello sport in territorio alpino *p. 189*

Il ruolo di CONIFA, tra riconoscimento sportivo e geopolitico *p. 223*

La globalizzazione nel ciclismo e la geografia economico-politica del Giro d'Italia *p. 249*

Geopolitica dello sport nell'era della mondializzazione *p. 289*

La rappresentazione dello sport femminile tra operatori della comunicazione e pratiche sportive *p. 327*

La geografia dello sport tra lecito e illecito: il caso della "frode" in competizioni sportive *p. 359*

Sintesi dell'opera *p. 393*

Synthèse de l'ouvrage *p. 397*

Summary of the book *p. 401*

内容摘要 *p. 405*

Elenco autori *p. 409*

Introduzione

La pratica dello Sport, grazie anche a una globalizzazione culturale, è sempre più presa in considerazione per comprendere le strutture delle società, le loro evoluzioni, da diversi punti di vista e con l'apporto di varie discipline. Sono numerosi gli aspetti della vita di ognuno di noi, sia come individui sia come parti delle nostre strutture sociali, che sono conseguenza delle pratiche sportive. Lo sport in pratica è diventato da rapporto individuale con il nostro corpo o, eventualmente, rapporto di "squadra" rispetto a un determinato gioco/competizione, una forma di rappresentazione sociale. Lo vediamo sotto diversi aspetti perché lo sport è diventato carattere identificativo per gruppi sociali. Attraverso lo sport l'individuo decide di aderire a un gruppo o di lasciarne uno per integrarne un altro. Diventa quindi collante sociale.

Ma le società occupano gli spazi, siano essi immaginari e astratti, siano essi spazi pensati, cioè "territori". Il controllo del territorio è la principale fonte di antagonismo e il controllo soprattutto della sua evoluzione, della sua "rappresentazione" è al cuore di questi antagonismi. Quando ci identifichiamo in uno sport e consideriamo quello sport come LO sport della nostra società, spesso si ritengono "altri" sport come non facenti veramente parte della nostra cultura, della nostra identità. Per questo motivo l'affermazione di uno sport in uno spazio pubblico diventa affermazione di una identità. È questo rapporto tra società e spazio pubblico che ci interessa nello sport.

La geografia, da oramai più di mezzo secolo, si interessa allo sport nel suo rapporto con il territorio, in quanto variabile che ne influenza diversi aspetti, come abbiamo detto, tra questi quello più patente è probabilmente il Paesaggio, con le sue infrastrutture, con le nuove localizzazioni di stadi che oramai sono utilizzati per eventi planetari e non più nazionali, eventi che, secondo la definizione stessa di Neil Conner, "mesmerizzano" miliardi di spettatori.

Le città si nutrono e si trasformano attraverso gli eventi sportivi che possono avere effetti nel medio e lungo periodo. Numerose sono le relazioni tra Stato (come struttura amministrativa e forma istituzionale) e pratiche sportive che hanno

stimolato la letteratura in materia come sono stati oggetto di analisi la pratica di specifici nel condizionamento e nell'evoluzione istituzionale e nell'organizzazione di un territorio di cui già scriveva Jean-Pierre Augustin riguardo al collegamento tra organizzazione territoriale e pratiche dello sport. In questo, da John Rooney a John Bale, lo sport condiziona pesantemente l'organizzazione dello spazio e gli investimenti delle politiche pubbliche. L'analisi e la comprensione di strategie e impatti, sia a livello interno che a livello internazionale rappresentano un importante ambito di approfondimento. Questo testo raccoglie gli atti di un convegno che ha voluto mostrare tutti i diversi legami che geografia e sport possono avere. Tutti questi legami sono stati racchiusi a due tipologie.

La prima è quel cambiamento della governance dello Sport in Italia e quei casi interventi in materia di infrastrutture e pratiche sportive dal punto di vista dell'attore pubblico. Sport e turismo associati a una pratica consolidata su strada oppure rivolte alle aree protette o al contesto alpino sono nuove opportunità di crescita per località spesso a torto considerate minori. Parlare di sport vuol dire parlare di opportunità non sempre legata ai mega eventi il cui valore è spesso messo in dubbio in termini di costi di organizzazione e di eredità olimpica come insegnano gli esempi di olimpiadi estive e invernali.

La seconda tipologia riguarda la geopolitica dello sport. Dal secondo dopoguerra ad oggi gli eventi internazionali come Giochi Olimpici e campionati mondiali di diverse discipline sportive sono diventati uno strumento vero e proprio di antagonismo tra Stati. Se già dall'inizio si trattavano di momenti internazionali dove i diversi Stati si confrontavano (si pensi alle Olimpiadi di Berlino o al boicottaggio di quelle di Mosca del 1980 o di quelle di Los Angeles del 1984) come anche i Campionati del Mondo o le Universiadi. Sempre di più le grandi competizioni sportive planetarie sono strumento nelle mani degli Attori Politici. Obiettivo sarà in questo caso quello di mostrare come questi rapporti sono stati modificati e come ciò ha condizionato lo sport, la sua pratica, la sua affermazione nello spazio pubblico. La politica a diverse scale condiziona lo sport. Lo sport in che modo ha condizionato le politiche sia in scala interna che esterna? (pensiamo all'evoluzione degli antagonismi tra Stati: negli anni '70 l'antagonista calcistico italiano era la Germania, dalla fine degli anni '90 è invece diventata la Francia).

Come è cambiato il modo di seguire e rappresentare lo sport nella televisione, nella radio, sulla carta stampata, dalla diffusione popolare all'era dei diritti televisivi.

In entrambi casi la geografia qui si propone come scienza sociale capace di offrirci un'analisi diversa del rapporto tra società e territorio. Diversa perché attraverso lo sport capiamo le azioni dell'attore pubblico. Come lo sport ha modificato i rapporti sociali in certi territori. Come la pratica di uno sport ha spinto delle persone ad avere valori diversi. Pensiamo a sport come il surf o lo street-golf che hanno toccato persone diverse, che appartenevano a gruppi diversi e che si sono ritrovati in questi sport, diventando interlocutori dell'attore pubblico nell'occupazione e nella gestione dello spazio pubblico.

Nel caso specifico italiano poi lo sport è diventato "terreno" di scontro tra Enti Locali, Regioni e Stato, attraverso regolamentazioni, finanziamenti, scelte infrastrutturali. È spesso difficile gestire quello che per certi versi è un servizio pubblico e un business al tempo stesso. Pensiamo agli stadi che sempre più i grandi club vogliono privati, come fonte di guadagno ma che nascono come spazio per offrire o spettacolo o spazi di pratica sportiva. La loro progettazione rientra nelle "politiche pubbliche" ma deve conciliarsi con interessi privati e valori locali (l'identità di un dato quartiere rispetto ad uno stadio, ad esempio).

La pratica sportiva è evoluta nel tempo arrivando in luoghi inattesi e legata a origini

diverse, come nel caso del cricket che è giunto in Italia non dalla Gran Bretagna come si potrebbe supporre ma dal sub-continente indiano, attraverso i flussi migratori. Lo sport, infatti, è un modo di occupare lo spazio pubblico a cui hanno diritto anche nuove comunità e che dà vita a sinergie tra le popolazioni già presenti su quello stesso territorio. In pratica la geografia dello sport è un modo in più per leggere l'evoluzione di un territorio, attraverso lo studio dello sport noi comprendiamo meglio la geografia di un determinato territorio.

Sullo stesso piano d'interesse possiamo collocare la geopolitica dello sport, quella quindi dedicata agli antagonismi di natura internazionale. Ma anche in questo caso, la natura della materia è nel frattempo evoluta.

Se fino agli anni '80 era una maniera di fare diplomazia, nel bene o nel male (pensiamo al ping-pong tra USA e Cina o al boicottaggio delle Olimpiadi sia nel caso di Mosca 1980 che nel caso di Los Angeles 1984). Oggi i grandi eventi sportivi sono un "arsenale" di affermazione di potenza, uno strumento di attrazione turistica. In pratica lo sport viene visto come un'agora (uno spazio pubblico per l'appunto) dove esistere e affermare sé stessi come attore politico internazionale. Lo si vede anche nella "diplomazia" delle discipline sportive con una corsa a far inserire tra le pratiche olimpiche principali lo sport che più caratterizza un

determinato Paese (ricordiamo l'inserimento del taekwondo in occasione delle Olimpiadi di Seul).

Spazialità e sport: le narrazioni del ciclismo negli spot ufficiali

di Leonardo Mercatanti, Gaetano Sabato

Abstract

Sport, both as a lived practice and as an inclusive social practice, is also experienced starting from a multiplicity of representations, in a series of mutually influential productions and reproductions. The evocative power of media narratives has direct consequences on the ways in which Sport is, or can be, followed by an audience. From the perspective of Geography, the representations of sport imply a fundamental spatial dimension which is often not limited to the mere place where it is practiced. This is the case of Cycling which, by definition, presupposes different

and wide spaces. This work analyzes the potential of cycling and two official spots of the Tour of Italy (Giro d'Italia) and Tour de France, to investigate the ways in which the media narrative of the two sporting events is constructed. In addition, particular attention will be paid to the representation of the spatial dimension that cannot be considered only as a background for athletic feats, but, above all, for its agency that highlights the necessary and constant interaction between humans and the environment in Sports.

Key words: Cycling, Geography of Sports, Media.

1. La geografia dello sport

Nonostante la presenza di alcuni lavori pionieristici a cavallo tra il XIX e il XX secolo[1], in ambito internazionale si riconosce la paternità degli studi di *Geografia dello sport* (*Geography of sports*) a John Rooney. Lo studioso americano dalla fine degli anni Sessanta del secolo scorso ha tentato di fornire un approccio scientifico al tema con alcuni contributi di rilievo in cui si dimostrano le potenzialità della ricerca geografica applicata al tema sportivo (Rooney, 1969 e 1974). In effetti proprio Rooney pubblicò nel 1969 la prima ricerca accademica sulla Geografia dello sport in una rivista geografica di primo piano come *Geographical review*. La sua ricerca culmina nel 1992 con la pubblicazione di un Atlante dello sport americano (Rooney, Pillsbury, 1992), mentre il campo di studi, fin dagli anni Settanta, viene ulteriormente valorizzato da diversi altri studiosi, tra cui spicca John Bale della Keele University.

In Italia è stato Carmelo Formica ad interessarsi per primo al rapporto tra Geografia e sport, con una relazione presentata al XVIII Congresso Geografico Italiano tenutosi a Trieste nel 1961. Partendo dalla tesi che l'urbanesimo ha come conseguenza una "infinità di mali", Formica ha

[1] Per una puntuale disamina di questi lavori si veda il contributo di Bale e Dejonghe, 2008, pp.157-158.

analizzato la partecipazione della popolazione del meridione ai vari sport. Nel contributo, pubblicato dopo un anno, si fa per la prima volta riferimento al ciclismo, quando si afferma che "La pratica dei vari sport è condizionata, in genere, dalla morfologia e dalla posizione geografica delle varie regioni. […] nelle regioni più interne e montuose la prevalenza spetta all'atletica, al ciclismo, agli sport invernali e alla caccia" (Formica, 1962, p.421). Nel 1976 Emanuele Paratore presenta al XXIII Congresso Geografico Internazionale di Mosca uno studio sulle criticità geografiche dei luoghi dello sport, con particolare riferimento al calcio, oltre all'analisi della provenienza dei diversi atleti impegnati nelle varie squadre di calcio italiane (Paratore, 1976). Uno studio poi ripreso nel 1996 da Anna Maria Pioletti. Proprio quest'ultima, dalla metà degli anni Novanta, attraverso pubblicazioni ed eventi scientifici, ha approfondito in modo continuo le ricerche sul legame tra Geografia e sport riuscendo, grazie anche alla creazione di un Gruppo di Ricerca molto attivo, a suscitare in Italia l'interesse di tanti studiosi (Mercatanti, 2017, p.73).

2. L'incidenza economica del ciclismo

Il ciclismo, ai fini di questo contributo, è inteso prevalentemente come *sport della bicicletta*, ovvero come insieme delle attività di partecipazione alle gare agonistiche di velocità su strada. Esso rappresenta uno dei più interessanti fenomeni riconducibili alla Geografia dello sport in quanto comporta una serie di effetti sul territorio capaci di influire positivamente sull'economia e sulla comunità che ospita gli eventi ad esso legati. Il campo è complesso poiché le riflessioni non si limitano solo all'evento in sé, ma anche alle suggestioni o ai protagonisti, gli atleti che divengono modelli da imitare e perfino eroi. Proprio la Geografia, con il suo apparato epistemologico alquanto complesso e sicuramente dinamico e flessibile, permette di attribuire allo sport e alle sue rappresentazioni dimensioni spaziali che valicano le mere direttrici di marcia segnate dalle strade su cui le singole gare vengono svolte. L'incidenza economica dello sport svolto a livello professionale è del tutto evidente (Jeanrenaud, 1999). Si pensi al ciclo di vita dei *grandi eventi* che, in un determinato intervallo di tempo, fanno assumere ad una città, ad una regione o ad un intero Stato un rilievo mondiale o quantomeno internazionale. Uno dei casi più noti e citati riguarda i Giochi Olimpici di Barcellona del 1992: un vero e proprio caso studio per urbanisti,

economisti, sociologi e geografi (Brunet, 1993; Essex, Chakley, 1998; Furrer, 2002; Guala, 2002).

L'economia che ruota attorno alla bicicletta è stata definita *bikeconomy*. Al fine di cogliere le potenzialità economiche del settore numerosi sono i relativi studi e rapporti. La ECF - European Cyclists' Federation ha stimato per l'Europa un valore complessivo di oltre 510 miliardi di euro (Santilli, Soldavini, 2019). Secondo l'ultimo Rapporto dell'*Union Cycliste Internationale-UCI*, nel 2018 i 24 eventi ciclistici organizzati (UCI World Championships e UCI World Cup events) hanno coinvolto 10.000 corridori e generato diverse centinaia di milioni di euro (UCI, 2019).

Il *1° Rapporto sull'economia della bici in Italia e sulla ciclabilità nelle città*, elaborato da Legambiente, VeloLove e Grab+ nel 2017, ha messo in evidenza che nel periodo 2008-2015 le piste ciclabili sono cresciute in tutta Italia del 50% (con il solito squilibrio tra nord e sud), ma non è cresciuta invece la ciclabilità, ovvero la percentuale di italiani che utilizzano la bici per gli spostamenti, rimasta al 3,6%. Questa asimmetria ha tra le sue cause la realizzazione delle piste "con standard costruttivi illogici e incoerenti, con sedi inadeguate e spesso concorrenziali con la pedonalità" (Legambiente, 2017, pp.11-12). Lo stesso Rapporto determina, per il 2015, in oltre sei miliardi di euro il fatturato generato dall'insieme degli spostamenti

a pedali in Italia (figura 1). Questa cifra, relativa alla modesta percentuale di utilizzatori della bici in Italia, fa riflettere sulle ampie potenzialità di un mercato lontano dalla saturazione.

Fig. 1 – Valore economico della bici in Italia nel 2015

Fonte: 1° Rapporto sull'economia della bici in Italia e sulla ciclabilità nelle città, 2017, p.19

Il Rapporto infine rileva che nel 2015 l'Unione Europea a 28 paesi, ha prodotto oltre 13 milioni di biciclette. L'Italia, con una quota di mercato di quasi il 18%, ne è il maggior produttore. Secondo la ECF solo la produzione e la vendita di bici e accessori determina un giro di affari di circa 18 miliardi di euro all'anno in Europa.

Gli effetti economici degli eventi ciclistici rappresentano solo una parte dell'impatto totale generato. Oltre ai benefici per la salute fisica e

mentale che derivano dall'emulazione delle pratiche attuate durante le gare, si pensi agli altri vantaggi come le nuove opportunità di *branding* e dell'acquisizione delle conoscenze sviluppate attraverso l'esperienza di *hosting* offerte ai territori ospitanti. Interessanti sono gli impatti sociali, come la spinta all'orgoglio civico e alla coesione della comunità ospitante. La scelta dei messaggi promozionali diffusi attraverso il web, i media televisivi e radiofonici, la stampa e i cartelloni può fornire le basi per l'attribuzione ad un luogo di una inedita vocazione ciclistica: è il caso di Londra che nel luglio 2007 è stata sede del *Grand Départ*. L'evento, da sempre dotato di un suo preciso carisma attrattivo rispetto all'intero Tour de France, ha attratto oltre un milione di spettatori e ha determinato un forte incremento della pratica ciclistica nella capitale inglese. Un risultato eccezionale a cui si è pervenuti perché tutti gli attori coinvolti a vario titolo nella governance e nello sviluppo locale hanno condiviso l'obiettivo e hanno profuso un impegno costante in un'unica direzione (Berridge, 2012, pp.43-48). Tutto ciò ha condotto, nel 2010, alla redazione del documento *Cycling Revolution London*, rapporto programmatico in cui si illustrano le buone pratiche utili per fissare nel medio e lungo periodo successivo l'idea che Londra sia davvero una città

del ciclismo[2]. Anche Bruxelles, nel 2019, ha ospitato la partenza del Tour e ha beneficiato di vantaggi economici e di immagine, grazie all'organizzazione di eventi e di manifestazioni legate al centesimo anniversario della maglia gialla e ai cinquant'anni dalla prima vittoria del noto ciclista belga Eddy Merckx.

Grazie al settore del ciclismo ricreativo e turistico l'industria della bicicletta (che comprende anche l'indotto che ruota intorno alla produzione locale) ha effetti diretti sulla vendita al dettaglio e sull'occupazione nell'industria manifatturiera.

In generale i vantaggi economici possono essere anche indiretti e intesi come riduzione dei costi: come è noto l'eccessiva dipendenza dal trasporto motorizzato comporta vari oneri per la società. Si pensi solo ai costi assicurativi e a quelli per la gestione degli incidenti stradali, ai costi ambientali, ma anche a quelli sanitari derivanti dalla sedentarietà. Chiaro in tal senso è il messaggio del recente *Piano d'Azione globale dell'OMS per la prevenzione e il controllo delle malattie non trasmissibili 2013-2020*, in cui ampio spazio è dedicato alla promozione dell'attività fisica con la richiesta di «Elaborare misure di policy in

[2] Il documento è stato redatto da *Transport for London*, l'azienda municipalizzata responsabile dei trasporti pubblici ed è disponibile al link www.london.gov.uk/sites/default/files/cycling-revolution-london.pdf

cooperazione con i settori interessati per promuovere l'esercizio fisico attraverso le attività della vita quotidiana, anche attraverso il "trasporto attivo" […]. Creazione e preservazione di ambienti naturali e contesti urbani che favoriscano l'attività fisica […], con particolare attenzione alla creazione di infrastrutture a sostegno del trasporto attivo, ad esempio gli spostamenti a piedi e in bicicletta» (OMS, 2013, pp.21-22).

Occuparsi di ciclismo implica dunque una ulteriore riflessione sulla sostenibilità. Ciò soprattutto se estendiamo la portata del termine ciclismo alle varie forme di mobilità a pedali, sicuramente coerenti con le nuove esigenze ambientali e sociali del nuovo millennio, qualità della vita in primis. Il ripensamento della struttura della viabilità e dell'organizzazione urbana non può oggi non tenere in considerazione l'utilità di un mezzo ecologico a due ruote (Cori, 1988; Cardinale, 2004; Congiu, 2011; Privitera, 2014, pp.114-119).

Anche il discorso sul turismo e quindi sullo sviluppo locale è coerente con la valorizzazione della mobilità a pedali, dato che essa "has a role in building a better, healthier and ecological society while at the same time offering a tourist attraction role as a possible niche to exploit and promote among the different ways of enjoying the city" (Privitera, 2015, p.21).

Il *cicloturismo*, che secondo la ECF muove ogni anno oltre 44 miliardi di euro, è una nuova forma di turismo connessa ad una «concezione del viaggio più specifica ed equilibrata nonché maggiormente radicata nelle realtà locali. A ciò si lega l'emergere, relativamente recente, di un segmento di turisti con una propensione all'ambiente, alla conoscenza del territorio e delle tradizioni gastronomiche, che si accompagna all'evoluzione degli stili di consumo del *leisure* che appare sempre più legato ad un concetto di *entertainment*, secondo un bisogno che sviluppa domanda di segmentazione e di terziarizzazione. Quando si parla di *slow travel* e di *slow experience*, si intende soprattutto la possibilità di vivere quello che la lentezza di un "viaggio" permette di godere» (Privitera, 2012, p.79). Il *cicloescursionismo* è in particolare legato alla fruizione delle aree agricole: "chi si sposta in bicicletta, percorrendo lentamente il territorio, utilizza le strutture ricettive, commerciali e la ristorazione dei piccoli centri, spesso rurali" (Robiglio, Martinelli, 2004, p.129).

3. Luoghi e paesaggi, protagonisti del ciclismo sportivo

La diffusione dell'uso della bicicletta può essere favorita dal ciclismo che in passato come oggi ha esaltato veri e propri eroi con le relative rivalità

sportive. In Italia note sono quelle tra Gino Bartali e Fausto Coppi durante gli anni Quaranta e Cinquanta o tra Francesco Moser e Giuseppe Saronni, alla fine degli anni Settanta e negli anni Ottanta. Più recentemente, proprio dal ciclismo sono emerse altre figure di riferimento per i giovani e non solo, come Marco Pantani, soprannominato "il pirata", simbolo di tenacia e perseveranza, considerato ancora oggi un idolo per le sue vittorie, oppure Vincenzo Nibali. Quest'ultimo, detto "lo squalo", è un campione ancora in attività che riesce ad accendere gli entusiasmi dei tifosi ed è acclamato fondamentalmente per la sua capacità di seguire con esiti lodevoli più l'istinto personale che i tatticismi di squadra. Roland Barthes, nel suo saggio del 1957 "Le Tour de France comme épopée" scorgeva nel Tour echi del mito epico. Difatti, così come l'epica attribuiva agli eroi appellativi ingegnosi, anche il ciclismo professionale assegna ai campioni vari epiteti: «I nomi dei corridori sembrano nella maggior parte venire da un'età etnica molto antica, da un tempo in cui la razza risuonava attraverso pochi fonemi esemplari (Brankart il Franco, Bobet il Francone, Robic il Celta, Ruiz l'Ibero, Darrigade il Guascone). […] Brankart, Géminiani, Lauredi, Antonin Rolland, questi patronimici si leggono come segni algebrici del valore, della lealtà, del tradimento o dello stoicismo» (Barthes, 1974, p.108).

Protagonisti delle gare di ciclismo, tuttavia, non sono solo i corridori. Protagonisti sono i luoghi e i paesaggi. Ancora Barthes scriveva con efficacia che «La geografia del Tour è, anch'essa, interamente soggetta alla necessità epica della prova. Gli elementi naturali e i fondi stradali sono personificati, giacché l'uomo si misura con essi, e come in ogni epopea occorre che la lotta metta di fronte misure uguali: l'uomo è così naturalizzato, la Natura umanizzata. Le salite sono maligne, ridotte a «percentuali» aspre e mortali, e le tappe, che nel Tour hanno ciascuna l'unità di un capitolo di romanzo (si tratta bene, infatti, di una durata epica, di una somma di crisi assolute, e non della progressione dialettica di un solo conflitto come nella durata tragica), sono prima di tutto personaggi fisici, nemici successivi, caratterizzati da quel misto di morfologia e di morale che definisce la Natura epica. […] Il corridore trova nella Natura un ambiente animato col quale mantiene scambi di nutrimento e di soggezione. […] La tappa che subisce la personificazione più forte è quella del Monte Ventoso. I grandi passi, alpini o pirenaici, per duri che siano, restano malgrado tutto dei passaggi, sono sentiti come oggetti da attraversare; il passo è cavo, arriva difficilmente alla persona; il Ventoso invece ha la pienezza di un monte, è un dio del Male al quale bisogna sacrificare. Vero Moloch, despota dei ciclisti, non perdona ai deboli, esige un ingiusto tributo di sofferenze. […] Il Tour

dispone di una vera e propria geografia omerica. Come nell'Odissea, la corsa è, a un tempo, periplo di prove ed esplorazione totale dei limiti terrestri. […] Naturalmente l'adesione del corridore a questa Natura antropomorfica può compiersi solo per vie semireali. […] Lo scatto implica un ordine soprannaturale in cui l'uomo riesce in quanto ci sia un dio ad aiutarlo: è lo scatto quello che la mamma di Brankart è andata a chiedere per suo figlio alla Santa Vergine, nella cattedrale di Chartres» (Barthes, 1974, pp.109-111).

Circa un decennio fa Marc Augé, pur elogiando l'analisi di Barthes sulla retorica usata dai media (stampa e radio) per "rendere naturali gli uomini e umana la natura", producendo dei reportage di ispirazione epica, ha fatto notare come il semiologo non tenesse conto della dimensione temporale, in quanto era contemporaneo a ciò che studiava (Augé, 2009, p.17). Secondo Augé, infatti, «la mitologia del Tour […] non è più quella che lui analizzava con finezza, anche se, come un fantasma, continua a popolare l'immaginario di tanti» (Augé, 2009, p.18). La polemica avanzata dall'antropologo è legata alla constatazione che il Tour non esprimerebbe più la geografia regionale, nazionale o europea. Con l'organizzazione delle squadre gestita dagli sponsor, ricorda Augé (2009, p. 19), la manifestazione sportiva ha subito un processo di commercializzazione che fino ai primi

anni Sessanta era impensabile, dato che le squadre venivano organizzate su base regionale o nazionale. Le ragioni di questo declino andrebbero inoltre ricercate nel diverso ruolo che la bicicletta oggi ha a livello sociale e politico in Francia, poiché non essa non è più rappresentativa degli strati popolari. Dunque, "per lo studioso il ciclismo sportivo perde il legame (un tempo più forte) con il territorio e «contribuisce sempre meno ad alimentare l'immaginario geografico, nazionale e politico», fino a chiedersi: «Uno sport senza luogo ha ancora ragione di esistere?» (Augé, 2008, p.20). La provocazione di Augé che ha delle implicazioni profonde sul modo di concepire nella contemporaneità il ciclismo e molti altri sport, meriterebbe una riflessione a parte che, tuttavia, in questa sede non è possibile. Pur ritenendo alcune istanze di quanto espresso fin qui, in particolare sul rapporto fra luogo e sport, intendiamo concentrarci su alcune modalità narrative del ciclismo che emergono dalle produzioni cinematografiche pensate per suscitare la curiosità di un vasto pubblico. Nella nostra prospettiva, infatti, va indagato proprio il rapporto tra ciclismo e forme di spazialità implicate nelle rappresentazioni mediatiche: ciò significa prendere in considerazione i peculiari dispositivi narrativi utilizzati per la (ri)produzione simbolica di questo sport. Un canale di grande diffusione è rappresentato dalle dirette televisive. Grazie ad

esse il telespettatore può conoscere borghi, centri urbani, campagne, fiumi e, in generale, paesaggi meravigliosi: «scenari mozzafiato divenuti ben presto iconici, autentici simboli delle due ruote. Perché legati a un episodio, a un'impresa o a una storia speciale da raccontare. Sono loro, i luoghi, a decidere se trasformare un ciclista in una maglia rosa oppure no; se rendere una tappa memorabile oppure banale frazione di trasferimento. […] È come se i punti toccati dal Giro possedessero uno strano potere, una magia che attende soltanto di essere sprigionata. Quasi avessero cioè in partenza le caratteristiche giuste, il *physique du rôle* "geografico" per mettere al mondo imprese» (Pellizzari, 2017, pp.1-2). Spesso le riprese sono accompagnate da commenti sul territorio che possono indurre gli appassionati a trasformarsi in turisti o comunque ad annotare, anche solo nella mente, una meta della gara tra quelle di un possibile viaggio. Si tratta dello stesso principio che alimenta il turismo dei borghi (Cresta, Greco, 2010, pp.67-70) o il fenomeno cineturistico: «ogni veduta, quando suscita una reazione positiva, determina nell'osservatore un bisogno di maggiore vicinanza e di compartecipazione, un desiderio di appropriazione degli oggetti che lo sguardo incontra e di ripetizione dell'emozione provata» (Nicosia, 2012, pp.55-56). Decisivo è il ruolo giocato dalla suggestione e da quegli aspetti - miti, sogni, psiche, desiderio e sensualità - ben descritti

da Jean Pierre Lozato-Giotart nel suo *albero dei sensi* (Lozato-Giotart, 2008, p.19). A tal proposito è nota in Francia l'affermazione dello scrittore Didier Daeninckx «Il Tour de France, con le sue carovane, mi fa pensare ad un film western» [La Grande Boucle, avec sa caravane, me fait penser à un western] (Daeninckx, cit. in Fumey, 2006, p.388).

Perfino per il turismo musicale, nicchia all'interno del più vasto segmento del turismo culturale, vige lo stesso assioma: «A chi non è capitato, ascoltando brani di musica classica, di immaginare, in modo piuttosto semplice e naturale, un paesaggio, un suo elemento o lo svolgersi di una azione? Ma anche di soffermarsi sul rapporto autentico tra natura e società che gli esponenti del possibilismo hanno studiato definendo così il genere di vita, inevitabilmente condizionato sia dalla cultura materiale sia dalle peculiari caratteristiche dell'ambiente naturale» (Mercatanti, 2018, p.26).

Per il Tour de France e per i francesi da sempre vale un principio: «Il Tour è un momento di appropriazione simbolica del territorio nazionale. La maggior parte dei francesi che vive in campagna rimane confinata nelle regioni di appartenenza, prigioniera della lentezza. Coloro che riferiscono gli impressionanti percorsi effettuati dai corridori (2.428 chilometri nel 1903) sottolineano le

sensazioni di vastità, di volo verso l'infinito, di bellezza iperbolica ("decorazioni sontuose", "rocce fantastiche" si legge sulla stampa) trasmesse dagli scrittori […] e portate all'attenzione dei turisti belgi e olandesi. Tutto ciò che la Francia possiede […] apparirà in un pittoresco inventario del Tour» (Fumey, 2006, pp.391-392, nostra traduzione dal francese).

È chiaro, dunque, che lo sport e il ciclismo, inteso nella sua accezione più ampia, sia come pratica vissuta, sia come pratica sociale aggregante, viene esperito (anche) a partire da una molteplicità di rappresentazioni, in un gioco di produzioni e riproduzioni reciprocamente influenti. In tal senso gioca un ruolo fondamentale la forza evocativa delle rappresentazioni e delle narrazioni mediatiche che ha conseguenze dirette sulle modalità attraverso cui lo sport può essere seguito da un ampio pubblico.

Di seguito, dunque, intendiamo concentrarci sugli spot ufficiali di due delle gare ciclistiche su strada più note e seguite a livello internazionale, ossia il Giro d'Italia e il Tour de France. L'obiettivo è quello di indagare le modalità attraverso cui viene costruita la narrazione mediatica dei due eventi sportivi. L'analisi dei filmati tenterà di far emergere i sistemi di valori e gli universi di senso che informano la stessa narrazione sportiva. Inoltre, si presterà particolare

attenzione all'utilizzo della dimensione spaziale che non può essere considerata solo come sfondo per le imprese degli atleti, ma soprattutto per la sua valenza agentiva che mette bene in evidenza la necessaria e costante interazione tra esseri umani e ambiente nelle pratiche sportive (Duranti, 2007, p.89).

4. I due *teaser* delle edizioni 2019 del Giro d'Italia e del Tour de France

I due *teaser* ufficiali del Giro d'Italia e del Tour de France di seguito analizzati sono quelli delle edizioni del 2019 (rispettivamente la 102ª e la 106ª). Questa scelta è motivata dal fatto che entrambe le manifestazioni appaiono fortemente iconiche, poiché rimandano a un immaginario sportivo e valoriale ormai affermato. In particolare, l'analisi degli spot consente di indagare le modalità attraverso cui viene costruita la narrazione mediatica dei due eventi che implica sistemi di aspettativa e peculiari universi di senso. I due *teaser*, girati per i circuiti televisivi e per l'utilizzo su piattaforme Web e, dunque, prodotti per avere una larga diffusione, sono costruiti in modo da suscitare curiosità negli spettatori, poiché anticipano in vari modi lo svolgersi delle importanti gare. Entrambi sono facilmente reperibili sulle piattaforme di streaming quali

Youtube e, su quest'ultimo circuito, sono visibili nei rispettivi canali ufficiali delle due manifestazioni (https://tinyurl.com/rhjy8kz e https://bit.ly/37mI09z). La loro durata è abbastanza simile: quello italiano si attesta al di sotto dei 60 secondi, quello francese sui 77 secondi, dunque la loro efficacia comunicativa è giocata su sequenze veloci ed essenziali. In entrambi, compaiono dei testi che vanno ad arricchire il linguaggio visivo e quello sonoro, più "canonici" per le narrazioni cinematografiche.

Lo spot del Giro d'Italia 2019 è costituito da varie, brevi sequenze tratte dall'edizione del 2018: fin dall'inizio vengono mostrate sia parti di biciclette, sia alcuni noti ciclisti della stagione agonistica precedente. La traccia audio che accompagna lo spot è una sola, veloce e ritmata, composta da diversi bassi che spesso scandiscono pure il montaggio, anch'esso molto veloce. Diverse scene in bianco e nero si alternano ad altre virate decisamente al rosa (con chiaro riferimento alla maglia indossata dal leader della classifica e al colore simbolo del Giro d'Italia) ad altre ancora a colori. Vari testi, che rappresentano singole parole o brevi locuzioni, vengono mostrati durante tutto lo spot in sovraimpressione con corpo carattere piuttosto grande, in posizione centrale o in movimento, occupando per frazioni di secondo la maggior parte dello schermo. Parole e locuzioni

sono mostrate in varie lingue europee (fra cui l'italiano, l'inglese, il francese, lo spagnolo, il tedesco,) ed extraeuropee (fra cui l'arabo, l'ebraico e varie lingue orientali). Il testo, ricostruito nella sua interezza restituisce il seguente periodo: «Ogni gesto, sorriso, sguardo, ogni goccia tornante, urlo, ogni abbraccio, leggenda, è amore infinito» (Giro d'Italia 2019). La punteggiatura, che in questa sede abbiamo inserito per rendere il testo più comprensibile, non è presente nello spot: questa assenza aumenta le possibilità semantiche dei termini, caricandoli di una certa polisemia. Da questo punto di vista il testo gioca con le immagini, creando diversi universi di senso. Inoltre, la rapidità con cui le parole appaiono durante il filmato rende possibili varie costruzioni sintattiche: solo alla fine dello spot il senso dei vari testi, apparsi attraverso una lunga enumerazione, viene restituito nella sua interezza attraverso la presenza del verbo. Quasi alla fine dello spot viene mostrata una maglia rosa storica addosso a un (quasi invisibile) manichino a mezzo busto su sfondo nero, mentre il testo in sovraimpressione compone la parola "leggenda" in varie lingue europee.

L'elemento umano predomina in tutto lo spot. I ciclisti vengono mostrati quasi sempre in gara o comunque in movimento attraverso primi, primissimi piani o inquadrature in dettaglio, spesso nei momenti finali delle gare, mentre eseguono

gesti di esultazione o, nei momenti salienti delle competizioni, in espressioni di grande impegno fisico. Alcune scene panoramiche mostrano i ciclisti in gara con visuale dall'alto o a "volo d'uccello" che esaltano i punti significativi di alcune tappe, quali tornanti, curve, salite. In certi casi la camera segue i ciclisti in formazione dentro i centri abitati che, però in generale rimangono poco riconoscibili. Oltre ai ciclisti più noti del Giro nelle edizioni del 2018 e del 2019, il breve filmato mostra anche alcuni tifosi assiepati a ridosso delle transenne; inoltre, in brevi sequenze appare la madrina di alcune tappe[3] con il "Trofeo senza fine", la coppa che celebra tutti i vincitori del Giro d'Italia dalla prima gara, menzionati anno per anno.

Lo spot del Tour de France è costruito con un impianto narrativo basato su quattro brevi testimonianze di altrettanti noti ciclisti di varia nazionalità che, nella loro carriera, hanno vinto il Tour o alcune tappe di esso[4]. In ordine di

[3] Si tratta della modella e conduttrice televisiva Martina Quattrone che è stata madrina di alcune tappe del Giro d'Italia nelle edizioni del 2017, 2018 e 2019. La scelta di professionisti del mondo dello spettacolo come testimonial della manifestazione sportiva aumenta la visibilità dell'evento e ha un probabile ritorno in termini di pubblico.

[4] Per questioni di brevità in questa sede non consideriamo le altre vittorie, in certi casi numerose, conseguite dai quattro ciclisti presso altre gare nazionali e internazionali su pista o su strada. Gli atleti, enumerati qui in ordine di apparizione nello spot, hanno

apparizione si avvicendano: il francese Thibaut Pinot (che ha partecipato a varie edizioni del Tour, fra cui quella del 2019), l'anglo-kenyota Christopher Froome, il belga Philippe Gilbert e il britannico Mark Cavendish (che hanno partecipato a varie edizioni della gara francese, fra cui quella del 2018). Il *teaser* si apre con una grafica che informa sulla prima tappa della gara, ossia Bruxelles. Accompagnano l'infografica alcune immagini della capitale belga: in brevi sequenze compaiono l'Atomium e il Municipio. Nella sequenza successiva Thibaut Pinot esprime una riflessione autobiografica sul Tour, il cui testo scorre in sovrimpressione in lingua francese: «Quando si è ragazzi il Tour de France rappresenta tanto… Una cosa… Una cosa immensa. [*Quand on est gamin, le Tour de France ça représente tellement… un truc immense.*]» (Tour de France 2019 – Traduzione nostra). Inquadrature del ciclista in primissimo piano si alternano a sequenze girate durante le edizioni precedenti del Tour. Le sequenze seguenti mostrano Christopher Froome durante una premiazione in maglia gialla e, in modo affine alla precedente, viene presentata la sua riflessione in lingua inglese con sottotitoli in

riportato le seguenti vittorie al Tour de France (considerando varie edizioni): Pinot è stato vincitore di tre tappe e si è classificato terzo all'edizione del 2014; Froome ha vinto le edizioni del 2013, 2015, 2016 e 2017 ed è arrivato terzo all'edizione del 2018; Gilbert ha vinto una tappa; Cavendish trenta tappe.

francese: «È il Graal del ciclismo professionistico. Niente è paragonabile alla maglia gialla. [*C'est le graal du cyclisme professionel. Rien n'est comparable au Maillot Jaune.*]» (Tour de France 2019 – Traduzione nostra). Alla fine del suo intervento viene mostrata una maglia gialla storica su un manichino a mezzo busto seminascosto. Viene dunque presentata la riflessione di Philippe Gilbert: «Il Tour de France non è solo felicità. Si soffre parecchio. Ma ci sono anche dei momenti che fanno dimenticare tutto il resto. [*Le Tour de France ce n'est pas que du bonheur. C'est beaucoup de galères. Mais après il y a des moments qu'on vit.*]» (Tour de France 2019 – Traduzione nostra). Come nei casi precedenti il ciclista è ripreso in primissimo piano. Inoltre, durante la testimonianza viene mostrata la sua rovinosa caduta nella pericolosa discesa del Portet-d'Aspet (valico francese dei Pirenei occitani) che, nell'edizione 2018 del Tour, è costata a Gilbert il ritiro dalla gara a causa della frattura di una rotula. Le sequenze successive mostrano momenti salienti del Tour 2018, con diverse scene di ciclisti che esultano in mezzo al pubblico assiepato lungo le tappe. Alcune riprese, eseguite dall'alto o "a volo d'uccello" sono di grande impatto visivo, come la breve sequenza che mostra i ciclisti in gara lungo la diga del Beaufortain, presso il Lago di Roselend, nella regione della Savoia. Nelle scene seguenti i gruppi di ciclisti ripresi in formazione lasciano il

posto a uno stormo di fenicotteri che sorvolano un lago; le immagini mostrano quindi gli aerei della pattuglia acrobatica francese in volo sull'Arco di Trionfo e sugli Champs-Elysées, dove stanno correndo i ciclisti e dove, tradizionalmente, si conclude il Tour. Il passaggio dei ciclisti dall'Arco di Trionfo e le immagini del vincitore dell'edizione 2018, Egan Bernal, precedono la visualizzazione di un'infografica che mostra la carta della Francia con le tappe previste nell'edizione 2019, un testo con le date della gara (6-28 luglio 2019) e la menzione che si tratta del "centenario della maglia gialla". Chiude lo spot una sequenza in cui Mark Cavendish, ripreso in primissimo piano, esprime questa riflessione: «C'è il ciclismo. E (poi) c'è il Tour de France [*Il y a le cyclisme. Et il y a le Tour de France*]» (Tour de France 2019 – Traduzione nostra). Questa dichiarazione costituisce la *summa* dell'effetto crescendo che anima la narrazione dello spot. La breve enumerazione ha infatti funzione di iperbole, assegnando al Tour uno status a sé anche rispetto allo sport che rappresenta. Inoltre, come ulteriore conseguenza retorica, la gara francese diviene metonimia dello stesso ciclismo, aumentando l'effetto epifonemico della narrazione mediatica. Per quanto riguarda il sonoro, l'intero spot è attraversato da una musica di sottofondo che cambia strumenti e ritmo in tre momenti, descrivendo un andamento circolare. Dall'inizio e fino circa a metà prevale una composizione con

pochi strumenti che accompagna, sottolineandole, le riflessioni pronunciate dai tre ciclisti prima menzionati. Dopo l'intervento del terzo ciclista la musica diventa più ritmata e si inseriscono altri strumenti che enfatizzano le sequenze relative alle immagini dei gruppi di ciclisti in gara, ripresi mentre attraversano luoghi iconici con tecniche spettacolari. Negli ultimi dieci secondi la colonna sonora torna sulle note inziali, accompagnando (oltreché sottolineando) l'intervento dell'ultimo ciclista e chiudendo idealmente il movimento circolare aperto all'inizio del video.

5. Spazialità e narrazione degli spot del Giro e del Tour

I due *teaser*, che hanno finalità comunicative simili (informare del prossimo svolgimento delle gare; suscitare curiosità; creare un sistema di attese negli spettatori), risultano costruiti attraverso strutture narrative differenti. Quello del Giro d'Italia è articolato soprattutto attorno alla rapidità e al movimento e affida all'elemento testuale un gioco complesso di semantizzazioni che lo spettatore può formulare fino alla fine del video, per rintracciarne solo allora il senso complessivo. Lo spot del Tour de France è invece giocato su una narrazione dal ritmo più lento e ciclico, in quanto il video presenta un crescendo per poi tornare, nella

parte finale, allo stesso ritmo dell'inizio. A differenza dello spot del Giro, in quello francese la narrazione generale fa da cornice a narrazioni più brevi, ossia le dichiarazioni dei quattro ciclisti di cui si è detto prima. Le riflessioni presentate durante il video appaiono alla stregua di interviste essenziali: le eventuali domande rivolte ai ciclisti non sono udibili dallo spettatore, essendo note solo le brevi risposte. Naturalmente la scelta degli atleti risponde a precisi criteri di significazione, poiché i quattro "intervistati" rappresentano delle eccellenze nel ciclismo, non solo per la loro partecipazione e le loro vittorie all'interno della competizione transalpina, ma anche per il loro pieno coinvolgimento in altre importanti gare di livello internazionale. Da questo punto di vista, anche il *teaser* del Giro utilizza l'iconicità di alcuni ciclisti, tuttavia tende a inserirli in un'unica grande narrazione che valorizza anche le azioni di gruppo, mostrando le squadre che si muovono sulle strade e i centri abitati di alcune tappe, seguiti ed attorniati dal pubblico. L'iconicità dello spot del Tour sembra piuttosto affidata alle brevi narrazioni dei quattro ciclisti: ne emerge una gara complessa, difficile ("Si soffre parecchio", Gilbert), che inscrive l'esperienza di chi vi prende parte perfino in un'atmosfera mitica o sacra ("Una cosa immensa", Pinot; "È il Graal del ciclismo", Froome), regalando momenti indimenticabili ("Momenti che fanno dimenticare il resto", Gilbert)

ed elevando la competizione a un *unicum*, anche rispetto allo stesso ciclismo ("C'è il ciclismo. E c'è il Tour de France", Cavendish)[5]. La rappresentazione della gara che viene fuori da queste narrazioni è solo in parte simile a quella del *teaser* italiano che esprime, nei suoi testi in sovraimpressione, un universo valoriale basato sulla passione e sull'amore per il ciclismo («Ogni gesto sorriso sguardo ogni goccia tornante urlo ogni abbraccio leggenda è amore infinito»). Qui, però, l'aura mitica e sacrale attribuita alla dimensione della gara è "ridotta" a esperienza fortemente umana, sebbene trasfigurata dallo straordinario. L'eroismo dei ciclisti, si potrebbe dire, sta nel sacrificio dell'impegno e della fatica (ripreso da immagini montate in sequenze veloci), ricompensato con la vittoria (le molte immagini di esultazione) o, comunque, con la partecipazione a una competizione che può essere esperita in modo totalizzante: il riferimento, semioticamente pregnante, a un contesto "micro" (es. "goccia" e "sorriso") e, allo stesso tempo, a un contesto "macro" (es. "amore" e "infinito").

[5] L'attribuzione di una condizione mitica al Tour, anche nell'ambito della cultura di massa francese, è stata sottolineata da Augé: citando la canzone ironica *À bicyclette* (1947) di Bourvil, l'antropologo scrive che «vi si ritrovano, in forma di parodia e di commedia, tutti i "mitemi" della leggenda ciclistica, la bicicletta, il ciclista e il Tour» (Augé, 2009, pp. 11-12).

Nel dispositivo narrativo di entrambi gli spot è determinante la rappresentazione (e l'uso) dello spazio. Da un punto di vista geografico è utile osservare come le varie forme di spazialità riprese nei *teaser* non abbiano solo la funzione di "sfondo" per le gare: i luoghi che appaiono nel video, infatti, sono spesso esaltati attraverso riprese aeree o con camere a mano (spesso utilizzate per la copertura mediatica degli eventi professionistici) divenendo essi stessi protagonisti o comprimari dell'azione scenica. D'altra parte, per la natura stessa del ciclismo, la dimensione spaziale nelle gare è parte essenziale e necessaria della prova a cui sono chiamati gli atleti in competizione. Non appare casuale, dunque, che da sempre le rappresentazioni mediatiche del ciclismo tendano a enfatizzare i luoghi attraversati. Come fa notare Augé, la spettacolarizzazione del Tour è connessa a una dialettica stabilità/movimento che i media hanno imparato a utilizzare e a raccontare efficacemente (Augé, 2001, p.17). Anche per ciò che riguarda la narrazione dello spazio i due *teaser* scelgono modalità diverse. Seppure in entrambi (considerata la durata totale dei video) i luoghi ripresi appaiano solo per pochi istanti, in quello italiano risultano quasi irriconoscibili, mentre nello spot francese sono facilmente individuabili, soprattutto quando danno risalto all'identità nazionale (Arco di Trionfo; Champs-Elysées; lago di Roselend). Inoltre, nello spot del Giro non sono presenti carte

geografiche, mentre in quello del Tour è presente una carta della Francia che sintetizza e localizza le tappe della manifestazione. L'enfasi sull'identità francese (cfr. Fumey 2006) è posta anche attraverso l'uso dell'analogia nel montaggio, nell'accostamento delle immagini dei ciclisti in formazione con i fenicotteri e la pattuglia acrobatica. Inoltre, si potrebbe dire che, in virtù di tale analogia, simbolicamente i ciclisti "volano" sulla strada, innalzandosi a una dimensione quasi eterea che enfatizza il loro "sacrificio" e la loro eventuale vittoria. La riconoscibilità dei luoghi abbinata alla narrazione (spettacolarizzata) della natura tendono a rafforzare l'alternanza di elementi antropici e naturali. Nel *teaser* italiano l'enfasi maggiore è posta sull'elemento umano che affronta l'asperità di alcuni luoghi, dove elementi naturali o fortemente antropizzati fluiscono in un *continuum* ideale di curve, rettilinei, salite, tornanti, strettoie. L'attenzione rimane concentrata sulla strada che diviene una sorta di sintesi della stessa competizione. Va anche notato che, nel caso italiano, la prospettiva spaziale si incrocia fortemente con la prospettiva temporale nel "Trofeo senza fine" che compare in più occasioni durante il video. Esso diviene elemento simbolo della gara e, come si è detto, racchiude in sé i nomi dei vincitori di tutte le edizioni, elencati per anno e cognome. La forma del trofeo è una spirale e, anche nel nome, esso allude alla spazialità

simbolica di un fluire cronologico. A questo "gioco" semiotico di rimandi fra le due dimensioni concorre anche lo stesso logo del Giro che, alla fine dello spot, appare in sovrimpressione sull'immagine del trofeo, con le due ruote della bicicletta che idealmente formano il segno dell'infinito (∞) e il *claim* "Giro d'Italia – Amore infinito".

Conclusioni

In questo lavoro si è cercato di mostrare come il ciclismo su strada costituisca una pratica sportiva che ha importanti implicazioni economiche, sociali e perfino politiche. Ciò non solo per quanto concerne i grandi eventi (che, ad esempio, contribuiscono alla creazione di un immaginario turistico), ma anche per le eventuali ricadute sulla sostenibilità degli stili di vita: come si è visto anche negli studi italiani si parla sempre più spesso di una *bikeconomy* (Santilli, Soldavini, 2019). Similmente a quanto accade ad altri sport, anche il ciclismo (ri)produce un universo simbolico e valoriale che può essere ricostruito anche a partire da particolari narrazioni mediatiche, quali i *teaser* di grandi eventi come il Giro d'Italia e il Tour de France. Dall'analisi di entrambi gli spot è emerso che nei dispositivi narrativi del ciclismo giocano un ruolo fondamentale varie forme di spazialità: lungi

dall'essere mero "sfondo" per le gare, proprio lo spazio assume un valore agentivo (cfr. Duranti, 2007, p.89). Pur investiti da un processo di spettacolarizzazione (riprese aeree; camera a spalla; colonna sonora; uso di figure retoriche come iperbole e analogia) i luoghi mostrati negli spot rendono possibile la competizione dei ciclisti, definendone modalità e finalità. Nello spot italiano gli atleti sono pienamente i protagonisti (e "provano delle emozioni") quando la strada diventa "visibile", ma questa epifania viene inserita in una negoziazione del senso (cfr. Geertz, 1998) basata sulla testualità e sul ritmo che accompagna la narrazione. Nello spot francese la competizione stessa viene inscritta in un registro mitico e, a volte, sacrale, mentre l'iconicità dei ciclisti viene enfatizzata assieme all'identità nazionale rimarcata da luoghi simbolo. Le narrazioni dei *teaser*, dunque, restituiscono differenti modalità di concepire lo spazio attraverso complesse risemantizzazioni. Da una prospettiva geografica lo studio delle produzioni simboliche dello spazio dello sport risulta particolarmente pregnante, soprattutto nel caso del ciclismo: come ha fatto notare Gregory (2004), infatti, anche lo spazio immaginario è performativo, in quanto prevede e consente un agire che, possiamo aggiungere, viene articolato in varie forme proprio dalla narrazione.

Bibliografia

Augé M., *Finzioni di fine secolo. Che cosa succede?*, Bollati Boringhieri, Torino, 2001.

Augé M., *Il bello della bicicletta*, Bollati Boringhieri, Torino, 2009.

Bale J., Dejonghe T., "Sports Geography: an overview", in *Belgeo*, 2, 2008, pp.157-166.

Barthes R., *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino, 1974 [Ed. orig. *Mythologies*, Editions du Seuil, Paris, 1957].

Berridge G., "The promotion of cycling in London: The impact of the 2007 Tour de France Grand Depart on the image and provision of cycling in the capital", in *Journal of Sport & Tourism*, 17, 1, 2012, pp.43-61.

Brunet F., *Economiè des Jeux olympiques de Barcelone 1992*, Centre d'estudis olimpics, Lausanne, 1993.

Cardinale B. (a cura di), *Mobilità, traffico urbano e qualità della vita*, Franco Angeli, Milano, 2004.

Congiu T., *Mobilità e progetto territoriale della città*, Franco Angeli, Milano, 2011.

Cori B. (a cura di), *Traffico urbano e qualità della vita in Italia*, Pàtron, Bologna, 1988.

Cresta A., Greco I., *Luoghi e forme del turismo rurale. Evidenze empiriche in Irpinia*, Franco Angeli, Milano, 2010.

Duranti A., *Etnopragmatica. La forza nel parlare*, Carocci, Roma, 2007.

Essex S., Chakley B., "Olympic games: Catalyst of Urban Change", in *Leisure Studies*, 17, 3, 1998, pp.187-206.

Formica C., "Vacanze e sport nell'Italia meridionale", in *Atti del XVIII Congresso Geografico Italiano (Trieste, 4-9 aprile 1961)*, vol. 1, Istituto di Geografia dell'Università, Trieste, 1962, pp.419-423.

Fumey G., "The Tour de France: A Cycling Geography", in *Annales de Géographie*, 4, 2006, pp.388-408.

Furrer P., "Giochi olimpici sostenibili: utopia o realtà?", in *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 7, 2002, pp.795-839.

Geertz C., *Interpretazione di culture*, Il Mulino, Bologna, 1998.

Gregory D., *The Colonial Present: Afghanistan. Palestine. Iraq*, Blackwell Publishing, Oxford-Malden, 2004.

Guala C., "Per una tipologia dei Mega-Eventi", in *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 7, 2002, pp.743-755.

Jeanrenaud C., *The economic impact of sport events*, Cies, Neuchâtel, 1999.

Legambiente, VeloLove e Grab+, *1° Rapporto sull'economia della bici in Italia e sulla ciclabilità nelle città*, 2017.

Lozato-Giotart J.P., *Geografia del turismo*, Hoepli, Milano, 2008.

Mercatanti L., "Lo sviluppo del turismo del Golf in Sicilia", in *Geotema* , 54, 2017, pp.73-80.

Mercatanti L., "Codici e linguaggi. Il paesaggio nella musica di Antonio Vivaldi", in D'Agostino L. (a cura di), *Percorsi sul pentagramma. Geografia, musica e letteratura*, Nuova Trauben, Torino, 2018, pp.26-43.

Nicosia E., *Cineturismo e territorio: un percorso attraverso i luoghi cinematografici*, Pàtron, Bologna, 2012.

OMS, Piano d'azione globale per la prevenzione e il controllo delle malattie non trasmissibili 2013-2020, 2013 in www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2087_allegato.pdf

Paratore E., "Pour une Géographie du sport, aspects géographiques du football en Italie", in *Atti del XXIII Congresso Geografico Internazionale (Mosca, luglio-agosto 1976)*, vol. 6, CNR, Roma, 1976, pp. 56-59.

Pellizzari G., *Storia e geografia del Giro d'Italia*, Utet, Milano, 2017.

Pioletti A.M., "La geografia dello sport e il calcio in Italia", in *Geotema*, 4, 1996, pp.60-69.

Privitera D., *La città e lo sviluppo della mobilità a pedali*, Aracne, Roma, 2012.

Privitera D., "Sostenibilità e mobilità a pedali", in *Archivio di Studi Urbani e Regionali*, XLV, 111, 2014, pp.108-127.

Privitera D., "Towards a Competitive Sustainable City: Cycling as an Opportunity", in Thomas K.D. (ed.), *Handbook of research on Sustainable Development and Economics*, 2015, Business Science Reference, Hershey, pp. 20-36.

Robiglio C., Martinelli C., "Cicloturismo, Cicloescursionismo e territorio. Progetti e realizzazioni", in Adamo F. (a cura di), *Turismo e territorio in Italia*, Pàtron, Bologna, 2004, pp. 125-143.

Rooney J.F., "Up from the Mines and Out from the Prairies: Some Geographical Implications of

Football in the United States", in *Geographical Review*, 59, 4, 1969, pp.471-492.

Rooney J.F., *A geography of American sport: From Cabin Creek to Anaheim*, Addison Wesley, Reading (Massachussets), 1974.

Rooney J.F., Pillsbury R., *Atlas of American sport*, Macmillan, New York, 1992.

Santilli G., Soldavini P., *Bikeconomy. Viaggio nel mondo che pedala*, Egea, Milano, 2019.

Union Cycliste Internationale, *The economic impact of major UCI cycling events*, Ernst & Young, London, 2019.

Sitografia

Giro d'Italia 2019 – *Official promo* – https://tinyurl.com/rhjy8kz (Consultato il 12/02/2020)

Tour de France 2019 – *Teaser Fr* – https://bit.ly/37mI09z (Consultato il 12/02/2020)

Determination of Current Situation and Dissemination of Race Officials' Training in European National Sailing Federation

di Federico Piani, Alessandro Pezzoli, Angelo Besana, Vincent Hagin, Josep M. Pla

Abstract

The aim of this research is to collect and analyze the qualitative and quantitative data from Members of the European Sailing Federation (EUROSAF) about their Race Officials' (ROs) training, status (commitment level, license renewal, selection criteria etc.) and educational programs. The expected output is a description of the current situation. This work is the basis for future projects to create a European-level common-core syllabus as well as education and certification guidelines for

EUROSAF and its Members in a view of Pan-European development of the Sailing Sport.

The results present the current situation of active ROs in National Sailing Federations in Europe and show what is operationalized in each four RO categories (race officer, jury, umpire, measurer) for a representative sample of European National Sailing Federations. The results are presented in category, quantified and classified by country, level of education, selection's criteria, type of training and status (assistant, club, regional, national and international). A special attention will be made in the study sample as the analysis of ROs distribution, literature review and analysis of the existing training programs of selected members in order to develop an accurate data collection tools.

Finally, it should be possible to draft a common core curriculum for discussion by EUROSAF Members and to propose training priorities by RO categories and countries. Then each National Federation can determine a catalogue of priorities for ROs training in function of their own needs and always with a vision of the development of Sailing Sport for their Country and for the whole of Europe.

Key Words: Sport Governance, Race Officials, Training and Education

1. Introduction

Sport is a socio-cultural phenomenon capable of generating significant processes of change in society and, consequently, in its spatial organization. This is the main axiom of the specific research area of the humanities and social sciences which constitutes Sport Studies and, in particular, the geography of sport [1-3]. The growth in the social importance of sports activities has also been studied in relation to the labor market for the power to generate new jobs and, above all, new professional skills, both in the private and institutional sphere, both in reference to technical skills that organizational and managerial expertise [4].

The latter requirement is increasingly linked to the importance that sporting practices and events have assumed in the most advanced societies for both socio-economic and territorial development.

The objectives that the French Ministry of Youth and Sports declared in the national sport plan are indicative:

- "faire du sport un droit pour tous
- accroître la place et le rayonnement de la France sur la scène internationale
- tenir compte du rôle du sport dans le développement durable des territoires
- valoriser les espaces naturels et ruraux en proposant un accès raisonné

- contribuer à la croissance économique et à la cohésion sociale par la formation, l'emploi et les services [5]".

Objectives that clearly and directly reflect political, social, economic and territorial aims and which in general terms are increasingly shared by the governments of the most advanced countries, together with their sports institutions and federations.

In this context, this paper explores the situation of the race officials of the European National Sailing Federations (EUROSAF), professional figures essential for the organization of sailing events. Events that have grown in visibility and importance over the years and in some cases are distinctive, if not identifiable, elements of countries, regions and cities.

The growth of the skills and professional condition of these figures within the EUROSAF countries can represent a key objective for the development of sailing events in Europe, with all the important economic repercussions that these can also induce in terms of promotion and territorial development.

Hosting a major sports event is often an opportunity that local administrations are pursue to make possible policies of economic and social development and actions of spatial restructuring. The contended selection that is regularly observed among cities offering to host the Olympic games or

the FIFA World cup is a clear proof of the importance of such opportunities for the candidate cities.

The same can be said for sailing. It's been a while since many locations by the sea benefited from the financial flow associated with hosting important international sailing events, both from tourism and sport.

