



Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea
Magistrale

in Marketing e Comunicazione

Tesi di Laurea Magistrale

LE OLIMPIADI DI CORTINA: TRA PASSATO E FUTURO

Relatore

Prof. Michele Bonazzi

Laureando

Tommaso Gari

Matricola 860183

Anno Accademico

2019 / 2020

Ringraziamenti

Ringrazio, la mia famiglia, per il supporto fornitomi nel corso di questi anni e per aver sempre creduto nelle mie capacità: mia madre per aver subito mille colloqui in cui si sentiva dire “Suo figlio può fare di più” e per la pazienza che ha sempre avuto verso di me, mio padre per avermi insegnato a sfruttare qualsiasi occasione che si presentava e a non mollare mai in ogni situazione e mia sorella Beatrice per la pazienza, i costanti incoraggiamenti e le risate nei momenti di difficoltà.

Ringrazio, i nonni, Elda, Giuseppe, Paolo e Renata per avermi trasmesso fin da piccolo quei valori che ancora oggi coltivo, gli zii per avermi dato delle possibilità, Sandra e Corrado per essere stati due genitori aggiunti e i miei cugini.

Ringrazio, i miei compagni di viaggio che ci sono da sempre e che nei momenti di difficoltà erano al mio fianco credendo sempre in me, quelli che sono arrivati all’inizio della mia carriera universitaria, Edoardo, Guido, Giovanni e Davide e quelli che si sono aggiunti dopo, senza di voi probabilmente non sarei mai arrivato a questo grande risultato.

Ringrazio, il professore Piero Gatti per avermi aiutato nella composizione della tesi e nella correzione della stessa.

Ringrazio, il mio relatore Michele Bonazzi, che mi ha coadiuvato in questa interessante ricerca appoggiando le mie idee e dandomi diversi spunti di riflessione.

Ringrazio,

Gianpietro Ghedina (Sindaco di Cortina d’Ampezzo)

Elisabetta Dotto (Proprietaria del Ambra Cortina Luxury & Fashion Boutique Hotel a Cortina)

Federico Caner (Assessore della Regione del Veneto al Turismo)

Kristian Ghedina (Sciatore professionista e ambasciatore dei Mondiali di sci 2021)

Ruggero Savaris (Ex arbitro Olimpico e campione d’Italia con l’hockey Cortina)

Grazie alla loro professionalità e disponibilità è stato possibile rendere concreto questo progetto, attraverso le loro conoscenze e competenze che mi sono state gentilmente messe a disposizione.

Sommario

INTRODUZIONE.....	7
1- MARKETING E COMUNICAZIONE DEI GRANDI EVENTI SPORTIVI	10
1.1 MONDIALI DI CALCIO.....	12
1.2 SUPER BOWL	14
1.3 FINALE UEFA CHAMPIONS LEAGUE	16
1.4 NBA FINALS	17
1.5 GIRO D'ITALIA	19
1.6 GIOCHI OLIMPICI.....	21
1.7 CONCLUSIONE.....	23
2- GIOCHI OLIMPICI INVERNALI	24
2.1 CORTINA 1956	25
2.2 L'ASSEGNAZIONE DEI GIOCHI	26
2.3 PREVENTIVO E FINANZIAMENTO.....	26
2.4 COMITATO ORGANIZZATORE	27
2.5 INFRASTRUTTURE SPORTIVE E LAVORI DI PREPARAZIONE	28
2.5.1 <i>Il Villaggio Olimpico</i>	28
2.5.2 <i>Lo Stadio del Ghiaccio</i>	29
2.5.3 <i>Il Trampolino Italia</i>	30
2.5.4 <i>Lo Stadio della Neve.....</i>	31
2.5.5 <i>Le piste alpine</i>	32
2.5.6 <i>La pista di bob.....</i>	33
2.5.7 <i>La pista di pattinaggio di Misurina.....</i>	34
2.5.8 <i>Viabilità.....</i>	35
2.6 I GIOCHI OLIMPICI DEL 1956.....	36
2.7 IMPATTO ECONOMICO E SOCIALE DURANTE E POST GIOCHI INVERNALI.....	38
2.8 CINEMATOGRAFIA NEI LUOGHI OLIMPICI.....	40
3- OLIMPIADI 2026 MILANO-CORTINA	41
3.1 ASSEGNAZIONE E CANDIDATURA	42
3.2 DOSSIER	42
3.2.1 <i>Visione e concezione dei giochi.....</i>	42
3.2.2 <i>Vivere i Giochi.....</i>	45
3.2.3 <i>Sostenibilità e legacy</i>	46
3.2.4 <i>Realizzazione dei Giochi.....</i>	48

3.3 ASSEGNAZIONE E REAZIONI	53
3.4 NUOVI INTERVENTI A CORTINA	55
3.5 BENEFICI SOCIALI E AMBIENTALI	58
3.6 LE PROBLEMATICHE TERRITORIALI DELLA VALLE AMPEZZANA	61
3.7 PARALLELO CORTINA 1956-CORTINA 2026	63
4- RICERCA EMPIRICA: CORTINA 2026, QUALI PROSPETTIVE?	65
4.1 METODOLOGIA DELLA RICERCA.....	65
4.2 INTERVISTA: RUGGERO SAVARIS	68
4.3 INTERVISTA: ELISABETTA DOTTO.....	72
4.4 INTERVISTA: FEDERICO CANER	75
4.5 INTERVISTA: GIANPIETRO GHEDINA.....	78
4.6 INTERVISTA: KRISTIAN GHEDINA.....	83
4.7 ANALISI DELLE INTERVISTE.....	87
CONCLUSIONE	94
BIBLIOGRAFIA	97
SITOGRAFIA.....	100

INTRODUZIONE

L'elaborato "Le Olimpiadi di Cortina: tra passato e futuro" ha l'obiettivo di analizzare l'evento più importante che la località ampezzana andrà ad ospitare nel 2026, i Giochi Olimpici Invernali. Attraverso lo studio dettagliato del dossier Olimpico, presentato per la candidatura, sono stati analizzati vari aspetti economici, sociali e ambientali.

Non sarà la prima volta in cui Cortina si trova ad essere sede delle Olimpiadi Invernali, già nel 1956 il paese Ampezzano ospitò l'evento, infatti, nel 2026 cadrà il settantesimo anniversario di quella storica competizione. Questo evento fece fare il salto di qualità allo sport italiano, il primo trasmesso in eurovisione e calò Cortina nella cerchia delle città Olimpiche.

Questo studio ripercorrerà l'iter attraverso il quale Cortina riuscì a ottenere quella candidatura, l'organizzazione di quei Giochi e l'eredità che lasciarono sotto l'aspetto sociale. Il confronto tra le Olimpiadi del 1956 e quelle del 2026 metterà in luce i punti di contatto e le differenze settant'anni dopo.

Negli anni la comunicazione è completamente cambiata e il marketing oggi giorno è diventato, molto più che in passato, uno dei motori degli eventi sportivi. Nel corso degli anni i grandi brand hanno cercato di modificare i propri obiettivi provando a emozionare e far presa sul consumatore finale attraverso la pubblicità, anche una volta finita la campagna. Per questo verranno analizzate le campagne di marketing che i brand, ad esempio Nike, Adidas, Amazon o i gestori degli eventi stessi come il Giro d'Italia, hanno utilizzato all'interno delle competizioni sportive più seguite e con maggiori introiti. A questo scopo sono stati selezionati gli eventi più importanti per i vari sport quali: i Mondiali di calcio, la finale di Uefa Champions League, il Giro d'Italia, il Super Bowl, le NBA Finals e infine i Giochi Olimpici. Si noterà come ogni brand adotta una differente strategia in base al tipo di evento e al tipo di consumatore.

Nel penultimo capitolo verranno riportate le interviste a cinque personaggi ritenuti rilevanti nella candidatura Olimpica di Cortina, ai quali sono state sottoposte varie domande su ciò che potrà accadere nel 2026, su come Cortina si presenterà ad un evento così importante, su quali sono gli aspetti su cui si dovrà maggiormente lavorare, infine, come e se secondo loro il Covid potrà influire sui Giochi Olimpici invernali. Gli intervistati sono l'assessore al turismo della Regione Veneto Federico Caner, il sindaco di Cortina d'Ampezzo Gianpietro Ghedina, l'imprenditrice albergheria e proprietaria dell'Ambra Cortina Luxury & Fashion Boutique Hotel Elisabetta Dotto, l'ex arbitro olimpico di hockey su ghiaccio Ruggero Savaris e infine il campione del Mondo di sci alpino Kristian Ghedina. Per concludere, nell'ultimo capitolo, si andranno ad analizzare le interviste svolte.

Riassumendo, l'elaborato si compone di cinque capitoli.

Nel primo capitolo intitolato “*Marketing e comunicazione dei grandi eventi sportivi*”, sono stati analizzati sei grandi eventi sportivi con l'obiettivo di approfondire come i brand cercano di comunicare, come cambia la campagna di marketing in base all'evento a cui è mirata e quali sono le reazioni dei consumatori. Molto spesso vengono ripresi spot o messaggi che sono passati alla storia per cercare di comunicare uno specifico tema.

Nel secondo capitolo “*Giochi Olimpici Invernali*”, saranno presenti una breve introduzione e spiegazione riguardo agli aspetti che differenziano le Olimpiadi Invernali da quelle estive e una breve panoramica sulla loro storia. Saranno analizzate le Olimpiadi Invernali del 1956: come è avvenuta l'assegnazione, il preventivo e il finanziamento, da chi era composto il Comitato organizzatore, quali sono state le infrastrutture utilizzate durante i Giochi, lo svolgimento degli stessi e, infine, l'impatto sociale ed economico durante e dopo le Olimpiadi Invernali.

Sono stati citati anche alcuni film ambientati nei luoghi olimpici. Dal 1956 in poi moltissimi registi hanno voluto girare alcune scene a Cortina d'Ampezzo in posti successivamente diventati celebri.

Nel terzo capitolo “*Olimpiadi 2026 Milano-Cortina*”, verrà analizzato il dossier Olimpico presentato al Comitato Olimpico Internazionale da Milano e Cortina, si approfondirà l'assegnazione e la candidatura per poi studiare il dossier Olimpico nelle parti dedicate a Cortina. Si valuteranno gli interventi che dovranno essere fatti a Cortina sia come viabilità che come impianti, infine, si analizzeranno le problematiche ambientali della valle Ampezzana.

Nel quarto capitolo “*Ricerca empirica: Cortina 2026, quali prospettive?*”, si tratta di una breve spiegazione dei motivi per cui è stata utilizzata una ricerca qualitativa e non quantitativa, a cui segue la presentazione di ogni singolo testimone e l'intervista integrale.

Nel quinto capitolo “*Analisi interviste*”, verranno analizzate le interviste, cercando di individuare i punti che i testimoni hanno considerato maggiormente rilevanti, ed eventuali punti in comune che sono emersi dalle loro risposte.

1- MARKETING E COMUNICAZIONE DEI GRANDI EVENTI SPORTIVI

I grandi eventi sportivi richiedono pianificazione, programmazione e strategia, l'ultimo step, l'incontro, la partita o la gara, è solo la ciliegina della torta, a monte ci sono ricerche e studi che portano il consumatore ad avvicinarsi e ad appassionarsi a quello che avverrà.

Il fascino del gioco nasce dalla possibilità di assistere a un evento di cui non è dato prevedere fino all'ultimo istante l'esito finale e dal fatto che questa avventura non viene vissuta come esperienza solitaria, ma in una condivisione esaltante con quanti vi partecipano di persona o in maniera virtuale. (Bonazzi M., 2011)

Lo sportmarketing è una tecnica del marketing che consiste nel pubblicizzare una marca, un prodotto, un evento o un luogo, utilizzando come media principale lo sport, molto spesso la comunicazione viene fatta ad hoc per un determinato evento, come può essere per la finale di Champions League oppure il Super Bowl.

Esistono due grandi fasce di eventi sportivi: quelli che durano l'arco di una stagione, come un campionato di calcio, un campionato di NBA o NFL, oppure eventi che hanno una durata ridotta, ad esempio un mese per i mondiali di calcio, un giorno per la finale di Champions League o il Super Bowl o infine delle settimane come le Olimpiadi.

L'avvicinamento a questi grandi eventi, come abbiamo detto, porta a una pianificazione molto rigida nei mesi precedenti per avvicinare il consumatore a quello che sarà il vero spettacolo. Un tempo c'erano articoli nei principali media nazionali ed esteri, quando si arrivava in prossimità dell'evento, invece, oggi, con l'avvento dei social network è cambiata la visione e la comunicazione di esso, i contenuti vengono programmati su date precise e, in base a quale social media si è scelto, cambia anche il modo di comunicarlo. Per avvicinare ancora di più il consumatore, vengono organizzati degli eventi con testimonial e create delle applicazioni specifiche, dove si possono trovare interviste, approfondimenti, video esclusivi e statistiche. (Kotler P., et al., 2018)

Tra le varie tecniche utilizzate dai brand più importanti c'è l'ambush marketing¹, una strategia che ha consacrato un colosso come Nike infatti l'azienda americana durante le Olimpiadi di Atlanta 1996 e ai Mondiali di calcio in Corea del Sud e Giappone nel 2002 acquisì dei luoghi promozionali reali e virtuali in cui potesse comparire il proprio marchio visto che non era uno degli sponsor ufficiali dell'evento. Nike comprò infatti cartellonistica, fuori e dentro gli stadi, e spazi pubblicitari nelle

¹ <https://www.glossariomarketing.it/significato/ambush-marketing/> "marketing d'imboscata, è il tentativo di associare un brand a un grande evento mediatico per beneficiare, in modo parassitario, della visibilità e risonanza mediatica di quest'ultimo, ovvero senza avere nessun collegamento ufficiale o diretto con l'evento medesimo e tanto meno senza sostenere i costi necessari per diventarne sponsor ufficiali".

trasmissioni televisive, andando dritta alla mente del consumatore anche non essendo uno sponsor ufficiale dell'evento. (Bonazzi M., 2011)

I media sono teatro di battaglie commerciali tra brand, una sfida a colpi di strategie di branding, campagne e innovazioni di prodotto, con cui le aziende cercano di comunicare un messaggio particolare entrando nella testa del consumatore. Durante i mondiali di calcio in Russia c'è stata una partita giocata al di fuori dello stadio tra i colossi Nike e Adidas. Il Super Bowl è da sempre la miglior vetrina per qualsiasi brand, infatti la mole di spettatori che ogni anno guarda la finale di football americano è immensa, questo spinge le aziende a grossi investimenti per provare a comprare qualche secondo di pubblicità. A volte viene prodotto uno spot pubblicitario appositamente per quell'occasione, che quest'anno è stata anche teatro di campagne politiche in vista delle elezioni presidenziali americane del 2020.

Quando un evento sportivo copre un'intera stagione, come può essere un campionato di calcio o un campionato di basket, il marketing e la comunicazione, si concentrano sulle partite più importanti, che sono seguite da un vasto pubblico di telespettatori. Ad esempio, nella stagione NBA ci sono i playoff, che vengono seguiti con una maggiore dedizione rispetto alla regular season, e infine le Finals, la serie finale al meglio di sette partite tra la squadra più forte della East Conference e quella più forte della West Conference. In questo periodo dell'anno il prodotto NBA viene venduto al massimo del suo potenziale, infatti, avendo un gran ritorno da parte di tutto il mondo, aumentano i ricavi del merchandising, lo share televisivo e soprattutto i ricavi dei biglietti della partita. Nella Serie A italiana il meccanismo è simile, però si distribuisce meglio durante l'arco della stagione, poiché sono le partite tra squadre più blasonate, che attirano l'attenzione del pubblico, e possono avvenire in qualsiasi periodo dell'anno.

All'estero la Juventus, l'Inter e il Milan sono seguite ed apprezzate come fossero squadre della nazione stessa, inoltre l'arrivo di fenomeni come Cristiano Ronaldo e Lukaku ha aumentato il blasone del campionato stesso, ponendolo tra i più seguiti al mondo. Le partite tra questi club sono le più attese e l'abilità della Lega calcio sta nell'accompagnare lo spettatore e fargli vivere il match come se fosse seduto in prima fila allo stadio, grazie a telecamere performanti e a contenuti speciali.

Tuttavia, oggi, il prodotto Serie A è ancora nettamente inferiore al prodotto Premier League per vari motivi, soprattutto a causa degli stadi, che sono ancora molto vecchi, e per il numero inferiore di top player.

1.1 Mondiali di calcio

“I mondiali hanno scandito i tempi della nostra vita e scandiranno i tempi di quelli che verranno” (Buffa F., et al., 2018) una citazione di un grande giornalista sportivo, Federico Buffa, in merito ai mondiali di calcio che si giocano ogni quattro anni.

Il calcio si inserisce in questa nuova dinamica che coinvolge produttori e consumatori adottando, accanto al marketing tradizionale quelle forme di marketing non convenzionale che realizzano le sue esigenze di promozione del prodotto calcio e di tutto l’universo di consumo che ruota attorno a esso. Per il marketing è fondamentale valorizzare la dinamica produttiva e comunicativa scegliendo possibili scenari fruitivi che devono divenire il fulcro strategico delle sue proposte di consumo attente alle esigenze dell’utente. (Gerken G., 1994)

Il mondiale di calcio unisce esperti di ogni settore poiché in primis ci saranno sempre i tifosi che supportano la propria nazionale ma in seguito questo spettacolo è anche svolto da coloro che curano la comunicazione dell’evento stesso. I grandi brand progettano delle campagne pubblicitarie ad hoc per far emozionare il telespettatore e lanciare un messaggio che possa restargli nella mente per molto tempo. Normalmente il fine di uno spot pubblicitario è quello di vendere un prodotto ma, per farlo, il regista deve riuscire a comunicare un messaggio oppure ad emozionare lo spettatore, ha centrato l’obiettivo. C’è uno spot della Nike girato per i mondiali del 1998 in Francia, che è diventato iconico: una delle nazionali più forti di ogni epoca, il Brasile, si prepara a prendere l’aereo per la Francia e nell’attesa i giocatori trovano un pallone, con questo iniziano a giocare, come fossero in un qualsiasi campo da calcio, facendo acrobazie e giocate tra i passeggeri. Ogni brand cerca di lanciare la propria campagna pubblicitaria, seguendo i valori che lo contraddistinguono, infatti si può notare come i messaggi siano completamente diversi ma tutti con un obiettivo comune, devono rimanere impressi nella mente del consumatore.

Nike nel 2018, come in tutta la sua storia, ha voluto puntare sulla presenza di grandi campioni nel suo spot come presenze iconiche e con ingenti sponsorizzazioni verso squadre e singoli calciatori. Sia la Francia poi campione del mondo sia la Croazia, l’altra finalista, erano vestite da Nike. Il calciatore francese Mbappè che ha appassionato milioni di ragazzini grazie al suo talento, calzava scarpe Nike ma anche il pallone d’oro Luka Modric che, con la sua eleganza ha impressionato milioni di telespettatori.

Una strategia completamente differente viene adottata dal colosso tedesco Adidas, che mette al centro della sua campagna pubblicitaria il prodotto, infatti viene sfruttata la partnership con Fifa, puntando molto sulla alta performance dei materiali e sul know-how tecnologico. Il messaggio è basato sul connubio tra talento e creatività, l’intero spot si concentra su un mix perfetto tra sport, musica e cultura, prendendo il via con il musicista, Pharrell Williams, che porta lo spettatore all’interno di uno

spettacolo in cui ogni protagonista mette in mostra il proprio talento. Nel pieno della creatività. Alla fine dello spot, Messi lancia all'aria una serie di fogli pieni di regole, segno che la creatività dev'essere lasciata completamente libera e non sottomessa a rigide leggi. Puntando non solo sulla presenza di calciatori ma anche su numerosi artisti, Adidas ha cercato di attirare l'attenzione di qualsiasi tipo di consumatore, cercando di abbracciare quelle nazioni che non vedranno la propria squadra scendere in campo.

“Impossible is nothing” e “Just do it” sono tra gli slogan pubblicitari più riusciti della storia del marketing, frasi iconiche presenti nelle campagne dei due brand, Adidas e Nike, con cui entrambe spingono il consumatore a non fermarsi davanti a nulla e provarci sempre. Un altro slogan passato alla storia dell'azienda americana è “There is no finish line”, per spronare l'atleta a non sentirsi mai realizzato, ma a cercare sempre di migliorarsi.

Non sono solo i brand sportivi a trovare un palcoscenico importante per farsi notare nei grandi eventi sportivi, come il Campionato mondiale di calcio, che godono di un'enorme visibilità mediatica e di conseguenza la portata del business che li riguarda è enorme. Quindi le strategie di marketing, per conquistare nuovi consumatori e fidelizzare quelli già acquisiti, saranno molto complesse e partecipative sul web e sui social. Soprattutto le aziende del settore food non si lasceranno sfuggire l'occasione per spingere l'acquisto di cibi e bevande, dando inizio così ad una guerra di hashtag² dal divano. Ad esempio, Barilla cerca di spingere i tifosi italiani a sentirsi italiani il più possibile, puntando sulle tradizioni e sulla cultura, sull'amore per il calcio e sull'unione che si genera guardando una partita della nazionale e mangiando un piatto di pasta. Barilla, puntando su tradizioni e cultura, cerca di spingere i tifosi italiani ad associare l'idea di essere italiani al cibo tradizionale. In modo che mangiare una pasta diventi un modo per ribadire la propria appartenenza ad un popolo e quasi un modo per tifare.

Anche Visa, sempre presente negli eventi sportivi, come la Champions League, si ritaglia una posizione importante durante i mondiali. Il messaggio, che manda l'azienda californiana di servizi e tecnologie di pagamento, è “Inclusione”. Puntando sul fatto che non tutti avranno la fortuna di assistere alla propria nazionale dal vivo, è stato scelto un testimonial d'eccezione come Zlatan Ibrahimovic, che non ha partecipato da giocatore. L'azienda californiana ha puntato sul “dietro le quinte” dei Mondiali, ossia sugli aspetti a cui lo spettatore comune non può assistere: gli spogliatoi quando ci sono i giocatori all'interno, tutto ciò che succede a bordo campo, come viene allestito lo stadio e molto altro. Questo per rendere tutti egualmente importanti tifosi e squadre. Il messaggio di

² http://www.treccani.it/vocabolario/hashtag_res-21bce409-89c5-11e8-a7cb-00271042e8d9_%28Neologismi%29/ “in motori di ricerca, e in siti di microblogging è una parola o frase preceduta dal (#), che serve per etichettare e rintracciare soggetti di interesse”.

Visa attraverso questa campagna è "La mia carta è adatta a tutti!". Il concetto di inclusione, infatti, indica la voglia di mettere in evidenza che Visa si rivolge a tutti e crea una carta facilmente utilizzabile da chiunque.

Una campagna particolare è quella di Playmobil, fortemente orientata sui bambini italiani l'azienda tedesca ha realizzato una superficie di gioco da tavolo su cui sono fatti giocare gli omini Playmobil, vestiti con le divise delle nazionali, a cui ha dato il nome di Fifa World Cup 2018. Il titolo della campagna è rivolto strettamente ai bambini italiani delusi dall'esclusione della loro nazionale ai mondiali "Sto sognando, l'Italia va ai mondiali", puntando molto sull'immaginazione dei bambini che possono riprodurre le partite della loro nazionale, come se fosse ai Mondiali.

In conclusione i mondiali di calcio dimostrano come sia molto importante creare un tema per un'eventuale campagna pubblicitaria e soprattutto uno slogan per attirare l'attenzione del tifoso. Numerosi concorsi a premi sono stati organizzati dalle aziende per far vincere un biglietto esclusivo al consumatore, puntando sui valori della FIFA³: promozione della diversità, la pace e la riconciliazione, il calcio per tutti, la salute, il rispetto per gli avversari e per l'ambiente e la lotta contro la discriminazione, il razzismo e la violenza.

I mondiali hanno fatto fare un ulteriore salto di qualità a quelle aziende che puntano sulle strategie omnichannel, caratterizzate dall'unione dei canali tradizionali e online, aumentando in maniera netta il loro bacino d'utenza.

1.2 Super Bowl

Il Super Bowl è la finale del campionato di NFL⁴, ed è l'evento sportivo più seguito dell'anno per numero di spettatori, circa 100 milioni. Diventa di conseguenza il palcoscenico d'eccellenza di ogni brand, per ottenere qualche secondo di pubblicità. Quest'anno, 30 secondi di spot televisivo sono arrivati a costare circa 5.6 milioni di euro⁵, questo è uno dei motivi per il quale i brand che riescono ad acquistare uno slot pubblicitario, investono per creare delle campagne ad hoc per l'evento. Quest'anno c'è stata la comparsa per la prima volta di Facebook e addirittura Donald Trump e Michael Bloomberg hanno investito diversi milioni, in vista delle prossime elezioni presidenziali. Le

³ FIFA, Federation Internationale de Football Association

⁴ National Football Association

⁵ Tutti i numeri della sfida da 100 milioni di spettatori, https://www.ilsole24ore.com/art/tutti-numeri-super-bowl-ACgZk1FB?refresh_ce=1, 2 febbraio 2020, mercoledì 1 Aprile 2020

campagne pubblicitarie durante questo evento vogliono raccontare delle storie e soprattutto suscitare delle emozioni nello spettatore, la tecnica dello storytelling è molto utilizzata.

Tra gli spot che hanno maggiormente colpito c'è Before Alexa, di Amazon, che racconta come fosse la vita di tutti i giorni, nelle varie epoche in cui essa non esisteva e le richieste alle nostre domande non ottenevano risposte propriamente idonee. Oggigiorno con l'invenzione dell'assistente vocale di Amazon, molti dei quesiti e richieste che venivano fatte, possono avere una risposta senza nessun rischio.

Molti brand per cercare di suscitare maggior emozione nel consumatore ripropongono dei remake di grandi film del passato, Jeep ad esempio riprende il film "Groundhog Day" mostrando come è l'auto a far divertire il protagonista in diverse avventure e attività giornaliere. Oppure la bevanda, MTN DEW Zero Sugar, riproponendo il film "Shining", Pringles richiamando il film "Ritorno al futuro" ha creato un universo parallelo, classico degli spot del brand di patatine, dove i personaggi sono intrappolati lì.

I due spot che hanno veramente suscitato curiosità, visti i 10 milioni di dollari investiti, sono di Donald Trump e di Mike Bloomberg per la loro campagna elettorale. Il primo ha voluto mostrare che gli Stati Uniti sono diventati più sicuri e più ricchi, con una crescita economica e occupazionale senza precedenti. Il candidato democratico, invece, ha voluto mostrare le pecche della presidenza attuale: le relazioni tra Trump e Putin, le inchieste giudiziarie, l'impeachment e il muro con il Messico.

Sono diverse le pubblicità associate al Super Bowl che sono riuscite ad emozionare lo spettatore, tra queste c'è sicuramente quella di Coca Cola del 1979 dove il protagonista dello spot è il giocatore di football Joe Green, per anni difensore dei Pittsburgh Steelers, che beve una Coca Cola offerta da un bambino, al quale in cambio regala la propria maglietta, notevolmente più cordiale dopo essersi gustato la bevanda. Oppure quella di Apple per il lancio del Macintosh, la pubblicità fu affidata al regista Ridley Scott, che, per lanciare il Macintosh, cita il celebre romanzo distopico "1984" di George Orwell. Affidando ad una donna armata di martello il compito di distruggere il conformismo della società. Una missione che, secondo Apple era possibile portare a termine, acquistando il primo computer Macintosh⁶. Infine, un altro spot molto famoso è di McDonald's nel 1993, che ha come protagonisti due dei giocatori di basket più forti di sempre: Michael Jordan e Larry Bird. I due si sfidano in una gara di tiri a canestro, mettendo in palio un Big Mac e delle patatine McDonald's: il primo che sbaglia perde.

⁶ Noto anche come Mac, è una famiglia di computer prodotti dalla Apple Inc commercializzati dal 1984 con sistema operativo MacOS

1.3 Finale UEFA Champions League

La finale di UEFA⁷ Champions League è un evento che ogni appassionato di calcio aspetta ogni anno, perché si scontrano le due squadre più forti d'Europa. Ogni anno la finale viene svolta in una città e uno stadio diverso. Gli eventi organizzati ogni anno nelle città, in cui si giocherà la partita, sono numerosi, soprattutto nel weekend interessato, infatti si possono trovare tornei di calcetto nelle piazze principali, anche giocati da ex campioni, che ormai si sono ritirati, questi sono un ottimo spot per l'Uefa, inoltre vengono donati numerosi gadgets a tutti i tifosi presenti.

I social media sono un canale molto utilizzato poiché si creano dibattiti tra tifosi su argomenti molto interessanti, infatti, molti brand cercano di acquistare dello spazio pubblicitario nei profili della Uefa o delle squadre che si affronteranno in finale. I brand come Heineken e Mastercard accompagnano lo spettatore per tutta la durata della competizione con spot molto suggestivi ed emozionali. L'ultimo spot dell'azienda olandese produttrice di birra, era incentrato sul concetto di "Unmissable", perché ogni partita di Champions League deve essere imperdibile, gustata con Heineken insieme ai propri amici, inoltre aveva un testimonial d'eccezione: Andrea Pirlo. L'appuntamento con la UEFA è un momento importante che ogni tifoso segue con passione e trasporto. Novanta minuti di pathos in cui non sono ammesse distrazioni. Una telefonata della mamma, l'arrivo dell'amico ritardatario, il fattorino che consegna la pizza nel momento clou: sono le temute situazioni descritte nello spot di Heineken per la UEFA Champions League. La multinazionale dei pagamenti, Mastercard, ha creato uno spot ad hoc, puntando su dei testimonial di livello mondiale, intitolato "Insieme tutto è possibile". Lo spot ruota intorno alle vicende di una bambina che perde la sua palla rossa e viene aiutata da sei stelle dello sport globale (i calciatori Lionel Messi e Neymar Jr, i rugbysti Dan Carter e l'ex Bryan Habana, l'ex tennista Ana Ivanovic e la golfista Annika Sörenstam) a recuperarla. Un'impresa che ha esito positivo grazie al supporto della tecnologia contactless dei pagamenti smart, che Mastercard vuole promuovere, con particolare attenzione alle nuovissime carte di debito e ai pagamenti via smartphone, con wallet digitali e soluzioni Nfc⁸. Si intravede persino una transazione via smartwatch. Un'altra caratteristica importante è l'aggiunta della nuova identità sonora, un piccolo accorgimento che serve per rendere il brand ancor più identificabile. L'identità, la creazione dell'immagine, della finale del 2020 è sempre un momento molto atteso, dove diversi designer si sfidano per creare un'opera che rifletta temi e atmosfere del luogo che la ospiterà. Mentre il design cambia ogni anno, il trofeo rimane al centro dell'identità visiva, garantendo così una coerenza tra le finali nonché una riconoscibilità nel tempo. Quest'anno l'identità della finale, che si svolgerà a Istanbul, in Turchia, si

⁷ Union of European Football Associations

⁸ Near field communication, è una tecnologia di ricetrasmisione che fornisce connettività senza fili

basa su una rappresentazione astratta della città al tramonto. Ispirata dai ricchi colori del cielo di Istanbul e dalle luci vivide di questa vivace città, la scena presenta alcuni luoghi iconici come la torre di Galata, l'acquedotto romano e il ponte sul Bosforo. Anche il pallone possiede una speciale identità che richiama la città ospitante, come svelato dal CMO⁹ di Adidas: *“Ispirato alla città ospitante, dove l'occidente incontra l'oriente, il complesso disegno presenta un'interpretazione artistica fatta a mano di una mappa di Istanbul, che collega in modo unico il continente europeo e asiatico”*¹⁰ dagli ottavi di finale in poi sarà questo il pallone utilizzato per le partite di Champions League.

