

Testata: **Ilsole24ore.com**  
Data: 25 febbraio 2019

<https://www.ilsole24ore.com/art/sport24/2019-02-25/biathlon-e-fondo-mondiali-spingtono-turismo-sportivo-192454.shtml>

# Biathlon e fondo: i mondiali spingono il turismo sportivo

• –di Mario Nicoliello

• 25 febbraio 2019



Non di solo sci alpino vive il mondo della neve. Oltre a slalom e discesa libera, sul manto candido si esibiscono pure i campioni di sci di fondo, salto, snowboard e biathlon. Tutte discipline dal giro d'affari che inizia a essere decisamente interessante, soprattutto per il seguito che hanno a livello internazionale. Secondo i dati forniti da Infront, l'intermediario che si occupa della commercializzazione dei diritti televisivi, lo sport invernale più ricco - a parte lo

sci alpino - è il salto dal trampolino, il cui importo annuo derivante dalle tv è di 9 milioni di euro, con un'audience mondiale di 2,7 miliardi di telespettatori, con punte in Polonia e Germania. Il fondo raggiunge quota 5 milioni con 1,1 miliardi di telespettatori, soprattutto in Germania e Svezia, la combinata nordica si ferma a 1 milione e mezzo con 945mila spettatori cumulati, mentre i circuiti delle tavole e dello sci acrobatico racimolano dai diritti tv mezzo milione a stagione e fanno segnare 600mila telespettatori globali, con punte in Cina e Giappone. La prima località italiana toccata dal circo bianco dell'altra neve in questa stagione è stata l'altoatesina Carezza, arena dello snowboard il 13 dicembre 2018. «Sfruttando la diretta tv, cerchiamo di promuovere la nostra terra in Italia e in Europa. Da quando organizziamo la gara i turisti sono aumentati del 20%», osserva l'organizzatrice Maria Gufler, che gestisce uno show a ingresso libero con un budget annuo da 125mila euro e 200 volontari coinvolti.

Ieri e oggi il Tour de Ski fa invece fatto tappa allo stadio del fondo di Dobbiaco con gare sprint e la 10 km a tecnica libera per le donne e la 15 km per gli uomini: «Il nostro giro d'affari è di 500mila euro – spiega Gerti Taschler – per il 40% proveniente da fondi pubblici, per il 33% dallo sponsor ufficiale, Viessmann, per il 24% dai diritti tv e per il restante 3% da aziende private. Essere la tappa iniziale del Tour significa avere al via tutti gli atleti, con un impatto positivo sugli ascolti televisivi. Organizzare la tappa non porta un utile, ma consente di promuovere il turismo».

Il 6 gennaio 2019 la gara a tappe dello sci di fondo si è conclusa in Valle di Fiemme, tra la pista di Lago di Tesero e la salita all'Alpe del Cermis. Nel gennaio 2018 gli spettatori furono 20mila, il fatturato raggiunse quota 1 milione e 200mila euro, mentre l'impatto economico sul territorio fu stimato in 700mila euro. «Gli eventi sportivi hanno consentito alla Val di Fiemme di entrare sulla carta geografica del turista. La Coppa del mondo serve per veicolare il nostro brand sui mercati internazionali», spiega il presidente Bruno Felicetti. A metà gennaio 2019 poi i trampolini di Predazzo accoglieranno i circuiti di salto e combinata nordica. «Nel gennaio 2018 il giro d'affari della tappa di combinata fu di 400mila euro, mentre nel 2019 ospiteremo anche il salto, l'unica disciplina dove si pagherà il biglietto per assistere alle gare. Il salto è strategico, perché consente di intercettare i mercati di Germania e Polonia, entrambi significativi per il nostro turismo».

La principale competizione invernale sul suolo italiano – sci alpino compreso – è

la tappa di Coppa del mondo di biathlon di Anterselva, capace di radunare alla fine di gennaio 60mila spettatori (biglietto medio a 25 euro) e produrre 2 milioni di euro di fatturato.

«In quei quattro giorni – spiega il numero uno del comitato promotore Lorenz Leitgeb – non c'è una camera libera in tutta la valle, da Bressanone fino a San Candido, tanto che i ritardatari alloggiano a Trento».

Il grosso del pubblico, comunque, arriva dalla Germania e dalla Scandinavia, dove c'è maggiore tradizione, e non stupisce quindi che i principali sponsor siano marchi legati ai mercati di lingua tedesca. I diritti tv sono gestiti centralmente dalla Federazione internazionale (Ibu), che retrocede ad Anterselva 125mila euro, girati poi quasi in toto alla Fisi, la Federazione italiana degli sport invernali.

«Ogni anno – aggiunge Leitgeb – spendiamo 106mila euro per il servizio navetta, 200mila per il soggiorno di atleti e giudici, 250mila per la preparazione della pista e della neve, 380mila per il noleggio degli impianti temporanei, 200mila per il vitto degli oltre mille volontari e altri 600mila per la promozione, le assicurazioni e gli stipendi delle 20 persone che lavorano tutto l'anno».

Nel 2020 Anterselva ospiterà i Mondiali . Della località altoatesina peraltro si sta parlando molto negli ultimi tempi anche per un eventuale coinvolgimento nelle Olimpiadi del 2026 a cui sono candidate Milano e Cortina.

Con il contributo di Regione, Provincia e Comune, sono stati investiti 10 milioni di euro per ammodernare le tribune e rifare sala stampa, parcheggi e strutture di sicurezza, indispensabili per gestire la marea che si riversa nello stadio (14.500 posti a sedere) e lungo la pista (6.500 persone): «In media ogni spettatore spende 200 euro al giorno tra biglietto, cibo, alloggio e bevande». Non si direbbe, ma il business della neve viene alimentato anche dai fiumi di birra.