One clear example of this is the annual Barcolana race held in Trieste (Italy) in October. Born in 1969 as a friendly race between sailing enthusiasts, in 2019, for its 51st edition, it has been

nominated the "Largest Sailing Race in the World" by the Guinness World Records with more than 2,000 boats and 15,000 participating sailors [6]. This race is an important asset to the city, as shown in a 2019 study by professor Guido Guerzoni (Bocconi University), Barcolana has generated in 2018 a revenue of 71.5 M€ together with a media coverage and image return worth 26.5 M€. The fiscal impact resulted in the local government collecting 6 M€ from direct and indirect taxes, following an investment in the event of 340,000 € [7].

Another interesting case of how a sailing event can boost the local economy is the America's

cup held in Valencia (Spain) from 2004 to 2010 The America's cup is the oldest trophy in international sport dating back to 1851, and since

then, it has attracted not only the best sailors in the world but also many businessman and companies as sponsors. Only four nations managed to win the trophy (USA, Australia, New Zealand and Switzerland). The Rules state that the winner elects the venue where the following edition will be raced [8].

In the 2003 edition held in Auckland (NZ), the Swiss boat Alinghi beat Team New Zealand. In

view of the fact that in Switzerland there were no suitable places to hold the event, Valencia

was chosen as the location for the 2007 America's cup. The economic impact for the Valencia Region of holding this event has been the subject of a study by the Institut Valenciano de Investigaciones Economicas (IVIE) in 2007. The results showed investments of 2,768 M€ during the period 2004-2007, mostly allocated to the implementation of infrastructures (74%) such as a new 700-berths marina and major improvements to the city transport network and other public services. The event led to a revenue of 2,274 M€ for the local economy; It has been responsible for 2.67% of the Valencian region GDP, with an annual growth of 1% over that period. In terms of

employment, the impact is estimated in 73,859 jobs maintained/created [9].

Another example of how major sailing events can have a positive impact on local economies emerges from a study mandated by the Waterfront

Commission of Newport RI (USA) in 2015. Examining 4 regattas held in the city, the research revealed that each event contributed to an increase in revenue of about $1 million. That includes only 4 weeks of the 6 months' long sailing calendar [10].

Also Arab nations, where the sport of sailing is not popular, decided to invest in it. Abu Dhabi and the Sultanate of Oman decided to benefit from the worldwide visibility that sailing brings, to promote its emerging economies. In 2011, Abu Dhabi signed a 5-year contract with the Volvo Ocean Race to hold a stop-over in two editions of the prestigious race around the world. The deal also included the sponsorship of a competing boat, which, after good results in the first edition, managed to win the following edition of the race, projecting the image of Arab Emirate all over the news worldwide [11].

In 2008, The Sultan of Oman supported the establishment of Oman Sail in order to promote the Sultanate worldwide and to give new learning opportunities to the young generations. In less than 10 years, they managed to achieve their initial goals. Muscat is now a regular destination for international sailing events and Omani sailors started obtaining impressive results in international competitions [12].

In addition to Trieste, there are several cities in Italy that are regular venues for international and national sailing competitions. Among these are Cagliari, which is the home of the Luna Rossa Italian America's Cup team and the Italian Olympic Sailing Team; Genoa, where the Italian Sailing Federation is based and home of other important international races, and, finally, Lake Garda, which hosts many World and European championships every year.

In light of the importance of sailing events on local economies, the aim of this research was to investigate one major aspect related to the diffusion of sailing competitions in the European continent, and in particular the Race Officials (ROs). ROs have an essential role in the different stages of organizing a sailing competition. Usually the beauty of the venue, however important, is not sufficient to make an event appealing to boat owners and sailors. It is the capability of the organizing authority, both on the water and on land, that really makes the difference for the success of an event. That’s one reason to promote the formation of skilled ROs.

This research, promoted by the European Sailing Academy, European Sailing Federation (EUROSAF) [13], is aimed at collecting quantitative and qualitative data from Members of the EUROSAF about their Race Officials (ROs)

training, status (commitment level, license renewal, selection criteria etc.) and educational programs.

The expected output is a description of the current situation and represent a deeper analysis, developed for the first time, about the Race Officials in sailing sport. Furthermore, this study is the basis for future works to create a European-level common-core syllabus as well as education and certification guidelines for EUROSAF and its Members.

The work aims to describe the current situation of ROs activities in National Sailing Federations in Europe and to show what has been operationalized in each RO category (Race Officer, Jury, Umpire, Measurer). It was also aimed to categorize, quantify and classify the results by country, level of education, selection criteria and gender differences.

First of all, it is important to analyze the different categories of the ROs in Sailing Sport. World Sailing (WS), governing body at the international level of the Sailing Sport, sets different professional roles for Race Officials (ROs). In the present research, it is focused into the most significant ones:

- **International Race Officer:** "*The Race officer is the person in charge of the race management. His primary responsibility is to ensure that the*

competition is run according to the standards of WS and classes involved. He is responsible for overseeing the race management of the event and reporting to his appointing organization on progress and any issues that may arise. Unless responsibility is given elsewhere under the rules, the International Race Officer is the final decision-maker over any race management related questions or disputes concerning the conduct of the competition." [14].

- **International Judge:** *"An International Judge has the role of deciding on protests and requests for redress and deciding on conflicts between Notice of race (released before an event) and the Sailing Instructions (released at the beginning of the event)."* [14].
- **International Umpire:** *"An International Umpire makes on the water instant decisions while umpiring match, team, medal and fleet racing. He may be appointed to the jury in place of an International Judge and finally applies the addendum Q while umpiring a fleet race."* [14].
- **International Measurer:** *"The International Measurer supervises the process of measurement and inspection*

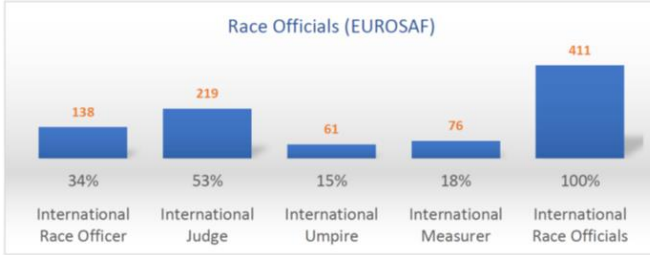
> *during an event setting up the facilities, trains and guides the measurement team and protests any class rule infringement."* [14].

2. Composition and Distribution of Eurosaf Race Officials

The first step, in order to have an accurate representation of the Race Officials operating for the EUROSAF, is to create a database with all the information collected from the World Sailing website [15].

Looking at the present situation in the division of roles (Figure 1), more than half of the ROs is qualified as International Judge. One third of them are International race officers and the two remaining roles are represented by less than 20% each.

Fig. 1 - Number of International Race Officials per role

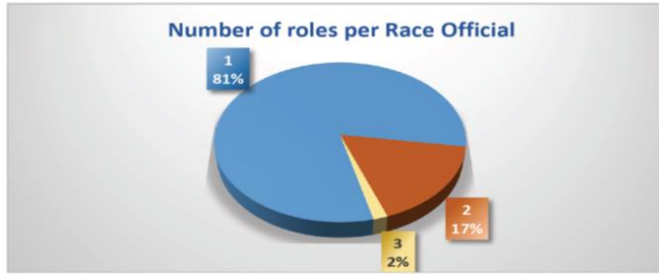


Source: Processing on World Sailing data

It is clear that some ROs are qualified for more than one role, given that the sum of all the officials in the different roles is higher than the total number of ROs.

As shown in the following charts (Figures 2; 3), 19% of ROs actually do have multiple specializations, usually two (17%), but in some cases even three (2%). All of them are International Judges.

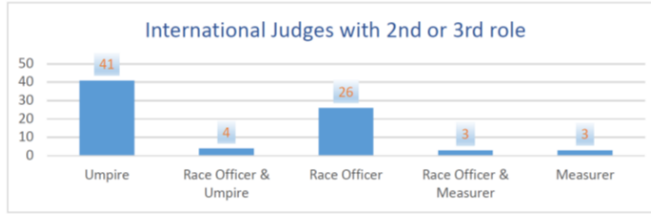
Fig. 2 – Portion of International Race Officials with one or more qualifications



Source: Processing on World Sailing data

Almost all the International Umpires are International Judges as well (45 over 61). For the other roles, the portion of individuals with more than one specialization is not as significant, close to 25% for Race Officers and 10% for Measurers.

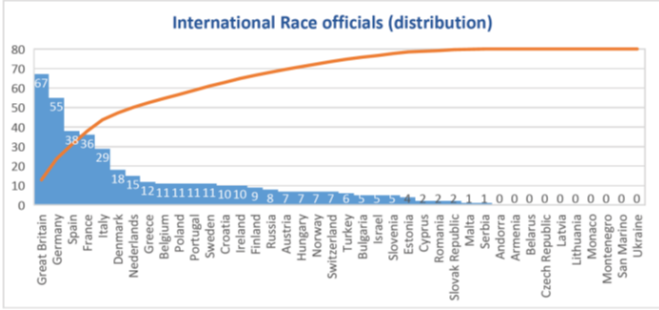
Fig. 3 – Distribution of 2nd and 3rd roles among International Judges



Source: Processing on World Sailing data

The distribution analysis (Figure 4) reveals that among the 40 Member National Authorities (MNAs), 54.6% of International Race Officials (IROs) belong to the first 5 MNAs, in order of quantity: Great Britain, Germany, Spain, France and Italy.

Fig. 4 – Distribution of International Race Officials by Member National Authority

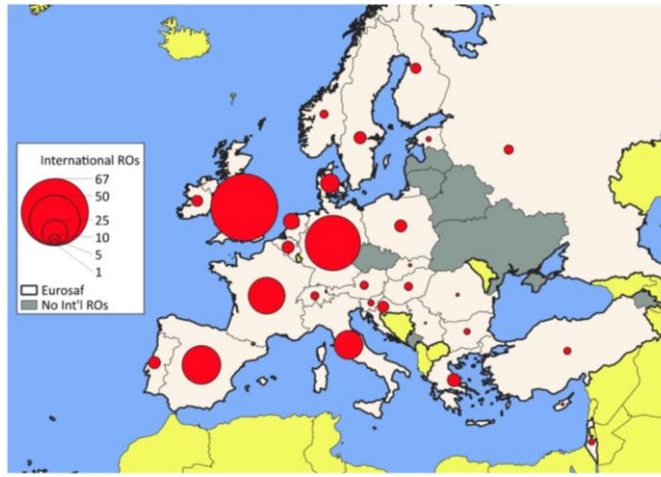


Source: Processing on World Sailing data

The map of Europe shown in Figure 5 denotes a clear disproportion between eastern and western states. Western countries have, in general, higher numbers of IROs. In addition, with the exception of Germany, nations with larger numbers of IROs have mostly coastline borders. Only 14 associations (35% of EUROSAF MNAs) have

more than 10 IROs. Amongst the remaining 26, 10 of them have none.

Fig. 5 – Map of the distribution of International Race Officials



The reasons for the lack of IROs in the associations at the bottom of the list might be the small area (Malta, S. Marino, Monaco, Andorra), the distance from main marine areas such as Mediterranean Sea, Atlantic Ocean and North Sea (Serbia, Ukraine, Armenia), and the total absence of sea coasts (Czech Republic, Slovak Republic, Belarus). In addition, the scarcity or even absence, in the case of Ukraine, of ROs in countries facing the Black Sea (Rumania, Bulgaria, Turkey and

Ukraine), indicates paucity of sailing activities in those countries. Despite the scarcity of coastline, Austria, Hungary and Switzerland offer 6-7 ROs, each with International licenses. In addition, the substantial importance that Germany possesses compared to the scarcity of territories facing the sea, suggests that lake sailing activities are not less important. This distribution expresses socio-cultural influences that reflect over the popularity of sailing at the national level. In support of this, it is possible to see how Greece has more officials than any other state in the area.

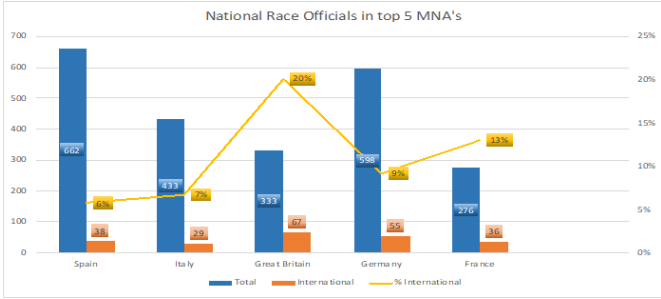
3. National Race Officials

In the chart below (Figure 6) is shown the composition of ROs in the first 5 nations in terms of numbers. It takes into account all the individuals with at least one national license as extracted from the data-base of each National Sailing Federation [16-20].

Regarding total numbers, Spain holds the top position with 662 affiliates including 38 internationals closely followed by Germany. In third place is Italy where, despite a large presence of officials, only 7% of its members are internationals. Finally, there are Great Britain (4th) and France (5th) with half of Spain's affiliates and a presence of internationals of 20% and 13%,

respectively showing that the conversion in those areas has been well conducted.

Fig. 6 – Composition of Race in the top 5 Member National Authorities with percentage of international ROs



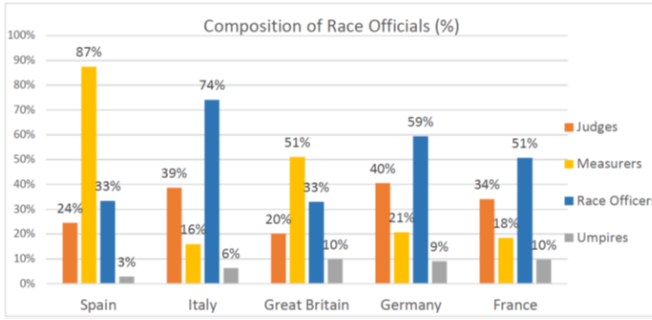
Source: Processing on World Sailing and National Federation data

The other Federations considered, have a weighted international presence lower than that of Great Britain. Spain, Germany and Italy are slightly penalized in that way, because of the very high number of associates. Nonetheless, this situation provides the interesting opportunity to increase the number of IROs, given that national ROs can easily be promoted.

Looking at the composition of ROs in each Federation (Figure 7), everyone, excluded Great Britain and Spain, have the same balance among the 4 roles. A majority of Race Officers, followed

by Judges, Measurers and Umpires. Spain is the one with the most conspicuous amount of measurers (87%). This divergence from the other nations taken into account is due to economic interests according to the Spanish Federation. In fact, 475 of Spain's Measurers are specific for yachts allowing them to be part of the yachting industry. The proportion of Judges lays around 40% in Germany and Italy, declining to 34% in France, 24% in Spain and 20% in Great Britain. The same can be said for the Race Officers. In order, respectively, Italy (74%), Germany (59%), France (54%), and, far behind, Great Britain and Spain (33%).

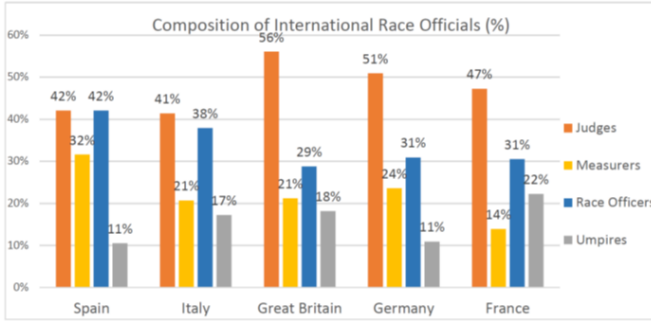
Fig. 7 – Composition of National Race Officials in the first 5 MNA's included International RO's



Source: Processing on World Sailing and National Federation data

Compared with the distribution of IROs (Figure 8), it can be seen that the difference with the analysis just carried out in the previous chart (Figure 7) is substantial. The preponderance in most countries of Race Officers among total ROs (Figure 7) is transferred, among the IROs, to the Judges (Figure 8). These data fit well with the total distribution in the EUROSAF area seen in Figure 1, where the international Judges are by far the most among IROs.

Fig. 8 – Composition of IROs in the first 5 MNAs



Source: Processing on World Sailing data

Applying the same comparison between total ROs and IROs, it is worth mentioning the case of Great Britain, where the share of Judges goes from 20% of the total ROs, to an astounding 56% of

IROs, while the percentage of Measurers drops from 51% to just 21%. The Umpires among IROs almost double in every state except for Germany, where the increase compared to total ROs is only marginal.

Spain's national Measurers rate drops from 87% to a much less significant 32% because only the dinghies measurers are listed in the World Sailing ROs database. Instead international yacht measurers are governed in collaboration with World Sailing, by different institutions such as the Royal Ocean Racing Club (RORC) and the Offshore Racing Congress (ORC).

The differences between the two graphs indicate how the national ROs contribute to the total. Large decreases in each category from Figure 7 to Figure 8 indicate that there might be fertile ground to promote new Internationals, whereas increases show a good conversion rate, like in the case of Judges in Great Britain.

4. Gender Analysis

Gender analysis was performed to determine the presence of females among the ROs in different countries. Table 1 shows the number of women with an international license affiliated to EUROSAF associations. The total average, including the nations without females, is 15%. The distribution is quite uneven given that only few

nations are close to the mean. The top 5 nations considered in the previous charts (i.e. Great Britain, Spain, France Germany and Italy) are ranked in the first positions, except for Italy which is far behind having only one international woman race official out of a total of 29 total international members. Spain stands out with 11 females, almost doubling Great Britain and France with 6, in second and third place, respectively. Relatively speaking, the larger federations tend to lower the mean with heavy weighted Germany, Great Britain and Italy having all a feminine presence under 10%.

Tab. 1 – Presence of women in the EUROSAF International Race Officials rooster

Nation	Female	Total Members	% Female
Spain	11	38	29%
Great Britain	6	67	9%
France	6	36	17%
Nederland	5	15	33%
Germany	4	55	7%
Poland	4	11	36%
Sweden	4	11	36%
Russia	4	8	50%
Greece	3	12	25%
Turkey	3	6	50%
Denmark	2	18	11%
Bulgaria	2	5	40%
Italy	1	29	3%
Finland	1	9	11%
Austria	1	7	14%
Norway	1	7	14%
Estonia	1	4	25%
Cyprus	1	2	50%
Total	**60**	**411***	**15%**

**The total includes members from 22 Nations (not listed) that have no female officials. Source: Processing on World Sailing and National Federations data*

To better understand the information given in the table above, a closer look to the situation inside the most represented national authorities has been performed in Tables 2 and 3. The tables below are very useful to show the gender gap in the ROs category (Table 2), and determine the conversion rate from national to international (Table 3).

Tab. 2 – Women affiliated to top 5 Member National Associations

Nation	Women	Total Members	% Female
Germany	60	598	10%
Italy	56	433	13%
France	47	276	17%
Great Britain	29	333	9%
Spain	104	662	16%

Source: Processing on World Sailing and National Federations data

Thanks to the numerousness of members, Spain has the highest number of female officials, and together with France is where that category is best represented (16%÷17% of the total members).

Following there is Germany and Italy that have a presence of female officials of 10% and 13% respectively. Great Britain closes this special ranking with 29 women, representing only 9% of the ROs category.

Tab. 3 – Incidence of women with International license in top 5 federations

Nation	Intl Women	Total Women	Conversion Rate
Germany	4	60	7%
Italy	1	56	2%
Great Britain	6	29	21%
France	6	47	13%
Spain	11	104	11%

Source: Processing on World Sailing and National Federations data

In Great Britain, female IROs are 21% of all women affiliated to the federation. This information is quite remarkable given that this value is double of the following nations in this classification which are France (13%), Spain (11%), Germany (7%) and last Italy with only 2%.

Figure 9 suggests that the conversion from national to international in Spain is better implemented for women than for men, given that the women's conversion rate is almost double of the total rate.

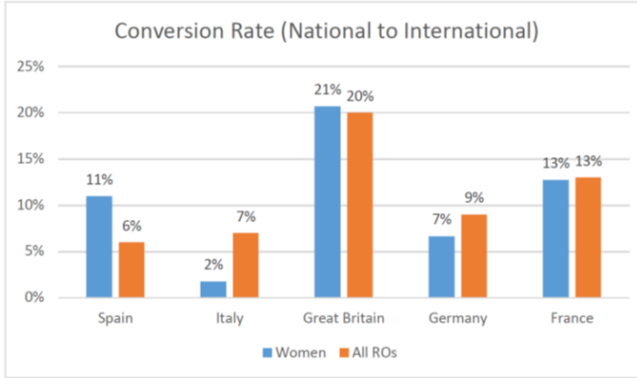
Great Britain manages to maintain the same high incidence of international in both classes. In fact, comparing their relative international presence with the other top nations, it almost double that of France of 13% both for all ROs and Women. Unlike Spain, Italy shows a very low female international presence with just one woman with an international license out of 56. That means a conversion rate of less than 2%.

Women participation in sailing sports is an object that different organizations are trying to pursue in recent years. A clear example is World Sailing (WS) which created for this purpose the Women's Forum committee. Their mission, as stated by WS Regulation 9, is to encourage and increase participation by women in all aspects of sailing and sailing administration by facilitating open discussion, and the sharing of information, on issues relating to women in sailing [21].

The World Sailing Trust, an institution aimed to support the global sailing community, in 2019 published a review about Women in Sailing. In this document, benefits and issues of female presence in sailing are covered thoroughly. Regarding the race officials, the document underlines the importance of encouraging gender diversity among officials as well as athletes by supporting women to build skills, and creating pathways at events to gain experience.

According to them, the lack of women around the sport's management adds to the inequality seen generally across the sport [22].

Fig. 9 – Comparison between women's conversion rate and total conversion rate from national to international ROs



Source: Processing on World Sailing and National Federations data

Conclusion

The current analysis of ROs of National Sailing Federations within Europe was carried out from data collected from World Sailing and the national association of Great Britain (RYA), France (FFVoile), Spain (RFEV), Germany (DSV) and Italy (FIV).

These are the main conclusions of the current analysis:

1. Among EUROSAF IROs, about one fifth covers multiple roles.
2. Among the 40 Member National Authorities (MNAs), over half of the IROs are from five nations, in order of quantity: Great Britain, Germany, Spain, France and Italy.
3. The European map distribution of IROs shows a prevalence in Western countries and in those countries with long sea coastlines. The German situation also indicates the important contribution of lake sailing activities.
4. The analysis of the distribution of ROs in the top five countries has shown different relative presences of IROs, that are not related to the total numbers. This indicates the opportunity in several countries to increase the number of IROs,

given that national ROs can easily be promoted.

5. A comparison, in the same top five countries, of the different roles covered by race officials as a whole (ROs) or by those that are also recognized by World Sailing (IROs), has shown some interesting differences among countries in the different roles. These differences also indicate the contribution of national ROs to the total, and the existence of opportunities to increase the number of internationally recognized officials in each category.

6. Spain is the nation with the largest number of women (both national and international) thanks to the wide roster of ROs, but if we look at the data in relative terms, it is France that has a higher female presence. The conversion rate for women ROs is the highest for Great Britain (21%), followed by France (13%), Spain (11%), Germany (7%) and finally Italy (2%).

From our experience, it can say that in Italy there are a lot of skilled Race Officials, capable of delivering professional and entertaining experience during the events held in the country.

Sometimes, however, when difficulties arise, sailors' perception of race officials work can be

partially distorted. This may be caused by two principal reasons: the lack of communication between sailors and race officials and the scarce knowledge of the racing rules of sailing by the less experienced sailors.

In order to find solutions to these problems there are some activities that could be effective as well suggested by [23]. The implementation of joint seminars with sailors and ROs discussing the process of running a sailing event can make the participants more aware of the reasons generally causing misunderstanding between participants and ROs, such as starting delays or race cancellations.

Publication of books and reviews or online tutorials, explaining in a more informal way the interpretation of sailing racing rules, can avoid accidents that may cause personal injury or damage to the boats.

The quality of ROs is a very important aspect in the overall success of a sailing event and in the national reputation for organizing competitions. Therefore, it would be advisable that Sailing Federations or other organs that preside to the formation of RO's put increasing attention to this fundamental feature of the sport of sailing [24].

References

[1] Bale, J. (2002), *Sports geography*, Routledge, London and New York, [https://epdf.pub/queue/sports-geography-2nd-edition.html]

[2] Bale, J.R., Dejonghe, T., (2008), *Sports Geography: on overview*, in Belgeo, 2/2008, pp.157-166

[3] Pioletti, A.M. (2008) (a cura di), *Luoghi, tempi e numeri dello sport,* Pàtron, Bologna

[4] Augustin, J.-P. (2003), *Le sport et ses métiers: nouvelles pratiques et enjeux d'une professionnalisation*, La Découverte, Paris

[5] Augustin, J.-P. (2002), *La diversification territoriale des activités sportives*, L'Année sociologique, 2-52:417-435 [https://www.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2002-2-page-417.htm#s2n8]

[6] Barcolana srl (2020), *Barcolana*, [Online]. Available: http://www.barcolana.it/History.

[7] Barcolana srl (2019), *Comunicato Stampa: La Barcolana porta a Trieste 71,5 milioni di Euro*, Trieste.

[8] America's Cup Event Ltd, *History of the America's cup*, [Online]. Available: https://www.americascup.com/en/history.

[9] IVIE (2007), *Economic Impact fo the 32nd America's cup Valencia 2007*, Valencia.

[10] City of Newport Waterfront Commission (2015), *4 Amateur Sailing Regattas Bring in $4 Million*, In Economic Impact to Newport, Newport, RI.

[11] Walker, I. (2016), *Thank You Abu Dhabi*, [Online]. Available: https://archive.theoceanrace.com/en/news/9221_-Thank-you-Abu-Dhabi-.html.

[12] Oman Sail (2020), *About Oman Sail*, [Online]. Available: https://www.omansail.com/about-oman-sail/.

[13] European Sailing Federation, *EUROSAF Constitution*, 2018.

[14] World Sailing (2019), *Race Official Roles, Qualifications and Competences*, pp. 7-18, London.

[15] World Sailing (2020), *RO Search: Race Officials*, [Online]. Available: https://www.sailing.org/raceofficials/rosearch/index.php.

[16] Federazione Italiana Vela (2019), *Albo Ufficiali di Regata*, [Online]. Available: http://www.federvela.it/la-federvela/content/albo-ufficiali-di-regata.

[17] Real Federación Española de Vela (2019), *Oficiales Habilitados A and B*, [Online]. Available: http://www.rfev.es/default/jueces/index/id/oficiales-rfev

[18] Royal Yachting Association (2019), *The Portsmouth Yardstick*, [Online]. Available: http://pyonline.org.uk/map-officials.php.

[19] Deutscher Segler-Verband (2019), *Wettfahrtleiter und Schiedsrichter*, [Online]. Available: https://www.dsv.org/segeln/breitensport/wettsegeln/wettfahrtleiter-undschiedsrichter/.

[20] FF Voile (2019), *FFVoile.fr*, [Online]. Available: http://espaces.ffvoile.fr/arbitrage/1-organiser-une-regate-corps-arbitral.aspx.

[21] World Sailing Council (2020), *2020 World Sailing Regulations*, [Online]. Available: https://www.sailing.org/documents/regulations/regulations.php.

[22] World Sailing Trust (2019), *Women in Sailing Strategic Review Report*, [Online]. Available: https://worldsailingtrust.org/women-in-sailing/.

[23] Macmahon, C, Mascarenhas, D, Plessner, H, Pizzera, A, Oudejans, R & Raab, M (2015), *Sports Officials and officiating. Science and practice*, Routledge, New York

[24] Pinsach, JR & Palencia, AH (2007), *Jueces y Oficiales de Regatas a vela; motivaciones, percepciones y formacion*, Revista de Psicologia del Deporte, 16:55-66.

Sport e turismo lento per uno sviluppo sostenibile del territorio. La proposta di itinerari per la valorizzazione condivisa e partecipata dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara

di Donatella Carboni, Pietro Paolo Congiatu, Massimo Contini, Corinne Corbau

Abstract

Sport is a relevant element of the reasons for traveling, representing an indispensable part of the tourist experience due to its healthy, playful and recreational characteristics. Sports tourism can creatively combine the physical experience with

the natural and cultural heritage of a territory and with the concept of travel and accommodation. Furthermore, the bicycle as a mode of transportation in general, and in particular in the tourism sector, is particularly suitable for tourists who want to travel freely and also for those who want to visit peripheral areas, maybe outside the usual touristic circuits.

Within this context, a preliminary study performed by the Department of Humanities and Social Sciences of the University of Sassari in close collaboration with the Asinara National Park aims to identify, promote and connect all the natural resources, landscape, socio-economic, ethnographic, historical and cultural of high landscape and naturalistic value of the vast area of the Asinara National Park, which includes the municipalities of Stintino, Porto Torres, Sassari, Sorso, Sennori and Castelsardo. The study intends to define and propose some sports routes through a participatory and shared governance, favoring slow and sustainable tourism, also through the use of new digital technologies.

Key words: Sport Management, Tourism and Leisure, Cycle Turism, Asinara National Park, Sardinia.

1. Introduzione

Uno stile di vita sano, che normalmente include la pratica di un qualche tipo di disciplina sportiva, è importante sia per la salute delle persone che per il loro benessere. Le persone consapevoli di questo, nella loro quotidianità, sono sempre più impegnate in qualche forma di pratica sportiva. Le discipline sportive praticate sono moltissime, in continua crescita, e possono essere divise secondo due criteri: l'ambiente in cui si praticano (acquatico, terrestre e aereo e l'intensità della pratica (maggiore o minore) (Buckley, 2011). Secondo Booking.com le attività terrestri sono sicuramente le più popolari, seguite sempre più da vicino da quelle acquatiche; infatti, le pratiche sportive più richieste sono l'escursionismo e il cicloturismo.

Il turismo attivo è la tipologia di turismo che collega lo sport alle vacanze, al tempo libero e al divertimento permettendo alle persone la pratica di attività fisiche in ambienti naturali all'interno di una destinazione turistica. Esso si svolge in genere in aree non sovraffollate e connotate da forte naturalità. Molti studi discutono i benefici di questo tipo di turismo che vanno oltre la salute fisica; infatti, i turisti attivi sono in genere attenti all'apprezzamento dell'ambiente naturale e alla sua

conservazione (Araújo Vila et al., 2019).

Le cifre confermano che questo tipo di turismo è in aumento. Molti viaggiatori, circa il 34% del totale secondo booking, prevedono di intraprendere un viaggio attivo, un viaggio che prevede attività all'aperto che implicano uno sforzo fisico (d'intensità maggiore o minore) (Booking. available online: www.booking.com (accessed on 15 January 2019).

Il cicloturismo nelle sue molteplici forme è una delle espressioni più innovative dei cambiamenti in atto nell'industria del turismo attivo sempre più orientata verso esperienze *green*, brevi e autentiche (Ladra di biciclette, pdf). Esso è una forma di turismo lento (dal forte valore esperienziale) e dunque sostenibile, ampio e complesso che coinvolge vari attori, un modo di concepire il viaggio a scopo turistico in un'ottica diversa dal tradizionale turismo di massa e soprattutto vicino ai temi dello sviluppo locale, del rispetto delle tradizioni e della tutela dell'ambiente (Lumdson, 2000; Roberts et al., 2003). Il cicloturismo consente ai visitatori di godere e preservare contemporaneamente l'ambiente, fornisce un contatto diretto con un territorio, la sua cultura, la sua storia e le sue tradizioni, a una velocità che può essere definita a misura d'uomo (Dickinson &

Dickinson, 2006) [1].

Come altri sport legati alla natura, alla mobilità dolce, all'esperienza individuale, alla sostenibilità, il ciclismo si adatta bene ad aree poco conosciute o remote, dove le persone tendono a cogliere dettagli e particolarità dei paesaggi, eccellenze agro-

[1] Il cicloturista utilizza la bicicletta come il principale modo di trasporto nell'attività ricreativa sebbene non esclusivo (Ritchie, 1998) a seconda se si tratti di cicloturisti "entusiasti" o "occasionali", in riferimento a parametri di tempo e scopo della vacanza (Simonsen & Jørgensen, 1998; Privitera, 2011). È possibile compiere una classificazione dei cicloturisti considerando la tipologia di bicicletta scelta per il proprio viaggio, grazie alla quale distinguere segmenti di mercato:

- *Slow bike*: la caratteristica principale di questo mezzo è la lentezza di spostamento che consente di soddisfare il proprio desiderio di libertà e di esplorare posti nuovi. L'utenza è variegata in termini di età, genere e tipologia di gruppi. I fattori che motivano questo segmento sono rappresentati dalla possibilità di percorrere itinerari in cui l'aspetto ecologico e i principi etici sono importanti.

- Bici da corsa: scelta prevalentemente dagli appassionati di ciclismo, un segmento specialistico, che spesso pratica quest'attività individualmente. Tale segmento è costituito da persone che hanno come motivazione principale la performance e la competitività. Il desiderio che le accomuna è quello di mettersi alla prova ma anche quello di immergersi nella natura incontaminata.

- *Mountain bike*: maggiormente scelta dai giovani che ricercano l'avventura e le esperienze all'aria aperta immersi nel verde. Si tratta di una tipologia di cicloturista che predilige percorsi di collina e montagna (Grimaldi, 2018).

alimentari, cultura e tradizioni locali (Ritchie & Jay, 1999; Angela Grimaldi, 2018; Gazzola et al., 2018). L'attenzione ai dettagli dell'offerta turistica locale, inoltre, rileva il desiderio del cicloturista di "vivere" un'esperienza di viaggio che catturi il territorio nella sua interezza. Da questo punto di vista, il cicloturismo favorisce una reale possibilità di promuovere forme di mobilità sostenibili che nel rispetto del diritto del singolo individuo a spostarsi, consentono di migliorare le condizioni di vivibilità dei luoghi incidendo in particolare su: l'inquinamento atmosferico ed acustico, la congestione generata dal traffico veicolare urbano, la necessità di migliorare i livelli di sicurezza stradale (Pucher et al., 1999; La Rocca, 2008; Gazzola et al., 2018).

Ma, quando si parla di cicloturismo è opportuna una distinzione tra i diversi *target* a cui esso si rivolge poiché a seconda del grado di specializzazione nell'attività e del tipo di viaggio (Privitera, 2011) si modificano le preferenze e le esigenze del ciclista, in particolare i servizi richiesti (Downward & Lumsdon, 2001; Privitera, 2011).

Alla luce di queste considerazioni, sembra innegabile che, se correttamente gestito, il ciclismo può diventare uno strumento importante per il *marketing* territoriale e lo sviluppo locale (Privitera, 2011) anche per l'area vasta di un parco

nazionale. Questo tipo di viaggio, infatti, può promuovere dal punto di vista economico, direttamente e indirettamente, molte attività commerciali nei luoghi visitati, in particolare quelle che forniscono i beni e i servizi necessari per le attività specifiche (ad esempio negozi alimentari e bevande, negozi di noleggio e manutenzione di biciclette, ecc. (Meschik, 2012). Inoltre, non bisogna dimenticare che i cicloturisti, all'interno della destinazione, spendono generalmente più del turista medio (Robinson et al., 2011) e, di conseguenza, avvantaggiano le popolazioni locali generando una domanda aggiuntiva per numerosi tipi di prodotti e di servizi (Martínez & Blanco, 2013; Araújo Vila et al., 2019). Al contrario di quello che si può pensare, infatti, il cicloturista non è un viaggiatore *low-cost* poiché muoversi in bicicletta, comporta l'impossibilità di trasportare bagagli troppo pesanti e, quindi, vi è la necessità di acquistare i beni di cui si necessita. Il cicloturismo include, infine, sia i vacanzieri sia gli escursionisti quindi alle stagioni primavera ed estate, mesi prediletti dai primi, si aggiungono i mesi autunnali ed invernali (Grimaldi, 2018).

In termini di benefici economici e sociali, il cicloturismo può contribuire ad aumentare i tassi di occupazione delle destinazioni (opportunità di

lavoro dirette, indirette e indotte) (Garrett-Peltier, 2011), la competitività e l'attrattiva in quelle aree che spesso sono ai margini dell'offerta turistica, creando grandi opportunità di sviluppo per il turismo lento e consentire al pubblico di conoscere una destinazione (Ritchie, 1998; Høyer, 2000). Inoltre, esso migliora il trasporto sostenibile e promuove il benessere (Pucher et al., 1999; Rode et al., 2017), il che arricchisce ulteriormente la qualità della vita dei residenti locali (Lumsdon, 2000). Per esempio, l'ambiente può beneficiare dello sviluppo del cicloturismo grazie alla conservazione di vecchie ferrovie dismesse e di vecchie piste di campagna per la costruzione di nuove piste ciclabili, della creazione di una rete di strade verdi e della riduzione dell'inquinamento (European Commission, 2013; Timothy & Boyd. 2014; Gazzola et al. 2018).

2. I numeri del cicloturismo

La Federazione Ciclistica Europea definisce il cicloturismo come l'attività di "visita ed esplorazione dei luoghi a scopo ricreativo, di uno o più giorni, incentrata in modo prevalente e significativo sull'uso della bicicletta per finalità di svago". Più specificatamente, si considerano cicloturisti i turisti che svolgono vacanze della

durata di almeno 1 notte per i quali la motivazione della vacanza è il viaggio in bicicletta, utilizzata come mezzo di trasporto, di conoscenza dei territori e parte integrante dell'esperienza. Questa tipologia di turismo s'inserisce nel paniere del turismo sportivo il cui valore è stimato da EUROSPORT pari a 800 miliardi di dollari (10% della spesa turistica globale). In paesi come l'Australia e la Nuova Zelanda, tale tipologia di turismo rappresenta il 55% delle entrate turistiche complessive.

Secondo l'Isnart, le presenze di cicloturisti rilevate in Italia, nel 2018, raggiungono i 77,6 milioni (+41% rispetto al 2013), pari all'8,4% dell'intero movimento turistico nazionale. I ricavi del cicloturismo (PIB, Prodotto Interno Bici) hanno un valore di circa 7,6 miliardi di euro (valore attuale della ciclabilità 12 miliardi di euro) e stanno crescendo a un ritmo costante. Si stima che i cicloturisti che viaggiano sulla propria bicicletta siano 1,9 milioni, mentre quelli che la portano a seguito o la noleggiano siano 4,2 milioni, per un totale di 6 milioni (stranieri inclusi) (Touring Club Italiano in https://www.touringclub.it/notizie-di-viaggio/come-va-il-cicloturismo-in-italia-ecco-numeri-e-tendenze).

La Germania è il Paese che origina in Italia il maggiore flusso di cicloturisti, seguita da Francia,

Stati Uniti e Regno Unito (https://ladradibiciclette.it/quanto-vale-il-cicloturismo-in-italia/).

I punti di forza di una vacanza cicloturistica in qualunque regione italiana sono molto numerosi: clima favorevole, bellezza e varietà dei paesaggi, ampia offerta culturale, enogastronomia e ospitalità, ecc., ma in Italia si contano solo 440 biciclette ogni 1000 abitanti, invece, nei Paesi Bassi o in Germania il rapporto abitante/bicicletta è quasi di 1 a 1 e, dunque, i margini di incremento sono notevoli. A conferma di ciò, in Italia, 12 sportivi su 100 dichiarano di praticare il ciclismo, inteso come attività sportiva non agonistica (https://ladradibiciclette.it/quanto-vale-il-cicloturismo-in-italia/).

3. Obiettivi del lavoro e metodologia

Realizzare un sistema di percorsi ciclabili significa promuovere e creare una mobilità "*soft*" che rappresenta il primo passo verso una reale prospettiva di sviluppo sostenibile del territorio dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara (Sardegna). Lo studio, ancora in una fase preliminare, si propone la realizzazione di una rete di "percorsi verdi" intesa come un sistema di mobilità complementare a quello tradizionale in grado di garantire elevati livelli di sicurezza e di

utilizzo delle risorse del territorio dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara che interessa sei comuni del nord Sardegna: Stintino, Porto Torres, Sorso, Sennori, Sassari e Castelsardo. La valenza ambientale che sottende il progetto è evidente, così com'è intuitivo che gli itinerari debbano essere intesi come opportunità di riqualificazione e valorizzazione del territorio orientate alla promozione sia di forme di mobilità sostenibile, sia di tipologie turistiche volte al rispetto dell'ambiente in linea con i dettami della sostenibilità e di un parco nazionale (La Rocca, 2008). Il cicloturismo è dunque uno degli strumenti possibili che può consentire la valorizzazione di questi territori perché rende accessibili anche luoghi non raggiungibili con altri mezzi. Attrazioni geografiche, culturali, religiose e culinarie diventano dunque la giustificazione di un viaggio all'insegna della scoperta; per il cicloturista si prospetta un'esperienza arricchente e avvincente in grado di connettere le risorse del territorio con gli insediamenti urbani e rurali, in grado di far emergere il passato, l'identità dei luoghi e allo stesso tempo promuovere i territori attraversati, favorendo anche la nascita di nuove attività economiche (Di Cesare et. Al., s.a).

Questa tipologia di viaggio permette al cicloturista, inoltre, di creare una vacanza dinamica

e totalmente personalizzata, che sia il risultato della combinazione di esigenze e d'interessi (Grimaldi, 2018).

Il progetto si propone di individuare alcuni percorsi attraverso una *governance* partecipata e condivisa, che promuova un turismo lento e sostenibile, attraverso l'uso delle nuove tecnologie digitali. In questa prospettiva il significato di "percorso" è da intendersi come un "libero andare" che non necessariamente segue un itinerario, il "percorso cicloturistico", infatti, si deve intendere come una regola di movimento che origina da un punto e raggiunge una destinazione, con tappe intermedie in parte codificate, adatte all'utilizzo della bicicletta.

Dopo l'identificazione dei principali *stakeholder*, selezionati tra i portatori d'interesse, con i quali è stata condivisa l'identificazione delle attrazioni da valorizzare e da inserire nei percorsi pensati per l'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara si è proceduto all'analisi del territorio interessato attraverso la ricerca sul campo e la ricerca bibliografica e cartografica. In seguito, è stato eseguito il censimento dei beni ambientali e culturali dell'area, della tradizione, degli eventi, l'enogastronomia e le *facilities*. A seguire sono stati proposti alcuni sentieri che, in una seconda fase del progetto, saranno validati da tutti i portatori d'interesse anche attraverso la somministrazione di un questionario creato ad hoc.

Partendo da questi dati, si procederà, in una terza fase del progetto, alla realizzazione di carte tematiche e di una *App* che permetta una più profonda personalizzazione dell'offerta turistica, venendo incontro a un *destination-marketing* sempre più *Smart* e orientato al consumatore più che al prodotto.

4. Discussioni e risultati

4.1 I sentieri e itinerari nell'Area Vasto del Parco Nazionale dell'Asinara

I sentieri e le vie naturali all'interno di sistemi ambientali protetti hanno un ruolo molto importante nella difesa del sistema ecologico, conservando e collegando le aree naturali, attraverso anche la formazione di corridoi ecologici, contrastando la frammentazione dell'habitat prodotti dalle infrastrutture grigie. Essi sono inoltre strumenti necessari per una pianificazione sostenibile e una corretta *governance* del territorio, e, se ben pianificati, permettono ai turisti appassionati di bicicletta di visitare l'area evitando le zone più fragili dal punto di vista ambientale.

Gli itinerari proposti in questo lavoro vogliono essere solo un esempio dei numerosi possibili individuabili, con l'obiettivo di favorire il turismo lento e sostenibile nel territorio dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara (Fig. 1); in questi itinerari si è tentato di offrire non più solo beni che diventano prodotti della massificazione del settore economico turistico, ma un'esperienza che fosse occasione di apprendimento, conoscenza ed emozioni, attraverso l'integrazione di esperienze estetiche, culturali e d'intrattenimento.

Fig. 1 – Esempio di alcuni sentieri individuati per l'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara

Percorsi individuati: linea verde – Beni culturali: punto rosso – Beni ambientali: punto verde – Ricettività e ristorazione: punto giallo – Località/Centri abitati: punto nero.

L'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara racchiude beni distribuiti su tutto il territorio, che le conferiscono un alto valore storico, culturale e naturalistico, spesso poco valorizzato. Partendo da queste considerazioni si è cercato di unire il patrimonio culturale, il patrimonio naturale, le tradizioni e le *facilities* attraverso percorsi capaci di condurre il viaggiatore a visitare e godere l'enorme patrimonio disponibile. In secondo luogo, si è voluto valorizzare i beni che di solito rimangono fuori dalle esperienze turistiche della Sardegna, anche per contrastare l'immaginario venduto dai promotori turistici. Infine, si è cercata di promuovere una tipologia di viaggio più lenta e attenta, che desse responsabilità al turista introducendolo al territorio visitato. Un itinerario turistico lento, percorso in bicicletta permette di godere pienamente del paesaggio attraversato, e fornisce un'occasione di conoscenza della comunità che abitano il territorio, delle sue tradizioni, dei costumi, consentendo un legame diretto con i beni che in quel territorio sono stati creati e che da quelle comunità sono custoditi. Inoltre, un percorso lento ha un impatto molto limitato sul territorio in termini di consumo del suolo e d'inquinamento, promuovendo un turismo sostenibile che lega i benefici economici con la

conservazione e la protezione del patrimonio naturale e culturale.

La scoperta di zone poco conosciute e la valorizzazione del legame tra natura e cultura attraverso un viaggio lento, meditato e conscio del paesaggio circostante, sono benefici rivolti non solo ai turisti, ma anche alla popolazione residente, soprattutto sono rivolti a chi ha la necessità di evadere dalla frenesia della vita quotidiana e vuole conoscere meglio la natura e la cultura del proprio territorio.

I percorsi proposti, inoltre, sono diversi dai soliti itinerari incentivati dalle guide e delle proposte turistiche, perché non comportano direzioni e tempi definiti e obbligatori, e i beni, le iniziative, gli eventi che sono presentati non seguono gli schemi stagionali dipendenti dai flussi vacanzieri del turismo di massa.

Oggi, però, anche la proposta d'itinerari turistici deve tenere conto anche delle nuove modalità con cui il viaggiatore ricerca esperienze vere ed autentiche, il contatto diretto con l'ambiente naturale, con la cultura e la comunità del territorio. Attraverso le nuove tecnologie mediatiche che, oltre ai canali web degli operatori turistici e delle agenzie culturali e istituzionali, sono rappresentate anche dalle piattaforme social, ampiamente usate per scambiarsi pareri, impressioni, esperienze, al di

fuori di qualsiasi mediazione, il cicloturista può organizzarsi una vacanza "fai da te" cucita su misura sui propri interessi e i propri bisogni.

La concezione di una mobilità aperta e libera, soprattutto nelle tempistiche, permette al turista, informato su tutte le attrazioni naturali, culturali, e sugli eventi di un determinato luogo, di decidere quando andarci, quanto soffermarsi e come e quali esperienze si possano adeguare meglio alla sua idea di vacanza. I beni segnalati nel percorso saranno quindi solo una selezione dei molti beni disponibili all'uso del viaggiatore, ad ognuno di essi saranno abbinate delle schede per proporne sinteticamente la descrizione.

4.2 La proposta di un percorso per l'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara

Il percorso parte dal comune di Stintino, il quale territorio è molto frequentato dai turisti durante l'estate, per la bellezza del mare e delle coste, e anche perché è una delle porte al Parco Nazionale dell'Asinara (l'altra è Porto Torres). Vi sono anche servizi di noleggio bici, che raccomandiamo poiché questo itinerario si svolge tutto col mezzo a pedali.

- **Stintino** è famosa per le sue spiagge, delle quali la più nota e visitata è

la Pelosa (40°57′58″N – 8°12′32″E), dal mare cristallino e calmo. Dalla spiaggia si può vedere non solo l'isola dell'Asinara ma anche la **Torre costiera delle Pelosa**, che contribuisce a rendere unico il paesaggio di questa spiaggia.

- Antico paese di pescatori, Stintino presenta alcune case la cui architettura è rimasta quella tradizionale. La storia dei pescatori di Stintino è salvaguardata dal **MUT**, il **Museo della Tonnara** (via Lepanto), che descrive il tradizionale metodo di pesca del tonno, praticato nel golfo dell'Asinara fino al secolo scorso, e tratteggia le vite degli uomini che si dedicavano alla pesca e alla lavorazione del pescato. Il museo inoltre organizza seminari e mostre temporanee.

Aperto al pubblico. Visite interattive[2].

- La storia di Stintino è strettamente legata alla **Tonnara Saline** (40°54′54″ N – 8°14′02″E), che risiedeva appunto nella **spiaggia delle Saline** (40°52′42″N – 8°15′50″), molto interessante da visitare ancora oggi perché meno caotica della Pelosa, e contiene nel suo retroterra lo stagno omonimo.

[2] Orari e prezzi consultabili su: http://www.mutstintino.com/, consultato il 08/01/2019.

- Le Saline di Stintino formano insieme allo **Stagno di Casaraccio** (40°54′49″N – 8°13′14″E) e allo **Stagno di Pilo** (in territorio sassarese, 40°51′34″N – 8°16′45″E) una Zona di Protezione Speciale. Con la bicicletta si può giungere da Stintino fino allo stagno in 20 minuti prendendo la SP 34. Una volta arrivati si può godere del bellissimo paesaggio naturale dello stagno, nonché osservare le numerose specie di uccelli che nidificano nelle sponde del lago.
- Nonostante sia un piccolo paese Stintino offre una gamma abbastanza varia di strutture ricettive, che va dagli hotel ordinari quattro stelle, ai villaggi albergo, a sistemazioni più economiche con affittacamere e B&B.
- Divertente è partecipare alle feste stintinesi e alle sagre, come la **regata della vela latina**, il **viaggio del postale** o la **sagra del tonno**.
- Varia anche l'offerta dei servizi ristorativi, dove si possono mangiare specialità tipiche del posto come il **Polpo alla stintinese** e, ovviamente, il **tonno**.
- Seguendo la SP 34, a circa 40 minuti/1 ora da Stintino, vi è la piccola

frazione di Pozzo San Nicola, la quale festa patronale è molto sentita dalla popolazione locale. Nella frazione si possono assaggiare specialità dolciarie sarde (e non solo), e acquistare cestini fatti a mano.

Molte delle escursioni vengono fatte verso l'isola e il Parco Nazionale dell'Asinara. Il percorso propone invece un'escursione verso l'interno in direzione di **Monte Forte**. In bici si può prendere la strada SP 34 in direzione sud per circa 3 Km, si gira a destra per la SP4, poi a sinistra per la SP46, di nuovo a sinistra in Via Fausto Coppi/SP 18, e infine si gira a destra per il monte, segnalato da un cartello.

- La strada è molto suggestiva, e si possono ammirare in pochi chilometri paesaggi rurali unici e rappresentativi della tradizione agricola sarda. Vi si trovano inoltre molte aziende agricole che vendono al dettaglio prodotti ortofrutticoli, formaggi, miele. Non mancano inoltre strutture ricettive come B&B e vari agriturismi.
- Infine, si arriva, appunto, a **Monte Forte** (40°43′15″N – 8°15′32″). La strada per salire in cima è consigliata per ciclisti esperti e in buona forma fisica. Ma se si ha la forza di salire fino in cima si gode di una vista magnifica: da un lato una visione che porta lo sguardo fino al mare verso

l'Argentiera, e dall'altro lo spettacolo del paesaggio rurale sardo che porta la vista a lambire i primi confini della città di Sassari.

Seguendo verso ovest la SP18 si può arrivare all'**Argentiera** in 40 minuti/1 ora. Nel tragitto si attraversa il paesino di **Palmadula**, dove ci si può ristorare in trattorie, bar e agriturismi. Inoltre, in questo piccolo paesino si svolge, solitamente ad agosto, la **Sagra del Maialetto**.

- Nella costa dell'**Argentiera** si possono trovare varie spiagge, di solito di modeste dimensioni e non frequentate dalla massa dei turisti, il che le rende ideali per una sosta nel segno del relax. Tra quelle più importanti vi è la spiaggia di **Porto Palmas**.
- Inoltre, sopravvivono le rovine del **Villaggio minerario dell'Argentiera**, testimone della storia economica del territorio e interessante elemento di archeologia industriale.

Aperto al pubblico.

Dall'Argentiera, riprendendo la SP18, si attraversa di nuovo Palmadula, per poi svoltare a destra per la SP69, e infine, dopo una decina di chilometri, svoltando a sinistra per Via dei Fenicotteri, si può giungere al **Lago di Baratz**.

- Il **Lago di Baratz** (40°40′51″N – 8°13′32″E) è un'area protetta e forma insieme alla spiaggia di **Porto Ferro** un SIC (Sito di Importanza Comunitaria). Nel territorio del lago è presente non solo un servizio di affitto bici, ma anche un maneggio (**maneggio Baratz**[3]), grazie al quale si possono percorrere a cavallo i sentieri che costeggiano il lago godendo appieno della natura incontaminata e della fauna (soprattutto avifauna).
- Dal lago si può arrivare alla spiaggia di **Porto Ferro** (40°40′58″N – 8°12′09″E), o a piedi tramite un comodo sentiero che dal lago giunge direttamente alla spiaggia, o in bicicletta, prendendo da Via dei Fenicotteri la strada Via dei Grifoni, per poi svoltare a destra per via Pattada. La spiaggia è una delle più belle della costa, in alcune porzioni sono ammessi i cani, e vi è persino un tratto adibito a spiaggia per nudisti. Inoltre, è molto famosa per essere la spiaggia preferita per chi pratica surf e windsurf.
- **Porto Ferro** offre anche elementi interessanti dal punto di vista culturale-archeologico, poiché sono presenti due

[3] Info e prenotazioni su: https://www.maneggiobaratz.it/, consultato il 18/01/2019.

importanti torri costiere: la **Torre Bianca** (40°41′21″N – 8°12′06″E) e la **Torre Negra** (40°41′20″N – 8°11′51″E).

Aperte al pubblico.

- È presente nella spiaggia un locale che offre pranzi a base di pesce e carne, e organizza serate e concerti molto divertenti.

Da Porto Ferro, se la vacanza è finita, si può giungere all'aeroporto di Alghero, che non dista più di 30/40 minuti dalla spiaggia, se si percorre la SP Porto Ferro, fino all'incrocio con la SP 55Bis, per prendere poi a destra la SP44. Oppure Alghero può essere un *hub* di smistamento per i turisti che vogliono spostarsi verso altre zone della Sardegna.

Se si vuole ancora spendere del tempo nell'area vasta del Parco Nazionale dell'Asinara, o si deve rientrare a Stintino per vari motivi, per esempio per restituire la bicicletta presa in noleggio nel paese porta del Parco, si può prendere di nuovo la SP69 e la SP18 per tornare a Palmadula. Da qui si prende la SP18 per circa un Km per girare poi a sinistra per prendere la SP57. Questa strada, meno interna della SP4, permette di attraversare le campagne verso Stintino con vista mare per allietare il viaggio.

- Seguendo la SP57 si attraversa la **frazione di Biancareddu** dove si può riposare in alcuni B&B e mangiare piatti della cucina sarda in Località Regione Monte Minuddu.
- Da Biancareddu e dalla SP57 si può prendere la Strada Vicinale Lampianu, grazie al quale si può raggiungere la **spiaggia di Lampianu**, spiaggia piccola e rocciosa.
- Seguendo verso nord sempre la Strada Vicinale Lampianu s'incontrano vari punti panoramici e, dopo 20/30 minuti si arriva alla spiaggia di **Rena Majore**, dalla sabbia bianca e dal mare cristallino.
- Dalla spiaggia è possibile raggiungere facilmente la SP57 che riporta a Pozzo San Nicola e superata la frazione, raggiunge lo **Stagno di Pilo**, che com'è stato detto Forma una ZPS con la **spiaggia Le Saline** e lo **Stagno di Casaraccio**.

Conclusioni

In una quotidianità sempre più caratterizza da ritmi frenetici si sono sviluppati stili di vita che non lasciano il tempo all'individuo di concentrarsi su se stesso e sul proprio benessere personale, e allo stesso tempo lo isolano in un involucro fatto di

lavoro e preoccupazioni che non gli permettono di percepire in modo adeguato l'ambiente intorno a sé, né nella sua dimensione culturale né in quella naturale (Careri, 2006; Carrera, 2015). Si avverte perciò sempre più la necessità di ritagliarsi momenti per se stessi, in luoghi e attraverso norme che consentano di riprendere contatto con la propria persona, con l'ambiente naturale e con la comunità che quei luoghi abita; per ritrovare un nuovo contatto con gli spazi e con le persone.

Inoltre, il turista dei nostri giorni è più informato, rispetto al passato, su esigenze, desideri, qualità del servizio (Williams et al., 2017). Il cicloturismo si rivela una tipologia di viaggio particolarmente adatta per il turista che vuole muoversi in libertà all'interno delle città, e per chi vuole visitare zone più periferiche, magari fuori dagli usuali bacini turistici. La sua caratteristica di spostamento lento permette al viaggiatore di immergersi nel paesaggio, nella storia e nella cultura di un luogo, offrendo la possibilità concreta di fare esperienza del viaggio, durante il quale il territorio non è solo attraversato ma anche vissuto (Vivanco, 2013; Bopp et al., 2018).

La realizzazione di alcuni itinerari dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara può essere

un'occasione di sviluppo, che può rilanciare questi territori (Fig. 2).

Fig. 2 – Rappresentazione schematica di alcuni dei sentieri proposti

Percorsi individuati: linea blu, linea verde e linea rossa – Beni culturali: punto marrone - Beni ambientali: punto verde – Eventi: punto giallo – Ricettività: punto blu.

Uno sviluppo che interseca non solo le necessità economiche, ma anche quelle caratteristiche di sostenibilità che sono un'esigenza fondamentale della *green economy*, necessarie per dotare i territori di resilienza economica, sociale e ambientale.

Ma lo sviluppo e la valorizzazione dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara necessitano ben più di un censimento degli elementi turistici e di una proposizione di percorsi, i quali in una seconda fase del progetto, dovranno essere validati da tutti i portatori d'interesse, affinché possano essere frutto di una pianificazione condivisa e partecipata.

Partendo da questi dati, si dovrà procedere, in una terza fase del progetto, con la realizzazione di carte tematiche e di una *App* che permetta una più profonda personalizzazione dell'offerta turistica orientata al consumatore più che al prodotto. La *App* dovrà in effetti essere sviluppata proprio avendo come obiettivo alcuni concetti chiave: sostenibilità (sostenibilità ambientale, mobilità sostenibile, gestione sostenibile dei beni), turismo lento (che contiene altre forme di turismo, come quello culturale e l'ecoturismo), condivisione, rete e *Smart Tourism*.

La necessità di aggregare tutti questi elementi passa però per una *governance* che deve legare e connettere tutti i portatori d'interesse con le istituzioni che gestiscono i beni del territorio, e che riduca la distanza tra questi e i turisti.

Per fare ciò una grande importanza sarà rivestita dalle nuove tecnologie digitali. I nuovi media (siti

di confronto e recensioni, *social network*, siti di prenotazione e acquisto), quasi tutti ormai in versione *mobile* grazie alla diffusione delle *Apps*, hanno rivoluzionato il settore turistico, riducendo la distanza tra gli operatori e i viaggiatori, ridefinendo il *marketing* delle destinazioni e portando nuova consapevolezza nei turisti che diventano sempre più esigenti. Nell'epoca del Travel 4.0 le *Apps* sono il sistema migliore per aggregare vari servizi (mappe, orari, meteo, servizi di prenotazione, ecc.), per creare uno spazio di confronto tra i turisti e fra questi e i vari operatori economici e istituzionali del Parco Nazionale dell'Asinara.

È quindi necessario che per la valorizzazione dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara ci si doti di un'*App* in grado di fornire questo tipo di servizi, in modo che oltre alla parola "sostenibile", "green" e "partecipata", le possa essere associato anche il termine *smart*, che ne indica il carattere interattivo, condiviso e *social*.