1.4 NBA Finals

Negli Stati Uniti il basket è visto come uno spettacolo, che deve far divertire e appassionare chi lo guarda. Ogni palazzetto è dotato di ogni comfort per il consumatore cosicché egli possa affezionarsi al prodotto e ricomprarlo, quindi rinnovare l'abbonamento o comprare il biglietto.

Viene investito tanto nelle star, le quali consentono alla società di appartenenza di aumentare la propria visibilità e aumentare i ricavi da fonti complementari, quale appunto il merchandising. L'attenzione mediatica attorno ad esse è enorme, basti vedere le cifre dei profili social degli atleti, oppure come si muove il mercato in base ad ogni azione che essi fanno. Una delle ultime notizie in termini di tempo è relativa al giocatore dei Los Angeles Lakers, LeBron James, vera e propria icona globale, capace con piccolissimi gesti di influenzare mercati milionari. Il 27 febbraio 2020, LeBron James è stato inquadrato in panchina mentre mangiava delle caramelle Red Vines. Il video ha fatto velocemente il giro del mondo ed il brand in questione ha avuto un incremento del proprio valore di 2.6 miliardi di dollari¹¹. Durante l'estate del 2019 sempre lo stesso LeBron James creò un marchio, “Taco Tuesday”, che si rifaceva ad una tradizione americana, dove il martedì sera si usciva per mangiare i tacos, approfittando degli sconti che venivano fatti in questa giornata. Come detto questa tradizione esiste da oltre 30 anni, ma da quando, ogni martedì, LeBron James ha iniziato a proporlo, nelle sue stories Instagram, è diventato un fenomeno di portata mondiale.

L'NBA¹² non aspetta il cliente ma è lo cerca. Una delle tante iniziative è NBA Global Games, un evento sportivo che nel 2019 si è svolto a Londra e ha dato la disponibilità a moltissimi appassionati del basket d'oltreoceano, di poter vedere dal vivo le proprie star nel proprio continente. La comunicazione è molto importante e oggigiorno è generalmente incentrata sui social network, il fine

⁹ Chief Marketing officer, figura massima che si occupa di marketing in azienda

¹⁰ www.uefa.com, 18 febbraio 2020

¹¹ www.usatoday.com, www.businessinsider.com

¹² National Basketball Association

è quello di creare e consolidare una vera e propria community di persone unite dalla stessa passione, cercando di condividere e offrire contenuti interessanti che possano diventare oggetto di comunicazione. Azioni solidali sono all'ordine del giorno, il CSR¹³ manager della NBA, infatti attraverso Nba Cares, sviluppa un'immagine pulita e corretta di sé stessa, con azioni di volontariato, vengono accompagnate prese di posizione sui principali conflitti sociali che riguardano la comunità odierna.

L'abilità dell'NBA è stata proprio incentrare le campagne pubblicitarie sulle personalità di star molto diverse tra loro e sui fan in delirio a bordocampo. Tutto questo ha avuto la fortuna di essere compreso in contemporanea con il miglioramento della tecnologia delle telecomunicazioni, fattore che ha aiutato la promozione di uno sport molto fotogenico come la pallacanestro, ed ha permesso la creazione di pubblicità che sono diventate vere e proprie icone del loro tempo. Un esempio è lo spot lanciato prima delle Finals 2008, in cui appaiono molti dei più importanti giocatori di quegli anni della NBA: uno spot emozionale, iconico, nel contesto della famosissima (e di successo) campagna "*Where amazing happens*". Il fotogramma con un giocatore dei Lakers, Derreck Fischer, e uno dei Celtics, Paul Pierce, (protagonisti delle finali) insieme è quasi sacrilego per la rivalità esistente tra le due squadre ma di grande impatto, evidenzia la netta dicotomia che c'è nel mondo professionistico americano tra vincere e perdere, può rimanerne solo uno.

Un altro spot passato alla storia per il suo forte valore emotivo è stato messo in onda prima della serie di partite di Natale, alle quali partecipano giocatori americani e internazionali. Veri e propri cult hero, come il compianto Drazen Petrovic, Magic Johnson, Kobe Bryant, Michael Jordan, Derrick Rose, Wilt Chamberlain e Dwight Howard.

La potenza comunicativa della NBA sta nello storytelling poiché la maggior parte degli atleti hanno delle storie uniche da raccontare, a volte tristi e commoventi altre volte con un lieto fine. Queste avventure possono essere un esempio per spingere i più giovani a non mollare mai e a credere sempre nei propri sogni.

¹³ Corporate social responsibility, figura aziendale che porta la cultura della sostenibilità in azienda occupandosi della sua responsabilità sociale

1.5 Giro d'Italia

La stagione del ciclismo mondiale è caratterizzata da tre grandi giri (Tour de France, Giro d'Italia e Vuelta di Spagna) e dalle grandi classiche (Milano-Sanremo, il Giro delle Fiandre, Parigi-Roubaix e Liegi-Bastogne-Liegi). Il più importante giro è il Tour de France per introiti, montepremi e tradizione, però il Giro d'Italia nel corso degli ultimi anni ha acquisito forza mediatica e competitività, data dai grandi campioni che ogni anno vi partecipano.

La forza del Giro d'Italia sta nel portare lo spettatore in territori poco conosciuti e pieni di tradizione, dalla Sicilia fino al Piemonte. Negli ultimi anni la corsa rosa ha acquisito valore nel mercato salendo a 40 milioni di euro¹⁴, grazie a sponsor e diritti tv, anche il merchandising portato dalla carovana rosa prima di ogni tappa è molto apprezzato dal pubblico, che riesce ad ottenere dei gadget unici. Con l'avvento dei social network anche la corsa rosa ha aumentato la visibilità in tutto il mondo, nell'ultima edizione ci sono stati circa 1,17 milioni di fan su Facebook, 500.000 su Instagram e 663.000 su Twitter¹⁵. Inoltre è possibile consultare notizie, risultati e interviste nel sito web e nell'applicazione ufficiale.

Uno degli obiettivi oltre l'evento sportivo in sé, che il giro vuole portare nelle case degli spettatori, è mostrare la vera essenza dell'Italia attraverso piccoli borghi o paesini poco conosciuti, per favorire il settore del turismo. L'obiettivo numero uno è quello di far innamorare i turisti di tutto il mondo, dell'Italia perché vengano a visitarla. Per questo c'è bisogno di vendere al meglio il "prodotto". Per interessi spesso, la partenza della corsa avviene fuori dall'Italia, questo aiuta il movimento ad avere un grosso appeal anche all'estero, dalla quarta tappa normalmente il Giro si trasferisce in Italia, iniziando a percorrerla da Sud a Nord attraverso le innumerevoli bellezze. Gli spot televisivi sono incentrati sui valori dello sport, sui prodotti legati al ciclismo e, come già citato, sulla pubblicità della nostra nazione. Per valorizzare al massimo la corsa, le tappe sono state divise dalla Rai in tre categorie: Bronze, Silver e Gold; e a ogni tappa vengono proposte per gli spot pubblicitari tre fasce, che hanno prezzi diversi, data la differente attenzione del pubblico da casa: diretta (14.45-16), arrivo (16-16.30) e winner (16-17.15). Per vendere al meglio il Giro d'Italia bisogna far passare i valori dello sport come: l'emozione che si ha quando i ciclisti passano ad un metro dalla gente o quando si vede la fatica nei loro occhi durante la scalata di una montagna, queste sono le sensazioni che si vogliono far passare allo spettatore davanti alla televisione.

Il brand UYN, innovativo e incentrato sull'abbigliamento ciclistico di alta gamma, ha voluto promuovere i propri pantaloncini e maglietta, in concomitanza con l'inizio della corsa rosa. Ha prodotto uno spot mirato per l'occasione, andando ad esaltare il contenuto tecnico del kit da ciclismo.

¹⁴ Al via il Giro d'Italia, <https://www.calcioefinanza.it/2017/05/05/giro-di-italia-in-tv/>, 9 maggio 2019, 23 marzo 2020

¹⁵ Il giro d'Italia nell'era dei social network, www.buzzsports.com, www.giroditlia.it, 9 maggio 2019

In alternativa, ci sono spot più emozionali, come quelli realizzati dall'organizzazione del Giro d'Italia in occasione del centenario, nel 2017, in cui un bambino gira i pedali di una vecchia bicicletta da corsa, che, come se fosse una cinepresa, proietta le imprese dei grandi campioni. Mentre scorre lo spot, passa il tempo della storia, scandito dall'abbigliamento del bambino, che si fa via via più moderno, e dall'evoluzione della stessa bicicletta.

Il 2020 è stato un anno molto particolare per gli eventi sportivi tra posticipi e cancellazioni la stagione è stata fallimentare a causa della pandemia soprattutto sotto l'aspetto economico. Anche il Giro d'Italia è stato rinviato ad ottobre, per la prima volta si correrà in una cornice completamente diversa rispetto al solito mese di maggio. Sarà una corsa completamente diversa, i paesaggi saranno differenti, ma la tradizione e l'importanza della corsa saranno gli stessi.

La comunicazione che è stata adottata dagli organizzatori è stata molto particolare e completamente differente rispetto all'edizioni passate dove il tema principale delle campagne era il Giro d'Italia e la sua storia. Quest'anno si è voluto mettere al centro degli spot un campione come Peter Sagan che per la prima volta correrà il Giro d'Italia, infatti il corridore Sloveno ha nel suo palmares già tre mondiali su strada (2015, 2016, 2017), un'edizione del Giro delle Fiandre, una Parigi-Rubaix, dodici tappe del Tour de France e quattro tappe della Vuelta de Espana, ma si presenterà come novizio alla corsa rosa. La scelta di un personaggio così importante come testimonial è stata spinta dalla fama che il corridore si è creato nel mondo, infatti, egli grazie a storiche impennate durante delle ripide salite o volate al limite della capacità umana ha riscosso un successo inaudito non solo tra gli appassionati di ciclismo ma anche tra quelli di altri sport.

Nei video per promuovere il Giro d'Italia il ciclista sloveno si immerge nelle tradizioni del nostro paese. I quattro aspetti che vengono toccati sono l'Arte, all'interno della Pinacoteca di Brera a Milano dove il ciclista seguendo una guida turistica si mostra interessato alla mostra presente anticipando spesso gli interventi della guida stessa e creando stupore negli altri turisti. La cucina all'interno di una tipica trattoria italiana, Sagan si trasforma in un cuoco e alla fine prende pure in giro un turista che sta per mettere il grana sulla pasta con il tonno. La moda all'interno dello storico laboratorio di Ermenegildo Zegna dove l'attore si cimenta come sarto paragonando la moda stessa al ciclismo e infine la musica sul palco della Scala, in cui Sagan si improvvisa tenore e direttore d'orchestra.¹⁶

Questi spot hanno l'obiettivo di mostrare gli aspetti sui cui si basa la cultura italiana e soprattutto che cosa potrebbe trovare un turista che venga a visitare il Bel Paese come dirà lo stesso Sagan: “ sono diventato un esperto critico d'arte, moda, cucina e musica” come potrebbe fare chiunque. I video sono spesso divertenti, Sagan si muove con disinvoltura all'interno di luoghi storici e spesso gioca sul

¹⁶ www.rai.it

significato della parola “Giro”, attribuendole diversi significati e riferendosi alla manifestazione ciclistica. Questa campagna è iniziata il 26 giugno ed è finita a fine luglio.

Valorizzare la tradizione è sempre stato elemento ricorrente nel corso degli anni all’interno degli sport che promuovevano il Giro perché questi sono gli aspetti che differenziano il Giro d’Italia dal Tour de France o dalla Vuelta de Espana.

1.6 Giochi Olimpici

Con il termine “Olimpiadi” si intende una manifestazione sportiva che coinvolge atleti di tutte le nazioni del mondo che sono chiamati a misurarsi in svariate discipline. (Pigna A., 2012)

L’evento ha una cadenza quadriennale. Le prime Olimpiadi della storia ebbero luogo nel 776 a.C. in una città dell’Antica Grecia chiamata Olimpia e proprio dalla città prese il nome l’evento che per secoli ha unito sportivi del mondo intero. Vennero sospese nel IV secolo d.C. per volere dell’imperatore Teodosio, furono ripristinati solo nel 1896 grazie al volere del barone Pierre De Coubertin. Egli vide nello svolgimento dei Giochi Olimpici un’ottima occasione di confronto per i giovani delle diverse nazioni del mondo: era un modo per competere secondo principi sani e non violenti, che si contrapponevano ai sentimenti negativi che animavano l’Europa in quel periodo storico. (Pigna A., 2012)

Le discipline ammesse inizialmente erano le corse, il pugilato, la lotta e la ginnastica parallela; oggi le gare coinvolgono ben ventisei diverse discipline ma si sta cercando di portarle a ventotto.

Le ultime si sono svolte a Rio de Janeiro nel 2016 e le prossime si svolgeranno nel 2021 a Tokyo, ogni anno è stato particolare per qualche ragione: da gesti iconici che hanno cambiato la storia dello sport, a storie emozionanti di qualche atleta. Sono due settimane durante le quali ogni sportivo gareggia da solo o in team per la propria nazione, rappresenta i propri colori e la propria gente. Una frase che passò alla storia fu quella di Andre Agassi dopo la vittoria della medaglia d’oro, ad Atlanta 1996: *“Fu un’esperienza ultraterrena. Quando ero un ragazzino il tennis non era disciplina olimpica, ma fu una delle tante cose che mio padre ha predetto della mia vita, che il tennis sarebbe entrato a far parte delle Olimpiadi e che io avrei vinto la medaglia d’oro. Quindi essere su quel podio fu un mio sogno di ragazzo sotto molto aspetti. Ricordo tuttora lo stare là, sul gradino della medaglia d’oro, una delle poche volte in cui sono stato effettivamente più alto dei miei avversari! La medaglia attorno al mio collo, l’inno nazionale, i miei occhi bagnati di lacrime... un’esperienza ultraterrena, surreale”* (Agassi A., 2011). Oppure la frase di Pietro Mennea, dopo il suo storico oro olimpico nei 200 metri piani, alle Olimpiadi di Mosca del 1980: *“In finale mi confinarono in ottava corsia, non ero contento, non potevo controllare gli avversari. All’uscita della curva ero penultimo, Wells*

indemoniato era tre metri avanti. Penso: non avrò altre occasioni. Dodici anni di lavoro e di dolore per niente. Allora riparto, risento tutto, rientro in gara, recupero, vinco, alzo le braccia e il ditino”. (Pigna A., 2012)

In termini di marketing e comunicazione, le Olimpiadi sono “ *The Olympic Games are one of the most effective international marketing platforms in the world, reaching billions of people in over 200 countries and territories throughout the world.*”¹⁷ Si stima che le persone che seguono questo evento sportivo siano più di 3,6 miliardi¹⁸. Nell’edizione di Londra del 2012 ci sono stati, 11 Worldwide Olympic Partners che hanno garantito il finanziamento dell’evento e la fornitura di prodotti di diverse categorie, funzionalmente agli obiettivi dell’organizzazione. Molti sono presenti in moltissime edizioni olimpiche dacché ne abbiamo memoria: ad esempio Coca-Cola, che con l’edizione del 2016 festeggia l’ottantottesimo anno di partnership olimpica, essendo sponsor dal 1928.

Le campagne di marketing dei grandi brand che decidono di investire nelle olimpiadi sono mirate per quelle due settimane. Brand come McDonald’s, Omega, Panasonic, Bridgestone, P&G, Visa e Atos si sono categorizzati secondo il loro principale brand value: welcomed, timed, entertained, travelling, supported e informed.

Le campagne di comunicazione sono integrate su tutti i canali. Il punto di partenza, però, è sempre costituito da un video destinato ad essere diffuso in primis in televisione, poi su YouTube, successivamente a ricevere buzz sui social media, e infine a coesistere con le iniziative locali, previste nel corso dei Giochi.

Coca Cola ha realizzato una campagna intitolata “*Taste the feeling*”, al centro della quale ci sono i concetti di entusiasmo e sfida nello sport, per esaltare ad un livello ancora più alto il principale valore di brand di cui si fa promotrice: la felicità. Samsung invece ha creato un unico grande inno unendo tra di loro i vari inni delle nazioni, mostrando alla fine un messaggio preciso “*Proud sponsor of a world without barriers*”.

L’azienda americana, Nike, attraverso la campagna “Unlimited campaign” vuole celebrare la perseveranza dei più grandi atleti del mondo ed esaltare l’estate dello sport, incoraggiando tutti ad abbracciare una mentalità “illimitata”. Nel filmato, l’attore americano Bobby Cannavale parla ai futuri campioni, ancora nella culla, Neymar Jr, Serena Williams, LeBron James, Mo Farah e Zhou Qi, spiegando come campioni non si nasce, si diventa. Infatti ognuno di noi non ha deciso dove nascere o in che casa vivere però spetta ad ogni persona decidere come finirà la propria storia. In questo caso Nike vuole dimostrare che con il sudore e la tenacia si può arrivare ad essere dei campioni,

¹⁷ The Olympic Games market, www.bbc.com , 2 Agosto 2016, 15 marzo 2020

¹⁸ Il valore delle Olimpiadi, www.ilsole24ore.it 31 luglio 2016, 15 marzo 2020

poiché è solo attraverso il lavoro quotidiano che si possono raggiungere i propri sogni, come vincere un oro alle Olimpiadi.

1.7 Conclusione

Ciò che unisce tutti questi grandi eventi è la dedizione e lo studio di una strategia efficace da parte del marketing office dell'azienda per riuscire ad emozionare utilizzando la comunicazione come strumento di regia, funzionale al secondo step: la vendita del prodotto. Riuscire a far breccia nella mente del consumatore significa aver centrato l'obiettivo: la sua fidelizzazione. (Kotler P., et al., 2018) Ciò che cercano di fare gli organizzatori di questi grandissimi eventi è definire con caratteristiche precise il proprio prodotto per la sua massima diffusione, seguita da successo, nel mercato globale. L'abilità dei grandi brand sta nel condurre il consumatore al cuore del messaggio: gli slogan che vengono lanciati devono avere il sapore di una sfida che coinvolge inevitabilmente lo spettatore. Un chiaro esempio è l'ennesimo colpo di genio della Nike, postato su tutti i social media. Durante il periodo in cui tutte le persone sono state obbligate a rimanere in casa per la pandemia, Coronavirus, che sta colpendo il mondo, l'azienda americana ha deciso di lanciare un messaggio forte e chiaro: "If you ever dreamed of playing for millions around the world, now is your chance".¹⁹ L'obbligo imposto in molti paesi era quello di stare chiusi in casa, quindi Nike ha deciso di provocare il consumatore come se fosse la partita più importante della sua vita. Un messaggio preciso ed efficace, senza l'obiettivo di vendere un prodotto. Questo è il futuro del marketing e della comunicazione.

¹⁹ https://www.instagram.com/p/B9_4fMGAD4S/, 21/03/2020

2- Giochi Olimpici invernali

I Giochi olimpici invernali, o Olimpiadi invernali, sono un evento sportivo che ospita gare di sport invernali, ovvero che si svolgono su ghiaccio o neve: si disputano ogni quattro anni e fino al 1992 si svolgevano nello stesso anno di quelle estive, dal 1994 negli anni pari non divisibili per quattro. Per decisione del Comitato Olimpico Internazionale (CIO) nel 1921, furono disputate le prime Olimpiadi invernali, in concomitanza con quelle estive. Furono organizzate a Chamonix in Francia, dato che quelle estive si sarebbero svolte a Parigi. In quell'occasione le nazioni che vi parteciparono erano sedici in sei diverse discipline: bob, biathlon, curling, hockey su ghiaccio, pattinaggio e sci alpino. Da quel momento gli sport ammessi alle Olimpiadi sono sette però rispetto alla prima edizione sono aumentate le discipline e le nazioni che vi partecipano. L'ultima edizione si è svolta nel 2018, a Pyeongchang, in Corea del Sud. L'Italia ha ospitato e ospiterà diverse edizioni: la prima nel 1956 a Cortina d'Ampezzo, con dei risultati eclatanti per l'epoca, la seconda nel 2006 a Torino e la prossima nel 2026 a Milano-Cortina.

I numeri dell'ultima edizione Giochi Olimpici Invernali sono stati sorprendenti, erano presenti 92 delegazioni per un totale di 2925 atleti e c'erano in palio 306 medaglie. Ci sono stati più di 386 milioni di spettatori televisivi, questo ha spinto i grandi brand a creare delle campagne pubblicitarie ad hoc, come ha fatto P&G (Procter & Gamble). La campagna pubblicitaria della multinazionale americana "Grazie di cuore, Mamma" racconta come potrebbe essere il mondo se ci guardassimo con gli occhi di una mamma. Le scene mostrano come le battaglie contro i pregiudizi che gli atleti incontrano nella vita quotidiana siano varie come le discipline in cui si misurano: la ragazza di una cultura in cui l'essere donna è in contrasto con la competizione, il ragazzo che sogna di gareggiare in uno sport che i genitori, di modeste condizioni economiche, faticano a permettersi, o bambini di diverse razze, religioni e orientamenti sessuali che guardano gli sport che amano e non si vedono rappresentati da nessuno che viva come loro. Le storie raccontate nei video sono ispirate a racconti reali della vita degli atleti, per esempio: la statunitense Michelle Kwan, due volte medaglia olimpica, la cui famiglia ha attraversato difficoltà economiche per sostenere il suo sogno dei Giochi Olimpici; Zahra Lari, tre volte campionessa nazionale, prima pattinatrice di figura degli Emirati Arabi a competere a livello internazionale; Mathilde Petitjean, atleta olimpica nel 2014 (Sochi), prima sciatrice di sci di fondo olimpico a rappresentare un paese dell'Africa Occidentale; e infine Carina Vogt, atleta tedesca, prima medaglia d'oro olimpica nel salto con gli sci femminile.

Successivamente a questa breve introduzione verrà analizzata l'Olimpiade Invernale di Cortina del 1956 per poi fare un parallelo con i XXV Giochi Olimpici Invernali che si svolgeranno nel 2026 nella medesima città.

2.1 CORTINA 1956

Cortina d'Ampezzo è definita anche “la Regina delle Dolomiti”²⁰. Il nome Cortina, deriva dal latino “curtis” che significa “spazio recintato attorno ad una chiesa”, riferito alla zona adiacente alla chiesa parrocchiale. Il termine “Ampezzo” deriva dalla lingua celtica. (Richebuono G., 1993)

Adagiata in una vasta conca attraversata nel mezzo dal torrente Boite, è circondata da ampi boschi e prati che si estendono fino alle pendici delle Dolomiti. Questo gruppo montuoso situato tra le provincie di Belluno, Bolzano, Trento Udine e Pordenone è diventato nel 2009 patrimonio dell'Unesco.

Cortina si trova a 1224 metri di quota, ma diverse cime del suo perimetro superano quota 3000 metri, come la Tofana di Rozes e il Monte Cristallo. Dista 72km dalla città di Belluno e si trova all'estremo nord della regione Veneto, oltre il passo Cimabanche si entra in Trentino Alto Adige. A est confina con il comune di Auronzo di Cadore mentre a sud con quello di San Vito di Cadore. (AA, VV., 1976)

Cortina è formata da un nucleo centrale e da diversi villaggi, questi si sono riuniti in sei contrade che prendono il nome di “Sestieri”²¹ e hanno la funzione di rappresentare le comunità locali. Sono Alverà, Azzon, Cadin, Chiave, Cortina e Zuel. D'estate nei mesi di luglio e agosto, ogni Sestiere organizza il “suo” fine settimana di festa campestre, durante la quale si può ballare, gustare specialità gastronomiche e divertirsi. I volontari lavorano affinché la festa del proprio Sestiere sia la più bella. La più famosa è quella che viene fatta sotto il Trampolino Italia, struttura simbolo delle Olimpiadi del 1956, la sera del 13 e 14 agosto e richiama moltissimi turisti da tutta Italia e dal mondo, infatti mangiando le pietanze tipiche è possibile gustarsi uno spettacolo visivo senza eguali. Inoltre, sia d'inverno sia d'estate, i Sestieri organizzano molte gare sportive tutt'oggi molto sentite dagli abitanti di Cortina d'Ampezzo. (Arnoldo M., 2000)

Un passo storico per il paese, dopo la prima guerra mondiale, fu nel 1921, quando venne inaugurata la ferrovia delle Dolomiti che collegava Calalzo di Cadore, Cortina e Dobbiaco funzionando in maniera eccellente fino al 1964. Ancora oggi è possibile percorrere la famosa strada del trenino dove si può ammirare l'incredibile paesaggio della valle del Boite. Negli anni '50 ci fu il boom del turismo a Cortina, soprattutto grazie alle Olimpiadi del 1956, ma anche a favore del cambio di mentalità del turista italiano. Con l'apertura dei primi campeggi, Cortina, iniziò ad essere raggiunta un po' da chiunque: borghesi, campeggiatori o appassionati della montagna non solo da ricchi aristocratici, com'era stato fino a prima del 1954. Questo turismo fu agevolato dall'apertura di nuovi impianti tra cui le cabinovie del Cristallo (1959), la funivia del Lagazuoi (1964) e infine la funivia “Freccia nel Cielo”, nel 1969, che portava fino in cima alla Tofana di Rozes. (AA, VV., 1976)

²⁰ Cortina d'Ampezzo detta la Regina delle Dolomiti mentre Misurina viene chiamata la Perla delle Dolomiti

²¹ Le Regole D'Ampezzo, home page www.dolomiti.org

2.2 L'assegnazione dei giochi

Dopo la Seconda Guerra Mondiale gli sport invernali erano praticati da poche persone perlopiù cittadini che erano stati in Austria o Svizzera, poiché in Italia non rappresentavano un fenomeno nazionale. L'idea di portare per la prima volta nel "bel paese" questa competizione di livello mondiale era legata al fatto che avrebbe potuto diventare un grande trampolino per le discipline invernali. Il primo che ebbe quest'idea fu il Conte Alberto Bonacosa,²² alpinista e sciatore di successo, amante delle Dolomiti, il quale, fu nominato membro del CIO (Comitato Olimpico Internazionale) nel 1925 e in accordo con le autorità sportive dell'epoca incoraggiò l'Amministrazione comunale di Cortina d'Ampezzo a candidarsi per i Giochi Invernali del 1944. Il comune della provincia di Belluno riuscì ad ottenere questo incredibile risultato però sfortunatamente con la Seconda Guerra Mondiale tutte le manifestazioni sportive furono annullate. Cortina non perse le speranze e si ricandidò dopo il conflitto bellico, nel 1952, ma le fu preferita Oslo. Nonostante la sconfitta Cortina riuscì ad ottenere l'assegnazione dei Giochi invernali successivi, quelli del 1956. Nella votazione del CIO, tenutasi a Roma nel 1949, i Giochi vennero finalmente assegnati alla "Regina delle Dolomiti" con 31 voti favorevoli contro i 7 di Montreal, i 2 del Colorado ed 1 di Lake Placid, grazie anche all'eccellente lavoro del Sindaco dell'epoca, Giuseppe Ghedina e della sua delegazione composta da Otto Menardi, Federico Terschak e Giuseppe Recafino, assistiti e guidati dal Presidente del CONI Giulio Onesti e dal Segretario Generale Bruno Zauli.²³

2.3 Preventivo e finanziamento

Per quanto concerne il finanziamento delle Olimpiadi invernali di Cortina, il comune concesse solamente, con l'appoggio di due enti locali, il terreno su cui costruire lo Stadio del Ghiaccio. Un contributo essenziale va ricondotto al ruolo esercitato dallo Stato Italiano, che con ingenti somme permise il miglioramento di opere e servizi: quali riparazioni stradali, creazione dell'impianto fognario e di quello d'illuminazione, apertura di esercizi pubblici e costruzione di nuovi parcheggi. Alla fine la somma che arrivò nella provincia Bellunese fu di 460²⁴ milioni di lire forniti dallo Stato. Di tutte le altre spese si fece carico il CONI, che dal 1950 iniziò ad accantonare annualmente 600 milioni di lire sul proprio bilancio. Nel 1952 venne elaborato un primo preventivo del fabbisogno finanziario dei giochi, costui ammontava a 2.500.000.000 di lire, erano stati usati dei criteri molto approssimativi poiché la costruzione delle strutture era ancora in atto. Dopo varie riunioni fu deciso che la somma stanziata per la costruzione degli impianti fosse di 1.200.000.000 lire cui si dovevano

²² Nato a Vigevano nel 1853 e morto a Milano nel 1953

²³ Fonte ufficiale CIO

²⁴ Report Cortina 1956 CONI

aggiungere 450.000.000 di lire previsti per l'organizzazione generale, 300.000.000 per l'organizzazione logistica, 200.000.000 per l'organizzazione tecnica, 250.000.000 destinati a stampa ed informazioni, 50.000.000 per rappresentanza e cerimoniale, infine 50.000.000 sarebbero stati destinati ad imprevisti e spese ulteriori. Alla fine i miliardi di lire stanziati a carico del CONI furono 3,3 a causa di alcune migliorie che vennero fatte alla pista da bob e al trampolino Italia.

Tenendo in considerazione che la maggior parte degli incassi provenivano dai biglietti venduti e furono di 231 milioni e che una parte del materiale e delle attrezzature fu recuperato per le Olimpiadi di Roma (1960), il CONI in definitiva pagò 2.682.046.330 di lire²⁵.

