



EVENTI SPORTIVI E SVILUPPO TURISTICO: IL CASO DELL'ALTA BADIA

MARTINA SVERZELLATI



INDICE

CAPITOLO I: Eventi e turismo accoppiata vincente

CAPITOLO II: Il caso dell'Alta Badia

CAPITOLO III: L'impatto turistico di Ski World Cup Alta Badia

CONCLUSIONI

RINGRAZIAMENTI

Bibliografia

Sitografia

Indice dei grafici

Indice delle figure

CAPITOLO I: Eventi e turismo accoppiata vincente

Il turismo è per alcune aree, tra cui l'Alta Badia, come vedremo nel prossimo capitolo, simbolo di attività economica in grado di contrastare lo spopolamento e di assicurare ricchezza alla popolazione generando opportunità di lavoro e di reddito.

L'Organizzazione Mondiale del Turismo definisce il fenomeno turistico come “le attività delle persone che viaggiano verso, e si trovano, in luoghi diversi dal proprio ambiente abituale, per un periodo complessivo non superiore ad un anno consecutivo, a scopo di svago, affari o per motivi diversi dall'esercizio di un'attività remunerata all'interno dell'ambiente visitato.” (1994)

Possiamo quindi sottolineare 3 elementi fondamentali, che ci permettono di definire i diversi tipi di turisti esistenti: lo spostamento fisico, la durata del viaggio e lo scopo del viaggio.

Basato sullo spostamento troviamo: il turismo domestico (residenti che si spostano nella loro stessa regione), turismo in entrata (turismo effettuato da non residenti in una regione), turismo in uscita (residenti che viaggiano verso l'estero), turismo in transito (effettuato da non residenti durante il loro spostamento).

La classificazione secondo la durata definisce invece, l'escursionista, colui che visita un luogo per meno di 24 ore e non pernotta, e il turista, il quale effettua una visita che dura più di un giorno e comporta il pernottamento.

Infine la caratteristica “scopo del viaggio” ci dà la possibilità di delineare diversi tipi di turismo: per piacere, dove troviamo per esempio il turismo balneare, il turismo montano e il turismo culturale; per motivi professionali, come i convegni e le conferenze e in conclusione per altri motivi, che possono essere rappresentati da studio, salute e religione.

In questo capitolo andrò ad analizzare il turismo che si basa su quest'ultima caratterizzazione e nel caso specifico il turismo montano.

Il turismo montano

Il turismo montano è banalmente definito dagli addetti ai lavori come il flusso di turisti che sceglie la montagna come destinazione delle proprie vacanze e del proprio svago.

Nacque nel XVIII secolo, contemporaneamente all'ascensione delle maggiori cime nelle Alpi, considerate allora sinonimo di naturalezza e benessere. Era un tipo di turismo prettamente estivo, praticato da un ceto sociale medio-alto, che scappava dalle città in cerca di aria buona e fresca. Peraltro la durata della vacanza era caratterizzata da periodi relativamente lunghi di circa un mese. Questa visione illuminista delle Alpi portò alle località montane enormi flussi di turisti che si spostarono spontaneamente senza bisogno di grandi manovre pubblicitarie. Infatti in quel periodo il soggiorno sulle montagne, era divenuto una tappa obbligatoria, un fatto di moda e di prestigio sociale.

Nel 1900 con la nascita degli impianti di risalita per lo sci (slittovie e sciovie) e il consolidamento di tale sport, nacque il turismo montano invernale, che rimase però un turismo di nicchia, perché non accessibile a tutti e non ancora abbastanza attraente da surclassare l'offerta marittima.

Successivamente, negli anni Sessanta ci fu una svolta, il turismo di montagna fece il suo exploit, sia in inverno che in estate, sostanzialmente grazie a due principali motivi: lo sci divenne uno sport

popolare e molte più famiglie iniziarono a scegliere i monti come luogo di villeggiatura estiva. In Italia i fattori che permisero tale cambiamento sono da attribuire al boom economico del periodo sopra citato, che portò con sé l'aumento dei salari, la conquista del diritto al tempo libero e alle ferie retribuite e il fenomeno della motorizzazione di massa.

