

DIBATTITO CONFRONTO TRA INIZIATIVE E POLEMICA SUGLI INDIRIZZI DELL'APT

«24h»: occasione persa

«Quale membro del comitato organizzatore della 24h di Pinzolo vorrei esprimere il rammarico per la totale mancanza di considerazione dimostrata dal presidente dell'Apt che, invitato alla riunione del 24 novembre, appositamente convocata dal consiglio direttivo per decidere sul futuro della manifestazione, non si è presentato e nemmeno ha ritenuto di dover delegare un suo rappresentante, o quanto meno, di giustificarsi, a testimonianza del disinteresse non solo nei confronti della manifestazione, ma della stessa località di Pinzolo e dell'intera valle. Nella mia veste di ex segretario generale della manifestazione, e quindi con una funzione prettamente tecnica, voglio richiamare l'attenzione su alcune considerazioni che riguardano il consuntivo in cifre di 10 anni di 24h di Pinzolo. Credo che siano questi gli elementi su cui prioritariamente andare a riflettere, al di là di alcune decisioni banali, o addirittura faziose.

La 24h di Pinzolo nei suoi 10 anni di attività, ha sicuramente rappresentato un fatto sociale, in quanto ha saputo suscitare l'entusiasmo e la capacità di superare i condizionamenti campanilistici di un'intera valle. In questo contesto va evidenziata anche la rilevante partecipazione ed il coinvolgimento che

la manifestazione ha saputo esercitare sui turisti (25 mila persone attorno all'anello di gara), creando i presupposti di una forma di spettacolo e di occasione per trascorrere le vacanze a Pinzolo. La 24h ha, inoltre, costituito un sostanziale fatto economico ed un importante e qualificato strumento di promozione per l'immagine della località di Pinzolo e per l'intera val Rendena e, conseguentemente, per le loro potenzialità turistiche.

Entrando nel dettaglio dell'aspetto economico, si evidenzia che la 24h di Pinzolo, in 10 anni ha investito, per la realizzazione della manifestazione, la cifra di 2 miliardi e 182 milioni, di cui ben il 70% si può dire sia stato speso nell'economia locale. Ecco, quindi, che la manifestazione si distingue per due importanti motivi, il suo modesto costo e la sua capacità di far sì che i soldi spesi rimangano ad appannaggio dell'economia locale, in conformità a quanto avviene con le manifestazioni del miliardo facile per ogni edizione, i cui vantaggi sono destinati

ad organizzazioni mercenarie, che nulla, o ben poco, lasciano sul posto, e che sono totalmente disancorate dalle località che le ospitano.

In questa analisi credo che molta attenzione debba essere riservata anche alla grossa capacità della 24h di Pinzolo nel raccogliere denaro che mai sarebbe confluito in loco: lire 628 milioni da parte degli sponsor, ben 900 milioni sotto forma di contributi da parte di Provincia, Regione e ministero e 219 milioni da operatori economici locali.

Va sottolineata inoltre, la sua capacità di produrre mezzi propri, quantificati in 425 milioni e derivanti dai proventi delle iscrizioni e degli ingressi. L'aggravio a carico della realtà locale, ed in particolar modo dell'ente turistico, è sempre stato minimo; quest'ultimo ne garantiva l'attuazione con una media di incidenza annua di circa 21.200.000.

Altro campo su cui è necessario riflettere, attentamente e con cognizione di causa soprattutto da parte di chi ha chiesto di essere deputato

alla gestione delle sorti turistiche di un'intera valle, credo siano i riscontri promozionali, che la 24h ha sempre garantito, facilmente quantificabili in un valore di circa 6 miliardi. Elemento comunque, di attenta analisi credo possa essere il riscontro promozionale ottenuto in occasione della 9ª edizione, che il comitato organizzatore, in linea con i principi di responsabilità organizzativa che gli derivano, si è fatto carico di far periziare; il suo valore, in termini di sola campagna stampa, si aggira tra 800 e 1.100 milioni.

Senza volermi addentrare nell'esame dei 176 articoli apparsi sulla stampa nazionale ed internazionale, credo meritino un'attenta considerazione i 154 minuti di trasmissione televisiva che le emittenti nazionali ed estere hanno dedicato alla manifestazione. In particolare i due specifici servizi andati in onda sulle reti Rai; su Rai1 in occasione di 90º minuto che ha avuto 8 milioni e 614 mila spettatori e su Rai2 nel corso di Tg2 sport che ha registrato 4.426.000 spettatori

(dati Auditel).

Si tratta di un'audience di natura estremamente eccezionale, dovuta anche alla messa in onda in occasione di importanti trasmissioni sportive e che tende ad eguagliare i risultati delle più qualificate manifestazioni tecniche e che si pone di ben lunga al di sopra dei risultati che può assicurare una qualsiasi manifestazione dell'effimero.

Verso queste ultime la neo costituita Apt dimostra di aver perso talmente la tramontana da commettere le più banali ingenuità, al punto da sacrificare l'immagine della zona dentro strutture che, era prevedibile, sarebbero state danneggiate anche dalla più modesta perturbazione meteorologica.


Oltre a queste sommarie considerazioni va sottolineata la grande popolarità di cui

la manifestazione gode soprattutto all'estero; in particolare in quei paesi da sempre sulla naturale dello sci nordico, la partecipazione media di 13 nazioni per ogni edizione, ne è la prova più evidente.

Mi sia permesso anche dire che la 24h di Pinzolo, è un bene pubblico che appartiene, per l'entità degli investimenti, che l'hanno caratterizzata, non solo alla comunità di Pinzolo ma alla comunità dell'intera valle.

Pertanto, credo sia importante, anzi direi indispensabile che ne sia garantita la sopravvivenza, nella logica e con la coerenza che le località sappiano generare, promuovere e gestire gli avvenimenti a cui affidare la propria rappresentanza, indipendentemente dalla capacità o dalla sensibilità di un ente turistico che sta dimostrando di perdere di vista le più legittime esigenze di crescita turistica e sociale e di non voler riconoscere ad ogni singola realtà un suo ruolo ben preciso».

Mauro Mancina

GIOIELLERIE <i>S. F. S. S.</i> MADONNA DI CAMPIGLIO	CONCESSIONARIO UFFICIALE  ROLEX
---	---