2.4 Comitato Organizzatore

Da quando fu deciso che i VII Giochi Olimpici invernali dovevano essere ospitati da Cortina d'Ampezzo, il CONI ebbe l'obbligo di formare un Comitato Organizzatore. Questo era composto da: il Conte Paolo Thaon di Revel e il Dottor Giorgio de Stefani, dai rappresentanti del CONI (presidente e segretario generale) e dai due presidenti delle federazioni nazionali degli sport invernali. Ad essi si aggiunsero pure il prefetto di Belluno e il sindaco di Cortina. Nel novembre del 1952, dopo vari studi statistici delle condizioni metereologiche e delle possibilità di innevamento, si stabilì che le date esatte sarebbero state tra la fine di gennaio e l'inizio di febbraio. In prossimità dell'inizio dei Giochi venne formata una commissione di cinque esperti per ogni sport; che dovevano essere nominati dalle Federazioni nazionali. Così nacque la commissione per lo sci, quella per il bob, quella per l'hockey, quella per il pattinaggio artistico e per il pattinaggio di velocità. (Martucci D., 1956)

Altre due commissioni avrebbero dovuto assicurare l'assistenza sanitaria e il cronometraggio. Per quanto riguarda quest'ultimo, ci si rivolse alla Federazione italiana cronometristi che avrebbe dovuto occuparsi nel dettaglio di approntare i mezzi necessari per le classifiche delle varie gare e anche nominare i diversi cronometristi. Per quanto invece riguarda il servizio sanitario ci si rivolse alla Federazione Italiana dei Medici Sportivi.

Alla fine, una bozza dettagliata venne visionata dalla Federazione Italiana sport invernali e della Federazione Italiana sport del ghiaccio nel novembre del 1952, non ci furono obiezioni neanche da parte delle delegazioni straniere, ma vennero aggiunte due gare di fondo femminile: 30 km e staffetta 3x5. In totale furono assegnati 24 titoli olimpici: 14 per lo sci, 2 per il bob, 4 per il pattinaggio di velocità, 3 per il pattinaggio artistico e 1 per l'hockey.

²⁵ Report Cortina 1956 CONI

Complessivamente 49 membri del CIO assistettero ai Giochi Invernali e furono collocati nell'Hotel Miramonti Majestic, dove vi era anche una segreteria particolare alla quale lavoravano diversi interpreti e assistenti. I dirigenti delle Federazioni Internazionali vennero collocati nel Hotel Cristallo. Nel gennaio del 1954 furono spediti diversi questionari alle delegazioni per cercare di soddisfare ogni esigenza da parte degli atleti. La Svezia fu tra le prime a rispondere mentre l'URSS tardò per motivi burocratici, però alla fine si presentò con la squadra più forte e numerosa.

2.5 Infrastrutture sportive e lavori di preparazione

Il CONI dovette programmare diversi lavori per rendere Cortina perfetta per i Giochi Invernali del 1956, infatti essa prima dei Giochi non possedeva un complesso di attrezzature adeguate ad ospitare un evento di tali dimensioni. Il trampolino era vecchio e di concezione superata, non vi era un vero e proprio stadio del Ghiaccio, le piste da sci non prevedevano le misure standard per disputare una gara, non vi era una pista da bob e nemmeno una per il pattinaggio di velocità. A questo punto il CONI dovette partire, praticamente da zero, alla costruzione o all'adeguamento di tutti gli impianti. Il lavoro coincise con i maggiori sforzi economici ma alla fine si concluse con successo. I parametri che vennero dettati dai regolamenti internazionali furono rispettati e gli impianti realizzati si rivelarono assai moderni e di primissimo ordine per l'epoca. Infatti, nel corso dei Giochi non fu registrato nessun inconveniente e il Comitato non venne accusato di nessuna mancanza. (Stampani M., 2005)

2.5.1 Il Villaggio Olimpico

Un calcolo approssimativo, eseguito nel 1953, fornì la cifra di 1.400 atleti e 600 accompagnatori che avrebbero dovuto esser ospitati a Cortina. Per cercare di uniformarsi alle prescrizioni del CIO, si studiò fin dall'inizio la possibilità di risolvere il problema con un vero e proprio villaggio olimpico. Apparve evidente che a Cortina era più ragionevole seguire la via di St. Moritz, anziché quella di Oslo. Ecco perché si mise da parte ogni velleità di un nuovo quartiere residenziale e si prese la decisione di alloggiare i partecipanti negli alberghi. A questo proposito furono intavolate serrate trattative con l'Associazione degli albergatori cortinesi per raggiungere un accordo, sia sulla riserva dei posti, sia sulle tariffe da praticare. Furono interessati 28 alberghi che ospitarono 1415 persone, 924 atleti e 491 accompagnatori, le strutture interessate si trovavano sia in centro al paese sia vicino alle strutture di gara tra queste ci sono Parc Hotel Concordia, Albergo Italia, Hotel Cortina, Hotel Aquila, Hotel San Marco, Hotel Corona, Hotel Tre Croci, Hotel De la Poste, Hotel Franceschi e Hotel

Des Alpes. Gli organizzatori e i membri del CIO abbiamo visto precedentemente che invece erano ospitati nei due hotel cinque stelle: Hotel Cristallo e Hotel Majestic Miramonti.²⁶

2.5.2 Lo Stadio del Ghiaccio

Lo Stadio del Ghiaccio doveva essere il fulcro delle Olimpiadi, fu collocato in una zona non distante dal centro, infatti è facilmente raggiungibile a piedi, inoltre essendo posto vicino al torrente Boite fu più facile garantire il funzionamento dell'impianto di refrigerazione. Dopo il parere espresso dalla Sovrintendenza alle Belle Arti, fu stabilito di costruirlo a Majon, in un'area vicina all'incrocio di via dei Marangoni con via del Castello e vicina anche alla strada che collega il centro storico a Pocol e ai passi dolomitici.

L'impianto doveva avere dei requisiti fondamentali: essere dotato di spogliatoi per 180 atleti, disporre almeno di una pista del ghiaccio artificiale 30x60. Il Comitato decise di costruirne due per un'area complessiva di 4239 mq, e, infine, doveva essere progettato nel rispetto del paesaggio ampezzano. Lo spessore del ghiaccio doveva essere di due o tre centimetri e fu costruita una soletta di cemento armato sospesa su due pilastri, per garantire l'uniformità del ghiaccio. Un impianto apposito garantiva la refrigerazione della superficie con tubazioni dello sviluppo di 56.700 metri, suddivise in settori. La tubazione principale risultava del diametro di 60cm ed è collegata al torrente Boite. La capienza dello stadio era di 8000 persone che poteva essere quasi raddoppiato grazie all'utilizzo di particolari attrezzature, infatti durante lo svolgimento delle gare poteva arrivare ad ospitare 15.000 persone. I lavori di sbancamento dell'area, circa 10.000 mq, per la costruzione vennero eseguiti nel 1952, mentre nel giugno del 1953 furono collocate le strutture di cemento armato. L'inaugurazione avvenne il 26 ottobre del 1955 con la benedizione del Vescovo di Bressanone, alla presenza del Sindaco di Cortina e del Presidente del CONI oltre che di altre personalità tra cui il Prefetto in rappresentanza del Governo. Lo stadio del Ghiaccio comportò una spesa di 1.297.905.497²⁷ di lire, una volta conclusi i Giochi la struttura fu regalata al comune di Cortina. Oggi è ancora utilizzato, ospitando partite di hockey, gare di pattinaggio e di curling, anche grazie alla copertura costruita nei primi anni di questo secolo, mantenendo invariata la pianta originale. (Sabelli Fioretti G., 1956)

²⁶ Report Cortina 1956 CONI

²⁷ Report Cortina 1956 CONI

2.5.3 Il Trampolino Italia

Il trampolino olimpico, costruito in occasione delle Olimpiadi del 1956, è considerato da molti l'ingresso ufficiale a Cortina, vista la sua collocazione nel sestiere di Zuel, lungo la statale Alemagna a circa 2,5km dal centro del paese.

La sua storia ebbe inizio nel 1923, quando su iniziativa del Club Sportivo Dolomiti, con un cospicuo contributo degli albergatori di Cortina e del barone Franchetti, fu costruito il primo trampolino chiamato "Franchetti" (Richebuono G., 1993). Inizialmente aveva una pista di legno con la portata di 40 metri di salto. Le prime modifiche vennero effettuate nel 1926, aumentando la portata del salto a 52 metri, tuttavia nel 1939 fu demolito. Negli anni successivi, iniziò la costruzione del vero Trampolino Italia, quello che si può notare ancora oggi. Le dimensioni principali erano la portata di 75 metri di salto con un ponte di spinta dell'altezza di 48 metri, le misure per la dinamica del salto vennero calcolate specificamente in ogni settore. Il pilastro misurava 48 metri mentre la travatura 83 metri, non c'erano sostegni intermedi, questo comportava una spettacolarità innovativa per l'epoca. La pista di lancio era lunga 87,50 metri larga 5 metri e inclinata di 35 gradi verso il dente di scatto. In cima alla torre era stata collocata una sala d'aspetto riparata da vetrate e debitamente riscaldata in modo che gli atleti fossero completamente al coperto prima della partenza. Le tribune contenevano quasi 3000 posti ripartiti tra tribuna d'onore e posti per i giornalisti, collocati in modo simmetrico a destra e a sinistra della pista di atterraggio, all'altezza della parte centrale e furono costruite con materie prima locali: ripiani di legno e cemento armato. Infine furono collocate le torrette per i servizi di fianco alle tribune. Al sesto piano furono poste le cabine dei giudici e la segreteria per la comunicazione ufficiale dei risultati. Al quinto piano si collocava il palco delle autorità. Il pubblico preferiva rivolgersi di fronte al trampolino per vedere il salto nella sua interezza, visto che anche l'atterraggio era uno dei momenti più spettacolari, comunque le scalinate hanno sempre garantito la possibilità di spostarsi con grande facilità all'interno dell'area di gara. L'inaugurazione ufficiale avvenne l'8 dicembre del 1955, il Trampolino Italia costò 308.495.016 lire²⁸, anche questo fu donato dal CONI al comune di Cortina al termine dei Giochi Olimpici e fu utilizzato per la Coppa del Mondo di salto con gli sci fino al 1990. Il record del salto più lungo è dell'atleta finlandese Antti Hyvarinen che fu di 88 metri durante i Giochi Olimpici del 1956. Questa costruzione è molto famosa anche perché viene richiamata in diversi film tra cui "Solo per i tuoi occhi" del 1981 di James Bond, in cui Roger Moore fa un incredibile salto dal Trampolino Italia.

²⁸ Report Cortina 1956 CONI

2.5.4 Lo Stadio della Neve

Lo Stadio delle Neve, utilizzato per il fondo fu costruito a 2km dal centro di Cortina, nella frazione di Campo di Sotto. Era di forma rettangolare con orientamento verso Est-Ovest in modo che le tribune fossero disposte lungo i due lati maggiori, i lati minori servivano rispettivamente: ad Ovest per gli ingressi e ad Est per l'esposizione con il tabellone dei tempi. Lo stadio misurava 250 metri di lunghezza per 44 di larghezza e poteva ospitare fino a 6000 spettatori. Lo stadio era corredato da vari locali: per l'organizzazione, tra cui la torretta degli annunciatori e la cabina dei cronometristi, per gli atleti, per la stampa e la TV. Nelle vicinanze dello stadio era stato allestito un parcheggio per gli spettatori, diviso in vari settori. (Stampani M., 2005)

L'area interna era stata suddivisa, nel senso della lunghezza, in tre corsie ciascuna delle quali larga 14 metri; nella prima sopraelevata si svolgevano le partenze e gli arrivi, era di oltre un metro grazie ad un riporto di neve e la lunghezza di 70 metri. Nelle altre due corsie si trovavano i passaggi intermedi e la partenza delle staffette. La linea del traguardo era posta a 35 metri dal margine sul lato est dello stadio e contrassegnata da una corda rossa affondata nella neve con scritto "TRAGUARDO". Il luogo dove avveniva la partenza degli atleti era stato studiato attentamente, infatti fu deciso un punto dove ci fosse sempre il sole cosicché i fotografi e i cineoperatori potessero ottenere dei buoni scatti.

Adibite allo sci di fondo vennero costituiti degli anelli da 4 e da 10 km, da 3 e 5 e da 1 e 15 per un totale di 70 km con caratteristiche diverse e che potessero dar luogo a qualsiasi tipo di combinazione richiesta dalla Federazione Internazionale. Ogni pista aveva una larghezza minima di 2 metri sgombri da cespugli e da sassi e furono tagliati i rami degli alberi per evitare che la neve che si bloccava su di essi, cadendo, potesse rendere più gelato il fondo delle piste. Inoltre fu creato un passaggio sopraelevato di 6 metri per superare la strada che congiungeva le frazioni di Zuel e Campo. Una pista di 10 km e una di 15 km furono create a quota 1800 metri sul Passo Tre Croci, dove era stabilito che si preparassero i tracciati di riserva nel caso ci fossero stati problemi. Visto che non ci furono problemi né meteorologici né di organizzazione queste piste in quota non furono mai utilizzate. (Sabelli Fioretti G., 1956)

Gli atleti si allenavano nei dintorni dello Stadio della Neve dove furono create per l'occasione delle piste d'allenamento, queste erano di diversi livelli da facile fino a difficile e si snodavano sui versanti a Est e a Nord della conca. Furono distribuite a tutte le squadre degli opuscoli, in tre lingue differenti e cartine che riportavano tutte le piste e i vari livelli di difficoltà, in modo che gli atleti potessero

orientarsi con facilità, inoltre nelle mappe erano segnati i vari hotel, punti di ristoro e farmacie per ogni evenienza.

2.5.5 Le piste alpine

I due complessi sciistici utilizzati per le specialità alpine dei Giochi Olimpici sono quello alle pendici della Tofana²⁹, in particolare la pista denominata “Canalone” con arrivo a “Rumerlo”, utilizzata per la coppa del mondo di sci e quello sulla sommità del Monte Faloria³⁰, facilmente raggiungibile grazie alla Funivia Faloria che parte dalla stazione delle corriere in centro paese. In quest’ultimo fu disputato solo lo slalom gigante maschile, sulla pista Vitelli. Tutte le altre gare si svolsero in Tofana con la possibilità, per motivi metereologici, di spostare le partenze più a Nord o a Sud di quelle previste. Per quanto riguarda la discesa libera maschile essa partiva alla base della Tofana di Mezzo, a quota 2282 metri, nelle vicinanze della Capanna Pomedes e scendeva molto velocemente attraverso i due grandi roccioni che sovrastano il rifugio Duca d’Aosta e che sono ben visibili anche dal centro del paese. La pista proseguiva poi con uno “schuss” paragonabile a quello di un trampolino e in seguito segue un andamento ondulato in mezzo al bosco per arrivare, dopo un breve falso piano con ripidi gradoni, nei pressi del Colle di Rumerlo. Superato questo tratto, la velocità si abbassava di conseguenza e si giungeva al traguardo nella zona di Gilardon. La pista aveva un dislivello di 902 metri ed era lunga 3461 metri, furono inserite 15 porte e per protezione degli atleti e del pubblico furono issate le reti di protezione lungo il perimetro. Nella zona del traguardo furono costruite diverse tribune e gli impianti occorrenti per la registrazione dei tempi e per la diffusione dei risultati. Per la discesa libera femminile si utilizzò la pista del Canalone con un tracciato di 1552 metri e 102 metri di dislivello con l’utilizzo di 20 porte.

Lo slalom speciale maschile e femminile si svolsero sul “Drusciè A” sul Col Drusciè ai piedi della Tofana. Infine l’unica gara alpina che non fu disputata in Tofana fu lo slalom gigante maschile che venne svolto in Faloria nella pista Vitelli. Il tracciato partiva dalla Cima dei Tondi di Faloria, in direzione Nord raggiunge il “Pian della Bigontina” sotto il Passo Tre Croci. Gli atleti che disputavano questa gara dovettero prendere la funivia dal centro di Cortina e poi attraverso una filovia venivano portati alla partenza. La pista era lunga 2660 metri con un dislivello di 623 metri, questo era anche il traguardo più lontano dal centro di Cortina d’Ampezzo.

²⁹ Le Tofane sono un massiccio montuoso della catena delle Dolomiti orientali, a ovest di Cortina d’Ampezzo e a nord ovest di San Vito di Cadore, la cui vetta più alta si erge fino a 3244 m s.l.m.

³⁰ Il monte Faloria è una montagna che si erge a est di Cortina d’Ampezzo, nelle immediate vicinanze del più imponente Sorapiss.

Per rendere le piste all'altezza della competizione in atto, vennero svolti grandi lavori di livellamento del terreno, sbancamento di roccia e abbattimento alberi, solo nel "Drusciè A" ne vennero abbattuti 120.

Il Comitato Organizzatore decise inoltre che tutte le piste dovevano essere pronte per l'inverno del 1955 poiché sarebbero state provate durante i campionati italiani per lo sci alpino, questo comportò un immane lavoro da parte degli organizzatori. Fu necessario per studiare eventuali criticità dei percorsi e predisporre tutti gli accorgimenti necessari prima dell'evento vero e proprio. Le piste prima dell'inizio dei Giochi vennero battute da oltre 500 alpini che le percorsero a piedi dal basso all'alto per portarle alla consistenza desiderata, infine in occasione il "Drusciè A" fu abbondantemente bagnato così da rendere il percorso vetrificato. Anche se l'inverno olimpico non fu ricco di nevicate, l'organizzazione di Cortina garantì la perfetta efficienza dei percorsi, questo fu riconosciuto da tutte le delegazioni.

2.5.6 La pista di bob

La pista di bob sulla quale si svolsero i Giochi Olimpici, fu sottoposta a notevoli lavori di restauro, terminarono sotto la supervisione del CONI nel 1948. A quel periodo risalgono la costruzione delle 16 curve e della grande curva prima del traguardo, il tracciato prevedeva 152 metri di dislivello e fu testato in occasione dei Campionati Mondiali di bob nel '50 e nel '54, la seconda fu l'ultima volta che la pista venne utilizzata prima dei Giochi quindi vennero affrontate tutte le criticità del caso e fu posta maggiore attenzione ai dettagli. Vennero installati, in quel occasione, i grandi tabelloni dei tempi, vennero collocate le tribune presso la Curva Antelao e infine verificate le condizioni del ghiaccio.

La storia della pista di bob inizia nel 1911 quando furono iniziati i primi lavori per la costruzione di una vera e propria pista, che però non vide mai la luce. Solo nel 1923 venne realizzato il tracciato, che anni dopo avrebbe preso il nome di Eugenio Monti, pluri medagliato nelle Olimpiadi del '56. Venne costruita nella frazione di Ronco, dove era collocato un acquedotto che serviva per ghiacciare il fondo, inizialmente vista la scarsa velocità dei bob dell'epoca le curve erano abbastanza approssimative, visto anche che erano fatte con la terra battuta. Nel 1936-37 vennero organizzati i primi Campionati Mondiali di bob a due e nel 1938-39 quelli a quattro. Nel corso degli anni ci furono altre gare e infine si arrivò al 1956 con la prima gara di bob in Italia alle Olimpiadi Invernali. L'inverno del 1956 mise a dura prova gli organizzatori a causa dello scarso innevamento, ma l'efficienza dei manutentori della pista permise la piena riuscita di tutte le gare olimpiche. (Sabelli Fioretti G., 1956)

Le 16 curve che si snodano per i 1350 metri della pista prendono tutte il nome da luoghi tipici della località Ampezzana: *1 partenza, 2 Vecchia*, famosa perché fu girata una scena del film “*Solo per i tuoi occhi*” del 1981 di James Bond (Roger Moore), *4 Sties, 6 Verzi, 7 Sento, 8,9,10 Labirinto, 11 Belvedere*, tipica località vicino alla pista, *12 Bandion*, località Ampezzana, *13 Rettilineo Antelao, 14 Antelao*, la montagna più alta delle Dolomiti orientali, collocate a sud-est di Cortina, *15 Cristallo*, gruppo di montagne che si trova a nord-est anche in questa curva fu girata una scena del film di James Bond e alla fine la *16 l’arrivo*. (Corona G., 1956) Il costo per la ristrutturazione della pista di bob fu di 30.276.032 lire³¹, oggi non è più agibile, ma ora dovrebbero cominciare i lavori di ristrutturazione in vista dei Giochi Olimpici Invernali del 2026.

2.5.7 La pista di pattinaggio di Misurina

Le prove di pattinaggio velocità si svolsero nella località di Misurina a 13km dal centro storico di Cortina. I campionati italiani di pattinaggio di velocità, organizzati nell’inverno del 1953-54, rilevarono le eccezionali caratteristiche tecniche della pista. La località è circondata da famosissime vette tra cui le Tre Cime di Lavaredo e il Monte Cristallo, inoltre intorno al lago è possibile ospitare una molti di spettatori. In inverno, siccome il lago si ghiaccia interamente, dà origine ad una pista con ottime caratteristiche tecniche. In occasione delle Olimpiadi Invernali furono svolti diversi lavori per migliorare la pista, fu necessario eliminare interamente le ondulazioni dal tracciato. La pista fu ricavata dal lato più a nord del lago, sotto una collinetta al riparo dai venti più forti, inoltre vennero collocate le tribune e il traguardo nella stessa zona. Ai bordi della pista il pubblico poteva raggiungere oltre le 4000 presenze, 400 erano i posti a sedere nella tribuna d’onore davanti al traguardo e un centinaio sulla tribuna stampa.

Per diversi anni fu disputato il campionato di Polo invernale sullo stesso lago che ospitò le sfide di velocità dei Giochi Olimpici del 1956.

Qui di seguito una tabella che riassume le modifiche effettuate per l’Olimpiade Ampezzana.

³¹ Report Cortina 1956 CONI

Capacità/spesa impianti ³²

	CAPACITA' (persone)	SPESE RICOSTRUZIONE(in lire)
PISTA MISURINA	8.550	
STADIO DELLA NEVE	9.650	
STADIO DEL GHIACCIO	12.042	1.297.905.497
PISTA DI BOB	4.650	30.276.032
TRAMPOLINO ITALIA	46.142	308.495.016
PISTA VITELLI (Faloria)	7.950	
PISTE TOFANE	28.670	
TOTALE	305.000 circa considerando una media di 25/30.000 al dì	3.213.000.000 spese totali

2.5.8 Viabilità

Per agevolare il flusso dei turisti fu inizialmente pensato di portare la ferrovia allo scartamento normale, precedentemente era ridotto e trasportava pochi passeggeri, in modo da risolvere una volta per tutte il collegamento tra Cortina e la rete internazionale europea. Tuttavia questo progetto non andò in porto ma vennero sostituite 16 curve pericolose e acquistati due nuovi elettrotreni veloci e moderni. Fu migliorata la viabilità stradale, costruendo un anello che passava intorno al centro storico, furono molti gli investimenti per potenziare le strutture e attrezzature ricettive e sportive. I preparativi furono intensi e faticosi ma condussero ad un magnifico risultato, che portò già due mesi prima dell'evento Cortina ad accogliere la fiamma Olimpica senza nessun intoppo. (Corona G., 1956) In abbinamento ai lavori pubblici fu anche aperta una clinica medica a Crignes nel 1956. Furono costruite diverse strutture in paese grazie al boom economico italiano, tra cui il nuovo centro, il palazzo delle Poste e nuovi alberghi.

³² I dati forniti nella tabella sono stati resi ufficiali nel report del CONI sulle Olimpiadi Invernali del 1956

2.6 I Giochi Olimpici del 1956

La fortuna di Cortina fu anche quella di ospitare i primi Giochi Olimpici, trasmessi in Eurovisione³³ (Canova G., 2004). Questo aiutò la località Ampezzana a far conoscere ad un vasto pubblico le bellezze paesaggistiche del luogo. Riuscì a superare brillantemente la prova che richiedeva ospitare un evento di tale importanza e ad affermarsi come centro turistico montano e di fama internazionale. Il Presidente del Comitato Olimpico Internazionale, Avery Brundage, affermò: *“Da tutte le delegazioni partecipanti non ho sentito che elogi”*³⁴, i sovietici dichiararono che non sarebbe stato per nulla facile eguagliare la completezza di quei Giochi Olimpici invernali. Nel rapporto finale del Comitato Organizzatore si legge: *“La presenza ai Giochi di 23 paesi... ha costituito un record su tutte le precedenti olimpiadi invernali... Per la prima volta la Germania si è presentata come nazione unica, evento di particolare rilievo per la missione pacificatrice dello spot... Per riconoscimento unanime lo svolgimento ha ottenuto un plauso che non potrebbe essere più generale. A Misurina sono stati battuti 73 record olimpici; 39 record nazionali e 2 record mondiali. Non si è avuto nessun reclamo tecnico e nessuna lagnanza di rilievo...”*.³⁵

Il periodo delle Olimpiadi Invernali era quello del primo grande miracolo economico, lo spirito dell'Italia era quello di un Paese con grande molla propositiva e di una nazione che nonostante l'analfabetismo ancora molto diffuso e l'economia prevalentemente agricola, si apprestava a diventare una delle nazioni più industrializzate. (Crainz G., 2005)

Il braciere venne acceso il 26 gennaio del 1956 allo Stadio del Ghiaccio e in quel momento iniziarono ufficialmente i VII Giochi Olimpici Invernali, che si conclusero il 5 febbraio. Le condizioni metereologiche furono sempre positive e il grande lavoro svolto da tutti gli operatori fu eccellente, parteciparono 923 atleti con un seguito di molti accompagnatori e 400 tra operatori e fotografi. Durante lo svolgimento venne bloccato il transito attraverso il paese e furono allestiti parcheggi per 5000 automobili e 760 pullman, i dati ufficiali hanno mostrato come la presenza giornaliera media era di 25/30.000 persone. La fiaccola olimpica arrivò a Cortina la notte del 25 gennaio e fu custodita dagli alpini davanti al Rifugio Duca d'Aosta sulle Tofane, la mattina seguente arrivò allo Stadio del Ghiaccio verso le 11.30 e dopo il giuramento della campionessa Giuliana Minuzzo, il Presidente della Repubblica, Giovanni Gronchi, dichiarò ufficialmente aperti i Giochi Invernali di Cortina, i settimi della storia bianca. (Stampani M., 2005)

³³ Il primo avvenimento di grande importanza e impegno affrontato dalla Rai, diffuse in Eurovisione.

³⁴ Fonte ufficiale CONI e documentario LUCE

³⁵ Fonte ufficiale CONI e documentario LUCE

Delle 72 medaglie assegnate ai vincitori, ben 16 furono conquistate dagli sportivi dell'URSS, 11 dagli austriaci, 10 dagli svizzeri e solamente 3 dagli italiani che spiccarono nel bob. La medaglia d'oro venne conquistata nella disciplina del bob a due dall'equipaggio Conti-Dalla Costa; la medaglia d'argento fu conquistata nella stessa disciplina dall'equipaggio formato da Eugenio Monti e Renzo Alverà, infine l'ultima medaglia d'argento venne conquistata nella disciplina del bob a quattro dall'equipaggio costituito da Monti e Alverà con Ulrico Girardi e Renato Mocellini. Molti altri atleti ampezzani presero parte alle gare, ma senza ottenere vittorie. Lo sci alpino diventò uno sport di massa dopo le Olimpiadi di Cortina, grazie anche alle gesta di Tony Sailer, l'atleta austriaco che ottenne ben 3 medaglia iridate.

Oggi le piste su cui si disputarono i Giochi Olimpici sono completamente diverse a causa delle modifiche subite negli anni come allargamenti o miglioramenti delle pendenze. Però ancora oggi quando si percorrono vi è l'emozione di fare una discesa su una pista che ha scritto la storia dello sport. L'unico sport di squadra che venne svolto alle Olimpiadi Invernali fu l'hockey e vide la vittoria dell'Unione Sovietica seguita da Stati Uniti e Canada. Anche le gare di pattinaggio di velocità, svolte nella splendida cornice del lago di Misurina, vennero vinte in modo netto dai russi.

Nell'ultimo giorno delle Olimpiadi, il 5 febbraio del 1956 si tenne la cerimonia di chiusura dei Giochi. Alle 17.30, ora prevista per l'inizio della cerimonia di chiusura, lo stadio del Ghiaccio era già "sold out" da diverse ore, la festa si svolse secondo il programma stabilito, con diverse esibizioni degli atleti che avevano vinto la medaglia d'oro. Infine poco dopo l'entrata degli alfieri con le bandiere delle nazioni partecipanti si procedette a suonare per l'ultima volta l'inno olimpico, anche la fiamma del braciere si spense generando una forte commozione nel pubblico. Così si erano conclusi i VII Giochi Olimpici Invernali di Cortina d'Ampezzo. (Bonapace U., 1968)

Le spese alla fine ammontarono a più di tre miliardi e 213 milioni; mentre gli incassi furono di due miliardi e 682 milioni. Le attrezzature lasciate in eredità a Cortina valevano complessivamente un miliardo e 243 milioni di lire. Non mancarono le polemiche, dovute soprattutto alle ingenti spese, ma al termine prevalse la gioia e la soddisfazione per aver costruito un'eccellente Olimpiade e per aver dimostrato il valore degli abitanti di Cortina e la straordinaria bellezza del luogo. Grazie a questo evento la città entrò di diritto nell'élite mondiale delle località consacrate dal mito degli sport.³⁶

³⁶ Report ufficiale CONI

2.7 Impatto economico e sociale durante e post Giochi Invernali

Per l'Italia le Olimpiadi di Cortina, costituirono un gran impulso per il turismo montano italiano appassionando moltissime persone alle discipline della neve, grazie soprattutto alla trasmissione in televisione.

I prezzi dei terreni edificabili salirono alle stelle, in questo modo invogliarono gli agricoltori ad abbandonare le loro attività e così il turismo diventò la maggiore fonte di guadagno per il paese, inoltre vennero aperti moltissimi esercizi pubblici. Uno degli effetti dell'evento fu l'enorme richiesta di appartamenti e ovviamente il conseguente aumento dei prezzi dei terreni fabbricati, poiché era associato alla notorietà del nome di Cortina. Al posto delle innumerevoli case rustiche sorsero i primi villaggi residenziali, e tra il 1961 e 1971 venne edificato ben il 30% delle abitazioni esistenti oggi, gran parte per la seconda casa dei cittadini provenienti dalle città. (Galvani A., 1992) Nel 1964 furono abolite le tratte ferroviarie da e per Cortina (Cortina-Dobbiaco e Cortina-Calalzo), però negli stessi anni fu costruito l'aeroporto di Fiemmes. Il Comune si concentrò nella costruzione di opere pubbliche come strade, ponti e acquedotti, inoltre venne edificata la Scuola Media e fu ampliato il cimitero.

Anche i lavori sugli impianti continuarono, vennero costruiti e perfezionati gli impianti di risalita e fu costruita la prima piscina coperta di Cortina (1969), furono aumentati in trend con l'Olimpiade anche i posti letto per gli alberghi arrivando quasi a 5000 e negli anni a venire la media di pernottamenti era di 500.000 posti. (Arnoldo M., 2000) Anche la squadra di hockey permise alla stessa Cortina di aumentare la propria fama a livello italiano, grazie a innumerevoli titoli vinti dal 1956 in poi.