Nel 1990 si verificò un consistente sviluppo della domanda dello sci alpino, legata alla miglior situazione economica delle famiglie ma anche alla presenza di atleti importanti, del calibro di Alberto Tomba e Deborah Compagnoni, che fecero aumentare l'interesse dei media, attirando sempre più gente verso la loro imitazione. Di rimbalzo ci fu un enorme sviluppo dell'industria alberghiera e del mercato delle seconde case.¹

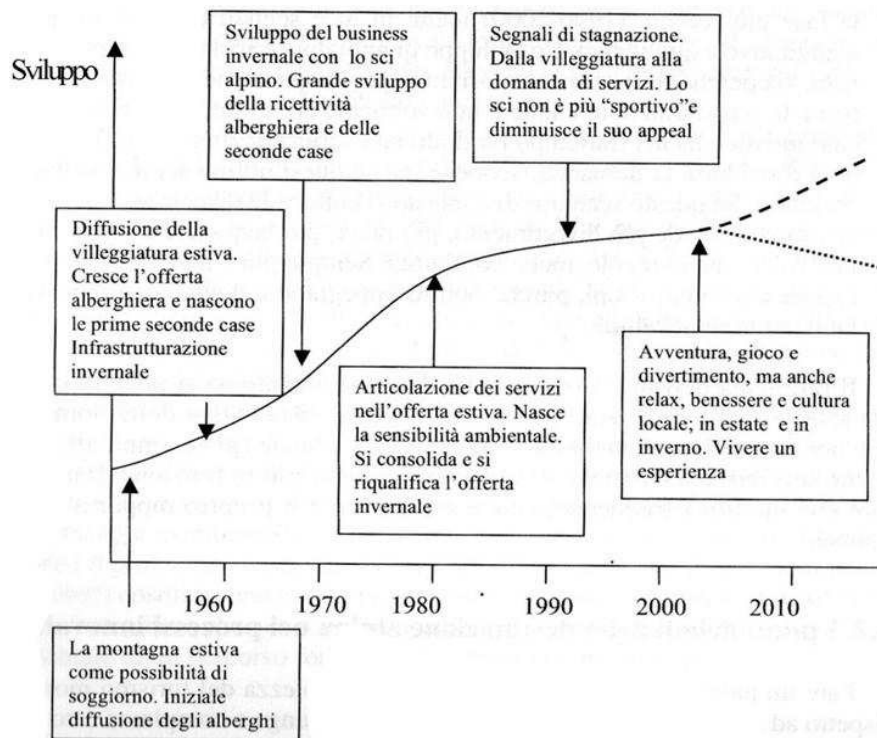
Nell'ultimo ventennio infine il quadro del turismo montano presenta una graduale riduzione dei tassi di crescita, fino ad arrivare ad una fase, che secondo il tradizionale ciclo di vita del prodotto turistico di R.W. Butler², viene definita di *stagnazione*.

Tale condizione è attribuibile a diversi fattori strutturali come per esempio la scarsità del territorio, nel senso di ampiezza della superficie disponibile per le attività sciistiche, oppure l'evoluzione meteorologica, traducibile in inverni ed estati più calde o incremento delle precipitazioni nevose ad alta quota, che portano ad un rischio maggiore di valanghe. Ma anche dovuta alle oscillazioni del mercato e al comportamento del turista, basti pensare alla forte concorrenza generata da tipologie turistiche nuove nate dalla riduzione dei prezzi del trasporto aereo, che hanno reso accessibili mete balneari esotiche anche d'inverno, oppure visitatori più esigenti che richiedono prodotti e servizi sempre più personalizzati e attività alternative.

Il grafico sottostante riassume il ciclo di vita del turismo montano in relazione alle aspettative della domanda.

¹ Macchiavelli A., "Il turismo montano invernale: vecchie e nuove prospettive per un prodotto maturo" citato in "XIV Rapporto del turismo italiano", 2005.

² Modello teorico del ciclo di vita delle aree turistiche TALC (Tourism Area Life Cycle) sviluppato da Richard Butler nel 1980. Fonte Keller, 2000, citato da Lovato E., Montagna E., Tesi di laurea magistrale "Turismo montano tra crisi e prospettive – Il caso del comprensorio sciistico di Malga San Giorgio, Verona".



Il ciclo di vita della destinazione alpina attraverso lo sviluppo dell'offerta. Fonte Keller, 2000.