Poiché il turismo lento non richiede la scelta d'itinerari obbligati decisi dagli operatori per i turisti, il viaggiatore, informato dei beni e delle *facilities* presenti nella meta turistica, deciderà il percorso più adatto e sceglierà le attività più adeguate alle sue esigenze e ai suoi interessi. Per questo uno dei servizi più importanti offerti dalla *App* sarà la possibilità di fruire di una mappa

interattiva che dovrà segnalare i beni e le *facilities* presenti nel territorio dell'Area Vasta. Questa funzione renderà molto agile viaggiare attraverso l'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara, perché il turista potrà scegliere l'itinerario migliore per le sue esigenze prima di arrivare a destinazione, ma potrà decidere anche di cambiare idea, avendo tutte le informazioni che gli servono per compiere deviazioni in tutta sicurezza. Questa funzione dell'*App* è utile anche per quanto riguarda l'aspetto della sostenibilità. Se, per esempio, una determinata zona presenta delle criticità di tipo ambientale o supera la capacità di carico, la mappa virtuale interattiva potrà rendere il turista consapevole di questo fatto e, nel caso, consigliare un diverso percorso suggerendo magari beni simili a quelli scelti in precedenza (Zacarias et al., 2015).

Ma come fa il turista a scegliere i beni e le *facilities* che meglio si adattano alla sua idea di vacanza? La mappa interattiva consentirà di "cliccare" sui punti individuati dagli *stakeholder* in accordo con i gestori del parco, rimandando al bene o alle *facilities* inseriti in un elenco ragionato di tutti i beni e le *facilities* presenti nell'Area Vasta. Ogni bene presente nell'elenco dovrà essere inoltre correlato da una scheda in cui siano inserite sintetiche informazioni di base.

Per esempio, per ogni monumento archeologico saranno spiegati in maniera schematica la sua storia e il suo legame con il territorio, cioè se la sua fruizione è libera o a pagamento, quali sono le fasce di prezzo, gli orari di apertura e chiusura, e infine sarà indicata l'ubicazione/l'indirizzo (comunque già segnata nella mappa interattiva) e il numero di telefono.

Per quanto riguarda le *facilities*, invece, darà necessario segnalare prezzi e posti disponibili, eventuali promozioni, indirizzo e numero di telefono e, se ci sono, soprattutto per quanto riguarda la ristorazione, eventuali specializzazioni e particolarità dell'offerta, come ad esempio piatti tipici particolari e della tradizione.

Un'altra proposta è incentrata sulla realizzazione dei *tour* virtuali, almeno quelli concernenti le attrazioni più rilevanti per il territorio. Un esempio può essere quello già offerto dal museo MUT di Stintino, che propone nel suo sito questa possibilità. Se nella scelta di una destinazione il futuro viaggiatore ha bisogno di tutte le informazioni possibili, un *tour* virtuale di un sito aiuta la formazione di quell'immagine mentale data dal suscitare l'idea dell'"esperienza del viaggio" prima di compiere il viaggio stesso. Questo può dare un vantaggio alla valorizzazione dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara

nella cornice di un settore turistico in espansione e sempre più competitivo.

Infine lo *sharing*, la condivisione, è ormai funzione normale di qualunque attività *online*, tanto da condizionare anche la vita reale. Per questo è necessario che l'*App* dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara contenga la possibilità di collegarsi con importanti social network come *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Questo potrà permette ai turisti di coinvolgere i propri *follower* nel viaggio e nella propria esperienza di viaggio, ma consentire anche all'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara di farsi conoscere a una comunità più ampia.

La possibilità di connessione con altre piattaforme deve però andare al di là dal *social network*. La multicanalità è, infatti, un aspetto importante del *marketing* delle destinazioni in un'epoca, dove tutto è connesso. Perciò è necessario creare collegamenti ed essere presenti in piattaforme che svolgono vari servizi. Per esempio, l'*App* potrà consentire di collegarsi ai siti di *booking* per prenotare con un *click* un ristorante o un hotel. Oppure i turisti potranno aprire dalla piattaforma pagine di siti e Apps dedicate al *trekking* e ovviamente al cicloturismo, così che l'Area Vasta sia conosciuta dal maggior numero di

appassionati di questo tipo di esperienza (uno dei siti più famosi è AllTrails[4]). Ancora, sarà possibile un collegamento con siti o *Apps* di sviluppo di cui fanno parte le *facilities* dell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara, come ad esempio *The Fork*[5], che promette vari sconti se si prenota un ristorante attraverso la sua *App*.

È indispensabile anche una sezione commenti, in cui i cicloturisti possono confrontare la loro esperienza, discorrendo tra loro dei pro e dei contro, della loro vacanza potendo dare suggerimenti a chi vuole intraprendere il viaggio nell'Area Vasta del Parco Nazionale dell'Asinara. Questa sezione sarà utile anche per gli operatori e i gestori del Parco Nazionale dell'Asinara perché permette loro di confrontarsi direttamente con il viaggiatore, e di capirne le esigenze così da avere la possibilità di migliorare i servizi e, magari, la stessa *App*.

Tutti questi strumenti dunque non sono solo d'aiuto ai turisti, ma anche agli operatori del Parco Nazionale dell'Asinara, perché forniscono dati che servono a individuare carenze del sistema, *trend* delle scelte e propensioni del turista, così che non solo possano migliorare i servizi, ma si assecondi quella direzione del turismo contemporaneo che

[4]https://www.alltrails.com/, consultato il 31/01/2019.
[5]https://www.thefork.it/, consultato il 31/01/2019.

esige la personalizzazione e l'autenticità dell'esperienza nel rispetto della sostenibilità del territorio visitato e della sua cultura.

La proposta di un'*App* mostra e concretizza la possibilità di sviluppo per il territorio dei sei comuni interessati, che sia sostenibile, rispettosa della cultura e dell'ambiente del territorio, che vada incontro alle esigenze sia degli abitanti che dei visitatori, e che connetta tutti gli agenti economici e gli operatori culturali e istituzionali dell'Area Vasta, realizzando una *governance* che porti a una gestione partecipata e condivisa.

Bibliografia

Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J. A. & de Araújo, A. F .(2020). Health and Sport, Economic and Social Impact of Active Tourism. *Europian Journal of Investigation Health Psychology and Education*, 10, 70–81; doi:10.3390/ejihpe10010007 2019.

Bopp, M., Sims, D. & Piatkowski, D. (2018). *Bicycling for Transportation: An Evidence-Base for Communities*. Oxford: Elsevier Kidlington.

Buckley, R. (2011). *Adventure Tourism Management*. Oxon, UK: Routledge, Abingdon-on-Thames.

Careri, F. (2006). *Walkscapes: camminare come pratica estetica*. Torino: Einaudi.

Carrera, L. (2015). *Vedere la città: gli sguardi del camminare*. Milano: Franco Angeli Editore.

Di Cesare, E. A., Scappini, B., Zucca, V. & Meloni, I. (s.a.), *La mobilità ciclistica come fattore di sviluppo sostenibile e accessibilità regionale: il caso della Sardegna*, pp. 1-10, pdf.

Dickinson, J. E. & Dickinson, J. A. (2006). Local transport and social representations: Challenging the assumptions for sustainable tourism. *Journal Sustainable Tourism*, 14, 192–

208. [CrossRef]).

Downward, P. & Lumsdon, L. (2001). The development of recreational cycle routes: An evaluation of user needs. *Managing Leisure*, 6, 50–60. [CrossRef]

European Commission (2013). *Infrastrutture verdi–Rafforzare il Capitale Naturale in Europa*. Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni. Bruxelles. Available online: http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:d41348f2-01d5-4abe-b817-4c73e6f1b2df.0005.03/DOC_1&format=PDF (accessed on 26 February 2018).

Garrett-Peltier, H (2011). Pedestrian and Bicycle Infrastructure: A National Study of Employment Impacts. *Political Economy Research Institute*, 1-15. Available online: https://www.peri.umass.edu/ publication/item/427-pedestrian-and-bicycle-infrastructure-a-national-study-of-employment-

Gazzola, P., Pavione, E., Grechi, D. & Ossola, P. (2018). Cycle tourism as a driver for the sustainable development of little-known or remote territories: the experience of the Apennine Regions

of northern Italy. *Sustainability*, 10 (6):1863, pp. 1-19. doi:10.3390/su10061863.

Grimaldi, A. (2018). Il turismo e la bicicletta, un connubio possibile. *Turismo e Psicologia*, 49-56.

Heitmann, S., Robinson, P., & Povey., G. (2011). *Slow food. Slow cities and slow tourism*. In Robinson, P., Heitmann, S., Dieke, P., (Eds.), *Research Themes for Tourism*. CABI: Wallingford, UK, pp. 114-127.

Høyer, K G (2000). Sustainable tourism or sustainable mobility? The Norwegian case. *Journal Sustainable Tourism*, 8, 147–160. [CrossRef]).

https://ladradibiciclette.it/quanto-vale-il-cicloturismo-in-italia/

La Rocca, R. A. (2008). Mobilità dolce e trasformazioni del territorio: esempi europei, *TeMAlab*, 1(3), 57-64.

Ladra di biciclette (21.02.2020). *Cosa serve al cicloturismo? Piste ciclabili o strade secondarie a bassa percorrenza?, 1-6. pdf.*

Lumdson, L. (2000). Transport and Tourism: cycle tourism – a model fo sustainable development?. *Journal of Sustainable Tourism*, 8 (5), 361-377.

Martínez, V. & Blanco, R. (2013). Hacia una gestión sostenible de las actividades turísticas en los espacios rurales y naturales. (Towards a sustainable management of tourism activities in rural and natural areas). *Revista Internacional de Organizaciones*, 10, 131–155.

Meschik, M. (2012). Reshaping city traffic to wards sustainability why transport policy should favor the bicycle in stead of car traffic. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 48, 495–504. [CrossRef]).

Privitera, D. (2011). I Parchi e il cicloturismo: integrazione strategica per lo sviluppo locale. *Agribusiness Paesaggio & Ambiente*, XIV (3), 184 - 190.

Pucher, J., Komanoff, C. & Schimek, P. (1999). Bicycling renaissance in NorthAmerica? Recent trends and alternative policies to promote bicycling, *Transporting Research Part A: Policy and Practice*, 33, 625–654. [CrossRef].

Ritchie, B. W. (1998). Bycicle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issue. *Tourism Management*, 19(6), 567-582.

Ritchie, B. & Jay, G. (1999). Commentary-

’Local Agenda 21 and Community Participation in Tourism Policy and Planning: Future or Fallacy’by Jackson and Morpeth. *Current Issues in Tourism*, 2, 39–46. [CrossRef]).

Hall D., Lesley R., Mitchell, M. (Eds) (2003). *New directions in rural tourism. UK: Routledge,* Ashgate Pubblishing.

Rode, P., Floater, G., Thomopoulos, N., Docherty, J., Schwinger, P., Mahendra, A. & Fang W. (2017). *Accessibility in cities: Transport and urban form*, in Disrupting Mobility. Cham, Switzerland: Springer.

Simonsen, P. S. & Jørgensen, B. (1998). *Cycle tourism. An economic and environmental sustainable form of tourism?*. In Simonsen, Jørgensen, Robbins (Eds.), *Cycling tourism, Unit of Tourism Research at Research Centre of Bornholm*, www.crt.dk/media/Cycling_tourism.pdf.

Timothy, D. J. & Boyd, S. W. (2014). *Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues*, 64, Bristol, UK: Channel View Publications.

Touring Club Italiano in: https://www.touringclub.it/notizie-di-viaggio/come-va-il-cicloturismo-in-italia-ecco-numeri-e-tendenze

Vivanco, L. A. (2013). *Reconsidering the Bicycle: An Anthropological Perspective on a New (old) Thing*. Londra: Routledge.

Williams, N. L., Inversini A., Ferdinand N. & Buhalis D. (2017). Destination eWOM: A macro and meso network approach?. *Annals of Tourism Research*, 64, 87-101.

http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2017.02.007

Zacarias, F., Cuapa, R., De Ita, G. & Torres D. (2015). Smart Tourism in 1-Click. *Procedia Computer Science*, 56, 447-452. https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.234

Sebbene il lavoro sia frutto del lavoro comune tra gli autori, tuttavia i contributi dei singoli autori si possono così ripartire: "concettualizzazione, Donatella Carboni; metodologia, Donatella Carboni; validazione, Donatella Carboni; analisi formale e materiali, Massimo Contini e Pietro Paolo Congiatu; indagine, Massimo Contini e Donatella Carboni; cura dei dati, Massimo Contini e Corinne Corbau; stesura — preparazione di bozze originali, Donatella Carboni e Massimo Contini; stesura - revisione e editing, Donatella Carboni, Pietro Paolo Congiatu e Corinne Corbau.

Questa ricerca è stata finanziata dal "Fondo di Ateneo per la ricerca 2019, Università degli Studi di Sassari - Donatella Carboni" e da una Convenzione tra il Parco Nazionale dell'Asinara e Il DUMAS per la progettazione d'infrastrutture verdi e di parkway quali strumenti di recupero degli ecosistemi degradati dal turismo e di gestione sostenibile dei flussi turistici, nell'ambito dell'Azione di sistema, Direttiva MATTM 2017, direttiva ex Cap. 1551 del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, del 05.06.2018 - Coordinatore Scientifico del progetto Prof.ssa Donatella Carboni.

I grandi eventi sportivi e il rilancio turistico della città: il caso delle Universiadi Napoli 2019

di Rosario De Iulio

Abstract

The relationship between tourism and Mega Events is a topic that has been much investigated in recent decades by several researchers. Many cities in the advanced world, in a phase of deindustrialization and progressive outsourcing of their economies, see the organization of Mega Events as an effective way to reposition themselves in the context of the global geo-economic balances, in order to attract greater investments and increase

tourist flows. In particular, for various reasons, sport Mega Events as the Olympics are among the most sought-after events. But these events do not always produce positive effects on the territory. The last 2016 Rio de Janeiro Summer Olympics are the demonstration of a failure. This contribution aims to analyze how and if the Universiade, held in Naples last July 2018, in the face of so many investments and at the cost of so much energy spent, has brought benefits to the city, in terms of increased tourist flows, as reported by various press bodies. From a methodological point of view, given the short period of time since the closing of the event, no specific studies have been yet published on this topic. So, special attention was given to direct sources, such as the data about the tourist flows to the Campanian Capital. The article consists of an introduction and three parts. The first part briefly describes the origin and the evolution of the Universiade, the second one analyzes the tourism effects of the Universiade on the city of Naples and the third one contains the conclusions.

Key Words: XXX Universiade, Sport Mega Events, Tourism

1. Introduzione

Il rapporto tra Grandi Eventi sportivi e turismo è un argomento che a partire dagli anni ottanta dello scorso secolo ha catalizzato l'interesse di numerosi studiosi[1]. Questo filone di studi, molto fecondo sia in Europa e sia in America del nord, è conosciuto con la locuzione "turismo sportivo" o "turismo dello sport"[2] e rappresenta un settore di ricerca originale che ha l'obiettivo di approfondire le plurime relazioni tra le attività sportive con quelle turistiche (Cirillo, Dansero, Pioletti, 2016). Ancora oggi, non esiste in letteratura scientifica un'unica e condivisa definizione di questo settore di ricerca, però in linea generale quelle più note basano il proprio enunciato riportando alcuni elementi caratteristici comuni, come il tipo di attività turistico-sportiva svolta, la durata e il livello di coinvolgimento del turista sportivo e infine

[1] Weed (2008) ha affermato che il primo studio sul turismo sportivo è apparso nel 1966 a cura di Don Anthony dal titolo "Sport and Turism" promosso dal *Central Council for Physical Recreation* negli Stati Uniti d'America.

[2] Le due locuzioni traducono i due termini inglesi *Tourism Sport* e *Sport Tourism*. Con la prima si intende l'insieme delle pratiche sportive (competitiva e amatoriale) svolte come una attività secondaria nell'ambito di una esperienza turistica, mentre con la seconda si vuole indicare la partecipazione ad eventi sportivi sia in qualità di partecipanti (turista attivo) o di spettatori (turista passivo), oppure quando la finalità del viaggio sia esclusivamente legata alla partecipazione ad un evento sportivo (De Iulio, 2017).

l'indicazione del luogo dove si consuma l'esperienza, se è esterno o al chiuso (De Iulio, 2017).

Nell'attuale società post-moderna, il ruolo del tempo libero acquisisce sempre più valore, originando un nuovo tipo di società basata su nuovi assetti economici, nuove forme di lavoro, nuove forme di convivenza, nuovi valori. È proprio in quest'ambito che gli i grandi eventi acquistano un grande rilievo (Maussier, 2018).

Secondo Antonio Mussino (2014) l'aumento dell'interesse verso la relazione sport e turismo è frutto di quatto principali cause: il progressivo aumento di popolarità di grandi eventi sportivi come le Olimpiadi, i Campionati Mondiali di calcio e così via; il crescente interesse della popolazione verso i benefici dell'attività sportiva e quindi un aumento dei praticanti anche nelle fasce d'età più avanzata; il risvolto politico ed economico delle competizioni sportive internazionali; la grande offerta di eventi sportivi distribuiti in maniera del tutto omogenea durante tutto l'anno.

Difatti, l'assegnazione di un prestigioso evento sportivo rappresenta per gli amministratori della città ospitante un mezzo capace di aumentare il proprio consenso politico, dall'altra parte invece,

esso può innescare per la comunità urbana pregevoli ricadute economiche.

Da ciò scaturisce la forte competizione tra i maggiori centri urbani mondiali al fine di ospitare eventi sempre più seguiti. Difatti questi ultimi, a seconda della loro importanza in termini mediatici, rappresentano per la città un efficace strumento per il suo riposizionamento e la maggiore visibilità in termini nazionali e internazionali, attirando verso di sé investimenti e turisti (Roche, 2000).

Chito Guala (2015) ha chiarito che questa competizione si incrocia con i processi di deurbanizzazione e deindustrializzazione che hanno contraddistinto le città del mondo avanzato a partire dagli ultimi decenni del Novecento. Anche se il progredire delle attività terziarie e della valorizzazione turistico-culturale non hanno di certo assorbito il gran numero di posti di lavoro persi dalla vecchia e obsoleta attività industriale, ma va comunque sottolineato che alcune di queste nuove attività economiche hanno avuto impulso o origine, in maniera diretta o indiretta, proprio con l'organizzazione di grandi eventi, di cui quelli sportivi sono una parte consistente.

In tal ottica è possibile sintetizzare in termini di analisi due diversi livelli di ricadute positive di queste manifestazioni: un effetto *hard* che comprende la costruzione di grandi infrastrutture di

trasporto, il recupero di parti storiche della città, il riuso di vecchie aree industriali, il riequilibrio di consolidate armature urbane regionali, da quelle che sono le ricadute *soft* riguardanti più la fiducia, l'entusiasmo, l'accresciuto orgoglio da parte della popolazione cittadina che può riverberarsi in vantaggiosi effetti economici, come l'aumento del turismo (De Iulio 2012).

Tutto ciò concorre al miglioramento della qualità urbana[3] e la preparazione dell'evento è interpretato come un inizio di una nuova fase evolutiva della storia urbana che ha anche riverberi nelle dinamiche geopolitiche.

Infatti, se si analizzano, seppur brevemente, i luoghi dove sono stati assegnati in questi ultimi decenni i grandi eventi sportivi internazionali, si può facilmente comprendere come il peso e le finalità di questi giochi siano divenuti sempre più elementi capaci di disegnare nuove geografie politico-economiche, dove i processi di

[3] Gli elementi che meglio qualificano la qualità urbana di una città e la riposizionano nel quadro geopolitico internazionale sono: la presenza di opere progettate da architetti di fama (*archistar)*, la disponibilità da parte della città a diventare un set di film o pubblicità (la presenza di una *film commission*), il recupero urbano di parti significative della città, come i lungo fiumi o il *waterfront*, la presenza di una illuminazione che valorizzi gli scorci urbani, i collegamenti wi-fi accessibili a tutti (*wireless cities*), la riscoperta delle radici storiche locali e naturalmente la presenza di grandi musei e l'organizzazione grandi eventi (Guala 2015).

globalizzazione e i rapporti geopolitici influenzano le scelte, l'organizzazione e la gestione di questi grandi eventi globali (Sbetti, 2012; Basso, 2017).

Attualmente si registra una duplice tendenza: da una parte si osserva un indifferenziato aumento del numero e della dimensione degli eventi sportivi, dove la componente dello spettacolo offerto spesso supera i contenuti agonistici dell'evento stesso; basti pensare alle faraoniche cerimonie di apertura e chiusura delle Olimpiadi che poco hanno a che fare con il mondo dello sport, ma sono più che altro una forma di promozione della città e/o del paese che le ospita. Dall'altra parte la realizzazione di questi eventi generano una forte spinta alle trasformazioni urbane, le quali se inquadrate una visione globale, possono raffigurarsi come un momento di riflessione per la pianificazione della città futura (Vitellio, 2009).

In particolare, se si osserva il percorso storico delle Olimpiadi, che come è noto sono il più grande evento sportivo, dalle Olimpiadi di Roma 1960 ad oggi i Giochi hanno avuto un crescente coinvolgimento degli attori economici del territorio, i quali in cambio di capitali necessari allo svolgimento dell'evento, spesso hanno influenzato e orientato le scelte future in tema di pianificazione urbana.

Difatti, su tali argomenti vi è una parte, seppur minoritaria, del dibattito accademico che denuncia proprio l'eccessivo peso di questi soggetti privati, sottolineando così l'aspetto depredatorio da parte di costoro sulle risorse del territorio. La maggioranza di questi studi apparsi di recente in letteratura scientifica tendono a polarizzarsi su due narrative dominanti. La prima focalizza l'attenzione sulle pratiche espropriative dei suoli che accompagnano i processi di speculazione immobiliare, mentre la seconda analizza come il grande evento sia stato utilizzato come un pretesto per creare uno stato di eccezione, incoraggiando così il legislatore al varo di leggi specifiche in nome di un ipotetico interesse collettivo, dove spesso livelli di controllo anti corruzione sono più bassi rispetto alle norme ordinarie (Di Bella, 2019). Infatti, se ci limitiamo a considerare le ultime due Olimpiadi estive, Londra 2012 e Rio de Janeiro 2016 entrambi gli eventi hanno mostrato episodi oscuri e critici. Il fulcro centrale delle Olimpiadi londinesi fu la riqualificazione dell'area di East End, dove il modello imprenditoriale di rigenerazione urbana connesso ai Giochi ha richiamato un consistente flusso speculativo in gran parte di provenienza estera, attirato dall'opportunità di copiosi margini di guadagno (Poynter, 2017).

Nel caso di Rio, la candidatura ad ospitare l'evento fu avviata durante la presidenza di Lula[4], con un programma ambiziosissimo. Difatti esso comprendeva non solo la riqualificazione e la costruzione di nuovi impianti sportivi, ma anche il recupero di diverse aree urbane degradate (*favelas*) attraverso l'edilizia sociale, opere di disinquinamento ambientale e infine un nuovo piano di trasporti urbani più efficiente. Così le Olimpiadi, secondo gli obiettivi del governo, avrebbero dovuto segnare l'avvio di un nuova epoca contraddistinta dal riscatto socio-economico di un'ampia fascia di popolazione brasiliana sin ora condannata alla povertà e alla marginalità sociale. Purtroppo durante la fase di realizzazione delle opere ci furono una serie di episodi di corruzione nell'aggiudicazione degli appalti, tra l'altro in periodo caratterizzato dalla crisi finanziaria mondiale e tutto ciò portò, come conseguenza, alla caduta del governo federale. Il nuovo governo rispose alla congiuntura economica negativa con all'avvio di durissime politiche di austerità, come il taglio di numerosi servizi pubblici, lo smantellamento di numerosi progetti sociali e un massiccio programma di privatizzazioni (Vainer, *et al*. 2016). Si comprende dunque, solo da questi due

[4] Luis Ignácio Lula da Silva, trentacinquesimo Presidente della Repubblica Federale del Brasile, rivestì la carica per due mandati consecutivi, 2003-2007 e 2007- 2011.

esempi citati, l'importanza della *legacy* di un grande evento sportivo, attualmente considerata da molti politici e studiosi più importante dell'evento stesso (Smith, 2012; Watt, Bernstock, 2017). È noto, che se non subentrano fattori esterni di disturbo, in linea di massima gli eventi di per sé possono raggiungere facilmente il successo, però ciò che rimane a medio e lungo periodo costituisce la loro eredità, positiva o negativa. Tali considerazioni riguardano sia i grandi eventi forieri di grandi trasformazioni urbane e sia quelli minori, in ragione dei loro effetti nel lungo periodo (Guala, 2018). Quest'aspetto insieme alla responsabilità sociale e all'eco-sostenibilità rappresentano i cardini su cui si basa l'Agenda 2020 del CIO, che costituisce il *vademecum* per l'organizzazione dei prossimi Giochi olimpici (Baracchi, 2014).

L'obiettivo del presente articolo è quello di analizzare le ricadute turistiche dell'ultima edizione delle Universiadi che si sono svolte a Napoli durante l'estate del 2019. Purtroppo, dato il breve lasso di tempo intercorso dalla conclusione dell'evento, ancora non sono apparsi in letteratura studi specifici sull'argomento, per cui le fonti di riferimento sono state principalmente le relazioni tecniche, i comunicati ufficiali e vari articoli pubblicati sulla stampa.

Al fine di dimostrare il successo turistico dell'evento, si proceduto con la raccolta dei dati

relativi ai flussi turistici diretti verso la città corrispondenti al periodo di svolgimento delle Universiadi (luglio) e sono stati confrontati con quelli degli anni precedenti, sempre riguardanti lo stesso periodo in esame. Si tratta dell'applicazione di una semplice metodologia più volte utilizzata nel settore turistico (Baldazzi, 2014), anche se questa può presentare dei limiti nel descrivere con compiutezza il fenomeno in osservazione. Però ragionevolmente, può offrire un efficace quadro di tendenza. Va ulteriormente precisato, che l'evento ha avuto uno svolgimento in ambito regionale, con gare organizzate nei maggiori centri urbani campani. Per ragioni di brevità di trattazione, si è deciso di limitare l'indagine alla sola città di Napoli.

Il presente contributo si articola in tre parti. La prima descrive brevemente l'origine e l'evoluzione delle Universiadi, la seconda si sofferma sulle ricadute turistiche delle Universiadi a Napoli e infine ci sono le conclusioni.

2. Brevi note sull'origine ed evoluzione delle Universiadi

Con il termine Universiadi si vuole indicare una competizione sportiva destinata esclusivamente agli studenti universitari. Difatti, tale nome è originato dalla fusione dei termini Università ed

Olimpiadi e come queste ultime, presenta le stesse modalità organizzative. I Giochi si svolgono ogni quattro anni e si suddividono in giochi estivi e invernali.

La prima organizzazione studentesca per i giochi sportivi si ebbe negli Stati Uniti nel 1905, poi in seguito si unirono il Regno Unito e la Confederazione Elvetica che tutt'insieme diedero avvio alla *Confédération Internationale des Éstudiants*, il cui regolamento seguiva quello dei Giochi Olimpici promossi da De Coubertin.

Pochi anni dopo, nel 1923 a cura di Jean Petitjean furono organizzati i primi Giochi Universitari Mondiali e nell'anno successivo, i vari rappresentati delle associazioni studentesche sportive nazionali riunite a Varsavia in congresso, stabilirono un programma di gare che grossomodo seguiva una cadenza biennale[5]. Lo scoppio del secondo conflitto mondiale interruppe lo svolgersi dei Giochi e appena tornata la pace, nonostante la proposta della delegazione francese di ripristinare l'evento sportivo, purtroppo tale iniziativa non ebbe alcun esito. Più tardi, durante il periodo della Guerra Fredda, la suddivisione politica del mondo in due blocchi ebbe ripercussioni anche nello sport

[5] Le gare furono svolte a: Praga (1925), Roma (1927), Parigi (1928), Darmstad (1930), Torino (1933), Budapest (1935), Monaco (1939). Cfr. https://www.fisu.net/about-fisu/fisu_history (18.03.2020).

universitario. Difatti nel 1947 fu creata a Praga l' *International Union of Students* (ISU) con lo scopo di organizzare per l'anno successivo il *World University Games*, ma senza la partecipazione dei paesi del blocco occidentale. In risposta a tale iniziativa, il professor Paul Schleimer costituì nel 1949 a Lussemburgo, nel cuore dell'Europa occidentale, la *Federazione Internazionale degli Sport Universitari* (FISU), di cui fu anche il primo presidente. Quest'ultima federazione, proprio nello stesso anno, organizzò a Merano i suoi primi giochi, gli *International Sport Weeks*. Le successive edizioni, a cadenza biennale, si svolsero tutte in Europa[6].

Nel 1957, ancora su iniziativa della federazione francese, furono organizzati i giochi universitari con la partecipazione più ampia da parte di diversi paesi del mondo, avviando così il difficile processo di avvicinamento delle due federazioni internazionali universitarie.

Dopo due anni, nel 1959 su proposta del *Centro Sportivo Universitario Italiano* (CUSI) furono organizzati a Torino i primi giochi studenteschi chiamati "Universiadi" e fu anche istituito il logo ufficiale dell'evento: una U circondata da stelle. Durante le premiazioni, gli inni nazionali furono

[6] Le successive edizioni furono svolte a: Lussemburgo (1951), Dortumud (1953) e infine San Sebastian (1955). Cfr. https://www.fisu.net/about-fisu/fisu_history (18.03.2020).

sostituiti con l'attuale inno dell'Universiade "Gaudeamos igitur", un'antica melodia di origine medievale legata al mondo della goliardia. L'Universiade torinese ebbe grande successo, con la presenza di circa 1.400 atleti provenienti da 43 paesi, grazie alla buona organizzazione del presidente del Comitato Olimpico Italiano (CIO) e portavoce del movimento sportivo studentesco: Primo Nebiolo. Quest'ultimo, in qualità di nuovo presidente della FISU propose che le Universiadi fossero organizzate ogni quattro anni, in maniera alternata rispetto ai Giochi Olimpici, così da evitare la concomitanza degli eventi e dare il giusto risalto alla manifestazione sportiva universitaria.

La FISU crebbe in maniera sostenuta principalmente tra gli anni settanta e ottanta del Novecento, proprio in un periodo caratterizzato da una forte contrapposizione tra il mondo democratico occidentale e quello orientale sovietico, dove persino le Olimpiadi furono utilizzate come oggetto di scontro politico[7].

[7] Sbetti (2012) ha distinto dieci fasi evolutive delle Olimpiadi. Quella relativa al periodo 1976-1984 l'ha definita "le Olimpiadi del boicottaggio", dove le ragioni politiche hanno prevalso su quelle sportive. Ad esempio, le Olimpiadi estive organizzate a Mosca nel 1980, a seguito dell'invasione dell'Afganistan da parte dell'Unione Sovietica, gli Stati Uniti e alcuni paesi loro alleati non parteciparono ai Giochi in segno di protesta. Nella successiva edizione svoltesi a Los Angeles nel 1984, i paesi del blocco sovietico e loro alleati a loro volta boicottarono l'Olimpiade americana.

Probabilmente, la ragione più plausibile di questo successo fu proprio la scelta di evitare all'interno delle Universiadi l'utilizzo di simboli nazionali, come bandiere e inni, rendendo tutto l'evento sportivo più leggero, una felice occasione di incontro tra giovani studenti di culture diverse, scevro da ogni discriminazione politica, razziale ed economica[8]. Tutto ciò è in linea con l'idea filosofico-educativa che vede lo sport uno strumento di fratellanza e di pace tra gli uomini, così come De Coubertin lo immaginò per le Olimpiadi, rifacendosi al concetto di *'Εκεχειρία* degli antichi greci (Isidori, 2012).

In questi ultimi anni la FISU ha ulteriormente migliorato il suo obiettivo strategico, allontanandosi progressivamente da quello delle Olimpiadi. Difatti nelle Universiadi il principio dell'universalità non si esaurisce nella semplice qualità e quantità delle prestazioni sportive, ma invece investe anche lo sviluppo di un modello educativo e culturale inclusivo, che favorisce la partecipazione di un numero maggiore di studenti provenienti da ogni parte del mondo, attraverso azioni mirate.

[8] Difatti l'art. 2 dello Statuto della FISU recita: «FISU pursues its objects without consideration or discrimination of a political, denominational or racial nature ». Cfr.: https://www.fisu.net/about-fisu/fisu_history (24.03.2020)

Così, nel documento di programmazione relativo al decennio 2017-2027, la FISU ha indicato con chiarezza gli obiettivi da perseguire: 1) sostenibilità ambientale e finanziaria; 2) ricerca e sviluppo; 3) cooperazione e promozione culturale; 4) educazione sportiva (Baracchi, 2016).

L'Italia sin ora è il paese che ha ospitato il più alto numero di Universiadi (sin ora 11), mentre Torino è stata la città che ha accolto il maggior numero di edizioni, due estive nel 1959 e nel 1970 e una invernale nel 2007. Tuttavia, tra le edizioni italiane, vi è stato anche un caso di insuccesso. Difatti l'edizione siciliana del 1997 fu contraddistinta da ingenti sprechi finanziari, disorganizzazione e ritardi, tanto che la Magistratura avviò diversi procedimenti penali che colpirono molti amministratori pubblici, con una vasta eco nella stampa dell'epoca (Baracchi, 2016).

Al contrario invece, ci sono state edizioni contraddistinte da grande successo. È il caso delle Universiadi invernali del Trentino del 2013 che fu seguitissima dai media, con significative ripercussioni sul territorio. Difatti, negli anni seguenti si è registrato un significativo aumento dei turisti invernali, la crescita dell'attività sportiva da parte degli studenti universitari trentini e infine l'avvio di politiche di sviluppo basate sullo sport da parte dell'Università e delle Amministrazioni

pubbliche[9]. Proprio in quest'ottica la città di Trento, ormai sensibilizzata verso questi temi, ha ospitato con grande favore di pubblico il I e il II Festival dello Sport[10].

3. Le Universiadi Napoli 2019 e le ricadute turistiche

L'assegnazione a Napoli dei giochi della XXX Universiade è avvenuta il 5 marzo 2016, a seguito della rinuncia di Brasilia, città aggiudicataria e che per ragioni economiche, vi ha rinunciato. La candidatura del capoluogo campano è frutto dell'accordo da parte di vari enti e istituzioni, tra cui il CUSI, il CONI, la Regione Campania e il

[9] A tutt'oggi non esiste uno studio complessivo su quest'argomento, eccetto il report finale prodotto da Stefano Ravelli, responsabile dei Servizi per l'evento. Però è particolarmente interessante in questa sede, l'intervista rivolta al prof. Paolo Bouquet, delegato del Rettore dell'Università di Trento pubblicata su una rivista *on line* dell'Università, proprio in tema di ricadute territoriali delle Universiadi.

Cfr: https://webmagazine.unitn.it/sport/1571/universiade-invernale-trentino-2013-un-bilancio-positivo (26.03.2020).

[10] Si tratta di una manifestazione ricca di eventi relativi al mondo dello sport, come convegni, dibattiti, eventi fieristici che hanno avuto un notevole impatto mediatico ed economico sulla città. La prima edizione si è svolta dal 13 al 19 ottobre 2019, la seconda dal 8 all'11 ottobre 2020. Cfr: https://www.ilfestivaldellosport.it/it/?refresh_ce-cp (26.03.2020).

Comune di Napoli. Va precisato che la città partenopea nel recente passato ha già ospitato grandi eventi sportivi che hanno inciso anche significativamente nelle dinamiche urbane (Vitellio, 2009). Tra questi ultimi emerge la finale di vela dell'America's Cup 2013 contraddistinta da un buon successo mediatico e di pubblico (Carboni, 2017). D'altro canto, la Regione Campania è stata la prima in Italia ad adottare un piano di sviluppo territoriale dove si contempla che l'organizzazione di eventi di natura sportiva sono da considerarsi un efficace mezzo per lo sviluppo socio-economico del territorio regionale[11]. Ossia, si considera l'evento come un *pulsar effect,* quindi un fattore capace di innescare virtuose dinamiche di sviluppo nel territorio (La Rocca, 2008). Per tale motivo, dunque, le Universiadi napoletane sono state considerate del tutto in linea con la programmazione regionale.

Con il varo della Legge Regionale n.6/2016, l'ente regionale ha stabilito gli obiettivi della manifestazione, la modalità di realizzazione e la dotazione finanziaria. Difatti, all'art.18 della suddetta legge si è precisato quanto segue: 1) di realizzare una grande iniziativa sportivo-culturale, in grado di coinvolgere tutto il territorio regionale e quindi di valorizzare e promuovere i temi della pace e della fratellanza tra i popoli, dell'inclusione,

[11] Delibera Regionale n. 146/2012.

della tolleranza, dello scambio fra le giovani generazioni; 2) di favorire nei prossimi anni la crescita di un movimento sportivo in tutta la regione; 3) di potenziare e/o realizzare una rete di impiantistica sportiva in tutta la regione, che sia in grado di generare la riqualificazione urbana del territorio circostante, migliorando la qualità di vita delle popolazioni locali[12].

Da ciò si evince, che tra gli obiettivi regionali oltre alla promozione turistica è posta in grande evidenza la *legacy* materiale e immateriale dell'evento.

Per rendere più agevole la realizzazione e la gestione dei Giochi, sempre con la stessa Legge Regionale, è stata istituita l'Agenzia Regionale per le Universiadi (ARU) con i seguenti compiti: a) attuazione dei programma sportivo dell'evento stabilito dalla FISU; b) ristrutturazione dell'impiantistica sportiva necessaria alla realizzazione dell'evento; c) organizzazione e gestione dell'accoglienza degli atleti e del loro staff tecnico, quindi la realizzazione di strutture recettive, mense e trasferimento degli atleti verso

[12] Regione Campania, Accordo di Programma Quadro, Relazione Tecnica delle Universiadi 2019, p. 6.

Cfr: file:///C:/Users/Utente/Desktop/AGeI/universiade/relazione%20tecnica.pdf (27.03.2020).

gli impianti sportivi; d) organizzazione e gestione dell'evento e di tutte le manifestazioni correlate con lo svolgimento dell'Universiadi; f) promozione culturale, sportiva, turistica del territorio regionale connessa all'evento[13]. Questa struttura ha svolto il suo ruolo di soggetto attuatore sino al gennaio 2018, poi al fine di dare una più forte accelerazione ai lavori di riqualificazione degli impianti in considerazione dei tempi ristretti per la consegna delle opere, con Legge Finanziaria 2015/2018 è stata istituita una "cabina di regia" con a capo un Commissario Straordinario dotato di maggiori poteri[14]. Per quanto riguarda la dotazione finanziaria, l'Ente regionale ha previsto le seguenti risorse in entrata: Euro 278.909.404,42 attraverso varie fonti di bilancio regionale, poi Euro 100.000.000 di finanziamento nazionale e infine si sono previsti Euro 7.900.000 di introiti provenienti

[13] Art. 4 Legge Regionale n. 6/2016.

[14] Dal 6.02.2018 al 29.09.2018 la carica di Commissario è stata ricoperta dalla dott.ssa Luisa Latella, successivamente tale incarico è stato svolto dall'ing. Gianluca Basile conclusosi il 31.12. 2019. L'ultima gestione commissariale ha anche prodotto sospetti sulla assegnazione di alcuni appalti, tanto che la Magistratura napoletana ha aperto un'inchiesta, nonostante il controllo sugli stessi esercitato dall'ANAC (Autorità anti corruzione).

Cfr: https://tg24.sky.it/napoli/2019/10/01/universiadi-inchiesta-appalti-napoli.html (28.03.2020)

dalla vendita dei biglietti e dalle sponsorizzazioni[15].

Gli interventi strutturali hanno riguardato esclusivamente il ripristino di vecchi e malridotti impianti sportivi regionali, senza prevedere la costruzione di nessuna nuova struttura. In dettaglio essi hanno interessato la ristrutturazione di 15 impianti nel Comune di Napoli e 17 in provincia, 4 in provincia di Avellino, 11 in provincia di Salerno, 7 in provincia di Caserta e infine 4 in provincia di Benevento. Tra di essi spicca l'adeguamento funzionale dello Stadio San Paolo, luogo di svolgimento delle cerimonie di apertura e chiusura dei Giochi, per un importo pari a più della metà dell'importo totale dei finanziamenti destinati ai restanti impianti cittadini.

Se si esamina l'impatto dei Giochi alla sola città di Napoli, emergono alcune considerazioni. In primo luogo, come si evince in Fig.1, gli impianti sportivi oggetto di recupero funzionale sorgono in gran parte nelle aree urbane periferiche, alcune di esse sono molto degradate. In particolare, la

[15] Per l'approfondimento del quadro finanziario si rimanda alla Relazione conclusiva del Commissario Straordinario Basile inviata al Senato della Repubblica il 16.09.2019, p. 32 e segg.

Cfr: file:///C:/Users/Utente/Desktop/AGeI/universiade/relazione%20senato%20Universiadi.pdf (28.03.2020).

maggioranza delle strutture si concentra nella Municipalità 10 (6 impianti), mentre il centro cittadino risulta completamente assente, eccetto l'impianto Polisportivo Collana (Municipalità 5) e il Tennis Club (Municipalità 1). Ciò si spiega con la scelta iniziale di dover ristrutturare esclusivamente i vecchi impianti, tutti edificati durante il Novecento in aree libere allora scarsamente urbanizzate, senza prevedere nessuna nuova costruzione. Evidentemente questa scelta ha una duplice finalità. In primo luogo il recupero funzionale degli impianti è visto come un primo intervento di riqualificazione urbana di aree periferiche degradate; il secondo invece, ha lo scopo di evitare i cosiddetti *white elephans,* ovvero gli impianti nuovi costruiti per l'occasione dei Giochi e poi in seguito abbandonati, di cui magari la comunità urbana non ne aveva affatto bisogno.

Fig. 1 – Localizzazione degli impianti sportivi con l'indicazione della Municipalità cittadine e dei limiti amministrativi del Comuni di Napoli.

Fonte: Elaborazione propria.

Per quanto riguarda la costruzione del Villaggio Olimpico, tramontate le opzioni che hanno previsto la sua sistemazione nell'area della vecchia base del comando NATO o in alternativa nell'area fieristica della Mostra d'Oltremare, entrambe situate nella zona ovest del centro cittadino, si è optato per una soluzione più semplice e meno invasiva dal punto di vista ambientale.

Difatti sono stati formati tre poli, disposti in prossimità degli impianti sportivi sede delle competizioni: a Caserta in alcuni grandi alberghi cittadini, a Salerno presso le residenze universitarie

ed infine quello più importante a Napoli. Il Villaggio Olimpico partenopeo è del tutto particolare, le residenze e le mense hanno avuto sede in due grandi navi da crociera (MSC Lirica e Costa Vittoria) ormeggiate al molo Beverello in centro città e su quest'ultimo sono state disposte alcune strutture prefabbricate smontabili, dove sono stati sistemati gli uffici organizzativi.

La costruzione di corsie preferenziali provvisorie nei principali assi urbani di collegamento tra quest'area e i vari impianti sportivi hanno garantito un più agevole e rapido spostamento degli atleti e delle attrezzature.

I Giochi si sono svolti dal 02.07.2019 al 14.07.2019, hanno visto la partecipazione di 118 delegazioni nazionali, 6.052 atleti, 2016 ufficiali tecnici (arbitri) per 18 discipline sportive, con l'assegnazione di 578 medaglie in totale[16]. Le varie gare hanno avuto un buon consenso di pubblico, in particolare in ordine di preferenza sono state maggiormente seguiti gli incontri di calcio con 43.491 spettatori, poi la pallanuoto con 24.665 spettatori e infine la pallavolo con 35.974 spettatori.

[16] L'Italia si è posizionata al 5° posto nella classifica finale per nazioni, con 15 medaglie d'oro, 13 d'argento e 16 di bronzo.

Da questa classifica si rileva che gli sport hanno avuto più pubblico sono stati il calcio e la pallanuoto, che corrispondono anche agli sport più seguiti in città, in considerazione dei successi delle squadre cittadine nei rispettivi campionati. Ciò lascia supporre che la maggior parte degli spettatori è stata formata da *Home Stayers*[17] e da escursionisti di origine regionale.

Dal punto di vista mediatico sono state accreditate 187 testate giornalistiche da tutto il mondo e sono state trasmesse 1325 ore di diretta televisiva in 53 paesi. Sempre a cura dell'organizzazione è stato allestito l'*International Broadcasting Center* (IBC) presso gli spazi della Mostra d'Oltremare.

Tutto l'evento, così come è stato riportato dalla stampa locale ha avuto significativi impatti economici e turistici in città. Secondo la Confesercenti e la Confcommercio partenopea, durante lo svolgimento dei Giochi gli esercizi commerciali hanno registrato un incremento degli incassi del 20% rispetto alla media del periodo e gli alberghi hanno registrato il 90% di occupazione delle stanze disponibili, secondo i dati di

[17] Preuss (2002) nel rapporto tra sport e turismo propone una tipologia di figure sia di turisti e sia di residenti classificati a seconda del tipo di rapporto che hanno con l'evento sportivo organizzato. Tra le figure composte dai residenti, gli *Home Stayers* sono i residenti che seguono gli eventi creati nella propria città.

Federalberghi[18]. Nella Tab.1 sono riportati gli arrivi e le presenze turistiche che hanno interessato il capoluogo partenopeo riferiti al mese di luglio, periodo di svolgimento delle Universiadi, riguardanti il decennio 2009-2019[19].

La scelta di estendere la ricerca in un intervallo di tempo di dieci anni, non è casuale, ma risponde all'esigenza di analizzare meglio l'andamento dei flussi, tanto da avere maggiori possibilità di interpretazione dei dati riportati (Gomez, Jones, 2010). Gli arrivi e le presenze sono state distinte in flussi di origine nazionale e estera. I dati riportati in tabella sono la somma dei valori registrati da tutti gli esercizi ricettivi cittadini, quindi alberghi, B&B, ostelli e così via.

18

https://napoli.repubblica.it/cronaca/2019/07/13/news/napoli_effetto-universiade_hotel_pieni_e_molti_acquisti-231133176/?refresh_ce (28.03.2020)

http://www.regione.campania.it/regione/it/news/primo-piano/universiade-2019-il-successo-dell-iniziativa-de-luca-realizzato-un-miracolo-fieri-di-napoli-e-della-campania?page=1 (28.03.2020).

19 I dati riportati sono di fonte ISTAT forniti dalla Regione Campania. L'autore desidera ringraziare il sig. L. Praitano dell'Ufficio di Gabinetto della Presidenza della Regione Campania, per la cortesia e la rapidità nel fornire i dati richiesti.

Tab. 1 – Arrivi e presenze dei flussi turistici a Napoli nel periodo 2009-2019 relativi al mese di luglio.

ANNO	*ARRIVI*			*PRESENZE*			*DURATA MEDIA*
LUGLIO	*NAZIONALI*	*ESTERI*	*TOTALE*	*NAZIONALI*	*ESTERI*	*TOTALE*	
2009	*32.357*	*33.380*	*65.737*	*71.163*	*93.103*	*164.266*	*2.49*
2010	*20.190*	*32.855*	*60.075*	*80.011*	*87.819*	*167.830*	*2.79*
2011	*33.624*	*51.512*	*85.536*	*72.438*	*135.087*	*207.525*	*2.42*
2012	*34.689*	*50.522*	*85.211*	*63.817*	*122.129*	*185.946*	*2.18*
2013	*28.011*	*44.827*	*72.838*	*116.613*	*152.119*	*268.732*	*3.68*
2014	*25.670*	*42.019*	*67.689*	*63.368*	*112.573*	*175.941*	*2.59*
2015	*43.676*	*71.999*	*115.678*	*94.728*	*172.391*	*267.219*	*2.31*
2016	*43.044*	*76.066*	*119.110*	*106.574*	*206.709*	*313.283*	*2.63*
2017	*43.348*	*79.279*	*122.627*	*107.574*	*204.047*	*311.604*	*2.54*
2018	*45.718*	*83.669*	*129.387*	*123.612*	*220.561*	*344.173*	*2.66*
2019	*41.394*	*80.266*	*121.660*	*113.514*	*224.473*	*337.987*	*2.77*

Fonte: dati ISTAT forniti dalla Regione Campania

Per agevolare la lettura degli andamenti dei flussi turistici, si sono elaborati due grafici. Il primo riguarda gli arrivi e il secondo le presenze turistiche.

Grafico 1 – Arrivi turistici a Napoli distinti in nazionali ed esteri nel periodo 2009-2019 relativi al mese di luglio

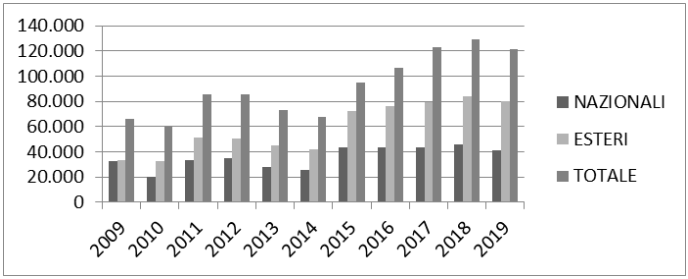
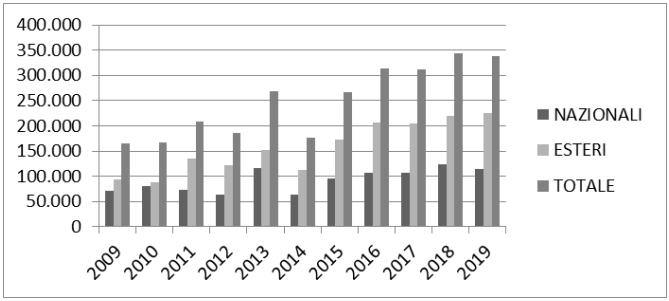


Grafico 2 – Presenze turistiche a Napoli distinte in nazionali ed estere nel periodo 2009-2019 relative al mese di luglio



Dal confronto dei Grafici 1 e 2 l'anno 2018 presenta il maggior numero di arrivi e di presenze in valore assoluto, anche se la durata media del soggiorno di 2.66 giorni ed è il inferiore al dato massimo (3.68) registrato nel 2013.

I flussi relativi all'anno successivo (2019, anno delle Universiadi) invece registrano una leggera flessione. Diversi studi dimostrano che durante l'evento sportivo il turismo è piuttosto scarso, si deve tener in conto dell'effetto "fuga" o di "spiazzamento" che porta a respingere parte dei potenziali visitatori, se questi non sono direttamente interessati a seguire le gare (*Avoiders*)[20], per tanto il turismo prodotto direttamente dall'evento va ridimensionato.

Gli anni successivi, di solito mostrano in chiara inversione di tendenza, con flussi in netta crescita, così come si è riscontrato nei casi di successo delle Olimpiadi estive di Barcellona 1992 o quelle invernali di Torino 2006 (Guala, 2018). Qui al contrario di quello indicato dagli organi di stampa (vedi nota 18), i flussi turistici presentano un leggero decremento rispetto agli anni precedenti, però sono in linea con le previsioni indicate in letteratura scientifica. La crescita lineare degli arrivi nell'intervallo di tempo 2015-2018 (Grafico 1) è spiegabile con l'implementazione di efficaci

[20] Sempre secondo Preuss (2002) i turisti degli eventi sportivi si dividono in: *Casuals*, gli occasionali, ossia i turisti che desiderano visitare la città anche senza eventi; *Time Switchers* sono i turisti che avevano programmato un viaggio ma che comunque lo spostano per poter seguire l'evento; *Avoiders* sono i turisti che avevano programmato un viaggio, che rinunciano proprio a causa dell'evento; *Extentioners*, sono i turisti che si trovano già in città ma che desiderano di prolungare il soggiorno perché interessati all'evento; *Olimpians* sono i turisti che si spostano per seguire l'evento sportivo.

politiche di promozione turistica da parte delle istituzioni, prima fra tutti il Comune di Napoli (Brunini, 2018). Meno evidente appare la crescita delle presenze nello stesso periodo (Grafico 2), anzi si verifica una flessione nel 2017.

Conclusioni

Dall'analisi dei dati emersi, sembra che ci sia una discrasia tra i dati pubblicati da parte di alcune associazioni di categoria e da organi di stampa anche di Enti pubblici (Regione Campania) e da quelli forniti dall'ISTAT riportati in Tab.1, che rappresentano tuttavia i dati di riferimento ufficiali.

In ogni caso le Universiadi napoletane hanno avuto il merito di aver reso la città più vivace e orgogliosa del suo evento e così come sottolineato da Getz (2005), tutto ciò costituisce uno dei principali impatti positivi generati da tali manifestazioni.

Si è compreso che i Grandi Eventi di per sé non sono portatori di uno sviluppo stabile che si perpetua nel tempo, soprattutto quando essi si presentano come strumenti esclusivamente volti alla costruzione di grandi infrastrutture urbane (Vitellio, 2009). Però queste manifestazioni possono rendere più dinamici e vivaci i processi urbani già esistenti e rappresentare un fenomeno di discontinuità nella storia della città, un punto nello spazio-tempo che ha la possibilità di incidere

significativamente negli scenari futuri. Chiaramente tutto dipende da come si procede nel dopo evento (Preuss, 2004; Guala 2015).

L'esperienza insegna che per ottimizzare gli sforzi prodotti e avere un ritorno turistico in termini di aumento dei flussi è necessario implementare opportune politiche che consolidino i successi raggiunti, tanto da trasformare questa tendenza da fenomeno eccezionale a fenomeno strutturale. Difatti, l'immagine di una città ricca di beni culturali e paesaggistici veicolata dai mass media internazionali rappresenta una eredità simbolica importantissima che deve essere alimentata nel tempo con appropriate azioni di valorizzazione.

L'esempio di Torino post-olimpica, che si trasforma da città della "crisi della Fiat" a città meta di turismo urbano rappresenta una buona pratica da seguire (Guala, 2018).

Purtroppo, a seguito delle attuali misure di contenimento della pandemia da coronavirus, il turismo della scorsa estate ha subito, così come nelle altre città d'arte italiane, una battuta d'arresto[21].

21 https://www.ilmattino.it/napoli/cronaca/napoli_estate_covid_niente_turisti-5400374.html (04.09.2020).

Difatti, secondo uno studio dell'ENIT[22] (Agenzia Nazionale per il Turismo) il settore turistico riprenderà i valori pre-crisi solo a partire dal 2023, con una ripartenza più rapida per il turismo provenienza nazionale mentre sarà più lenta quella di provenienza estera. Si tratta quindi di un intervallo di tempo piuttosto ampio affinché si possa considerare l'effetti positivi delle Universiadi in tema di incremento dei flussi turistici, per cui saranno necessarie nuove politiche di promozione basate su nuove richieste e esigenze[23] da parte di un pubblico che si troverà a compiere delle scelte in un mercato altamente competitivo.

[22]https://www.enit.it/wwwenit/images/amministrazionetrasparenteepe/comunicati/BOLLETTINO%20ENIT%20N.0.pdf (04.09.2020).

[23] https://www.ilsole24ore.com/art/turismo-ritorno-crescita-2023-ADpWU3M (04.09.2020).

Bibliografia

Baracchi L. (2019) *Governance e Pianificazione strategica. XXX Universiadi Napoli*, 2019. LBSE Consulting, Napoli.

Basso M. (2017) *Grandi Eventi e politiche. Governare «routine eccezionali»*, Guerini, Milano.

Brunini A. (2018) "Marketing della destinazione per posizionare Napoli ai vertici delle città a vocazione turistica in Europa" in: *Pagine di Risposte Turismo* n. 1 pp. 2-20.

Carboni D. (2017) "I Grandi Eventi sportivi per un rilancio strategico in termini economici e dell'immagine di un luogo: il caso dell'America's Cup World Series a Napoli", in: *(S)radicamenti - Giornata di studio della Società di Studi Geografici Torino, 16 dicembre 2016* vol. Memorie Geografiche NS 15, pp. 261-267.

Cirillo D. Dansero E. Pioletti A.M. (2018) "Torino e lo sport: uno sguardo geografico", in: Bondonio V., Dansero E., Genova C. (a cura di) *La città e lo sport. Torino 2015 e oltre*, F. Angeli, Milano.

Gomez B. Jones J.P. (2010) *Research methods in Geography* ,Willey & Soon Chichester.

Getz D. (2005) *Event Management and Event Tourism*, 2° ed., Cognizant Communication Corporation, New York.

Guala C. (2015) *Mega eventi. Immagini e legacy dalle Olimpiadi a Expo,* Carocci, Roma.

Guala C. (2018) "Torino 2006-2015. Un caso di Eventful City?", in: Bondonio V., Dansero E., Genova C. (a cura di) *La città e lo sport. Torino 2015 e oltre*, F. Angeli, Milano.

De Iulio R. (2012) "La geografia dello sport: verso una definizione epistemologica della disciplina", in: De Iulio R. (a cura di) *Geografia e Sport. Prospettive di ricerca e esperienze*. Settecittà, Viterbo, pp. 25-46.

De Iulio R. (2017) "La Geografia dello Sport e il Turismo. Proposta di un itinerario storico-sportivo nell'area di Piazza Navona a Roma", in: *Geotema* n. 54 pp. 32 -38.

Di Bella A. (2019) "Mega-eventi, città globali e austerità: Londra 2012 e Rio 2016 attraverso il pensiero di Milton Santos", in *Geotema* Supplemento 2019, pp. 17-26.

Isidori E. (2012) *Filosofia dell'Educazione Sportiva. Dalla teoria alla prassi,* Nuova Cultura, Roma.

La Rocca L.A. (2008) "Dall'evento all'impatto: Expo e mobilità urbana", in: *Tema*, n. 2, pp. 31-46.

Maussier B. (2018) *Il futuro degli eventi. Scenari creativi della società del tempo libero*, Hoepli, Milano.

Mussino A. (2014) "Sport e Turismo", in: Baldazzi B. *L'analisi dei flussi turistici: strumenti, fonti e metodi,* Nuova Cultura, Roma, pp. 127-148.

Preuss H. (2002) "Le implicazioni economiche delle Olimpiadi", in: Bobbio L. Guala C. (a cura

di) *Olimpiadi e Grandi Eventi. Verso Torino 2006*, Carocci, Roma, pp. 37-55

Preuss H. (2004) *The Economics of Staging the Olympics: A Comparison of the Games 1972-2008*, Helgar, London.

Poynter G. (2017) "East London's Post-Olympic Economy", in: Cohen P. e Watt P. (a cura di), *London 2012 and the Post-Olympics City. A Hollow Legacy?*, Palgrave, London, pp. 27-51.

Roche M. (2000) *Mega Events and Modernity*, Routledge, London.

Sbetti N. (2012) *Giochi di potere: Olimpiadi e Politica dal 1896 al 2012*, Le Monnier, Firenze.

Smith A. (2012) *Events and Urban regenerations*, Routhledge, London.

Vainer C. Broudehoux A.M. Sánchez F. Leal de Oliviera F. (2016) *Os Megaeventos e a cidade. Perspectivas críticas*, Letra Capital, Rio de Janeiro.

Vitellio I. (2009) *Regimi Urbani e Grandi Eventi: Napoli una città sospesa*. F. Angeli, Milano.

Watt P. Bernstock P. (2017) "Legacy for Whom? Housing in Post-Olympic East London", in: Cohen P. e Watt P. (a cura di), *London 2012 and the Post-Olympics City. A Hollow Legacy*?, Palgrave, London pp. 91-138.

Weed M. (2008) *Olimpic Tourism*, Elsevier, Oxford.

Lo sport attraverso la geopolitica

di Giuseppe Bettoni

Abstract

The geography of sport has shown the links between the evolution of society, space and sporting practice. Specifically, here we want to make the connection between geopolitics and sport. Almost always this connection is made regarding soft-power issues, international relations, lately also as instruments of affirmation on the international scene (Beijing Olympics, Sochi Winter Olympics…). In this contribution, much emphasis is given to the local geopolitics of sport, highlighting antagonisms between local actors in infrastructural choices related to sport, where sports infrastructures are not just a service that

answers to a demand but are a real tool for intervention on the society, giving it one form rather than another. Even the occupation of public space through the practice of certain sports or even the construction of identity of local communities through the affirmation of certain sports are cases of local geopolitics.