Grazie alle Olimpiadi del 1956 l'immagine di Cortina era cambiata agli occhi del consumatore sia in Italia che nel mondo e grazie alla diffusione degli sport invernali le presenze ogni anno ebbero una crescita esponenziale. Si passò infatti dalle 697.318 del 1956 a 1.071.901 del 1960, alle 1.378.950 del 1968 e arrivando alle 1.572.262 presenze del 1972, in netta parte i turisti erano italiani però ci fu un incremento di visitatori stranieri. (Galvani A., 1992)

Dal Dopoguerra in poi il turismo ricoprì un ruolo fondamentale nello sviluppo di Cortina d'Ampezzo, infatti la maggior parte degli introiti arrivarono dagli appassionati dello sci nei mesi invernali e dagli amanti delle passeggiate nei mesi estivi grazie allo splendido paesaggio che la vasta conca attraversata dal fiume Boite può offrire. La necessità delle istituzioni Ampezzane è quella di

preservare e salvaguardare le incomparabili bellezze del territorio. Attraverso la coniugazione di tradizione e innovazione tipico della glocalizzazione³⁷, la “Regina delle Dolomiti” potrà far valere il suo prestigio in avvenire come accaduto in passato.³⁸

³⁷ http://www.treccani.it/enciclopedia/glocalizzazione_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/ “un processo che mette in relazione le specificità delle singole realtà territoriali con il contesto internazionale”

³⁸ Cortina, la Regina delle Dolomiti, https://www.turismo.it/oltreconfine/articolo/art/cortina-la-regina-delle-dolomiti-id-2976/?refresh_ce, 28/11/2005, 9/4/2020

2.8 Cinematografia nei luoghi Olimpici

Come è stato citato durante la spiegazione dei luoghi simbolici dei Giochi Olimpici del 1956 ci sono stati dei film iconici, dei quali alcune scene sono state riprese in essi. Tra questi c'è sicuramente "For Your Eyes Only" (Solo per i tuoi occhi), il dodicesimo film della saga di James Bond, costui viene interpretato dall'attore britannico Roger Moore, nel 1981. Molte scene, della parte centrale del film, vengono girate a Cortina d'Ampezzo, quelle più iconiche sono rappresentate dalla fuga di 007 attraverso la pista Olimpica di bob e con un salto miracoloso dal Trampolino Italia. È possibile notare anche, che alcune scene vengono girate nella piazza davanti al campanile, nel centro del paese e altre all'interno del hotel Miramonti Majestic. Il film per eccellenza che racconta i VII Giochi Olimpici Invernali è "Vertigine Bianca", del 1956 con la regia di Giorgio Ferroni, il quale narra gli eventi della prima Olimpiade disputata in Italia, dallo sci alpino al pattinaggio velocità, dall'hockey su ghiaccio allo sci di fondo. Un altro film molto famoso girato sulle pareti delle Dolomiti è "Cliffhanger - L'ultima sfida" di Sylvester Stallone, di cui è anche il protagonista, del 1993. Questo fu un successo mondiale al botteghino, infatti, incassò quasi 250 milioni di dollari.³⁹ Le riprese vennero girate a Cortina d'Ampezzo poiché le Dolomiti sono considerate molto più spettacolari delle montagne del Colorado, dove si svolge la vicenda. Le scene più iconiche vennero girate sul ponticello sospeso della via ferrata Ivano Dibona nel Gruppo del Cristallo, alla partenza della funivia Faloria, che porta sul Monte stesso, e lungo il fiume Boite. Nel 1962 venne girato, sempre a Cortina, "The Pink Panther" (La Pantera Rosa) di Blake Edwards, con Peter Sellers nei panni del mitico ispettore. Negli anni 80-90 i fratelli Vanzina ambientarono nella "Regina delle Dolomiti" la serie "Vacanza di Natale" che accompagnò milioni di spettatori nel periodo natalizio da quegli anni fino ai giorni nostri.

³⁹ https://movieplayer.it/film/cliffhanger-l-ultima-sfida_2876/info/, 16/04/2020

3- OLIMPIADI 2026 MILANO-CORTINA

Le XXV Olimpiadi Invernali sono state assegnate a Milano e Cortina, un binomio che si spera possa essere eccellente. Le due sedi principali saranno appunto le due città, però molte gare si terranno anche in Val di Fiemme e nella Valtellina, quindi sarà una manifestazione che comprenderà tutto il Nord Italia.

Sarà una manifestazione che costerà circa 1 miliardo di euro, assegnerà 14000 posti di lavoro e avrà l'obiettivo di mostrare al mondo intero le bellezze dell'Italia e la sua praticità.

Ci saranno diverse sedi che ospiteranno le gare Olimpiche: a Milano ci sarà il villaggio olimpico, verranno disputate le partite di hockey, le gare di pattinaggio di figura e short track, la cerimonia inaugurale e il mega media center. In Valtellina saranno disputate le gare di sci alpino maschile, nella cornice di Bormio, e quelle di snowboard e freestyle saranno a Livigno. In Val di Fiemme verranno disputate le gare di pattinaggio velocità, quelle di sci nordico e il salto con gli sci dal trampolino di Predazzo. Infine, a Cortina ci sarà un villaggio olimpico, un media center situato a Fiemmes, le gare di curling, le gare di sci alpino femminile, le gare di bob, slittino e skeleton. Il biathlon si svolgerà a Anterselva, in Sud Tirolo, sede dei mondiali del 2020 e la cerimonia di chiusura avverrà nell'Arena di Verona.

Le figure che hanno lavorato in maniera impeccabile per l'organizzazione sono il Presidente della Regione Veneto Luca Zaia, il Presidente della Regione Lombardia Attilio Fontana, i due sindaci delle rispettive città e il Presidente del CONI Giovanni Malagò. L'assegnazione è avvenuta il 24 giugno del 2019, quando il CIO (comitato Olimpico Internazionale) ha decretato l'assegnazione all'accoppiata Milano-Cortina per 47 voti contro i 34 dell'accoppiata Stoccolma-Aare.⁴⁰ La decisione del CIO è avvenuta al primo scrutinio poiché bastavano 42 voti per il quorum. L'Italia tornerà ad ospitare un Olimpiade Invernale venti anni dopo Torino 2006 e settanta anni dopo Cortina 1956.

Un punto di riferimento molto importante sarà l'approccio che verrà utilizzato, infatti i Giochi Olimpici Invernali del 2026 saranno totalmente ecosostenibili e vedranno l'istituzione di un dipartimento dedicato alla sostenibilità e alla legacy olimpica che riferirà direttamente al Direttore Generale e sarà finalizzato alla corretta implementazione del Piano generale di realizzazione dei Giochi.

In questo capitolo verrà analizzata con maggior dettaglio la situazione in vista dei Giochi Olimpici Invernali a Cortina d'Ampezzo.

⁴⁰ https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/politica/19_giugno_24/olimpiadi-2026-cortina-2cdf992e-9691-11e9-87c6-acb20eb984a6.shtml, 24/06/2019, 15/04/2020

3.1 Assegnazione e candidatura

La prima reazione dopo l'assegnazione delle XXV Olimpiadi Invernali a Milano-Cortina, il 24 giugno 2019, è stata del Presidente del CIO Thomas Bach che ha detto *“Ha vinto un Paese con grande esperienza, tradizione e passione”*.⁴¹ Nella vittoria della candidatura italiana ha pesato moltissimo il consenso della popolazione infatti l'83% delle persone voleva questo evento a fronte del 55% della popolazione svedese. Inoltre il 93% delle strutture che ospiteranno i Giochi Invernali sono già presenti nel paese.

Il dossier della candidatura è stato presentato l'11 gennaio 2019 accompagnato dal motto *“The Dream being here”*, ma anche da un progetto serio e fondato sull'ecosostenibilità e sulla riduzione dei costi, che si articola in cinque capitoli. Il primo riguarda la visione dei giochi, il secondo il vivere i giochi, il terzo i Giochi Invernali ParaOlimpici, il quarto sostenibilità e legacy, infine il quinto la realizzazione dei giochi.

3.2 Dossier

3.2.1 Visione e concezione dei giochi

“Due città, Milano e Cortina, con il sostegno di quattro regioni: Lombardia, Veneto, Trento e Bolzano, uniscono le loro forze per realizzare un'edizione dei Giochi memorabile, volta a favorire una maggiore cooperazione nell'ambito dell'intera macroregione”⁴². Questo è l'incipit del dossier dove nelle prime pagine viene spiegato che sarà un'edizione completamente sostenibile che unisce tradizione e innovazione. La motivazione che viene spiegata fin dalle prime pagine è quella di migliorare il profilo e il posizionamento del Paese a livello globale, promuovendolo come meta di interesse dove vivere, lavorare e investire. Inoltre deve servire come elemento catalizzatore per realizzare i piani strategici delle aziende, portando a termine progetti previsti e offrendo una molteplicità di benefici duraturi.

La popolazione fin dalle prime iniziative è stata d'accordo con il tentativo di portare questo evento di caratura mondiale in Italia, infatti il consenso popolare è stato del 83%.

Nel primo capitolo del dossier il CONI si pone cinque obiettivi da soddisfare nel caso venisse ospitata l'Olimpiade in Italia: Giochi per tutti, sviluppo sostenibile e cooperazione nella macroregione alpina, promuovere lo spirito olimpico, le Alpi come importante polo sportivo e rafforzare il marchio olimpico e aggiungere valore al Movimento Olimpico. Si cercherà di portare a termine il primo

⁴¹ https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/politica/19_giugno_24/olimpiadi-2026-cortina-2cdf992e-9691-11e9-87c6-acb20eb984a6.shtml, 24/06/2019, 15/04/2020

⁴² Dossier Olimpico Milano Cortina 2026, pagina 9

obiettivo tramite l'unità di un paese, che nelle grandi sfide trova il meglio di sé. Invece si vuole realizzare il secondo attraverso la promozione sostenibile e i valori dello sport; dovranno esserci collegamenti di trasporto più sostenibili, la creazione di un polo universitario, un nuovo Palasport a Milano, investimenti continui per fornire infrastrutture urbane e maggiore coinvolgimento attivo della comunità nello sport. Il terzo obiettivo vuole promuovere lo spirito olimpico attraverso miglie di infrastrutture sportive e dei luoghi di aggregazione sportiva, benefici sociali e maggior partecipazione allo sport e promozione dello sport d'élite. Rafforzando le Alpi come importante meta sportiva, si cercherà di esibire lo stile e il design italiano nonché la capacità creativa del paese. Infine l'ultimo obiettivo prevede la promozione del Movimento Olimpico e i suoi valori come l'integrità nello sport, il rispetto degli avversari e la ricerca dell'eccellenza.

Nel sito della Regione Veneto, nella sezione dedicata a Cortina si può notare come gli accorgimenti in vista di questo grande evento siano diversi, infatti la Regione ha stanziato un piano strategico mirato per attuarli. Il primo step indicato è quello di stimolare la crescita nelle zone di montagna per prevenire lo spopolamento, infatti durante i mesi legati alle vacanze i paesi si popolano di persone, perlopiù chi usufruisce della seconda casa, mentre in altri periodi queste località restano abitate solo dai residenti. L'obiettivo è cercare di renderle attraenti tutto l'anno. Inoltre sarà molto importante implementare i servizi per i turisti che sono una fonte molto importante per questo settore. L'obbligo sarà di migliorare le strutture che un tempo hanno scritto pagine di storia dello sport e che oggi non sono più state utilizzate come la pista, Eugenio Monti, per il bob. Sfruttare la fama delle Dolomiti, patrimonio dell'UNESCO, per costruire un palcoscenico senza pari a livello mondiale.

Ci saranno diversi cluster che prenderanno il nome delle città che ospiteranno una serie di discipline, quello di Milano, quello della Valtellina, quello della Val di Fiemme e infine quello di Cortina d'Ampezzo. Quest'ultimo includerà tre sedi per le competizioni a Cortina, utilizzando alcune strutture delle Olimpiadi del 1956, e una ad Anterselva. Si tratterà dello Stadio del Ghiaccio, della pista delle Tofane, dello Sliding Center Eugenio Monti e della Sudtirool Arena di Anterselva.

L'iconico Stadio Olimpico, che aveva ospitato la cerimonia di apertura dei VII Giochi Olimpici Invernali, è stato accuratamente ristrutturato per mantenere le tribune in legno originali che erano state coperte per ospitare i Campionati del Mondo di Curling del 2010. Non sorprende che questo luogo sia stato la scelta ovvia per questa disciplina. Con una capienza totale che può raggiungere i 3.100 posti, sarà un luogo molto suggestivo che riporterà alla mente i ricordi meravigliosi delle Olimpiadi passate.

Lo sci alpino riconosce in Cortina una delle sue sedi tradizionali di fama mondiale, come confermato dalla recente assegnazione dei Campionati del Mondo 2021. La sede ospiterà tutte le gare femminili e l'evento a squadre. È importante sottolineare che, grazie ad adeguate caratteristiche progettuali, sarà

possibile avere tutte le linee d'arrivo convergenti nello stesso luogo, che ospiterà 15.000 spettatori nella zona del Rumerlo, offrendo così anche importanti opportunità di risparmio.

Bob, Slittino, Skeleton si praticheranno nello storico impianto Eugenio Monti, che è stato in funzione dal 1956 al 2010 senza interruzioni; è stato scelto per rinnovare la tradizione del bob a Cortina, avendo già ospitato numerosi campionati mondiali e continentali. Importanti lavori di ristrutturazione trasformeranno l'attuale struttura in una pista all'avanguardia e performante che diventerà un punto di riferimento per la pratica di queste discipline. Il maestoso scenario delle Dolomiti di Cortina valorizzerà l'esperienza degli atleti e offrirà anche una cornice unica per le trasmissioni televisive. Per i Giochi è prevista una capienza di 9.000 persone (1.000 posti a sedere).

La straordinaria varietà di impianti per le competizioni di livello mondiale è completata dall'impianto per il biathlon, il più grande d'Italia e uno dei più grandi del mondo. L'impianto si trova all'estremità della Val Pusteria-Pustertal, ad un'altezza di 1600 metri, vicino al bellissimo lago omonimo. Lo stadio fu inaugurato nel 1971 e da allora ha ospitato cinque campionati del mondo, con un sesto che si svolgerà nel 2021. Data la grande capacità di attrazione esercitata da questa disciplina in Europa, la capienza complessiva prevista sarà di 19.000 spettatori.

La cerimonia di Apertura avverrà a Milano nello stadio Giuseppe Meazza in San Siro, uno degli stadi più iconici del mondo che può ospitare 80.000 persone, mentre quella di chiusura si svolgerà a Verona nell'Arena, patrimonio dell'UNESCO, che è il più grande anfiteatro romano del Nord Italia.

Tabella discipline che verranno disputate nel Cluster di Cortina d'Ampezzo con annessi vari indici.

43

	NOME SEDE	CAPIE NZA	TOTALE BIGLIETTI	PREZZO MEDIO	COSTO RISTRUTTURAZIONE
Sci Alpino femminile	Tofane	13.500	67.500	68€	8.838.080€
Bob	Sliding Center	9.000	72.000	35€	53.244.320€
Skeleton	Sliding Center	9.000	36.000	35€	53.244.320€
Slittino	Sliding Center	9.000	54.000	36€	53.244.320€
Curling	Stadio Olimpico	3.100	142.600	44€	8.747.200€
Biathlon	Sudtirolo Arena	19.000	190.000	41€	5.452.800€

⁴³ I dati sono stati recuperati dal dossier Olimpico Milano-Cortina 2026

3.2.2 Vivere i Giochi

“Gli atleti sono al centro del processo decisionale del Giochi”,⁴⁴ la partecipazione ai Giochi Olimpici è un’occasione, che per la maggior parte degli atleti può capitare una volta nella vita, di conseguenza merita un’esperienza altrettanto unica e irripetibile. Per questi motivi sarà istituita una Commissione Nazionale per gli atleti con l’unico obiettivo di non abbandonarli mai e di garantire che ogni aspetto sia curato in maniera eccellente. Gli atleti riceveranno un caloroso benvenuto italiano da parte degli organizzatori, accesso e allenamenti prima dei Giochi, promozione ed educazione sportiva, preparazione dei volontari e coinvolgimento delle Federazioni nazionali e delle società sportive. Inoltre sarà disponibile un programma di biglietteria e sistemazione logistica a prezzi accessibili per le famiglie e gli amici degli atleti, questo poiché ogni atleta sa quanto importante è la serenità mentale che solo i suoi cari possono dargli. Questo è un aspetto molto importante che la Commissione Nazionale ha valutato, poiché, privare un’atleta dei suoi comfort e delle sue abitudini, può portarlo a perdere quel centesimo di secondo che equivarrebbe alla gloria eterna. Inoltre, per valorizzare ogni vincitore, le cerimonie delle medaglie si svolgeranno nelle piazze più importanti delle città in cui verrà disputata la gara: Piazza Duomo a Milano e all’ombra del Campanile della basilica a Cortina con il sublime scenario delle Dolomiti.

Il Villaggio Olimpico che verrà allestito a Cortina, si troverà nella zona di Fiammes, dove ci sarà anche il Media Center, è previsto che rimanga in sito solo per la durata dei Giochi Olimpici Invernali. Potrà ospitare 1140 atleti in 540 camere doppie e 60 camere singole, verrà progettato nel 2023 e tra settembre del 2023 e settembre del 2025, saranno realizzate le strutture prefabbricate, infine entro gennaio 2026 verranno messe in opera nell’area dell’aeroporto di Fiammes. Il concetto di Villaggio Olimpico temporaneo prevede la fornitura di unità temporanee trasferibili, si tratta di moduli prefabbricati che vengono assemblati su una base di cemento per creare edifici residenziali. I moduli abitativi si avvalgono di fonti rinnovabili ad alta tecnologia e sono dotati di pannelli solari, che li rendono sostenibili. Ciascun edificio potrà ospitare camere doppie e singole, tutte con bagno privato. La Protezione Civile ha fatto sapere che, al termine dei Giochi, questi moduli saranno conservati in caso di calamità naturali a favore della popolazione italiana.

Il Centro Media Montano (MMC) sarà situato in una sede temporanea nei pressi del Villaggio Olimpico Montano di Cortina a Fiammes, a quattro km di distanza da tutte le sedi. L’edificio si svilupperà su un’area verde pianeggiante di oltre 57.000 m², che comprende anche lo stadio sportivo di Cortina. Questa struttura sarà completata e consegnata al Comitato Organizzatore tre mesi prima dei Giochi.

⁴⁴ Citazione dossier Olimpico Milano-Cortina 2026, pagina 30

Uno degli aspetti su cui punta molto il Comitato Organizzatore è unire il carattere cosmopolita di Milano all'unicità dell'ambientazione montana delle Alpi Italiane. Cortina conosciuta in tutto il mondo ed unica italiana nella selezione "Best of the Alps", associazione di cui fanno parte le 12 più belle località alpine, offre uno scenario unico per ospitare i Giochi. La città cercherà di riproporre lo Spirito Olimpico con lo stesso entusiasmo, che nel 1956 l'hanno fatta entrare all'interno dell'élite mondiale dopo il successo dei VII Giochi Olimpici. Durante le settimane delle Olimpiadi Invernali le città ospitanti saranno teatro di diversi eventi sia culturali come mostre, eventi artistici o concerti sia eventi creati ad hoc dagli sponsor per avvicinare il consumatore a nuovi prodotti o per cercare di fidelizzarlo sia eventi enogastronomici per cercare di far conoscere e informare il consumatore sulla cultura alimentare locale.

Ripetersi non è mai facile però Cortina ha tutte le potenzialità per eccellere nuovamente.

3.2.3 Sostenibilità e legacy

L'approccio improntato alla sostenibilità sarà centrale e trainante in tutto il ciclo dell'evento, sarà istituito un dipartimento dedicato interamente alla sostenibilità e alla legacy olimpica, che garantirà il coordinamento di tutti gli altri dipartimenti tra cui quello dello Sviluppo Impianti e Infrastrutture. Questo dipartimento riunirà in sé diverse competenze pratiche e teoriche e si avvarrà delle ampie conoscenze maturate in materia da esperti che hanno già lavorato all'organizzazione di altri grandi eventi sportivi.

Il sistema di gestione sostenibile comporterà miglioramenti ai trasporti, alle gestioni delle risorse, alle politiche alimentari e anche all'occupazione e alle ricadute positive sul mondo dell'impresa. Molto importante sarà la tutela dell'ambiente per evitare di non rispettare i Patrimoni dell'Unesco, come le Dolomiti e la sua flora e fauna, questo avverrà con il sostegno di agenzie regionali per le foreste che svilupperanno un servizio di valutazione e la vigilanza basata sul monitoraggio satellitare. Una grande attenzione sarà data al sistema di gestione degli alimenti, che servirà ad evitare i vari tipi di sprechi, con Onlus dedicate al sistema di recupero di essi e infine il Comitato si impegnerà a riciclare il 100% dei rifiuti urbani e l'80% degli imballaggi.⁴⁵

Un altro aspetto fondamentale è dedicato alla mobilità infatti l'obiettivo è che ogni stakeholder dei giochi, compreso il pubblico, possa spostarsi tra le varie sedi in modo sicuro, sano e sostenibile. Le reti di trasporto saranno perfettamente integrate nel sistema di comunicazioni nazionale e regionale sia su gomma sia su rotaia, in modo che si possano raggiungere comodamente le varie sedi; saranno

⁴⁵ Dati forniti dal Dossier Olimpico Milano Cortina 2026

perfezionati anche gli spostamenti dai due aeroporti principali: Milano Malpensa e Venezia Marco Polo. Gli autobus a disposizione saranno per lo più elettrici o ibridi, questo porterà un miglioramento in termini di efficienza, accessibilità, competitività, comodità e sostenibilità ambientale. Inoltre il Comitato ha in programma ambiziosi piani di controllo delle emissioni di CO₂, per realizzare un evento a emissioni zero.

Parlando di fornitura idrica a Cortina, l'erogazione dell'acqua potabile è assicurata principalmente dagli acquedotti pubblici di proprietà dei comuni di cui Cortina fa parte, tutti gli acquedotti sono alimentati da sorgenti montane, per cui l'acqua è di particolare purezza. Oggi la capacità di erogazione garantita per abitante è di 450 litri.

Per quanto riguarda il servizio fognario e il servizio di depurazione delle acque reflue, entrambi sono interamente gestiti dall'operatore pubblico; la rete principale di deflusso converge sull'impianto di trattamento di Socol, che ha una capacità di servizio di 18.500 AE (abitante equivalente). Per i prossimi anni, sono già stati programmati l'espansione e il potenziamento della rete e dell'impianto di trattamento esistenti, per garantire standard di qualità ambientale ancora superiori.

Per la produzione della neve artificiale Cortina vanta 45 cannoni sparaneve nella Pista Tofana, 50 cannoni sparaneve nella Pista Vertigine e 33 cannoni sparaneve nella Pista Col Drusciè. Gli impianti di innevamento artificiale impiegano 80.000 metri cubi d'acqua dal fiume Boite, si sta comunque valutando la costruzione di un nuovo serbatoio da acquedotto per eventuali picchi di domanda, situato alle pendici del Col Drusciè.⁴⁶

L'obiettivo generale sarà quello di lasciare degli ottimi impianti in eredità a Cortina, cosicché possa diventare un polo di riferimento internazionale per gli sport invernali e fornire ai giovani delle strutture all'avanguardia. L'organizzazione di eventi come Coppe del Mondo o Mondiali dovranno essere più frequenti rispetto agli anni passati, anche lo Sliding Center Eugenio Monti sarà una tappa fondamentale della stagione per gli amanti e praticanti di bob, slittino e skeleton.

⁴⁶ dati sono stati recuperati dal dossier Olimpico Milano-Cortina 2026

3.2.4 Realizzazione dei Giochi

I Giochi Olimpici Invernali Milano-Cortina del 2026 si svolgeranno tra venerdì 6 febbraio e domenica 22 febbraio. L'obiettivo di arrivare pronti alla cerimonia di apertura passerà attraverso notevoli sforzi e impegno da parte di tutti gli addetti ai lavori. Prima dell'evento, test importanti saranno i Campionati Mondiali del 2021, nella cornice delle Tofane, oppure i Campionati del mondo di bob del 2025, allo Sliding Center Eugenio Monti. Questo per preparare le comunità locali alla sfida del 2026. Moltissime iniziative sono rivolte anche alle scuole per far capire a bambini e ragazzi l'importanza dello spirito olimpico e dei valori che trasmette.

Verrà implementato il piano del traffico per farlo diventare sostenibile, innovativo e bene integrato questo grazie agli elementi di intermodalità e all'introduzione di sistemi informativi in tempo reale. A partire dai Mondiali di sci alpino del 2021 a Cortina sarà varato un progetto "Smart Mobility Cortina 2021", per una tecnologia stradale intelligente integrata, volta al monitoraggio delle infrastrutture e delle condizioni ambientali. Questo fornirà un importante supporto per migliorare gli spostamenti lungo le valli, in particolare verso Cortina. Questo modello appunto verrà implementato vista la mole di persone nettamente maggiore che si conetterà e che dovrà raggiungere Cortina nel 2026. Per raggiungere Cortina verrà ampliata la Strada Statale 51 Alemagna e la Strada Statale 52 Carnica attraverso la Valle del Cadore inoltre dovrebbe essere ultimata l'Autostrada "Pedemontana Veneta" che può essere un'ottima alternativa rispetto alla A4 Milano-Venezia.

L'aeroporto Marco Polo di Venezia ha realizzato di recente investimenti per un valore di 430 milioni di euro per migliorare la mobilità pedonale e ampliare il terminal. La società di gestione prevede inoltre un ulteriore piano di investimenti di 420 milioni di euro nell'ambito del piano generale 2012-2021. Ciò migliorerà il collegamento alla rete attraverso il completamento del collegamento ferroviario con la stazione di Venezia-Mestre. Tra gli ulteriori sviluppi nell'ambito del piano generale 2022-2035 figura l'estensione dell'area dei voli, si passerà dalle attuali 14 uscite per i voli Schengen alle 22 e per i voli non Schengen dalle attuali 14 alle 28 uscite.⁴⁷

Il Villaggio Olimpico di Fiemmes disterà 5 km dalle principali aree alberghiere circa 10 minuti di macchina, il centro Sliding Center Eugenio Monti, per bob, skeleton e slittino, disterà 4 km, circa 7 minuti su ruota e stesse distanze per raggiungere lo Stadio del Ghiaccio per il curling e le piste alpine per lo sci.

⁴⁷ dati sono stati recuperati dal dossier Olimpico Milano-Cortina 2026

Cortina sarà raggiungibile tramite le autostrade A27 (in direzione Ponte nelle Alpi) e A22 (in direzione di Bolzano), inoltre ci saranno servizi di autobus che partiranno dalle stazioni ferroviarie di Calalzo e Dobbiaco. Sarà inoltre raggiungibile attraverso la SS48 dalla Val di Fiemme altro cluster che ospiterà diverse discipline olimpiche. La sede di Anterselva, che come abbiamo detto fa parte del cluster Ampezzano, è collegata direttamente via strada e ferrovia con Dobbiaco attraverso la SP44 che sarà dedicata alle esigenze dei Giochi del 2026.

Sarà creata anche, come ormai succede per ogni evento di caratura mondiale, un'applicazione dedicata, dove sarà possibile trovare moltissimi contenuti inediti e tutti i risultati e le classifiche aggiornate delle gare. Fornirà anche un servizio che permetterà l'integrazione delle modalità di trasporto e consentirà di acquistare pacchetti di mobilità, offrirà ai viaggiatori un trasporto facile, flessibile, affidabile e con un ottimo rapporto qualità-prezzo oltre che un viaggio rispettoso dell'ambiente. Il trasporto pubblico, comprese le linee ferroviarie regionali, sarà gratuito per tutti gli accreditati e per tutti i possessori di biglietti di accesso agli eventi dei Giochi. La provenienza degli spettatori sarà per il 40% dalle regioni che ospitano le olimpiadi, il 23% dalle aree limitrofe, il 15% dal resto d'Italia, il 12% dal resto d'Europa e il 10% dagli altri continenti. La domanda media di viaggio per il giorno di gara è di 90.000 spettatori, distribuita tra i quattro cluster.⁴⁸ Le politiche di trasporto incentiveranno la scelta ferroviaria per le lunghe distanze e i viaggi internazionali, al fine di limitare l'impatto delle autovetture private sul territorio. Per entrare nella zona di Cortina ci sono quattro diversi accessi che mitigano in parte i possibili effetti dell'aumento del traffico. In caso di avverse condizioni meteorologiche come le nevicate, le misure preventive come lo spargimento del sale e le attività di rimozione della neve, saranno immediatamente messe in atto secondo politiche e procedure rigorose. Queste iniziative, unitamente alla notevole riduzione del traffico, conseguente alla chiusura delle scuole durante i Giochi, ridurranno il rischio potenziale di congestione.

Nella zona di Cortina sono presenti 9.127 camere nelle strutture alberghiere, 359 in hotel a 5 stelle, 2.019 in hotel a 4 stelle, 5.189 in hotel a 3 stelle, 1.299 in hotel a 2 stelle e 261 in hotel a 1 stella, 2.200 camere saranno allestite per i membri del CIO. Gli hotel previsti per le famiglie in questione sono il Cristallo e il Grand Hotel Savoia che si trovano nel centro storico del paese a circa 3km dalle sedi di gara.⁴⁹

Verrà attuato un piano di sicurezza, che mirerà a garantire un elevato livello di protezione contro ogni tipo di rischio, le figure che dovranno svolgere questa funzione sono i carabinieri, la polizia di Stato,

⁴⁸ I dati sono stati recuperati dal dossier Olimpico Milano-Cortina 2026, nel capitolo relativo al turismo

⁴⁹ I dati sono stati recuperati dal dossier Olimpico Milano-Cortina 2026

la Guardia di Finanza e la polizia penitenziaria. In caso di emergenza ci sarà una risposta rapida e coordinata da parte di tutti, ci sarà anche il controllo dei servizi di intelligence. Il servizio di assistenza sanitaria sarà attivo in tutte le regioni del Piano Olimpico con una rete di 195 ospedali in Lombardia e 81 in Veneto. Le emergenze possono essere classificate in 3 diversi livelli in base: alla natura e all'intensità del rischio, alle dimensioni dell'area interessata dal rischio e al modello organizzativo; tutte e tre possono essere di livello A, B o C a seconda dei fattori citati.