In conclusione, per evitare il declino è necessario rilanciare le località alpine e quindi entrare in una fase di *ringiovanimento* (Butler 1980), elaborando strategie che permettono di riposizionare l'offerta, rigenerando la destinazione sotto l'aspetto della struttura urbana, creando nuovi attrattori o migliorando i servizi, per permettere ai visitatori di vivere un'esperienza come richiedono.

È interessante approfondire la situazione attuale della segmentazione invernale, dato che in questa tesi si analizzano gli impatti di un evento sul turismo sciistico in Alta Badia.

Come accennato precedentemente, la vacanza sulla neve in Italia è in una fase di stallo, ciò dovuto principalmente al fatto che la competizione globale è in crescita, sia per la presenza di località sciistiche in grado di offrire prodotti simili, sia per l'emergenza di tipologie di vacanze totalmente differenti, ma che si presentano ugualmente come prodotti sostitutivi alle settimane bianche (soggiorni esotici, città d'arte o località alpine oltreoceano). Tale situazione può essere riconducibile alla mancanza del ricambio generazionale, nel senso che all'uscita dal mercato dei "vecchi" sciatori, non corrisponde una sufficiente entrata di quelli nuovi, infatti sono pochi i giovani che si avvicinano a questo sport, che per essere praticato in modo divertente richiede uno sforzo iniziale non indifferente, sia sotto l'aspetto fisico che economico. Altri motivi che giustificano la situazione odierna del turismo sciistico sono la voglia di cambiamento espressa dai visitatori e quindi una minore fedeltà alla destinazione, e l'incremento della richiesta di attività e servizi complementari o alternativi alla pratica dello sci.

Alla luce di queste considerazioni è auspicabile che le stazioni sciistiche si focalizzino su alcune strategie specifiche che permettano loro di tornare ad essere competitive. In primis è importante il rinnovo del "prodotto sci", che risulta essere la ragione principale per cui un turista sceglie di trascorrere la sua vacanza in un posto, rispetto ad un altro. Questo comporta la manutenzione degli

impianti e la sostituzione di quelli vecchi e obsoleti, la conservazione delle aree sciabili ed eventuali ampliamenti, il miglioramento della sicurezza in pista e della qualità del servizio offerto dai professionisti collegati a questo mondo, come maestri di sci e addetti agli impianti e infine l'introduzione di servizi comodi e innovativi come per esempio noleggi di sci in prossimità delle piste o parchi divertimenti sulla neve per i bambini. In secondo luogo è rimarchevole sviluppare delle proposte alternative in grado di attrarre un tipo di clientela diversa dai tradizionali sciatori, per esempio creando degli itinerari enogastronomici, delle spa e dei luoghi di relax o ancora organizzando delle attività che permettano ai visitatori il contatto con le montagne, la neve e la natura, ma senza il necessario bisogno di utilizzare gli sci. Queste migliorie implicano indubbiamente dei grandi investimenti in nuove infrastrutture, pertanto è necessario studiare quali siano le attività più adatte a soddisfare i diversi target di clienti e perché no, anche i residenti, in modo da assicurare un aumento della massa di fruitori sia nei periodi di alta che di bassa stagione, al fine di ottimizzare l'investimento effettuato e coprire i costi fissi. Infine una strategia vincente per attrarre nuovi clienti e rafforzare il rapporto con quelli fidelizzati può essere l'organizzazione di eventi di rilievo, (Ski World Cup Alta Badia, Maratona dles Dolomites, concerto Jova Beach Party di Jovanotti 2019) che grazie alla loro promozione aumentano la visibilità della località e propongono innovazione e diversità ai fruitori già presenti.

Il turismo in Alto Adige

Il turismo rappresenta un settore molto importante per l'economia dell'Alto Adige. Infatti 1 persona occupata su 10 lavora in questo campo³, ciò vuol dire che crea posti di lavoro, mantenendo basso il tasso di disoccupazione altoatesino, e di riflesso genera entrate tributarie. Ma non è tutto, il turismo influisce positivamente anche sul commercio al dettaglio con una spesa giornaliera per turista di circa 120 €, per non menzionare gli artigiani, le imprese di servizi e i commercianti che ne traggono un vantaggio indiretto. Questo ruolo predominante del turismo all'interno dell'economia di un Paese però è un'arma a doppio taglio, perché nel caso in cui il flusso di fruitori dovesse drasticamente calare, ci si troverebbe davanti ad una crisi finanziaria irreversibile.