Key Words: Geography, Geopolitics, Sport, Globalization, Territorial Planning, Identity.

1. Geografia e sport

La geografia dello sport è un settore ampiamente studiato e ricco di casi di studio estremamente interessanti. Questo perché se la geografia è la descrizione del mondo, questa descrizione passa attraverso l'interpretazione che ognuno di noi individualmente vive, con le proprie caratteristiche, la propria personalità. Come noi descriviamo un territorio (come ne spieghiamo quindi la geografia) è frutto di quello che noi siamo e di come viviamo le caratteristiche di quello stesso territorio, così come è stato modificato dalla società che ci vive, su scale diverse.

In pratica la nostra maniera di "osservare" il territorio, come lo percepiamo, quello che suscita in noi, ci porta a descriverlo in un certo modo, diverso da quello di qualcun altro, nonostante ognuno possa vivere lo stesso territorio.

Questo fa sì ché la geografia di ognuno di noi sia anche frutto della nostra "identità", ciò che noi siamo, i nostri valori, le nostre credenze, la nostra cultura. La geografia è fatta quindi da un elemento essenziale: l'uomo. Se non ci sono esseri umani, non c'è geografia.

Se geografia vuol dire, come appena scritto, descrivere il mondo secondo la nostra personalità, fondamentalmente quello che noi "descriviamo" è

la relazione tra la società e il territorio su cui viviamo: l'una modella l'altro e viceversa.

Questa breve premessa ci permette di ricordare alcuni punti essenziali, che saranno richiamati in seguito, per comprendere il rapporto tra geopolitica e sport.

La geografia che ognuno di noi può definire per un dato territorio è frutto della cultura di ognuno di noi e che sentiamo di condividere come gruppo sociale. Lo Sport è prima di tutto un fenomeno culturale che modella comportamenti, valori e quindi anche l'uso che facciamo del territorio dove viviamo: come diamo forma allo spazio pubblico, come gruppo sociale o come parti di gruppi sociali, essi stessi parte di società più ampie.

È talmente caratterizzante che oramai, come società, usiamo lo sport come elemento identitario. Il Judo è per la maggior parte delle persone uno sport giapponese, così come pensiamo che il calcio sia uno sport nel quale gli italiani si "identificano". La profonda penetrazione dello sport come elemento culturale, non solo di pura pratica fisica, la troviamo fin dall'antichità. Sappiamo cosa rappresentavano i Giochi Olimpici nell'antichità, così come sappiamo cosa rappresentano i Giochi Olimpici moderni "resuscitati" solo alla fine del XIX secolo. Già su questo aspetto possiamo fare un collegamento tra nascita del concetto di "nazione"

e "rinascita" dei Giochi Olimpici, approfondimento che vedremo più avanti.

La definizione di Sport è importante perché tutti tendiamo a parlare di Sport, spesso però intendendo cose diverse. Se vogliamo quindi parlare di Geopolitica dello Sport è necessario definire entrambe le parole.

Lo Sport ce lo ricorda chiaramente Augustin in più lavori da lui prodotti. In particolare, lui fa la distinzione tra Sport e ludo-sport (Augustin, 2011) definendo chiaramente quello che compone l'uno e quello che, invece, compone l'altro. La sua definizione e delimitazione delle due pratiche ci permette di osservare più chiaramente in seguito, quando parleremo di Geopolitica, quali attori intervengono e come il loro ruolo nel tempo sia cambiato, proprio come la pratica sportiva. Augustin cita Elysée Reclus quando afferma alla fine del XIX secolo "i popoli cambiano attraverso l'agricoltura, l'industria e i servizi commerciali e non smettono di evolvere loro stessi attraverso le migrazioni". Augustin aggiunge a questa citazione di Reclus: "[…] potremmo dire all'inizio del XXI secolo che i popoli cambiano attraverso la cultura, il turismo, lo sport, la musica che cambiano incessantemente a loro volta attraverso una mobilità accelerata e le comunicazioni planetarie" (Augustin, 2011, p. 372).

La pratica dello sport è quindi un elemento culturale che per essere vissuta ha bisogno di modificare il territorio, ma che viene anche caratterizzata dal territorio stesso. La pratica degli sport invernali è facilitata dal clima di certi Paesi ma esistono storiche eccezioni, come gli sprinter Jamaicani che per la prima volta nel 1988 parteciparono ai Giochi Olimpici invernali nel bob a 4: suscitarono scalpore perché una caratteristica fisica (l'eccellenza nello sprint) non si univa a una caratteristica del territorio (in Jamaica non c'è neve).

Uno dei riferimenti della geografia dello sport è John Bale, il quale tra i numerosi articoli ci ricorda che, in realtà, il rapporto tra geografia e sport è antichissimo e per la prima volta viene fatto da Elysée Reclus nella sua *Géographie Universelle* del 1879 quando parla del Cricket. Se possiamo definire quella una "prima" citazione o definizione, il rapporto tra geografia e sport non ha mancato di rafforzarsi, complessificarsi col passare del tempo.

Particolarmente dopo il secondo dopoguerra è intervenuto, soprattutto nella scuola di Geografia americana, un uso dello sport come "decodificatore" delle società, come ad aggiungere un'altra variabile da cartografare per meglio comprendere il rapporto tra territorio e società. In effetti, i primi lavori di analisi delle origini dei diversi campioni di football americano, baseball o

basket, offrivano delle interessanti chiavi di lettura sia delle culture locali, e quindi delle preferenze sportive, sia delle letture socioeconomiche del territorio, creando una relazione tra status sociale e pratica di determinati sport. Bale stesso comincia a interessarsi allo Sport in geografia perché lo trova utile per avvicinare gli studenti alla geografia, attraverso una "spazializzazione" delle localizzazioni delle squadre, da dove venivano i maggiori campioni di un dato sport, quali sport si praticano e in quali aree (Bale, 1981).

Possiamo, quindi, concludere questa parte introduttiva dicendoci che seppur recente, lo studio della geografia dello sport è in realtà un ambito di studio che trova ampiamente ragion d'essere e che anzi, ci fa interrogare sulle motivazioni che non abbiano spinto al suo studio fin dall'inizio dell'insegnamento della Geografia nelle Università.

2. Geopolitica

Per poter parlare di geopolitica dello sport occorre, però, prima definire chiaramente il termine di geopolitica che qui vogliamo intendere. Diverse definizioni negli anni, e soprattutto in Italia un uso molto confuso di questo termine, fanno si che sia necessario avere un riferimento a riguardo e a chi scrive sembra interessante, in questo lavoro, riferirsi a quella data da Yves Lacoste: che

definisce "geopolitica" quella situazione in cui due o più attori politici si contendono un territorio; per questo gli attori propongono delle rappresentazioni che danno loro legittimità al controllo di quel territorio e le popolazioni partecipano alla contesa attraverso delle discussioni riguardo a chi degli attori ne avrebbe realmente legittimità (Lacoste, Dictionnaire de Géopolitique, 1993).

Questa definizione ha diverse particolarità che la rendono estremamente utile. La prima è il partire dal "territorio" quale posta in gioco: se non c'è un territorio preciso che è conteso allora non siamo di fronte a una situazione geopolitica.

La seconda particolarità è l'antagonismo tra attori politici e soprattutto il coinvolgimento delle popolazioni nel dibattito intorno alle rappresentazioni usate. Questo implica, a sua volta, altre cose come una minima libertà di parola senza la quale non sarebbe possibile avere una discussione tra la popolazione.

L'ultimo aspetto, ma certamente molto importante, è quello dell'uso delle rappresentazioni. Qui Lacoste intende come rappresentazione quelle idee che gli attori politici usano per garantirsi una certa legittimità. Rappresentazioni che sono sia cartografiche (la soggettività delle carte geografiche è argomento molto noto e in geopolitica l'uso che se ne fa è

molto ampio) sia semplicemente verbali o scritte, discorsi che offrono spiegazioni e rappresentazioni della situazione, della sua storia, della sua geografia, che mirano a sostenere la legittimità di uno degli attori a svantaggio degli altri.

Questa definizione ci mostra diverse cose. La prima è certamente il rapporto tra attore politico e territorio che si vuole controllore. Questo tipo di controllo in geopolitica si tende a immaginarlo come "armato", violento in qualche modo, come di un rapporto di forza coercitivo che spinge un attore all'assoluto controllo di un territorio. Da qui il riferimento a strategie militari, presenze di eserciti o comunque di conflitti armati. Ma in realtà non dobbiamo trascurare che la maggior parte delle volte il controllo su un territorio avviene in modo "pacifico" e attraverso l'uso di leggi che ne regolano il controllo.

La geopolitica ha, infatti, almeno due campi di ricerca molto estesi: geopolitica esterna che riguarda gli antagonismi tra attori politici di stati diversi e la geopolitica interna e che riguarda antagonismi interni a uno stesso stato (Loyer, 2019).

Se il primo è probabilmente quello più diffuso perché riguarda conflitti che spesso hanno un rilievo internazionale (basti pensare al conflitto tra USA e URSS riguardo alla città di Berlino, vero punto di riferimento per quella che abbiamo

chiamato "guerra fredda" ma pensiamo anche alla guerra in Libia che sulla carta è "interna" ma che in realtà vede il coinvolgimento di importantissimi attori internazionali), dobbiamo però considerare come estremamente diffusi i conflitti per casi di geopolitica interna. Qui la casistica è molto più ampia perché può andare dagli antagonismi linguistici, come tra Catalogna e Regno di Spagna, così come tra il Tirolo Italiano e il Governo della Repubblica Italiana, fino ad arrivare agli antagonismi per le infrastrutture (dove insediare una fabbrica, dove far passare una linea ad alta velocità e così via) (Subra, 2016).

Il controllo di un territorio non deve essere pensato solo attraverso le armi, ma si tratta di un controllo che mira a gestirne, governarne l'evoluzione: quello che quel territorio dovrà e non dovrà diventare, quali culture domineranno, quali ne hanno legittimità e quali, invece, solo ospiti più o meno graditi. L'attore politico gestisce per questo diversi strumenti: le rappresentazioni (la comunicazione, i media) per veicolare la propria visione del divenire di quel territorio. I servizi pubblici: linee di autobus per gestire i flussi del territorio, le collocazioni di asili, di mercati, di tutti luoghi preposti all'erogazione di servizi per il cittadino. La gestione dei finanziamenti dei diversi settori economici o iniziative proprie o di associazioni. Tutte queste azioni hanno un impatto

sul territorio e lo modifica, ne cambiano il modo che il cittadino ha di utilizzarlo: cambia la geografia di ogni cittadino (Bettoni, 2012).

3. Geopolitica e Sport

Da quello che possiamo aver fin qui letto, comprendiamo facilmente come lo sport sia un settore importante della geopolitica sotto diversi aspetti. Certamente vi è quello più noto: l'uso dello sport nella politica estera, nei rapporti di forza tra diversi stati (spesso identificato come *soft-power*).

Il caso dei giochi olimpici è il più emblematico, dove spesso gli Stati hanno utilizzato i giochi sia per riprendere contatti con altri Paesi sia come forma di affermazione di potenza. Partecipare ai giochi è un modo di affermare una propria esistenza, per questo motivo vi vediamo partecipare più Stati di quanti in realtà ne esistano come ufficialmente riconosciuti con sovranità su un territorio. In realtà, lo Sport è usato come "strumento diplomatico". Un esempio tra i più famosi è quello che veniva definito "diplomazia del Ping-Pong", e che fa riferimento alla ripresa di contatti tra USA e Cina nel 1971 attraverso un invito fatto agli atleti americani a rendersi in Cina per un confronto sportivo.

Lo stesso gioco diplomatico era entrato a far parte delle strategie di stati totalitari come

Germania Nazista, Italia Fascista, ma anche Stati che appartenevano al vecchio blocco sovietico. Nel caso dell'Italia la nazionale fascista fu affidata esplicitamente a Pozzo (ex-Alpino), affinché potesse farne non tanto una ragione di "orgoglio" patriottico, bensì una opportunità per "festeggiare la patria fascista". In effetti la visione "campanilistica" del calcio, male si sarebbe prestata all'unione della Nazione. Ma negli anni '30, questi regimi ne colgono l'opportunità e non solo se ne servono come nuova occasione per festeggiare una nazione, ma per glorificare un regime. L'occasione diplomatica è prontamente utilizzata, quando per esempio la nazionale di calcio britannica il 14 maggio del 1938 gioca contro la nazionale tedesca a Berlino. Per compiacere Hitler, il Ministro degli affari esteri britannico chiede ai giocatori inglesi di fare il saluto nazista durante l'inno tedesco. I giocatori obbedirono diligentemente (Stoddart, 2006).

In pratica qui lo sport è utilizzato dagli Stati, in questo caso intesi come stato-nazione, come leva diplomatica, come strumento di relazione. Parliamo, quindi, di un modo di "fare diplomazia" che non è propriamente quello che abbiamo definito "geopolitica" all'inizio di questo lavoro.

L'evento internazionale sportivo è però utilizzato anche in un altro senso, quello del mega evento che permette di veicolare una certa

immagine di uno stato, di una città, di una comunità e lo sport visto come evento è da decenni utilizzato per affermare una propria "visone" di uno stato. Numerosi sono i casi in cui i Giochi Olimpici sono stati utilizzati certamente come "rilancio" di una città o di uno Stato, ma anche come vetrina dove affermare un "ruolo" politico internazionale o una visione più "attuale".

L'evento sportivo può essere utilizzato come attrattore turistico che automaticamente, oltre a portare flussi di visitatori, stimola il territorio che lo accoglie a un rinnovamento della propria cultura e identità, ad una maggiore presa di coscienza della propria identità (Pioletti, Sport as a driver for local development and sustainable tourism, 2017). Diventa, però, anche occasione di rinnovamento dell'immagine che di una città o di un Paese si vuole offrire, anche aldilà del posizionamento sul mercato come prodotto turistico. Lo è, per esempio, il caso delle Olimpiadi di Barcellona nel 1992, che furono l'occasione per la Spagna di affermarsi come Paese moderno che oramai era uscito dall'oscuro periodo franchista. Ma abbiamo anche casi più recenti come le Olimpiadi invernali di Sochi (le più costose di tutti i Giochi Olimpici, compresi quelli estivi), che servivano a offrire una nuova visione della Russia Putiniana. Stessa cosa possiamo dire delle Olimpiadi di Pechino, che avevano come ruolo quello di affermare la "nuova Cina" di Xi Jinping. In pratica, l'evento sportivo è

prima di tutto sfruttato per l'interesse che riesce a suscitare nel Mondo intero e quindi come opportunità di "comunicazione".

Per chi vi partecipa, come atleta, come Paese e/o Comunità, è però un'opportunità di affermazione identitaria. Sono, infatti, più numerosi gli "Stati" che vi partecipano di quanto non siano, invece, gli Stati sovrani riconosciuti dall'ONU e dotati di un proprio territorio. Esistere nei Giochi Olimpici, o nei campionati mondiali di calcio, o di un altro sport, significa esistere come "comunità", come gruppo umano, anche se non si è riconosciuti dalla comunità internazionale, comunque si ha una visibilità come "comunità".

Nel Calcio l'uso stesso delle cosiddette "squadre nazionali" ha una ragion d'essere che coincide con una affermazione identitaria che poco ha a ché vedere con la volontà originale di internazionalizzare un gioco. In effetti, la prima partita disputata tra "nazionali" è stata fatta tra nazioni che in realtà non appartenevano a Stati diversi: Inghilterra e Scozia, nel 1872. Tutto nasceva da un'opposizione dell'associazione scozzese a una centralizzazione della associazione inglese nella definizione delle regole del gioco. Insomma, si trattava più di una disputa tra federazioni per "controllare" l'evoluzione del gioco, ancorché di una competizione tra stati-nazione (Powell, 2002). È a partire da questo

periodo che il collegamento tra squadre di calcio "nazionali" e "stato Nazione", in un'ottica etnico-nazionale, comincia a costruirsi fino ad arrivare ad oggi, dove abbiamo 194 Stati riconosciuti dall'ONU, mentre sono 209 le squadre nazionali di calcio riconosciute dalla Federazione Internazionale di Football (FIFA). Vi sono casi notissimi, come la nazionale di calcio Palestinese, e meno noti, come le diverse nazionali di calcio dei Caraibi. In questo caso, da un punto di vista geopolitico, l'affermazione di una squadra nazionale, riconosciuta dalla stessa associazione che riconosce altri Stati-nazione, significa in qualche modo riconoscere che questa nazione, pur non avendo uno Stato, *de facto* potrebbe averne uno. Si tratta di un passo nella costruzione identitaria che farebbe coincidere una nazione a un determinato territorio. In questo caso geopolitico parliamo di rappresentazione identitaria, dove non solo si accetta il presupposto che esista una data nazione (palestinese, antillese, ecc.), ma che a questa nazione coincida quel determinato territorio. Entrambi son presupposti di enorme discutibilità (Jullien, 2016) (Lacoste, Vive la Nation, 1998).

Lo sport, quindi, è utilizzato come leva di creazione di spazi politico-identitari, ma anche come strumento di influenza nella politica estera. Per esempio, l'Italia ha utilizzato lo sport per strutturare la propria rete di migranti i tutto il mondo, così come ha usato lo sport per alimentare

altre relazioni di influenza, come la latinità o la mediterraneità (Sbetti, 2017 maggio-agosto). Questa forma di uso dello Sport fa generalmente riferimento a contesti politici nazionalisti forti, come abbiamo accennato, poco sopra, all'Italia Fascista che partecipa ai mondiali di calcio nei primi anni '30. Ma parliamo anche di nazionali calcistiche che diventano strumento di rappresentazione di un'ideologia, come ricordiamo la nazionale sovietica o tutte le altre squadre di regimi dittatoriali filosovietici che venivano percepite, ad ogni vittoria, come una vittoria del marxismo contro l'imperialismo (Dietschy, 2011). La rappresentazione politica che serve a "comunicare" una identità o un regime, la troviamo anche nell'atletica e in moltissime altre forme di sport (Boniface, 2014). Questo tipo di Geopolitica dello Sport è molto noto, in sintesi, ed è stata la forma di studio più diffusa, collegata molto alla politica estera e ai rapporti di forza tra attori politici che sono principalmente gli stati nazionali (Pioletti , Introduzione, 2017). Verrebbe da chiedersi chi sono gli attori politici oggi, in una fase della mondializzazione che seppur non veda scomparire gli stati nazionali (al contrario sono aumentati) veda, però, l'ingresso di attori politici internazionali che non sono "nazionali" e spesso sono anche privati, come il ruolo giocato da determinati grandi aziende. D'altronde l'origine della disputa tra nazioni calcistiche a cui abbiamo

fatto riferimento (quella tra Inghilterra e Scozia) nasceva per un antagonismo tra due associazioni per controllare l'evoluzione del gioco, delle regole che venivano definite. L'aspetto territoriale, in quel caso, era praticamente assente.

4. Sport e Geopolitica locale

Abbiamo voluto cominciare questo lavoro introducendo brevemente quello che intendevamo come geografia dello sport e poi, più precisamente, la definizione di geopolitica. Questo perché lo sport diventa strumento nelle mani di attori che si contendono un territorio, in diversissimi modi, ma questo accade, ancora una volta in geopolitica, anche e forse soprattutto alla scala locale.

Sono diverse le forme di antagonismo tra attori politici che nella scala locale vengono esaminate e, come vedremo di seguito, molte riguardano le infrastrutture, la loro collocazione, l'uso che ne viene fatto, il target a cui sono di base rivolte nonché quello che rappresentano. Questi "manufatti" diventano "paesaggio" e vengono utilizzati, direttamente o no, per modificare il territorio nonché i rapporti di forza tra attori politici, tra comunità. L'inserimento di uno stadio o di una piscina o di una pista di atletica, sono tutte affermazioni di una pratica sportiva e con essa anche di una visione della società. Per questo la

collocazione di un campo di cricket a Roma crea problemi di diversa natura e tra questi quello della stigmatizzazione come "estraneo" rispetto a un contesto culturale. Il cricket ha fatto fatica ad affermarsi tramite la popolazione immigrata dal sub-continente indiano dove è molto diffuso ma ancora oggi fatica ad ottenere gli spazi adeguati e per questo spesso deve occupare spazi verdi non adeguati sollevando malcontento (Graziani, 2019).

Il caso del cricket riguarda una pratica sportiva di una comunità "straniera", ma che porta una contaminazione culturale: ora molti italiani hanno scoperto questo sport e lo praticano, creando quindi un nuovo bisogno. Il campo da cricket, quindi, non è più solo la richiesta di "cittadini stranieri", ma anche di "cittadini italiani" svuotando il discorso di molti sovranisti che affermano un'idea identitaria più precisa e ferma nel tempo di quello che in realtà è.

Questo aspetto "identitario" viene toccato in modo diverso e diverse volte. Il decisore pubblico (il Sindaco, il presidente di Regione, i Governo centrale) interviene con politiche pubbliche che rispondono o dovrebbero rispondere a bisogni della popolazione. Bisogni che evolvono, come evolvono le forme identitarie nelle quali ogni individuo può riconoscersi. Le infrastrutture sportive sono un servizio di interesse generale e se lo vediamo come normale quando si tratta di campi

da calcio, da pallacanestro, da pallamano, da pallavolo, dobbiamo ricordare che tutti questi sport sono stati "importati" in un certo momento della nostra storia. In pratica una visione rigida, cristallizzata, di un'identità (qualunque) viene a scontrarsi con l'evoluzione nel tempo della società. Un primo esempio ci viene fornito dal surf e di tutto quello che è basato sullo "scivolamento". È la pratica del surf mondializzata che ha portato a una diffusione della pratica dello *skateboard* e tutto quello che ad esso è collegato. Questa pratica sportiva, diffusasi particolarmente nel secondo dopoguerra dagli Stati Uniti all'Australia e poi all'Europa, porta con sé oltre a una pratica fisica anche una costruzione identitaria che col tempo arriverà a contaminare territori dove il surf non è praticabile, e permettendo la nascita di aziende che su quella identità costruiscono un successo planetario (Lefebvre & Roult, 2009). Concordiamo con Augustin quando afferma: "[…] queste culture sportive possono essere considerate come un attrattore d'organizzazione sociale, una pratica d'invenzione di sé, un intermediario culturale della mondializzazione e una figura organizzatrice delle società contemporanee, che si tratti delle città, delle relazioni tra città e natura e dell'organizzazione territoriale delle Regioni. Esse si organizzano in un insieme messo a sistema" (Augustin, 2011, p. 378).

Nuovi sport possono dare vita, dopo aver assunto il ruolo identitario in un gruppo sociale, ad

attori territoriali veri e propri, capaci di modellare lo spazio sociale e particolarmente, ma non solo, quello urbano. L'esempio poco sopra citato, del surf che porta alla pratica dello skateboard (e con esso a una riappropriazione del pattinaggio versione più "metropolitana"), spinge il decisore politico a modificare la geografia. Si realizzano piste non da pattinaggio, nel senso tradizionale, ma specifiche per una certa pratica dello "scivolamento": skateboard, pattinaggio, monopattino, BMX. Tutte queste pratiche, ancor prima di essere sport sono delle vere e proprie "filosofie di vita", e quindi hanno bisogno di spazi adeguati, con prodotti commerciali e produzioni di beni e servizi conseguenti. Tutto questo porta a creare degli attori politici che parteciperanno, con gli altri, al confronto per il controllo dello spazio pubblico, spesso in modo "antagonistico", e quindi producendo casistiche geopolitiche precise. Al caso del surf aggiungiamo quello del *parkour*, come anche dello *streetgolf*. Il primo ha dato, oramai, vita a identità specifiche con casi di antagonismo tra leader locali per la guida e regolamentazione di questi gruppi (Lebreton, Routier, Héas, & Bodin, 2010). Ancora più interessante, nel contributo appena citato, è il riferimento alla "sportificazione". Partendo, infatti, dal concetto di "produzione dello spazio" ludico come indicato da Lefebvre (Lefebvre H. , 1974), gli autori mostrano due casi diversi di pratiche

sportive urbane che, in un caso cercano volontariamente di istituzionalizzarsi (sportificazione) creando regole e federazioni che siano pubblicamente riconosciute, nel secondo caso (quello del parkour) addirittura si assiste, al contrario del primo, a un conflitto interno tra chi lo vorrebbe istituzionalizzare e chi invece ne teme, attraverso questa via, una sua conformizzazione, che lo denaturerebbe. In entrambi i casi queste due pratiche "invadono" lo spazio pubblico, contendendoselo con altri gruppi sociali e, istituzionalizzandosi o no, lo modellano. Entrano *de facto* a far parte della vita pubblica attraverso il rapporto con i media, con i decisori pubblici, con le aziende private che producono su misura per questo sport dando vita anche, così, ad eventuali importanti interessi economici. L'antagonismo per il controllo del territorio qui si viene a creare proprio sulla trasformazione dello spazio pubblico per questa "nuova presenza".

5. Geopolitica locale e infrastrutture sportive

L'infrastruttura diventa la "traccia", o il "segno", più evidente di una data comunità locale, di una certa cultura sportiva. Aree urbane danno il nome a infrastrutture sportive, così come le infrastrutture portano a nuove identità o rafforzano vecchie identità in determinati territori. L'uso delle infrastrutture sportive è determinante nel dar forma

alle comunità a tal punto che cerchiamo di misurarlo, considerando non solo, come viene fatto molte volte, l'impatto economico finanziario ma oramai l'effetto sociale legato anche ai gruppi che usano quella data infrastruttura. Quale società, e quindi quale persone gestiscono una piscina o una pista da pattinaggio, le loro qualità personali, determineranno anche il livello di adesione del "vicinato". Quello che con precisi indicatori viene definito "gravitas", e che influenza le decisioni che gli attori politici assumono per poter attirare maggiormente i giovani a una pratica sportiva. Questo collega un certo tipo di "politiche pubbliche" alla questione del *community building* (O'Reilly, (O'Reilly, Berger, Hernandez, Parent, & Séguin, 2015) e quindi al loro impatto territoriale. Le società sportive sono oramai attori politici veri e propri, con i quali occorre confrontarsi e che aggregano popolazioni, aggregano volontari che intervengo anche in situazioni non direttamente collegate allo sport per il quale sono state istituite (Cuskelly & Wickler, 2015) e che quindi diventano risorse anche per gli attori pubblici.

Può sembrare paradossale che parliamo di "identità locale" in tema di sport quando, invece, siamo più che mai in una fase di "globalizzazione dello sport", dove club calcistici diventano prodotti commerciali planetari, e questo nonostante la maggior parte di essi abbiano nomi di città precise,

con un ancoraggio locale molto forte. Il calcio ne è l'esempio più eclatante. Squadre che sono radicate in territori locali per il loro nome, così come per il luogo in cui giocano, la cui proprietà viene oramai anche dall'altra parte del mondo.

Un caso interessante di identità locale diventata *merchandising* lo troviamo (ma non solo) nel Manchester United. La squadra inglese più titolata della storia della *Premier League,* e che per oltre cento anni era stata tenuta, come tutti i club inglesi, al di fuori del sistema di mercato, seppur le quote appartenessero a privati (la famosa *rule 34* che limitava la redistribuzione degli utili e che oramai è stata aggirata dagli anni '80) (Conn, 1997). Il caso del Manchester è particolarmente utile perché l'opposizione con l'altra squadra della città, il Manchester City, ruota proprio intorno a questo tipo di appartenenza. Tipici sono i canti degli ultrà del *City* contro lo *United* "Siete di Manchester?" o l'ancora più graffiante "siete l'orgoglio di Singapore" facendo riferimento al vastissimo seguito internazionale che Manchester United (Brown, 1998). Questa conflittualità tra "locale" e "globale", nel caso specifico del Manchester United, nasce con l'arrivo dell'americano Malcom Glazer alla proprietà della storica squadra inglese. Gli stessi supporter si opposero in tutti i modi a questo acquisto, che secondo loro avrebbe rischiato di denaturare l'identità del club, e questa contestazione continua ancora oggi, con dei tifosi

che usano lo slogan "*love d the team, hate the club*" (Porter, (Porter, 2008). L'arrivo di Glazer al Manchester United è stato visto come un'opportunità di comunicazione da parte dell'avversaria di sempre: il Manchester City. Quest'ultima ha dato vita a una campagna di comunicazione molto aggressiva con cartelloni pubblicitari che affermavano "*This is our City"* oppure cartelloni con "*Real Manchester"* sul fondo azzurro, il colore del City. È abbastanza ovvio il gioco di parole nei due casi, così come è ovvia la strategia un po' provocatoria del club (Burrell, 2005). Nel caso del Manchester United un elemento essenziale è dato dal luogo-totem che è lo stadio: *Old Trafford*.

Moltissime squadre hanno dei loro luoghi e questo vale anche per le squadre di calcio italiane, che hanno nei loro stadi molto spesso dei simboli d'identità. Identità che deve essere trasferita altrettanto spesso ad altri luoghi, più adeguati al calcio internazionale che i diversi club devono gestire. Qui un esempio interessante ci è dato dalle due squadre torinesi, Juventus e Torino, che negli ultimi anni hanno dovuto cambiare delle "abitudini" vecchissime e radicate.

Entrambe le squadre torinesi hanno oggi un proprio stadio (l'Allianz Arena per la Juventus e il "Grande Torino" per il Torino), ma queste scelte sono state frutto di lunghe e complesse

vicissitudini, trattazioni, negoziazioni di diversa natura che molto hanno anche a ché vedere con le identità e gli attori politici. Quello che una volta si chiamava Stadio comunale (in realtà nasce nel 1933 come "Stadio Benito Mussolini") viene abbandonato per poter utilizzare il nuovo impianto del Delle Alpi. Ma quando arriverà l'occasione dei Giochi Olimpici invernali il Comunale verrà restaurato e utilizzato per le cerimonie principali. Il Comunale rischiava di essere abbandonato a vantaggio del Delle Alpi, per la Juventus, e dello stadio Filadelfia per il Torino. Opzioni poi cambiate, e alla fine la Juventus resterà al vecchio Delle Alpi (totalmente ristrutturato) e per il Torino resta la possibilità di definitivamente acquisire il vecchio Comunale. Fu a questo punto che, in una volontà di affermazione abbastanza prevedibile, si decise di cambiare il nome in "Grande Torino" in riferimento alla squadra che precipita sulla collina di Superga e che allora era vista come la squadra più forte del mondo (la tragedia accadde il 4 maggio del 1949). Questo elemento storico è più che mai parte integrante della storia del Club, della città di Torino, ma anche nello stesso quartiere in cui lo stadio è collocato. In questo caso possiamo parlare di quella che Tuan definiva *topophilia* (Tuan, 1982) e già citata anche a questo stesso riguardo da Cirillo, Dansero e Pioletti. E cioè, questa capacità di attirare, tanto da diventare anche luoghi destinazione di visita turistica, dove un determinato evento (una finale mondiale di uno

sport o altro) restano nella memoria collettiva. Ma non deve essere in questo caso semplicemente ridotto ad appannaggio del club interessato. Proprio nel caso dello Stadio "Grande Torino" vi è una targa precisa che ne ricorda l'elemento unificatore per tutta la città e per tutta l'Italia (Cirillo, Dansero , & Pioletti, 2017).

Il caso dei tre stadi calcistici torinesi mettono in luce diversi aspetti: ruolo dei club sia come protagonisti economici, sia come aggregatori della vita sociale dei quartieri o della città tutta, ma anche come decisori dell'organizzazione territoriale urbana (in tutti i casi oltre a parlare del campo di calcio, si parla anche di uffici, di centri commerciali, di attività sportive collaterali, di mobilità, di costo immobiliare e segmenti di mercato con possibili evoluzioni). Insomma, non è mai solo un sindaco o un presidente di Regione o un Governo. Entriamo cioè nel vivo della questione che i francesi chiamano *aménagement du territoire* e che chi scrive traduce come "organizzazione territoriale".

Un caso che va esattamente in questa stessa direzione è quello dello stadio parigino inaugurato in occasione dei mondiali di Francia 1998, e cioè dello *Stade de France*: unico Stadio olimpionico in Europa ad essere proprietà del Governo centrale (rappresenta il 5% dell'intero bilancio del Ministero dello Sport). La disputa intorno alla sua

realizzazione è cominciata tra il sindaco di Parigi dell'epoca, Jacques Chirac e i sindaci dei comuni del dipartimento di Saint-Denis, all'epoca tutti comunisti (l'area nord e nord-orientale di Parigi è dal XIX secolo un'area popolare e operaia, feudo del Partito Comunista Francese: il comune di Saint-Denis ha per la prima volta un sindaco non comunista dal 2020!). All'opposto vi era un progetto che lo avrebbe voluto a Melun-Sénart, cittadina situata nel dipartimento di Seine-et-Marne. Fu qui che decise di realizzarlo il Primo Ministro Socialista Michel Rocard che in questo modo ottiene di accontentare l'amico socialista presidente dell'Unione di Comuni dove verrà realizzato e di assestare, contemporaneamente, un colpo ai "concorrenti" comunisti. Il cambio di governo con l'arrivo della destra al potere rivolterà completamente le carte e permetterà la realizzazione, nel 1995, dello *Stade de France* a Saint Denis con tutta una conseguente urbanizzazione che cambierà completamente l'area in cui vi si trova. Ma questo Stadio non avrà pace perché troppo costoso per qualsiasi club francese e il Paris-Saint-Germain si rifiuterà di trasferirvici. Non lo vorrà la potente Federazione Francese di Rugby che lo usa ancora ma non ne fa certo la sua base principale. La stessa Federazione di Atletica svolge il suo *meeting* annuale nello stadio di Charlety. Gli ultrà del Paris Saint-Germain hanno sempre manifestato tutte le contrarietà possibili a far giocare in quello stadio la propria squadra,

preferendo sia per questioni storiche che per questioni di contesto il *Parc des Princes* che si trova nel ricco e altoborghese 16° *arrondissement* di Parigi. L'area di Saint Denis oltre ad essere tradizionalmente operaia è anche area dove si è concentrata dal secondo dopoguerra buona parte della popolazione immigrata dalle ex-colonie.

Conclusioni

Se il rapporto tra geografia e sport è da decenni molto chiaro e articolato, abbiamo visto che quello tra geopolitica e sport, particolarmente in Italia, è stata condizionata dal fraintendere come geopolitica le questioni internazionali. Gli antagonismi tra attori si fondano sul controllo dell'evoluzione di un territorio: quale evoluzione? Come impedire evoluzioni considerate "ostili"? Lo sport come pratica sociale, culturale, è utilissimo sia per analizzare l'evoluzione di una società sia per poter su di essa intervenire e per questo motivo negli ultimi decenni è sempre più preso in considerazione da parte dei decisori pubblici. Le infrastrutture sportive non sono solo un servizio che risponde ad una domanda ma sono un vero e proprio strumento di intervento sulla società, dandole una forma anziché un'altra. Da qui gli antagonismi e da qui l'interesse del metodo della geopolitica per comprendere situazioni legate allo

sport. In tutte le scale, quella nazionale fino a quella di quartiere, lo sport è un modo di dare forma a gruppi di potere, gruppi sociali con determinate identità, strumento per includere ma anche per escludere da un territorio determinate comunità, determinate culture e rappresentazioni. In pratica lo sport si conferma un campo di studio fondamentale per la geopolitica.

Bibliografia

Augustin, J.-P. (2011, Luglio-Agosto). Qu'est-ce que le sport? Cultures sportives et géographie. *Annales de Géographie*, 361-382.

Bale, J. (1981, april). Geography, Sport andGeographical Education. *Geography, 66*(2), 104-115.

Bettoni, G. (2012). *Geografia e geopolitica interna. Dall'organizzazione territoriale alla sindrome di Nimby.* Milano: Francoo Angeli.

Boniface, P. (2014). *Géopolitique du Sport.* Parigi: Armand Colin.

Brown, A. (1998). *Fanatics: Power, Identity and Fandom in Football.* Londra : Routledge.

Burrell, I. (2005, settembre 26). Are you local? City takes on United's 'foreign legion'. *The Independent*. Tratto da https://www.independent.co.uk/news/media/are-you-local-city-takes-on-uniteds-foreign-legion-5348068.html

Cirillo, D., Dansero , E., & Pioletti, A. M. (2017, maggio-agosto). La Geografia simbolica dello sport: spazi e luoghi. *Geotema*(54), 7-14.

Conn, D. (1997). *The Football Business: The Modern Football Classic.* Edinburgo: Mainstream sport.

Cuskelly, G., & Wickler, P. (2015, febbraio). Resource utilisation and power relations of community sport clubs in the aftermath of natural disasters. *Sport Management Review, 18*(4). doi:10.1016/j.smr.2015.01.002

Dietschy, P. (2011). Les avatars de l'équipe nationale. Football, nation et politique depuis la fin du 19e siècle. *Vingtième Siècle, 111*(3), 35-47. doi:https://doi.org/10.3917/vin.111.0035

Graziani, M. R. (2019, maggio 16). *Roma, a Villa Pamphili spunta un campo da cricket con moquette e chiodi scoperti*. Tratto da DIRE. Agenzia di stampa Nazionale: https://www.dire.it/16-05-2019/332948-roma-a-villa-pamphili-spunta-un-campo-cricket-con-moquette-e-chiodi-scoperti/

Jullien, F. (2016). *Il n'y a pas d'identité culturelle.* Parigi: L'Herne.

Lacoste, Y. (1993). *Dictionnaire de Géopolitique.* Paris: Flammarion.

Lacoste, Y. (1998). *Vive la Nation.* Parigi: Fayard.

Lebreton, F., Routier, G., Héas, S., & Bodin, D. (2010, Agosto). Cultures urbaines et activités physiques et sportives. La « sportification » du parkour et du street golf comme médiation culturelle. *Canadian Review of Sociology, 47*(3), 293-317. doi: https://doi.org/10.1111/j.1755-618X.2010.01239.x

Lefebvre, H. (1974). *La Production de l'espace.* Parigi: Anthropos.

Lefebvre, S., & Roult, R. (2009, settembre 1). Les nouveaux territoires du surf dans la ville. *Téoros, 28*(2), 55-62. Tratto da http://journals.openedition.org/teoros/455

Loyer, B. (2019). *Géopolitique. Méthodes et concepts.* Parigi: Armand Colin.

O'Reilly, N., Berger, I., Hernandez, T., Parent, M., & Séguin, B. (2015, maggio). Urban sportscapes: An environmental deterministic perspective on the management of youth sport participation. *Sport Management Review, 18*(2), 291-307. doi:https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.07.003

Pioletti , A. M. (2017). Introduzione. *Geotema, 54*, 5-6.

Pioletti, A. M. (2017, maggio 25). Sport as a driver for local development and sustainable tourism. *Animation, territoires et pratiques socioculturelles*, p. 30-46.

Porter, C. (2008). Manchester United, global capitalism and local resistance. *Belgeo*, 181-192. doi:https://doi.org/10.4000/belgeo.10271

Powell, D. (2002). *Nationhood and Identity : The British State since 1800.* Londra: I.B. Tauris.

Sbetti, N. (2017 maggio-agosto, maggio-agosto). Sport e geopolitica. Il caso dell'Italia nel secondo dopoguerra (1945-1955). (A. M. Pioletti, A cura di) *Geotema, 139-144*(54).

Stoddart, B. (2006). Sport, Cultural Politics and International Relations: England versus Germany, 1935. *Soccer & Society, 7*(1), 29-50.

Subra, P. (2016). *Géopolitique Locale. Territoire, Acteurs, conflits.* Paris: Armand Colin.

Tuan, Y.-F. (1982). *Segmented worlds and self. Group life and individual consciousness. .* Minneapolis: University of Minnesota Press.

La governance dello sport in territorio alpino

di Anna Maria Pioletti

Abstract

Sport is an opportunity for the mountains in this economic and social phase. Sport makes use of different levels of natural and/or artificial resources. The sport with mainly outdoor practices is chosen and the mountain was among the most favorite destinations. The tourist goes looking for open air experiences such as those related to cycling and horse riding. A type of nearness tourism is affirmed: the mountain can be protagonist with its offer and with a prudent management of its resources. The mountain is a

valid alternative for recreation and leisure, health promotion and proximity tourism. The paper identifies some examples of mountain sports competitions in the alpine region.

Key Words: mountain, outdoor sport, proximity tourism

1. Introduzione

La montagna ha subito nel corso del tempo una trasformazione della sua immagine. Nel XVIII secolo La montagna era considerata uno spazio poco avvezzo a coloro che vivevano in spazi urbani, un ambiente quasi ostile. A cominciare dalla fine del secolo e in particolare nel XIX secolo, la montagna assume il ruolo di spazio di svago o di utilizzo in funzione delle aree urbane. Lo spazio di svago diventa parte dell'identità della montagna a scapito dell'identità agricola o industriale. Gli sport, simbolo dell'identità contemporanea, entrano in questa prospettiva e rappresentano un importante oggetto di studio.

Ugo Leone aveva scritto di marginalizzazione e rivalorizzazione considerando la marginalità come un fenomeno relativo in quanto dinamico (Leone, 1987). Le Alpi possiamo considerarle in tale contesto, infatti, la marginalizzazione rurale è soprattutto di tipo antropologico, cioè diffusione di comportamenti e atteggiamenti sorti nella società urbana. Giuseppe Dematteis scriveva che sono aree marginali le parti di un territorio in cui non esistono le condizioni territoriali (qualità e quantità della forza lavoro, infrastrutture, accessibilità, capacità organizzativa e culturale, risorse…) minime sufficienti perché i capitali investiti siano produttivi ovvero diano normali profitti. In questo quadro alcune aree della montagna possono essere considerate come marginali mentre altre grazie allo

sviluppo del turismo hanno saputo investire sulle proprie risorse naturali e metterle a capitale.

La montagna ha urgente necessità di dotarsi di strumenti in grado di concretizzare un piano di azioni coordinate che possano guidare le decisioni e le azioni dei molteplici attori dei territori montani secondo una visione di medio e lungo periodo. Il territorio è un fattore di produzione fornitore di beni collettivi locali che forniscono competitività in ci rientrano beni fisico materiali e beni relazionali (Storper, 1997). I beni collettivi locali non sono puramente economici ma fanno parte di un sistema di relazioni più ampio in cui si intersecano fondamentalmente beni fisico-materiali e beni relazionali. Possiamo parlare di conservazione innovativa che consiste nel non dissipare il patrimonio tradizionale delle montagne ma neppure rimanere ingabbiati nel suo interno.

Secondo tale visione, il comune si colloca come indispensabile presidio istituzionale del territorio che diventa centro di qualunque riflessione sulla montagna e sullo sport. Un ragionamento sulla *governance* non può dunque prescindere dalla **specificità del territorio**, dalle sue differenze e dal suo patrimonio culturale e deve avere come punto di partenza una **larga condivisione** da parte del territorio stesso che consenta un controllo più immediato sulle scelte di gestione e sull'impiego delle risorse come è

emerso in occasione del dibattito alla Camera il 28 gennaio 2020.

2. Lo sport e la sua valenza

Jean-Pierre Lozato Giotart affermava che le attività sportive devono iscriversi in spazi che già abbiamo una loro connotazione turistica più o meno affermata per avere una clientela sufficiente a giustificare il loro inserimento geografico (Lozato-Giortart, 2002). In realtà le scelte localizzative soprattutto a livello di mega eventi privilegeranno le città con un ruolo internazionale mentre eventi come le competizioni ciclistiche privilegiano località e percorsi in cui l'elemento geografico e simbolico è il driving factor. Sulla scia del movimento dei "nuovi sport" iniziato alla fine dello scorso millennio, si è gradualmente manifestata una nuova concezione di attività fisica e sportiva, definita *de loisir,* dall'accademia francese, che si è affiancata ai più tradizionali sport di competizione o *high-performance* sport (Chifflet, 2000; Digel 2005). Una categorizzazione simile era stata proposta qualche anno prima anche da Eichberg (1998) che nello studio dello sport differenzia le pratiche di "cultura del corpo", finalizzate alla competizione, all'eccellenza, al benessere e alla salute del corpo e caratterizzate da rigidità formali quali tesseramenti, misurazioni e punteggi, da quelle votate alla "cultura del

movimento", il cui l'obiettivo principale è la ricerca di una nuova fisicità che attraverso il movimento esprima un piacere sensoriale di senso libertario (Ferrero Camoletto, 2005; Porro, 2010). La nuova concezione sportiva è stata ulteriormente affiancata dal processo europeo di diffusione del modello "sport per tutti", manifestazione della visione delle attività motorie come un diritto che esulasse dalla semplice eccellenza in chiave competitiva - e quindi appannaggio unico di atleti professionisti - in favore di una maggiore accessibilità per la collettività intera (Pioletti, Porro, 2012). Diverse concezioni di sport quindi, che esprimono diversi rapporti con lo spazio, e lo plasmano trasformandolo a sua volta secondo le necessità dei fruitori (Cirillo, Dansero, Pioletti, 2018).

Riprendendo John Bale, un evento sportivo può essere considerato come la costruzione e la successiva attivazione di un sistema spaziale temporaneo la cui vita è legata all'evento stesso ma che si sovrappone al territorio ospite modificandolo e strutturandolo e modificandolo talvolta in maniera permanente. Ogni sport necessità di differenti livelli di risorse naturali e/o artificiali. Il rafting necessita di un corso d'acqua con pendenza e di idonei strumenti per praticare l'attività sportiva mentre il pattinaggio richiede una costruzione, la creazione di un contenitore. Alcuni sport sono inoltre rigidamente ancorati a specifiche e non

trasferibili risorse naturali, altri sono relativamente autonomi dai condizionamenti delle risorse e la loro localizzazione è legata alla prossimità alle aree densamente popolate che offrono il maggior vantaggio competitivo (Bale, 2002).

3. Il turismo in montagna post covid

L'esperienza del Covid19 ha mutato l'esperienza di vacanza degli italiani. Le vacanze hanno subito una riduzione nella durata temporale causa anche la ridotta disponibilità economica e le incertezze dell'autunno 2020 e una riduzione del raggio degli spostamenti.

I fenomeni più evidenti sono tre: il primo è la ricerca di località vicine, facilmente raggiungibili e già conosciute o con caratteri di familiarità (staycation), il secondo è legato alla predizione per gli short break e la scelta di escursioni nei luoghi di villeggiature (daycation), il terzo dipende dal bisogno di sicurezza con scelta di destinazioni e alloggi capaci di trasmetterla (cocooning). Ciò attesta una serie di tendenze già emerse in precedenza: un disamore degli italiani verso il turismo di massa, la ricerca di località secondarie meno note e a prezzi più accessibili, possibilità di effettuare esperienze all'aria aperta per la pratica di attività fisica all'aperto o per le potenzialità offerte in termini di patrimonio

ambientale e culturale (http://www.jfc.it/studi-e-ricerche/ consultato il 15 agosto 2020). In altre parole, è richiesto ciò che è slow, accessibile in tempi brevi, con mezzi propri e che trasmette sicurezza sia essa riconducibile al mare o alla montagna.

Se l'incertezza economica è un fattore importante è l'evoluzione della diffusione e del permanere della pandemia con la chiusura dei confini nazionali e la cancellazione di pernottamenti e spostamenti che domina la scena. Il Dpcm del 14 luglio 2020 estendeva fino al 31 luglio 2020, le disposizioni contenute nelle ordinanze del Ministro della salute 30 giugno 2020 e 9 luglio 2020, ma sono in via di definizione nuove disposizioni derivanti dal progressivo aumento dei casi e dei contagi.

La ricerca di "esperienze" è rivolta all'enogastronomia, alle attività sportive, al cicloturismo, ai cammini religiosi, al turismo equestre, al golf, al trekking acquatico. I sistemi territoriali hanno avuto modo di mettere in campo sinergie tra pubblico e privato per elaborare strategie di servizi e promozione basate su elementi nuovi. Secondo i dati Isnart, nel 2018 i cicloturisti hanno raggiunto 177,6 milioni con un incremento di +41% rispetto al 2013 che ha generato ricavi per 7,6 miliardi di euro. Per ciò che concerne i cammini, sempre nel 2018 sono state 32.000 coloro che hanno percorso a piedi i 6.600 chilometri

naturalistici, culturali e religiosi italiani (fonte Terre di Mezzo). Roberto Formato ha approfondito il tema del cicloturismo classificando quattro tipologie di cicloturisti: gli "esploratori", gli "sportivi", gli "avventurosi" e i "casuali" in grado di generare altrettante soluzioni per la gestione dell'offerta, dei percorsi e dei servizi di accoglienza.

La destinazione è competitiva quando è sostenibile e adeguatamente programmato e gestito (Godfrey e Clarke, 2000). Tra i vari fattori che segnano la competizione abbiamo il paesaggio e l'immagine che viene offerta di una destinazione turistica. Essa gioca un ruolo cruciale sulla promozione, nella distribuzione e nello sviluppo dei prodotti turistici. L'immagine a utilizzata come fattore differenziante dei territori in competizione tra loro. Il paesaggio rappresenta quindi il valore aggiunto che se accompagnato da un'adeguata immagine e promozione può rappresentare il successo di una destinazione.

Ritengo sia opportuno ricordare che sodalizi quali il Touring Club Italiano venne fondato l'8 novembre 1894 come Touring Club Ciclistico Italiano a sottolineare il ruolo che lo sviluppo e la diffusione del mezzo di locomozione stava avendo sul territorio italiano (Pioletti, 2006).

Il turismo equestre coinvolge un italiano su quattro, il 30% delle famiglie italiane con 3,2

milioni di praticanti composto prevalentemente dalla generazione X, in possesso di laurea, residente nell'Italia settentrionale, con reddito medio-alto con una marcata predilezione per passeggiate e turismo equestre praticati nel 90% dei casi (Nomisma, 2018).

L'equiturista, spende in media 150 euro al giorno (21 euro l'ora per le passeggiate), preferisce come scenario i boschi (22%) alle colline e ai prati in pianura (20%) mentre il mare è il tour ideale per il 14% del campione. Un turismo complementare con soste enogastronomiche (41% in risposta multipla) e i momenti di relax in centri benessere (29%). E proprio l'abbinamento con l'enogastronomia è un must nei servizi aggiuntivi utilizzati, con il 46% che nel corso della sua ultima escursione ha degustato prodotti tipici territoriali (Nomisma, 2018).

4. Il turismo sportivo in montagna

Se consideriamo ora il turismo in area montana secondo Fabrizio Bartaletti la prima fase di sviluppo turistico delle Alpi si può fare risalire al periodo dal 1880 alla Prima Guerra mondiale con una fase che potremmo definire pionieristica in cui le scalate si univano alle cure termali e nascevano i primi grandi alberghi. Lo sci praticato è lo sci di fondo affiancato dallo slittino. Nella seconda fase

fino agli anni cinquanta compare lo sci di discesa e il lancio dal trampolino mentre vengono costruite le prime funivie. Il periodo successivo fino agli anni ottanta vede lo sviluppo del turismo di massa a cui seguirà un periodo di crisi e la fase attuale in cui si procede a una razionalizzazione degli impianti e all'innevamento artificiale (Bartaletti, 2004).

Accanto all'escursionismo in montagna nella seconda metà del XIX secolo si ebbe un passaggio decisivo nelle forme più diffuse della sciabilità: vecchi giochi popolari e gli esercizi fisici vennero sportivizzati con la loro regolamentazione (Lombardo, 2002).

Il settore sportivo ricevette un forte impulso nel corso degli anni Trenta con la fondazione in molti paesi europei di organizzazioni nazionali per vari sport della neve come lo sci di fondo e pattinaggio a cui si aggiunse quella dello sci alpino.

Il turismo montano attraversa oggi una fase di maturità caratterizzata da una minore attrazione del prodotto tradizionale sia invernale sia estivo. Le località montane sono in una situazione di maggiore concorrenza e si sono moltiplicati i modi di utilizzo della risorsa montagna. Il turismo montano come sottolineato dal rapporto Doxa-Mercury è dettato dalla richiesta di relax. Il turismo si trasforma in escursionismo andando a alimentare il volume dei visitatori del mordi e fuggi (Doxa-Mercury, 2008).

Il turista in vacanza in montagna è soprattutto uno sportivo e nella gran parte dei casi pratica attività fisica (78%) ed è interessato a conoscere le tradizioni locali e degustare i prodotti tipici (22%) acquistandoli insieme ai prodotti artigianali (Unioncamere-Isnart, 2009).

L'offerta turistica si basa sulla fissità spaziale (Bagguley, 1987): ciò che viene consumato è il luogo stesso in cui si trova il produttore del servizio turistico.

La personalità del turista che si reca in montagna, secondo il modello di Plog (1973) è riconducibile a due profili: gli psicocentrici, soggetti ansiosi che rifuggono le avventure e prediligono un turismo solw; gli allocentrici, sicuri di sé, curiosi, dotati di spirito di avventura. La scelta dei luoghi da visitare è notevolmente diversa come le scelte delle attività da praticare nel corso del proprio soggiorno.

Resta tuttavia valida la considerazione fatta da alcuni autori (Rubino, Helzel, Hita, 2017) sulla mancanza di programmazione della stagione turistica sportiva, una carenza cronica di professionalità necessaria a formare giovani atleti e non ultimo una deficienza nel sistema integrato di accoglienza. Questa considerazione relativa alla realtà crotonese potrebbe trovare riscontro in altri contesti geografici. Tuttavia, nonostante le evidenti criticità secondo l'Econstat i flussi di appassionati che raggiungono una meta turistica scelta perché

offre la possibilità di praticare l'attività sportiva prediletta sono aumentati del 25 per cento che attestano la presenza di un mondo di appassionati di sport per i quali il turismo sportivo è un modo efficiente di vivere le proprie vacanze oltre che un modo per dimostrare uno status sociale. Non vanno dimenticati gli agonisti che hanno necessità di allenarsi tutto l'anno e che si affiancano al turismo sportivo.

Prenderemo in seguito in considerazione alcuni esempi del rapporto tra sport e turismo in riferimento all'arco alpino e alle sue potenzialità espresse o potenziali.

5. L'impatto del turismo

La sostenibilità territoriale è prioritaria quando si vuole analizzare come la società è organizzata sul territorio. Alcuni autori (Dansero, Bagliani, 2011) sottolineano come la sostenibilità non sia un tema che riguarda uno spazio astratto o un ambiente privo di uomini. Noi abitiamo un territorio in cui sono stati realizzati lavoro, energia e informazione per creare uno spazio utilizzato, abitato, sfruttato, conosciuto e curato dagli abitanti. Il territorio come scrive Giuseppe Dematteis, è un insieme di relazioni (Dematteis, 2004); Alberto Magnaghi sostiene che il territorio è il risultato dinamico e stratificato di successivi cicli di

civilizzazione (Magnaghi, 1990). In altre parole, il territorio è un complesso sistema di relazioni tra la comunità che vivono e si relazionano con l'ambiente di cui il paesaggio rappresenta l'esito sensibile e l'identità percepibile. Il territorio è quindi un organismo vivente ad alta complessità frutto dell'incontro fra eventi culturali e natura, composto da luoghi dotati di identità, storia e dotati di una propria struttura. In sintesi, il territorio è il prodotto di relazioni materiali e immateriali complesse.

Possiamo quindi definire un turismo sostenibile come quello che cerca di "sostenere nel tempo la qualità e produttività di sistemi di risorse umane e naturali, rispettando ed assecondando la loro dinamica" (Prosser, 1994, pp. 31-32). Un turismo sostenibile non può prescindere dai comportamenti dei tre attori principali:

- i turisti conservano un atteggiamento élitista e basato sul breve termine;
- le aree di destinazione devono trovare un equilibrio tra ottimizzazione dei ricavi e protezione delle risorse. Ciò può essere fattibile se le popolazioni locali sono coinvolte in tutte le fasi dello sviluppo che vanno dall'ideazione e pianificazione, alla costruzione ed implementazione, conduzione e gestione, al monitoraggio e modificazione del progetto iniziale se

questo si dimostra deficitario o sono intervenuti fattori esterni che lo hanno influenzato nella sua realizzazione;

- l'industria turistica gioca il ruolo di arbitro tra gli interessi degli investitori e degli operatori che possono esercitare un ruolo egemone sui governi locali al fine di ottenere maggiori profitti e contemporaneamente l'industria turistica ha necessità di essere ecologicamente responsabile (Direttiva 2004/35/CE).

Diaz e Rodriguez hanno ragionato sui fattori di sostenibilità e di performance di una destinazione turistica vista dalla prospettiva degli stakeholders'

Non si può prescindere da questi elementi se si vuole avere una conoscenza del contesto territoriale locale e promuovere una progettazione e un successivo intervento di sviluppo efficace. A tale proposito si possono ricordare alcune esperienze. Monica Morazzoni ha analizzato il comprensorio sciistico Borno-Monte Altissimo in Valle Camonica. La Riserva della Biosfera Valle Camonica – Alto Sebino si trova nella parte orientale della Lombardia ed è fra le valli delle Alpi centrali una delle più estese. Lo sviluppo del comprensorio prende avvio negli anni sessanta del XX secolo portando alla creazione della Bornoskiarea a cui si unisce nel periodo dalla primavera all'autunno l'offerta legata alla pratica

del ciclismo e della mountain bike (Morazzoni, 2009).

In sintesi, si può dire che l'ambiente e le risorse costituiscono fattori fondamentali di cui il turismo sportivo necessita per la sua piena realizzazione. Il clima e il paesaggio sono fattori determinanti per l'attrattività delle destinazioni turistiche e hanno una notevole influenza sullo sport e sulle attività ricreative che i turisti possono associare al luogo di loisir, oltre a influenzare e condizionare l'immagine della destinazione turistica.

Numerosi sono i percorsi lungo l'arco alpino che permettono di affrontare il viaggio nel territorio. Una di queste è la Via delle Gallie, la strada romana delle Gallie, che sarà denominata in epoca medievale Via Francigena, fu costruita per collegare nel I secolo Roma alla Valle del Rodano. Il tratto di Donnas è uno dei suoi punti più interessanti e spettacolari, intagliata nella roccia viva per una lunghezza di 221 metri, con un passaggio ad arco di 4 metri di spessore, 4 metri di altezza e quasi 3 metri di larghezza.

L'esperienza francese legata ai parchi naturali regionali (PNR) dimostra l'effetto seduttivo che essi possono avere sui praticanti degli sport all'aria aperta. Un esempio è fornito dall'esperienza condotta nel 2010 dalla Direzione regionale della Gioventù, degli Sport e della Coesione Sociale (DRJSCS) di Nord Ps-de-Calais. Nei tre parchi regionali è stata messa in atto un Diagnostic

Territorial Approfondi (DTA)[1] per comprendere le potenzialità delle attività fisiche in ambiente naturale e identificare il loro potenziale di sviluppo turistico. Tale proposta riguarda in modo particolare le aree rurali e periurbane e si inserisce nel poker natura-sport-turismo-salute.

La rete Europarc di cui fanno parte numerosi parchi italiani propongono itinerari in bicicletta di bassa e media difficoltà che cercano di unire l'attività fisica al contatto con l'ambiente naturale.