La Regione Veneto può già vantare reti di telecomunicazione ad alta densità⁵⁰, però in vista dei Giochi Olimpici vuole investire e migliorare per diventare una delle aree più collegate d'Europa. Gli obiettivi sono in primis garantire servizi con velocità di download a banda larga per tutti i cittadini (30 Megabit per secondo), successivamente fornire all'85% della popolazione connessioni Internet a banda larga ultraveloce (100Mbps) e infine assicurarsi che tutte le amministrazioni pubbliche, le scuole locali, le strutture sanitarie, i parchi industriali e le zone ad alta densità demografica abbiano accesso a una connessione a banda larga di almeno 100 Mbps. I sistemi di comunicazione radio delle Regioni saranno ampliati e innovati grazie al passaggio alla tecnologia TETRA⁵¹, che consentirà tra le altre cose l'informatizzazione delle ambulanze e la geo-localizzazione dei veicoli e del personale. Un sistema energetico affidabile e perfettamente in grado di soddisfare la domanda dei Giochi è ciò che serve al Comitato Organizzatore, molte delle provincie che ospiteranno i Giochi sono tra le prime in Italia per la produzione di energie rinnovabili questo aiuterà in modo fondamentale uno dei pilastri delle Olimpiadi del 2026 cioè la sostenibilità. I sistemi di produzione di energia in Veneto sono noti per l'elevata efficienza e il rispetto dell'ambiente.

Facendo leva sulle recenti Olimpiadi Invernali di Torino, nel 2006, e altri eventi svolti in Italia, come l'Expo, nel 2015, è stato analizzato come le sponsorizzazioni possano generare un grande potenziale di mercato.

Secondo alcune analisi, i potenziali introiti delle sponsorizzazioni possono aggirarsi intorno ad un valore complessivo di 473 milioni di dollari⁵². Dal momento in cui vengono assegnati i Giochi si inizierà ad elaborare una strategia di marketing e comunicazione all'altezza di un Olimpiade. Le proiezioni sono state calcolate in base ad una metodologia articolata in due fasi: approccio top-down

⁵⁰ <https://www.corrierecomunicazioni.it/telco/banda-ultralarga/banda-ultralarga-prysmian-lancia-la-fibra-a-prova-di-5g-e-iot/>, si intendono le tecnologie e gli standard di quinta generazione "5G", con prestazioni e velocità superiori a quelli della tecnologia precedenti "4G".

⁵¹ Terrestrial Trunked Radio – è un sistema radio cellulare professionale bidirezionale. La tecnologia TETRA è stata specificatamente progettata per l'utilizzo da parte delle amministrazioni pubbliche, servizi di emergenza, per le reti di pubblica sicurezza, per il personale del trasporto ferroviario e degli aeroporti e per servizi militari.

⁵² Il sole 24 ore, 23/02/2020

e approccio botton-up. Il primo è un'analisi delle performance delle sponsorizzazioni nazionali generate nelle passate edizioni dei Giochi Olimpici Invernali, e confronto dei Paesi ospitanti pertinenti, nell'ambito di una serie di indici industriali e macroeconomici. Il secondo approccio invece è un'analisi diagnostica approfondita degli altri due grandi eventi recentemente ospitati in Italia (in particolare l'Expo Milano 2015) e del mercato italiano della pubblicità e delle sponsorizzazioni, con l'obiettivo di valutarne le potenzialità rispetto all'Agenda Olimpica e alle linee guida/tendenze chiave relative a sponsorizzazioni nazionali pertinenti. Nella prima analisi sono state considerate le edizioni delle Olimpiadi da Nagano 1998 a quelle di Sochi 2014, questo approccio ha permesso di definire fasce di valori preliminari e aspettative sui possibili ricavi delle sponsorizzazioni nazionali. Queste cifre sono state proiettate nel tempo applicando i tassi d'inflazione e i tassi di crescita del loro mercato. L'analisi botton up ha esplorato più a fondo il contesto italiano, analizzando nel mercato pubblicitario dimensioni e tasso di crescita delle sponsorizzazioni, sono stati individuate circa 45 categorie e 132 marchi come potenziali partner nazionali.

È stata programmata una strategia per la vendita dei biglietti, in modo tale da non creare discriminazione e poter far vivere a chiunque il sogno di vedere dal vivo un Olimpiade. L'obiettivo è quello di avere sempre il sold-out per ogni evento sportivo e cercare di coinvolgere il pubblico al massimo delle proprie possibilità. La strategia attuata avrà delle linee guida come estensione a livello globale il mercato dei biglietti, pieno coinvolgimento dei settori sportivi, prezzi interessanti, ospitalità e pacchetti specifici, campagna pubblicitaria e promozionale e infine canali di distribuzione efficienti. Verranno creati pacchetti ad hoc per ogni categoria di consumatore, soprattutto per i paesi Europei limitrofi facendo leva sui collegamenti efficienti. Saranno contattate tutte le società sportive a livello Italiano con un programma apposito per fornire a questa fascia di pubblico l'opportunità di assistere ai Giochi Olimpici. I prezzi varieranno a seconda della gara e dell'orario in cui si svolgerà, per soddisfare le esigenze di tutti i tipi di pubblico. Ci sarà un processo efficace ed orientato al servizio, per garantire livelli di costo adeguati e corretti, consentire al maggior numero di spettatori di accedere alle sedi di gara. Ci saranno diversi pacchetti da quello per lo Sport, che permetterà ai titolari di seguire tutte le gare delle discipline scelte, al Pacchetto Giornaliero, che verrà venduto nelle sedi specifiche e permetterà di assistere ad un'intera giornata di gare oppure al Pacchetto Supporter, che permetterà di seguire tutte le gare fino alla finale della propria nazionale e infine al Pacchetto Sport e Cultura, che unirà una gara sportiva ad un evento culturale. Le informazioni sui prezzi saranno fornite con apposite campagne sui siti dedicati o sui social network, sui canali ufficiali. È chiaramente prevista la possibilità di stampare i propri biglietti già a casa. Ci sarà un fornitore centrale dei servizi di biglietteria con competenze di alto profilo e le partnership con gli sponsor moltiplicheranno i potenziali canali di distribuzione, come ad esempio quello bancario. Il valore stimato da questa

strategia di vendita dei biglietti si assesta a 266 milioni di dollari (circa 234 milioni di euro), considerando un tasso di occupazione dei posti in vendita all'85% per un totale di 2.490.462 biglietti.⁵³ Il costo medio di un biglietto si basa sul costo medio degli stessi nelle scorse Olimpiadi Invernali, che hanno avuto un grande successo.

Il marchio Made in Italy avrà un'importanza essenziale per i segmenti moda, accessori di vestiario e arredamento, ma viene attribuito un ruolo di primo piano anche ai settori salute ed enogastronomia, due delle voci di punta dell'industria italiana della concessione di licenze. I componenti chiave della rete di distribuzione saranno i negozi ufficiali, i concessionari all'interno delle sedi olimpiche, un'ampia rete di punti vendita al dettaglio autorizzati e chioschi mobili durante il passaggio della Fiaccola Olimpica. L'applicazione ufficiale avrà un ruolo importantissimo ma verrà rilasciato anche un videogioco ufficiale dei Giochi, cosicché il consumatore possa immergersi in pieno nell'evento

Gli organismi responsabili dell'Olimpiade saranno diversi, in primis ci sarà il Comitato Organizzatore con la responsabilità della pianificazione e della realizzazione dei Giochi, poi ci sarà un Consiglio Olimpico del quale faranno parte anche rappresentanti del Governo Italiano, i sindaci di Milano e Cortina e i Presidenti delle regioni Lombardia e Veneto, che avrà il ruolo della supervisione sui Giochi, del mantenimento dei massimi standard di trasparenza e rendicontazione in tutti gli aspetti della pianificazione e realizzazione. In ultimo avrà anche la supervisione della costituzione dell'Agenzia Olimpica di Progettazione, l'organismo preposto alla realizzazione dell'infrastruttura dei Giochi. Questa agenzia avrà un ruolo fondamentale in fatto di progettazione e supervisione della realizzazione delle nuove sedi Olimpiche anche attraverso specifiche deleghe da parte di autorità con analoghe responsabilità delle due regioni, Un altro ruolo fondamentale, che possiede questo organo, è fare in modo che le nuove sedi, che verranno costruite, siano permanenti e possano generare benefici anche dopo le Olimpiadi. Il Comitato Organizzatore sarà l'interlocutore primario del CIO, delle Federazioni Internazionali, dei Comitati olimpici nazionali e dei principali Sponsor. Queste relazioni saranno fondamentali per lo svolgimento corretto dei Giochi e contribuiranno alla realizzazione di numerosi benefici sostenibili in termine di eredità olimpica. Verranno infine istituiti dei Gruppi direttivi con compiti diversi, da quello per l'Operatività Urbana, a quello dell'Eredità Olimpica, a quello preposto alla Sicurezza olimpica, alla Commissione per Atleti e Allenatori.

“Milano-Cortina 2026” ha attivamente cercato il coinvolgimento della società civile e si è già assicurata il sostegno di numerose associazioni locali e nazionali che hanno manifestato la loro intenzione di collaborare tanto durante la fase di preparazione quanto durante la realizzazione dei

⁵³ I dati sono stati recuperati dal dossier Olimpico Milano-Cortina 2026

Giochi. Tra queste ci sono associazioni del mondo dell'impresa (Industria, Commercio, Turismo), università, ONG, associazioni dedicate alla disabilità, associazioni di volontariato e istituzioni e associazioni culturali.

La candidatura Olimpica Milano-Cortina 2026 poggia su una solida alleanza tra i soggetti promotori, che garantisce un forte ed ampio sostegno del mondo politico e della pubblica amministrazione e trova riscontro nel fortissimo appoggio offerto, alla proposta Olimpica, dalle comunità locali.

3.3 Assegnazione e reazioni

Settanta anni dopo, Cortina tornerà ad ospitare le Olimpiadi Invernali, infatti dal 1956 in poi la “Regina delle Dolomiti” aveva ospitato solo Coppe del Mondo o Campionati Mondiali. A Cortina è esplosa la gioia dei tantissimi che hanno riempito il centro in attesa del verdetto, c'erano Ampezzani ma anche turisti e bellunesi provenienti dal resto del Cadore. Pochi minuti dopo l'annuncio della vittoria, il sindaco Gianpietro Ghedina è apparso sul maxi schermo in diretta da Losanna ed ha esclamato: *“Abbiamo vinto bene, 37 a 42, merito di una squadra seria, forte, compatta e di un progetto sostenibile e a basso costo, reso unico dalle nostre magnifiche Dolomiti. Da domani saremo già tutti al lavoro per rendere questo evento perfetto e indimenticabile. Dopo 70 anni riavremo le Olimpiadi Invernali a Cortina d'Ampezzo”*.⁵⁴ Il sindaco ampezzano parla già di un “modello Cortina” cioè: *“Significa muoversi con lo spirito di gruppo. Lo stesso con cui abbiamo condotto la candidatura, con un grande lavoro di squadra senza color politico, con tutte le amministrazioni coinvolte, assieme al CONI e agli atleti in attività o con ruoli dirigenziali. Altrimenti non si raggiungono risultati insperati.”* (vari a., 2019)

L'annuncio era arrivato dal presidente del CIO, Thomas Bach, dopo il voto dei membri del Comitato Olimpico internazionale, la candidatura italiana composta dal binomio Milano-Cortina è stata preferita alla coppia svedese Stoccolma-Are. Da questo momento tutti i lavori e le idee proposte nel Dossier olimpico hanno dovuto essere trasformati in realtà per far in modo da eccellere e mostrare al mondo intero la forza dell'Italia e la passione dei suoi cittadini. Sono stati attuati gli interventi prefissati seguendo le scadenze che si erano proposte in riferimento alle infrastrutture che avrebbero ospitato i Giochi.

⁵⁴ https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/economia/19_giugno_25/venezias-fasIacorriereveneto-web-veneto-56a4dd54-971e-11e9-99b1-3146bca88687.shtml, 24/06/2020, 16/03/2020

Alcune reazioni subito dopo l'annuncio storico, queste le parole del Presidente del CONI Giovanni Malagò: *“Avrei tante cose da dire, ma sono molto emozionato. È un risultato importantissimo, non solo per me, ma per tutta la nazione. Sono orgoglioso di questo fantastico team che ha raggiunto un risultato importante dopo un inizio complicato”*⁵⁵. Anche il presidente della Repubblica Sergio Mattarella ha espresso la sua emozione: *“Siamo orgogliosi di questo grande risultato! Ha vinto l'Italia: un intero Paese che ha lavorato unito e compatto con l'ambizione di realizzare e offrire al mondo un evento sportivo memorabile come le Olimpiadi 2026 Milano-Cortina”*⁵⁶. Anche il Presidente della Regione Veneto Luca Zaia, che ha sostenuto il progetto fin dalla prima proposta, ha espresso la sua felicità: *“Io ci ho creduto da subito, in Cortina. C'era chi diceva che era tagliata fuori perché aveva già ospitato le Olimpiadi del '56 e invece abbiamo vinto. Ora saliranno tutti sul carro, ma noi siamo abituati alla gente che sale sul carro: l'importante è che non rompano le palle. Malagò è stato grande, ci ha creduto e mi ha creduto. Abbiamo fatto un grande lavoro, che è già partito da tempo per costruire questo dossier. Ci sono state tante difficoltà ma ci siamo e ce l'abbiamo fatta”*⁵⁷. Anche le parole delle due campionesse Michela Moioli e Sofia Goggia, che hanno partecipato e aiutato nell'organizzazione, sono state emozionanti, la prima ha detto: *“Abbiamo lavorato tanto e sono davvero felice. Segnatevi la data e io ci sarò”*, mentre la discesista italiana ha detto: *“È un sogno nel sogno. Questo è un motivo di grande festa per l'Italia”*. Infine le ultime parole sono quelle del campione olimpico di Calgary⁵⁸ e Albertville⁵⁹, Alberto Tomba: *“Sono felicissimo, contentissimo come tutti quelli che si sono impegnati per questa candidatura e quindi questa vittoria, presidenti, atleti, politici, ex atleti. Peccato per la Svezia, che si è candidata diverse volte ma non ha mai vinto. Dispiace soprattutto perché ci sono grandi atleti. Le gare non si svolgeranno solo a Milano e Cortina, è noto, ci saranno anche le stazioni di Bormio e di Livigno, da qua al 2026 si lavorerà per far sì che le strade, i percorsi siano più agevoli possibile. Direi che è andata bene dopo le Olimpiadi invernali di Torino di vent'anni fa. Sarà ancor di più una festa. Da olimpionico sono felice, poi si vedrà cosa fare. Ventun anni sono volati e continueranno a volare”*.⁶⁰

Dal momento che le Olimpiadi sono state assegnate all'Italia ci sono da completare quarantasei grandi opere tra Lombardia e Veneto, 25 nella prima e 21 nella seconda. Tra quelle più importanti spicca il

⁵⁵ https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/politica/19_giugno_24/olimpiadi-2026-cortina-2cdf992e-9691-11e9-87c6-acb20eb984a6.shtml, 24/06/2019, 15/04/2020

⁵⁶ https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/politica/19_giugno_24/olimpiadi-2026-cortina-2cdf992e-9691-11e9-87c6-acb20eb984a6.shtml, 24/06/2019, 15/04/2020

⁵⁷ https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/politica/19_giugno_24/olimpiadi-2026-cortina-2cdf992e-9691-11e9-87c6-acb20eb984a6.shtml, 24/06/2019, 15/04/2020

⁵⁸ Calgary è la città canadese più grande della regione dell'Alberta, si svolsero i XV Giochi Olimpici Invernali nel 1988

⁵⁹ Albertville è un comune francese che si trova in Savoia, si svolsero i XVI Giochi Olimpici Invernali nel 1992

⁶⁰ https://corrieredelveneto.corriere.it/veneto/politica/19_giugno_24/olimpiadi-2026-cortina-2cdf992e-9691-11e9-87c6-acb20eb984a6.shtml, 24/06/2019, 15/04/2020

potenziamento del terminal 2 dell'aeroporto di Milano Malpensa, l'adeguamento logistico e tecnologico del collegamento da Malpensa alla stazione Centrale, il potenziamento delle linee Milano-Sondrio e Milano-Tirano. In Veneto invece vanno realizzate la variante di Longarone, la Variante di Cortina, il collegamento ferroviario Verona Porta Nuova-Aeroporto Catullo, la linea ferroviaria Mestre-Castelfranco. Nasce in questo ambito la fondamentale distinzione tra opere essenziali, connesse e di contesto. Le prime servono immediatamente per l'evento e sono necessarie per adeguare le infrastrutture esistenti, individuate nel dossier di candidatura. Mentre il resto potrebbe avere una ricaduta positiva per un tempo più lungo, infatti quelle della seconda categoria sono le opere necessarie per connettere le infrastrutture del Dossier Olimpico, mentre quelle della terza categoria, o di contesto, sono le opere la cui realizzazione integra il sistema di accessibilità ai luoghi olimpici e alle altre localizzazioni che verranno interessate direttamente o indirettamente.

3.4 Nuovi interventi a Cortina

I primi interventi sono già iniziati poiché Cortina sarà sede dei Campionati Mondiali di sci alpino del 2021 e la cornice saranno le Tofane. Le prime piste ad essere rifatte sono il Drusciè A e B, che fanno parte del Col Drusciè ai piedi delle Tofane, infatti la pista nera che ospiterà sia lo slalom gigante che lo slalom speciale durante i Mondiali è stata ampliata e resa più pendente, mentre il "B" è stato completamente rifatto, cambiando la sua struttura originale. La nuova pista Vertigine, che ospiterà la discesa libera maschile, parte da un'altitudine di 2380 metri e arriva a 1560 metri considerando un dislivello di 820 metri dalla partenza all'arrivo, la pendenza media è del 56% e la massima è del 71% infine la velocità media è tra i 100 e i 105 km/h. Ha un prima parte molto scenica e d'impatto visivo, cui segue un tracciato centrale più tecnico e impegnativo e a chiudere una parte finale di scorrimento. La combinazione di questi tre aspetti rende questa pista completa per una discesa, che premia tutte le caratteristiche della disciplina, nel mezzo ci sarà anche un salto per ricordare l'incredibile spaccata in volo che fece il cortinese Cristian Ghedina, infatti questo salto prende il suo nome, nel 2014 nell'ultimo muro della storica Streif di Kitzbuhel. Il Drusciè A, come abbiamo detto precedentemente, è stata resa più larga e più pendente, ha un dislivello di 200 metri per un'estensione di 485 metri di pista, avendo una pendenza media del 42%, la partenza è sul ripido per poi affrontare il primo dosso e un piccolo piano prima di rientrare sul muro finale. Chi farà questa gara potrà ripercorrere le stesse emozioni del campione Olimpico Toni Sailer, che nelle Olimpiadi del 1956 vinse tutto ciò che poteva vincere. Un pezzo di storia, che se ne è andato nel 2019, è la Funivia Freccia del Cielo. Infatti, il primo storico tratto dal centro della città al Col Drusciè è stato sostituito da un'innovativa cabinovia, che

può trasportare 1800 passeggeri all'ora rispetto ai 700 della funivia. Le cabine sono 47 e possono trasportare fino a 10 passeggeri alla volta, c'è una stazione intermedia per poter far salire gli sciatori, che hanno appena finito il Drusciè A o B. Ci sarà anche una nuova pista nelle Cinque Torri, che prenderà il nome dello storico alpinista cortinese, Lino Lacedelli; sarà dedicata alle qualificazioni mondiali e diverrà la prima pista pubblica per gli allenamenti. La pista d'eccellenza nelle Tofane rimane sempre l'Olimpia, che ogni anno ospita una gara della Coppa del Mondo di sci femminile e sarà la pista dei Campionati Mondiali del 2021 ma anche delle Olimpiadi Invernali del 2026, come dichiarato dalla campionessa americana Lindsey Vonn: *“la pista più bella del mondo”*. In vista di questi grandi appuntamenti la pista non riceverà degli stravolgimenti, manterrà la partenza a 2320 metri di altitudine e l'arrivo a 1560 metri, il dislivello sarà di 760 metri e la velocità media di 95km/h. La Regina delle discese, come viene soprannominata, grazie alle 100 gare che si sono disputate in questa pista ha una difficoltà sulla traversa del Duca D'Aosta, da affrontare con la giusta velocità per arrivare all'ingresso dell'iconico Schuss e da qui al salto Duca D'Aosta, a cui si arriva con grande velocità, fondamentale per trovare ritmo nelle curve successive. La parte centrale è la parte del Gigante con dei grossi curvoni tecnici, che impongono di seguire il terreno ed essere molto precisi. Impegnativa la parte finale, con onde di difficile interpretazione che arrivano fino al traguardo.

(vari a. , , marzo 2019)

Infine una cosa davvero innovativa sarà il nuovo sistema antivalanghivo che coprirà tutta la zona delle Tofane. Sarà composto da un sistema di campane di rilevamento che permetteranno un più tempestivo scarico della neve in accumulo ed un più rapido intervento in pista per una maggior tutela dei turisti. Venti campane saranno collocate sopra la pista Vertigine e scaricheranno la neve oltre i 30/40 centimetri, altre cinque campane saranno posizionate a Ra Valles. Queste campane saranno degli esploditori a gas, con un mix di idrogeno e ossigeno, installati su supporti di acciaio e attivabili da valle senza l'utilizzo di elicotteri. Inoltre in merito alle nuove tecnologie si parla del sistema snowsat per i mezzi battipista, che sono strumenti che permettono di misurare la profondità della neve e sulla base di dati che danno, permetteranno di dosarne la produzione e di adattare l'intensità dell'innnevamento. Questo tipo di tecnologia permetterà di avere una gestione di innnevamento programmato più sostenibile.

Il vero obiettivo in vista delle Olimpiadi del 2026 è quello di far diventare Cortina d'Ampezzo il più grande comprensorio sciistico d'Europa attraverso un progetto chiamato “Il Carosello delle Dolomiti”. Questo piano di 1300 km di piste e circa 500 impianti di risalita dovrebbe collegare Cortina con le zone sciistiche più spettacolari delle Alpi: il Sellaronda, che unisce le valli ladine fra Alto Adige, Veneto e Trentino, le sette zone sciistiche di Cortina d'Ampezzo e il Giro delle Grande Guerra. Nessun comprensorio potrà offrire tale opportunità: due giorni sci ai piedi per vagare tra

Cadore e Agordino, Val Badia e Val Pusteria, Val Gardena e Val di Fassa, salendo sei passi dolomitici e girando attorno ai 3.343 metri della Marmolada. L'investimento previsto si aggira tra gli 80 e i 100 milioni di euro, metà dei quali sono garantiti da società private, il resto verrà da fondi pubblici, che sono previsti ai Comuni di confine del bellunese e a quelli per le Olimpiadi 2026.⁶¹ Il primo step dell'opera, per evitare che tutti gli spostamenti siano fatti in bus, come avviene oggi, è la costruzione di un impianto che collegherà il centro di Cortina con la località di Socrepes e poi da Pocol, dove si arriva tramite seggiovia già esistente, ci si potrà spostare con un nuova cabinovia alle Cinque Torri. Il secondo step, che prevedrà il collegamento verso ovest, partirà appunto dalle 5 Torri per raggiungere la località di Arabba attraverso il passo Falzarego e Col di Lana permetterà di raggiungere il Passo Campolongo e l'Alta Badia. A questo punto senza mai togliersi gli sci si potrà raggiungere Corvara e la Val Gardena da Cortina. Gli impianti verso sud, già inseriti nel piano neve del Veneto, porteranno sciatori e alpinisti dalle Cinque Torri al rifugio Fedare e da qui a Selva di Cadore, su Cima Fertazza e sul Col dei Baldi, nel gruppo del Civetta. Cortina e il Sellaronda vengono così collegati al Giro della Grande Guerra e ad Alleghe, completando il tour sciistico più lungo al mondo. Per i Giochi Olimpici del 2026 tutto questo dovrebbe essere concluso e riportare in auge le Dolomiti e il turismo sciistico.

Uno degli aspetti fondamentali in tutte le innovazioni che verranno fatte sarà ricordare sempre al turista l'importanza storica che ha avuto Cortina negli anni. La cultura e le tradizioni dovranno rimanere sempre i cardini della nuova società che avanza. Ogni anno tantissimi appassionati di storia visitano la zona per seguire le tracce della guerra nelle Dolomiti, infatti qui si trova il più grande museo all'aperto della Prima Guerra Mondiale, fra le gallerie del Lagazuoi, le trincee e le postazioni belliche delle Cinque Torri e del Col Gallina e il Museo della Grande Guerra delle Dolomiti al Forte Tre Sassi di Valparola. Sono ottanta chilometri con gli sci ai piedi ricchi di emozione e storia.

Il progetto dello Sliding Center Eugenio Monti, dove verranno effettuate le gare di bob, skeleton e slittino delle Olimpiadi Invernali del 2026, non è ancora stato reso pubblico, però sono stati svelati i pilastri della struttura che saranno quelli delle Olimpiadi del 1956 cercando di far emergere la tradizione e la storia che è passata in quelle curve della pista. La partenza e l'arrivo resteranno nelle medesime posizioni e si pensa anche agli storici nomi delle curve, sarà un nuovo polo di riferimento a livello mondiale per queste discipline. L'unico aspetto che è stato reso noto è il costo di ristrutturazione dell'infrastruttura, che si aggirerà intorno ai 53.244.320 euro. (vari a. , estate 2019)

⁶¹https://www.repubblica.it/cronaca/2020/01/10/news/le_dolomiti_in_seggiovia_o_sugli_sci_parte_il_progetto_del_grande_carosello_-245352320/ , 10/01/2020, 25/04/2020

3.5 Benefici sociali e ambientali

Ospitare i Giochi produrrà diversi benefici sociali, facendo leva sulle capacità dello sport di cambiare la vita delle persone. Verranno programmate svariate iniziative sia dal CONI sia dal Comitato Organizzatore all'insegna dei temi collegati allo Sport, alla Salute e allo Sviluppo Sociale, tra le varie opportunità ci saranno quelle che faranno riferimento al volontariato, ai progetti sociali e al binomio sport-salute.

La strategia legata al volontariato sarà rivolta al reclutamento di cittadini provenienti da tutta Italia, le persone verranno formate per i rispettivi compiti, puntando molto sul lavoro di squadra, l'unica competenza che si chiede a queste figure è quella di avere passione. L'eredità che verrà lasciata alle città sarà di enorme valore, il Villaggio Olimpico a Milano diventerà una struttura dedicata agli studenti universitari. Invece i Villaggi di Livigno e Cortina, che, come abbiamo visto, sono composti da strutture prefabbricate smontabili molto facilmente, saranno donate alla Protezione Civile per eventuali emergenze future. Promuovendo la partecipazione e il coinvolgimento attivo delle comunità locali nella pianificazione e riqualificazione delle aree limitrofe alle sedi dei Giochi, si rafforzerà la coesione sociale e delle comunità nonché il senso di appartenenza.

I Giochi saranno l'inizio di molti programmi di promozione sportiva, ravviveranno la passione del pubblico e metteranno in risalto i valori cardine delle Olimpiadi: rispetto, amicizia, lealtà e merito. Un progetto su tutti sarà "Sport e Integrazione", questo è iniziato nel 2014 ed è finalizzato a contrastare discriminazione e intolleranza razziale, inoltre promuove la comprensione della diversità culturale in ambito scolastico anche tramite una campagna di educazione al "fair play" nelle scuole. Tra gli altri progetti da rafforzare c'è anche "Vincere da grandi", che usa lo sport come mezzo di promozione dello sviluppo e della coesione sociale in aree svantaggiate in cui le persone sono fortemente esposte al rischio dell'emarginazione e della criminalità. Verranno proposte delle iniziative sia prima sia durante i Giochi, che prenderanno il nome di "Tregua Olimpica", con l'obiettivo di promuovere la pace, il dialogo interculturale e la comprensione tra gli esseri umani attraverso lo sport.

Il Programma Educativo Olimpico stimolerà le innovazioni, le idee e la creatività rispetto a numerosi temi in tutta la fase di preparazione fino all'imminenza dei Giochi. I programmi in oggetto permetteranno agli individui o ai gruppi portatori di idee innovative di sviluppare e tradurre in pratica i loro progetti nel contesto dell'ospitalità dei Giochi Invernali, ad esempio attraverso una campagna che inviti i "giovani innovatori" a presentare idee e proposte per rispondere alle sfide dei nostri giorni.

Lo sviluppo culturale, per cercare di mettere a disposizione di tutti il patrimonio della nostra Nazione, è uno degli aspetti fondamentali su cui punta il Comitato Organizzatore. La ricchezza dei beni culturali nelle città ospitanti rappresenta un'ottima opportunità per le Olimpiadi della cultura, infatti come descritto precedentemente ci saranno dei pacchetti per i biglietti che uniranno gli eventi culturali con le gare. I Giochi faranno scoprire una Milano che, pur essendo radicata nella tradizione storica, fa proprio un approccio innovativo e moderno alle nuove sfide della vita, dando nuovo impulso nei settori dell'arte, del design e dell'innovazione. L'obiettivo sarà quello di produrre un effetto duraturo sulla popolazione, rafforzando il senso di appartenenza e orgoglio di queste comunità sociali.

I benefici che otterrà l'ambiente, soprattutto a Milano, dalle Olimpiadi del 2026 saranno diversi, ma quello principale riguarderà il miglioramento della qualità della vita di tutti i cittadini. Lo sviluppo sotto il profilo della protezione ambientale e della sostenibilità apporterà importanti miglioramenti all'ambiente naturale, con la creazione di nuove aree verdi. Sarà incentivato l'utilizzo dei mezzi pubblici a discapito delle automobili, per questo motivo verrà migliorata la mobilità nelle aree montane a favore degli abitanti del luogo e dei turisti.

Il rapporto dell'imprenditoria e del turismo con le comunità sarà importante al fine di massimizzare i benefici che verranno generati dai Giochi Olimpici. Attraverso l'esperienza, la passione e la creatività verranno realizzati programmi di legacy (eredità), che interesseranno tutti i settori della società e infine contribuiranno in maniera positiva a migliorare l'immagine del paese sulla scena mondiale. "Gli eventi futuri per rendere possibile tale obiettivo diventeranno sede di importanti eventi internazionali, porteranno l'esempio di una nazione che coltiva la vita sana e lo sport, di una meta speciale, attrattiva e accogliente, di una nazione orientata alla crescita delle imprese, del commercio e dell'economia e infine di una società multiculturale, accogliente e inclusiva."⁶² L'eredità olimpica data dai Giochi porterà benefici per lo sport, per la cultura, per le imprese, per l'innovazione, per l'istruzione e per la sostenibilità. I finanziamenti per generare questa eredità saranno dati da appositi programmi educativi e sociali stanziati nell'ambito del budget annuale dei partner strategici per iniziative di eredità olimpica collegate ai Giochi, inoltre ulteriori fondi saranno forniti da privati. Il turismo sarà un settore essenziale per promuovere i territori e migliorare il coordinamento delle piattaforme promozionali a livello macro-regionale attraverso l'offerta di pacchetti specifici, inoltre si cercherà di sviluppare al meglio le reti di comunicazione tra tutti gli stakeholders. Tutto ciò verrà comunicato ai cittadini con una strategia coordinata e precisa, le prime fasi passeranno attraverso la pianificazione e si intensificheranno a fronte del graduale lancio dei programmi collegati ai Giochi.

