

IL GIRO D'ITALIA FRA MITO E PUBBLICITÀ

DIE ITALIEN - RUNDFAHRT MYTHUS UND PUBLICITY

Da sempre il ciclismo ha esercitato sulle masse un'attrazione notevole, insieme magnetica ed emotiva. Ogni anno, ovunque il Giro d'Italia giunga e riparta il giorno successivo per una nuova estenuante fatica, è festa grande nelle strade, fra la gente, sportiva e non. Nei bar, tra un bicchiere di vino e l'altro, si discute animatamente sulle qualità dei propri beniamini, dando colore alle vicende puramente sportive della corsa.

W Coppi, W Bartali, W Magni, tifavano i nostri padri; oggi, nell'ormai stanco dualismo Moser-Saronni sembra volersi inserire Contini, già interprete autoritario di gesta vincenti, compiute da lontano, nel modo più idoneo per esaltare le folle.

Disciplina sportiva fra le più faticose, sia sotto il profilo calorico (un atleta del peso di kg 65, impegnato per sette ore alla media oraria di 40 km/ora, consuma ben 5.500 calorie), sia perché si esplica sotto ogni tipo di clima, col vento, col sole o con la pioggia, il ciclismo deve rassegnarsi a subire prove che a



volte sono al limite del credibile, chiedendo ai suoi artefici sacrifici eccessivi per una prova sportiva, sia pure professionistica. Chi ne è un appassionato conoscitore non può certo dimenticare

Schon seit immer übt der Radsport eine magnetische und emotionale Anziehungskraft auf die breite Masse aus. Jedes Jahr, wo immer der Giro d'Italia vorbeikommt, wird der Anlaß von Sportfreunden oder nicht wie ein Volksfest gefeiert.

Der Radsport – eine der anstrengendsten Sportdisziplinen, sei es unter dem Profil der Kalorien (ein Athlet mit dem Gewicht von 65 kg, der sieben Stunden in Schach gehalten wird bei einer Durchschnittsgeschwindigkeit von 40 km/St., verbraucht ganze 5.500 Kalorien) sei es, weil er bei jedem Klima durchgeführt wird – muß sich damit abfinden, Proben durchzustehen, die manchmal die äußerste Grenze des Glaublichen erreichen. Die Liebhaber und Kenner dieses Sports werden sich noch gut an den Kreuzweg der Radrenner erinnern, als die Italien-Rundfahrt auf der Strecke Meran – Monte Bondone ausgetragen wurde (1956), ein Abschnitt von 242 km. An jenem Tag erlebten die Sportler sämtliche Unwetter,





vom Regen bis zu Schnee und Eis und dank den fast übermenschlichen Anstrengungen trugen sie dazu bei, den damals schon dekadent werdenden heldenhaften Radsport wieder zu neuem Ruhm gelangen zu lassen.

Wenn auch weniger stark beanspruchend, so ist der Giro d'Italia zweifellos von größerer Wichtigkeit als der Tour de France, und man kann ihm eine ausgesprochen touristische Berufung nicht absprechen, schon allein auf Grund der Werbung, die die Ortschaften, die ihn aufnehmen, daraus bekommen. Der Wunsch, die großen Meister von Nahem zu sehen und den eigenen Lieblingen Beifall zu klatschen, hat einen großen Menschenzulauf zur Folge, der in jenem bestimmten Moment zu einem wirtschaftlichen Gewinn wird, um nicht von den mehr als tausend Personen zu sprechen, die die Karawane der Sportveranstaltung begleiten, wie die Athleten selbst, Mechaniker, Schiedsrichter, Journalisten, jede Art von Technikern usw. Die Wahl des Ortes, der als Etappenziel dienen soll, also auch zur Übernachtung, setzt außer natürlich den rein technischen Anforderungen des Rennens passende Hotelstrukturen am Ort selbst und in seinem Umkreis voraus.

Die Aufgabe des Giro ist es aber auch, den Millionen von Fernsehzuschauern die wichtigsten Merkmale des Geländes, seine Lage im Vergleich zu den Verbindungsstraßen, die kulturellen, künstlerischen und geschichtlichen Kehrseiten und all sonstiges, was die Reiselust und Wißbegier der Zuschauer anregen könnte, ausführlich und bildlichst genau zu beschreiben.

Dieses raffinierte und komplexe Getriebe wird heute von einem großartigen Sponsorship in Bewegung gesetzt, zu dem zahlreiche Firmen und Unternehmen gehören, die einerseits mit verschiedenen sympatischen Werbeinitiativen dazu beitragen, die Abfahrts- und Ankunftsphasen der Rundfahrt angenehmer und interessanter zu gestalten und andererseits direkt am Verlauf dieses Sports teilhaben, indem sie in Zusammenarbeit mit anderen Unterneh-



mergruppen die nicht geringen Verwaltungskosten decken, die nötig sind, um die einzelnen Mannschaften auszurüsten und ihr Weiterkommen zu sichern.