Sviluppatosi intorno al 1800, il turismo sudtirolese, conta oggi oltre 10 mila esercizi ricettivi che mettono a disposizione dei visitatori più di 220 mila posti letto.⁴

In passato il turismo bolzanino era differente rispetto a quello attuale, infatti grazie al clima mite e all'aria pura di montagna, le persone arrivavano per sottoporsi a cure termali e terapie specifiche. Tanti furono i malati di tubercolosi che si recarono presso il *Kurhaus* di Merano, dove era possibile fare bagni curativi arricchiti di anidride carbonica. Solo in un periodo successivo iniziò ad espandersi il turismo montano-sportivo legato all'escursionismo.

Con la fine della Prima Guerra Mondiale e il passaggio dell'Alto Adige al Regno d'Italia, ci fu una profonda crisi economica, dove anche il turismo ne risentì in modo importante, infatti venne registrata una grande perdita di visitatori provenienti dai paesi di lingua tedesca.

Con il passare degli anni la regione riuscì a riprendersi e il settore turistico riuscì ad essere considerato nuovamente attraente, specie per il pubblico italiano, tanto che alcune località

³ Istituto di Ricerca Economica (IR), "Tourism: Il Turismo in Alto Adige visto da vicino"
<https://www.wifo.bz.it/media/d5f328a9-8f2e-44e1-865f-f939c992a2ea/tourism-2017-11-17-it.pdf>

⁴ Istituto di Ricerca Economica (IR), "Tourism: Il Turismo in Alto Adige visto da vicino"
<https://www.wifo.bz.it/media/d5f328a9-8f2e-44e1-865f-f939c992a2ea/tourism-2017-11-17-it.pdf>

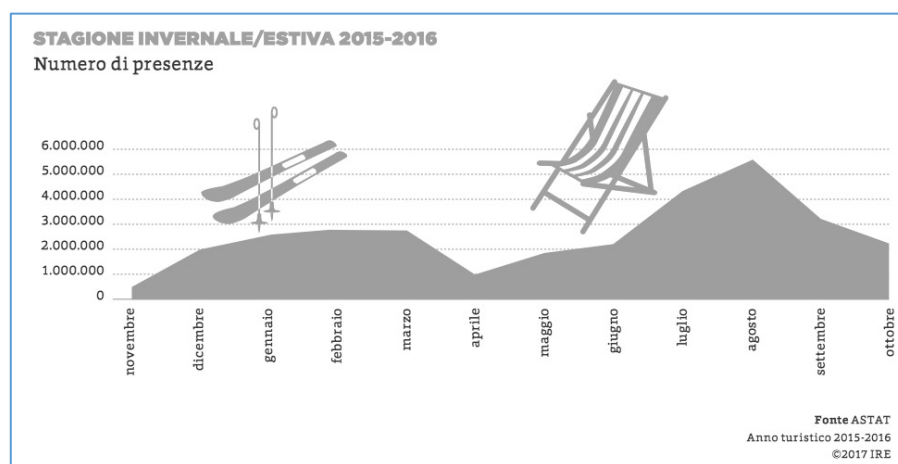
riuscirono a superare i livelli di presenze registrati prima della guerra.⁵

A partire dal 1960 i visitatori iniziarono a crescere in modo considerevole, ritornarono anche i turisti tedeschi, che apprezzavano il fascino del sud e la possibilità di potersi esprimere nella propria lingua madre. Per far fronte all'incremento degli arrivi turistici, vennero potenziate le infrastrutture che generarono un capitale diffuso, che a sua volta creò un'alta richiesta di prestazioni intermedie e investimenti, portando vantaggi all'artigianato, ma anche a banche e assicurazioni.

Infine, come nel resto delle Alpi, negli anni Novanta ci fu il boom dello sci alpino, tanta gente si cimentò nell'apprendimento di questo sport, portando ad un aumento della domanda e al conseguente sviluppo economico.