⁶² Dossier Olimpico Milano Costina 2026

Si attingerà al vasto bacino formato da società sportive, università e istituzioni educative con l'obiettivo di sollecitare l'impegno e sensibilizzare le persone. Durante i Giochi verranno impiegati i social media e le nuove tecnologie per coinvolgere persone di tutte le età e offrire esperienze uniche agli spettatori. Si cercherà di portare lo spettatore dietro le quinte dei principali lavori, che devono accompagnare un evento di tali dimensioni, si cercherà anche di raccontare attraverso gli atleti tutte quelle storie, che normalmente vengono date per scontate, con l'obiettivo di rubare qualche segreto a coloro che hanno scritto la storia dello sport.

In tutto questo non si deve dimenticare il valore simbolico rappresentato dalla Torcia Olimpica è quel simbolo che da sempre richiama le Olimpiadi, partendo dalla Grecia, passa attraverso vari stati per raggiungere la città dove verranno disputati i Giochi. Le sue origini risalgono alle prime Olimpiadi antiche svolte nell'antica Grecia e successivamente venne reintrodotta nel 1928. Questo fuoco, trasportato nella fiaccola e posto nel braciere Olimpico, durante la Cerimonia d'Apertura, resta acceso per tutto l'arco dell'evento come simbolo di vita; viene spento durante la cerimonia di Chiusura per indicare la conclusione dei Giochi. Proprio in funzione della valorizzazione di questo simbolo sono state pensate delle iniziative per far sì che ogni parte d'Italia abbia la possibilità di percepire lo spirito olimpico e di partecipare alle celebrazioni con attività ed eventi regionali paralleli. L'idea del Comitato Organizzatore è far risalire la Torcia Olimpica lungo lo "stivale" da sud a nord, partendo da Lampedusa e passando per Roma, dove il Presidente della Repubblica la accoglierà ufficialmente. Durante il percorso verranno trasmessi i valori dello Sport, generando consenso e aspettative nelle comunità coinvolte e allo stesso tempo rafforzando l'orgoglio nazionale. In particolare visto il settantesimo anniversario dalle prime Olimpiadi Invernali, a Cortina verrà accesa la Fiaccola Olimpica il 26 Gennaio, una data di forte valore simbolico, visto che settanta anni prima si svolse la Cerimonia d'Apertura dei VII Giochi Olimpici Invernali. È previsto che il pubblico sia il protagonista nella scelta dei tedofori e del design della Torcia stessa, inoltre la partecipazione di celebrità italiane renderà ancora più avvincente il Passaggio e preparerà la strada a un'appassionata e festosa apertura dei Giochi.

3.6 Le problematiche territoriali della valle Ampezzana

Il territorio comunale si trova ad un'altitudine che varia da un minimo di 1.057 m a un massimo di 3.244 m, della Tofana di Mezzo, con un'escursione altimetrica pari a 2.187 m. Il centro urbano, a fondovalle, si trova a circa 1.224 m slm. Cortina d'Ampezzo vanta una superficie di 252,81 chilometri quadrati. La popolazione è di circa 5832 residenti (al 30/06/2018) con una densità di 23,06 abitanti per chilometro quadrato. La valle è circondata dalle Dolomiti Ampezzane, facenti parte delle Dolomiti di Sesto, di Braies e d'Ampezzo, nelle Alpi Orientali. Tra le montagne più famose si ricordano le Tofane a ovest, il Pomagagnon a nord, il Cristallo a nord-est, il Faloria e il Sorapis a est, il Becco di Mezzodì, la Croda da Lago e il gruppo del Nuvolau a sud. L'insieme idrografico ampezzano è formato da numerosi corsi d'acqua e bacini con ruscelli e torrentelli che scorrono lungo le pendici rocciose dei monti e nei boschi. I corsi d'acqua principali sono il torrente Boite con il suo affluente, il Rio Bigontina. Il Boite (*ra Bóite* in ladino ampezzano) è il secondo affluente del Piave per importanza dopo il Cordevole e nasce a nord di Cortina d'Ampezzo, in località *Cianpo de Crosc*, a quota 1.800 m. circa.

Il Boite stesso frequentemente, quando vi è maltempo, è il peggior nemico degli abitanti di Cortina infatti a causa del disboscamento e della mole di detriti che si sono formati sulle Dolomiti, quando aumenta molto la sua consueta portata, diventa un pericolo per il Paese stesso. Molti comuni di Cortina, come Alverà e Mortisa, sono stati colpiti duramente negli ultimi anni da esondazioni e frane, che hanno causato ingenti danni anche alle abitazioni e alcune vittime. Le numerose precipitazioni negli ultimi anni hanno colpito in modo grave il territorio delle Dolomiti; tra le altre la frana del 2016 ad Acquabona, che ancora oggi in caso di abbondanti precipitazioni crea diversi problemi alla viabilità, ha fatto capire a tutti che le Dolomiti presentano delle fragilità e che vanno tutelate.

A causa della moltitudine di turisti, che arriveranno nel 2021 e soprattutto nel 2026 il Comune, come abbiamo visto, sta lavorando sulla viabilità e sugli impianti di risalita questo, se dal punto di vista dei collegamenti è un innegabile vantaggio, purtroppo sta modificando in maniera indelebile il paesaggio Ampezzano. La pista Col Druscìè A, al centro della Tofana, visibile da qualsiasi punto di Cortina, a causa dei lavori di ampliamento e di modifica della forma (aumento della pendenza e interrimento di serpentine per farla ghiacciare più rapidamente) ha completamente cambiato il suo aspetto, diventando una lingua di terra in mezzo ai boschi. Anche nei pressi del piano di arrivo a Ru Merlo la viabilità è stata modificata ,andando a cambiare la morfologia del territorio, con la costruzione della strada nuova e soprattutto del tunnel sotto la montagna. Il by-pass, che è in progetto per far diminuire il volume di macchine e camion che ogni giorno passa per la Perla delle Dolomiti, porterà enormi

benefici sia per il traffico stesso sia per la diminuzione dell'inquinamento, che oggi giorno sta diventando insostenibile, di contro andrà a trasformare totalmente il territorio.

Molte sono le associazioni che stanno sostenendo iniziative a favore del territorio. In prima linea ci sono le associazioni ambientaliste, che nel mese di luglio hanno organizzato delle marce sui luoghi dei cantieri, per far valere la loro posizione. Queste associazioni al tempo delle candidature per Olimpiadi e Mondiali avevano firmato una “Carta Verde di Cortina” in accordo con la Fondazione Cortina 2021, in cui chiedevano il rispetto del territorio e dell'ambiente. La presidente Paola Valle⁶³ in una nota aveva sottolineato in occasione di un'intervista “Ora che la neve non c'è più sui luoghi dei cantieri per i Mondiali (zona Ru Merlo e Col Fiere), sono emersi in tutta la loro evidenza gli impatti dei lavori: un paesaggio che non può lasciare indifferente coloro che amano la montagna in esatte come in inverno”. La preoccupazione della presidente non si ferma alle zone dei Mondiali, sul Monte Tofana, ma comprende anche la zona tra Fodom e Falzarego/Cortina con impianti impiantati su territori “sacri” e preziosi per l'unicità della flora. Al termine dell'intervista ribadisce che “la realtà attuale di frequentazione turistica delle zone dolomitiche è prossima al limite di sopportabilità ambientale, trattandosi di aree tra le più frequentate delle Alpi Orientali, ma con un insieme di debolezze, considerata la rete stradale, la mancanza di infrastrutture ferroviarie e la carenza di capacità ricettiva.”⁶⁴

Una riflessione conclusiva sull'impatto territoriale verte sul fatto che la questione importante da non sottovalutare è data dall'equilibrio che in un evento di tali dimensioni c'è tra le opere pubbliche e private. La gestione degli impianti di risalita o i disegni dei nuovi parcheggi sono progetti a carattere privato e la gestione privatistica dei beni pubblici come le acque, il territorio e l'ambiente, molto spesso non offre un'adeguata compensazione al danno che viene portato alla collettività dalla iniziativa imprenditoriale. Se l'interesse pubblico non riesce a farsi valere e a bilanciare le forze per un giusto equilibrio tra il business privato e il bene della collettività, allora altri attori sociali entrano in gioco, ad esempio le associazioni ambientaliste, quelle dei consumatori o anche degli stessi cittadini.

⁶³ Presidente del CAI (Club Alpino Italiano, con sede a Milano, fondato nel 1863)

⁶⁴ Voci di Cortina, n 45, 7 Agosto 2020

3.7 Parallelo Cortina 1956-Cortina 2026

A settant'anni di distanza l'emozione provata dai cittadini all'annuncio di ospitare nuovamente le Olimpiadi Invernali fu la stessa. Ci sono tantissimi punti di contatto tra due Olimpiadi che verranno praticate nella stessa città. Le infrastrutture costruite nel 1956 sono ancora oggi dei marchi di fabbrica di Cortina d'Ampezzo, il Trampolino Italia nella sua imponenza svetta sopra il paese, lo Stadio del Ghiaccio che possiede ancora delle parti originali fa respirare la storia ogni volta che un cittadino entra, per non parlare della pista Eugenio Monti che è possibile ammirare sia dalla strada, andando verso i passi sia dalla Cabinovia Freccia nel Cielo. Tutti questi luoghi hanno scritto una pagina indelebile dello sport e della località stessa, molti alberghi che erano stati costruiti per l'occasione sono ancora oggi in funzione.

Le Olimpiadi che verranno porteranno in paese moltissimi turisti e appassionati di sport e Cortina dovrà farsi trovare pronta sia in materia di infrastrutture sia in viabilità. Troppe volte negli ultimi anni il paesino di montagna è stato letteralmente bloccato a causa dei problemi legati al traffico: dai tir che si dirigevano verso l'Austria, ai pochi parcheggi, alle strade troppo strette costituite da una sola corsia. Visto che la mole di turisti prevista nel 2026 sarà di gran lunga superiore a quello che normalmente Cortina ospita durante i periodi festivi, il piano del traffico sarà una delle questioni più importanti, anche perché uno dei pilastri di questi Giochi Olimpici è la sostenibilità.. Un banco di prova importante saranno i Mondiali di Sci del 2021 che metteranno a dura prova Cortina stessa. Gli impianti, come da progetti dovranno essere perfezionati, resi più confortevoli e veloci poiché molti hanno diversi anni alle spalle. Le altre località che fanno parte della "12 Best of Alps" hanno attuato un processo di svecchiamento per rendere i consorzi sciistici delle zone innovative e dotati dei confort di ultima generazione, questo sarà quello che dovrà fare anche la regina delle Dolomiti. Il primo passo è stato quello di costruire la prima cabinovia, tuttavia ce ne sono diversi ancora da compiere. Il Carosello delle Dolomiti, il più grande comprensorio sciistico in Europa, è un ottimo progetto, che può portare nuovamente Cortina e le sue piste al centro dell'interesse dello sciatore medio. Oggi Cortina, nonostante la bellezza delle sue piste, soffre moltissimo la distanza tra i suoi comprensori a causa della mancanza di un efficiente collegamento tra loro. Un obiettivo sarebbe quello di rendere più facili ed efficienti gli spostamenti tra gli impianti affinché il turista possa godersi al meglio una giornata nelle Dolomiti.

Nei VII Giochi Invernali si poteva notare come ci fosse la voglia di emergere e far diventare Cortina un polo di livello internazionale sia come meta di turismo sia come località sciistica. L'emozione

provata nel 1956 da tutti i volontari, che hanno realizzato quella Olimpiade, sarà la stessa che molti cittadini Ampezzani proveranno in questi anni per cercare di far eccellere Cortina nel mondo. Oggi Cortina, però deve dimostrare al mondo intero che può reggere il confronto con le più grandi città Olimpiche e continuare ad essere un punto di riferimento internazionale per vari sport tra i quali bob e slittino.

Un fattore di estrema importanza, come viene riportato nel dossier Olimpico, è il tema della legacy infatti queste Olimpiadi Invernali vogliono lasciare un'eredità per le generazioni future in tutto ciò che verrà costruito. Si è visto che il Villaggio Olimpico di Milano diventerà un polo universitario mentre quelli di Cortina e Livigno saranno donati alla Protezione Civile. Anche le strutture sportive avranno una vita dopo il febbraio 2026, lo Sliding Center in primis ma anche lo Stadio del Ghiaccio. L'eredità che un evento di tale caratura potrà dare è sicuramente rendere il paese vivo per dodici mesi all'anno ed evitare lo spopolamento turistico dei mesi "morti".

L'aspetto economico sarà completamente differente rispetto all'edizione passata, poiché le sponsorizzazioni e i ricavi da merchandising forniranno una voce molto importante nella parte dedicata agli introiti come la vendita dei biglietti, aspetto nettamente diverso rispetto a settanta anni fa, quando i ricavi e il costo per accedere alle gare erano chiaramente inferiori. L'obiettivo negli anni '50 era quello di dimostrare al mondo intero che cosa aveva fatto un paesino in provincia di Belluno di 6000 abitanti. Furono le prime Olimpiadi Invernali trasmesse dalla Rai in eurovisione e grazie alle gare stracolme di spettatori, il prodotto Cortina 1956 ebbe un successo inaudito. L'obiettivo nel 2026 è quello di permettere al pubblico più vasto possibile di assistere a questo evento, in modo tale da vendere al meglio il prodotto Olimpiade Invernale Milano-Cortina. I protagonisti saranno gli atleti come sempre, poiché sono coloro che fanno emozionare gli spettatori, al tempo erano il cortinese Eugenio Monti, l'austriaco Toni Sailer, il giapponese Chiharu Igaya e la giovane americana Tenley Albright, invece nel 2026 la speranza è che saranno gli atleti italiani a farci emozionare ed esultare come la discesista Sofia Goggia, la campionessa del Mondo di snowboard Michela Moioli o qualche giovane italiano, che nei prossimi anni emergerà e avrà da raccontare una sua storia.

La sfida più importante per Cortina sarà quella di riuscire a mantenere un carattere prettamente tradizionale e basato sulla propria cultura, per l'identità che la contraddistingue.

4- Ricerca empirica: Cortina 2026, Quali prospettive?

4.1 Metodologia della ricerca

La ricerca sulla comunicazione può adottare diversi metodi operativi per studiare un dato fenomeno. Tra i più comuni ricordiamo le indagini statistiche, l'analisi del contenuto, il metodo sperimentale e lo studio di casi (case studies). La dicotomia maggiormente utilizzata per distinguere fra diversi modi di fare ricerca è quella fra ricerca quantitativa e ricerca qualitativa, opposizione che risale al rapporto fra teoria ed empiria e si sostanzia come l'espressione di una sociologia "individualistico-interpretativa" per la prima, e 'positivo-scientifica' per la seconda. (Bertin G., et al, 2005)

Nel caso dell'analisi quantitativa, i dati analizzati forniscono le cifre che dimostrano i punti generali complessivi di una ricerca, servono a raccogliere i fatti nudi e crudi. Solitamente sono dati statistici e strutturati che servono di supporto per ricerche e conclusioni di carattere generale. Si caratterizzano per:

- L'impiego della matrice dei dati (livello di standardizzazione elevato);
- L'impiego della statistica per l'analisi dei dati;
- Il ricorso a definizioni operative per la costruzione delle variabili;
- Raccoglie dati numerici.

Lo strumento utilizzato per un'analisi quantitativa è il questionario strutturato.

L'analisi qualitativa invece fornisce i dettagli e gli approfondimenti necessari per capire appieno le relative complicazioni, è stata definita: "La ricerca qualitativa rappresenta diverse cose per diverse persone. La sua essenza è duplice: da una parte essa si presenta come una versione particolare dell'approccio naturalistico e interpretativo, dall'altra si impone come una costante critica nei riguardi della politica e dei metodi del positivismo". (Denzin N. and Lincoln Y. 1994, 2000)

Questo tipo di dati raccoglie le informazioni che tentano di descrivere un argomento piuttosto che misurarlo, è meno strutturato e mira ad andare a fondo nell'argomento in questione, cercando di raccogliere informazioni relative alle motivazioni, al pensiero e agli atteggiamenti delle persone. La ricerca qualitativa non si vanta di avere messo a punto metodi specifici, ma preferisce piuttosto ricorrere di volta in volta all'analisi semiotica del discorso, del contenuto, della narrazione, e persino all'analisi statistica. Si caratterizza per:

- L'assenza della matrice dei dati;
- La non ispezionabilità della base empirica;
- Il carattere informale delle procedure di analisi dei dati;

- L'obiettivo di identificare concetti astratti.

Lo strumento utilizzato per l'analisi qualitativa è l'intervista, si tratta di una metodologia che non trascura l'aspetto umano dell'indagine.

Grazie al fatto che prevede un rapporto diretto tra intervistato e intervistatore e permette la creazione di domande pensate in modo specifico per il singolo soggetto a cui è rivolta l'indagine, permette di cogliere aspetti che conferiscono una "voce umana" alle cifre e alle tendenze oggettive dei risultati. Questo aspetto psicologico manca o è comunque messo in secondo piano dalla natura stessa delle indagini quantitative, che sono finalizzate al vaglio di un campione di analisi molto vasto in un tempo relativamente breve rispetto alle indagini qualitative, che tendono ad un'elevata standardizzazione proprio per la necessità di riportare i dati ad una matrice comune.

L'intervista può articolarsi in varie tipologie, la più classica è definita *face to face*, in questa si incontrano singolarmente intervistatore e intervistato, da preferire nel caso di una indagine mirata ad un campione estremamente selezionato. Una seconda modalità prevede il coinvolgimento come soggetto dell'analisi di un gruppo di persone, si tratta solitamente esperti, che prende il nome di Focus Group.

I metodi qualitativi sono efficaci anche per altri motivi e possono integrarsi con i metodi quantitativi; nello specifico, permettono di esplorare nuovi campi di ricerca e di sviluppare ipotesi, che possono essere successivamente verificate, impiegando metodi quantitativi "utili quando occorre complementare, convalidare, spiegare, illuminare, o reinterpretare i dati quantitativi raccolti nello stesso ambito" (Bertin G., 2011)

Nel nostro caso la ricerca sarà di tipo qualitativo e *face to face*, coinvolgerà cinque persone che saranno ritenute testimoni significativi, e avrà il fine di andare a scoprire i loro stati d'animo e le impressioni riguardo all'impatto sociale ed economico delle Olimpiadi Invernali del 2026.

La struttura dell'intervista sarà composta da domande, che varieranno in riferimento a ciascun intervistato, per adattarsi alle sue caratteristiche, e avranno l'obiettivo di permettergli di esprimere gli aspetti che ritiene fondamentali. McCracken G. (1988)

Il questionario, in questo tipo di ricerca, sarebbe stato troppo standardizzato e avrebbe colto solo alcuni aspetti mentre l'intervista può essere più ampia andando a collegare anche contenuti diversi tra loro e inoltre aiuterà a capire gli stati d'animo e le emozioni che proverà il testimone significativo su determinati argomenti.

Gli intervistati saranno Ruggero Savaris, campione italiano di hockey con il Cortina e arbitro di fama mondiale, che vanta di aver arbitrato varie partite alle Olimpiadi di Lillehammer in Norvegia nel 1994. Elisabetta Dotto, albergatrice e figura di spicco nella comunità cortinese, che grazie ai suoi

eventi all'Ambra Cortina Luxury & Fashion Boutique Hotel ha esportato Cortina nelle più grandi fiere internazionali per il turismo. Federico Caner, membro della Lega Veneta e Assessore della Regione del Veneto al Turismo, Commercio estero e internazionalizzazione, Attività Promozionali, Economia e Sviluppo Montano, Trasporti a fune, Programmazione Fondi FSC (fondo per lo sviluppo e la coesione), Programmi FESR (Fondo Europeo di sviluppo regionale). Gianpietro Ghedina sindaco di Cortina d'Ampezzo dal 11 giugno 2017 e infine uno dei più grandi discesisti della storia Italiana, l'ampezzano Kristian Ghedina

4.2 INTERVISTA: RUGGERO SAVARIS

Ruggero Savaris nasce a Cortina nel 1947, trascorre la sua carriera con la maglia degli scoiattoli (Cortina hockey) con cui riesce a conquistare diversi Campionati Italiani, scontrandosi con realtà affermate come Milano e Bolzano fino al 1981. Alla fine della sua carriera da professionista può vantare anche diverse presenze con la maglia della nazionale Italiana. A quel punto, visto l'immenso amore per quello sport, decide di non abbandonarlo, ma di rimanere in campo, indossando un'altra divisa, da lì inizio la sua carriera da arbitro. Era il 1982 quando disse: *“Non appena terminai di giocare a hockey, alcuni membri che conoscevo della federazione, mi chiesero se volessi provare a cimentarmi nell'arbitraggio. Colsi la palla al balzo ed iniziai subito a dirigere qualche incontro tra i ragazzi. Poco a poco cominciai a farmi strada e così iniziò la mia carriera da arbitro”*.⁶⁵ Ha arbitrato nei campionati di hockey italiano, europeo e mondiale, inoltre ha rappresentato l'Italia come capo arbitro alle Olimpiadi di Lillehammer in Norvegia nel 1994. Nel 1956, durante le Olimpiadi Invernali a Cortina, visse l'exploit del piccolo paesino montano che da località ricercata per pochi divenne la Regine delle Dolomiti.

1. Cortina è pronta per le Olimpiadi del 2026?

Si, perché le strutture ci sono grazie ai mondiali del 2021, c'è da fare qualche accorgimento, l'unico vero problema è la viabilità ma purtroppo non dipende da Cortina ma dallo Stato Italiano, se lo Stato non coglie che l'autostrada potrebbe arrivare fino a Tai di Cadore e diminuire molto il traffico anche perché passerebbe in una valle che non decurta nulla, noi ampezzani non possiamo farci nulla. La ferrovia è una cosa inutile perché per essere al top dovresti riuscire a collegarti con l'alta velocità visto che oggi i regionali sono molto lenti e molte volte è quasi meglio utilizzare le corriere. Un altro aspetto importante su cui bisogna lavorare sono i parcheggi che oggi qui mancano. Sul fronte impianti siamo messi molto bene visto che il 95% è già pronto e con l'ultimo collegamento tra Cinque Torri e Tofana finalmente abbiano il Carosello delle Dolomiti.

⁶⁵ https://ricerca.gelocal.it/corrierealpi/archivio/corrierealpi/2018/12/31/belluno-savaris-una-vita-sul-ghiaccio-con-la-stecca-e-con-il-fischietto-29.html?ref=search&refresh_ce, 31/12/2018, 2/04/2020

2. Che emozione fa arbitrare un'Olimpiade? Che cosa si respira di diverso rispetto ad un altro evento?

Sono stato l'unico capo arbitro italiano ad arbitrare un Olimpiade, per me sono state veramente speciali quelli di Lillehammer 1994, eravamo tra i dieci migliori del mondo . E' come per un'atleta, il massimo raggiungibile, ho arbitrato tre partite di un livello altissimo. Devi sapere che ho arbitrato anche diversi mondiali e la differenza tra le due competizioni è tantissima. I mondiali sono molto più severi, senti di più la pressione mentre l'Olimpiade è più un gioco, c'è più sportività, ho riscontrato che è veramente la festa dello sport. I norvegesi ci hanno dato un insegnamento di vita durante tutte le Olimpiadi di Lillehammer, io sono rimasto per venticinque giorni dalla cerimonia di apertura fino a quella di chiusura, ancora oggi mi vengono i brividi, ho visto la staffetta maschile italiana vincere davanti a duecento mila persona contro i norvegesi seduto poco distante dal re di Norvegia, ho visto Alberto Tomba e purtroppo non ho visto Kristian (Ghedina) perché eravamo distanti. Un ricordo favoloso.

3. Lei aveva nove anni durante le prime Olimpiadi Invernali in Italia, cosa sono state quelle Olimpiadi per Cortina?

E' stato un boom impressionante, grazie alla fama data nel 1956 dopo le Olimpiadi. Ci sono stati moltissimi cittadini che comprarono la seconda casa a Cortina. Grazie alle regole d'Ampezzo il territorio è rimasto intatto e non è stato costruito ovunque. L'Olimpiade per me è stato l'incontro con il sport della mia vita, l'hockey. Quelle Olimpiadi hanno portato avanti per quaranta anni la Regina delle Dolomiti con la forza che si era creata. Ci furono degli atleti incredibili a quelle Olimpiadi come Toni Sailer che ancora oggi vanta il record di tre medaglie d'oro. Grazie alla prima diretta in eurovisione abbiamo potuto mostrare a tutti cosa era Cortina.

4. Come e che cosa cambiò a Cortina dopo quelle Olimpiadi Invernali?

E' cambiato il turismo dopo quelle Olimpiadi, precedentemente c'erano i signori di una volta invece post Olimpiade ci fu il boom delle seconde case con l'arrivo di una moltitudine di cittadini che provenivano dalle grandi città italiane.

5. Quali sono i punti di contatto tra le Olimpiadi del 2026 e quelle del 1956?

Un punto di contatto sicuramente è il territorio rimasto intatto per 70 anni grazie soprattutto alle Regole d'Ampezzo che hanno mantenuto la morfologia della conca senza sottomettersi a imprenditori edilizi che probabilmente avrebbero costruito fino alle piste da sci. Il prodotto Cortina è restato indelebile nel corso degli anni.

Il villaggio Olimpico sarebbe a Fiammes a differenza di quelle del 1956 che è un'ottima cosa per lasciare ai turisti le stanze alberghiere.

6. Quali sono gli aspetti principali economici e sociali delle Olimpiadi del 2026 a Cortina? Aspetti positivi e negativi?

Il problema maggiore saranno le strade, la viabilità e i parcheggi. La speranza è che il mercato alberghiero in cinque anni possa migliorare ampiamente. Gli impianti sono in ottima condizione infatti in vista del 2026 il 95% sono già efficienti, entro la fine dell'anno dovrebbe essere ultimato il collegamento tra Tofana e Cinque Torri ed essere pronto il carosello delle Dolomiti che diventerebbe il più grande comprensorio sciistico del mondo. Un tempo vigeva il campanilismo quindi ogni paese era chiuso tra sé e sé e non voleva aprirsi agli altri, invece il turismo grazie agli stranieri ha aiutato a togliere questi tabù e si è capito che l'unione fa la forza. Oggi stanno lavorando sul parterre a Ru merlo e sulla conclusione del Drusciè A. Ci sarebbe un progetto per collegare Tofana e Faloria però è molto complicato poiché ci sono le case in mezzo.

7. Come ne uscirà Cortina, dopo un evento di tale importanza?

Visto il salto fatto nel 1956 la speranza è quella di replicare l'ottimo risultato e migliorarlo se possibile, probabilmente queste Olimpiadi saranno un volano per tutti di minimo dieci anni, a partire dall'eredità degli impianti come potrebbe essere il nuovo Sliding Center. Questo impianto dovrebbe essere il punto di riferimento per tutta Italia e diventare il nuovo centro federale. Sarebbe una rampa di lancio poiché gli eventi che verrebbero svolti sarebbero tantissimi e ne risentirebbe in maniera positiva anche il turismo portando tantissimi appassionati oltre ad affittarlo alle altre nazioni per allenarsi. Cortina dovrebbe

specializzarsi come ha fatto Anterselva, costruendo pochi impianti ma eccellenti, in Trentino hanno costruito il miglior impianto di biathlon in Italia e tra i primi in Europa.

Bisogna lavorare bene perché c'è anche il rovescio della medaglia e in quel caso sarebbe una disgrazia per Cortina, bisogna lasciar lavorare gli imprenditori che hanno ottime idee.

C'è un'idea del comune di mettere in funzione il Trampolino Italia per far iniziare i ragazzini fin da piccoli, in Italia manca una vera e propria scuola, si pensa con qualche soldino delle Olimpiadi. Lo stadio verrà perfezionato anche in vista dei mondiali del curling.

Ne risentirà il turismo di tutta la valle non solo di Cortina

4.3 INTERVISTA: ELISABETTA DOTTO

Elisabetta Dotto, proprietaria del Ambra Cortina Luxury & Fashion Boutique Hotel a Cortina d'Ampezzo, ha mischiato sapientemente le carte dell'hotellerie, regalando una nuova dimensione al suo Hotel, ma soprattutto al suo modo di interpretarlo e farlo vivere ai propri ospiti. L'evento creato da lei stessa, "Tacco e Colbacco 12" ha fatto il giro del mondo fino ad arrivare alle più importanti fiere alberghiere del mondo. Personalità di spicco ha cercato di riportare Cortina al massimo del suo splendore, cercando di renderla viva durante tutto l'anno. Dell'Ambra Hotel dice: *"L'Ambra Cortina fashion Luxury & Boutique Hotel è la casa dove lavoro, vivo, ricevo ospiti e amici. È casa mia e mi rispecchia molto. L'unica differenza tra una casa privata e l'Ambra è che quest'ultimo è aperto al mondo. Quindi c'è tutto di me e ci sono anch'io ad aprire la porta"*.⁶⁶ È protagonista attiva nell'organizzazione degli eventi non solo quelli che si tengono nel suo Hotel come "Colbacco e Tacco 12" o "Kiss me at Midnight", il primo si svolge nella settimana che apre la stagione Invernale Ampezzana con la Cortina Fashion Week, mentre il secondo poco prima di Capodanno, ma anche con eventi promozionali per le Olimpiadi del 2026 o eventi di arte e cultura.

1- Qual è il suo rapporto con Cortina d'Ampezzo?

Sono incantata ogni volta che arrivò a Cortina in quanto non ci vivo stabilmente.

Dopo 16 anni mi devo ancora fermare a fare uno scatto di uno scorcio di sole o di nebbia di un angolo o dell'altro.

*Quando vado a sciare non riesco a godermi la sciarpa da quanto mi incanta la bellezza del luogo
Il mio rapporto con Cortina è quello del primo Amore non si scorda e non ci si disincanta questo per quanto riguarda il territorio.*

Con gli abitanti ho un ottimo rapporto di stima e rispetto guadagnato sul campo attraverso la dedizione al lavoro e la costanza, sono uno dei pochissimi alberghi aperti tutto l'anno ed ho iniziato per prima ad aprire la strada.

⁶⁶ <http://www.dellaclasse.com/2017/11/07/elisabetta-dotto-locandiera-fashion-cortina/>, 11/07/2017, 10/04/2020

2- Che momento stava vivendo il turismo a Cortina prima della pandemia? Riuscirà a recuperare il fascino e la forza che aveva raggiunto negli ultimi anni?

Cortina prima della pandemia viveva il momento più florido che stava vivendo il turismo mondiale che non conosceva segni di arresto dal 2010 con una costante crescita di presenze e di flussi turistici internazionali, con una finale dei mondiali concretamente organizzata si è trovata a dover chiudere gli impianti il 12 marzo con il conseguente svuotamento della vallata.