Es handelt sich, wie wir sehen, um einen enormen Umsatz, der sich aber letzten Endes in einen Gewinn für unsere Wirtschaft umsetzt, schon allein, weil die Konkurrenzfähigkeit eines Sports wie der des Radrennens und die Berühmtheit unserer Vertreter darin das Image Italiens im Ausland bekräftigen und dazu beitragen, das Ausmaß des touristischen Interesses für unser Land zu erhöhen.

il calvario dei corridori sui 242 km di pioggia, neve e gelo della Merano-Monte Bondone del Giro d'Italia 1956; quel giorno, il già decadente ciclismo eroico viveva una delle pagine più belle e insieme terribili della sua storia. Falcitati ad uno ad uno dal freddo pungente, che a metà corsa sembrava voler porre anzitempo e impietosamente fine all'attesa tappa dolomitica dei cinque colli, i corridori cercavano sollievo nel tepore delle modeste case di montagna, alle quali si avvicinavano stremati e disperati. Tutto questo mentre Charly Gaul, il piccolo e agile lussemburghese, incurante del prodigarsi degli elementi, si arrampicava indomito verso il traguardo, lasciando dietro di sé i quaranta superstiti di una lotta impari. Avevo allora sette anni e le assurde sofferenze patite dai corridori in quell'8 giugno, mi avvicinarono in maniera quasi magnetica alle vicende di questo sport, che oggi seguo con vivo interesse. Non avevo una precisa cognizione del paesaggio montano, ma quelle cime innevate, che quel lussemburghese dal volto perennemente triste risaliva quasi senza sforzo, cominciarono gradatamente ad attrarmi, fino a desiderare oggi quei tipici lunghi silenzi in cui è bello cullarsi, accantonando per qualche giorno i rumori e la fretta della vita di città.

Senza dubbio più importante del Tour de France, anche se forse, meno impegnativo, al Giro d'Italia non si può negare una vocazione marcatamente turistica, per la pubblicità che le località in grado di ospitarlo ricavano. Il desiderio di vedere da vicino i grandi campioni e applaudire i propri beniamini porta ad un notevole spostamento di persone, che in quel preciso momento diventano un utile economico, sia che viaggino in treno o in macchina, al pari delle oltre mille persone che compongono la grande carovana del Giro (tra atleti, meccanici, direttori sportivi, giornalisti, tecnici vari, etc.). Pertanto la scelta delle località dove il Giro dovrà arrivare ma soprattutto ripartire il giorno seguente, al di là del lato puramente tecnico richiesto dalla corsa, presuppone la presenza di adeguate strutture alberghiere in loco o nel raggio di pochi chilometri, che assicurino tutti i comforts necessari a quel migliaio di persone, in testa alle quali sono ovviamente i corridori, nelle cui mani sta il successo della più importante rassegna ciclistica nazionale. Così, ad esempio, Il Ciocco (Lucca) e Pinzolo (Trento) sono state favorite, nell'ambito di



un preciso piano di valorizzazione del territorio, che ne ha oggi fatto due ambite stazioni di villeggiatura, dall'arrivo di una tappa del Giro d'Italia. Il compito del Giro è infatti anche quello di illustrare ai milioni di telespettatori che seguono con viva partecipazione l'andamento della gara, grazie all'opera dei telecronisti Adriano De Zan e Giorgio Martino, le caratteristiche salienti del territorio, la sua ubicazione in rapporto con le vie di comunicazione, i risvolti culturali, artistici e storici e tutto quanto può stuzzicare l'appetito turistico di chi ascolta.

Tutto questo delicato e complesso ingranaggio è messo oggi in moto da una grandiosa sponsorizzazione, a cui partecipano un folto numero di ditte, alcune delle quali contribuiscono con varie simpatiche iniziative pubblicitarie a rendere più gradevoli le fasi di ritrovo prima della partenza della corsa e del suo arrivo; altre, invece, concorrono più direttamente allo svolgersi di

1. *Vigevano: la grande festa che prepara la partenza della nuova tappa è ormai giunta al termine; fra i corridori, già in movimento, si distingue Francesco Moser, che veste la maglia color ciclamino della classifica a punti.*
2. *Il bretone Bernard Hinault, indiscutibilmente il più forte corridore degli anni '80, con la maglia rosa, simbolo del primato al Giro d'Italia.*
3. *Livorno Montenero (64° Giro d'Italia): esulta Moreno Argentin, autore dello scatto risolutivo, a un chilometro dall'arrivo.*
4. *Un lavoro oscuro ma della massima importanza è quello dei meccanici, costantemente ripiegati sulle biciclette.*
5. *Gran parte del peso organizzativo della grande corsa a tappe nazionale grava su Vincenzo Torriani, da molti anni ideatore del tracciato.*
6. *La RAI impiega giornalmente per le riprese delle fasi salienti della corsa un elicottero e due telecamere mobili, abilmente pilotate da due coppie di motociclisti.*

questo sport, coprendo da sole o con la collaborazione di altri gruppi imprenditoriali le ingenti spese di gestione necessarie per allestire le squadre e per garantirne gli spostamenti. Un grandioso giro d'affari, ma che in ultima analisi si traduce in un utile per la nostra economia, giacché la competitività di uno sport seguito e amato come il ciclismo e la notorietà dei nostri campioni rafforzano l'immagine italiana all'estero, contribuendo ad innalzare la soglia dell'interesse turistico verso il nostro paese.