Attualmente la Provincia di Bolzano rimane una regione molto forte a livello turistico, lo dimostra il confronto con le altre regioni. Paragonando il numero di pernottamenti, con 31 milioni (anno 2016) l'Alto Adige si posiziona davanti al Trentino (16 milioni) e appena dietro al Tirolo che, sempre nel 2016, ne fa registrare 35 milioni. Considerando invece l'intensità turistica (rapporto tra pernottamenti e numero di abitanti) a livello europeo, la Provincia di Bolzano si colloca addirittura ai primi posti con 56.800 pernottamenti ogni 1.000 abitanti⁶. È definita come una destinazione esempio che soddisfa tutti i desideri dei suoi visitatori, in termini di paesaggio, organizzazione, rapporto qualità/prezzo e professionalità degli operatori. Inoltre, in base alla zona, offre tematiche diverse, che le permette di soddisfare le differenti tipologie di turisti. Per esempio la zona delle Dolomiti è maggiormente frequentata da visitatori interessati agli sport invernali, all'escursionismo e alla natura, i fruitori attratti dalla cultura del vino sono invece indirizzati verso l'Alto Adige meridionale, Merano e Valle Isarco.

Il fatto di essere una destinazione molto versatile, con un'offerta molto ampia, le permette di far fronte al problema della stagionalità, infatti come si vede nella tabella seguente, ci sono flussi turistici in entrata durante tutto l'anno, seppur con dei cali in primavera e in autunno e dei picchi



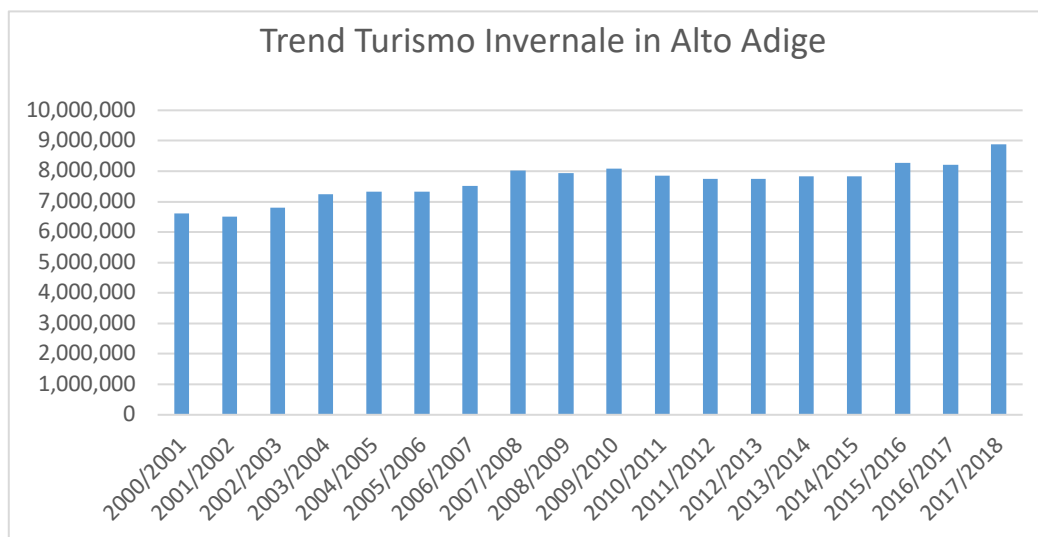
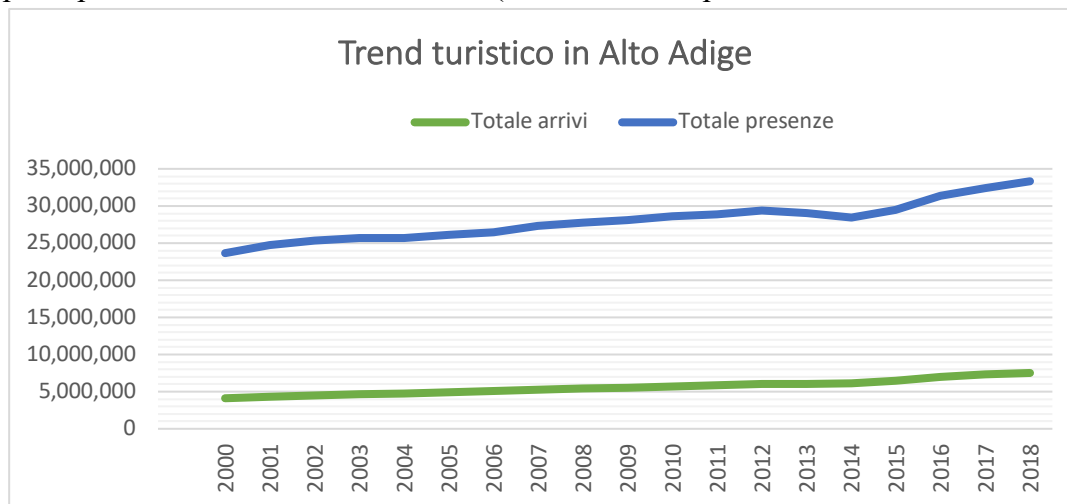
⁵ Pechlaner, Volgger, Demetz, Scuttari, Innerhofer, Lun, Erschbamer, Bassani, Ravazzoli, Maier, Habicher, "Il futuro del turismo in Alto Adige 2030". Eurac Research, 2017.