Un evento traumatico senza precedenti, che Cortina ha retto con tutta la professionalità la dignità ed il rigore tipico della gente di montagna.

Sono state sospese le gare ma la pista olimpica è rimasta illuminata per parecchie notti con gioia e malinconia di chi ha potuto ammirare una Tofana de Rozes innevata con un metro di neve fresca.

La beffa di questa pandemia è stata anche la condizione meteorologica ideale che raramente si avvera, temperature di gennaio, neve abbondante e fresca, sole e giornate lunghe di marzo con piste inesorabilmente chiuse.

Cortina non perde fascino nemmeno deserta anzi lo acquista e lo amplifica, Cortina come il resto d'Italia hanno portato in giro per il mondo l'immagine di una natura rispettata e meravigliosa. Sono certa, certissima che non solo Cortina ma tutti i paesi dopo la pandemia tenderanno a recuperare gli standard precedenti ma con un reset migliorativo e cioè un turismo più sostenibile. L'obiettivo non sarà più il numero ma la qualità e in questo Cortina era con il progetto della sostenibilità già protesa in questa direzione.

3- Quali sono gli aspetti principali economici e sociali delle Olimpiadi del 2026 a Cortina? Aspetti positivi e negativi?

Per quel che riguarda un operatore turistico alberghiero come me le Olimpiadi come traguardo e appuntamento a breve termine sono la garanzia migliore contro gli effetti del post Covid che indubbiamente creeranno nei mercati incertezza e rallentamento delle performance economiche.

4- Cortina dopo le nuove regole sociali imposte dalla Pandemia saprà reggere le Olimpiadi del 2026? Viabilità, alberghi e impianti sciistici?

Ancora meglio perché tutto il mondo si orienterà ad affluenze sostenibili e controllate

Non avevano forse bisogno gli stadi di essere regolamentati?

Non dimentichiamo che gli affollamenti non controllati sono un pericolo in sé.

Gli alberghi sono in piena ristrutturazione, la pandemia ha portato ad uno stop di affluenza e molti operatori ne hanno approfittato per chiudere e rinnovarsi.

5- Un evento di questa importanza potrà portare a superare la crisi post pandemica?

Mi auguro che la crisi post pandemica sia superabile in 6/9 mesi al massimo in 24 mesi e cioè di uscirne definitivamente e al più tardi nel 2023.

Chi lo sa ! Una cosa è certa da un sondaggio mondiale delle ricerche sui socials e su Google nel mondo l'Italia è risultata il "sogno " di viaggio più diffuso nel mondo e le persone al primo posto dei desideri hanno menzionato il viaggio.

Sono e voglio essere positiva sarà difficile rinunciare ai viaggi, diverso è chi per prudenza, malattie e disturbi in corso non si senta di viaggiare.

Il viaggio è oltre che un arricchimento personale è anche per molti uno status symbol.

Come ne uscirà?

Chi lo sa lo scopriremo solo vivendo ...

Possiamo comunque fare di tutto per uscirne al meglio come destinazione avendo le Olimpiadi alle porte.

6- Quali sono le opportunità, nel suo settore, che si potranno trovare dopo questa pandemia?

Purtroppo molti alberghi, spero pochi, da acquistare perché qualcuno non ce l'ha fatta, quindi l'espansione, la riduzione della concorrenza, la possibilità di intraprendere sinergie e coinvolgere attori della filiera turistica in una collaborazione complessiva per offrire al turista un pacchetto sicuro e completo.

La pandemia tocca tutti, aziende e privati di tutti i settori non ci saranno favoriti o sfavoriti, sarà necessario essere forti, positivi, uniti e umani e soprattutto spremere un po' meno un territorio stremato.

Ma questo non è certamente il caso di Cortina D'Ampezzo

4.4 INTERVISTA: FEDERICO CANER

Nato a Treviso l'8 novembre 1973, Federico Caner, è laureato in Scienze politiche a Padova e ha conseguito il master in gestione degli enti locali presso l'università Bocconi di Milano. Entrato nella Lega Nord-Liga veneta nel 1993, dal 1998 al 2008 è stato consigliere comunale a Treviso. È stato Presidente del Gruppo consiliare Liga Veneta-Lega Nord dal 2010 al 2015 e Segretario della Prima Commissione consiliare, Componente della Commissione per lo Statuto e il Regolamento e della Quinta Commissione consiliare in materia di politiche socio-sanitarie. Nominato il 29 Giugno 2015 Assessore della Regione del Veneto al Turismo, Commercio estero e internazionalizzazione, Attività Promozionali, Economia e Sviluppo Montano, Trasporti a fune, Programmazione Fondi FSC (fondo per lo sviluppo e la coesione), finalizzato alle aree sottoutilizzate della regione Veneto, Programmi FESR (fondo europeo di sviluppo regionale), focalizzato su innovazione e ricerca, agenda digitale, sostegno alle piccole-medie imprese ed economia a basse emissioni di carbonio. È un membro attivo in vista delle Olimpiadi del 2026 a Cortina d'Ampezzo.

1. Come cambieranno le abitudini del turista dopo la pandemia? L'Italia rimarrà comunque una delle mete più attrattive e blasonate nel mondo?

E' probabile che a seguito della pandemia nella domanda turistica si rafforzeranno alcuni comportamenti e fabbisogni che si erano già cominciati ad intravedere in conseguenza di altri fenomeni (es. cambiamenti climatici, attentati, etc.), ovvero una maggiore propensione per destinazioni eco sostenibili e, ma anche un'attenzione alla salute e alla sicurezza. L'Italia nel complesso ha un'immagine forte nel mondo che non viene scalfita dalla situazione che stiamo vivendo e che per altro questa volta, diversamente dal passato (crisi geopolitiche, prima epidemia SARS, Ebola, etc.), non è localizzata ma è globale. Anzi l'Italia ha gestito l'emergenza COVID-19 – pur con alcune contraddizioni – meglio di altri Paesi. Ma di una cosa sono certo, il Veneto continuerà ad essere tra le mete turistiche più ambite grazie alla ricchezza e pluralità della propria offerta che spazia dalle destinazioni balneari alle Dolomiti, dal Lago di Garda alle Terme e Colli Euganei, dalle grandi città d'arte – Venezia in primis - ai Parchi naturali. Inoltre abbiamo una marcia in più grazie alla capacità e dinamicità delle nostre imprese che come Regione Veneto continuiamo a sostenere.

2. Che momento stava vivendo il turismo a Cortina prima della pandemia? Riuscirà a recuperare il fascino e la forza che aveva raggiunto negli ultimi anni?

Cortina come tutte le nostre destinazioni turistiche sta vivendo un momento difficile: è stata una delle prime località turistiche colpite dalle conseguenze della pandemia, pensiamo all'annullamento delle finali della Coppa del Mondo di Sci di quest'anno, che dovevano essere un banco di prova per i Mondiali 2021. Ma proprio i Mondiali saranno l'occasione per riportarla alla ribalta internazionale in vista delle Olimpiadi Milano-Cortina 2026.

3. Quali sono gli aspetti principali economici e sociali delle Olimpiadi del 2026 a Cortina? Aspetti positivi e negativi?

I Grandi Eventi negli ultimi anni – dalle esposizioni universali alle Olimpiadi – hanno sempre rappresentato per chi li ospitati un elemento di difficile equilibrio nel rapporto tra costi e benefici, non solo economici, ma anche sociali ed ambientali. Spesso vi è un problema rispetto alla “legacy” e alla effettiva ricaduta di questi eventi. Questo è anche uno dei motivi per cui le candidature sono sempre così dibattute. Ma credo che questa volta la candidatura diffusa e la lunga preparazione non solo di Cortina ma di tutto il Veneto, della Lombardia e di tutti i territori coinvolti, facciano pendere la bilancia verso il lato di ricadute positive, come si evince anche dal dossier di candidatura. Saranno Olimpiadi sostenibili in tutti i sensi, dal punto di vista economico, sociale ed anche ambientale.

4. Cortina dopo le nuove regole sociali imposte dalla Pandemia saprà reggere le Olimpiadi del 2026? Viabilità, alberghi e impianti sciistici?

E' difficile prevedere oggi se queste regole dovranno valere anche da qui al 2026, mi auguro di no, perché vorrebbe dire vivere in un'emergenza senza fine. Questo però dipenderà da noi, dai nostri comportamenti quotidiani, bisogna porre maggiore attenzione all'ambiente e in generale alla sostenibilità: cambiamenti climatici e pandemie hanno origine anche da uno sfruttamento eccessivo delle risorse del nostro pianeta. E' necessario un cambio di paradigma che ci aiuti a trovare un equilibrio che eviti il ripetersi di fenomeni come quello che stiamo vivendo.

5. Un evento di questa importanza potrà portare a superare la crisi post pandemica? Come ne uscirà?

La crisi dovrà essere superata prima per consentirci di arrivare pronti a questo importante appuntamento. Da qui al 2026 sarà comunque necessario uno sforzo da parte di tutti – pubblico e privati - sia in termini di investimenti che di organizzazione della destinazione per arrivare preparati alla Olimpiadi. Come dicevo i Mondiali Cortina 2021 saranno già un buon banco di prova ma anche un trampolino di lancio.

6. Lei si aspetta un turista diverso tra 6 anni o sarà lo stesso del 2020?

Il turismo è uno dei fenomeni sociali, culturali ed economici che più di altri è influenzato ed influenza tutti i settori della società e dell'economia e anche per questo è in continuo divenire. Certo quello che stiamo vivendo è un cambiamento epocale che lascerà il segno. Di sicuro avremo un turista più responsabile e consapevole e per questo anche le destinazioni dovranno essere all'altezza della nuova domanda turistica.

4.5 INTERVISTA: GIANPIETRO GHEDINA

Gianpietro Ghedina nasce il 19 gennaio 1966 a Cortina d'Ampezzo. Laureato alla facoltà di scienze politiche Indirizzo politico economico presso l'Università di Padova. Iniziò la sua carriera come amministratore pubblico presso il comune di Cortina d'Ampezzo per poi diventare assessore allo Sport Cultura Pubblica e Istruzione dal 1998 al 2002, dal 2002 al 2007 divenne assessore al Bilancio Pubblica Istruzione Programmi Comunitari e Personali. Dal 2007 al 2012 divenne Consigliere Comunale di Minoranza e allo stesso tempo era Consigliere Comunitario presso Comunità Montana Valle del Boite, dal 2012 al 2016 rimase Consigliere Comunale di Minoranza e dal 11 giugno 2017 divenne sindaco di Cortina d'Ampezzo. Fa parte del Comitato Milano Cortina 2026 oltre ad essere stato una delle figure che ha spinto maggiormente per riportare le Olimpiadi a Cortina. Inoltre sta cercando di riportare tutti i grandi eventi sportivi a Cortina partendo dai Mondiali di sci del 2021.

1. Quali sono state le emozioni che ha provato il 24 giugno 2019 a Losanna quando è arrivata la candidatura a Cortina?

S: E' stata sicuramente un'emozione straordinaria, una di quelle emozioni che ti porti con te per tutta la vita. Era frutto di un grande lavoro, ma anche l'orgoglio di riportare a Cortina dopo 70 anni i Giochi Olimpici, visto che li abbiamo avuti nel 1956, c'era l'entusiasmo e la consapevolezza non ancora chiara di aver scritto la storia di Cortina, poiché le Olimpiadi sono l'evento sportivo più importante che esita con tutte le ricadute che l'evento avrà nel nostro territorio.

2. Se non ricordo male c'è stata una chiamata direttamente dal centro di Cortina con la gente del paese che aspettava con grande curiosità l'annuncio e lei l'ha annunciato in diretta.

S: Nella piazza tutto il paese si è riunito con gli assessori e due ex atleti che hanno partecipato alle Olimpiadi del '56, quando c'è stato l'annuncio avevamo organizzato un suono a festa delle campane del campanile, che non succede mai. Quindi da un lato la grande emozione di essere lì e viverla in prima persona, dall'altro uno avrebbe voluto viverla insieme al paese e alla propria gente, ma attraverso le immagini e le chiamate mi è stata trasmessa l'emozione.

3. Secondo lei, da cittadino di Cortina, cosa deve rimanere nella testa di un turista che è stato a Cortina, cosa lascia la Perla delle Dolomiti ad un turista?

S: Quello che desidero e desideriamo è ciò che è contenuto nel dossier olimpico, ovvero la sostenibilità, noi abbiamo aderito ad un progetto di Olimpiadi, un progetto che non travolgesse il nostro territorio, che mantenesse la straordinaria bellezza del nostro territorio e la natura al centro, però allo stesso tempo abbiamo voluto cavalcare l'onda dei grandi eventi come l'occasione di rammodernare i servizi della nostra località. Quindi il desiderio è quello di trovare una cittadina straordinaria per la bellezza che abbiamo la fortuna di avere, moderna per quanto riguarda l'offerta dei servizi sia turistici, che infrastrutture sportive e privati. C'è un sistema virtuoso che si è messo in atto, l'imprenditoria privata, in particolar modo per quanto riguarda gli alberghi, ci sono tante ristrutturazioni. Complessivamente la nostra città ha vissuto parzialmente sugli allori nel periodo seguente alle olimpiadi del 1956, per questo motivo, il seguente era il treno che dovevamo prendere per portare Cortina a competere con tutte le località invernali ed estive di montagna a livello internazionale. Siamo stati per un pò di anni un pò troppo nazionali italiani, Cortina deve ambire ad essere località internazionale.

4. Secondo lei quali sono i punti di contatto con le Olimpiadi di 70 anni fa e quelle che avverranno nel 2026?

S: Io spero e credo che possano far vivere dei momenti importanti di sport, per Milano è forse più un'occasione di business, invece per Cortina, che vive di neve e di ghiaccio per tutto l'anno sarà un momento importante sotto il profilo sportivo dato che noi lo abbiamo nel sangue.

5. Sicuramente l'emozione che si genererà nel paese, come 70 anni fa, data soprattutto dall'orgoglio e la passione dei cittadini che hanno aiutato nella creazione dell'evento in sé.

S: Noi stiamo recuperando molte immagini di quelle Olimpiadi e devo dire che ancora oggi vengono i brividi, da un certo punto di vista. Cortina ha avuto un pò la sua svolta grazie alle

Olimpiadi, quindi il ricordo di quel periodo deve aiutare a realizzarlo al meglio. Soprattutto ora è un'opportunità di ritornare ad essere la capitale dello sport come lo era allora.

6. Quali sono gli aspetti su cui Cortina dovrà lavorare maggiormente, per esempio la viabilità, gli alberghi, gli impianti sciistici?

S: Da sindaco posso dire che le Olimpiadi non solo un'occasione sportiva di avere una grande notorietà, ma sono anche l'occasione per sistemare alcune cose. Uno dei problemi più grossi è sicuramente la viabilità, un altro problema erano gli impianti di risalita, a cui stiamo lavorando, la ristrutturazione degli alberghi e in generale dei servizi che devono essere offerti al pubblico. Stiamo lavorando su questi quattro punti, molte cose sono state fatte, molte cose le faremo, con le Olimpiadi, grazie anche ai finanziamenti che arriveranno. Saremo a tutti gli effetti una città più moderna. Stiamo lavorando sui parcheggi, sulla viabilità del bypass, su un nuovo impianto con partenza dal centro e arrivo a Socrepes e Rumerlo e stiamo valutando alcune soluzioni e ipotesi per collegare due fronti.

T: Progetti ce ne sono tanti!

S: sì con la consapevolezza che questo treno dobbiamo sfruttarlo al massimo.

7. L'anno prossimo Cortina ospiterà i mondiali, un altro evento importantissimo, secondo lei la pandemia che ha colpito l'intero mondo sarà un problema o si riuscirà a superarla agevolmente per essere pronti a febbraio.

S: uno dei problemi che adesso stiamo affrontando è l'organizzazione dell'evento che deve anche tener conto di eventuali possibili ritorni della pandemia. Sono state fatte due ipotesi, una originaria e una più realistica che tiene conto di numeri minori per quanto riguarda per lo più il pubblico che arriva dall'estero e un ridimensionamento di alcune cose. Quindi ci stiamo lavorando su un doppio scenario cercando di essere il più elastici possibili verificando sull'autunno quello che potrà avvenire. Sicuramente un ridimensionamento dell'evento provocherebbe una riduzione del ticketing, quindi qualche milione di euro. C'è comunque la volontà da parte del Ministro della Regione e del Comune degli impiantisti di proporre un grande evento che sia anche il primo evento internazionale di rientro dopo la pandemia, quindi può avere un valore in più ed essere l'evento degli eventi.

8. Dopo aver analizzato attentamente il dossier olimpico, mi sono focalizzato su due punti, per i quali è stata data maggior importanza secondo me: quello della sostenibilità e quello della legacy, quindi l'eredità che verrà lasciata dopo il grande evento.

S: la sostenibilità sta nel progetto perché è un'olimpiade diversa che mette al centro i territori, un'olimpiade con due città, due regione più il Trentino Alto Adige, dove ogni regione mette le proprie eccellenze. Il trentino sarà utilizzato per il salto, si punterà su Milano perché ha i grandi contenitori dove si potrà fare attività sul ghiaccio e si viene a Cortina piuttosto che a Bormio per sciare, lo sbaglio di Torino è stato quello di aver fatto delle infrastrutture in territori che non avevano ne la storicità ne la possibilità successive di dargli seguito. Per quanto riguarda la legacy, è data sicuramente dal traino che verrà dato dalle Olimpiadi sia in termini di visibilità sia in termini d'opportunità che deriveranno dal territorio su finanziamenti che miglioreranno in generale i servizi e le infrastrutture. A Cortina verrà ristrutturata la pista di bob. Il CIO è molto attento a come vengono spesi i soldi, mette 900 milioni di euro per l'organizzazione dell'evento, quindi anche per la pista di bob abbiamo dovuto presentare un progetto che guarda avanti addirittura di 20 anni, cioè all'interno del finanziamento un fondo vincolato per gli eventuali ammanchi della gestione e perdite della pista, cosa che non avverrà perché stiamo lavorando su una soluzione all'avanguardia dove la pista di bob sarà utilizzata non solo nella stagione invernale ma potrà essere utilizzata anche nel periodo estivo, con un pareggio economico alla fine dell'anno, magari anche con qualche risultato positivo della struttura.

9. Anche perché l'obiettivo è che poi la pista diventi un polo a livello nazionale e internazionale.

S: prima della chiusura vennero fatte competizioni e allenanti in periodi di bassa stagione e questo consentirebbe anche agli alberghi di avere comunque un indotto. Ci sono delle località in Germania e in Austria che sono al completo perché ospitano le intere squadre, ma vivono per l'indotto che porta la pista, quindi sarebbe sicuramente un plus che riusciamo ad avere e proporre.

10. Una curiosità, il trampolino Italia ha un futuro davanti a sé?

S: ci auguriamo che arrivino le risorse per un intervento conservativo e sarà il biglietto da visita di Cortina, le dimensioni non permettono di fare un'attività come si deve, resterà un ricordo.

11. Cortina prima della pandemia e in generale negli ultimi anni era in ascesa continua, adesso questa crisi porterà sicuramente delle problematiche, lei pensa che nel breve tempo Cortina possa tornare a ripercorrere questo ascesa oppure le problematiche sono davvero importanti?

S: io sono certo che si riprenderà e che si stia già riprendendo, C'è già una stagione estiva interessante, a parte un luglio discreto, abbiamo un agosto che prevede il tutto esaurito. Mancano gli stranieri, soprattutto per gli hotel a 4 e 5 stelle, quindi adesso abbiamo circa un'80% di clientela italiana e un 15/20% di stranieri, ma appena si potrà tornare a viaggiare e volare torneremo ad un 50 e 50. Dagli indicatori che si hanno può essere che ci sia un effetto rimbalzo, effettivamente dopo un periodo in cui la gente ha viaggiato poco, c'è una fascia di clientela alla quale guardiamo che tenderà a viaggiare di più, quindi potrà esserci un beneficio. I segnali ci sono tutti perché con la prospettiva delle Olimpiadi del 2026 quasi settimanalmente arrivano diverse società che vedono nella montagna in generale e in particolare in Cortina, la località su cui investire.

4.6 INTERVISTA: KRISTIAN GHEDINA

Kristian Ghedina nasce a Cortina il 20 novembre 1969. Il “Ghedo” come viene chiamato da tutti è il più grande discesista italiano nella storia delle Coppa del Mondo di sci, superato per numero di vittoria nel 2019 da Dominik Paris. Ha collezionato 33 podi in Coppa del Mondo conditi da 12 vittorie, due argenti mondiali e un bronzo. Ha partecipato ha cinque edizioni dei Giochi Olimpici Invernali partendo da Albertville 1992 fino a Torino 2006. Dopo la sua carriera sciistica passò all’automobilismo nel 2007 dove partecipò a diversi Campionati. Per tutti gli amanti dello sport il ricordo più nitido associato a Kristian Ghedina fu la famosa spaccata a 137 km/h nell’ultimo salto della discesa libera di Kitzbuhel condito con una standing-ovation del pubblico austriaco, in quell’occasione il campione austriaco Markus Wasmeier disse “ *Quel che resterà di te sarà la spaccata in volo a Kitzbuhel, solo tu la potevi fare.* ”⁶⁷ Kristian Ghedina ha sempre cercato di riportare il grande sport nella Regina delle Dolomiti, molto spesso mettendosi lui in prima persona, ora infatti è ambasciatore dei mondiali 2021 e testimone delle Olimpiadi 2026.

1- Che cosa rende Cortina unica nel mondo?

Sicuramente la sua fama è data dal nome che si è creata nel mondo ma secondo me la cosa che la rende veramente speciale è la sua morfologia, nota come la conca ampezzana attraversata dal torrente Boite, Cortina è unica nel mondo. Sono stato in tantissimi paesi di montagna potendo gareggiare a livello mondiale nello sci e secondo me, sono di parte forse, Cortina è la migliore. Grazie alle Olimpiadi Invernali del 1956 è diventata glamour e oggi dire “vado a Cortina” equivale a dire “vado a Parigi”, nel corso degli anni è diventato un brand con un proprio prodotto. Grazie al 2021 e al 2026 Cortina dovrà tornare a caratterizzarsi nel mercato turistico e acquisire nuovamente la fama nel mondo.

2- Cosa significa per un’atleta rappresentare la propria nazione ad un evento come i Giochi Olimpici?

L’Olimpiade per ogni atleta è un sogno, molte volte è un punto d’arrivo, poter gareggiare per la propria nazione e rappresentarla a livello mondiale è un qualcosa di unico che spinge gli atleti al massimo della loro resistenza. Solo qualificarsi ed essere uno dei quattro atleti che gareggeranno in quella disciplina, la selezione è molto dura, lo rende di per sé

⁶⁷ Gazzetta dello sport, 24 gennaio 2004

speciale. Avere gli occhi di tutti gli appassionati e non addosso crea una pressione indescrivibile e sai che devi riuscire a dare il massimo in una pista in una manche. Vincere una medaglia olimpica è un sogno, io purtroppo tutte e cinque le volte non sono mai riuscito a portarla a casa. La mia ultima Olimpiade è stata a Torino nel 2006, poter gareggiare davanti a tutti quei tifosi a casa nostra è un'emozione che mi porterò per sempre dentro, purtroppo anche quella volta non feci una grande gara infatti arrivai ventunesimo, purtroppo per poter riuscire a vincere una medaglia Olimpica bisogna avere la fortuna di arrivare al cancelletto di partenza in perfetta forma fisica e mentale e avere anche una bella dose di fortuna.

- 3- Cortina dopo le nuove regole sociali imposte dalla Pandemia saprà reggere le Olimpiadi del 2026? Viabilità, alberghi e impianti sciistici?

Si le supererà, potrebbe sembrare che manchi ancora tanto tempo e ci sia a disposizione tutto il tempo necessario per poter prepararle al meglio invece non è così, le Olimpiadi sono domani. Appena ottenuta la candidatura, Armin Zoeggeler disse “Ora inizia la parte più tosta, è solo un punto di partenza, bisogna lavorare e lavorare”. Il Covid resterà nei libri di storia, però grazie a questo momento di stallo completo bisogna approfittarne e lavorare nei punti dolenti come la viabilità e i parcheggi dove Cortina è molto scarsa infine sui collegamenti tra impianti infatti se quello tra Tofana e Cinque Torri sarà pronto a Dicembre (2020), per quello tra Tofana e Faloria bisognerà attendere ancora. Se Cortina non si farà trovare pronta per questo evento le Olimpiadi potrebbero perdere tutto il suo fascino e questo evento potrebbe diventare un boomerang negativo per lei.

- 4- Su quali aspetti Cortina dovrà lavorare maggiormente nei prossimi 6 anni per farsi trovare pronta ad un evento di tale importanza?

Strutture alberghiere, viabilità, parcheggi e da rinnovare le strutture che moltissime sono degli anni '80 e '90. Per essere pronti ad ospitare tutta la gente che arriverà bisogna lavorare sul collegamento stradale che oggi crea diversi problemi ai cittadini e ai turisti, creare dei nuovi parcheggi anche sotterranei proprio perché molte volte il traffico si crea poiché le persone non sanno dove parcheggiare. Lavorare sugli impianti sarà essenziale, in vista di Cortina 2021 sono già stati migliorati e resi più efficienti diversi collegamenti come la nuova cabinovia Freccia nel cielo e qualche impianto di risalita, a dicembre dovrebbe essere ultimato il collegamento tra le Cinque Torri e la Tofana e infine quello tra Faloria e Tofana. Il Carosello delle Dolomiti che collegherebbe Cortina con la Badia sarebbe l'apice per tutti gli appassionati di sci inoltre farebbe diventare questo comprensorio il più grande del mondo per lunghezza delle piste.

- 5- Un evento di questa importanza potrà portare a superare la crisi post pandemica? Come ne uscirà?

Sarà necessario riguadagnare la fiducia che stava perdendo ultimamente dovuto soprattutto alle poche accortezze avute, tanta gente se ne è andata e va assolutamente riportata. Per far sì che questo evento possa essere unico e perfetto ci sarà bisogno dell'aiuto dello Stato, del Comitato Olimpico ma soprattutto dei fondi dei privati e delle associazioni. Soprattutto lavorando sodo oggi che sembra mancare un'infinità di tempo, i risultati saranno brillanti nel futuro. Per riportare Cortina al suo splendore bisogna perfezionare il prodotto che poi viene venduto, non può esserci un gran prodotto se poi non ci sono i servizi sotto come i collegamenti, gli impianti belli o gli alberghi nuovi. Negli ultimi anni sono state fatte delle ottime campagne di marketing per vendere il prodotto "Cortina" ma mancavano i servizi essenziali. Una cosa fondamentale in vista del 2026 sarà quella di lavorare sul target di persone che si vorranno portare a Cortina poiché se il segmento selezionato sarà quello dei signori più anziani a cui piace una vacanza tranquilla bisognerà seguire una strada invece se il target saranno i ragazzi giovani invece bisognerà seguire tutt'altra via andando a lavorare sui bar e sulla vita notturna che oggi manca moltissimo.

- 6- Che ricordi hai del salto che ti ha reso immortale nella storia dello sci sulla Streif a Kitzbuehel?
Che emozione fa avere un salto con il proprio nome nella storica Tofana?

Nacque per una scommessa con mio cugino prima della gara, alla fine ebbe più popolarità di ogni cosa nel mondo dello sci. Fu un gesto che inizialmente non doveva avere tutto questo successo invece. Tanti oggi si ricordano di me per quella spaccata in volo invece che per le numerose vittorie ottenute nella mia carriera ma è anche bello così, fui il primo italiano a vincere lì, in una pista unica nel suo genere che comprende tecnica e velocità, il tempio per noi sciatori, ecco vincere lì può tranquillamente equipararsi a una vittoria olimpica secondo me. La pressione che si genera nel parterre, la pressione dei giornali austriaci e delle sessanta mila persona giù al traguardo, Kitz è unica. Tanti campioni come Feuz o il grande Bode Miller non sono mai riusciti a vincere lì eppure hanno vinto tutto il resto, quando sei al cancelletto di partenza ti sale l'adrenalina e poi giù a fare la storia.

Per quanto riguarda il salto con il mio nome sulla Tofana è emozionante si però dispiace che quella pista sarà utilizzata solo per i Campionati del Mondo e non diventerà una pista ufficiale, quando decisero di assegnare il mio nome ad un salto del genere eravamo a fare un sopralluogo nella pista stessa e mi chiesero "Ghedo ma se facessimo un salto con il tuo nome?" ed io dissi "non importa che nome mettete nel salto se Ghedo, Kristian o Ghedina l'importante è che si salti almeno 60 metri". Alla fine fu scelto un posto veramente tosto per il salto Ghedina, in curva con una gran pendenza e ovviamente con più di 60 metri di volo.

4.7 ANALISI DELLE INTERVISTE

Una volta completata la fase di raccolta dati si può passare alla fase di analisi degli stessi. Tutti e cinque gli intervistati hanno mantenuto una linea ben definita di ottimismo in vista delle Olimpiadi del 2026.

Ognuno si è concentrato sulla materia che più lo riguardava, infatti l'imprenditrice alberghiera Elisabetta Dotto ha dimostrato grande fiducia in vista delle Olimpiadi, pensando alla mole di turisti che potrebbe portare un evento di tali dimensioni. *“Sono certa, certissima che non solo Cortina ma tutti i paesi dopo la pandemia tenderanno a recuperare gli standard precedenti ma con un reset migliorativo e cioè un turismo più sostenibile. L'obiettivo non sarà più il numero ma la qualità e in questo Cortina era con il progetto della sostenibilità già protesa in questa direzione”* (E.D.). Fiducia davvero necessaria, visto il difficile momento che stanno passando gli albergatori di tutta Italia.

Il campione di sci Kristian Ghedina invece ha espresso grande gioia e speranza per la definitiva ascesa di Cortina nell'Olimpo delle destinazioni sciistiche anche attraverso un'efficiente campagna di marketing. *“Per riportare Cortina al suo splendore bisogna perfezionare il prodotto che poi viene venduto, non può esserci un gran prodotto se poi non ci sono i servizi sotto come i collegamenti, gli impianti belli o gli alberghi nuovi. Negli ultimi anni sono state fatte delle ottime campagne di marketing per vendere il prodotto “Cortina”, ma mancavano i servizi essenziali”* (K.G.).