6. I giochi Mondiali Militari in Valle d'Aosta

La Valle d'Aosta è stata definita da Mario Deaglio una realtà a "stato recettivo fiacco" ovvero con reazione tardiva alla crisi come nel caso del 2008, ma con tempi più lenti di ripresa. A ciò si affianca un riscaldamento globale che se incide sulla riduzione della massa glaciale in parallelo influisce sul miglioramento della qualità dei vini valdostani. La Valle è un territorio a

[1] Il DTA è uno strumento di ausilio al processo decisionale di un territorio nella valutazione o nella definizione della sua politica sportiva. Lo strumento è stato predisposta dal Ministero dello Sport nel 2011 con l'Instruction DS/DSB1/2011/183 del 17 maggio 2011 ed è dotato di una guida metodologica che garantisce le condizioni di attuazione. Lo strumento consiste nell'effettuare un'analisi dell'offerta e della domanda sportiva locale e nell'analizzare tutti i campi utili a rispondere alla problematica posta (http://hauts-de-france.drjscs.gouv.fr/DIAGNOSTIC-TERRITORIAL-APPROFONDI.html)

imprenditorialità diffusa (87 imprese ogni 1000 abitanti, Banca d'Italia, 2018). Se consideriamo la stagione estiva la pratica sportiva punta sul trekking con proposte valide per tutte le età e le capacità. I turisti italiani rappresentano il 53 per cento del totale. Tra gli italiani il 64 per cento proviene dalle regioni di prossimità (Lombardia, Piemonte, Liguria) che registrano buoni aumenti sia in termini di arrivi sia di presenze. Allo stesso modo gli stranieri fanno registrare un considerevole aumento degli arrivi (+14%) e delle presenze (+11%).

Nel marzo 2010 si è svolta in Valle d'Aosta la prima edizione invernale dei Giochi Mondiali Militari dedicata agli sport della montagna che segue a distanza di oltre un decennio la prima edizione dei Giochi in versione estiva disputata a Roma nel 1995. L'organizzazione dell'evento è stata curata dalla Regione Autonoma Valle d'Aosta, che ha anche contribuito al finanziamento grazie alla legge regionale n. 3 del 2004 che all' permette di finanziare manifestazioni sportive di particolare rilievo sul piano turistico promozionale inerenti ai vari sport, e dal Consiglio Internazionale dello Sport Militare fondato a Nizza il 18 febbraio del 1948[2].

[2] Il 6 febbraio 1946 era stata fondata a Frankfurt-am-Main (D) l'Allied Forces Sports Council (AFSC) e nello stesso anno si svolgeva a Berlino la seconda edizione dei Giochi Militari Interralleati dopo la prima edizione di Parigi del 1919 passata sotto

La prima edizione invernale dei Giochi ha visto protagonisti delle gare 6 siti destinati alla pratica di 7 discipline: a Brusson il biathlon, a Cogne lo sci di fondo e lo sci di orientamento, a Courmayeur l'arrampicata indoor e lo short track, a Flassin Saint-Oyen lo sci alpinismo, a Gressoney Saint-Jean e Pila lo sci alpinismo. In vari casi come per le gare svoltesi a Saint-Oyen sono stati utilizzati i percorsi di gara di altre competizioni come il Trofeo Fiou che si disputa in valloni e sulle creste intorno a Flassin nella Valle del Gran San Bernardo, dove si trova il Foyer del fondo, sorto lungo il percorso della via Francigena che conduceva i pellegrini dalla Francia in direzione di Roma.

Il gigante maschile di sci ha avuto come scenario di elezione Pila "l'isola del cielo" una balconata sulla porzione centrale della Valle a picco sulla città di Aosta. Il collegamento funiviario con la stazione di partenza di Aosta a poche centinaia di metri dal centro storico cittadino e dalla stazione ferroviaria ne facilita l'accessibilità lungo i 45 chilometri della Marcia Gran Paradiso la più classica delle gran fondo delle Alpi occidentali. Accanto a queste la consolidata località di

---

tono malgrado la presenza di circa 1500 atleti appartenenti a 18 nazioni.. Dopo il 1995 a Roma sono seguite le edizioni: 1999 a Zagabria, del 2003 a Catania, nel 2007 a Hyderabad in India. La prossima edizione è prevista a Rio de Janeiro nel 2011.

Courmayeur collegata via funivia e offre la possibilità di raggiungere la vicina Chamonix.

Discorso a parte merita Gressoney Saint-Jean che si caratterizza non soltanto per la sua appartenenza all'area linguistica walser ma per la presenza del comprensorio MonteRosa Ski con 200 km di piste in gran parte destinate al free ride. A partire dagli anni trenta la Val d'Ayas è stata protagonista delle prime sfide agonistiche come il Trofeo Mezzalama che propone una splendida "cavalcata" con gli sci alle testate della Valtournanche, della Val d'Ayas e di Gressoney tra il Cervino e il Monta Rosa.

In parallelo alle gare si sono svolti eventi collegati come il Forum internazionale su "Sport for Peace from positives initiatives to sistemi Integrated programs" per la costruzione di un processo di pace nelle situazioni di conflitto attraverso lo sport. Lo scopo dell'evento è stato quello di unire le varie delegazioni militari attraverso lo sport, comunicando un messaggio di coesione, condivisione e pace. L'evento fa seguito agli interventi di miglioramento delle infrastrutture fatti negli ultimi anni che hanno portato nel 2009 a un investimento nelle strutture sportive all'aria aperta pari a 50 milioni di euro (Regione Autonoma Valle d'Aosta, 2002).

Nel quadro del rapporto turismo e grandi eventi di natura sportiva l'evento si caratterizza come un momento privilegiato di produzione del territorio,

funge da generatore di una serie di aspettative le cui possibili ricadute sul settore turistico costituiscono, con gli impianti sportivi, l'eredita del post-evento. Un mega evento ha avuto il valore di migliorare l'immagine della città riscopre una nuova vocazione legata ai beni culturali. Il rinnovamento dell'immagine internazionale della città e l'eredità "emotiva" (la memoria) del grande evento contribuiscono alla creazione del lascito, all'eredità immateriale di un territorio. Sono i prodotti di trasformazione del territorio con l'incremento delle strutture ricettive e il miglioramento della viabilità, grazie alla razionalizzazione della rete esistente e alla realizzazione di una serie di opere infrastrutturali, che contribuiscono al valore di una località (Dansero, Puttilli, 2009).

L'eredità di un grande evento può essere funzionale sia a una domanda turistica esterna (di raggio nazionale o internazionale) sia a una domanda turistica interna fondata su un turismo soft incentrato prevalentemente sulle risorse naturali e culturali del territorio.

Un grande evento genera flusso turistico e contribuisce alla creazione del capitale territoriale locale costituito da un capitale fisso composto dai grandi contenitori e dalle infrastrutture e dal capitale umano e dalla governance legata allo sviluppo delle capacità organizzative dell'iniziativa.

I fattori classici su cui si è sviluppato il turismo montano (natura, neve, paesaggio), hanno perso una parte della loro attrattività. La domanda turistica pone nuove esigenze di servizi e di attività legate al tempo libero. Parallelamente la competizione tra località provoca una spinta a un'offerta variegata in cui l'evento che richiama turistici sportivi attivi e passivi rappresenta la nuova frontiera della promozione di un territorio (Macchiavelli, 2006).

7. Il caso del Tor des Géants

Negli ultimi anni, i sentieri si sono affermati come componente base dell'offerta ricreativa turistica della maggior parte dei territoti montani. Inoltre, per vari motivi già spiegati nel capitolo precedente, quest'ultimi sono sempre più praticati, prevalentemente da corridori. Questo ha dato origine a quello che oggi noi definiamo trail running. Olivier Bessy (2005) evidenzia come l'estremo si è diffuso negli anni. A partire dalla fine degli anni '80, favorito dalle ricerche di vari studiosi in particolare sociologi e antropologi. Tra queste pratiche il *trail running*[3] (trail sentiero e

[3] Trail: un percorso con chilometraggio inferiore ai 42 km; ultra Trail Medium (M): un percorso con chilometraggio tra i 42 e 69 km; ultra Trail Long (L): un percorso con chilometraggio tra i 70 e 99 km; ultra Trail XLong (XL): un percorso con chilometraggio più di 100 km.

running corsa) presuppone la capacità di una persona di correre in spazi naturali.
L'edizione del 2020 non sarà disputata ma si correrà un'edizione speciale: gli atleti amputati corrono il Tor in staffetta scortati da atleti normodotati. Lo sport per diversamente abili si è consolidata in territorio alpino a partire dalle Olimpiadi invernali di Torino 2006 che hanno visto il trionfo del curling nelle due versioni e hanno rappresentato una grande opportunità di affermazione per gli atleti facenti capo al Comitato nazionale paralimpico. Ricerche condotte sulla pratica sportiva paralimpica e per diversamente abili in senso lato è già stata analizzata in un progetto di ricerca di interesse nazionale del 2008 che ha prodotto il volume *Lo sport degli europei. Cittadinanza, attività, motivazioni* in cui la frontiera intesa in termini non soltanto geografici ma come superamento di un limite personale o atletico è stata approfondita nella lettura comparativa con la situazione elvetica e francese (Pioletti, Porro, 2013).

8. Le Olimpiadi di Milano – Cortina 2026

"Sostenibilità, flessibilità, efficienza" le parole chiave dell'Agenda olimpica che si basa su alcune necessarie riflessioni a partire dalle precedenti

esperienze olimpiche. Uno dei problemi fondanti la legacy di un evento riguarda la gestione e il riuso delle strutture previste che è animato da quattro postulati fondamentali: l'ambiente, la società, l'economia e lo sport che trovano le basi di progettazione nei Piani territoriali vigenti (PGT Milano, PTR Lombardia, Piano Strategico del Veneto) che hanno nei goals la trasformazione urbana, lo sviluppo delle infrastrutture, le politiche rivolte alle aree montane, l'integrazione dell'offerta turistica della macro-regione e il consolidamento dell'industria dello sport. I cluster sono quattro riconducibili a altrettante aree geografiche con le loro peculiarità:

1) Milano
2) Cortina – Selva di Val Gardena
3) Val di Fiemme
4) Alta Valtellina

Tra attrezzature di costruzione più o meno recente come il Palahockey a Milano nella zona di Porta Romana, si affiancheranno strutture temporanee a Cortina e Livigno mentre il Villaggio Olimpico troverà casa a Bormio.

L'accessibilità rappresenta una delle caratteristiche fondamentali del fare turismo. Erano già presenti una serie di progetti di infrastrutturazione del territorio indipendenti dalla regia olimpica: Pedemontana del Veneto, alta

velocità Milano-Venezia, Metropolitana linea 4 a Milano, quartiere di Milano Santa Giulia.

Un investimento di 356,2 milioni di euro di investimenti per le sole attrezzature olimpiche oltre ai villaggi di cui il 60% di natura pubblica e il 40% proveniente da risorse private.

La legacy è in mano alla Fondazione Milano – Cortina creata nel 2019 costituita dalla Regione Lombardia, dalla Regione Veneto, la Città di Cortina, la Città di Milano, CONI, università milanesi, Camere di commercio, Protezione civile, oltre all'Agenzia Olimpica dotata di fondi pubblici accanto a fondi privati.

Gli studi ex post sui Giochi invernali ed estivi fanno emergere quasi sempre gli effetti di breve e lungo termine dell'evento: rilancio economico (es Atlanta e Georgia 1996), rigenerazione urbana (Londra 2012), legittimazione internazionale (Pechino 2008 e Shanghai 2010), nuova immagine e identità (Torino 2006), volontà di potenza e costruzione ex novo di una città dedicata allo sport (Sochi 2014). Nel caso dell'evento olimpico in questione occorre diversificare gli obiettivi tra Milano e le aree alpine (Valtellina, Cortina, ecc.): il capoluogo lombardo non ha bisogno di visibilità ma di rigenerazione urbana, servizi e infrastrutture che andrebbero a consolidare gli indicatori di qualità della vita già implementati da Expo 2015. Per riuscire in tali intenti occorre che venga creato subito un board per la Legacy (es. Londra, con

Ricky Burdett, della London School, chiamato ben prima del 2012). Il ruolo dei luoghi è primario: a seconda dei Luoghi e degli eventi la Legacy può essere molto diversa, ma deve essere sempre programmata. L'Olimpiade di Londra 2012 ha lasciato una eredità in termini di rigenerazione urbana (Roche 2000), a Torino l'eredità immateriale riguarda l' identità di una città che cambia cultura e atteggiamento; ad Atlanta sono stati attirati molti investimenti, ma molte opere di riqualificazione (trasporti, Downtown) non sono state concluse; a Sydney 2000 sono passati oltre due anni prima di individuare il potenziale gestore dell'Olympic park (cfr. Cashman, The bitter-sweet awakening… 2006). Anche a Londra 2012 l'Olympic park è stato chiuso un anno, salvo eventi eccezionali.

Tra gli obiettivi del mega evento del 2026 è stato individuato il riequilibrio delle Terre di Mezzo, che giustamente per l'Area Metropolitana è ineludibile. Tuttavia, si pone il problema di come nell'economia del budget complessivo dell'evento sia difficile dirottare finanziamenti ingenti dai territori sedi di gara e premiazioni: un problema di difficile soluzione. Infatti, non possiamo esimerci dal riflettere sul fatto che diversi attori-decisori hanno priorità diverse; il Comune di Milano non privilegerà le aree di mezzo, riservando ad esse qualche miglioramento in strade, ferrovie, connessione internet, tv, ecc., con la realizzazione

di qualche piccola struttura sportiva che possa funzionare dopo i Giochi come polo di palestre e palasport destinati all'attività motoria e allo sport dilettantistico. La tabella n. 1 illustra le distanze chilometriche tra le località scelte per l'evento olimpico invernale di Milano-Cortina. Le caratteristiche orografiche dell'area considerata influenzano i tempi e i modi di spostamento dei partecipanti alle competizioni oltre che degli spettatori. Occorrerà una gestione attenta dei trasporti e del traffico per ovviare alle problematiche già evidenziate nel corso delle Olimpiadi di Torino 2006 per quanto concerne l'accessibilità della Valle di Susa.

Tab. 2 – Distanze chilometriche e orarie tra Milano e le località olimpiche 2026

Capoluogo lombardo	**destinazione**	**Km totali**	**km in autostrada**	**tempi di percorrenza**
Milano	Bormio	199	111	3 ore e 22 minuti
Milano	Livigno	233		3 ore e 50 minuti
Milano	Baselga del Pinè	238	204	2 ore e 49 minuti
Milano	Tesero	286	239	3 ore e 18 minuti
Milano	Predazzo	295	240	3 ore e 23 minuti
Milano	Cortina	406	342	4 ore e 42 minuti

Conclusioni

Lo sport presenta un carattere proteiforme che supera la sua valenza competitiva spingendoci a considerarlo non più soltanto come un settore specifico e autonomo, ma al contrario, ad esplorare altri ambiti di ricerca che permettano alle pratiche sportive di contribuire alle sfide territoriali: coesione sociale, lavoro, comunicazione, turismo, educazione. Ciò implica che gli attori sportivi dalle Federazioni, agli Enti di Promozione alle società locali e i privati ad organizzarsi per rispondere alle nuove sfide derivanti dal post Covid19. È pertanto necessario individuare le condizioni necessarie e sufficienti per permettere alle differenti pratiche sportive di partecipare effettivamente alla gestione e allo sviluppo sostenibile dei territori. In tale direzione è utile una lettura e un'analisi comparativa del turismo montano nella sua accezione alpina nel confronto con il turismo pirenaico (Suchet, El Akari, 2020).

Si pone infatti in misura sempre più evidente l'esigenza di sicurezza, anche sanitaria, che accompagnerà lo spostamento dei turisti. Una seconda riflessione, vi sarà un crescente forte stimolo all'outdoor e condurrà, almeno in una fase iniziale, alla riscoperta dei luoghi più vicini, spesso meno considerati, molto spesso non ritenuti turistici. Ciò accompagnerà un turismo di prossimità o un neolocalismo turistico che

implicherà un ulteriore incremento di responsabilità nella scelta e nel comportamento. Ne seguirà una distribuzione di risorse su una base di prossimità che avrà come presupposto un recupero di alcuni valori sopiti forse accantonati dalla distribuzione globale e negli anni sempre più globalizzata delle destinazioni turistiche. Si aprirà quindi una sfida per gli operatori che saranno chiamati a rimodulare l'offerta turistica in termini di prezzo e di mix dei bisogni per rispondere a una domanda che era in parte latente, diversa e che andrà interpretata sulla base delle nuove condizioni che si sono create.

Bibliografia

Attali M. (2017), "Sports et loisirs dans les Alpes. Pistes pour une histoire imbriquée », Anne-Lise Head-König, Luigi Lorenzetti, Michaël Attali (Hg.), *Histoire des Alpes, Storia delle Alpi, Geschichte der Alpen*, Zürich, Chronos Verlag, 22, 2017, pp. 13-26

Bale J. (2002), Sports geography, London, Taylor & Francis

Bartaletti F., *Geografia e cultura delle Alpi*, Franco Angeli, Milano, 2004

Bessy O. (2005), *Sociologie des pratiquants de l'extrême. Le cas de figure des participants au Grand Raid de la Réunion*, Staps, 2005/3 (n°69) : 57-72.

Bugguley P. (1987), *Flexibility, restructuring and Gender. Changing employment in Britain's Hotels*, Lancaster Regionalism Group, Working Paper n. 24

Centro Studi Touring Club Italiano, La Rivista del Turismo, n. 1, 2010, Milano, TCI, 2010

Cirillo D., Dansero E., Pioletti A.M. (2018), "Torino e lo sport: uno sguardo geografico", P. Bondonio, E. Dansero, C. Genova (a cura di), *La*

città e lo sport. Torino 2015 e oltre, Milano, FrancoAngeli, pp. 131-154

Dansero E., Bagliani M. (2011), Politiche per l'ambiente. Dalla natura al territorio, Milano, Utet Università

Diaz M. R., Rodriguez F. E. (2016), « Determining the sustainability factors and performance of a tourism destination from the stakeholders' perspective", *Sustaainability*, 8, 951, www.mdpi.com/journal/sustainability

Di Vita S. e Morandi C. (2018), *Mega-events and legacies in post-metropolitan spaces. Expos and urban agendas*, Palgrave Macmillan, Basingstoke

Ferrero Camoletto R. (2005), Oltre il limite. Il corpo tra sport estremi e fitness, Bologna, Il Mulino

Formato R. (2009), *Cicloturismo. Strategie di sviluppo e benefici per le destinazioni turistiche*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli

Higham J., Hinch T. (2004), Sport Tourism Development, Clevedon, Channel View Publications

Leone U. (1987), "Marginalizzazione e rivalorizzazione delle aree periferiche", in G.

Corna Pellegrini (a cura di), *Aspetti e problemi della geografia*, Settimo Milanese, Marzorati Editore, vol. I, pp. 347-374

Lozato-Giotart J-P (2002), *Geografia del turismo. Dallo spazio visitato allo spazio consumato*, FrancoAngeli, Milano

Macchiavelli A. (a cura di) (2006), *Il turismo montano fra continuità e cambiamento*, Milano, Franco Angeli

Morazzoni M. (2009), Borno (Valle Camonica), Milano, Edizioni Unicopli Libreria di comunicazione Cuesp -IULM

Nomisma (2018), https://www.ilsole24ore.com/art/verona-capitale-dell-equitazione-7-10-novembre-ACx4vEx consultato il 15 agosto 2020

Pioletti A.M. (2006), "Il viaggio e il turismo scolastico. L'esperienza del Touring Club Italiano", *Archivio per l'Antropologia e l'Etnografia*, vol. CXXXVI, pp. 321-328

Pioletti A.M., Bertolino F., Cerise V. (2011), "I bambini in città. Indagine sull'uso della bicicletta come risposta ai bisogni di autonomia e movimento, *Ambiente Società, Territorio*, vol. XI, pp. 42-45

Pioletti A.M., Porro N. (a cura di) (2013), *Cittadinanza, attività, motivazioni*, Milano, Franco Angeli

Plog, S.C. (1973), "Why destinations areas rise and fall" in Popularity Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly, 13, 6-13

Porro N. (2010), *Corpi e immaginario. Memoria, seduzione e potere dal Milite Ignoto al Grande Fratello*, Acireale-Roma, Bonanno

Prosser R. (1994), "Societal change and the growth in alternative tourism", in E. Carter and G. Lowman (eds), *Ecotourism. A sustainable option"*, New York, Wiley

Regione Autonoma Valle d'Aosta - Finaosta, *Il turismo: una politica trasversale dell'Unione Europea per lo sviluppo regionale della Valle d'Aosta*, Bruxelles, 2002 www.db.formez.it

Rubino F.E., Helzel P.B., Hita L. M. (a cura di) (2017), *Il turismo fra accoglienza, attrazione e investimenti*, Milano, FrancoAngeli Università della Calabria Collana di Economia Aziendale serie scientifica

Storper M. (1997), "Le economie locali come beni relazionali", *Sviluppo locale*, IV, 5, pp. 5-42

Suchet A., El Akari A. (sous la direction de), *Développement du sport et dynamique des*

territoires. Expériences internationales comparées, Montpellier, Éditions AFRAPS, 2020

UNIONCAMERE- ISNART, *Il turismo montano*, 2009 www.isnart.it

Urry J. (1995), *Lo sguardo del turista. Il tempo libero e il viaggio nelle società contemporanee*, Roma, Seam

Weed M., "A grounded theory of the policy process for sport and tourism", in Gibson H. (ed.), *Sport tourism: concepts and theories*, Routledge, Oxon, 2005, pp. 224-245.

Zagnoli P., Radicchi E. (2008), Sport marketing- Il nuovo ruolo della comunicazione, Milano, Franco Angeli.

Il ruolo di CONIFA, tra riconoscimento sportivo e geopolitico

di Alessio Salerio

Abstract

The *Confederation of Indipendent Football Associations* (CONIFA) was born in 2013 in Sweden, after the collapse of *Nouvelle Fédération-Board* (NF-Board), which was the first international organization that gathered some of the National football teams not included into the well known *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA). The inherent connection with the geopolitical situation is clear: CONIFA gathers many federations created into non indipendent territories, looking for an exposure in their countries, both in sports and in a geopolitical way.

The paper opens up with a brief introduction about the history of CONIFA. Then it aims to understand the relevance of football in a developing national background and how geopolitics and sports are linked in territories which are looking for an international recognition. The paper has a proper documentary analysis and includes interviews to some of the most important figures inside CONIFA, including the president of the organization, Per-Anders Blind.

Key Words: geopolitics, football, CONIFA

1. Introduzione

Nel corso degli ultimi decenni, il legame tra sport e politica si è fatto sempre più forte ed evidente. L'interesse, in particolare, è rivolto al mondo del calcio, lo sport più popolare e praticato al mondo, con i suoi 3.5 miliardi di appassionati e 240 milioni di persone che lo praticano regolarmente[1]. Il suo valore economico a livello mondiale è enorme: basti pensare che soltanto le prime 32 squadre in Europa muovono un giro d'affari da oltre 35 miliardi di euro all'anno[2]. Sono questi soltanto due degli indizi che spiegano perché il calcio cattura sempre più da vicino l'interesse internazionale anche a livello geopolitico. La massima organizzazione calcistica internazionale è la *Fédération Internationale de Football Association*, più conosciuta con il suo acronimo FIFA. Così come la geopolitica internazionale non si articola soltanto sui 196 Stati attualmente riconosciuti a livello internazionale, allo stesso modo al di fuori dei confini del "calcio istituzionale" della FIFA sono nate decine di Nazionali, rappresentative proprio delle stesse

[1]https://www.focus.it/cultura/curiosita/i-10-1-sport-piu-popolari-al-mondo?gimg=10#img10

[2] https://www.footballbenchmark.com/home

minoranze nazionali intrinseche alla maggior parte dei territori riconosciuti. Obiettivo della pubblicazione è analizzare – tramite un'appropriata ricostruzione storica e una ricca analisi qualitativa con interviste – la crescita del calcio dentro e al di fuori dei confini della *Fédération Internationale*.

2. La discrepanza tra stati riconosciuti e membri della FIFA

Il numero degli Stati attualmente riconosciuti non coincide con quello delle associazioni nazionali presenti all'interno della FIFA. Infatti, la gran parte della comunità internazionale identifica 196 territori aventi le necessarie caratteristiche geografiche e politiche, nonché la sovranità entro i propri confini, mentre la *Fédération Internationale* conta oggi 211 membri al suo interno. Una discrepanza resa ancora più insolita dal fatto che 9 dei 196 Stati attualmente riconosciuti non possiedono una Nazionale all'interno della massima organizzazione calcistica internazionale: si tratta di Città del Vaticano, Isole Marshall, Kiribati, Micronesia, Monaco, Narau, Palau, Regno Unito e Tuvalu. Le motivazioni sono molteplici, dallo scarso interesse riscontrato in territori quali Città del Vaticano alle mancanze economiche e sportive necessarie per essere competitivi a livello mondiale, in particolare se lo Stato si trova per lo

più isolato, come in tanti dei casi relativi alle isole sopra citate.

Ai restanti 187, dunque, si aggiungono 24 territori che, pur non potendosi definire Stati, possiedono una Nazionale riconosciuta dalla FIFA. Ciò è dovuto alla diversa procedura di ammissione all'interno della *Fédération Internationale* rispetto ai canoni seguiti dalla comunità internazionale. In particolare: «*Un'associazione in una regione territoriale che non ha ancora raggiunto l'indipendenza può richiedere l'ammissione alla FIFA, con l'autorizzazione dello Stato di appartenenza da cui è dipendente, purché esso sia già membro della Fédération Internationale*»[3]. L'ultimo caso in questo senso è rappresentato dall'ammissione della Nazionale di Gibilterra nel maggio del 2016, in rappresentanza di un territorio non indipendente facente parte del Regno Unito. Proprio quest'ultimo rappresenta un ulteriore caso particolare, in quanto non possiede una sola Nazionale per l'intero territorio britannico, bensì quattro associazioni distinte, ognuna delle quali facente parte della FIFA in assoluta autonomia: Inghilterra, Scozia, Galles e Irlanda del Nord[4].

[3] FIFA, *FIFA Statutes, Regulations governing the application of the statutes, standing orders of the congress*, edizione dell'aprile 2016, pp. 10-11.

[4] Ibidem p. 10.

Si spiega in tal modo, dunque, la discrepanza di 24 territori citata in precedenza. Nel dettaglio, questi sono i territori che la caratterizzano:

Tab. 1 – La discrepanza tra Stati esistenti e membri FIFA.
Fonte: Salerio, 2020

1. Anguilla, appartenente al Regno Unito, membro FIFA dal 1996;
2. Aruba, appartenente ai Paesi Bassi, membro FIFA dal 1988;
3. Bermuda, appartenenti al Regno Unito, membro FIFA dal 1962;
4. Curaçao, appartenente ai Paesi Bassi, membro FIFA dal 1932;
5. Galles, parte del Regno Unito, membro FIFA dal 1910;
6. Gibilterra, appartenente al Regno Unito, membro FIFA dal 2016;
7. Guam, appartenente agli Stati Uniti d'America membro FIFA dal 1996;
8. Hong Kong, parte della Cina, membro FIFA dal 1954;
9. Inghilterra, parte del Regno Unito, membro FIFA dal 1905;
10. Isole Cayman, appartenenti al Regno Unito, membro FIFA dal 1992;
11. Isole Cook, appartenenti alla Nuova Zelanda, membro FIFA dal 1994;
12. Isole Fær Øer, appartenenti alla Danimarca, membro FIFA dal 1988;

13. Isole Turks e Caicos, appartenenti al Regno Unito, membro FIFA dal 1998;
14. Isole Vergini americane, appartenenti agli Stati Uniti, membro FIFA dal 1998;
15. Isole Vergini britanniche, appartenenti al Regno Unito, membro FIFA dal 1994;
16. Macau, parte della Cina, membro FIFA dal 1978;
17. Montserrat, appartenente al Regno Unito, membro FIFA dal 1996;
18. Nord Irlanda, parte del Regno Unito, membro FIFA dal 1911;
19. Nuova Caledonia, appartenente alla Francia, membro FIFA dal 2004;
20. Puerto Rico, appartenente agli Stati Uniti d'America, membro FIFA dal 1960;
21. Samoa americane, appartenenti agli Stati Uniti d'America, membro FIFA dal 1998;
22. Scozia, parte del Regno Unito, membro FIFA dal 1910;
23. Tahiti, appartenente alla Francia, membro FIFA dal 1990;
24. Taiwan, appartenente alla Cina e membro FIFA dal 1954[5].

[5] FIFA COMMUNICATIONS & PUBLIC AFFAIRS, *Fact sheet – FIFA's member associations*, pp. 1-8.

3. Il calcio "delle minoranze": da NF-Board a CONIFA

Così come possono essere esistere minoranze nazionali all'interno di uno Stato, però, sono presenti anche Nazionali al di fuori dei pur ampi confini della FIFA. In questo senso il calcio può rappresentare un primo passo a livello identitario per un territorio non indipendente oppure una fonte di riconoscimento e risalto a livello internazionale per una realtà già più consolidata. Nel 2003 è nata *Nouvelle Fédération-Board*, con acronimo NF-Board, una prima organizzazione internazionale che potesse fare da contenitore per tutte le realtà calcistiche nazionali che non fossero in grado di ottenere l'ammissione alla FIFA. NF-Board si presenta, per sua stessa definizione[6], come una "sala d'attesa" complementare alla Fédération Internationale, tramite cui arrivare poi a tentare una successiva ammissione all'interno della massima organizzazione calcistica internazionale. La *Nouvelle-Fédération* crea e organizza la propria versione di un campionato mondiale, la cosiddetta *VIVA World Cup*[7], e arriva ad annoverare 49 membri nel 2013. In quell'anno, però, NF-Board si

[6] http://nfbwebsite.wixsite.com/nfboard/history

[7] Il nome *VIVA World Cup* è volutamente molto simile a *FIFA World Cup*, il celeberrimo Mondiale organizzato dalla FIFA ogni quattro anni a partire dal 1930.

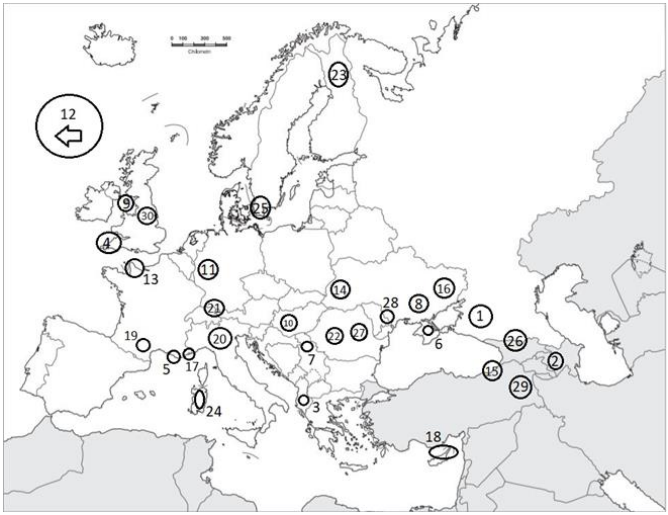
scioglie e lascia spazio, quasi contemporaneamente, alla nascita di una nuova federazione internazionale, la *Confederation of Indipendent Football Associations* (CONIFA).

I motivi del fallimento di NF-Board sono principalmente legati a mancanze economiche e di profitto, in seguito a decisioni sbagliate di marketing e di scarsa promozione a livello televisivo e di social network. L'idea rimase sconosciuta al "grande pubblico", mentre CONIFA ha fin da subito lavorato per promuovere le proprie Nazionali e le proprie manifestazioni a livello globale, sia per il pubblico e i tifosi dal vivo che soprattutto in streaming da tutto il mondo[8]. Nasce nel 2013 a Luleå, in Svezia, patria del presidente Per-Anders Blind. Oggi al suo interno sono riunite ben 58 associazioni maschili – suddivise in 30 in Europa, 12 in Asia, 9 in Africa, 2 nel Nord

[8] Alberto Rischio, direttore del Comitato Esecutivo Europeo di CONIFA, a tal proposito dichiara: «*Bisogna ringraziare NF-Board per la bellissima idea di creare un contenitore per tutte le nazionali che non fanno parte della FIFA. Nel giro di un decennio si è esaurita la voglia di crescere e l'errore, a mio parere, è stato quello di non aver mai prodotto materiale mediatico o televisivo, che da tempo è la forza di tutti i movimenti sportivi e, in particolare, calcistici. L'idea rimase quindi sconosciuta ai più. CONIFA, invece, ha lavorato moltissimo su un discorso d'immagine*».

America, 2 nel Sud America e 3 in Oceania – oltre a 6 femminili – 3 in Europa, 2 in Africa e 1 in Asia. Di seguito l'elenco completo delle Nazionali maschili e la loro rappresentazione geografica:

Fig. 1 – I membri di CONIFA in Europa

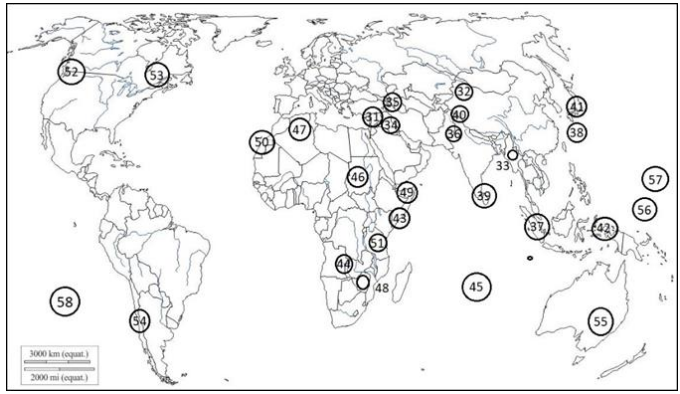


Fonte: Salerio, 2020

Membri in Europa: 1- Abkhazia; 2- Artsakh; 3- Chameria; 4- Cornwall; 5- County of Nice; 6- Crimea; 7- Délvidék; 8- Donetsk People's Rep.; 9- Ellan Vannin; 10- Felvidék; 11- Franconia; 12- Greenland; 13- Jersey; 14- Karpatalya; 15- Lazistan; 16- Luhansk; 17- Monaco; 18- North Cyprus; 19- Occitania; 20- Padania; 21- Raetia; 22-

Romani People; 23- Sapmi; 24-Sardinia; 25- Skåneland; 26- South Ossetia; 27- Székely Land; 28- Transnistria; 29- Western Armenia; 30- Yorkshire in Europa.

Fig. 2 – I membri di CONIFA in Asia, Africa, Nord America, Sud America e Oceania



Fonte: Salerio, 2020

Membri in Asia: 31- Arameans Suryoye; 32- East Turkistan; 33- Karen; 34- Kurdistan; 35- Lezghian; 36-Panjab; 37- Rohingya; 38- Ryukyu; 39- Tamil Eelam; 40- Tibet; 41- United Koreans; 42- Western Papua.

Membri in Africa: 43- Barawa; 44- Barotseland; 45- Chagos Island; 46- Darfur; 47- Kabylia; 48- Matabeleland; 49- Somaliland; 50- Western Sahara; 51- Zanzibar in Africa.

Membri in Nord America: 52- Cascadia; 53- Quebec

Membri nel Sud America: 54- Mapuche; 58- Rapa Nui[9].

Membri in Oceania: 55- Australian First Nations; 56- Kiribati; 57- Tuvalu in Oceania.

3.1 Le novità di CONIFA: obiettivi e manifestazioni

Uno tra gli obiettivi di CONIFA è condiviso con il suo predecessore NF-Board, ovvero diventare l'anticamera della FIFA per tutte le associazioni nazionali che vogliano tentare una futura ammissione, mentre ma il fondamento dell'organizzazione è ben diverso: promuovere e celebrare nazioni, etnie, minoranze e territori isolati dal punto di vista sportivo. Il presidente Blind, in particolare, sottolinea il suo personale scopo: «Il mio obiettivo è creare un mondo migliore, usando il calcio come strumento di pace per convivere insieme»[10].

[9] La Nazionale di Rapa Nui, rappresentativa dell'Isola di Pasqua, territorio facente parte del Cile in Sud America, è l'ultimo dei membri aggiunti all'elenco di CONIFA.

[10] Intervista all'Autore dell'ottobre 2019.

Più in particolare, ecco i quattro obiettivi di CONIFA, riassunti nel proprio Statuto:

- Creare Football Association che non siano già affiliate all'interno della FIFA.
- Preparare i membri per competizioni internazionali, a livello di strutture organizzative e di partite in campo, per un'eventuale futura ammissione all'interno della FIFA.
- Organizzare amichevoli, tornei e competizioni a livello internazionale.
- Essere promotrice del proprio sviluppo e dello sviluppo di tutti i suoi membri[11].

Dal punto di vista calcistico, CONIFA ha seguito l'esempio di NF-Board nel creare una Coppa del Mondo che possa ricordare agli appassionati il ben più conosciuto Mondiale organizzato dalla FIFA. Ha poi ampliato il progetto legato alle manifestazioni continentali con la nascita della Coppa Europea. Sia la Coppa del Mondo che quella Europea hanno ormai raggiunto le tre edizioni. Nel primo caso le singole edizioni si sono tenute nel 2014 in Lapponia, nel 2016 in

[11] CONIFA, E (2013), Conifa Constitution, Luleå, pp. 4-5.

Abcasia e nel 2018 a Londra, con vincitori County of Nice, Abkhazia e Kapatalya, mentre nel secondo hanno avuto luogo nel 2015 nella Terra dei Siculi, nel 2017 a Cipro Nord e nel 2019 in Arsazia, con il successo della Padania nelle prime due edizioni e della South Ossetia nella terza e ultima. Tra il 30 maggio e il 7 giugno del 2020, invece, si terrà la quarta edizione della Coppa del Mondo a Skopje, in Macedonia del Nord, con 16 squadre partecipanti alla competizione[12].

Al di fuori dell'ambito calcistico, senza dubbio fondante nel progetto di CONIFA, assume particolare interesse la tematica geopolitica a esso legata. Il presidente Blind assicura che «CONIFA è al 100% neutrale e al di fuori di ogni influenza politica»[13]. È indubbio, però, che far parte di un'organizzazione internazionale che abbia visibilità su scala globale a livello social e televisivo possa essere un trampolino di lancio importante per territori in cerca di visibilità e, in particolare, di riconoscimento. Per alcuni territori, dunque, una Nazionale calcistica che faccia parte di CONIFA assume un'importanza politica ed è un primo passo verso un riconoscimento identitario nel proprio Stato di appartenenza. In altri casi, invece, ha una valenza strategica e comunicativa,

[12] http://www.conifa.org/en/2020/01/27/conifa-sportsbet-io-world-football-cup-2020-the-groups-are-announced/

[13] Intervista all'Autore dell'ottobre 2019.

per uscire dall'isolamento e per provare a proporsi come realtà a livello globale. In questo senso è necessaria e fondamentale la presenza di una seconda organizzazione calcistica per Nazionali oltre alla FIFA, che richiede l'autorizzazione dello Stato di appartenenza prima di avviare le pratiche per l'ammissione di un nuovo membro.

3.2 Tra calcio e geopolitica: i casi di Artsakh e Kurdistan

Uno tra gli obiettivi di CONIFA è condiviso con il suo predecessore NF-Board, ovvero diventare l'anticamera della FIFA per tutte le associazioni nazionali che vogliano tentare una futura ammissione, mentre ma il fondamento dell'organizzazione è ben diverso: promuovere e celebrare nazioni, etnie, minoranze e territori isolati dal punto di vista sportivo. Il presidente Blind, in particolare, sottolinea il suo personale scopo: «Il mio obiettivo è creare un mondo migliore, usando il calcio come strumento di pace per convivere insieme»[14].

Più in particolare, ecco i quattro obiettivi di CONIFA, riassunti nel proprio Statuto:

[14] Intervista all'Autore dell'ottobre 2019.

- Creare Football Association che non siano già affiliate all'interno della FIFA.
- Preparare i membri per competizioni internazionali, a livello di strutture organizzative e di partite in campo, per un'eventuale futura ammissione all'interno della FIFA.
- Organizzare amichevoli, tornei e competizioni a livello internazionale.
- Essere promotrice del proprio sviluppo e dello sviluppo di tutti i suoi membri[15].

Dal punto di vista calcistico, CONIFA ha seguito l'esempio di NF-Board nel creare una Coppa del Mondo che possa ricordare agli appassionati il ben più conosciuto Mondiale organizzato dalla FIFA. Ha poi ampliato il progetto legato alle manifestazioni continentali con la nascita della Coppa Europea. Sia la Coppa del Mondo che quella Europea hanno ormai raggiunto le tre edizioni. Nel primo caso le singole edizioni si sono tenute nel 2014 in Lapponia, nel 2016 in Abcasia e nel 2018 a Londra, con vincitori County of Nice, Abkhazia e Kapatalya, mentre nel secondo

[15] CONIFA, E (2013), Conifa Constitution, Luleå, pp. 4-5.

hanno avuto luogo nel 2015 nella Terra dei Siculi, nel 2017 a Cipro Nord e nel 2019 in Arsazia, con il successo della Padania nelle prime due edizioni e della South Ossetia nella terza e ultima. Tra il 30 maggio e il 7 giugno del 2020, invece, si terrà la quarta edizione della Coppa del Mondo a Skopje, in Macedonia del Nord, con 16 squadre partecipanti alla competizione[16].

Al di fuori dell'ambito calcistico, senza dubbio fondante nel progetto di CONIFA, assume particolare interesse la tematica geopolitica a esso legata. Il presidente Blind assicura che «CONIFA è al 100% neutrale e al di fuori di ogni influenza politica»[17]. È indubbio, però, che far parte di un'organizzazione internazionale che abbia visibilità su scala globale a livello social e televisivo possa essere un trampolino di lancio importante per territori in cerca di visibilità e, in particolare, di riconoscimento. Per alcuni territori, dunque, una Nazionale calcistica che faccia parte di CONIFA assume un'importanza politica ed è un primo passo verso un riconoscimento identitario nel proprio Stato di appartenenza. In altri casi, invece, ha una valenza strategica e comunicativa, per uscire dall'isolamento e per provare a proporsi come realtà a livello globale. In questo senso è

[16] http://www.conifa.org/en/2020/01/27/conifa-sportsbet-io-world-football-cup-2020-the-groups-are-announced/

[17] Intervista all'Autore dell'ottobre 2019.

necessaria e fondamentale la presenza di una seconda organizzazione calcistica per Nazionali oltre alla FIFA, che richiede l'autorizzazione dello Stato di appartenenza prima di avviare le pratiche per l'ammissione di un nuovo membro.

4. CONIFA in Italia: le Nazionali di Padania e Sardegna

In altri casi, invece, l'appartenenza sportiva a CONIFA non coincide con alcun altro obiettivo a livello politico, ma rappresenta soltanto una grande opportunità per far conoscere un'identità nazionale, riflessa in una Nazionale calcistica, agli occhi del mondo. Si tratta, per esempio, delle due associazioni italiane presenti all'interno dell'organizzazione, ovvero Padania Football Association, in rappresentanza di "undici regioni sportive" (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Friuli, Venezia Giulia, Trentino, Orobia, Insubria, Mediopadano, Veneto e Romagna) e Sa Natzionale, che è invece espressione del territorio della Sardegna.

Partendo dal caso della Padania FA, membro di CONIFA fin dalla fondazione della *Confederation* del 2013, è utile analizzarne l'evoluzione dalla sua fondazione a oggi. Fondata nel 1998 come Associazione Sportiva

Dilettantistica Padania, viene tenuta inizialmente a stretto contatto con il partito Lega Nord di Umberto Bossi, che ne fu tra i più arditi sostenitori. Nel 2007 entra a far parte di NF-Board e, fino al fallimento dell'organizzazione nel 2013, è tra le più importanti Nazionali presenti, nonché vincitrice di ben tre edizioni della VIVA World Cup, nel 2008, 2009 e 2010. Nonostante il supporto politico di Bossi e i grandi successi sul campo, però, la selezione padana riscontra un calo d'interesse e rischia il fallimento a causa della mancanza di fondi e di strategie organizzative. Nel 2012 salta la Coppa del Mondo in Kurdistan per questioni economiche e, nel novembre dell'anno successivo, viene rifondata come Padania Football Association, per evitare il fallimento. Entra così a far parte della neonata CONIFA con un atteggiamento del tutto rinnovato rispetto alla precedente associazione. Cambiano il logo (qui sotto in figura), il colore della prima maglia, dal classico biancoverde a strisce orizzontali ai bianco con una croce rossa[18]. Nel contempo, Padania FA si è allontanata completamente dalla sfera politica di Lega Nord per farsi «pura espressione di un territorio sportivo»[19] e lo stesso partito non ha più avuto

[18] I colori bianco e verde sono rimasti in rappresentanza della seconda maglia della Padania, ma ormai la Nazionale è conosciuta come "biancocrociata", dai colori della prima divisa ufficiale.

[19] Alberto Rischio, vicepresidente di Padania FA, dichiara a tal proposito: «*È cambiata nel suo allontanamento dalla sfera politica della Lega Nord per farsi vera espressione del territorio sportivo*

interesse nel sostenere la Nazionale con l'elezione dell'attuale leader Matteo Salvini[2021].

Padania Football Association è rimasta, però, tra le più vincenti Nazionali anche nel passaggio tra NF-Board e CONIFA, di cui oggi è tra le più importanti e conosciute rappresentanti. Alberto Rischio, vicepresidente dell'associazione, spiega perché è particolarmente importante far parte di un'organizzazione come CONIFA: «È l'unico movimento che raccolga minoranze etniche, linguistiche e culturali. È un'alternativa alla FIFA per le squadre 'identitarie'». Proprio quest'ultima affermazione spiega in maniera eccellente la valenza della Confederation per tutti i suoi membri, in particolare per coloro che vivono situazioni politiche delicate all'interno dei propri Stati di appartenenza. Una singola minoranza, sia essa etnica, linguistica o culturale, può non riuscire ad

---

della Padania, dove, da Torino a Trieste, da Trento a Forlì, rappresenta un contenitore di tantissimi giocatori che hanno voglia di praticare questo sport con volontà e passione. Ora come ora crediamo che la nazionale sia vera espressione identitaria del popolo che abita il bacino idrico del Po, con le sue lingue, le sue tradizioni, con i suoi modi di fare e con la sua economia. La Padania non fa più parte di quel mondo, che era più d'immagine che d'altro».

[20] Matteo Salvini nel giugno del 2015 ha definito la Nazionale padana «una pirlata» in un'intervista a Radio Padania.

[21] http://www.ilgiornale.it/news/politica/salvini-mette-fuorigioco-nazionale-padana-1138437.html

avere una propria voce e rilevanza a livello sia locale che globale. La promozione sportiva, in un contesto potenzialmente mondiale, può aiutare a sviluppare e valorizzare una coscienza identitaria e un orgoglio nei confronti del territorio e del popolo che si rappresenta.

La seconda Nazionale italiana presente all'interno di CONIFA è la Natzionale de bocia Sardigna, più conosciuta come Sa Natzionale. La prima partita ufficiale di una Natzionale Sarda risale addirittura al 5 giugno del 1990 e contro un avversario illustre come l'Inghilterra, che vinse l'amichevole con un netto 10-2. Nel 2008 nasce invece la Lega Federale Calcio Sardegna, che fin da subito è affiliata a NF-Board. Nessuna squadra viene mai formata, però, e il progetto decade. Fino al 2012, quando la federazione rinasce all'interno della Federatzione Isport Natzionale Sardu (FINS), che oggi si occupa di promuovere lo sport in Sardegna, dal calcio ad altre pratiche meno conosciute al grande pubblico, quali il powerlifting[22] e l'hunter field target[23].

[22] Il powerlifting è una disciplina sportiva competitiva nella quale ogni singolo atleta è impegnato nel sollevamento del massimo peso possibile in tre esercizi distinti tra loro: lo squat, la distensione su panca piana e lo stacco da terra.

[23] L'hunter field target (letteralmente "Caccia al bersaglio da campo") è una variante del più diffuso Field Target, che identifica una simulazione di caccia con armi ad aria compressa.

Nel 2018 la Natzionale entra a far parte di CONIFA, ma rinuncia alla partecipazione alla Coppa Europea del 2019 per mancanza di garanzie economiche e di marketing da parte della stessa Conferederation[24]. Il presidente Gabriele Cossu, però, non nega l'assoluta importanza di far parte di una simile organizzazione: «Per esistere nel mondo sportivo e in particolare calcistico serve un riconoscimento, che riconosca principi e meriti delle singole squadre». Sebbene l'obiettivo di Sa Natzionale sia puramente di crescita sportiva, il legame con il territorio e con il popolo sardo è fortissimo anche in un senso geopolitico, come sottolinea Cossu: «Abbiamo lingua, cultura, storia, tradizione e confini ben definiti: quella sarda è una nazione a tutti gli effetti. Con la Natzionale abbiamo voluto dar voce anche all'aspetto calcistico». Un aspetto rimarcato ulteriormente nella Carta dei valori Sportivi della FINS: «[L'impegno è a] rispettare e onorare, tramite la pratica sportiva, la Sardegna e il suo patrimonio materiale e immateriale, i Sardi e i loro usi, costumi e lingue, elementi fondanti e costitutivi del

[24] Gabriele Cossu, presidente di Sa Natzionale, spiega così l'assenza alla Coppa Europea: «Il nostro progetto è sempre stato professionistico, non culturale. Abbiamo sponsor di altissimo livello, che vogliono garanzie prima di assicurarci i fondi economici per organizzare simili trasferte. Vogliamo maggiore visibilità da parte di CONIFA. Si tratta di questioni puramente di marketing e pubblicitarie, a partire dai banner a bordocampo nel corso delle partite. CONIFA in questo senso deve ancora migliorare molto».

popolo sardo, aventi pari dignità a quelli che contraddistinguono tutti gli altri popoli del mondo[25][26]».

Conclusioni

Far parte di un'organizzazione come CONIFA garantisce dunque, nei casi di Padania FA e Sa Natzionale come tanti altri, una promozione culturale e nazionale di tradizioni, territori e popoli a livello globale. In altri casi invece, come i sopra citati di Artsakh e Kurdistan, la *Conferederation* assume anche un ruolo politico-sociale per un primo o più avanzato riconoscimento all'interno dello Stato o degli Stati di appartenenza. Come dichiarato dal presidente Blind: «E' importante far parte di CONIFA per sentirsi accettati e connessi a livello globale, ma soprattutto orgogliosi del territorio e del popolo che si rappresentano calcisticamente. Tanti dei nostri membri si sentono 'dimenticati' dal resto del mondo e CONIFA offre loro un'opportunità unica, così che tutti, in particolare i bambini, possano sentirsi importanti

[25] In un altro punto della Carta si sottolinea l'importanza di un rispetto non soltanto legato alla Sardegna, ma a un aspetto proprio di CONIFA stessa: «[L'impegno è a] rispettare la storia, cultura, territorio e lingua di tutte le Nazioni del Mondo (riconosciute ufficialmente o meno)».

[26] https://fins-sardigna.net/it/chi-siamo/

nel luogo in cui vivono»[27]. CONIFA promuove il calcio, ma anche l'identità nazionale e può essere, a seconda dei singoli casi d'interesse, anticamera per l'ingresso nella FIFA o per muovere i primi passi verso l'indipendenza.

[27] Intervista all'Autore dell'ottobre 2019.

Bibliografia e sitografia

CONIFA, E (2013), *Conifa Constitution,* Luleå, pp. 4-5.

FIFA, E (2016), *FIFA Statutes, Regulations governing the application of the statutes, standing orders of the congress*, Zurigo, pp. 10-11.

FIFA COMMUNICATIONS & PUBLIC AFFAIRS, E (2016), *Fact sheet – FIFA's member associations*, Zurigo, pp. 1-8.

Rivista Internazionale (n° 871, 5-11 novembre 2010), Internazionale S.p.A., Roma.

http://www.conifa.org/en/

http://www.conifa.org/en/calendar/

http://www.conifa.org/en/members/

http://www.conifa.org/en/members/rapa-nui/

http://www.conifa.org/en/news/

https://www.fifa.com/

https://www.fifa.com/fifa-world-ranking/

https://www.fifa.com/fifa-world-ranking/associations/

https://www.fifa.com/worldcup/qatar2022/

https://fins-sardigna.net/it/

https://fins-sardigna.net/it/chi-siamo/

https://fins-sardigna.net/it/natzionale-sarda/

https://www.footballbenchmark.com/home

https://www.focus.it/cultura

http://nfbwebsite.wixsite.com/nfboard/history

La globalizzazione nel ciclismo e la geografia economico-politica del Giro d'Italia

di Concettina Pascetta

Abstract

In recent decades, sport studies have interpreted sport and its evolution in an interdisciplinary way as a mirror and key to understanding the countless economic, geopolitical and cultural changes that have involved society. The same interpretative scheme can also be applied in a similar way to cycling, so it is interesting to analyze the peculiar forms produced on cycling by these changes.

This work aims to investigate the ways in which globalization has affected cycling and, in particular, the Giro d'Italia.

One of the globalization expressions in cycling consists in the process of global spatial diffusion of this sport professional practice as a result of international economic and geopolitical relations. For its analysis it is possible to refer to the history of national cycling federations and professional world road championships.

In the Giro d'Italia, globalization manifests itself through the growing expansion of its territorial sphere and the consequent progressive transformation of the "pink race" from a national event to a European and then global phenomenon. The spatial expansion of the economic and geopolitical relations of the event is reflected in the ever wider origin, during the editions, of the participating riders, and therefore of the winners, teams and sponsoring companies.

In all this, the relationship that, as for all sports, binds cycling and the media in an ever closer and increasingly projected way on global markets, has played a fundamental role.

Key words: geopolitics, globalization, Giro d'Italia

1. Introduzione

Lo sport, grazie all'aumento del numero di praticanti favorito dal miglioramento delle condizioni lavorative e reddituali, è divenuto un interessante tema di analisi condotta in senso interdisciplinare dagli *sport studies* che, oltre alle discipline economiche, aziendali e sociali, annoverano anche la geografia.

Le tematiche di interesse geografico sono relative agli aspetti spaziali della pratica sportiva, tra i quali la distribuzione territoriale di strutture, atleti, società sportive e tifosi, il loro processo di diffusione nel tempo e nello spazio, la distribuzione territoriale degli eventi sportivi con le conseguenze economiche e le modifiche al paesaggio da essi prodotte. In sintesi, la geografia si occupa di interpretare gli aspetti territoriali dell'evoluzione e delle caratteristiche attuali della pratica sportiva come specchio e chiave di lettura dei mutamenti economici, geopolitici e culturali della società, dando così concreta realizzazione alla "geografia dei diporti" auspicata da Toschi negli anni Sessanta (Toschi U., 1967 postumo).

L'obiettivo di questo lavoro è di indagare le forme peculiari che tali trasformazioni, sintetizzate nella globalizzazione, hanno prodotto nel ciclismo professionistico, e in particolare nel Giro d'Italia.

La globalizzazione nello sport è una particolare declinazione di quel fenomeno, ormai pervasivo a diverse scale geografiche e nei diversi ambiti della vita economica e sociale, rappresentato dalla crescente interconnessione e interazione tra le differenti parti di un pianeta interpretabile sistemicamente come costituito da elementi (individui, imprese, collettività, stati) interdipendenti e legati da retroazioni che agiscono in forma transcalare, dal locale al globale.

Anche lo sport – e dunque il ciclismo – si trova immerso in questa rete globale di interdipendenze, consistenti in flussi e relazioni di potere che riguardano persone (atleti, allenatori, tecnici), tecnologia (abbigliamento, attrezzature), denaro (sponsorizzazioni[1]), informazioni (*media*), ideologie (valori e cultura) (Maguire J., 2008).

[1] A livello generale, per sponsorizzazione sportiva si intende qualsiasi accordo col quale un individuo o un'impresa (sponsor) investe in una entità sportiva (atleta, squadra, federazione, impianto o evento), fornendo fondi, beni, servizi, *know how* col fine di stabilire una connessione tra quell'entità sportiva e l'immagine dei suoi marchi/prodotti e di utilizzarla a scopo pubblicitario (Radicchi E., 2014) allo scopo di cambiare o rinforzare la sua immagine, creare visibilità e aumentare la fedeltà al *brand* e/o aumentare le vendite. Si distinguono tre tipologie di sponsor: quelli tecnici, che forniscono abbigliamento e attrezzature; quelli di settore, che producono beni utilizzabili durante la pratica sportiva; quelli extra-settoriali, che producono beni e servizi non direttamente collegati alla pratica sportiva (Bueti S., 2015-16).

Nello sport la globalizzazione coinvolge diversi ambiti e assume sfaccettature differenti: il crescente ruolo dei *media*, esemplificato dalle imponenti entrate derivanti dalla vendita dei diritti di trasmissione televisiva, fa aumentare il controllo da parte delle aziende di telecomunicazioni globali sui calendari delle competizioni e il loro potere di influenzare l'offerta sportiva (Bale J., 2003). Inoltre, gli sportivi praticanti ad altissimo livello, capaci di ottenere contratti milionari con club, federazioni e sponsor, vengono negoziati in un mercato globale di flussi internazionali, favorito anche dalla mondializzazione del mercato del lavoro, come previsto dal Cotonou Agreement del 2000 (Andreff W., 2008). Al crescente consumo di *merchandising* (Giulianotti R., Robertson R., 2007) si accompagna l'aumento delle vendite delle imprese multinazionali produttrici di articoli sportivi (abbigliamento e attrezzature) ottenuto attraverso una nuova divisione internazionale del lavoro. In questo mercato globalizzato risulta fondamentale anche il crescente ruolo degli organi internazionali di governo dello sport.

La globalizzazione sportiva ha seguito un percorso nel quale sono individuabili tre fasi (Augustin J.-P., 2011):

- il periodo fino agli anni Dieci del Novecento, definito dal carattere locale o nazionale delle competizioni, disciplinate

da regolamenti sportivi specifici, e dall'istituzione degli organismi di governo internazionali;

- l'intervallo tra gli anni Venti e gli anni Sessanta del Novecento, contrassegnato dalla crescente diffusione degli sport soprattutto nelle zone di influenza dei Paesi europei e degli USA, secondo rapporti di dominanza culturale legati al ruolo fondamentale non solo dell'Impero Britannico ma anche di figure come militari, missionari, amministratori (Moscoso Sanchez D.J., Alonso Delgado V., 2005);
- la fase a partire dagli anni Settanta, segnata dalla diffusione della pratica sportiva anche in Asia, Africa e Sudamerica, con conseguente minore peso europeo nelle organizzazioni internazionali, e dall'ingresso nel mondo dello sport delle catene televisive e dei capitali delle imprese multinazionali.

2. La globalizzazione nel ciclismo

Se la diffusione del ciclismo come sport si è verificata a partire dagli ultimi decenni dell'Ottocento, la vera e propria globalizzazione risale agli anni Novanta del Novecento, come

effetto delle scelte operate dall'UCI[2] per garantire la sopravvivenza di questo sport in un periodo di difficoltà dovute alla concorrenza di altri più spettacolari.

In analogia con l'analisi della diffusione dell'innovazione nel tempo e nello spazio (essendo stata la bicicletta una vera e propria innovazione industriale rivoluzionaria i cui miglioramenti la trasformarono in un "cavallo di metallo" a disposizione delle classi popolari), in questa sede la diffusione della pratica ciclistica viene studiata attraverso la successione delle date istitutive delle federazioni ciclistiche nazionali e delle sedi dei campionati del mondo di ciclismo su strada.

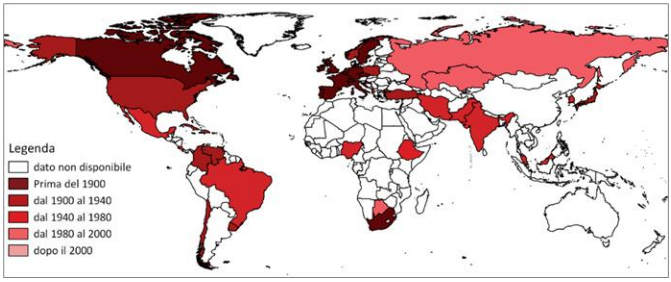
L'anno di istituzione delle federazioni nazionali cristallizza il momento in cui questo sport ha raggiunto un livello di organizzazione strutturata, sebbene sia generalmente successivo alla sua adozione. A volte, infatti, tale data è relativamente recente perché semplici associazioni avevano agito in precedenza come enti nazionali senza averne lo status (Bale J., 2003) e perché spesso si fa riferimento alle date di fusioni, incorporazioni, trasformazioni e cambi di denominazione delle federazioni nazionali legate non solo a questioni

[2] *Union Cycliste Internationale*, organismo regolatore internazionale istituito nel 1900 da Francia, USA, Belgio, Germania, Paesi Bassi, Regno Unito e Canada.

interne alle stesse ma anche alla storia dei vari Paesi. Per questo motivo, per quanto possibile a causa delle lacunose informazioni disponibili, qui sono state considerate le date dell'istituzione delle federazioni nella loro formulazione originaria.