⁶ Istituto di Ricerca Economica (IRE), "Tourism: Il Turismo in Alto Adige visto da vicino"
<https://www.wifo.bz.it/media/d5f328a9-8f2e-44e1-865f-f939c992a2ea/tourism-2017-11-17-it.pdf>

durante la stagione invernale e il mese di agosto.

Grazie ai dati di presenze e arrivi messi a disposizione da ASTAT, si ricava il grafico sottostante che dimostra come l'Alto Adige, diversamente dall'andamento generale del turismo montano, si trovi ancora in una fase di *consolidamento* (Butler 1980) e quindi di crescita, anche se con tassi di incremento relativamente bassi. Solo nel triennio 2012-2014 si sono verificate delle oscillazioni, per poi arrivare ad un aumento più marcato verificatosi nell'anno 2018, con un totale delle presenze pari a 33.329.270 e degli arrivi di 7.519.786.⁷

Osservando il caso specifico del turismo della neve si fa riferimento ai dati riguardanti le presenze nelle principali aree sciistiche altoatesine (Alta Badia, Alpe di Siusi, Valle Isarco, Alta Val



Pusteria, Plan de Corones, Val Gardena) e si afferma che nell'ultimo ventennio la situazione è abbastanza oscillante, anche se con tassi molto contenuti che variano dal -1% al +8% da un anno

⁷ Pechhlaner H., M.Volgger, Manuel Demetz, Anna Scuttari, Elisa Innerhofer, Lena-Marie Lun, Greta Erchbamer, Ruben Bassani, Elisa Ravazzoli, Raphaela Maier e Daria Habicher, "Il Futuro del Turismo in Alto Adige 2030", 2017, Eurac Research, Bozen consultabile <https://www.wifo.bz.it/temi/studi-e-analisi/29-il-futuro-del-turismo-in-alto-adige-2030.html>

all'altro. Un incremento più rimarchevole si è verificato nell'ultima stagione presa in considerazione 2017/2018, che ha visto crescere le presenze del 8% rispetto alla stagione precedente.⁸ Importante sottolineare però che i cambiamenti possono essere stati influenzati da fattori esogeni come per esempio la situazione economica dei visitatori o le condizioni meteorologiche e nivologiche. Avendo a disposizione tali dati sarebbe interessante paragonare le presenze con le condizioni di neve nelle diverse stagioni, per vedere quanto queste possano effettivamente incidere.

Ciò detto non significa che l'Alto Adige possa permettersi di lasciare tutto invariato, al contrario, come tutte le altre località turistiche, oggi ha bisogno di attivare delle strategie di marketing territoriale, finalizzate al miglioramento della propria offerta per adeguarsi alla domanda dei fruitori che, a sua volta, è in continuo cambiamento, e per poter apparire attraente anche a nuovi segmenti di mercato.

Cos'è l'evento ed il suo impatto sul turismo

Uno strumento di marketing, oggi considerato molto valido, è il “grande evento”, il quale ha la capacità di promuovere il territorio della località che lo ospita ed aumentarne la visibilità.⁹

Partecipare ad una manifestazione innesca nel visitatore, un meccanismo che lega l'esperienza vissuta ad un luogo, e lo spinge così a tornarci. Per questo motivo l'evento diventa l'elemento chiave per valorizzare le risorse e diffondere l'immagine di una destinazione, attirare flussi turistici, attrarre finanziamenti e imprese dall'esterno e rafforzare il capitale socio-culturale.