L'ex campione italiano e arbitro Ruggero Savaris invece ha colto l'occasione per ricordare con gioia i Giochi di Lillehammer del 1994, quando partecipò in prima persona: per ogni amante dello sport le Olimpiadi sono il più grande traguardo raggiungibile, quindi poterle vivere nella propria città natale è certo una grande emozione. *“È come per un'atleta, il massimo raggiungibile, ho arbitrato tre partite di un livello altissimo. Devi sapere che ho arbitrato anche diversi mondiali e la differenza tra le due competizioni è tantissima. I mondiali sono molto più severi, senti di più la pressione mentre l'Olimpiade è più un gioco, c'è più sportività, ho riscontrato che è veramente la festa dello sport. I norvegesi ci hanno dato un insegnamento di vita durante tutte le Olimpiadi di Lillehammer, io sono rimasto per venticinque giorni dalla cerimonia di apertura fino a quella di chiusura, ancora oggi mi vengono i brividi”, “Quelle Olimpiadi hanno portato avanti per quaranta anni la Regina delle Dolomiti con la forza che si era creata. Ci furono degli atleti incredibili a quelle Olimpiadi, come Toni Sailer che ancora oggi vanta il record di tre medaglie d'oro. Grazie alla prima diretta in eurovisione abbiamo potuto mostrare a tutti cosa era Cortina”* (R.S.).

L'assessore al turismo Federico Caner vede le Olimpiadi come la conclusione di un progetto che va avanti da molti anni e che vedrà la propria realizzazione appunto nel febbraio 2026. Ha posto molta attenzione sulla bilancia generata dai costi e dai benefici, sottolineando l'importanza del tema della

legacy olimpica e del post Olimpiadi. *“Hanno sempre rappresentato per chi li ha ospitati un elemento di difficile equilibrio nel rapporto tra costi e benefici, non solo economici, ma anche sociali ed ambientali. Spesso vi è un problema rispetto alla “legacy” e alla effettiva ricaduta di questi eventi. Questo è anche uno dei motivi per cui le candidature sono sempre così dibattute. Ma credo che questa volta la candidatura diffusa e la lunga preparazione non solo di Cortina ma di tutto il Veneto, della Lombardia e di tutti i territori coinvolti facciano pendere la bilancia verso il lato di ricadute positive, come si evince anche dal dossier di candidatura. Saranno Olimpiadi sostenibili in tutti i sensi, dal punto di vista economico, sociale ed anche ambientale” (F.C.).*

Mentre il sindaco Gianpietro Ghedina racconta come l'emozione e la gioia provate quel 24 giugno a Losanna per aver riportato i cinque cerchi a Cortina siano indescrivibili, ma soprattutto siano la conclusione di un progetto, avviato diversi anni prima in collaborazione con il CONI e le regioni ospitanti. *“È stata sicuramente un'emozione straordinaria, una di quelle emozioni che ti porti con te per tutta la vita. Era frutto di un grande lavoro, ma anche l'orgoglio di riportare a Cortina dopo 70 anni i Giochi Olimpici, visto che li abbiamo avuti nel 1956. C'era l'entusiasmo e la consapevolezza non ancora chiara di aver scritto la storia di Cortina, poiché le Olimpiadi sono l'evento sportivo più importante che esita con tutte le ricadute che l'evento avrà nel nostro territorio” (G.G.).*

Nella prima parte dell'intervista inoltre il primo cittadino di Cortina racconta di come le Olimpiadi del 1956 siano state la rampa di lancio per la Cortina che vediamo oggi e che quelle che verranno dovranno essere la definitiva consacrazione del paese Ampezzano. *“Noi stiamo recuperando molte immagini di quelle Olimpiadi e devo dire che ancora oggi vengono i brividi, da un certo punto di vista. Cortina ha avuto un po' la sua svolta grazie alle Olimpiadi, quindi il ricordo di quel periodo deve aiutare a realizzarlo al meglio. Soprattutto ora è un'opportunità di ritornare ad essere la capitale dello sport come lo era allora” (G.G.).*

Nella parte conclusiva dell'intervista il sindaco ribadisce come i due pilastri delle Olimpiadi del 2026 saranno la sostenibilità e la legacy. Al centro del progetto ci saranno i territori che ospiteranno le discipline, come il Trentino, il Veneto e la Lombardia. Mentre, in riferimento alla legacy, quindi all'eredità che sarà lasciata da un evento di tale importanza, spiega che tutto ciò che sarà costruito avrà un futuro dopo le Olimpiadi, con progetti all'avanguardia, come l'utilizzo della pista di bob anche nei mesi estivi. *“La sostenibilità sta nel progetto perché è un'olimpiade diversa che mette al centro i territori, un'olimpiade con due città, due regioni più il Trentino Alto Adige, dove ogni regione mette le proprie eccellenze. Il trentino sarà utilizzato per il salto, si punterà su Milano perché ha i grandi contenitori dove si potrà fare attività sul ghiaccio e si viene a Cortina piuttosto che a Bormio per sciare, lo sbaglio di Torino è stato quello di aver fatto delle infrastrutture in territori che non avevano né la storicità né la possibilità successive di dargli seguito. Per quanto riguarda la legacy,*

è data sicuramente dal traino che verrà dato dalle Olimpiadi sia in termini di visibilità sia in termini d'opportunità, che deriveranno dal territorio su finanziamenti che miglioreranno in generale i servizi e le infrastrutture. A Cortina verrà ristrutturata la pista di bob. Il CIO è molto attento a come vengono spesi i soldi, mette 900 milioni di euro per l'organizzazione dell'evento, quindi anche per la pista di bob abbiamo dovuto presentare un progetto che guarda avanti addirittura di 20 anni, cioè all'interno del finanziamento un fondo vincolato per gli eventuali ammanchi della gestione e perdite della pista, cosa che non avverrà perché stiamo lavorando su una soluzione all'avanguardia dove la pista di bob sarà utilizzata non solo nella stagione invernale ma potrà essere utilizzata anche nel periodo estivo, con un pareggio economico alla fine dell'anno, magari anche con qualche risultato positivo della struttura" (G.G.).

Purtroppo un argomento che si è dovuto affrontare a causa del periodo è stato il Covid, la pandemia che ha bloccato il mondo. La speranza nelle parole di tutti è quella che il peggio sia alle spalle e che ciò che è stato sarà un insegnamento per i comportamenti futuri. Elisabetta Dotto ha espresso anche preoccupazione, dal momento che è parte attiva di un settore che è stato colpito da una crisi senza precedenti. *"Cortina prima della pandemia viveva il momento più florido che stava vivendo il turismo mondiale che non conosceva segni di arresto dal 2010 con una costante crescita di presenze e di flussi turistici internazionali, con una finale dei mondiali concretamente organizzata si è trovata a dover chiudere gli impianti il 12 marzo con il conseguente svuotamento della vallata. Un evento traumatico senza precedenti, che Cortina ha retto con tutta la professionalità la dignità ed il rigore tipico della gente di montagna" (E.D.).* Tuttavia nelle sue parole di imprenditrice ci sono ottimismo e speranza nel fatto che tutto ciò sarà di insegnamento per le generazioni future, ma il punto fondamentale che sottolinea è che l'Italia resterà sempre una delle mete più cercate al mondo grazie al suo fascino. Anche l'Assessore al turismo Caner ha ribadito che il Veneto rimane, anche post Covid, una delle destinazioni più amate dai turisti grazie anche alle Dolomiti, alla storia e alle colline del Prosecco. *"Ma di una cosa sono certo, il Veneto continuerà ad essere tra le mete turistiche più ambite grazie alla ricchezza e pluralità della propria offerta, che spazia dalle destinazioni balneari alle Dolomiti, dal Lago di Garda alle Terme e Colli Euganei, dalle grandi città d'arte – Venezia in primis - ai Parchi naturali. Inoltre abbiamo una marcia in più grazie alla capacità e dinamicità delle nostre imprese che come Regione Veneto continuiamo a sostenere" (F.C.).* Kristian Ghedina ha sottolineato che il Covid è stato un grosso problema organizzativo, infatti, sono state cancellate tante gare di Coppa del Mondo e soprattutto le finali, che sarebbero state un banco di prova per Cortina in vista dei mondiali dell'anno prossimo. La visione del Sindaco Gianpietro Ghedina è concentrata sul presente e sui mondiali del 2021, infatti, spiega come siano state studiate diverse ipotesi nel caso la

pandemia fosse ancora presente a febbraio 2021. Tuttavia sarebbero comunque previste grosse perdite economiche causate dai mancati introiti del ticketing e un ridimensionamento dell'evento che andrebbe a cancellare numerose attività ed eventi di marketing e sponsorizzazioni. *“Sono state fatte due ipotesi, una originaria e una più realistica che tiene conto di numeri minori per quanto riguarda per lo più il pubblico che arriva dall'estero e un ridimensionamento di alcune cose. Quindi stiamo lavorando su un doppio scenario cercando di essere il più elastici possibile verificando sull'autunno quello che potrà avvenire. Sicuramente un ridimensionamento dell'evento provocherebbe una riduzione del ticketing, quindi qualche milione di euro. C'è comunque la volontà da parte del Ministro della Regione e del Comune degli impiantisti di proporre un grande evento che sia anche il primo evento internazionale di rientro dopo la pandemia, quindi può avere un valore in più ed essere l'evento degli eventi”* (G.G.).

Il file rouge che accomuna tutti i soggetti intervistati è l'amore per Cortina d'Ampezzo, infatti ognuno la vede come qualcosa di speciale nel proprio cuore, chi perché c'è nato, come Kristian Ghedina, Ruggero Savaris o Gianpietro Ghedina, *“Sicuramente la sua fama è data dal nome che si è creata nel mondo, ma secondo me la cosa che la rende veramente speciale è la sua morfologia, nota come la conca ampezzana attraversata dal torrente Boite, Cortina è unica nel mondo”*(K.G.) chi perché ci si è affezionato, come Elisabetta Dotto *“Sono incantata ogni volta che arrivò a Cortina in quanto non ci vivo stabilmente”*(E.D.), o chi, come Federico Caner, perché la ritiene unica nel suo genere. Tutti pensano alle Olimpiadi come a un evento che permetterà a Cortina di fare il definitivo salto per raggiungere il livello delle destinazioni più blasonate. Per arrivare a questo, però, sarà necessario che tutto funzioni al meglio. In particolare i due punti dolenti potrebbero essere la gestione del traffico e i parcheggi mancanti, che rischierebbero di far diventare le Olimpiadi del 2026 un fallimento totale, se non venissero curati a dovere.

Si è potuto notare come tra gli aspetti negativi tutte le persone intervistate si soffermano su questi due aspetti. Il primo legato alla responsabilità di Anas, finora che non è riuscita a trovare una soluzione per diminuire il traffico in direzione dell'Austria, infatti numerosissimi tir ogni giorno passano per Cortina per raggiungere il confine. *“Il problema maggiore saranno le strade, la viabilità e i parcheggi. La speranza è che il mercato alberghiero in cinque anni possa migliorare ampiamente. Gli impianti sono in ottima condizione infatti in vista del 2026 il 95% sono già efficienti. Entro la fine dell'anno dovrebbe essere ultimato il collegamento tra Tofana e Cinque Torri ed essere pronto il carosello delle Dolomiti che diventerebbe il più grande comprensorio sciistico del mondo.”* (R.S.)

“Questo però dipenderà da noi, dai nostri comportamenti quotidiani, bisogna porre maggiore attenzione all’ambiente e in generale alla sostenibilità: cambiamenti climatici e pandemie hanno origine anche da uno sfruttamento eccessivo delle risorse del nostro pianeta. È necessario un cambio di paradigma che ci aiuti a trovare un equilibrio che eviti il ripetersi di fenomeni come quello che stiamo vivendo” (F.C.).

“Per quel che riguarda un operatore turistico alberghiero come me le Olimpiadi come traguardo e appuntamento a breve termine sono la garanzia migliore contro gli effetti del post Covid che indubbiamente creeranno nei mercati incertezza e rallentamento delle performance economiche” (E.D.).

“Strutture alberghiere, viabilità, parcheggi e da rinnovare le strutture, perché moltissime sono degli anni '80 e '90. Per essere pronti ad ospitare tutta la gente che arriverà bisogna lavorare sul collegamento stradale, che oggi crea diversi problemi ai cittadini e ai turisti, creare dei nuovi parcheggi anche sotterranei proprio perché molte volte il traffico si crea poiché le persone non sanno dove parcheggiare. Lavorare sugli impianti sarà essenziale, in vista di Cortina 2021 sono già stati migliorati e resi più efficienti diversi collegamenti come la nuova cabinovia Freccia nel cielo e qualche impianto di risalita, a dicembre dovrebbe essere ultimato il collegamento tra le Cinque Torri e la Tofana e infine quello tra Faloria e Tofana. Il Carosello delle Dolomiti che collegherebbe Cortina con la Badia sarebbe l’apice per tutti gli appassionati di sci inoltre farebbe diventare questo comprensorio il più grande del mondo per lunghezza delle piste” (K.G.).

Il sindaco Ghedina ha sottolineato come ci siano diversi progetti per ridurre il problema del traffico, grazie a by-pass o a una galleria, che permetterebbero di evitare il centro di Cortina ormai costantemente oppresso dall’inquinamento. *Uno dei problemi più grossi è sicuramente la viabilità, un altro problema erano gli impianti di risalita, a cui stiamo lavorando, la ristrutturazione degli alberghi e in generale dei servizi che devono essere offerti al pubblico. Stiamo lavorando su questi quattro punti, molte cose sono state fatte, molte cose le faremo con le Olimpiadi, grazie anche ai finanziamenti che arriveranno. Saremo a tutti gli effetti una città più moderna. Stiamo lavorando sui parcheggi, sulla viabilità del bypass, su un nuovo impianto con partenza dal centro e arrivo a Socrepes e Rumerlo e stiamo valutando alcune soluzioni e ipotesi per collegare due fronti” (G.G.).*

Una questione che avrebbe potuto costituire un ulteriore problema è legata all’età degli edifici adibiti alla ricettività turistica. Tuttavia si può dire superato, poiché, approfittando della chiusura causata dalla pandemia, moltissimi imprenditori alberghieri hanno potuto intervenire e restaurare i propri hotel. Questo era necessario in vista delle Olimpiadi del 2026 poiché molti edifici risalivano agli anni '70 e '80. La stessa Elisabetta Dotto ha deciso di rinnovare il proprio hotel, per essere pronta per

la domanda turistica dell'estate 2020. *“Gli alberghi sono in piena ristrutturazione, la pandemia ha portato ad uno stop di affluenza e molti operatori ne hanno approfittato per chiudere e rinnovarsi” (E.D.).*

L'importanza del rimodernamento è stata sottolineata anche dall'Assessore Caner, che ha indicato nelle Dolomiti una meta sicura, dove grazie agli ampi spazi aperti la distanza di sicurezza non rappresenta un problema. Il sindaco sottolinea come grazie ai fondi del CIO e a quelli dei privati il treno delle Olimpiadi potrà essere una rampa di lancio per poter dare a Cortina definitivamente un'immagine internazionale. *“Sì con la consapevolezza che questo treno dobbiamo sfruttarlo al massimo” (G.G.).*

Un aspetto fondamentale che tutti i testimoni rimarcano è che, a differenza delle Olimpiadi del 2006 a Torino, tutto ciò che sarà fatto avrà piena funzionalità anche dopo i Giochi Olimpici del 2026. *“Lo sbaglio di Torino è stato quello di aver fatto delle infrastrutture in territori che non avevano nè la storicità nè la possibilità successive di dargli seguito” (G.G.)* L'assessore Caner sottolinea come il concetto di legacy ed eredità Olimpica sia stato uno dei punti cardine del dossier Olimpico, che lascerà diverse strutture all'avanguardia per gli anni a venire.

Il cortinese Savaris vede un futuro roseo per gli impianti che saranno utilizzati per l'evento e che faranno diventare Cortina un polo di livello internazionale. *“A partire dall'eredità degli impianti come potrebbe essere il nuovo Sliding Center. Questo impianto dovrebbe essere il punto di riferimento per tutta Italia e diventare il nuovo centro federale. Sarebbe una rampa di lancio poiché gli eventi che verrebbero svolti sarebbero tantissimi e ne risentirebbe in maniera positiva anche il turismo, portando tantissimi appassionati oltre ad affittarlo alle altre nazioni per allenarsi[...]” (R.S.).* Il sindaco Ghedina concorda con i pensieri degli altri intervistati sulla questione dell'eredità Olimpica e rimarca il discorso sottolineando che la pista di bob sarà utilizzabile 365 giorni all'anno sia d'estate sia d'inverno, permettendo di eliminare i cosiddetti “mesi morti” dal calendario. *“Prima della chiusura vennero fatte competizioni e allenamenti in periodi di bassa stagione e questo consentirebbe anche agli alberghi di avere comunque un indotto” (G.G.).*

Un altro fattore importante è rappresentato dagli investimenti fatti per rendere Cortina pronta per l'evento, dai collegamenti con Arabba e i quattro passi (Carosello delle Dolomiti), ai nuovi impianti di risalita come la funivia dal centro del paese, allo storico progetto che collegherebbe i due comprensori Ampezzani: la Tofana e il Faloria. Tutti questi progetti sono stati realizzati grazie ai fondi che stanno arrivando nella Perla delle Dolomiti, non sarebbero mai stati possibili, se alle porte non ci fosse stato un evento di tale importanza.

Il sindaco Ampezzano ha concluso la sua intervista affermando che è fiducioso del successo dell'evento *“I segnali ci sono tutti, perché con la prospettiva delle Olimpiadi del 2026, quasi settimanalmente arrivano diverse società che vedono nella montagna in generale e in particolare in Cortina la località su cui investire”* (G.G.).

CONCLUSIONE

Partendo da una prima sezione dell'elaborato si è cercato di definire come variano le differenti strategie di marketing all'interno di differenti eventi sportivi. È stato approfondito il modo con cui determinati brand si interfacciano con il consumatore finale e come nel corso degli anni i CMO (Chief marketing Officer) delle aziende abbiano cercato di emozionare attraverso uno spot piuttosto che focalizzarsi sulla presentazione del prodotto. Ad esempio è evidente come, durante un periodo complicato quale quello della pandemia globale, marchi come Nike, Axa, Star e Vodafone abbiano cercato di adattare al contesto le proprie campagne orientandosi su aspetti della nuova vita quotidiana creata dal Covid-19. Barilla si è distinta per l'attenzione dedicata a differenziare i contenuti in base ai canali e si è basata soprattutto su un messaggio di ringraziamento nei confronti di chi è stato in prima linea nell'emergenza. Quest'ultima caratteristica si può ritrovare anche nello spot di Esselunga, così come nelle comunicazioni pubblicitarie di altri brand della GDO, tutte con l'obiettivo di celebrare i nuovi eroi dei giorni nostri: medici e infermieri che sono stati impegnati nella lotta contro l'epidemia, spesso a costo della propria vita.

Tutto ciò si riscontra anche nelle pubblicità dei grandi eventi sportivi, come ad esempio gli spot del Giro d'Italia, in cui vengono celebrate le tradizioni italiane quali la cucina, la moda, l'arte e la musica con la partecipazione di Peter Sagan ma il riferimento esplicito al Giro sembra quasi marginale.

Il secondo capitolo spiega quanto importanti siano state le Olimpiadi Invernali del 1956 per Cortina d'Ampezzo e per l'Italia, che ha dimostrato a tutto il mondo la sua forza e la sua efficienza. Sono stati analizzati i luoghi olimpici e l'impatto sociale che ha lasciato un evento così importante. Il turismo da quel momento è diventato una delle entrate più rilevanti per il paese sia in inverno, per gli appassionati di sci, sia in estate, per gli amanti della montagna. Inoltre è aumentato il valore dell'area e moltissimi cittadini hanno visto in Cortina un luogo su cui investire e costruire le seconde case. La bellezza e unicità del luogo sono rimaste intatte fino ad oggi grazie soprattutto alle *Regole d'Ampezzo*, che controllano e proteggono i luoghi della conca ampezzana, che sono definiti dalle stesse un patrimonio naturale, culturale ed economico.

Nel terzo capitolo sono state analizzate in tutti i loro aspetti le Olimpiadi Invernali Milano-Cortina del 2026, dalla progettazione dei Giochi, alla sostenibilità e legacy, fino a come verranno realizzati. Avranno inizio il 6 febbraio con la cerimonia di apertura allo stadio San Siro a Milano e si chiuderanno il 22 febbraio con la cerimonia di chiusura all'Arena di Verona. I punti cardine saranno

la sostenibilità e l'eredità delle infrastrutture e dei servizi, che rimarranno alle città coinvolte, cercando di non commettere gli stessi errori che sono stati fatti nel 2006 a Torino.

Gli interventi che verranno realizzati a Cortina saranno fondamentali per il perfetto svolgimento dei Giochi Olimpici, sia quelli per la viabilità sia quelli per i turisti, la costruzione di strade secondarie, per evitare il sovraffollamento di traffico nel centro del paese, o il bypass potrebbero essere la soluzione a molti problemi odierni. I parcheggi, la modernizzazione degli hotel e l'innovazione degli impianti di risalita saranno dei punti forti della Cortina futura. Nel corso dei prossimi anni sarà fondamentale non abusare della valle ampezzana, le abitazioni dovranno essere costruite in zone non a rischio e sarà importante evitare il disboscamento delle zone boschive che rivestono le Dolomiti, questi sono le principali barriere in caso di frane o valanghe.

Tutto ciò che è stato scritto precedentemente è stato analizzato all'interno delle interviste ai personaggi, che sono stati ritenuti rilevanti in vista dell'evento del 2026. Tutti e cinque gli intervistati hanno sottolineato come i Giochi Olimpici Invernali risultino essere un momento fondamentale per rinnovare la Perla delle Dolomiti e soprattutto come possano essere una rampa di lancio per entrare nell'élite delle città Olimpiche. È stato analizzato come i benefici potranno essere enormemente maggiori rispetto agli aspetti negativi ma necessiteranno d'impegno e lavoro fin dai primi giorni della candidatura. Nelle parole dei testimoni si può notare come gli aspetti su cui bisognerà lavorare maggiormente sono la viabilità e i parcheggi, aspetti che, se tralasciati, possono trasformare l'opportunità offerta dai Giochi in un peso difficile da sopportare per Cortina.

Tutti gli ampezzani hanno bene in mente le emozioni che sono state generate durante le Olimpiadi del 1956: le discese nelle Tofane o il salto dal Trampolino Italia visti dal vivo o riportati dai racconti di chi c'era. Quei Giochi Olimpici sono stati particolari e speciali per Cortina come notiamo dalle parole di Ruggero Savaris, che li ha vissuti direttamente. Il sindaco Gianpietro Ghedina racconta come quelle Olimpiadi devono essere motivo d'orgoglio e un ricordo ben nitido nella mente delle persone perché lo spirito degli italiani dovrà essere uguale. L'albergatrice Elisabetta Dotto vede nelle Olimpiadi un'occasione per poter mostrare a tutti la bellezza di Cortina, visto che la mole di turisti e appassionati di sport che arriverà in quelle settimane sarà qualcosa di straordinario. Un test molto importante, come fa notare il campione Kristian Ghedina, saranno i mondiali di sci del 2021 vista la quantità di spettatori che arriverà in paese per assistere alla manifestazione di sci più importante dell'anno, Covid permettendo.

La pandemia che ha creato diversi problemi alla stessa Cortina, la quale stava vivendo uno dei migliori periodi della sua storia, dalle parole del sindaco Ghedina, dell'imprenditrice Elisabetta Dotto

e dell'assessore Caner sembra non abbia creato un problema insormontabile ma un'opportunità per migliorare e per far capire a tutti quanto importanti siano le Dolomiti.

Come si può notare sarà un tema messo in primo piano dagli organizzatori nei prossimi anni, dalla pista di bob, agli impianti fino alla viabilità che dovrà essere un punto di partenza per il futuro.

In conclusione l'aspetto fondamentale presente nelle risposte di tutte le persone intervistate è la legacy, tema fondamentale dato che nelle edizioni precedenti dei giochi Olimpici spesso le infrastrutture sono state lasciate a se stesse e l'investimento iniziale è risultato alla fine una grave perdita, non si vogliono commettere gli stessi errori che sono stati fatti a Torino nel 2006.

Bibliografia

- Agassi, A. (2011). *Open, la mia storia*. Torino: Casa editrice Giulio Einaudi.
- Anderson J., Narus J., (2005) *Business Market Management: Capire, creare, valore*, Milano: Etas;
- Arnoldo M., (2000). *Bondì Cortina*. Cortina: printe house Cortina.
- Alfredo, P. (2012). *Il romanzo delle Olimpiadi*. Milano: Casa editrice Mursia.
- Bertin G. (2011). *Consensus Method*. Milano: Franco Angeli.
- Bertin G., et al (2005). *Percorsi di ricerca sociale*. Roma: Carrocci.
- Bonapace U., (1968). *Lo sviluppo di Cortina d'Ampezzo dal 1918 al 1968*. Firenze : istituto geografico militare .
- Bonazzi M. (2011). Il calcio nelle dinamiche di consumo: le forme del marketing e la costruzione di un'identità condivisa. *Sociologia della comunicazione*, 193-214.
- Buffa F., et al (2018). *Nuove storie Mondiali*. Milano: SPERLING & KUPFER.
- Canova G., (2004). *Dreams. I sogni degli italiani in 50 anni di pubblicità televisiva*. Milano : Mondadori.
- Crainz G., (2005). *Storia del miracolo italiano. Culture, identità, trasformazioni fra anni cinquanta e sessanta*. Roma : Donzelli editore Seconda edizione.
- Colleen C., et al (2006). *Relationship Marketing in Sports: A Functional Approach*. West Virginia University.
- Corona G. (1956). *Olimpiadi invernali del 1956 e viabilità*. Firenze : tipografia della Camera dei Deputati.
- Cosenza Vincenzo, 2012. *Social Media ROI*, Apogeo, Milano.
- Costache R., et al (2018). *MARKETING IN SPORT AND RELATIONAL MARKETING IN SPORT*. National University of Physical Education and Sports of Bucharest.
- Cova B., Giordano A., Pallera M., (2011) *Marketing non convenzionale*, Milano, Il Sole 24 ore,
- Denzin N., et al (2000). *Handbook of Qualitative Research*. Sage Pubns, Subsequent edizione.
- Di Carlo G., (2000) *Internet Marketing*, Milano: Etas;
- Di Fraia G., a cura di., 2011. *Social Media Marketing. Manuale di Comunicazione 2.0*, Hoepli, Milano.
- DOC. (2 luglio 2014). n 763. *in materia di "ambiente e sostenibilità"*.

- DOC. (28 novembre 2018). n 773. *in materia di "ambiente e sostenibilità"*.
- Donadon R. (Agosto 2016). Cortina si rifà il look. *Cortina 2021*.
- Ferrera M. (2019). *Le politiche sociali*. Bologna, casa editrice Il Mulino.
- Foglio A., (2012) *Il marketing globale: prodotti, alleanze, strategie per il mercato globale*, Milano: Franco Angeli;
- Galvani A. (1992). *Il turismo a Cortina d'Ampezzo dalle origini agli anni '90*. Bologna: Lo Scarabeo.
- Gerken G. (1994). *Addio al marketing*. Torino : Isedi.
- Greenberg P., (2000) *CRM- Customer Relationship Management*, Milano: Apogeo;
- Knight P., (2016). *L'arte della vittoria*. Milano: Mondadori.
- Kotler P., et al (2018). *Retail 4.0, 10 regole per l'Era digitale*. Milano: Casa editrice Mondadori
- Kotler, P., 2004. *300 risposte sul marketing*, Tecniche Nuove, Milano
- Mandelli, A., Accoto, C., 2014. *Social mobile marketing. Il marketing nell'era dell'ubiquitous internet, della sharing economy e dei big data*, Egea, Milano
- A.Mandelli, T.Vescovi, (2003) *Le nuove frontiere del marketing digitale*, Milano: Etas;
- Mardegan, P., Riva, G., Pettiti, M., 2012. *Mobile Marketing: la pubblicità in tasca*, Fausto Lupetti, Bologna.
- Mariotti F. (1976). *Cortina nei secoli*. Milano: Mursia.
- Martucci D., (1956). *Il Coni e le Federazioni sportive*. Roma: casa editrice Società Grafica Romana.
- McCracken G. (1988), *The Long Interview*, London, Sage
- Miles M., H. M. (2014). *Qualitative Data Analysis*. Sage.
- Ratten V., (2010). *Sport-based entrepreneurship: Towards a new theory of entrepreneurship and sport management*. Business Media.
- Richebuono G. (1985). *Compendio di una Storia ampezzana*. Cortina: Union de i Ladis d'Anpezo.
- Richebuono G. (1993). *Storia d.Ampezzo*. Cortina: La Cooperativa di Cortina Seconda edizione.
- Sabelli Fioretti G. (1956). *Olimpiade bianca* . Roma: casa editrice Angelo Signorelli.
- Stampani M. (2005). *Cortina olimpica. La grande trazione degli sport invernali tra passato e presente*. Bologna: Renografica Edizioni d'Arte.
- Teotino G., Uva M., (2012), *Il calcio ai tempi dello spread*, Bologna, Il Mulino

Testa Andrea, 2015. *Fare business con il digital marketing*, EPC, Roma.

Tulli U (2012). *Breve storia delle Olimpiadi*, lo sport, la politica de de Coubertin a oggi. Milano: casa editrice Carrocci.

Turchetti Valentina, 2015. *Social Media Marketing: strategie per costruire e gestire efficacemente la tua comunicazione sui Social Media*, Area51, Bologna.

vari, a. (1976). *Guida della valle di Ampezzo e dei suoi dintorni* . Vicenza: casa editrice Neri Pozza.

vari, a. (1993). *100 La Cooperativa di Cortina. 1893 – 1993 Un cammino di solidarietà*. Cortina: La Cooperativa di Cortina.

vari, a. (estate 2019). *Le Olimpiadi del 2026. Cara Cortina*.

vari, a. (marzo 2019 n1). *Novità mondiali sui pendii della Tofana. Cortina 2021 si racconta*.

Sitografia

www.adidas.com
www.azzurridigloria.it
www.bbc.com
www.bleachreport.com
www.businesscenter.it
www.buzzsports.it
www.calcioefinanza.it
www.cinematographe.it
www.coni.it
www.corrieredellasera.it
www.dellaclasse.com
www.dolomiti.org
www.dotmedia.it
www.economist.com
www.entrepreneu.com
www.ft.com
www.gamecomm.it
www.gazzetta.it
www.glossariomarketing.it
www.ilcorrieredellealpi.it
www.ilfoglio.it
www.ilgiroditalia.it
www.ilsole24ore.it
www.insidemarketing.it
www.internetmarketinginc.com
www.kickpoint.com
www.lacomunicazione.it
www.larepubblica.it
www.leolimpiadiditalia.it
www.managementcue.it
www.mastercard.com
www.netstrategy.com

www.nike.com
www.ninjamarketing.it
www.panorama.it
www.popupmag.com
www.rtrsport.com
www.skysport.com
www.sportolimpico.it
www.spotandweb.com
www.thedrum.com
www.themarketingagenda.com
www.thismarketlife.it
www.tpi.it
www.treccani.it
www.uefa.com
www.unive.it
www.wikiwand.com