A grandi linee si può affermare che le più antiche federazioni ciclistiche[3], la cui fondazione è anteriore al 1900, riguardano un gruppo di Paesi dell'Europa occidentale, culla dell'invenzione della bicicletta e in seguito nucleo principale dello sport ciclistico, insieme a Canada e Sudafrica.

Fig. 1 La diffusione del ciclismo: la nascita delle federazioni



Fonte: elaborazione propria su dati da varie fonti

[3] Gli anni di istituzione delle federazioni nazionali segnano il primato di Regno Unito (1880), Francia (1881), Belgio (1882), Svizzera (1883), Germania (1884), Italia (1885) (Ormezzano G., 1997).

Si evidenziano, poi, diverse "ondate" di diffusione del ciclismo (fig. 1): ai Paesi raggiunti nei primi quattro decenni del Novecento, seguono quelli nati con il processo di decolonizzazione nell'ambito dell'impero britannico e quelli dove le massicce ondate migratorie europee portarono la bicicletta come mezzo di trasporto e attrezzo sportivo. Infine, i Paesi nei quali le federazioni risalgono agli ultimi quattro decenni con il recente arrivo di questo sport e la sua diffusione stimolata, in qualche caso, da investimenti colossali.

In ogni caso, nelle diverse ondate di diffusione, hanno avuto un ruolo rilevante canali diversificati, rappresentati non solo dagli uomini che hanno portato la bicicletta da un Paese all'altro, quali commercianti, industriali, militari, marinai, emigranti, ma anche dalle *élites* locali.

Una funzione considerevole è stata svolta dagli imperi coloniali, britannico, francese ed italiano, nei quali la diffusione fu facilitata e ottenne risultati ancora osservabili, considerando che i Paesi africani dai quali provengono corridori di un certo livello sono alcune ex colonie francesi (Algeria, Tunisia e Marocco) e italiane (Etiopia ed Eritrea)[4].

[4] Il governo italiano cercò di diffondere l'uso della bicicletta per allargare il mercato di vendita delle imprese produttrici nazionali (Gaudin B., 2009).

Anche riguardo ai campionati del mondo spicca il ruolo dei Paesi europei maturi, che emergono sia per il maggior numero di edizioni organizzate sia perché la prima edizione è più remota nel tempo. A partire dal secondo dopoguerra compare l'Europa orientale e dagli anni Settanta il continente americano, in cui spicca – ad esempio – il Venezuela, dove l'evento del 1977 fu un'operazione politica possibile per la ricchezza prodotta dallo sfruttamento delle risorse petrolifere (Ormezzano G., 1997). A partire dagli anni Ottanta emergono altri Paesi europei di recente tradizione ciclistica ed infine, dagli anni Novanta, l'Asia, con Giappone e Qatar. In particolare, la scelta del Qatar per l'edizione del 2016 si colloca nella strategia geopolitica che fa dei grandi eventi sportivi uno strumento di *soft power* (Koch N., 2018) utilizzato dai Paesi di piccole dimensioni per esercitare un'influenza globale altrimenti impossibile o per affermare una nuova identità sul palcoscenico globale o per diversificare l'economia nazionale, in questo caso ancora strettamente dipendente dallo sfruttamento del petrolio (Abis S., 2013).

Nel nuovo millennio l'Australia, dopo aver organizzato l'edizione 2010, sarà la sede dei campionati anche nel 2022. Inoltre, per l'edizione 2025 ha presentato la propria candidatura il Ruanda, segno dell'avviata rinascita economica e sociale, dopo la distruzione provocata dal genocidio del 1994, e del senso appartenenza e di comunità che anche questo sport ha contribuito a ricreare (Bloomfield S., 2009).

Il coinvolgimento dei Paesi emergenti ricercato dall'UCI è evidente anche nelle sedi scelte per le ultime edizioni dei campionati del mondo di altre specialità ciclistiche: nel 2017 il ciclismo su pista a Hong Kong e nel 2018 la BMX[5] in Azerbaigian.

Il crescente ampliamento geografico delle sedi dei campionati ha provocato anche critiche da parte di alcuni osservatori, che hanno sottolineato il basso contenuto tecnico delle ultime edizioni presumibilmente legato anche all'adozione di criteri di scelta commerciali (Rebeggiani L., Tondani D., 2006).

In realtà, i fattori di successo per la selezione tra le varie candidature sono la capacità/esperienza tecnica del *management* nell'organizzazione e nella gestione di eventi di così grande respiro, il sostegno organizzativo e finanziario concesso da

[5] BMX è l'abbreviazione di Bicycle Motorcross.

parte degli enti locali, del governo e delle comunità locali, la presenza di infrastrutture tecniche e turistiche per l'accoglienza dei rilevanti flussi di partecipanti e di spettatori previsti, l'attrattività del paesaggio e l'entità dell'impatto socio-economico atteso (Milosevic M., 2012).

Fig. 2 Paesi di svolgimento dei campionati del mondo su strada per numero di edizioni e anno della prima edizione

Fonte: elaborazione propria dati UCI

3. Il Giro d'Italia da fenomeno locale a fenomeno globale

Il Giro d'Italia è una delle corse a tappe più prestigiose al mondo, seconda solo al Tour de France: si svolge annualmente nel corso di tre settimane del mese di maggio, a partire dal 1909,

con le sole interruzioni dovute ai due conflitti mondiali, per cui nel 2019 ha raggiunto la sua edizione numero 102. Negli anni ha assunto significati che travalicano quello del semplice evento sportivo, grazie alla sua geometria variabile e alle particolari modalità di costruzione del percorso.

Gli *stakeholders* del Giro d'Italia come evento sportivo sono numerosi e legati da flussi economici (Mignot J.F., 2016) schematicamente rappresentati nella figura 3:

- il pubblico, seguendo la gara, vede la pubblicità degli sponsor e acquista i prodotti reclamizzati, i giornali pubblicati dagli organizzatori e gli abbonamenti delle televisioni a pagamento;

- gli sponsor, attraverso appositi contratti, pagano i corridori per pubblicizzare i loro prodotti e pagano i diritti di partecipazione agli organizzatori;

- i corridori partecipano alle competizioni per guadagnare lo stipendio e i premi offerti dagli organizzatori;

- gli organizzatori pagano le spese relative agli aspetti logistici delle gare e offrono premi in denaro ai corridori con lo scopo di vendere i giornali, gli spazi pubblicitari, i diritti di

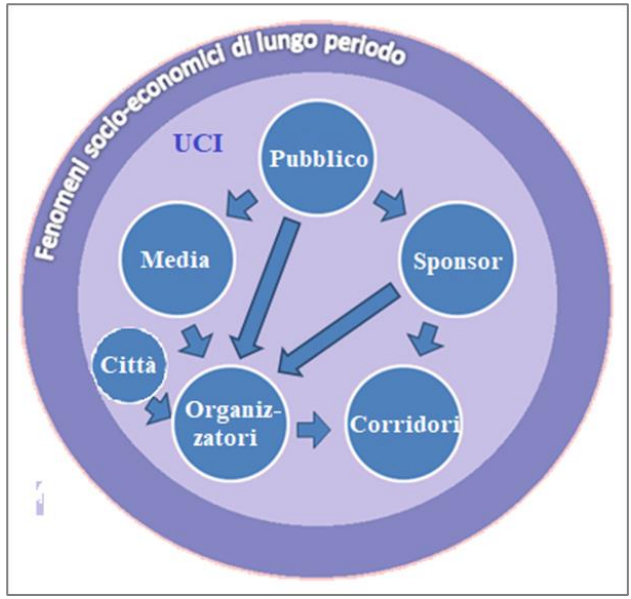
trasmissione alle emittenti televisive, i diritti di passaggio nelle città di partenza e arrivo di tappa (Morrow S., Idle C., 2008);

- le città pagano gli organizzatori per assicurarsi la partenza/arrivo delle tappe o il passaggio della gara;

- i *media* pagano i diritti di trasmissione televisiva agli organizzatori e vendono spazi pubblicitari agli sponsor.

Questa complessa rete di relazioni economiche tra gli *stakeholders* è influenzata non solo dalle norme e decisioni dell'UCI ma anche, a livello ancora più generale, da fenomeni socio-economici globali quali, ad esempio, l'aumento del tempo libero, del reddito e dei consumi, e la liberalizzazione dei mercati, che hanno prodotto rilevanti ripercussioni sul comportamento di tutti gli attori partecipanti all'evento.

Fig. 3 I flussi economici tra gli stakeholders del Giro d'Italia



Fonte: elaborazione propria

Nella lunga storia del Giro d'Italia si possono individuare periodi caratterizzati da situazioni sociali, economiche e tecnologiche molto diverse.

I tempi "eroici" identificano circa i quattro decenni successivi all'istituzione della corsa, voluta dal giornale sportivo "Gazzetta dello Sport" a scopo di *marketing*: per aumentare le vendite, le tappe si svolgevano il giorno precedente a quello dell'uscita del giornale, che, dopo il grande

successo di pubblico, nel 1919 da trisettimanale divenne giornaliero (Mignot J.F., 2016). Le squadre venivano sovvenzionate e rifornite di mezzi e attrezzature dalle aziende produttrici di biciclette e di pneumatici che, riuscendo a resistere a tappe lunghe di più di 400 km, dimostravano la loro buona qualità. La bicicletta era un bene di larghissimo consumo che in breve tempo, da curiosa innovazione tecnologica inizialmente utilizzata come divertimento delle classi agiate, era divenuta il mezzo di trasporto e di lavoro delle classi popolari. La sua produzione e vendita era notevolmente aumentata così come la diffusione presso la popolazione, sebbene a metà anni Trenta l'Italia mostrasse un evidente ritardo rispetto ai Paesi nordeuropei, con una bicicletta ogni 12 abitanti contro una ogni 3-4 abitanti (Marchesini D., 2003).

L'interesse dei *media* dell'epoca fu enorme, così che alla pubblicazione delle notizie sui giornali, si aggiunse, a partire dal 1923, la trasmissione degli arrivi delle tappe al cinematografo (Ormezzano G., 1997). Nel 1932 venne trasmessa la prima radiocronaca in diretta dell'arrivo a Milano e da allora, al fine di rendere le gare sempre più appassionanti, gli organizzatori accorciarono le tappe, consentendo l'aumento della velocità e della combattività e, contemporaneamente, venendo

incontro alle esigenze delle trasmissioni radiofoniche (Mignot J.F., 2016).

Il *marketing* legato al Giro d'Italia vede nel 1933 una data storica con l'introduzione di una carovana pubblicitaria che precedeva il passaggio della corsa, composta da automezzi raffiguranti i prodotti pubblicizzati, passati da 11 nel 1933 a 50 nel 1957 (Marchesini D., 2003).

Gli sponsor e gli organizzatori erano disposti ad aumentano stipendi e premi per avere i campioni che potessero stimolare la passione delle folle. Il successo dell'evento fu imponente fino agli anni Cinquanta grazie anche alla rivalità tra numerosi campioni italiani, alla capillare diffusione della bicicletta e alla gratuità dello spettacolo, tanto che il Giro d'Italia viene considerato da molti come un elemento riunificatore dopo le lacerazioni della seconda guerra mondiale (Marchesini D., 2003).

Il periodo dalla fine della guerra fino agli anni Cinquanta si può considerare, dal punto di vista sportivo, "l'età dell'oro" del Giro d'Italia, sebbene dal punto di vista sociale la bicicletta, da simbolo del progresso, diventasse simbolo di un passato anacronistico, surclassata da moto e auto. Le vendite iniziarono a calare e le aziende produttrici, a causa delle difficoltà economiche, furono costrette a diminuire gli investimenti nella promozione del marchio e nell'allestimento di

squadre professionistiche. Per risolvere questo problema, nel 1953 l'organizzazione per la prima volta consentì gli "abbinamenti" delle squadre con aziende estranee al ciclismo, fino al punto che il nome del produttore della bicicletta, se inizialmente accompagnava quello del prodotto manifatturiero abbinato, in seguito scomparve del tutto. Le aziende manifatturiere che sponsorizzavano squadre ciclistiche producevano beni di consumo di massa (alimentari, bevande, elettrodomestici, gelati, cucine, prodotti tessili, dell'abbigliamento e per l'igiene) la cui diffusione descrive il miglioramento del livello di vita della popolazione, rappresentando il miracolo economico italiano. Lo stretto rapporto tra l'organizzazione del Giro d'Italia e il mondo manifatturiero è testimoniato durante gli anni Sessanta da casi di partenze o arrivi di tappe negli stabilimenti di alcuni sponsor importanti (Conti B., 2009).

Gli anni Cinquanta segnano l'ingresso della televisione: nel 1954 furono trasmesse le fasi finali di quattro tappe, nel 1957 le dirette di tutti gli arrivi di tappa ai quali si aggiunsero, a partire dal 1962, la sintesi giornaliera della tappa e il «Processo alla tappa», una trasmissione che ebbe subito enorme successo di pubblico (Marchesini D., 2003).

A partire dagli anni Sessanta inizia ad aumentare il numero delle nazionalità dei corridori

partecipanti, sebbene sia necessario ricordare che già dalle prime edizioni la partecipazione straniera, di francesi, belgi, svizzeri e argentini, sebbene limitata, era stata costante e fu interrotta solo nelle edizioni del 1914, quando in Europa la prima guerra mondiale era già in pieno svolgimento, e del 1936, per le proteste internazionali contro le conquiste italiane in Etiopia e l'uscita dalla Società delle Nazioni (Mignot J. F., 2016).

A partire dal 1963 si evidenzia la crescita del peso percentuale dei corridori stranieri sul totale dei partecipanti[6], e specularmente inizia il decremento della quota rappresentata dalla nazionalità più rilevante, ossia quella italiana[7] (fig. 4). Contemporaneamente aumentano anche il numero di corridori stranieri[8] e il numero di nazionalità[9] registrate in totale (fig. 5), insieme con il numero di nazionalità dei ciclisti di ogni squadra, sia nel valore medio che quello massimo[10] (fig. 6). A ciò si aggiunge la diminuzione delle squadre

[6] Indice di incidenza (Siebetcheu R., 2017).

[7] Indice di dominanza (Siebetcheu R., 2017).

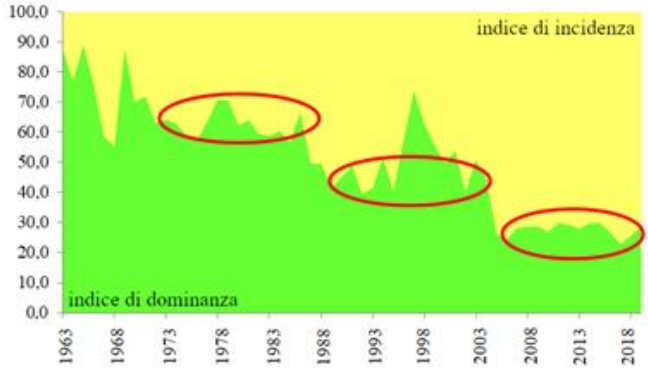
[8] Indice di presenza (Siebetcheu R., 2017).

[9] Indice di provenienza (Siebetcheu R., 2017).

[10] Indice di eterogeneità (Siebetcheu R., 2017). Può andare da un valore minimo pari a uno nelle squadre mono-nazionali a un valore massimo pari a otto corrispondente al numero massimo di componenti di una squadra.

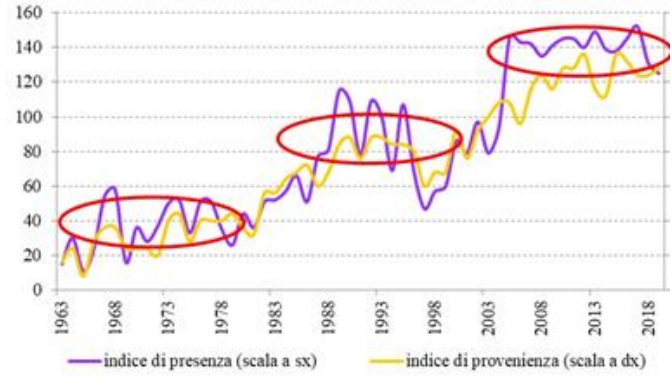
mono-nazionali (da 8 registrate nel 1963 a 1-2 delle edizioni più recenti), provenienti generalmente dall'Italia ma anche da Spagna, Colombia e Russia.

Fig. 4 – Indice di dominanza dei corridori italiano e di incidenza degli stranieri (cfr. note 6 e 7) nelle edizioni del Giro d'Italia 1963-2019



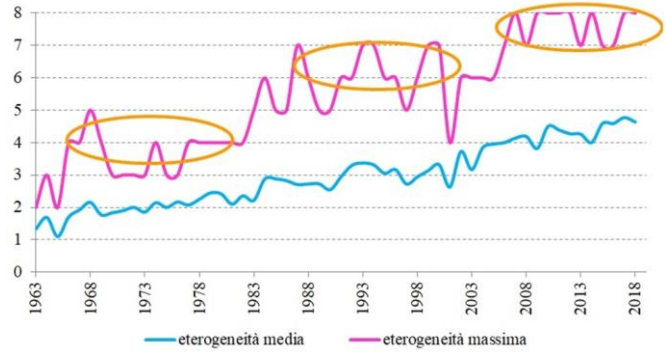
Fonte: elaborazione propria dati www.procyclingstats.com

Fig. 5 – Indice di presenza e di provenienza dei corridori stranieri (cfr. note 8 e 9) nelle edizioni del Giro d'Italia 1963-2019



Fonte: elaborazione propria dati www.procyclingstats.com

Fig. 6 – Indice di eterogeneità media e massima delle squadre partecipanti (cfr. nota 10) nelle edizioni del Giro d'Italia 1963-2019

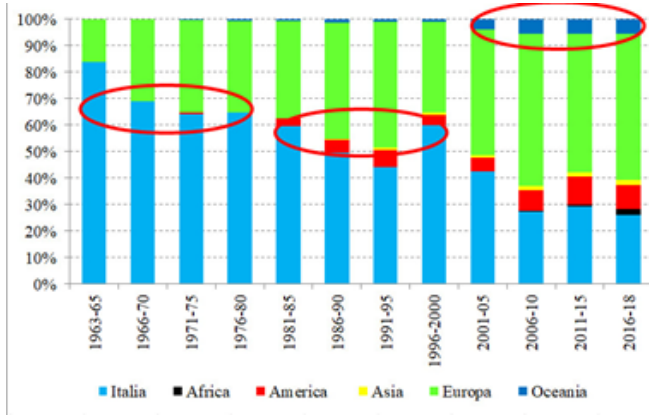


Fonte: elaborazione propria dati www.procyclingstats.com

Tutti gli indicatori considerati si caratterizzano per un andamento secondo "scaglioni temporali" che identificano un primo periodo fino alla metà degli anni Ottanta, un secondo periodo fino alla prima metà degli anni Duemila e un ultimo periodo ancora in corso, che si contraddistinguono per modifiche strutturali nel processo di crescente internazionalizzazione della carovana.

Tali trasformazioni possono essere interpretate analizzando l'evoluzione della distribuzione delle nazionalità dei corridori per continenti (fig. 7), nella quale si evidenziano le stesse tre fasi già osservate. In particolare, il secondo periodo vede la partecipazione, dagli anni Ottanta, di squadre provenienti da USA, Colombia, Australia e, dagli anni Novanta, dall'Europa orientale grazie al processo di liberalizzazione di quei Paesi, che coinvolgeva ovviamente anche il ciclismo (Gueguen G., 2009). Nella terza fase, a partire dagli anni Duemila, si evidenzia infine l'aumento o l'ingresso – pur su piccoli numeri – dei ciclisti australiani, asiatici e africani, che sempre più si affiancano a quelli provenienti dai Paesi di antica tradizione ciclistica.

Fig. 7 – Corridori per continente di provenienza (valori %) nelle edizioni del Giro d'Italia 1963-2019



Fonte: elaborazione propria dati www.procyclingstats.com

All'interno dei raggruppamenti continentali, nel periodo più recente, merita una specificazione il limitato ruolo della Cina, per la scarsità di allenatori fronteggiata, a partire dal 2000, dall'arrivo di allenatori stranieri e dallo svolgimento di allenamenti all'estero (Zheng J., 2016), e del Regno Unito, dove ostacoli amministrativi alle gare su strada, operanti già dall'Ottocento, hanno causato una limitata diffusione di questa pratica ciclistica (Dauncey H., 2012). Ad essi fa da contraltare una tradizione di un certo peso della Colombia, la cui partecipazione a gare europee risale al Tour de France del 1953, quando tuttavia la volontà di mostrare il volto

buono della dittatura si scontrò con la mancanza di mezzi, di organizzazione e di preparazione tecnica, producendo un vero insuccesso (de Roux Lopez R., 2007; Gilard J., 2007), e il recentissimo ingresso di Paesi quali Etiopia, Eritrea, Albania, Cile, Panama, Costa Rica.

Negli anni Sessanta emergono alcuni segnali della crisi del Giro d'Italia: il ciclismo inizia ad essere considerato anacronistico ma soprattutto diminuiscono i campioni italiani e molte vittorie di tappa e di classifica generale sono appannaggio di stranieri, causando un minore interesse del pubblico. Al calo delle vendite dei giornali e degli introiti televisivi si aggiungono le difficoltà delle riprese in diretta, combinazione di fattori che provoca il ritiro di molti sponsor.

A ciò l'organizzazione risponde con l'istituzione non solo delle tappe multiple, che rendono possibile l'aumento degli arrivi di tappa e dei premi collegati, ma anche dei trasferimenti, che consentono di scegliere le città disposte a pagare all'organizzazione maggiori diritti per il passaggio della corsa (Mignot J.F., 2016).

Dalla metà degli anni Ottanta si osservano i primi sintomi della globalizzazione quali l'aumento delle tappe all'estero, che permettono l'ampliamento geografico dell'*audience* televisiva con la conseguente diversificazione delle

nazionalità dei partecipanti e l'ingresso di sponsor stranieri, e le partenze dall'estero. Queste ultime, negli anni Sessanta e Settanta, coinvolgevano generalmente Paesi confinanti (ad esempio San Marino nel 1965 e Città del Vaticano nel 1974), con la sola eccezione dell'edizione del 1973, quando, in occasione dell'ingresso nella Comunità Europea di Regno Unito, Irlanda e Danimarca, il percorso ne interessò i sei Paesi fondatori; in seguito è andata aumentando non solo la distanza geografica ma anche la frequenza delle partenze dall'estero, in particolare nel secondo decennio del nuovo millennio (ad esempio Groningen nel 2002, Amsterdam nel 2010, Apeldoom nel 2016, Gerusalemme nel 2018) interessando principalmente alcuni paesi nordeuropei (quali, ad esempio, Paesi Bassi, Danimarca, Belgio) caratterizzati dall'antica tradizione ciclistica, dalla notevole diffusione dell'uso della bicicletta e dal grande amore del pubblico nei confronti del ciclismo.

A ciò si aggiunge l'effetto della liberalizzazione del mercato televisivo (sulla base della legge 10/1985), la quale ha reso possibile l'incremento non solo dei diritti televisivi ma – grazie alle innovazioni tecnologiche che permettono il miglioramento delle riprese in diretta e la crescente attrattività dello spettacolo – anche dell'appetibilità pubblicitaria e della copertura mediatica e, quindi,

del numero degli sponsor e dei compensi ai corridori.

Nel processo di globalizzazione del Giro d'Italia l'azione dell'UCI ha svolto un ruolo di fondamentale importanza, perché improntata dalla *mission* della diffusione mondiale del ciclismo attraverso la partecipazione di corridori non europei a gare europee e l'inclusione di gare non europee nel calendario. Per ottenere tali risultati l'UCI ha considerato necessario non solo aumentare la qualità dello spettacolo, elemento indispensabile per renderlo mediaticamente appetibile e accrescere i proventi dalle sponsorizzazioni, ma anche garantire, o almeno rendere meno aleatorio, il profitto agli sponsor (Morrow S., Idle C., 2008). A tale scopo, nel 1989, influenzando la citata seconda fase nell'evoluzione del Giro, istituì la UCI Road World Cup, cioè un *ranking* internazionale in base al quale i ciclisti dovevano accumulare punti durante l'anno per essere ammessi a partecipare alle gare più prestigiose, alle quali gli organizzatori potevano invitare solo le squadre detentrici dei migliori posti in classifica (Brewer B. D., 2002). Di conseguenza, arrivarono sponsor con maggiori capacità di investimento, interessati alla visibilità del loro marchio a livello internazionale e che sceglievano di partecipare a gare nei Paesi che costituivano i mercati di riferimento.

Tale sistema è stato modificato nel 2005, influenzando la terza e ultima fase, con l'introduzione del circuito Pro Tour, lega chiusa di 20 squadre che hanno l'obbligo di partecipare a tutte le 27 gare del circuito stesso che riescono così ad attrarre gli sponsor maggiori (Modesto D., 2013).

Nel 2011 si verifica un ulteriore cambiamento attraverso l'istituzione del circuito World Tour, prodotto dalla fusione del circuito Pro Tour e del calendario storico comprendente i tre grandi Giri e le cinque corse "monumento" europee[11], che prevede 18 squadre con licenza World Tour, 38 gare del circuito World Tour alcune delle quali in Paesi emergenti, quali ad esempio Turchia, Cina, Emirati Arabi Uniti, Polonia (Rebeggiani L, 2016).

Tale evoluzione ha prodotto evidenti effetti nell'ambito delle sponsorizzazioni delle squadre ciclistiche, che mostrano caratteri peculiari rispetto agli altri sport in quanto la squadra non prende il nome della città di riferimento ma dello sponsor, insieme al fatto che i tifosi e i team hanno un legame di fidelizzazione con il territorio debole, derivante più dalla nazionalità dei corridori che da quella della loro squadra (Di Domizio M.,

[11] Per classiche monumento si intendono Milano-San Remo, Giro delle Fiandre, Parigi-Roubaix, Liegi-Bastogne-Liegi, Giro di Lombardia.

Palombini M., 2010), per cui può capitare che imprese multinazionali finanzino squadre di federazioni piccole e di recente tradizione (Rebeggiani L., Tondani D., 2006).

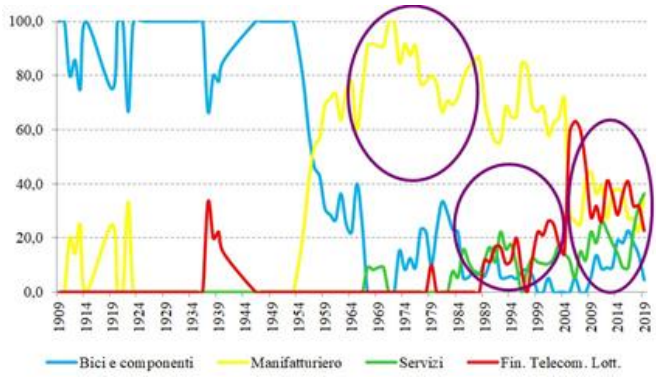
Come già accennato in precedenza, la provenienza settoriale degli sponsor è molto cambiata nel corso delle edizioni. Fino a metà anni Cinquanta essi erano produttori di biciclette, pneumatici e componenti, di dimensioni aziendali che andavano dai piccoli artigiani alle grandi fabbriche, provenienti generalmente dalle regioni dell'Italia settentrionale ma anche dalla Francia, a volte con specializzazione limitata perché contemporaneamente produttori anche di altri beni, come automobili, moto, macchine da cucire. Negli anni Trenta si registrano le prime sponsorizzazioni esterne al ciclismo, provenienti dal settore dell'editoria e da quello, ad esempio, degli enti con fini sociali (dopolavoro).

Le imprese manifatturiere, divenute sponsor dalla metà degli anni Cinquanta, erano rappresentate fino agli anni Settanta da imprenditori benestanti e grandi appassionati, ma nel decennio successivo, con il calo dell'interesse dei *media* per la scarsità di campioni italiani, si assiste all'abbandono della grande industria e alla permanenza delle sole piccole imprese. Con i cambiamenti osservati a metà degli anni Ottanta e la liberalizzazione del ciclismo nei Paesi

dell'Europa orientale, arrivano sponsor di dimensioni più grandi, come multinazionali con interessi nelle catene commerciali, nelle lotterie e nelle telecomunicazioni (fig. 8). Contemporaneamente le aziende produttrici di biciclette perdono sempre più importanza e assumono il ruolo di meri fornitori tecnici e co-sponsor.

Dalla metà del primo decennio del nuovo millennio, corrispondente alla terza fase già citata, gli sponsor industriali diminuiscono ulteriormente, mentre aumentano quelli provenienti dai settori della finanza (assicurazioni, banche), delle telecomunicazioni e delle lotterie, cioè multinazionali interessate al mercato globale. Sebbene in diminuzione, continua la prevalenza degli sponsor manifatturieri extra-settoriali, mentre riprendono quota gli sponsor settoriali internazionali (Lagae W., 2016).

Fig. 8 – Settore di attività economica del "main sponsor" nelle squadre partecipanti alle edizioni del Giro 1909-2019 (val%)

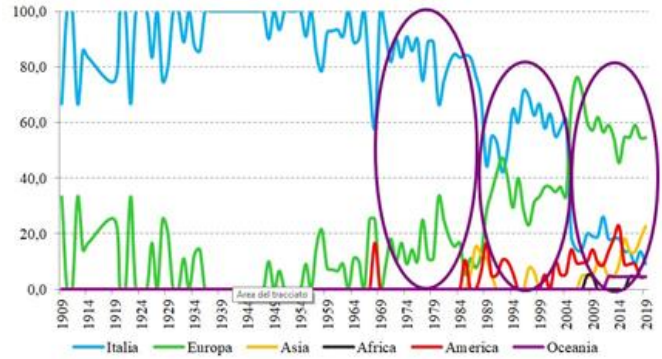


Fonte: elaborazione propria dati www.procyclingstats.com e fonti varie

Tra le particolarità settoriali si rilevano l'assenza di produttori di sigarette, molto rilevanti invece in altri sport, e la presenza di sponsorizzazioni governative finalizzate ad aumentare la visibilità e la popolarità del territorio, come nei casi di Baleari e Colombia (Radicchi E., 2014), nonché di sponsor rappresentati da consorzi di aziende come quelli provenienti da Kazakistan, Emirati Arabi Uniti, Bahrein e Russia.

Come accennato, è cambiata anche la provenienza geografica dei *main sponsors*, emergendo fino a metà degli anni Sessanta quelli europei, soprattutto francesi, mentre nel ventennio successivo, per i motivi citati, aumentano sensibilmente le industrie manifatturiere europee e contemporaneamente diminuiscono gli sponsor italiani. Successivamente fanno il loro ingresso anche gli sponsor americani e asiatici, mentre continuano la flessione di quelli italiani e l'aumento di quelli europei, tanto che negli anni 2000 per la prima volta questi ultimi diventano prevalenti. L'ultimo periodo si caratterizza per la prosecuzione delle tendenze già osservate, come il calo degli italiani e l'aumento non solo degli europei ma anche degli sponsor provenienti da Asia e America, e per l'arrivo di investitori anche da Africa e Oceania.

Fig. 9 – Continente di provenienza del "main sponsor" nelle squadre partecipanti alle edizioni del Giro d'Italia 1909-2019 (val%)



Fonte: elaborazione propria dati www.procyclingstats.com e fonti varie

Dal punto di vista geopolitico, l'analisi fin qui svolta consente di individuare, in una prospettiva diacronica, le regioni ciclistiche mondiali:

- primaria: i Paesi dell'Europa occidentale più anticamente coinvolti nella pratica ciclistica, considerabili culla del ciclismo, per la più antica istituzione delle federazioni, dell'organizzazione dei campionati del mondo e delle grandi corse a tappe, per numero di squadre e di ciclisti;

- secondaria: alcuni Paesi americani (USA, Canada, Colombia) e l'Australia, che dagli anni Ottanta del Novecento hanno

partecipato e vinto nei grandi giri;

- terziaria: alcuni Paesi asiatici (Giappone, Cina), africani (Etiopia, Eritrea, Ruanda, Tunisia), nei quali il ciclismo è arrivato con il dominio coloniale pur non avendo mai raggiunto una buona diffusione, e che si sono recentemente affacciati alla ribalta mondiale grazie all'azione dell'UCI.

Il ruolo dell'Italia nel palcoscenico ciclistico mondiale, nonostante la sua antica tradizione, sembra essersi affievolito negli ultimi anni come evidenziato da una tendenza alla diminuzione del numero di ciclisti italiani nelle squadre World Tour, passati da 102 nel 2005 a 52 nel 2019, e dall'assenza di squadre italiane tra le licenze World Tour (erano 3 nel 2005), presumibilmente legata al minore interesse degli sponsor nazionali, di minore peso economico e forse più colpiti dalla crisi economica internazionale, ad effettuare investimenti così rilevanti per raggiungere un mercato dalle caratteristiche molto peculiari.

Si può immaginare che le prospettive future per il processo di globalizzazione del Giro d'Italia, se l'azione dell'UCI proseguirà sulla traiettoria già individuata, vedano un'ulteriore espansione spaziale delle relazioni economiche e geopolitiche dell'evento, riflettendosi nella sempre più ampia

provenienza dei corridori partecipanti, dei vincitori, delle squadre e delle aziende sponsorizzatrici.

Bibliografia

Abis S. (2013), "Sports et relations internationales : l'offensive du Qatar", in *Confluences Méditerranée*, 1, 117-130.

Andreff W. (2008), "Globalization of the sports economy", in *Rivista di Diritto ed economia dello sport*, 3, 13-32.

Andreff W. (2012), *Mondialisation économique du sport*, De Boeck, Bruxelles.

Augustin J.P. (1996), "Les variations territoriales de la mondialisation du sport", in *Mappemonde*, 4, 16-20.

Augustin J.P. (2011), "Introduction: le sport attracteur d'organisation sociale et intermédiaire de la mondialisation", in *Annales de géographie*, 4, 353-360.

Bačík V., M., Mignot J.F., (2019), "What made the Tour successful? Competitive balance in the Tour de France, 1974-2017", in *Sport in Society*, 29 maggio, 1-19.

Bale J. (2003), *The growth and globalization of sports*, in Bale J., *Sports geography*, Routledge.

Bergonzi P. (2017), *100 volte Giro. Il libro ufficiale del centesimo Giro d'Italia*, Gazzetta dello Sport Milano.

Bloomfield S. (2009), *A mountain to climb*, in *The Guardian*, 3 maggio.

Brewer B.D. (2002), "Commercialization in professional cycling 1950-2001: institutional transformations and the rationalization of "doping"", in *Sociology of Sport Journal*, 19, 276-301.

Bueti S. (2015-16), *La storia dello sport business*, tesi di laurea in Storia dell'economia e dell'impresa, LUISS Guido Carli.

Conti B. (2009), *100 storie del Giro, 1909-2009*, Graphot, Torino.

Dauncey H. (2012), *French cycling. A social and cultural history*, Liverpool University Press, Liverpool.

De Roux Lopez R. (2007), "Presentacion. Deporte y sociedad en America Latina", in *Caravelle*, 89, 7-10.

Desbordes M. (2006), *The economics of cycling*, in Andreff W, Slymanski S., *Handbook on the economics of sport*, Edward Elgar, 398-411.

Di Domizio M., Palombini M. (2010), "Competitività orizzontale e verticale nel ciclismo professionistico. Alcune riflessioni sul circuito Pro Tour", in *Rivista di diritto ed economia dello sport*, 4, 35-54.

Dussán Lugo C.A., Vergara Stavro H.L. (2010), *El ciclismo colombiano en los ultimos 20 años: crisis deportiva y mediatica*, tesi presso la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotà.

Franzinelli M. (2015), *Il Giro d'Italia. Dai pionieri agli anni d'oro*, Feltrinelli, Milano.

Gaudin B. (2009), "L'Ethiopie sportive pré-marathonienne 1924-1960" in *Aethiopica*, 12, 83-110.

Gilard J. (2007), "1953: des cyclistes colombiens en France", in *Caravelle*, 89, 69-97.

Giulianotti R., Robertson R. (2007), "Sport and globalization: transnational dimensions", in *Global networks*, 2, 107-112.

Gueguen G. (2009), *La diversité culturelle dans le sport de haut niveau. Le cas des coureurs de l'Europe de l'Est dans le Tour de France*, in XV Conférence Scientifique Internationale du Réseau PGV, Bratislava, Slovaquie, septembre.

Koch N. (2018), "The geopolitics of sport beyond soft power: event ethnography and the

2016 cycling world championships in Qatar", in *Sport in society*, 12, 2010-2031.

Lagae W. (2016), *Peculiarity of sponsorship in professional road cycling*, in Van Reeth D., Larson D.J. (a cura di), *The economics of professional road cycling*, Springer International Publishing, Switzerland, 83-98.

Maguire J. (2008), *Sport and globalisation*, in www.sportanddev.org, Swiss Academy for Development, Switzerland.

Marchesini D. (2003), *L'Italia del Giro d'Italia*, Il Mulino, Bologna.

Mignot J.F. (2016), *The history of professional road cycling*, in Van Reeth D., Larson D.J. (a cura di), *The economics of professional road cycling*, Springer International Publishing, Switzerland, 7-31.

Mignot J.F. (2016), *An Economic History of the Tour de France, 1903-2015*, in Pomfret R., Wilson J.K. (a cura di), *Sports through the lens of economic history*, Edward Elgar, 55-70.

Milosevic M. (2012), *Bidding process for hosting the 2016 World Road Championship in Norway*, tesi del Master of Science in International Hotel and Tourism Leadership, Facoltà di Scienze Sociali, Università Stavanger.

Modesto D. (2013), *Il ciclismo professionistico: analisi del business e possibili evoluzioni*, tesi di laurea, Corso di Laurea magistrale in Amministrazione Finanza e Controllo, Università Ca Foscari.

Morrow S., Idle C. (2008), "Understanding change in professional road cycling", in *European Sport Management Quarterly*, dicembre.

Moscoso Sanchez D.J., Alonso Delgado V. (2005), "Globalización y deporte. Una propuesta de investigación a través del fútbol en Canarias", in *Cultura Ciencia y Deporte*, 3, vol. 1., 125-130.

Ormezzano G. (1997), *Storia del ciclismo*, Longanesi, Milano.

Pascetta C. (2019), *Prime riflessioni sui luoghi del ciclismo nelle 100 edizioni del Giro d'Italia*, in Salvatori F. (a cura di), *L'apporto della geografia tra rivoluzioni e riforme*, atti del XXXII Congresso Geografico Italiano, Roma, 7-10 giugno 2017, A.Ge.I, Roma, 2867-2874.

Radicchi E. (2014), "Sport sponsorship evolution in the economic recession: analytical evidence from empirical cases", in *Physical culture and sport. Studies and research*, 5, 51-64.

Rebeggiani L. (2016), *The organizational structure of professional road cycling*, in Van

Reeth D., Larson D.J. (a cura di), *The economics of professional road cycling*, Springer International Publishing, Switzerland, 33-54.

Rebeggiani L., Tondani D. (2006), "Efficienza ed equilibrio competitive nell'organizzazione del ciclismo professionistico internazionale", in *Rivista diritto ed economia dello sport*, 3,vol II, 101-122.

Siebetcheu R. (2017), "Geografia delle lingue nel calcio italiano un'analisi demo-linguistica", in *Geotema*, 54, 132-138.

Tondani D. (2005), "I ranking internazionali come rimedio alle asimmetrie informative negli sport individuali: il caso del ciclismo professionistico", in *Rivista di diritto ed economia dello sport*, 2, vol. I, 93-117.

Toschi U. (1967, postumo), *Trattato italiano di economia*, vol. IV, UTET, Torino.

Zheng J. (2016), "The development of elite cycling in China", in *International journal of the history of sport*, 5, 586-606.

Geopolitica dello sport nell'era della mondializzazione.

Identità sportive nazionali tra tradizione e globalizzazione

di Daniele di Tommaso, Anna Maria Pioletti

Abstract

The present intervention aims to investigate whether, similarly to what happened in the passage from the undisputed dominance of the nation-states to their crisis, due to the phenomena of globalization, something similar happened to national sports in the context of globalization. Can we still talk about national sports? From a purely

statistical point of view, i.e. in relation to the most followed or most practiced sports disciplines or in which the best competitive results are obtained in a given country? Or even, as it was originally, as a sporting activity that is part of a country's national culture, as a practice rooted in the collective identity of a people or nation-state? The answer is that the scenery has changed: certainly there is still a link between nationality and sport, but it is mainly expressed in the declination of sports, that have become planetary, in terms of national identification, through the use of various symbolic elements. Furthermore, the great global sports, in addition to having enormous economic value, are also of great importance in the international recognition of emerging geopolitical and geo-economic realities or national realities not yet endorsed by the global political community. This does not mean that, in some cases, there is not still an intense correspondence between a geographical reality and a particular sporting discipline, for historical, environmental, sociological reasons.

Key words: National sports, Globalization, Identity

1. Introduzione

È noto come negli ultimi decenni si sia da più parti prospettata, in ambito geopolitico, la fine o per lo meno la crisi degli stati nazionali. (Ohmae, 1996; Badie, 1996; Cooper, 2004; Friedman, 2005; Khanna, 2016;). L'affacciarsi sulla scena globale di attori non statuali, e talvolta nemmeno territoriali, ha messo in discussione un sistema di organizzazione politica del territorio consolidatosi nei secoli fino a coinvolgere ogni parte del globo. Imprese multinazionali, chiese, organizzazioni criminali e terroristiche, agenzie di rating, mondo finanziario, nonché realtà infrastatuali come le regioni e transnazionali come l'Unione europea, ma anche la sempre più determinante rete urbana globale, hanno sottratto porzioni di sovranità agli Stati nazionali, i quali, tuttavia, pare abbiano mostrato resilienza e capacità di adattarsi al mutato ordine (Ramonet, 1998), tanto da non suscitare alcun legittimo sospetto del loro effettivo superamento. (Stiglitz, 2011)

Il presente intervento mira ad investigare se, analogamente a quanto è accaduto nel passaggio dal predominio indiscusso degli Stati-nazione alla loro crisi, dovuta ai fenomeni di globalizzazione, sia avvenuto qualcosa di simile agli sport nazionali nel contesto della mondializzazione. Si può ancora parlare oggi di sport nazionali? Se si, con quale accezione? Andremo ad analizzare come il destino dello sport moderno, infatti, si leghi

indissolubilmente a quello degli stati, per cui è lecito chiedersi come si sia sviluppata tale connessione nei decenni.

Ricordiamo che lo sport moderno nasce nella Gran Bretagna vittoriana di fine Ottocento, per poi diffondersi gradualmente nel mondo, in concomitanza coll'affermazione del nazionalismo e dell'imperialismo europei. Alcuni autori sono critici sul significato assunto dallo sport rispetto al gioco, fino a spingersi ad affermare come il primo sia una degenerazione del secondo.

Johan Huizinga sottolinea, ad esempio, la degradazione dello sport rispetto al gioco (Huizinga, 1938). Nel gioco, infatti, si generava cultura, sulla base di regole e di responsabilità, mentre lo sport, almeno nell'accezione che esso riveste nella competizione tra i vari paesi europei di fine diciannovesimo secolo, non sarebbe che una puerile manifestazione di agonismo, in armonia con l'affermarsi della volontà di potenza niciana. Lo sport, dunque, costituisce uno degli elementi chiave della formazione dei giovani e della loro educazione ai valori propri degli Stati-nazione, sia in chiave liberale, sia in chiave totalitaristica; da un lato svolge la funzione di educare i giovani alla guerra (Canella, Giuntini e Granata, 2019), da un altro quello di formare all'imprenditività e al coraggio le classi dirigenti, da un altro ancora quello di canalizzare e sublimare le pulsioni e

l'aggressività; col tempo si consolidano, nelle singole realtà nazionali, tradizioni sportive. (Elias, Dunning, 1989). Ciò viene fortemente incentivato dagli apparati di potere dei paesi in questione, in quanto, specie negli sport di squadra, viene intravisto un forte elemento di coesione identitaria e una valenza sociale di attrattore delle masse (Anderson, 1996). Lo stesso Eric Hobsbawn ci ricorda come "le comunità immaginate di milioni di persone ci sembrano più reali di una squadra di undici persone. L'individuo (...) diventa un simbolo della nazione" (Hobsbawn, 1990, p.143). Anche Norbert Elias afferma come la coscienza del "noi", che pre-esiste alla coscienza nazionale, si alimenta fortemente dell'esperienza sportiva. I gruppi sociali, infatti, generano tradizioni tali da cementare il senso identitario, e ciò è evidente in ambito sportivo, in cui gli stessi atleti possono essere considerati simboli di un'identità (Elias, 1994).

Nel secondo paragrafo prenderemo in esame il significato degli sport nazionali con una analisi della letteratura sul tema, mentre nel terzo si considereranno alcuni casi di studio di sport che si possono definire nazionali, nel quarto e quinto forniremo alcuni spunti per una lettura critica del fenomeno per futuri approfondimenti.

2. Il significato degli sport nazionali

Prendendo in considerazione i contributi di vari autori sul tema, possiamo cominciare con il definire il significato di sport nazionale. Un termine che ha molte accezioni che meritano di essere analizzate.

Il primo significato di sport nazionale è quello di essere parte integrante della cultura propria di un paese, come nel caso del cricket per l'Asia del Sud, in cui lo sport rappresenta molto di più di uno sport ma è parte dell'identità collettiva (Chakraborty, 2018). Si tratta dunque di un criterio valoriale-identitario, che rende tali pratiche sportive ben radicate nell'identità di un popolo o di uno stato-nazione. Perché uno sport possa essere definito propriamente "nazionale", secondo tale accezione, deve essere inteso come componente indiscutibile, per qualche ragione, della cultura nazionale di un certo paese. Ciò è avvenuto, specialmente all'interno del Commonwealth, mediante fenomeni di "indigenizzazione": le colonie britanniche hanno fatto propri, in modo profondamente radicato, sport britannici, che hanno soppiantato giochi tipici locali (Bale, 1994). Basti pensare al ruolo di alcune discipline quali il cricket, il rugby e l'hockey su prato e la loro diffusione spaziale (Malcolm, 2013). In un recente volume curato da John Nauright and Sarah Zipp (2020) viene posto l'accento sul fatto che accanto a sport praticati in tutto il mondo come il calcio e il basket, ve ne siano altri che hanno un

massiccio seguito regionale o sono diventati sinonimo di identità nazionale. Il cricket inglese della tradizione è molto diverso dal frenetico e commercializzato "Calypso cricket" delle Indie Occidentali, che rappresenta una ennesima variazione di questo storico sport (Nauright, Zipp, 2020).

Un criterio per distinguere gli sport che più si radicano nella mentalità di un popolo può essere quello temporale, oltre che il numero di quanti seguono o praticano tale sport. Vediamo dunque quali esempi, sulla base di tali parametri temporali, possono essere ascritti a tale primo significato di sport nazionale. Il rugby nasce in Inghilterra, ufficialmente nel 1871, otto anni dopo che era già stata fondata la Football Association (1863), con cui vedeva la luce il calcio moderno (il cosiddetto soccer), all'inizio non ben distinguibile dal rugby. Data la comune origine britannica e la nascita alle origini dello sport moderno, entrambe tali discipline possono essere considerate sport nazionali inglesi e britannici. Un giocatore di rugby su tre al mondo è inglese (2 milioni su 6 milioni circa di abitanti) (https://www.onrugby.it/2015/03/31/la-vera-capitale-di-ovalia-e-tonga-poi-il-resto-del-pacifico-lo-dicono-i-numeri/ e http://publications.worldrugby.org/yearinreview2018/en/54-1)

Ancora più marcata, in relazione al rugby, è la sua diffusione nel Commonwealth, specialmente in arcipelaghi dell'Oceania, in cui il rapporto tra popolazione e giocatori è inferiore a dieci, per cui ogni due, cinque o nove abitanti, vi è un giocatore di rugby. (la palma va a Tonga, un giocatore ogni 1,77 abitanti).

Tab. 1 – Quadro d'insieme della pratica sportiva in rapporto alla popolazione

Paese	**Popolazione**	**Tesserati**	**Totale giocatori**	**Abitanti/ tesserati**	**Abitanti/ giocatori**
TONGA	106.398	23.873	60.030	4,45	1,77
SAMOA	201.316	13.249	13.249	15,19	15,19
FIJI	926.276	123.900	225.180	7,47	4,11
NUOVA ZELANDA	4.545.627	156.074	156.074	29,12	29,12
GALLES	3.138.600	107.959	107.959	29,07	29,07
IRLANDA E ULSTER	6.738.000	94.067	209.906	71,62	32,10
AUSTRALIA	23.470.144	271.992	477.031	86,28	49,20
SCOZIA	5.438.000	46.050	182.131	118,08	29,85
SUDAFRICA	55.380.208	635.288	691.559	87,17	80,08
INGHILTERRA	55.980.000	355.153	2.112.603	157,62	26,49
FRANCIA	67.364.360	258.247	533.131	260,85	126,35
ARGENTINA	41.446.246	121.281	161.265	341,73	257,00
ITALIA	62.246.672	77.739	96.088	800,71	647,80

Dati tratti da: http://publications.worldrugby.org/yearinreview2018/en/54-1 e https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/populationestimates; https://ecas.ec.europa.eu/

Si può affermare che per definire uno sport come nazionale è però opportuno incrociare i dati relativi ai suoi praticanti e il numero di anni in cui tale sport è presente nel paese. Anche nel caso di Tonga, se consideriamo il rugby, *Encyclopedia of Rugby Football* by John Robert Jones (1966) vale tale criterio, dal momento che esso è stato il primo sport in senso moderno introdotto nell'arcipelago, nel 1923 (anche se oggi la sua versione più diffusa a Tonga, la rugby league, risale ad un periodo successivo). Lo stesso dicasi per gli altri arcipelaghi della regione, nei quali il rugby costituisce lo sport nazionale. I paesi britannici rappresentano la culla del rugby: nato in Inghilterra nel 1871, si diffuse in Irlanda, sempre negli anni Settanta dell'Ottocento, in Scozia, nel medesimo periodo, nel Galles, una decina di anni dopo. Anche in Francia le prime società rugbistiche nacquero negli anni '80 del 1800. Allo stesso periodo, all'incirca, risalgono le federazioni australiane e quelle neozelandesi (1876), nonché quella sudafricana (1876). In Argentina il rugby giunse nello stesso periodo (seconda metà dell'Ottocento), ma raggiunse una certa popolarità solo a partire dal secondo dopoguerra, con alterne vicende (Jones, 1966).

In Italia il rugby fu introdotto all'inizio del ventesimo secolo come affermano Giacomo Mazzocchi e Laura Pisani e cominciò ad avere una certa diffusione col regime fascista, che lo reputava

adatto alla formazione dello spirito di combattimento. Nel dopoguerra, il legame col fascismo influì generando una certa crisi. Col tempo, però, pur non diventando mai nel nostro paese uno sport di massa, il rugby italiano è giunto ai vertici dell'agonismo globale (Mazzocchi, Pisani, 2006) Seppur, dunque, nei due paesi latini, Italia e Argentina, dal punto di vista cronologico il rugby abbia una forte tradizione, il numero dei suoi tesserati non è lontanamente paragonabile a quello dei paesi oceanici o anglosassoni sovracitati, né a quello dei calciatori argentini e italiani, (rispettivamente 140.000 e 1.100.000, mentre nel rugby sono 57.000 e 82.143, https://www.world.rugby/documents/annual-reports,https://img.fifa.com/image/upload/jlr5corccbsef4n4brde.pdf), e quindi non può essere considerato uno sport nazionale, mentre tale può essere considerato, per numero di tesserati e per anni di vita delle rispettive federazioni nei paesi anglosassoni e nelle ex-colonie citate. Rispetto alla questione dell'investimento politico nei confronti dello sport, si può evidenziare come il regime fascista, ad esempio, tra il 1927 e il 1929, inizialmente cauto verso tale disciplina, l'abbia in seguito approvata e ritenuta degna di un popolo di "soldati", anche se non diede vita ad un settore giovanile e ad una preparazione specifica rugbistica. Per molto tempo, fino agli anni Ottanta del Novecento, in Italia i rugbisti erano atleti che

svolgevano altre attività sportive e praticavano il rugby come secondo sport, si vedano a tal proposito gli esempi dello schermidore Renzo Nostini, dell'atleta Primo Nebiolo, del nuotatore Carlo Pedersoli (noto al grande pubblico come Bud Spencer). Su altri sport il fascismo prima e l'Italia repubblicana poi puntarono maggiormente, forse non ritenendolo del tutto in linea con le tradizioni nostrane. (Mazzocchi, Pisani, 2006)

In altri casi, gli sport nazionali, per ragioni storiche, per decisione politica o per motivi di partecipazione di pubblico e di numero di tesserati (più raramente) vengono definiti per legge, nonostante in molti casi tali discipline sportive siano più da ascriversi all'ambito folclorico che a quello propriamente agonistico. In Afghanistan, ad esempio, lo sport che ricopre il ruolo di sport equestre nazionale risulta essere il Buzkashi (Whitney Azoy, 2012), in Argentina il Pato (Nauright, Parrish, 2012), nelle Bahamas lo Sloop Sailing, in Bangladesh il Kabaddi (http://www.kabaddiikf.com/), in Brasile la Capoeira (De Stefano, 2017), in Canada il Lacrosse e l'Hockey su ghiaccio (https://lessportsnationaux.wordpress.com/au-canada/), in Cile il Rodeo Cileno (http://revistaurbanismo.uchile.cl/), Colombia il Tejo (http://www.glin.gov/view.action?glinID=73716), in Iran il Varzesh e-Bastani, il Wrestling e il Polo,

in Messico la Charreria (http://www.sectur.gob.mx/), in Nepal il Dandi Biyo, nelle Filippine l'Arnis (Wiley, 2001; http://www.filipiniana.net/), a Porto Rico il Paso Fino Horse Racing (oslpr.org), nello Sri Lanka la Pallavolo, in Uruguay le Destrezas Criollas (http://www.glin.gov/view.action?glinID=177996).

Se prendiamo ad esempio il Pato, esso, in Argentina, riflette le scelte di Juan Peròn, che lo istituì come sport nazionale nel 1953, in quanto incarnava i simboli e i valori del nazionalismo argentino, strettamente legati alle tradizioni rurali. Non se ne può parlare però in termini di vera identificazione popolare con una disciplina sportiva, dal momento che, sebbene le sue origini pare risalgano al 1610, non ha certamente il seguito, né come tifosi, né come praticanti, del football o del polo (Nauright, Parrish, 2012). Diverso il caso dell'hockey su ghiaccio in Canada, che certamente riflette, come sport nazionale, anche l'ampio numero di praticanti (621.026 nel 2019 su 37.590.000 di abitanti) e di sostenitori e la sua lunga storia (prima partita disputata nel 1855). (Nauright, Altukhow, 2020).

Un altro criterio statistico, che certamente risente delle scelte politiche dei singoli paesi, ma anche di fattori economici che andremo ad affrontare in seguito, è il numero di quanti seguono un determinato sport. In questo caso ciò di cui

bisogna tenere conto sono le presenze di spettatori alle competizioni sportive e il numero di persone che seguono gli incontri in televisione, su reti gratuite o a pagamento, su siti internet. I tre sport più seguiti al mondo sono il calcio, con 4 miliardi di appassionati, il cricket, con due miliardi e mezzo, e il basketball con 2 miliardi e 300 milioni di adepti. (https://www.totalsportek.com/most-popular-sports/) Gli sport più seguiti nei vari paesi del mondo risultano essere: il cricket in Australia, India, Sri Lanka, Pakistan, Afghanistan, Nepal, Emirati Arabi Uniti, Guyana inglese (https://www.icc-cricket.com/); il tennistavolo in Cina, il Wrestling in Mongolia, il Baseball a Cuba, Santo Domingo, Panama, Nicaragua, Colombia, Giappone, Taiwan, Venezuela (Elias, 2001; Hernández, 2011); il Kick boxing in Thailandia, il Tiro con l'arco nel Buthan, l'Hockey su ghiaccio in Canada e Finlandia, Il Football americano negli Stati Uniti, lo Sci in Austria e Estonia, il Football gaelico in Irlanda, (https://www.gaa.ie/api/pdfs/sport) il Basketball nelle Filippine; il Rugby in Nuova Zelanda, Nuova Guinea, Tonga, Samoa, Fiji; il Calcio in tutti gli altri paesi del mondo.(Porro, 2008) (Mc Carthy in https://www.statista.com/chart/10042/the-most-popular-spectator-sports-worldwide/). In questo caso, come vedremo, la definizione di sport nazionale non va a combaciare necessariamente con la necessità di cementare un'identità nazionale,

ma risente di altre variabili legate all'affermarsi del mercato internazionale globale.

Un altro parametro di cui ci si può avvalere è invece quello di quanto in un determinato sport un certo paese riesca ad emergere, in proporzione alle altre discipline sportive. Si tratta di un valore oggettivo, che tiene conto dei risultati per paese nelle competizioni internazionali. In questa speciale classifica, nel baseball ottengono i loro migliori risultati Messico, Venezuela, Bolivia, Iraq, Afghanistan, Myanmar, Indonesia, Filippine, Giappone, Corea del Sud, Nepal, Bangladesh (https://rankings.wbsc.org/); nel basket Stati Uniti, Francia, Spagna, Cina, Grecia, Turchia, Slovenia, Mauritania, Lituania, Siria, Madagascar, Angola, Mozambico, Libia, Ciad, Nigeria, Camerun (https://www.fiba.basketball/rankingmen); nell'Hockey su ghiaccio Canada, Svizzera e Russia (https://www.iihf.com/en/worldranking); nella pallamano Danimarca, Germania, Svezia, Algeria, Egitto, Arabia Saudita, Croazia, Romania, Ungheria, Islanda (https://archive.ihf.info/en-us/thegame/rankingtable.aspx); nel rugby (nelle sue due versioni) Regno Unito e Irlanda, Namibia e Sudafrica, Tanzania e Nuova Guinea, India, Pakistan, Australia, Nuova Zelanda, Tonga, Samoa e Fiji (https://en.wikipedia.org/wiki/World_Rugby_Ranki

ngs); nell'Hockey su prato Kenya, Azerbaijian, Malesia, Paesi bassi (http://www.fih.ch/rankings/outdoor/); nella pallavolo Italia, Polonia, Tunisia, Marocco, Bulgaria, Brasile, Suriname, Iran (https://www.fivb.com/en/volleyball/rankings); gli altri paesi (pochi, rispetto al solito) hanno invece i loro migliori risultati nel calcio. (https://www.fifa.com/fifa-world-ranking/)

3. Può avere ancora senso parlare di sport nazionali, in uno o più fra i diversi significati che tale espressione è in grado di assumere?

L'identità nazionale non è acquisita una volta per sempre. Tuttora, malgrado l'avvento della commercializzazione degli anni '80 e '90, che ha privato gli stati-nazione del ruolo di *decision makers* nell'ambito dello sport internazionale e delle sue istituzioni, consegnandolo *de facto* alle forze economiche multinazionali, lo sport e la sua rappresentazione continuano a svolgere un ruolo chiave per l'identificazione nazionale. I grandi eventi sportivi, rimasti nella loro rappresentazione simbolica pressoché immutati, seguitano, assieme ai racconti delle leggendarie gesta epico-sportive del passato, ad attraversare le generazioni e a rafforzare l'identificazione nazionale, collegando il passato al presente (Sbetti, 2011).