Gli eventi, intensi come manifestazioni ideate dall'uomo, sono sempre esistiti. Basti pensare ai primi Giochi Olimpici che ebbero luogo in Grecia nel 776 a.C., tuttavia è negli ultimi anni che essi stanno assumendo un ruolo sempre più importante nell'ambito della promozione e del turismo. L'evento è inoltre abile nel creare un forte senso di coesione e di appartenenza che porta alla crescita culturale, personale e di autorealizzazione degli spettatori. Infatti uno dei primi motivi per cui la gente decide di partecipare ad una manifestazione è il clima di fiducia ed intimità che si crea attraverso l'interazione e la condivisione del tempo e dello spazio con le altre persone.

Come si intuisce il concetto di evento è estremamente eterogeneo, pertanto gli studiosi ritengono che fornire un'unica definizione di tale fenomeno sia impossibile. Riferendosi a diversi approcci e situazioni gli eventi vengono classificati come segue:

Secondo Sonia Ferrari¹⁰, “Gli eventi sono avvenimenti programmati o meno, che hanno una durata limitata e che nascono con una specifica finalità”; Getz¹¹ definisce l'evento come “una celebrazione pubblica tematizzata che ha una durata limitata nel tempo.” Per Goldblatt¹² “l'evento è riconoscibile in uno specifico momento temporale per l'intenzione e per i rituali svolti al fine di

⁸ Pechhlaner H., M. Volgger, Manuel Demetz, Anna Scuttari, Elisa Innerhofer, Lena-Marie Lun, Greta Erchbamer, Ruben Bassani, Elisa Ravazzoli, Raphaela Maier e Daria Habicher, “Il Futuro del Turismo in Alto Adige 2030”, 2017, Eurac Research, Bozen consultabile <https://www.wifo.bz.it/it/temi/studi-e-analisi/29-il-futuro-del-turismo-in-alto-adige-2030.html>

⁹ Ferrari Sonia, “Event Marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumento di marketing” (CEDAM, 2012)

¹⁰ Ferrari S., “Event Marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumento di marketing”

¹¹ Getz Donald, “Event management and event tourism” (Cognizant Communication Corporation, 2005)

¹² Goldblatt Joe, “Special events: best practices in modern event management” (Van Nostrand Reinhold, 1997)

soddisfare bisogni.” Queste sono solo alcune delle definizioni esistenti al mondo, tutte accomunate da una peculiarità fondamentale: *la durata limitata nel tempo*. Tanto è vero che il fatto di essere temporalmente circoscritto, con un inizio e una fine, è l’origine del suo appeal, poiché è ciò che lo contraddistingue da altre manifestazioni permanenti che possono essere fruite in qualsiasi momento. La gente, quando partecipa ad una manifestazione, è consapevole che avrà a disposizione soltanto una frazione limitata di tempo per godersela. Infine un’ulteriore caratteristica dell’evento è la sua unicità, perché anche se ripetuto nel tempo non avrà mai esattamente gli stessi caratteri, si presenterà in modo differente nei diversi luoghi e nei vari momenti in cui si verificherà.

Gli eventi sono soggetti a diverse classificazioni, per la loro dimensione, possiamo trovare Mega Eventi, Hellmark, Major Events o Minor Events. E poi vengono segmentati in base al contenuto, quindi sport, cultura, eventi commerciali o governativi.¹³

In questa tesi si tratterà l’evento sportivo Ski World Cup Alta Badia, che rientra nelle manifestazioni definite *Major*, per le sue caratteristiche di internazionalità, di attrazione significativa tramite la partecipazione live del pubblico e il coinvolgimento dei media, e infine per la sua previsione in calendario. Pertanto risulta essere interessante delineare brevemente il profilo di tale tipologia.