Se la globalizzazione ha condotto ad un sostanziale svuotamento di tale fenomeno, per cui la costruzione di un comune sentire nazionale non deriverebbe dal sentirsi rappresentati da una certa disciplina piuttosto che da un'altra, ma da altre simbologie, che andremo in seguito ad analizzare, proprie di pochi sport globalmente diffusi, non si può negare che la mondializzazione dello sport conviva con l'attribuzione di una maggiore o minore importanza a determinati eventi sportivi, a seconda dell'appartenenza nazionale e di come tale disciplina sia radicata nell'identità nazionale di un certo popolo. Se in alcuni casi ciò avviene, per così dire, spontaneamente, esiste anche quella che possiamo definire una costruzione identitaria localistica basata, ad esempio, sulla conservazione ed il sostegno a discipline sportive tradizionali locali, su scala regionale. È il caso, ad esempio, degli sport regionali valdostani, per i quali esiste una precisa legge regionale che ha lo scopo di tutelarne la sopravvivenza (benché i praticanti rappresentino una percentuale significativa sulla popolazione totale della regione: ad esempio 1200 risultano i tesserati dello tsan, 800 quelli della rebatta, su 120.000 abitanti, dei quali 35.000 vivono nella città di Aosta, dove questi sport non vengono praticati. (Pioletti, 2012) e di regolarne la gestione (Legge regionale 11 agosto 1981, n. 53)

Complessivamente, però, in relazione alla cosiddetta epoca post-moderna si può parlare di una deterritorializzazione dello sport, di una perdita dell'ancoraggio che la maggior parte degli stati-nazione avevano con una o poco più discipline sportive. (Augustin, 2007; Pioletti, Porro, 2013)

A livello internazionale si è invece diffuso un ristretto numero di sports, sempre più popolari e per i quali vengono attuati importanti investimenti, in termini di capitali e di marketing, per il forte ritorno che garantiscono in ambito economico.

Altra questione importante e a ciò connessa è come i paesi emergenti da un punto di vista geopolitico ed economico diventino o cerchino di diventare protagonisti nella gestione di eventi sportivi globali. Pensiamo ai cosiddetti BRICS (Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica), alle tigri asiatiche (Corea del Sud, Singapore), alle petro-monarchie mediorientali, che si sono assicurati, non sempre senza polemiche, negli ultimi anni, l'organizzazione di competizioni sportive di prim'ordine. Citiamo in tal senso le Olimpiadi estive di Pechino 2008, di Rio de Janeiro 2016, i giochi olimpici invernali di Soči, in Russia, del 2014, di Pyeongchang in Corea del 2018, di Pechino nel 2022, i mondiali di calcio del Sudafrica del 2010, del Brasile del 2014, della Russia del 2018, del Qatar del 2022, l'introduzione dei Gran Premi di Formula 1 del Bahrein (2004), della Cina (2004), del Vietnam (2020), di

Singapore (2008), di Russia (2014), di Abu Dhabi (2009) (Bellinazzo, 2017).

Come si può spiegare, oltre che facendo riferimento ad una generica globalizzazione dei mercati, e quindi anche di quello sportivo, la de-territorializzazione dello sport?

Una possibile risposta anche se parziale, è offerta dal barone Pierre De Coubertin, fondatore dei giochi olimpici moderni. Egli aveva una posizione ambigua, tra un idealismo cosmopolita, per il quale «l'importante era che tutti partecipassero» e la volontà di affermare la *grandeur* francese, nell'organizzazione di grandi eventi sportivi internazionali (Sbetti, 2011). Ci si può riferire a tale insolito binomio come ad una sorta di dualismo dello sport. Per inciso, gli antichi Greci, cui De Coubertin guardava come ad un modello da seguire da un punto di vista dello spirito, non avrebbero condiviso l'idea per cui la vittoria fosse secondaria rispetto alla partecipazione: se è vero che le Olimpiadi avevano una connotazione sacra e ad atleti e spettatori bisognava consentire di raggiungere le sedi dei giochi anche in caso di guerre (non per questo le guerre però si arrestavano), la competitività era fortissima e l'agonismo poteva, in diversi casi, condurre alla morte degli atleti, specie nelle varie forme di lotta. Lo sport internazionale era dunque "un'arena" per le rivalità nazionaliste e il potere

internazionale dello sport era rinforzato dall'impulso nazionalista, che lo rendeva legittimo. La sua misurabilità e il suo universalismo fecero sì che lo sport internazionale potesse presentarsi come uno strumento, oggettivo e quantificabile, che in tempo di pace collimava con una visione darwinistica del mondo. Tutto ciò fino a giungere all'attuale rivalità planetaria nella gestione del potere sportivo globale (Sbetti, 2011)

Lo sport mondiale, dalle origini, è stato dunque edificato attorno a un dualismo di impossibile risoluzione: si reggeva sul principio della rappresentazione nazionale, ma, nondimeno, si appellava a un universalismo cosmopolita che andava oltre il nazionalismo. «Tutte le persone del mondo, raggruppate in nazioni, erano unite dal mondo dello sport. Attraverso lo sport internazionale, appartenere al mondo era mediato dall'appartenere a una nazione» (Keys, 2016, pp.1-14 cit. in Sbetti, 2011). La crescita della competitività nazionalista e della comunità internazionale avanzarono simultaneamente, rafforzandosi l'un l'altra, nello sport. La stessa Keys afferma come: «In un mondo pieno di ambiguità e complessità le contese sportive producono un risultato semplice e chiaro: ci sono vincitori e vinti. Inoltre lo sport offre continuamente la possibilità del cambiamento in quanto, i vincitori di oggi saranno i perdenti di domani» (Keys, 2016, pp.1-14 cit. in Sbetti, 2011).

Possiamo aggiungere che lo sport non è caratterizzato unicamente dalla duplicità di una dimensione nazionale e di una prospettiva universale globale economica, ma anche, come affermavano alcuni scrittori, da una plurivocità di significati.

Pier Paolo Pasolini, a tale proposito, evidenzia, ad esempio, la dimensione mistica del calcio, che considera «l'ultima rappresentazione sacra del nostro tempo. È rito nel fondo, anche se è evasione. Mentre altre rappresentazioni sacre, persino la messa, sono in declino, il calcio è l'unica rimastaci. Il calcio è lo spettacolo che ha sostituito il teatro» (http://www.centrostudipierpaolopasolinicasarsa.it/panoramiche/pasolini-e-il-calcio-passione-di-una-vita/).

Per lo scrittore uruguayano Eduardo Hughes Galeano, invece, il calcio è arte dell'imprevisto, e «per quanto i tecnocrati lo programmino perfino nei minimi dettagli, per quanto i potenti lo manipolino, il calcio continua a voler essere l'arte dell'imprevisto. Dove meno te l'aspetti salta fuori l'impossibile, il nano impartisce una lezione al gigante, un nero allampanato e sbilenco fa diventare scemo l'atleta scolpito in Grecia». (http://www.centrostudipierpaolopasolinicasarsa.it/panoramiche/pasolini-e-il-calcio-passione-di-una-vita/).

4. Si può parlare dunque ancora di sport nazionali?

Dopo aver esaminato i rapporti tra universalità e nazionalismo sportivi, ci si può dunque chiedere se si possa ancora parlare di sport propri delle singole realtà nazionali o solamente di declinazioni locali dei medesimi, pochi, sport globali.

Senza dubbio l'elemento geografico, ambientale, non può essere trascurato, benché la storia della geografia ci abbia insegnato a diffidare di un banale determinismo. Il rapporto tra ambiente e scelte umane è da intendersi in termini probabilistici e non necessari. Ciò non vale solamente per la storia della geopolitica, in cui si è preteso, ad esempio, di spiegare le differenti visioni di politica internazionale a partire dalla semplicistica contrapposizione tra potenze di mare e potenze di terra, ma anche in altri ambiti geografici, come in quello relativo alle risorse, la cui ricchezza, all'interno di un paese, non è sempre sinonimo di prosperità. (qualcuno parla addirittura di un destino infausto per chi ne possiede in grandi quantità, la cosiddetta *maledizione delle risorse*) (Mackinder, 1904; Auty, 1993).

In termini estremi, sport quali hockey su ghiaccio e sci sono facilmente e banalmente ascrivibili, come maggiore popolarità, a paesi con climi subpolari o alpini, così come il beach volley e sport d'acqua sono per loro natura più logicamente

praticabili in contesti climatici tropicali, o almeno temperati.

L'elemento storico, poi, rappresenta un forte ingrediente di corrispondenza tra discipline sportive e contesto nazionale. Abbiamo già fatto riferimento agli sport che gli inglesi hanno esportato nelle colonie, quali rugby, hockey su prato e cricket, i quali, ancor oggi, rivestono un ruolo nella pratica sportiva e godono di grande popolarità negli ex-membri dell'Impero britannico.

Il ciclismo, insieme al calcio e alla boxe, sono stati i primi sport davvero popolari nell'affermazione della società di massa tra il diciannovesimo e il ventesimo secolo in Europa. Ancor oggi queste tre discipline hanno grande popolarità mentre altri come il pugilato ne hanno in misura minore (https://www.boxeringweb.net/index.php/rubriche/storie-di-boxe/13893) in paesi quali Italia, Francia e Spagna.

Dal calcio, nato a Firenze nel Rinascimento e modernizzato dagli Inglesi in epoca moderna, sarebbe sorto, sempre in Gran Bretagna, il rugby. (Bennucci, Bini, Giovannelli, 2012) Il football americano, nato negli Stati Uniti, avrebbe avuto la vocazione di combinare gli aspetti più spettacolari del calcio e del rugby per dare ai giovani americani

uno sport grandioso in cui identificarsi e cimentarsi.

La storia spiega anche la diffusione del baseball in paesi geopoliticamente avversi alla sua culla, gli Stati Uniti, quali Cuba, la Corea e il Giappone. Nel paese del Sol Levante entrò a seguito della penetrazione commerciale forzata americana, nel 1870, ad opera di un insegnante statunitense. Durante il dominio nipponico, un missionario americano lo esportò anche in Corea. Nell'isola caraibica, invece, fu un giocatore professionista americano ad importarlo, radicandosi poi anche in altri paesi dell'area, a prescindere dalle ideologie di riferimento (Villalon, 2020).

5. Nazionalismo e simbologie dello sport globalizzato

Il passaggio dall'età moderna alla cosiddetta post-modernità ha condotto, come è noto, ad una relativa perdita di importanza degli Stati-Nazione, a vantaggio di attori sovranazionali o, al contrario, sub-nazionali, di ambito religioso, economico, finanziario, politico. Ciò ha portato, anche a livello sportivo, ad un nuovo processo di negoziazione simbolica, per il quale elementi, già presenti in precedenza, hanno assunto una maggiore rilevanza rispetto all'identificazione dei singoli paesi in

determinate discipline sportive, con i dovuti distinguo che si sono già analizzati.

Le simbologie nazionali nello sport si esplicano principalmente in alcuni ambiti: bandiere, colori, stemmi, inni nazionali, stadi nazionali, eroi sportivi nazionali, stili di gioco. Infatti mentre in precedenza si potevano intravvedere sport nazionali in cui i singoli paesi si identificavano, oggi tale prospettiva si rivela euristicamente insufficiente, lasciando invece lo spazio alle declinazioni simboliche nazionali di pochi sport di diffusione globale.

Se è semplice comprendere come colori, bandiere e stemmi, nonché gli inni nazionali e gli altri elementi sopra citati possano incarnare, ma, a loro volta, cementare il senso di appartenenza nazionale, più complesso è il discorso relativo agli stili di gioco nazionali.

Da quando il calcio è divenuto un fenomeno globale, ad esempio, e ciò si è verificato in modo graduale lungo il ventesimo secolo, non è più stato possibile identificare con tale sport questa o quella realtà nazionale. Per converso, in molti casi, sono nate tradizioni stereotipate di intendere, ad esempio, il football, rinfocolate in modo acritico dalla stampa sportiva e ancorate ai pregiudizi e alle convinzioni banali relative ai diversi popoli, pur presentando, talvolta, degli elementi reali

(Dietschy, 2010). Così il calcio francese sarebbe non solo efficace, ma anche dotato di uno stile raffinato, venendo paragonato allo champagne; quello anglosassone sarebbe invece meno spettacolare ma fruttifero dal punto di vista dei risultati, in linea con il tipico pragmatismo britannico; i latino-americani, e i brasiliani in particolare, sarebbero tendenzialmente funamboli del pallone; gli italiani del dopoguerra, come ricorda anche Lucio Caracciolo, sarebbero stati quelli del catenaccio e del contropiede, costretti a giocare di rimessa come le condizioni geopolitiche della guerra fredda li costringevano a fare anche in politica, schiacciati dalle due superpotenze globali; i giocatori della nazionale del post 2006 sarebbero invece stati "da rottamare", come la classe politica tendenzialmente anziana che governava l'Italia di quindici anni or sono (cit. in Sbetti, 2011); gli olandesi del calcio totale, duttili e aperti alla novità come le tradizioni libertarie del loro paese potevano lasciare presagire; analoghi discorsi potrebbero essere formulati a proposito della scuola tedesca, dell'Europa orientale, nordica, africana (intesa come un tutt'uno indistinto), argentina, balcanica e così via. Esiste quindi una forte identificazione che coniuga caratteristiche tattiche, tecniche e fisiche con lo spirito dei singoli popoli, in modo talora spiccatamente deterministico (Sbetti, 2011)

Tutto quanto si è detto a proposito del calcio internazionale può essere trasposto su scala nazionale. La trans-scalarità dell'appartenenza identitaria sportiva è presente in varie realtà ed è ciò che consente di sentirsi supporter, allo stesso modo, di una squadra nazionale e di una squadra locale, di una grande compagine cittadina o di un piccolo club paesano, di un club che milita nella prima divisione e di un altro che milita nella seconda, o di due club che giocano nel medesimo campionato.

Conclusioni

Parlare di sport nazionali, intesi come discipline che caratterizzano antonomasticamente singole realtà nazionali, non risulta oggi essere fattibile.

Se, infatti, in alcuni casi, vuoi per motivi geofisici, vuoi per ragioni storico-politiche, è ancora possibile rinvenire sport strettamente legati a particolari situazioni nazionali come i giochi gaelici, in presenza di pochi sport egemoni a livello internazionale è più produttivo parlare di declinazioni locali, indigenizzazione di discipline dalla diffusione globale, in cui mondi simbolici legati ai colori, alla musica, alla cultura locale ancorano discipline globalizzate a singole realtà nazionali.

In ambito sportivo, dunque, la globalizzazione non è stata vissuta, in linea generale in modo negativo e contrappositivo, ma attraverso una localizzazione di fenomeni sportivi globali. Ciò che però viene rigettato è, piuttosto a livello di compagini sub-nazionali, il cambiamento di approccio per il quale all'attaccamento "alla maglia" e alla tutela delle categorie giovanili autoctone viene sostituito, rispettivamente, il rapido cambio di squadra da parte degli atleti, dettato unicamente da vantaggi economici, e l'investimento finanziario, da parte delle squadre di club, in campioni già maturi, soprattutto in ambito calcistico, di provenienza estera, a detrimento dei vivai nazionali.

Lo sport rappresenta poi, nell'epoca della globalizzazione, un volano che consacra realtà emergenti da un punto di vista geopolitico e geo-economico e che contribuisce ad un nazionalismo di ordinaria amministrazione, anche definito "banale", ossia basato sulla ripetizione di ritualità apparentemente innocue, quali l'intonare l'inno nazionale, l'esporre bandiere degli Stati-nazione, che, in periodo di pace, perpetuano il senso di appartenenza nazionale o locale. (Billig, 1995)

Un altro tema su cui riflettere è quello relativo a realtà territoriali non riconosciute come stati dalla comunità internazionale, che, in alcuni casi, si servono dello sport perché ciò possa avvenire in maniera più rapida, in considerazione del fatto che,

spesso, la normativa dei grandi organismi sportivi internazionali esuli da quella delle organizzazioni politiche internazionali, autorizzando, per esempio, che la Gran Bretagna presenti quattro diverse squadre nazionali, che Israele competa con i paesi europei invece che con i paesi arabi mediorientali, che Kurdistan e Palestina possano competere in competizioni ufficiose, che il Kossovo sia stato, ancor prima che dall'Onu, riconosciuto dalla Fifa (Bellinazzo, 2017; De Bonis, 2016).

In conclusione, anche se non si può più parlare di sport nazionali in tutte le accezioni esaminate, certamente esiste un rinnovato e profondo legame tra nazionalità e sport, che si esplica, da un lato, nella declinazione di sport ormai divenuti globali in termini di identificazione nazionale mediante il ricorso a svariate simbologie. D'altro canto, i grandi sport globali, oltre ad un enorme valore economico, rivestono anche una grande importanza nel riconoscimento internazionale di realtà geopolitiche e geoeconomiche emergenti o di realtà nazionali non ancora avallate dalla comunità politica globale. Ciò non toglie, che, in alcuni casi, cui si è fatto riferimento, sussista ancora una corrispondenza intensa tra una realtà geografica e una particolare disciplina sportiva, per ragioni storiche, ambientali, sociologiche.

Bibliografia

Anderson B. (1996), *Comunità immaginate. Origini e diffusione dei nazionalismi*, Roma, Manifestolibri

Andreoli P. (1975), *L'animazione culturale sportiva. Primi materiali per una riflessione*, Roma, A.V.E.

Augustin, J. (2007), *Géographie du sport. Spatialités contemporaines et mondialisation*, Paris, Armand Colin

Auty R.M. (1993), *Sustaining Development in Mineral Economies: The Resource Curse Thesis*, Londra, Routledge

Badie B. (1996), *La fine dei territori. Saggio sul disordine internazionale e sulla utilità sociale del rispetto*, Trieste, Asterios Editore

Bale J. (1994), *Landscapes of modern sport, Leicester*, Leicester University Press

Bellinazzo M. (2017), *I veri padroni del calcio. Così il potere e la finanza hanno conquistato il calcio mondiale*, Milano, Feltrinelli

Bennucci S., Bini U., Giovannelli F. (2012), *Il calcio fiorentino. Le origini, le partite gloriose, i protagonisti*, Firenze, EDK.

Billig M. (1995), *Banal Nationalism*, London, Sage

Bonini F. (2006), *Istituzioni sportive italiane: storia e politica*, Torino, Giappichelli

Boria E. (2016), "Perché la geopolitica piace a tutti tranne che ai geografi? Evoluzione in corso ai margini della geografia", *Rivista geografica italiana*, 123, Fasc.4, pp.603-618

Buruma I. (2012), in https://www.corriere.it/opinioni/12_luglio_05/buruma-caratteri-nazionali-contaminazioni_7485e246-c66f-11e1-8ab7-67e552429064.shtml

Canella M., Giuntini S, Granata I. (a cura di) (2019), Donna e sport, Milano, FrancoAngeli

Chakraborty P II (2018), "Cricket, diplomacy and nationalism in South Asia" *Harvard International Review*, Vol. 39, No. 1, pp. 34-36

Cohen A.P. (1994), "Culture, identity and the concept of boundary2, in Revista de antropologia social n.3, Editorial Complutense, Madrid, pp. 49-61

Cooper B. (1984), *The end of history: an essay on modern hegelianism*, University of Toronto Pressing, Scholarly Publishing Division

De Bonis M. (2016), "La Coppa del Mondo 2018, terreno di scontro tra Russia e Occidente", Limes, n. 5 (www.limesonline.ocm)

De Stefano G. (2017), *Saudade Bossa Nova. Musiche, contaminazioni e ritmi del Brasile*, Firenze, LoGisma Editore.

Dietschy P. (2010), *Histoire du Football*, Paris, Perrin

Elias N., Dunning, E. (1989), *Sport e aggressività*, Bologna, Il Mulino

Elias N. (1994), *The civilizing process*, Wiley-Blackwell, Usa, UK, Australia

Elias R. (ed.) (2001), *Baseball and the American dream: race, class and the national passtime*, Armonk, NY, M.E.Sharpe

Friedman T.L. (2005), *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century,* New York, Farrar, Straus and Giroux

Keys B. J. (2006), *Globalising Sport. National Rivalry and International Community in the 1930s*, London, Harvard University press

Khanna P. (2016), *Connectography, le mappe del futuro ordine mondiale*, Roma, Fazi Editore

Hernández L. (2011), *The rise of the Latin American Baseball Leagues, 1947-1961*, Jefferson, North Carolina, and London, Mc Farland & Company, Inc., Publishers

Hobsbawm E. (1990), *Nation and Nationalism since 1780: Program, Myth, Reality*, Cambridge University Press

Huizinga J. (1938), *Homo ludens,* Torino, Einaudi

Jones J.R. (1966), *Encyclopedia of Rugby* Football, London, Robert Hale

Legge regionale della Valle d'Aosta 11 agosto 1981, n. 53 (www.regione.vda.it)

Mackinder, H. J. *The Geographical Pivot of History*. The Geographical Journal, Vol. 23, No. 4. (Apr., 1904), pp. 421-437

Maffesoli M. (1996), *The Time of the Tribes. The decline of Individualism in Mass Society*, London, Sage

Malcolm D. (2013), *Globalizing Cricket: Englishness, Empire and Identity,* London, Bloomsbury

Nauright J., Parrish C. (ed.) (2012), *Sports Around the World: History, Culture, and Practice, vol.2,* Santa Barbara, California, ABC-Clio

Nauright J., Altukhow S., (2020) in Nauright J., Zipp S. (eds.) (2020), Routledge Handbook of global sport, Routledge, New York, pp. 60-65

Nauright J., Zipp S. (eds.) (2020), Routledge Handbook of global sport, Routledge, New York

Ohmae K. (1996), *End of the Nation State: The Rise of Regional Economies*, New York, The Free Press

Paliotto V. (2015), *Stasi Football Club. Il calcio al di là del muro*, Prague, Urbone Publishing.

Pioletti A., Porro N., (a cura di) (2013), *Lo sport degli europei. cittadinanza, attività, motivazioni.* Milano, Franco Angeli

Pioletti A.M., (2012), *Giochi, sport tradizionali e società. Viaggio tra la Valle d'Aosta, l'Italia e l'Unione Europea*, Quart, Musumeci Editore

Porro N. (2008), *Sociologia del calcio*, Roma, Carocci

Ramonet I. (1998), *Geopolitica del caos*, Trieste, Asterios Editore

Reginato M. (1981), *Il rugbista oggi*, Rovigo, N.E.V. Editrice

Russi L. (2003), *La Democrazia nell'agonismo. Lo sport dalla secolarizzazione alla globalizzazione*, Pescara, Libreria dell'Università

Russo P. (2004), *Sport e società*, Roma, Carocci

Sbetti N. (2011), "Sport e Identità Nazionale. 150 anni di sport nell'Italia Unita. Il valore della

simbologia sportiva in Italia, Francia e Inghilterra". Atti del 7° convegno nazionale annuale U.n.a.s.c.i. in unasci.com

Stiglitz J. (2011), *Globalizzazione,* Roma, Donzelli Editore

Villalon C. (2020), "Baseball and softball" in Nauright J., Zipp S. (eds.) (2020), *Routledge Handbook of global sport*, Routledge, New York, pp. 178-196

Vinnai G.(2003), *Il calcio come ideologia. Sport e alienazione nel mondo capitalista*, Rimini, Guaraldi Editore

Whitney Azoy G. (2012), *Buzkashi: Game and Power in Afghanistan***,** Waveland Press, Long Grove Il, Third Edition

Sitografia

(tutti i siti sono stati consultati in data 10/2/2020)

http://news.superscommesse.it/altri-sport/2016/12/il-pato-lo-sport-nazionale-argentino-che-incarna-i-valori-nazionalisti-e-lo-spirito-dei-gauchos-303442

http://publications.worldrugby.org/yearinreview2018/en/54-1)

http://revistaurbanismo.uchile.cl/

http://www.centrostudipierpaolopasolinicasarsa.it/panoramiche/pasolini-e-il-calcio-passione-di-una-vita/

http://www.fih.ch/rankings/outdoor/

http://www.filipiniana.net/

http://www.glin.gov/view.action?glinID=73716

http://www.glin.gov/view.action?glinID=177996

http://www.kabaddiikf.com

http://www.sectur.gob.mx/

https://archive.ihf.info/en-us/thegame/rankingtable.aspx

https://d.repubblica.it/dmemory/2002/04/23/attualita/attualita/164gio298164.html

https://ecas.ec.europa.eu/

https://en.wikipedia.org/wiki/World_Rugby_Rankings

https://img.fifa.com/image/upload/jlr5corccbsef4n4brde.pdf

https://lessportsnationaux.wordpress.com/au-canada/

https://rankings.wbsc.org/

https://www.boxeringweb.net/index.php/rubriche/storie-di-boxe/13893-quali-sono-le-cause-del-calo-di-popolarita-del-pugilato-in-italia.html

https://www.fiba.basketball/rankingmen

https://www.fifa.com/fifa-world-ranking/

https://www.fivb.com/en/volleyball/rankings

https://www.gaa.ie/api/pdfs/sport

https://www.icc-cricket.com/

https://www.iihf.com/en/worldranking

https://www.onrugby.it/2015/03/31/la-vera-capitale-di-ovalia-e-tonga-poi-il-resto-del-pacifico-lo-dicono-i-numeri/

https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/populationestimates

https://www.statista.com/statistics/282125/number-of-registered-ice-hockey-players-in-canada

https://www.totalsportek.com/most-popular-sports/

Mazzocchi G., Pisani R., (2006) in http://www.treccani.it/enciclopedia/rugby_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

Mc Carthy in https://www.statista.com/chart/10042/the-most-popular-spectator-sports-worldwide/oslpr.org

:

La rappresentazione dello sport femminile tra operatori della comunicazione e pratiche sportive.

Un'analisi delle differenze e i risultati

di Rosalina Grumo

Abstract

The gender issue regarding sport is receiving particular attention from information and politics through coordinated and organic initiatives that aim at a representation that gives equal rank in the sports world, in the professions and in practiced sports. Representation and communication actually testify to a territorial, social and, above all, cultural evolution. The attention for this theme was already

present in the document "Of the Charter of women's rights in sport" (1985) and in the "European Olympia Project", but currently, to respond to a reality that has changed, an initiative of the sports journalists to support athletes and women from the world of sport in the fight against discrimination has been developed. As to sports practice, especially in team sports, the problem relating to the profound gender differences that occur in the various geographical areas of the world must be addressed, considering the presence, at times, of difficulties in accessing sports and of discriminatory forms. However, globally, there is a slow but constant dynamic relating to the participation of women in sports and the results in national, European and world events. This is what we will try to analyze in a transdisciplinary dimension, considering the multiplicity of the aspects that this theme proposes and the relative approaches, and in light of an important change regarding the transition from amateurism to professionalism of athletes.

Key words: Sport and women, Representation, Communication; Practices

1. Introduzione

Alcuni anni fa fece scalpore lo spot della Nike le cui protagoniste del video sono donne, ragazze, bambine che praticano pattinaggio su ghiaccio, equitazione e anche *boxe* in Medio Oriente. "*Cosa diranno di te?*" dice una voce fuori campo, mentre una di loro corre avendo addosso gli sguardi di disapprovazione di un uomo che la vede passare. Alla fine lo spot conclude: *"forse diranno che sarai la prossima campionessa".* L'azienda multinazionale, produttrice di abbigliamento e accessori sportivi, aveva voluto ricordare al mondo dello sport un'annosa questione, quella della discriminazione di genere. E' evidente che la questione sportiva si inquadra in una generale considerazione geopolitica sulle donne e i loro diritti. In Arabia Saudita, ad esempio, alle donne viene assegnato un *tutor* di sesso maschile (il padre, il marito, il fratello o persino il figlio, purché maschio) che deve accompagnarle nelle attività quotidiane. Chi nasce donna non può guidare l'auto e nemmeno praticare sport. Sulle differenze di genere nello sport anche in Italia la questione è legata a vecchi retaggi socio-culturali. Se per i giovani maschi lo sport costituisce ancora un rito di passaggio, quasi obbligato, incarnando caratteristiche maschili idealizzate come la competizione, l'aggressività e la lealtà, l'attività

fisica e sportiva è considerata nemica della femminilità agli occhi della maggior parte della popolazione, anche occidentale. Le donne atlete sono apparse a lungo come una deviazione dalla femminilità, una virilizzazione anomala. E la situazione non cambia neanche se valutiamo l'aspetto giuridico della questione che si analizzerà in seguito. Rispetto a questo scenario si registra, tuttavia, un progressivo cambiamento nella comunicazione sportiva attraverso i media, a causa della maggiore presenza e incidenza delle donne, considerate non solo come figure di contorno, data la loro maggiore competenza, valorizzata anche nell'organizzazione sportiva. Dunque, sia in termini di pratica sportiva che di comunicazione e organizzazione nell'era della mondializzazione qualcosa sta cambiando. L'analisi cerca di valutare tale cambiamento alla luce di eventi, manifestazioni, aspetti giuridici e pratiche sportive. Tutto questo alla luce del ritardo che gli studi sullo sport femminile hanno avuto, cercando di contribuire a rendere più scientifico il fenomeno su un piano sistematico e organico poiché il tema è strettamente connesso all'evoluzione della società.

2. Differenze di genere nello sport

Lo sport, professionale o amatoriale, è un fenomeno che coinvolge, in tutto il mondo occidentale e non solo, uomini e donne. La storia dello sport, tuttavia, è stata a lungo caratterizzata da una netta predominanza maschile e il campo delle attività sportive è, a tutt'oggi, segnato da profonde differenze di genere. Gli uomini partecipano più delle donne alla pratica sportiva e, al contempo, gli sport maschili sono più rilevanti sia economicamente sia culturalmente. Nonostante queste evidenti differenze a livello globale, per molto tempo le scienze sociali non si sono interrogate sulle disuguaglianze di genere in relazione alla pratica sportiva. Questo, in parte, è dovuto al fatto che le analisi sullo sport erano condizionate più dall'aspetto ludico e dalla considerazione che le differenze tra il coinvolgimento maschile e quello femminile potessero essere riportate alle diverse attitudini, quasi in termini di determinismo biologico, fra maschi e femmine: forti, competitivi e attivi i primi; deboli, remissive e passive le seconde. In tal senso il differente coinvolgimento non era considerato degno di riflessioni scientifiche. Da un certo momento in poi si sono determinati alcuni approcci critici riguardo l'attività sportiva che hanno evidenziato l'importanza dello sport in funzione integrativa, sia di riproduzione dell'ordine

sociale, sia dialettica, ovvero di riproposizione dei conflitti, anche latenti, fra gruppi e categorie di persone e dei confini simbolici che li sostengono (Guttman, 1978). In questa ottica il consolidamento dello sport moderno, il suo essere sempre più mediato da forme di commercializzazione, è stato posto in relazione alla necessità di incorporare le classi subalterne all'interno del sistema capitalistico, offrendo loro svaghi funzionali alla riproduzione e legittimazione di valori come la competizione e l'individualismo (Gruneau, 1983). Attualmente le differenze di genere, anche nello sport, vengono dunque considerate come alcune delle relazioni di potere che interessano il settore sportivo e ne fanno una sfera di conflitto sociale più o meno sotterraneo. Un grande contributo in tal senso è derivato dal pensiero femminista. Negli studi sullo sport il femminismo si è inizialmente espresso mediante una serie di ricerche che hanno voluto mostrare la discriminazione cui sono soggette le donne anche nella sfera sportiva e del tempo libero (Deem, 1986; Hargreaves,1994). Si è in effetti rilevato che il tempo libero delle donne, lungi dall'essere un'area di libera espressione, è costruito in funzione delle relazioni dominanti fra i sessi, a loro volta definite dal sistema patriarcale (Green, Hebron, Woodward, 1990). Come ha scritto Pierre Bourdieu (1978), il genere non può venire ridotto a un atto volontaristico, essendo consolidato sia in dati materiali, sia in simboli,

classificazioni e categorie che parlano del soggetto. La femminilità stessa delle atlete che maggiormente sfidano i confini simbolici del genere, praticando attività tipicamente maschili, nelle quali bisogna avere corpi particolarmente muscolosi, grandi, forti ecc. come le lanciatrici del peso per esempio, viene spesso messa in discussione, così come, peraltro, stentano ad affermarsi versioni maschili di sport come il nuoto sincronizzato che richiedono caratteristiche come grazia e leggerezza, antinomiche rispetto alla maschilità tradizionale. Si tratta però anche in questo caso di distinzioni tanto salde e radicate quanto sociali e convenzionali, legate fra l'altro alla specifica storia del complesso delle attività sportive in ciascun Paese. Ciò è ben illustrato, per esempio dal fatto che uno sport come il calcio femminile possa oggi godere di una forte popolarità negli Stati Uniti, dove esiste una scarsissima tradizione al maschile, e invece stenti ad affermarsi in Europa, tradizionale culla del calcio maschile, dove calcio e immagini di maschilità sono appunto fortemente associate. L'organizzazione dello sport fornisce, mediante le sue immagini, ideologie e strutture, un meccanismo atto a mantenere e a legittimare nella società una particolare organizzazione del rapporto fra i sessi, tendendo a rafforzare la stratificazione sociale basata sul genere (Murphy, 1988). Anche se non si può non ammettere che vi è stata, nel 20° e 21° secolo e soprattutto dopo la Seconda guerra

mondiale, una crescente 'femminilizzazione' dello sport, che ha implicato una maggiore partecipazione femminile, una progressiva riduzione degli sport riservati solo agli uomini e lo sviluppo di sport femminili anche a livello olimpico, tuttavia, ancora attualmente sono pochissime le attività sportive (come per es. la vela), in cui non esistono categorie distinte per genere, e gli atleti maschi e gli sport maschili sono tuttora al vertice delle gerarchie che strutturano il campo sportivo. Le prime rilevazioni ISTAT risalgono al 1959 e le prime indagini europee non prestano attenzione alla scomposizione per genere, registrandosi in modo assai carente. Dal secondo dopoguerra in poi le donne sono riuscite a interpretare l'universo post moderno della sportività non riuscendo a colmare, tuttavia, il confronto con l'universo maschile (Porro, 2019). In questo scenario non stupisce il fatto che la letteratura recente su genere e sport sia ormai assai ampia ma variegata. Si tratta di un campo di studi in forte espansione che spazia da lavori descrittivi e quantitativi che documentano i differenti tassi di partecipazione di donne e uomini alle diverse attività sportive, a lavori più teorici e qualitativi che si occupano di mostrare come lo sport contribuisca a stabilizzare, ma anche, in certi casi, a ribaltare le nozioni di maschile e femminile più consolidate (Canella, Giuntini, Granata, 2019; Stelitano, 2020). A tutto ciò si aggiungono

ovviamente le ricostruzioni storiche nonché l'analisi delle barriere economico-sociali e istituzionali relative alla partecipazione femminile all'attività sportiva, lo studio di un'immagine ideale sempre più consolidata di atleta maschio intrecciata al nazionalismo e ad accentuazioni del fattore della razza, l'analisi dei diversi spazi concessi nei media agli sport maschili rispetto a quelli concessi agli sport femminili ecc. In effetti, ogni aspetto dell'attività sportiva, dalla sua organizzazione interna alla rappresentazione mediatica degli atleti, è oggi sempre più reinterpretato in chiave di differenza di genere.

3. Partecipazione e diffusione delle pratiche sportive

Negli anni fra le due guerre mondiali, lo sport femminile riceve un grande impulso. La partecipazione delle donne ai Giochi Olimpici si fa più importante. Quando Pierre de Coubertin organizza le prime Olimpiadi moderne ha indubbiamente in mente una competizione fra soli uomini, dove essi possano dar prova, di fronte a un pubblico anche femminile, di forza, coraggio e atletismo. Eppure, nonostante l'opposizione di de Coubertin, le donne sono incluse, con il golf e il tennis, già alle Olimpiadi di Parigi del 1900 (Guttmann, 1991). Occorre però aspettare il 1912,

per vedere, fra non poche rimostranze, il nuoto femminile fare il proprio ingresso in ambito olimpico. I regimi totalitari che fioriscono tra le due guerre, il fascismo in Italia e il nazismo in Germania, in particolare, hanno anch'essi un atteggiamento ambivalente nei confronti della partecipazione femminile allo sport. Durante il fascismo, per esempio viene istituita l'Opera Nazionale Balilla che esercita un vero e proprio monopolio sulle attività ginnico-sportive. Accanto ai grandi saggi ginnici collettivi che impegnano più o meno direttamente tutti i giovani e le giovani italiane e che hanno un'ovvia funzione politico-propagandistica, le attività ginniche dei Balilla si diffondono capillarmente e nel 1936 coinvolgono quasi quattro milioni di iscritti, hanno luogo in oltre 5000 palestre e rispondono sempre più chiaramente a esigenze di preparazione premilitare (Ferrara, 1992). Le giovani donne, dal canto loro, sono incoraggiate a svolgere anche attività propriamente sportive, come il nuoto, e a competere nel tiro con l'arco. Il regime fascista rimane comunque tendenzialmente ostile alle competizioni atletiche femminili in pubblico. Alle Olimpiadi di Los Angeles del 1932, anche per l'opposizione di papa Pio XI, nella squadra nazionale italiana non figurano donne, laddove il *team* maschile miete numerosi e significativi successi. Le italiane si prendono la rivincita alle successive Olimpiadi di Berlino, dove l'unica

medaglia d'oro femminile della spedizione azzurra è vinta da Ondina Valla negli 80 m a ostacoli (Pallica, 2019). Ponendosi non solo come un fiore all'occhiello del regime ma anche come una potenziale sfida alla supremazia maschile da esso promossa, lo stesso successo della Valla ottenne reazioni tutt'altro che univoche nei circoli fascisti (Gori 2003). In effetti, il fascismo, soprattutto una volta consolidato il suo potere e anche per rispondere ai severi moniti della Chiesa cattolica, tende ad avere un atteggiamento profondamente ambiguo rispetto allo sport femminile. Solo le atlete eccezionali vengono incoraggiate poiché possono dar lustro al regime a livello internazionale. Ma è soprattutto dopo gli anni Sessanta e grazie al movimento femminista, come è stato detto, che lo sport femminile si consolida e dà segnali di grande ascesa. Si assiste a un rapido cambiamento di orientamento. Già nei primi anni Settanta oltre un quinto delle liceali americane dichiara che vorrebbe essere ricordata per i propri successi sportivi e nello stesso periodo diversi studi mostrano che, non solo fra i ragazzi, ma anche fra le ragazze, praticare attività fisica e sportiva favorisce popolarità e successo sociale. A partire dagli anni Settanta, dunque, e ancor più negli anni Ottanta, una simile tendenza è incoraggiata dalle politiche per le pari opportunità, che rendono legittimo e doveroso il coinvolgimento femminile nello sport nelle scuole. Negli Stati Uniti, per

esempio, la legge federale che dal 1979 vieta la discriminazione basata sul sesso, in ogni programma o attività, a tutte le istituzioni educative che beneficiano di fondi federali, ha avuto una notevole importanza non solo nell'incentivare lo sport femminile nel paese, ma anche nell'ispirare le politiche antidiscriminatorie adottate in Gran Bretagna e in altri paesi europei negli anni Ottanta (Shinabargar, 1995). Infine, in epoca moderna, nonostante l'impressionante ascesa dello sport femminile, in termini di diffusione della pratica sportiva amatoriale e di risultati a livello agonistico, esistono ancora numerose barriere che in misura variabile e in modi diversi limitano la partecipazione delle donne all'intero spettro delle attività sportive, riducendone di conseguenza le possibilità di successo**.** A questo proposito si può osservare come le attività sportive e di educazione fisica sono tuttora fortemente differenziate per genere nei programmi scolastici della maggioranza dei paesi occidentali. Va sottolineato anche che le donne occupano ruoli secondari nelle organizzazioni e istituzioni sportive, sono spesso sottorappresentate nelle posizioni amministrative direttive. Gli allenatori, anche di atlete donne, sono più frequentemente uomini e sono ancora prevalentemente maschili i vertici del Comitato olimpico internazionale, che decide quali sport ed eventi inserire nel programma olimpico, dei Comitati olimpici nazionali, che controllano gli

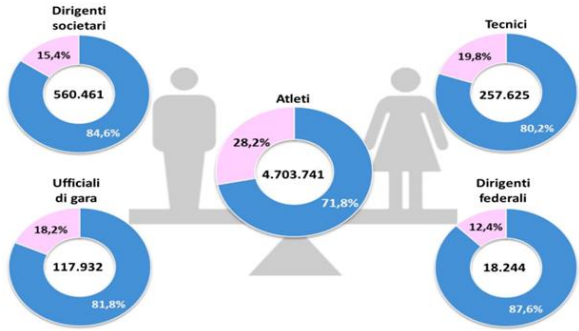
sport nelle diverse nazioni, come il CONI in Italia, e della Federazione internazionale dello sport, che propone i nuovi sport olimpici (Talbot, 2001). Si può poi notare come le stesse atlete professioniste siano meno pagate e meno visibili nei media rispetto ai loro corrispettivi maschili. Vi sono in realtà disparità anche grandi fra i vari sport. Se per esempio il tennis femminile è ampiamente accettato come attività consona alle donne e riesce ad attirare un folto pubblico di entrambi i sessi, in altre discipline, considerate più maschili, come alcune specialità di atletica pesante o il pugilato ciò non avviene. Tuttavia, si deve registrare un certo cambiamento di mentalità in proposito, con una maggiore accettazione di tutti gli sport al femminile e di forme di femminilità diversa. D'altro canto, la Carta olimpica contro la discriminazione nello sport condanna le discriminazioni non solo razziali, religiose e politiche, ma anche quelle legate al genere e al sesso. Nel tempo è stato riconosciuto un diritto allo sport legato ai diritti della persona: alla salute, alla non discriminazione, all'associazione, alla partecipazione e alla definizione di obiettivi legati alla collettività: diritti umani, pace e sviluppo e solidarietà. Lo sport dunque è un diritto per tutti e un ambito di pari opportunità per le donne sia come sport praticato che come diritto a essere presenti con altri ruoli di addetti diretti (dirigenti, tecnici, allenatori, arbitri) o indiretti (medici sportivi,

tecnici progettisti di impianti, giornalisti sportivi eccet.) (Stelitano, 2019). Ma soffermiamoci sui dati. A partire dal Secondo dopoguerra si assiste ad una crescita sostenuta della quota femminile sul totale degli atleti: da poco più dell'8% nel 1948, al 20% nel 1976, sino a oltre il 36% nel 1996 (Ibidem, 2001). In generale quindi, anche se lo sport professionale rimane in larga misura una prerogativa maschile, nell'ambito degli eventi sportivi internazionali la partecipazione delle donne è sempre più evidente e significativa. Si possono comunque segnalare forti variazioni a livello territoriale. Vi sono ancora numerosi Paesi, come l'Arabia Saudita, l'Iran e il Pakistan che, spesso per rispettare rigidi dettami religiosi, non permettono alle donne di partecipare alle gare internazionali, e altri, come la Cina o la Germania, le cui squadre olimpiche sono per oltre il 40% composte da donne (Hargreaves, 1994). Differenze, sia pur più sfumate, si riscontrano anche fra i Paesi europei: in Scandinavia, ad esempio, lo sport femminile è ampiamente diffuso e guardato con approvazione, mentre nei paesi del Sud Europa, e anche in Italia, la storia dello sport femminile è assai più recente e soltanto da poco sono divenuti prevalenti gli atteggiamenti largamente favorevoli. Sul finire degli anni Ottanta solo il 3,2% delle italiane sperava di diventare un'atleta di successo, a fronte di un 8,3% degli italiani (IREF, 1995; Istat, 1994; Censis, 1995). Uno studio su un campione di

giovani atlete in Italia agli inizi degli anni Ottanta ha mostrato che le ragazze non si sentivano particolarmente discriminate nell'esercizio dell'attività sportiva e che non la consideravano affatto una minaccia per la propria femminilità. Del resto fra gli anni Sessanta e gli anni Ottanta in Italia la pratica sportiva femminile è andata crescendo in maniera significativa soprattutto fra le giovani: la partecipazione femminile ai Giochi della Gioventù, per esempio, è stata di 179.000 ragazze nel 1969, 288.777 nel 1975 e 1.170.000 nel 1980 (Salvini 1982). I dati che riguardano la partecipazione femminile agli sport a volte mancano nei Rapporti ufficiali (Istat, 2018), oppure si fermano ad alcuni anni fa. Dall'ultimo Rapporto del Coni (2017) e dai dati del Censis (Gender Gap) si evince che nel sistema sportivo vi sono diverse iniziative che mirano a sostenere la partecipazione delle donne. Ma sebbene l'incidenza delle atlete negli ultimi anni stia gradualmente aumentando, le donne sono sottorappresentate negli organi decisionali delle istituzioni sportive, a livello locale, nazionale ed europeo, salvo rare eccezioni. Nel 2017 la quota delle atlete raggiunge il suo massimo storico: 28,2% contro il 71,8% degli atleti maschi, su 4,7 milioni di tesserati complessivi. L'interesse per lo sport da parte delle atlete è in continuo aumento, come dimostra il trend degli ultimi cinque anni: un punto percentuale in più rispetto al 2016, ben 4 punti percentuali in più

rispetto al 24%, stimato nel 2013 (Coni, 2018) (Fig. 1).

Fig. 1 – Atleti e operatori sportivi delle FSN e DSA, per genere, 2017



Fonte: Coni 2018

Oltre quattro operatori sportivi su cinque sono di sesso maschile. In particolare, la maggior incidenza delle donne si riscontra tra i tecnici (19,8%, un dato in aumento rispetto al 2016). A seguire tra gli ufficiali di gara le donne hanno un peso del 18,2%, mentre gli incarichi dirigenziali ricoperti dalle donne superano di poco il 15% tra gli organismi societari. La "quota rosa" più bassa si rileva tra i componenti degli organismi federali, centrali e periferici, con un'incidenza del 12,4%.

Il maggior numero di atlete è concentrato nella FIPAV, sono infatti più di 250 mila le pallavoliste (pari al 19% di tutte le atlete tesserate alle Federazioni Sportive Nazionali (FSN) e alle Discipline Sportive Associate (DSA); seguono la FIT con oltre 120 mila tenniste e la FGI con oltre 100 mila ginnaste. Sul podio degli sport con il più alto numero di atleti maschi salgono, nell'ordine, la FIGC con oltre 1 milione di calciatori (pari al 31% di tutti gli atleti tesserati alle FSN-DSA); solo il 2% sono donne, poche, ma in crescita e nel 2018 le donne tesserate nella Federazione calcio sono state 23.903, vent'anni fa erano circa 8.000. Le buone prestazioni della nostra nazionale femminile ai mondiali di calcio potrebbero accrescere le quotazioni del calcio femminile, oggi ancora declinato quasi esclusivamente al maschile. Seguono gli atleti maschi della FIP (più di 270 mila cestisti) e la FIT (oltre 250 mila tennisti). E' possibile poi osservare la distribuzione "asimmetrica" per genere degli atleti tesserati, rispettivamente, tra le 42 FSN e le 19 DSA. Si riscontra una prevalenza di atleti maschi in 37 FSN e 17 DSA, soprattutto tra i tesserati del calcio, aeroclub e tiro a volo con percentuali superiori al 95%. Per contro, le Federazioni più declinate al femminile sono *twirling* (97%); ginnastica (88%); pallavolo (77%); sport rotellistici (72%); danza sportiva (72%); sport equestri (71%); *badminton* (50%).

4. Rappresentazione, comunicazione e politiche

La questione di genere nello sport sta ricevendo un'attenzione da parte dell'informazione e della politica attraverso iniziative coordinate e organiche che mirano ad una rappresentazione che conferisce pari grado nel mondo sportivo, nelle professioni e negli sport praticati. La rappresentazione e la comunicazione testimoniano di fatto un'evoluzione territoriale, sociale e soprattutto culturale riguardo tale tema. Un ruolo fondamentale in questo nuovo corso spetta alle donne della comunicazione. Anche qui le cose sono cambiate. Sempre più volentieri esibite, in televisione, quali conduttrici o coadiutrici di rubriche sportive. Il parlare di sport diventa dunque, in questo filone, talora un mero pretesto di intrattenimento, e anche la lingua usata si fa meno tecnica, benché spesso più espressiva. Al posto dei giornalisti sportivi e degli esperti la partita di calcio è commentata da intellettuali o, preferibilmente, da uomini e donne di spettacolo. Questa non è un'assoluta novità, per lo sport italiano, se ricordiamo che già *Il processo alla tappa*, condotto da Sergio Zavoli a partire dal 1963, vedeva come protagonisti, accanto ai ciclisti, personaggi quali Pasolini, Bevilacqua, Berto, Campanile, Buzzati. E' cambiato però lo stile, ormai preferibilmente basato sull'umorismo, sulla parodia, spesso sul *nonsense*. Negli ultimi anni la presenza e la professionalità delle giornaliste si sta

manifestando a pieno titolo. I media possono svolgere un ruolo importante nel rafforzamento o, viceversa, nell'indebolimento degli stereotipi di genere negli sport. Differenze significative si registrano anche nella copertura mediatica degli sport maschili e femminili, anche se a questi ultimi è dedicata un'attenzione molto minore. Un altro fronte sensibile è costituito dalla scarsa presenza delle donne nel giornalismo sportivo: alle Olimpiadi di Londra del 2012, ad esempio, le donne rappresentavano solo il 15 % dei giornalisti e dei fotografi. Il divario di genere nel giornalismo sportivo si riscontra anche nella struttura organizzativa dei media, dove le donne occupano meno di un terzo delle posizioni dirigenziali apicali. Il Campionato mondiale di calcio femminile in Francia (2019) ha rappresentato uno spartiacque per quanto riguarda sia le iscrizioni (+40 % in Italia) che la comunicazione (Figc, 2019). Circa 993,5 miliardi di persone hanno visto almeno 1 minuto del torneo (un aumento del 30% rispetto all'edizione del 2015). La Fifa ha riferito i dati dell'audience (1,12 miliardi di spettatori) attraverso piattaforme digitali, luoghi pubblici etc. Di fatto però le atlete italiane (arrivate al quarto posto) hanno partecipato come dilettanti al Campionato mondiale, al contrario delle statunitensi professioniste che hanno vinto. Dunque permane una discriminazione e la battaglia dei diritti delle donne nello sport è ancora lunga,

mentre le italiane si sono qualificate per il Campionato europeo di calcio che si svolgerà in Inghilterra nel 2021 e sono state le prime del proprio girone. In tale contesto si collocano le operatrici della comunicazione e della politica. Sul primo aspetto l'attenzione per tale tema era già presente nel documento "Della Carta dei diritti delle donne nello sport" (Uisp, 1985). Tale documento coinvolgendo atlete, giornaliste, allenatrici, donne impegnate nella politica e nelle istituzioni, ha iniziato a porre in modo sistematico la questione di una corretta rappresentazione delle donne nello sport perché, come sottolineato dalla Risoluzione Europea del 1987 "l'immagine pubblica delle donne impegnate nello sport deriva ampiamente dai mezzi di comunicazione". Con l'allargamento dell'Unione europea tali principi sono sanciti nel Libro Bianco sullo sport nel 2007 che recita…. lo sport è una sfera dell'attività umana che interessa in particolare i cittadini dell'Unione europea e ha un potenziale enorme di riunire e raggiungere tutti, indipendentemente dall'età o dall'origine sociale (Commissione europea, 2007). I concetti vengono successivamente ripresi e sviluppati dal "Progetto Europeo Olympia" in cui la Carta dei diritti delle donne viene riscritta (Uisp, 2015). Nel 2018 si evidenzia il progetto *Respect-Stop Violence Against Women*, realizzato dal Censis con il contributo del Dipartimento per le Pari

Opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Esso si propone di stimolare una riflessione collettiva sul valore sociale della donna per promuovere un cambiamento nei comportamenti che sono alla radice della discriminazione e della violenza di genere. *Respect* prevede una campagna di sensibilizzazione, animazione sul territorio, e informazione sui *social network* rivolta ai giovani. Va inoltre ricordata un'iniziativa delle giornaliste dell'Associazione Giulia (Giornaliste Unite Libere e Autonome) e della Presidente Marina Cosi e la Uisp (Unione Nazionale Sport per tutti) per sostenere le atlete e le donne del mondo dello sport nella lotta alle discriminazioni. In un Manifesto (maggio, 2019) nato da una riflessione su "Media Donne e Sport: idee guida per una diversa informazione" si evidenziano alcuni punti di debolezza da superare. Per una narrazione giornalistica attenta, corretta e consapevole è necessario superare pregiudizi e stereotipi, attenendosi a poche regole di buon giornalismo. In sintesi i cinque punti base per promuovere un buon giornalismo scevro da stereotipi e pregiudizi sono: informare sulle discipline sportive con competenza di merito; evitare di soffermarsi sull'aspetto o i look non più di quanto si scriva dell'aspetto tecnico e delle prestazioni; evitare di focalizzarsi sulle parti del corpo ammiccanti, e ancora, dare alle discipline femminili pari visibilità, declinare i ruoli, le

funzioni e le cariche al femminile ed evidenziare le discriminazioni e le discrepanze in termini di benefit, premi e tutele. Il nodo infine tra dilettantismo e professionismo e tutto ciò che ne consegue viene da lontano e approda alla fine del 2019. In Italia, la legge del 23 marzo 1981 n. 91 recitava all'art. 1 che "l'esercizio dell'attività sportiva, sia essa svolta in forma individuale o collettiva, sia in forma professionistica o dilettantistica, è libero", mentre all'art. 2 si evidenziava: "[…] sono sportivi professionisti gli atleti, gli allenatori, i direttori tecnico-sportivi ed i preparatori atletici, che esercitano l'attività sportiva a titolo oneroso con carattere di continuità nell'ambito delle discipline regolamentate dal CONI […]". Nel testo però non si fa riferimento alle atlete. Cosa significa questo? Che in Italia non esistono atlete professioniste. Molte di loro sono considerate sportive dilettanti, anche se di fatto sono campionesse olimpioniche, e non hanno accesso alle tutele previdenziali stabilite per il mondo dei professionisti e soprattutto vengono pagate molto meno rispetto ai colleghi maschi e sono sottoposte ad un regime di tassazione pari a quello degli uomini Un esempio su tutti? In Italia il compenso delle calciatrici è uguale a quello di un impiegato. Nel resto d'Europa invece i compensi di uomini e donne calciatori/calciatrici sono quasi identici, anche se bisogna aggiungere che sulla rivista americana *Forbes*, fra i cento atleti più

pagati al mondo si trovano fino a ora solo due donne (Serena Williams 28,9 milioni di dollari, 40° posto, e Maria Sharapova, 21,9, 88° posto). Niente parità fra i sessi nel settore sportivo e nessun accesso alle categorie professionali come se la legge del 1981 non potesse essere modificata. La stessa legge quadro sullo sport n. 289 del 2002 che pure all'art. 18 introduce il principio della democraticità e uguaglianza non contempla norme di tutela per la minoranza femminile (Santoleri, 2019). Ma nel dicembre 2019 viene approvato un emendamento della Commissione Bilancio del Senato (Pacchetto sport) attraverso il quale concretamente le tante donne che vivono di sport, campionesse e non solo, potranno farlo da "professioniste" e non solo da "dilettanti". Con esso si estendono le tutele previste dalla legge sulle prestazioni di lavoro sportivo, e per promuovere il professionismo nello sport femminile si introduce un esonero contributivo al 100%, per tre anni, per le società sportive femminili che stipulano con le atlete contratti di lavoro sportivo. Tale emendamento non riguarda solo il calcio che ha avuto grande visibilità ai mondiali di Francia e non solo i quattro grandi sport di squadra (calcio, basket, volley e rugby), ma le atlete di tutti gli sport (Fieg, 2019). Si è trattato di una battaglia etica e morale che tocca i diritti fondamentali della Costituzione. Chi vive di sport deve avere gli stessi diritti e le stesse tutele degli altri lavoratori e delle

altre lavoratrici. Ogni categoria lavorativa può avere regole diverse, ma c'è uno zoccolo duro di diritti che non si discute e che, invece, nello sport è mancato. C'è tutto un mondo di atleti e di atlete che aspetta alcune tutele di base: come i contributi per la pensione, la maternità, la malattia, tutti diritti che riguardano il *welfare*.

Conclusioni

Dall'analisi effettuata si evince che la questione relativa allo sport e alla diseguaglianza di genere implica la considerazione di diversi aspetti culturali, sociali, politici e di organizzazione del settore. Le profonde differenze di genere presenti a livello globale si riflettono anche nello sport dall'Occidente all'Oriente e all'interno delle diverse aree geografiche. Il differente coinvolgimento non era considerato degno di riflessioni scientifiche almeno sino agli anni Settanta e Ottanta del Novecento. A partire da questa fase si sono determinati alcuni approcci critici riguardanti l'attività sportiva che hanno evidenziato l'importanza dello sport in funzione integrativa, sia di riproduzione dell'ordine sociale, sia dialettica, ovvero di riproposizione dei conflitti, anche latenti, fra gruppi e categorie di persone e dei confini simbolici che li sostengono. Nel contributo si è cercato di valutare l'approccio metodologico

alla base della differenza tra i generi nello sport, anche tra le diverse pratiche sportive, che hanno emarginato le donne, facendo rientrare l'argomento sui valori simbolici e su retaggi culturali arcaici. Negli anni si è assistito alla partecipazione delle donne nelle pratiche sportive e nell'organizzazione sportiva, ma con profonde differenze. Le dinamiche sono chiare. Pur registrando un incremento delle tesserate negli ultimi trenta, quarant'anni, rimanendo comunque sempre molto indietro rispetto agli uomini, le donne sono anche sottorappresentate negli organi decisionali delle istituzioni sportive, a livello locale, nazionale ed europeo, salvo rare eccezioni. Si pensi che in tutta la sua storia del Coni le varie federazioni aderenti hanno avuto 707 presidenti, ma di questi soltanto uno è donna (0,1%): Antonella Dallari alla testa della Federazione italiana sport equestri (Fise) nel 2008-2009. Ciò ha contribuito ad una marginalizzazione della presenza femminile nello sport. In parallelo la comunicazione e la rappresentazione stanno testimoniando di fatto un'evoluzione territoriale, sociale e soprattutto culturale riguardo tale tema. Un ruolo fondamentale in questo nuovo corso spetta alle donne della comunicazione e alle giornaliste sportive che hanno contribuito a dare un'immagine diversa alle atlete impegnate nei diversi eventi nazionali e internazionali. Il movimento che si è creato attorno a questa problematica, favorito

anche dai risultati convincenti e importanti in particolari settori (palla a volo e calcio) che sono in Italia gli sport più praticati dalle donne ha portato ad una riflessione collettiva sull'importanza di rendere paritaria la condizione delle atlete. E' noto come ci siano a livello globale Paesi che soprattutto attraverso la scuola hanno veicolato e favorito la presenza dei giovani e delle giovani nello sport, come è stato detto. L'Italia da questo punto di vista è apparsa un po' deficitaria, partendo dalla regolamentazione (legge del 23 marzo 1981 n 91) che non menzionava le atlete nella cosiddetta Legge quadro dello sport (legge n. 289 del 2002). In tempi recenti si è creata una massa critica costituita soprattutto dall' Associazione Giulia (Giornaliste Unite Libere e Autonome), dalla Uisp (Unione Nazionale Sport per tutti) giornaliste della carta stampata e dei mezzi televisivi e da una Revisione di Documenti e Progetti in favore dello sport femminile. Altrettanto importante è il sostegno delle istituzioni e alcune presenze femminili a livello dirigenziale oltre che i risultati raggiunti dalle atlete, anche a livello internazionale (Campionato mondiale in Francia nel 2019). Tutto ciò ha condotto ad una sensibilizzazione su questo tema che è stato trattato con discriminazione non solo rispetto alle società sportive maschili ma anche rispetto ad altri Paesi. Basti pensare al fatto che le atlete sono dilettanti e non professioniste anche se praticano lo sport ai massimi livelli. Come

dice Sara Gama, capitano della Nazionale di calcio femminile «Non ci sono solo grandi campioni famosi, c'è tutto un mondo di atleti e di atlete che aspetta alcune tutele di base: i contributi per la pensione, la maternità, la malattia… il *welfare*, insomma». L'atleta è una delle sportive simbolo di questa battaglia di parità e la situazione italiana è diventata ormai un'anomalia insostenibile nel panorama internazionale che rischia di provocare una fuga di talenti sportivi italiani verso paesi dove si sentono più tutelati. Alla fine del 2019, infine, si è giunti all'emendamento della Commissione Bilancio del Senato (Pacchetto sport), attraverso il quale concretamente le tante donne che vivono di sport, campionesse e non solo, potranno farlo da "professioniste" e non solo da "dilettanti". Si sancisce così un passo importante che premia gli sforzi e l'impegno di tante atlete italiane, anche se purtroppo a livello globale permangono ancora numerosi ostacoli da superare.

Bibliografia

Bourdieu, P. (1978). Sport and social class, *Social Science Information*, 17, 819-40.

Bourdieu, P. (1998). *Il dominio maschile.* Milano: Feltrinelli.

Canella, M., Giuntini S. & Granata I. (2019). *Donna e sport*. Milano: Franco Angeli.

CENSIS (1995). *Lo sport in movimento. Evoluzione della pratica sportiva in Italia*. Bologna: Calderini.

CONI (1998). *Bilanci e prospettive dello sport italiano*. Roma: Romana Editrice.

CONI (2018). *I numeri dello sport 2017.* Roma.

COMMISSIONE EUROPEA (2007). *Libro Bianco sullo sport.* Bruxelles.

Deem, R. (1986). *All work and no play? A study of women and leisure*. Open University Press: Milton Keynes.

EIGE (Istituto europeo per l'uguaglianza di genere) (2016). *La parità di genere nello sport*.

Ferrara, P. (1992). *L'Italia in palestra. Storia, documenti e immagini della ginnastica dal 1833 al 1973*. Roma: La Meridiana.

Gori, G. (2003). *Female bodies, sport, Italian fascism*. London: Frank Cass.

Green, E., Hebron, S. & Woodward, D. (1990). *Women's leisure, what leisure*. London: Macmillan.

Gruneau, R. (1983). *Class, sports and social development*. Amherst: University of Massachusetts Press.

Guttman, A. (1978). *From ritual to record: the nature of modern sports*. New York: Columbia University Press.

Hargreaves, J. (1994). *Sporting females. Critical issues in the history and sociology of women's sport*. London: Routledge.

IREF (International review of economics and finance) (1995). *Il cittadino dello sport.* Milano: Guerini.

ISTAT (1994). La pratica sportiva, in *Indagine multiscopo sulle famiglie 1987-91*, 6. Roma: ISTAT.

ISTAT (2018). *I numeri della pratica sportiva in Italia*. Roma: ISTAT.

Murphy, P. (1998). Sport and gender. In M. L. Wilbert (ed.), *A sociological perspective on sport*. London: Macmillan.

Pallicca, G. (2019). Ondina Valla (1916-2006). In M. Canella, S. Giuntini, I. Granata (eds.), *Donna e sport* (pp. 242-254). Milano: Franco Angeli.

Porro, E. (2019). La pratica sportiva femminile nell'Italia postbellica. In M. Canella, S. Giuntini, I.

Granata (eds.), *Donna e sport* (pp. 525-553). Milano: Franco Angeli.

Salvini, A. (1982). *Identità femminile e sport.* Firenze: La Nuova Italia.

Santoleri, V. (2019). Sport e pari opportunità. In M. Canella, S. Giuntini, I. Granata (eds.), *Donna e sport* (pp. 614-628). Milano: Franco Angeli.

Shinabargar, N. (1995). Sessismo e sport. Una critica femminista. In A. Roversi, G. Triani (eds.), *Sociologia dello sport* (pp. 12-16). Roma: Esi.

Stelitano, A. (2019). La presenza femminile negli organismi sportivi nazionali e internazionali. In M. Canella, S. Giuntini, I. Granata (eds.), *Donna e sport* (pp. 554-592). Milano: Franco Angeli.

Stelitano, A. (2020). *Donne in bicicletta*. Portogruaro: Ediciclo Editore.

Talbot, M. (2001). *Gender power and culture.* London: McMillan.

UISP (Unione Italiana Sport per tutti) (1985). *Carta dei diritti della donna nello sport*.

UISP (Unione Italiana Sport per tutti) (2015). *Progetto europeo Olympia*.

Sitografia

http://www.censis.it/sicurezza-e-cittadinanza/donne

htto://www.figc (Federazione italiana giuoco calcio)

http://www.fifa.com (Féderation International et de Football Association)

http://www.uisp.it (Unione italiana sport per tutti)

http://giornaliste.org

La geografia dello sport tra lecito e illecito: il caso della "frode" in competizioni sportive[1]

di Elena di Blasi, Alessandro Arangio, Nunziata Messina

Abstract

Sport has always been a bearer of values like loyalty, friendships and tolerance. It promotes social relations, solidarity and brotherhood among peoples. It is an important economic phenomenon too. Football, the subject of this work, has a

[1] I §§ 1 e 2 sono da attribuire ad Elena Di Blasi, il § 3 a Nunziata Messina e i §§ 4 e 5 ad Alessandro Arangio.

prominent position among sports as it is undoubtedly the most loved in the world. However, it does present critical points that threaten its stability. Not only the problem of hooliganism and violence, but also cases of corruption, money laundering and sports fraud that have affected football in Italy and abroad. In particular, sports fraud, repeated several times, has prompted both the Italian Legislator and the Council of Europe to intervene. The latter through the Macolin Convention. It therefore seems necessary to rethink the organizational models of this splendid sport, to eliminate its critical issues and enhance its ethical values.

Key words: Sports fraud; football; crime and sport.

1. Il calcio, uno sport identitario fra sviluppo e frode

Il calcio è in assoluto lo sport più praticato in tutto il mondo, in particolare in Europa e in Sud America, ma è anche molto diffuso in Asia e in Africa. Esso esprime un valore altamente simbolico connesso anche all'identità dei luoghi e rappresenta un sistema sociale ed economico di notevole rilievo.

Una vera "religione laica" in cui si identifica il popolo, uno sport da sempre considerato catalizzatore di interesse pubblico, per il quale sono costantemente investiti notevoli capitali, al centro dell'impatto mediatico, con giocatori divenuti icone di successo. I media esaltano la competitività delle squadre ai vari livelli e la "smania del risultato", mentre influiscono emotivamente anche sugli spettatori, rendendoli partecipi degli eventi, che, a volte, sconfinano, purtroppo, in azioni persino violente.

Il calcio, nei suoi aspetti variegati, svolge anche un ruolo di "distrazione" nelle realtà più complesse ed economicamente emarginate, dove la "maglia" rappresenta il "colore" per superare le difficoltà, divenendo elemento fortemente identitario, tanto che spesso la squadra si identifica con un chiaro e

inequivocabile riferimento al luogo[2]. Uno sport, che nei Paesi a economia avanzata, trasmette un sistema di valori e diventa "presupposto per comprendere gli aspetti culturali di luoghi lontani, ponendo l'accento sul ruolo educativo e di integrazione culturale dello sport" (Pesaresi, 2009, p. 180). Il calcio, inoltre, svolge una funzione educativa con l'obiettivo di sottrarre soprattutto i più giovani, che vivono in territori degradati, dai circuiti della malavita, promuovendo così stili di vita sani.

In alcuni eventi, come i Mondiali, rappresenta un mezzo per innescare processi di sviluppo nelle città ospitanti. Le amministrazioni, infatti, attraverso una pianificazione che mobilita il settore pubblico e privato, in un'ottica di "comunità partecipata", con l'impiego di notevoli capitali, rinnovano il volto urbano, realizzando infrastrutture e servizi all'avanguardia, che fanno da cassa di risonanza a livello internazionale per mezzo di mirate azioni di marketing.

La Commissione Europea, infatti, riconosce un ruolo fondamentale allo sport e al calcio, valori

[2] Per citare un caso fra i tanti, la squadra rossazzurra del Catania, ad esempio, viene indicata come compagine etnea, riferendosi, appunto, all'Etna, simbolo del territorio, alla popolazione e agli altri elementi materiali e immateriali: artigianato, cucina ecc. (Mingioni, 2012, pp. 326-327).

autentici come spirito di gruppo, solidarietà, tolleranza, correttezza e inclusione, volti a rafforzare lo spirito di cittadinanza attiva che li anima.

Il significato e l'impatto dello sport nella società europea sono stati sanciti nel 2000 con la Dichiarazione di Nizza. Essa indica come le organizzazioni sportive e gli Stati membri abbiano responsabilità di primo piano nel gestire le questioni relative allo sport e chiarisce che le stesse debbano onorare il proprio compito di organizzare e promuovere i loro sport "nel rispetto delle normative nazionali e comunitarie". Allo stesso tempo, riconosce che la Comunità deve tener conto, anche se non dispone di competenze dirette in questo settore, delle funzioni sociali, educative e culturali dello sport, che ne costituiscono la specificità, al fine di rispettare e di promuovere l'etica e la solidarietà necessarie a preservarne il ruolo sociale" (Commissione delle Comunità Europee, 2007, p. 67).

Tuttavia, lo sport e in particolare il calcio, negli anni recenti, ha dovuto affrontare le minacce provenienti dalla società, che ne mettono a rischio la stabilità, non solo per i diffusi episodi di violenza consumati all'interno degli stadi, ma anche per i reati di corruzione, riciclaggio di denaro o frode sportiva. Quest'ultima, che ha registrato numerosi casi in Italia e all'estero, ha

indotto il legislatore a introdurre il "reato di frode in competizioni sportive" per contrastare il fenomeno illegale delle scommesse clandestine, denominato "Toto Nero" (Roma, Bologna, Milano ecc. nel 1980). Espressione, questa, che rappresenta gli investimenti di denaro su canali clandestini, gestiti con la complicità di giocatori o di altri soggetti conniventi, tendenti a conseguire un risultato di gara difforme rispetto a quello che si otterrebbe, qualora la competizione si svolgesse in modo regolare: "Calciopoli" (Torino, Firenze, Reggio Calabria ecc. nel 2006) e "Treni del Gol" (Catania nel 2015).

2. Il calcio, fra frode e sport: il caso italiano

Il calcio, nonostante rappresenti una forma di "divertimento" non solo per chi lo pratica, ma anche per gli spettatori e miri a raggiungere obiettivi di inclusione sociale per i più giovani, presenta alcune criticità. Fra queste, il fenomeno del "calcio-scommesse", in Italia tra gli anni '70 e '80, preceduto da altre forme di corruzione, che risalgono all'alba di questo sport.

Il primo caso, infatti, riguardò la stagione calcistica 1926-1927 ed ebbe come protagonisti "Guido Nani", dirigente del Torino, e Luigi Allemandi, calciatore della Juventus. Il primo

promise il pagamento di cinquantamila lire, suddiviso in due rate, affinché il secondo propiziasse la vittoria della squadra granata nel derby tenutosi il 5 giugno del 1927. La partita si concluse con il risultato finale di 2-1 per il Torino e del presunto accordo venne a conoscenza un giornalista appartenente alla testata "Tifone", che rese pubblica la notizia al termine del campionato. La vicenda si concluse con la revoca dello scudetto al Torino e la squalifica a vita di Nani e di Allemandi (Bianchi, 2017).

Alcuni anni dopo un ex calciatore della Triestina tentò di convincere il portiere della compagine giuliana a farsi segnare un gol nella partita contro la Juventus, ma quest'ultimo non accettò e il corruttore venne squalificato a vita (Moroni, 2014, p. 42). Nel 1948, invece, fu decisa la retrocessione del Napoli in Serie B per tentata corruzione, in seguito all'incontro tenutosi fra Luigi Ganella e Bruno Arcari, calciatori appartenenti rispettivamente alla squadra partenopea e al Bologna, a cui assistettero anche alcuni esponenti delle due società. Anche in questo caso, a tutti i partecipanti, furono comminate pesanti sanzioni sportive.

Nella stagione 1954-1955, l'Udinese fu retrocessa perché, due anni prima, un suo tesserato aveva pagato una somma di circa due milioni ad alcuni giocatori della Pro Patria, durante

l'intervallo fra il primo e il secondo tempo. Nella stessa stagione, il Catania venne retrocesso per aver corrotto l'arbitro (Scaramella), successivamente radiato, intestando alcuni assegni al cognato, per alterare il risultato di due partite e ottenere la permanenza in Serie A (Ordine, 2002).

Nel corso del campionato 1973-1974, il presidente dell'Hellas Verona tentò di corrompere il calciatore brasiliano del Napoli, Sergio Clerici, ma la vicenda si concluse assegnando all'ultima posizione in classifica la società veneta e condannando il dirigente a tre anni di squalifica (Accatino, 1974, p. 13).

Nel 1980 si verifica un evento che avrebbe sconvolto l'intero sistema calcistico, lo scandalo del "toto nero", che ben presto avrebbe determinato la necessità di intervenire anche in materia penale e non solo sportiva per ostacolare la piaga ormai dilagante del "calcio-scommesse". Una pratica, ormai, assai diffusa fra gli stessi calciatori, che così potevano contare su ulteriori forme di arricchimento, oltre a quelle derivanti dagli stipendi corrisposti dalle rispettive società di appartenenza (Petrini, 2010, pp. 112-113).

La vicenda scaturì in seguito all'esposto presentato alla Procura della Repubblica di Roma, da Massimo Cruciani, grossista ortofrutticolo, e da Alvaro Trinca, ristoratore e cliente del primo, che

denunciarono alcuni giocatori della Lazio per non aver rispettato alcuni accordi stipulati per far sì che la partita contro l'Avellino si concludesse con la vittoria della prima sulla seconda, in modo da far risultare esatta la cosiddetta "martingala"[3]. In seguito allo svolgimento delle indagini preliminari, furono raccolti elementi probatori per mezzo dei quali si poté dimostrare come i due avessero organizzato un sistema di scommesse volto ad arricchire i cosiddetti "allibratori clandestini", soggetti che avrebbero ricevuto e gestito cospicue somme di denaro senza alcun tipo di autorizzazione e in modo del tutto illegale. L'accusa si estese anche ai tesserati di Avellino, Bologna, Milan, Perugia e altre società che parteciparono attivamente a combinare le partite "a tavolino", in modo da realizzare notevoli risorse da poter reinvestire nel giro di scommesse.

Seguì l'apertura di due procedimenti in parallelo fra loro. Nell'ambito del processo sportivo, la CAF (Commissione d'Appello Federale) confermò la

[3] "Quella domenica del 13 gennaio doveva essere il giorno del nostro riscatto. Con Cruciani infatti avevamo deciso di giocare una martingala su quattro partite, tre delle quali sapevamo combinate: la vittoria della Lazio sull'Avellino e i pareggi della Juventus col Bologna e del Genoa col Palermo; la quarta partita, Pescara-Inter, era l'unica pulita, e noi puntammo sulla vittoria dell'Inter. Per Bologna-Juve, Massimo mi aveva riferito che il risultato era stato già pattuito dal presidente della Juve e da quello del Bologna (Vignati, 2016).

decisione già pronunciata in primo grado dalla Commissione Disciplinare della Lega Nazionale Professionisti (CD, C.U. n. 198 del 9 giugno 1980), stabilendo la retrocessione in Serie B di Lazio e Milan e condannando Avellino, Bologna e Perugia a cinque punti di penalizzazione. Pescara e Juventus, invece, vennero assolte, mentre furono comminate una serie di squalifiche ai danni dei tesserati delle società condannate, rei di aver alterato o tentato di alterare i risultati delle partite.

Diversamente, la V Sezione Penale del Tribunale di Roma dichiarò sentenza di assoluzione nei confronti degli imputati perché il fatto non costituiva reato. L'accusa sostenuta in giudizio, infatti, era incentrata sulla truffa, ma il giudice penale rilevò che in tale delitto non fosse presente il fatto corruttivo.

Le pronunce della giustizia sportiva e di quella ordinaria furono evidentemente contrastanti fra loro e si dovette attendere quasi un decennio prima che entrasse in vigore la Legge 13 dicembre 1989, n. 401 sugli "Interventi nel settore del giuoco e delle scommesse clandestini e tutela della correttezza nello svolgimento di manifestazioni sportive".

L'introduzione della frode sportiva ha rimarcato il disvalore sociale di una condotta che fino ad allora, seppur ritenuta riprovevole dalla maggior

parte della comunità, non era mai stata perseguibile penalmente.

La normativa si pone l'obiettivo di paralizzare l'invasione delle scommesse clandestine all'interno del gioco del calcio, oltre che di tutto lo sport in genere. Nonostante l'opera del legislatore, la pratica della "compravendita" di partite, così come quella del "calcio-scommesse", rappresenta un'abitudine che non si è mai estinta. Ulteriori episodi riguardano il caso Siracusa-Perugia, che avvenne durante il campionato di Serie C1 1992-93, punito dalla giustizia sportiva con la revoca della promozione in Serie B della società umbra e con tre anni di squalifica ai danni del presidente Luciano Gaucci, senza conseguenze sotto il profilo penale. Tale vicenda, però, si distinse per il mezzo di scambio scelto al fine di alterare lo svolgimento della gara: venne donato un cavallo, anziché essere offerta o promessa una considerevole somma di denaro, come si era soliti agire fino a quel momento.

Tuttavia, cominciò gradatamente a configurarsi una nuova forma di illecito sportivo associativo, nella stagione 2004-2005, quando i dirigenti di Genoa e Venezia vennero imputati per aver "aggiustato" il risultato di una partita disputata dalle due squadre, determinante in ottica promozione per la società ligure, in cambio della somma di 250 mila euro. Oltre all'accusa di frode

sportiva, fu la prima volta che, nell'imputazione formulata dal pubblico ministero competente, figurasse anche quella di associazione per delinquere (Cass., sez. III, 25 febbraio 2010, n. 12562, in *CED Cass. Pen.*, 2010).

Il legislatore federale ha previsto e punito l'associazione finalizzata alla commissione di frodi sportive solamente dopo l'ennesimo scandalo avvenuto nel 2006, con l'obiettivo di sopperire ad alcune mancanze dell'ordinamento sportivo (Sferrazza, 2011, pp. 14-15). Tale vicenda, probabilmente la più eclatante per clamore mediatico insieme al "toto nero" degli anni '80, è stata denominata "Calciopoli" e ha determinato lo sconvolgimento dell'intero movimento calcistico. I soggetti coinvolti, infatti, rappresentavano profili di grande rilevanza non solo per la posizione apicale ricoperta all'interno delle società d'appartenenza, ma anche in relazione alle istituzioni sportive nazionali. Ciò ha comportato la revoca e la non assegnazione dei titoli di "campione d'Italia", con riferimento alle stagioni sportive 2004-2005 e 2005-2006 ai danni della Juventus, la quale fu condannata, inoltre, alla retrocessione in Serie B con una nutrita penalizzazione di punti. Oltre ad essa, furono pesantemente penalizzate altre società di primo livello, come Milan, Lazio, Fiorentina e Reggina. I reati contestati in questa sede furono quelli di associazione per delinquere, costituita con

il fine di alterare l'esecuzione regolare delle partite del campionato di Serie A, e di frode in competizioni sportive, che si poneva quindi come delitto-scopo della prima fattispecie criminosa[4].

Fra gli ultimi fenomeni di "calcio-scommesse" sopraggiunti in ordine cronologico, ricoprono ampio spazio gli scandali risalenti al 2011 e al 2015, resi noti conseguentemente allo svolgimento delle indagini denominate rispettivamente "Last Bet" e "Dirty Soccer[5]", con l'attivazione di più procedimenti sportivi e penali, alcuni ancora in corso (Sferrazza, 2011, p. 13).

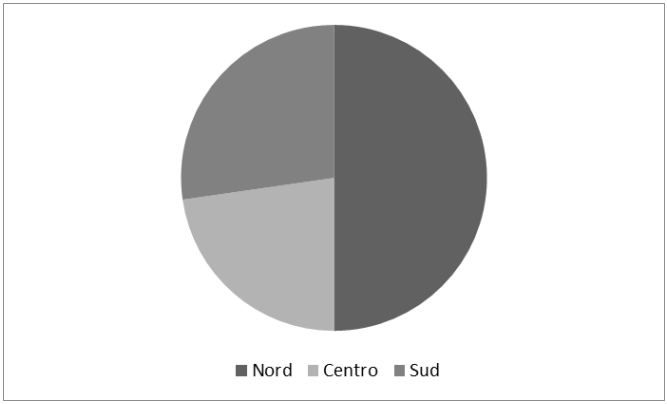
Illeciti sportivi che non hanno lasciato indenne alcun campionato italiano (serie A, B, Lega Pro e Lega Nazionale Dilettanti) e che hanno permesso

[4] "Agli imputati è stato contestato di avere costituito un'associazione finalizzata alla commissione di frodi sportive, con lo scopo di affidare la conduzione delle gare a soggetti compiacenti in grado di orientare le valutazioni tecniche e i provvedimenti disciplinari a favore della "Juventus" (Notaro, 2016).

[5] Contemporaneamente un'altra inchiesta, denominata "I treni del gol", che ha riguardato cinque partite del campionato di Serie B della stagione 2014-2015: Varese-Catania 0-3, Catania-Trapani 4-1, Latina-Catania 1-2, Catania-Ternana 2-0, Catania-Livorno 1-1. La Corte d'Appello Federale della FIGC ha dichiarato con sentenza la retrocessione della società etnea in Lega Pro con nove punti di penalizzazione e l'inibizione dei dirigenti che avevano tentato di alterare i risultati, la Procura di Catania ha, invece, enunciato l'accusa di associazione per delinquere finalizzata alla frode sportiva nei confronti del presidente, l'amministratore delegato, il direttore sportivo e alcuni agenti di scommesse e procuratori sportivi.

agli inquirenti di scoprire un'organizzazione capillare, condotta da Eng Tan Seet, già al centro di un'indagine internazionale sul calcio-scommesse, che ha avuto inizio a Singapore, responsabile di un giro illegale di scommesse con ramificazioni in tutto il mondo, compresa l'Italia[6] (Antimafia Duemila, 2015; Lamperti, 2013).

Fig. 1 – Casi di frode sportiva nei campionati italiani professionistici di calcio per macroaree.



Fonte: elaborazione propria

[6] Per agire nel territorio italiano si sarebbe avvalso della compartecipazione dei "bolognesi", degli "zingari" e degli "albanesi", i quali, stabilito un tariffario, avrebbero consegnato il denaro ai calciatori coinvolti nella *combine*.

3. Il calcio, fra sport e frode: il caso globale

Il reato di frode sportiva, purtroppo, è migrato ben oltre i confini del territorio italiano, coinvolgendo l'Europa e non solo. Nel 2004, l'UEFA comunicò che un club europeo, l'FK Pobeda Prilep, si era reso protagonista di un incontro combinato, conclusosi con un pareggio, contro l'FC Pyunik. Per questo evento è stata comminata la squalifica a vita da tutte le competizioni europee per il presidente e l'ex capitano e di otto anni per il club. L'allora presidente dell'UEFA, Michel Platini, dichiarò, inoltre, che avrebbe intrapreso un'azione di monitoraggio sui 27.000 incontri nella stagione 2009-2010.

Nel 2009, fu noto lo scandalo più eclatante che avesse interessato il mondo calcistico europeo, con il chiaro obiettivo di truffare le agenzie di scommesse tramite *combine*. I paesi coinvolti e le partite indagate furono: Austria (11); Belgio (17); Bosnia ed Erzegovina (8); Croazia (14); Germania (32); Slovenia (7); Svizzera (22); Turchia (29); Ungheria (13); UEFA Champions League (3); UEFA Europa League (12) (Wikipedia, 2018).

Attraverso le intercettazioni telefoniche della rete criminale, infatti, fu messa in evidenza la truffa e nel 2009 in Germania incominciarono le indagini per le partite "truccate", le scommesse legali e non,

relative alla 2nd Bundesliga (la serie B tedesca), la coppa nazionale e i campionati minori tedeschi. Successivamente le indagini furono estese anche a Regno Unito, Svizzera e Austria e le autorità competenti disposero numerosi arresti, sequestri di beni e di denaro.

Anche in Grecia la procura di Atene dispose l'arresto di 10 persone e altre 70 vennero iscritte nel registro degli indagati per la *combine* di almeno 40 partite riguardanti la serie A e altrettante per quelle minori. La notizia venne pubblicata attraverso gli organi di stampa greci, con il nome di Koriopolis (*korios*: intercettazioni telefoniche) sulla falsariga di Calciopoli in Italia. Ma anche in questo caso, come in Turchia, la giustizia sportiva si limitò alle retrocessioni. Nello stesso periodo anche il campionato ungherese fu interessato al fenomeno, attraverso un'operazione gestita dalla mafia asiatica (Pisapia, 2012)

Gli illeciti hanno interessato anche 29 squadre polacche con 117 indagati tra dirigenti, arbitri e giocatori per una vicenda risalente al 2005, ma venuta alla luce solo nel 2018, con la denunzia formale dell'ex giocatore della nazionale Dariusz Wdowczyk per aver combinato alcune partite.

Il settore delle scommesse legali risente di questi episodi, infatti l'Amministrazione dei Monopoli non ha autorizzato le scommesse sul

campionato polacco. Anche il Portogallo risulta implicato con due squadre: Porto e Boavista, per la designazione di arbitri compiacenti (2003-2004).

Le indagini condotte tra il 2008 e il 2011 fanno rilevare 380 partite combinate in Europa e profitti per oltre 2 milioni di euro; si tratta della più grande indagine internazionale condotta da Europol (Il Sole 24 Ore, 2013) e, inoltre, sarebbero stati "truccati" anche gli esiti di 300 partite in Africa, Asia e America Centrale.

Nel 2011 si scopre lo stesso fenomeno anche ai Paesi extra europei, infatti, in Corea del Sud, oltre 50 calciatori furono implicati nello scandalo del calcio scommesse e molti vennero squalificati a vita.

Dagli scandali finora illustrati emerge che il 50% delle partite disputate in Europa risulta combinato e persino la Finlandia, nonostante il poco interesse da parte dei tifosi e dei media, non resta fuori dal panorama degli scandali. Nel 2011 il fenomeno viene alla luce anche nei Paesi extra europei: Salvador, Israele, Cina, Thailandia, Zimbawe e Vietnam. In Corea del Sud, oltre 50 calciatori vennero implicati nello scandalo del calcio-scommesse e molti di questi squalificati a vita. Un illecito, quindi, di proporzioni mondiali, che coinvolge anche l'area del Sud-est asiatico con Singapore e Malesia, dove, le indagini condotte da

Interpol, collaborata da un'agenzia istituita dalla FIFA, fanno rilevare come il 90% delle scommesse riguardanti il calcio mondiale venga effettuato proprio nel Sud-est asiatico, poiché le organizzazioni criminali locali lucrano su questo sport, scommettendo soprattutto sul calcio europeo. Il sistema criminale trae vantaggio dagli anelli deboli della catena: i giocatori. Questi, infatti, per i debiti delle scommesse o per ragioni familiari critiche, soprattutto se vivono nei paesi sottosviluppati, si prestano agli illeciti per ottenere ingaggi e inserimenti nelle squadre della massima serie. Si pensi che, annualmente, vengono spesi oltre 90 milioni di euro nelle scommesse legali e altrettanti in quelle illegali, ma lo scandalo, purtroppo, ingloba anche la FIFA, per i tentativi di corruzione relativi all'assegnazione dei mondiali di calcio 2018-2022.

Il calcio scommesse e la combine hanno interessato anche la Tunisia, infatti, una notizia apparsa sul Bollettino bisettimanale dell'Interpol "Integrity in Sport" (10-23 settembre 2019), riportava che: "tre persone sono state incriminate dal tribunale di Nizza per aver scommesso su una partita "arrangiata" del campionato tunisino (US Ben Guerdane-ES Metlaoui, del 7 aprile 2019).

Lo scorso anno il Presidente dell'UEFA, massimo organismo del calcio europeo, ha dichiarato il proprio rincrescimento per l'inerzia

delle organizzazioni sportive che non hanno collaborato con l'UEFA per contrastare questo fenomeno e che la vera sfida, paradossalmente, riguarda le partite truccate. Per questo motivo ha annunciato la realizzazione di un'agenzia con la finalità di contrastare il *match fixing* (Sparaciari, 2019).

Il Parlamento Europeo, nella Risoluzione del 14 marzo 2013, ritiene indispensabile un'azione *multistakeholder* a livello globale contro le *combine* e chiede alla Commissione UE un ruolo di coordinamento nella lotta alle partite truccate e alla criminalità organizzata, realizzabile attraverso lo scambio di informazioni e le buone pratiche tra gli Stati membri e con la previsione nel diritto nazionale dei reati di frode sportiva, prevedendo sanzioni adeguate, nonché il divieto di scommettere sulle competizioni che riguardino i minori (Grillo, 2014, p. 45).

4. Calcio e mafie: un sistema di potere economico e di consenso sociale

Il calcio non è solamente lo sport più seguito e amato in Italia dalla popolazione compresa tra i 15 e i 69 anni (FIGC, Report Calcio, 2011), esso è il gioco più popolare e appassionante del pianeta. Non vi è spettacolo televisivo che possa competere per audience con i mondiali di calcio. Come ha

scritto José Mourinho nella prefazione di un famoso saggio di Desmond Morris, il football "per alcuni è una religione, per altri il gioco più bello, per altri un linguaggio universale. Per altri ancora è una tribù" (Mourinho, 2016). Dalla fine del Novecento il suo potere economico ha avuto un notevole incremento attraverso un sistema composto da sponsor, diritti televisivi e merchandising, che garantisce ogni anno milioni di euro ai principali club. Inoltre, le squadre blasonate, alcune quotate in borsa, investono, come è risaputo, ingenti capitali per l'acquisto dei giocatori, con un'organizzazione che segue una logica aziendale, con bilanci e obiettivi da raggiungere, tanto che i club che non riescono a fare quadrare i conti rischiano, nei casi peggiori, il fallimento, e dunque la retrocessione o la cancellazione (FIGC, Report calcio, 2017).

Il calcio, allora, non è solamente lo sport più amato al mondo, negli ultimi decenni è sempre più diventato un business, ragion per cui il numero di reati connessi a esso è aumentato (Romani, 2012, p. 152). La criminalità, infatti, approfittando delle criticità presenti nei vari contesti politico-sociali, si infiltra nel sistema-calcio e i club con maggiori difficoltà economiche risultano, spesso, essere i più vulnerabili. Una delle motivazioni di tale interesse consiste, soprattutto, nel riciclaggio, attività alla quale questo sport sembra prestarsi abbastanza

bene, come evidenziato nel 2010 in Italia dalla Commissione Parlamentare Antimafia (Direzione Nazionale Antimafia, 2010, p. 317). Vi sono poi i casi di frode sportiva, di cui si è già parlato: attività illegali condotte da veri e propri "imprenditori del crimine", messe in atto grazie alla complicità di giocatori (e non solo) corruttibili, che si adoperano ad alterare i risultati delle partite per creare illecitamente profitto dalle scommesse sportive. Il denaro diventa, inevitabilmente, pericoloso mezzo di scambio impiegato per indurre i soggetti dell'ordinamento sportivo a piegarsi alle logiche criminali. Ciò accade con maggiore facilità nei campionati minori, in cui i club hanno risorse limitate e i tesserati non ricevono nei termini stabiliti da contratto i pagamenti, e diventano pertanto vulnerabili di fronte alle utilità o ai vantaggi derivanti dall'alterazione delle partite.

Il fenomeno del *match fixing* ha trovato terreno fertile pure grazie alle moderne tecnologie, che consentono di giocare *online* anche su siti stranieri, oltre che illegali. Attualmente si può scommettere legalmente ovunque nel mondo, senza che sia possibile accertare la provenienza dei fondi utilizzati. Questo consente alla criminalità organizzata di avvicinarsi a questo fruttuoso business per svolgere attività illecite e aprire nuovi canali di riciclaggio. È evidente, quindi, che andrebbe adottata all'interno del sistema una

riforma in grado di valorizzare le istanze di una maggiore eticità, sì da contrastare le infiltrazioni malavitose, stabilitesi nel calcio successivamente alle profonde trasformazioni del sistema, determinate dall'evoluzione delle squadre da semplici società sportive a vere e proprie imprese economiche.

Al riciclaggio e alla frode si aggiungono, poi, altre azioni criminose, come la contraffazione del merchandising delle squadre. In Italia il rapporto CENSIS 2016 rileva come nel 2015 siano "stati spesi 6,9 miliardi di euro per l'acquisto di prodotti contraffatti, con una crescita del 4,4% rispetto al 2012. […] Ogni domenica, infatti, all'esterno degli stadi centinaia di tifosi acquistano magliette, sciarpe e ogni tipo di gadget della squadra del cuore, preferendoli ai prodotti originali perché più economici" (Colombo, 2017, p. 12). Sono diversi i laboratori di contraffazione in tutta Italia, gestiti dalla criminalità organizzata, ma a ciò si aggiungono gli appalti che la malavita gestisce in molti stadi, non solo italiani: bar, parcheggi, sicurezza.

L'interesse dei clan verso il mondo sportivo e, soprattutto, del calcio non è esclusivamente economico. Lo sport può essere, infatti, anche uno strumento di controllo sociale, poiché può ingenerare, tra i membri delle comunità residenti in contesti problematici, forme di consenso,

soprattutto, nei confronti dei capimafia locali. Questi hanno, talvolta, finanziato con il proprio denaro, illegalmente guadagnato, società sportive, consentendo loro di conseguire notevoli successi. Il caso più emblematico nel mondo del calcio è quello di Pablo Escobar, "re" del narcotraffico mondiale, che fece edificare in Colombia diversi stadi e sostenne vari club calcistici. Nel 1989 permise all'Atlético Nacional la conquista della Coppa Libertadores, il trofeo più prestigioso del Sud America. Fu amato da gran parte della popolazione di Medellin.

Anche in Italia lo sport è stato strumento di popolarità per importanti esponenti della criminalità organizzata. Si pensi, ad esempio, agli scatti fotografici che negli anni Ottanta hanno immortalato due boss della malavita con un famosissimo calciatore. Indubbiamente, ciò non costituiva reato, ma, in determinati contesti, tale immagine può aver di certo veicolato un messaggio negativo, particolarmente tra i più giovani. L'accostamento del fuoriclasse con il criminale può far nascere nei confronti di quest'ultimo un sentimento di ammirazione tra gli adolescenti: una vera e propria operazione propagandistica finalizzata ad avvicinare i ragazzi alle cosche, sempre in cerca di nuove reclute.

Un altro aspetto, non meno rilevante, indicato dalla Commissione Antimafia, è rappresentato

dalle infiltrazioni mafiose all'interno delle tifoserie, per motivi vari, come lo spaccio di droga, la gestione dei biglietti in determinati settori dello stadio o la sicurezza nelle curve.

In Italia e all'estero, le realtà territoriali più problematiche, dove più frequenti sono i rapporti tra sport e crimine, sono, ovviamente, quelle con una tradizione malavitosa più radicata. Le mafie entrano, dunque, nel mondo sportivo e principalmente del football non solo e non tanto per acquisire profitto, quanto, soprattutto, per accrescere il proprio potere. Il "pallone", come detto, crea consenso, apre le porte all'alta società, permette alle cosche di controllare e, se necessario, mobilitare le curve, di penetrare con più facilità nelle periferie sensibili delle città, di reclutare manovalanza attraverso i vivai giovanili (Cantone e Di Feo 2012; Dalla Chiesa, 2012 e 2014).

5. Legalità ed etica per il mondo del calcio: possibilità o miraggio?

Da quanto fin qui rilevato appare abbastanza chiaro che il mondo del pallone (società calcistiche, tifoserie, scommesse) rappresenti, a livello globale, un canale privilegiato dai clan mafiosi per accrescere il proprio potere (non solo economico). Questi, talvolta favoriti da una legislazione carente,

utilizzano le criticità che il calcio può offrire in particolari realtà territoriali.

Gestire direttamente o indirettamente le società calcistiche, specie quelle più amate, consente alla criminalità di presentarsi alle comunità di appartenenza con un'immagine di tutto rispetto, in quanto sostenitrice di un'identità (locale, ma non solo) che è quella della tribù, per dirla con Morris: la tribù dei tifosi, non solo ultras ma chiunque si indentifica nei colori, nella storia, nella maglia di un *team*.

Ritornando alla frode sportiva, più volte reiterata negli ultimi decenni in Italia, è necessario domandarsi quali soluzioni possano riportare nel nostro Paese lo sport e, soprattutto, il calcio al loro originario valore etico. Sicuramente determinante sarebbe stato avere una legislazione più severa a riguardo e, a tal proposito, qualcosa è cambiato dopo i clamorosi fatti emersi negli anni Ottanta. La legge 401 del 1989 ha, innanzitutto, permesso di tipizzare e individuare come illecite condotte diffuse che rimanevano prima impunite. Vale, poi, la pena menzionare il disegno di legge presentato dal Governo Renzi nel 2015, l'Atto del Senato 2073, concernente le "misure volte a rafforzare il sistema sanzionatorio relativo ai reati finalizzati ad alterare l'esito delle competizioni sportive" (Senato della Repubblica, 2015), qualora fosse stato approvato, avrebbe portato con sé alcune

innovazioni degne di nota. Infatti, al secondo comma, era disposto che "il giudice ordina la confisca di beni di valore equivalente a quelli che costituiscono il prodotto, il profitto o il prezzo del reato e di cui il reo ha la disponibilità, anche indirettamente o per interposta persona". Pure le autorità sportive avrebbero potuto usufruire delle nuove disposizioni, affermando così un'immagine più sana del calcio e dello sport in generale. Dal canto loro, le società avrebbero avuto a disposizione uno strumento incisivo per intervenire con efficacia e controllare gli individui che svolgono attività al loro interno, atleti inclusi.

Nel campo della legislazione sportiva, inoltre, potrebbero essere introdotte ulteriori innovazioni, a cominciare da quanto proposto dalla Lega Calcio di Serie A il 20 aprile del 2012, anche allo scopo di impedire la commissione di frodi sportive. Tale organo, infatti, si è munito di un codice etico e di un modello organizzativo ex d.lgs. 231/2001. L'idea era quella di subordinare l'iscrizione al campionato della stagione calcistica 2013-2014 all'adozione di tale codice. Il Consiglio federale della FIGC, tra l'altro, ha aderito all'iniziativa, così da permettere un inasprimento del sistema sanzionatorio. Purtroppo, l'adozione dei codici è ancora rimessa alla volontà dei club, che quindi dispongono di ampio potere discrezionale in

materia, limitando, nella maggior parte dei casi, gli oneri di vigilanza gravanti su di essi.

È importante, però, sottolineare che alcune società calcistiche, al fine di tutelarsi, hanno cominciato a seguire una linea più etica, improntata a una maggiore trasparenza. Il Novara Calcio, per esempio, ha stipulato un accordo di consulenza con la società belga, la "Federbet Association Internationale Sans But Lucratif", per monitorare i flussi anomali relativi alle scommesse inerenti alle proprie partite, in modo da poter così evitare sanzioni pecuniarie, segnalandoli alla Procura. Il Genoa C.F.C., invece, ha richiesto alla società "Fraud Detection System di Sportradar", anch'essa specializzata nel controllo dei flussi delle scommesse, la programmazione di un corso formativo diretto a istruire i tesserati sul divario fra liceità e illiceità, informandoli sul contenuto delle norme penali e sportive in materia e illustrando le procedure da seguire per l'individuazione delle *combine*.

Dalle inchieste giudiziarie emerge che la commistione tra calcio e delinquenza organizzata è sempre più frequente. Per tale motivo, è auspicabile che proprio i club mettano in atto programmi formativi per i calciatori, poiché si rende necessario che questi abbiano maggiore contezza dei rischi e dei pericoli che determinate frequentazioni possono comportare. In tal modo, i

tesserati potrebbero, con maggiore consapevolezza e di concerto con le società di appartenenza, contrastare le minacce derivanti da fenomeni illeciti, riportando così il sistema calcio all'autentico valore sociale dello sport, come messaggio da tramandare alle generazioni future.

Infine, nel nostro Paese è attivo un servizio di monitoraggio, finalizzato alla segnalazione delle anomalie registrate nei flussi di scommesse, anche quando queste non presentano gli estremi per costituire reato e, quindi, non determinano l'obbligo presso l'autorità giudiziaria di esercitare un'azione penale. La soluzione, quindi, potrebbe essere quella di prevedere a livello comunitario un intervento legislativo, che renda possibile il coordinamento delle indagini tra i vari Stati, tale da individuare l'origine delle *combine*. Sotto questo aspetto, importante è stata la ratifica nel 2019 (L. 39/2019) della Convenzione di Macolin del Consiglio d'Europa, stipulata il 18 settembre 2014, con l'obiettivo di reprimere ogni forma di alterazione delle competizioni sportive e altresì di promuovere la cooperazione fra le autorità, le società calcistiche e gli allibratori, pure a livello internazionale.

È bene concludere sottolineando che non bisogna credere che esista una corrispondenza tra calcio e criminalità. Vi sono narrazioni stupende, cariche di umanità, legate a questo splendido sport.

La storia politica e sociale del Novecento potrebbe essere raccontata attraverso il pallone, perlomeno in Europa e in Sud America. Rivalità politiche, sociali, religiose sono state anche rivalità calcistiche: si pensi ai derby di Mosca, Berlino Est, Glasgow o al *Clásico español*. Il calcio non è un male della società, semmai la pervade così tanto che, per dirla con Simon Kuper, è uno dei più validi strumenti per comprenderla (Kuper, 2008).

Bibliografia

Accatino, G. (1974), "La Samp in A, Verona e Foggia in B", *La Stampa*, 19/07/1974, p. 13

Antimafia Duemila (2015), "Ndrangheta e calcio scommesse: 50 arresti per frode sportiva", 19/05/2015, http://www.antimafiaduemila.com/home/mafie-news/229-ndrangheta/55273- ndrangheta-e-calcioscommesse-50-arresti-per-frode-sportiva- .html

Bianchi, S. (2017), "Il Caso Allemandi", http://www.giulemanidallajuve.com/newsite/articoli_detta -glio.asp?id=5136

Cantone, R. & Di Feo, G. (2012), *Football clan*, Rizzoli, Milano

Colombo, M.G. (2017), *Le organizzazioni mafiose nel mondo del calcio: tra strategie di conquista e strategie di business*, Tesi di laurea, Università di Milano

Commissione delle Comunità Europee (2007), *Libro bianco sullo sport*, Bruxelles

Consiglio d'Europa (2018), *Convenzione di Macolin*, 18/09/2014, http://www.sport.governo.it/media/1455/convenzione_macolin.pdf

Corte di Cassazione (2010), sez. III, 25/02/2010, n. 12562, *CED Cass. Pen*.

Dalla Chiesa, N. (2012), *Impresa mafiosa*, Cavallotti University Press, Milano

Dalla Chiesa, N. (2014), *Manifesto dell'Antimafia*, Einaudi, Torino

FIGC (2011), *Report calcio 2011*, https://www.figc.it/media/1116/report_calcio_2011.pdf

FIGC (2017), *Report calcio 2017*, https://www.pwc.com/it/it/publications/assets/docs/reportcalcio-2017.pdf

Grillo, S. (2014), "Le sfide dello sport per l'Europa dei diritti: un percorso di legalità", *Sport4Society*, n. maggio

Il Sole 24 Ore (2013), "Calcioscommesse: 380 partite sospette in Europa, la maggior parte in Germania", 4/02/2013, https://st.ilsole24ore.com/art/notizie/2013-02-04/calcioscommesse-partite-sospette-europa-115553.shtml?uuid=AbILv2QH

Interpol (2019), "Integrity in Sport", *Bollettino bisettimanale*, 10-23/09/2019

Kuper, S. (2008), *Calcio e potere*, Isbn Edizioni, Milano

Lamperti, L. (2013), "Fama, potere e denaro. La verità sul rapporto tra calcio e mafia", 12/12/2013, https://www.affaritaliani.it/cronache/raffaele-cantone-mafia-calcio131213.html

Lega Calcio (1980), Commissione Disciplinare, C.U. n. 198 del 09/061980

Mingioni, L. (2012), "Etnici e deonimici nel calcio italiano", in D'Achille, P. & Caffarelli, E., *Lessicografia e onomastica nei 150 anni dell'unità d'Italia. Atti delle Giornate internazionali di studio (Roma, 28-29 ottobre 2011)*, Società Editrice Romana, Roma, pp. 323-336

Moroni, M. (2014), "La frode sportiva tra diritto, etica e storia", *Rivista Internazionale di Diritto ed Etica dello Sport*, 1, pp. 39-51

Morris, D. (2016), *La tribù del calcio*, Rizzoli, Milano

Nazionale Antimafia (2010), *Relazione annuale Direzione 2010*, pag. 317

Notaro, D. (2016), "Lo strano caso della frode sportiva in veste associativa. La vicenda Calciopoli fra incertezze e contraddizioni", *La legislazione penale*, http://www.lalegislazionepenale.eu/wp-content/uploads/2016/04/ approfondiment_Notaro_2016.pdf

Ordine, F. (2002), "Gli scandali del mondo del calcio", *Enciclopedia dello sport*, http://www.treccani.it/enciclopedia/gli-scandali-del-mondo-del-calcio_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

Pesaresi, C. (2009), "Il possibile connubio geografia-calcio", *Semestrale di studi e ricerche di geografia*, 22.1., pp. 179-182

Petrini, C. (2010), *Nel fango del Dio pallone*, Kaos, Milano

Pisapia, L. (2012), "Calcioscommesse, tutti gli altri scandali dalla Germania alla Grecia", *Il Fatto Quotidiano,* 29/06/2012

Romani, P. (2012), *Calcio criminale*, Rubbettino, Soveria Mannelli

Senato della Repubblica (2015), *Fascicolo iter DDL Atto Senato n. 2073*, http://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/FascicoloSchedeDDL/ebook/46043.pdf

Sferrazza, M. (2011), "L'illecito sportivo nella giurisprudenza federale", *Rivista di Diritto ed Economia dello Sport*, vol. VII, fasc. 3, pp. 13-35

Sparaciari, A. (2019), "La Uefa ammette: Le partite truccate in Europa sono un problema enorme, creeremo un'agenzia indipendente", 27/09/2019, https://it.businessinsider.com/la-uefa-

ammette-le-partite-truccate-in-europa-sono-un-problema-enorme-creeremo-unagenzia-indipendente/

Vignati, A. (2016), *Dossier Calcio: Tutti gli scandali del calcio italiano dalla A alla Z*, How2, Lipsia

Wikipedia (2018), "Scandalo europeo del calcioscommesse del 2009",17/04/2018,https://it.wikipedia.org/wiki/Scandalo_europeo_del_calcioscommesse_del_20

Sintesi dell'Opera

La pratica dello Sport, grazie anche a una globalizzazione culturale, è sempre più presa in considerazione per comprendere le strutture delle società, le loro evoluzioni, da diversi punti di vista e con l'apporto di varie discipline. Lo sport in pratica è diventato da rapporto individuale con il nostro corpo o, eventualmente, rapporto di "squadra" rispetto a un determinato gioco/competizione, una forma di rappresentazione sociale. Ma le società occupano gli spazi, siano essi immaginari e astratti, siano essi spazi pensati, cioè "territori". Il controllo del territorio è la principale fonte di antagonismo e il controllo soprattutto della sua evoluzione, della sua "rappresentazione" è al cuore di questi antagonismi.

Le città si nutrono e si trasformano attraverso gli eventi sportivi che possono avere effetti nel medio e lungo periodo. Numerose sono le relazioni tra Stato (come struttura amministrativa e forma istituzionale) e pratiche sportive che hanno stimolato la letteratura in materia. Allo stesso modo sono state oggetto di analisi le pratiche di specifici sport nel condizionamento dell'evoluzione istituzionale e nell'organizzazione di un territorio di cui già scriveva Jean-Pierre Augustin quando faceva il collegamento tra organizzazione territoriale e pratiche dello sport. In questo, da John Rooney a John Bale, lo sport condiziona pesantemente l'organizzazione dello spazio e gli investimenti delle politiche pubbliche. L'analisi e la comprensione di strategie e impatti, sia a livello interno che a livello internazionale rappresentano un importante ambito di approfondimento. Questo testo raccoglie gli atti di un convegno che ha voluto mostrare tutti i diversi legami che geografia e sport possono avere. Tutti questi legami sono stati racchiusi in due tipologie.

La prima è quel cambiamento della governance dello Sport in Italia e quei casi in materia di infrastrutture e pratiche sportive dal punto di vista dell'attore pubblico. Sport e turismo associati a una pratica consolidata su strada oppure rivolte alle aree protette o al contesto alpino sono nuove opportunità di crescita per località spesso a torto considerate minori.

La seconda tipologia riguarda la geopolitica dello sport. Dal secondo dopoguerra ad oggi gli eventi internazionali come Giochi Olimpici e campionati mondiali di diverse discipline sportive sono diventati uno strumento vero e proprio di antagonismo tra Stati, uno strumento nelle mani degli Attori Politici. Obiettivo sarà in questo caso quello di mostrare come questi rapporti sono stati modificati e come ciò ha condizionato lo sport, la sua pratica, la sua affermazione nello spazio pubblico.

Nel caso specifico italiano poi lo sport è diventato "terreno" di scontro tra Enti Locali, Regioni e Stato, attraverso regolamentazioni, finanziamenti, scelte infrastrutturali. È spesso difficile gestire quello che per certi versi è un servizio pubblico e un business al tempo stesso come nel caso degli stadi. La loro progettazione rientra nelle "politiche pubbliche" ma deve conciliarsi con interessi privati e valori locali (l'identità di un dato quartiere rispetto ad uno stadio, ad esempio).

La pratica sportiva è evoluta nel tempo arrivando in luoghi inattesi e legata a origini diverse, come nel caso del cricket che è giunto in Italia non dalla Gran Bretagna come si potrebbe supporre ma dal sub-continente indiano, attraverso i flussi migratori. Lo sport, infatti, è un modo di occupare lo spazio pubblico a cui hanno diritto anche nuove comunità e che dà vita a sinergie tra le popolazioni già presenti su quello stesso territorio. In pratica la geografia dello sport è un modo in più per leggere l'evoluzione di un territorio, attraverso lo studio dello sport noi comprendiamo meglio la

geografia di un determinato territorio, come con la geopolitica riusciamo a comprendere meglio gli antagonismi di natura internazionale.

Synthèse de l'ouvrage

La pratique du sport, grâce aussi à la mondialisation culturelle, est de plus en plus prise en compte pour comprendre les structures des sociétés, leurs évolutions, à partir de différents points de vue et avec l'apport de diverses disciplines. Dans la pratique, le sport est devenu une forme de représentation sociale à partir d'une relation individuelle avec notre corps ou, éventuellement, d'une relation « d'équipe » par rapport à un jeu/compétition spécifique. Mais les sociétés occupent des espaces, qu'ils soient imaginaires ou abstraits, qu'ils soient des espaces de pensée, c'est-à-dire des « territoires ». La maîtrise du territoire est la principale source d'antagonisme et la maîtrise surtout de son évolution, de sa « représentation », est au cœur de ces antagonismes.

Les villes se nourrissent et se transforment à travers des événements sportifs qui peuvent avoir des effets à moyen et long terme. Il existe de nombreuses relations entre l'Etat (en tant que structure administrative et forme institutionnelle) et les pratiques sportives qui ont stimulé la littérature sur le sujet. De même, les pratiques de sports spécifiques ont été analysées dans le conditionnement de l'évolution institutionnelle et dans l'aménagement du territoire dont Jean-Pierre Augustin a déjà écrit lorsqu'il a fait le lien entre aménagement du territoire et pratiques sportives. En cela, de John Rooney à John Bale, le sport conditionne fortement l'organisation de l'espace et les investissements dans les politiques publiques. L'analyse et la compréhension des stratégies et des impacts, à la fois internes et internationaux, représentent un domaine d'étude important. Ce texte rassemble les actes d'une conférence qui voulait montrer tous les différents liens que la géographie et le sport peuvent avoir. Tous ces interrelations ont été inclus dans deux types.

Le premier est ce changement dans la gouvernance du sport en Italie et les cas relatifs aux infrastructures et pratiques sportives du point de vue de l'acteur public. Le sport et le tourisme associés à une pratique consolidée, sur la route ou visant des espaces protégés ou le contexte alpin, sont de nouvelles opportunités de croissance pour des lieux souvent considérés à tort comme mineurs.

La deuxième typologie concerne la géopolitique du sport. De la deuxième période d'après-guerre à aujourd'hui, les

événements internationaux tels que les Jeux Olympiques et les championnats du monde dans divers disciplines sont devenus un véritable instrument d'antagonisme entre les États, un instrument entre les mains des acteurs politiques. L'objectif dans ce cas sera de montrer comment ces relations se sont modifiées et comment cela a conditionné le sport, sa pratique, son affirmation dans l'espace public.

Dans le cas particulier de l'Italie, alors le sport est devenu un « terrain » de confrontation entre les autorités locales, les régions et l'État, à travers les réglementations, les financements, les choix infrastructurels. Il est souvent difficile de gérer ce qui, à certains égards, est un service public et une entreprise en même temps que dans le cas des stades. Leur conception fait partie des « politiques publiques » mais doit être conciliée avec les intérêts privés et les valeurs locales (l'identité d'un quartier donné par rapport à un stade, par exemple).

Le sport a évolué au fil du temps, arrivant dans des lieux inattendus et liés à des origines différentes, comme dans le cas du cricket qui est venu en Italie non pas de Grande-Bretagne, comme on pourrait le supposer, mais du sous-continent indien, à travers des flux migratoires. Le sport, en effet, est une manière d'occuper l'espace public auquel ont également droit de nouvelles communautés et qui donne lieu à des synergies entre les populations déjà présentes sur ce même territoire. En pratique, la géographie du sport est une manière de plus de lire l'évolution d'un territoire, à travers l'étude du sport on comprend mieux la géographie d'un

territoire spécifique, tout comme avec la géopolitique on est en mesure de mieux comprendre les antagonismes à caractère international.

Summary of the book

The practice of Sport, thanks also to cultural globalization, is increasingly being taken into consideration to understand the structures of societies, their evolutions, from different points of view and with the contribution of various disciplines. In practice, sport has become a form of social representation from an individual relationship with our body or, possibly, a "team" relationship with respect to a specific game/competition. But societies occupy spaces, in an imaginary and abstract mean, whether they are “thought spaces”. The control of the space is the main source of antagonism and the control above all its evolution and "representation" is at the heart of these antagonisms.

Cities feed and transform themselves through sporting events that can have effects in the medium and long term. There are numerous relations between the State (as an administrative structure and an institutional form) and sporting practices that have stimulated the literature on the subject. In the same way, the practices of specific sports were analysed in the conditioning of institutional evolution and in the organization of a territory that Jean-Pierre Augustin already wrote about when he made the connection between territorial organization and sports practices. In this, from John Rooney to John Bale, sport heavily conditions the organization of space and investments in public policies. The analysis and understanding of strategies and impacts, both internally and internationally, represent an important area of study. This text collects the proceedings of a conference that wanted to show all the different links that geography and sport can have. All these links have been enclosed in two types.

The first is that change in the governance of sport in Italy and those cases relating to sports infrastructures and practices from the point of view of the public actor. Sport and tourism associated with a consolidated practice on the road or aimed at protected areas or the alpine context are new opportunities for growth for places that are often wrongly considered minor.

The second typology concerns the geopolitics of sport. From the second post-war period to today, international events

such as the Olympic Games and world championships in various sports have become a real instrument of antagonism between States, an instrument in the hands of Political Actors. The objective in this case will be to show how these relationships have been modified and how this has conditioned sport, its practice, its affirmation in the public space.

In the specific Italian case, then sport has become a "terrain" of confrontation between Local Authorities, Regions, and the State, through regulations, financing, infrastructural choices. It is often difficult to manage what in some ways is a public service and a business at the same time as in the case of stadiums. Their design is part of "public policies" but must be reconciled with private interests and local values (the identity of a given neighbourhood compared to a stadium, for example).

The practice of sport has evolved over time, arriving in unexpected places and linked to different origins, as in the case of cricket which came to Italy not from Great Britain as one might suppose but from the Indian sub-continent, through migratory flows. Sport, in fact, is a way of occupying the public space to which new communities are also entitled and which gives rise to synergies between the populations already present in that same territory. In practice, the geography of sport is one more way to read the evolution of a territory, through the study of sport we understand better the geography of a specific territory, just

as with geopolitics we are able to better understand the antagonisms of an international nature

内容摘要

由于文化全球化，体育实践在理解社会结构、社会发展，从不同的角度和不同学科的贡献方面越来越受到重视。在实践中，体育已经从个人与身体的关系，或者从“团队”**与某种游**戏/竞争的关系，变成了一种社会表现形式。但是社会占据了空间，无论是从想象或抽象上，都是虚拟的空间，也就是所谓的“领土”。领土控制是对立的

产生的主要原因，控制领土的演变和**“代表性”是**对立的核心。

城市通过体育活动来养**活自己并改**变自己，这可能会产生中长期的影响。国家（作为行政机构和机构形式）与体育实践之间存在着许多关系，这激发了有关该主题的文献研究。以同样的方式，在让-
皮埃尔·**奥古斯丁建立**领土组织与体育实践之间的联系时，在制度演进的条件和领土的组织中分析了特定体育的实践。从约翰·鲁尼到约翰·贝尔，体育运动在很大程度上限制了空间的组织和对公共政策的投资。在国内和国际上对策略和影响的分析理解代表了重要的研究领域。本文收集了一次会议的会议记录，该会议希望展示地理和体育可能具有的不同链接。所有这些链接都包含两种类型。

第一类是意**大利体育治理的**变化，以及从公共行为者的角度来看，基础设施和体育实践的变化。体育和旅游业与公路上的综合实践相关联，或针对保护区或高山环境

，这对于经常被误认为对次要地区的地方来说是个新的增长机会。

第二类是体育的地缘政治。自二战以来，奥运会和世界体育锦标赛等国际赛事已成为国家间对抗的真正工具，成为政治家手中的工具。在这种情况下，本书的目的是展示这些关系是如何改变的，以及它是如何影响体育、体育实践和体育在公共空间的地位的。

在意大利的具体案例中，体育通过监管、融资和基础设施选择，成为地方当局、地区和国家之间的“战场”。就像体育场一样，通常很难同时管理公共服务和商业。它们的设计是“公共政策”的一部分，但必须与私人利益和地方价值观(例如，某一特定社区与体育场的身份)相协调。

随着时间的推移，体育运动发展到一些意想不到的地方，这些地方的起源各不相同，例如板球运动，它不是来自英国，而是通过移民潮从印度次大陆来到意大利。事实上，体育是一种占领公共空间的方式，新的社区也有权这样做，并与该领土上已经存在的人口之间产生协同

作用。在实践中，体育地理是了解一个地区发展的另一种方式。通过体育研究，我们可以更好地了解一个地区的地理，正如通过地缘政治，我们可以更好地了解国际竞争。

Elenco Autori

BETTONI GIUSEPPE
giuseppe.bettoni@uniroma2.it

CARBONI DONATELLA
carbonid@uniss.it

DE IULIO ROSARIO
rodeiulio@virgilio.it

DI BLASI ELENA
elena.diblasi@unime.it

DI TOMMASO DANIELE
danieledt1974@libero.it

GRUMO ROSALINA
rosalina.grumo@uniba.it

MERCATANTI LEONARDO
leonardo.mercatanti@unipa.it

PASCETTA CONCETTINA
concettina.pascetta@libero.it

PEZZOLI ALESSANDRO
Alessandro.pezzoli@polito.it

PIOLETTI ANNA MARIA
a.pioletti@univda.it

SALERIO ALESSIO
alessio.salerio@gmail.com