Le manifestazioni sportive, grazie alla loro potenzialità nell’attrarre turisti, garantire l’interesse dei media e generare impatto economico, rappresentano la parte più rilevante dell’industria degli eventi e la loro importanza aumenta sempre di più. Vantano una tradizione molto antica (prime Olimpiadi) e celebrano l’abilità sportiva nella competizione. Al di là dei vantaggi che portano alle destinazioni ospitanti e alle organizzazioni sportive, sono in grado di procurare benefici anche agli atleti, ai loro team e agli spettatori.¹⁴

Per poter organizzare un evento è necessario seguire una determinata procedura, formata da 4 fasi principali: la fase di ricerca, in cui viene monitorato e valutato l’ambiente, viene condotta un’indagine di mercato e uno studio di fattibilità; la seconda fase riguarda la pianificazione, in cui vengono definiti gli obiettivi e le modalità per procedere alla realizzazione, compresa l’analisi dell’ambito economico-finanziario, delle risorse umane e quello di comunicazione e marketing. La terza fase consiste nell’esecuzione e con ciò si intende la parte logistica, il design dell’evento e la sua programmazione; infine l’ultimo step ha luogo dopo la conclusione dell’evento ed è rivolto alla valutazione e all’analisi dei risultati.¹⁵

L’organizzazione di un evento in una destinazione genera effetti positivi ed effetti negativi di varia natura: economica, turistica, socio-culturale, ambientale e politica. Di seguito verranno accennati solamente i risvolti positivi più importanti che una manifestazione origina sul flusso turistico e indirettamente anche sull’economia locale.

¹³ Getz D., S. Page, “Progress and prospects for event tourism research” - <https://www.sciencedirect.com>

¹⁴ Romagnoli Stella, “Economia e organizzazione degli eventi. Lezione 1”. LUMSA, Roma.
<https://studylibit.com/doc/3839926/definizione-e-classificazione-degli-eventi>

¹⁵ Allen, O’Toole, McDonnell, Harris, “Festival and Special Event Management” Brisbane: Wiley & Sons 2010

Quindi l'evento può essere utilizzato come metodo per promuovere una località ed attrarre nuovi target. Avviene, che in alcuni territori, si creano delle attrazioni artificiali, tra cui anche gli eventi, per valorizzare la competitività delle risorse già esistenti oppure per offrire ai visitatori situazioni completamente nuove.

Gli eventi appaiono essere molto idonei a questo scopo, grazie al loro potere di elevata attrazione

e



*Gara di
Coppa del
Mondo di
Gigante
Parallelo in
Alta Badia
anno 2018.*

notevole flessibilità, che permette alla destinazione turistica di rivolgersi a segmenti più ampi, di rendere la propria offerta più interessante e di inglobare, nel procedimento di realizzazione, anche la comunità locale.

Una delle ricadute principali che gli eventi generano sulla località è la differenziazione rispetto all'offerta turistica tipica, soprattutto se sono legati alla tradizione, alla storia e se coinvolgono attivamente i residenti. Questo perché, tali fattori, conducono all'autenticità e alla caratterizzazione della manifestazione. In altre parole rendono un luogo unico rispetto ai suoi simili. Nel caso preso in considerazione in codesto elaborato, la gara di Coppa del Mondo di sci alpino, che viene organizzata ogni anno poco prima di Natale, è diventata una peculiarità dell'Alta Badia e fa ormai parte della tradizione. Un altro effetto che l'evento può produrre sul luogo ospitante è la creazione di un'immagine positiva, o di un miglioramento di quest'ultima. In questo modo le persone che prima non consideravano una specifica località come luogo di vacanza, vedendo che ha ospitato un evento di rilevanza, possono iniziare a percepirla in modo diverso e pensare di provare a visitarla, contribuendo così all'accrescimento del flusso turistico. Collegato a questo infatti, bisogna tenere conto che sono presenti diversi segmenti: persone interessate alla località e alle sue attrattive, turisti attratti esclusivamente dall'evento, visitatori che conoscono il luogo grazie alla manifestazione e decidono di ritornarci, residenti che grazie a particolari eventi decidono di visitare attrattive a cui non avevano mai dato importanza prima d'ora.

Ulteriori effetti positivi di tale fenomeno sono rappresentati dall'aumento della permanenza media e della spesa media, l'aumento di ripetizione della visita e di passaparola positivo, che permette di

attrarre nuovi fruitori, favorendo un incremento economico.¹⁶

Sintetizzando, gli effetti nominati, raggruppati tra loro possono portare ad un allungamento della durata del ciclo di una destinazione.

CAPITOLO II: Il caso dell'Alta Badia

In questo capitolo ci si accingerà a parlare della situazione in Alta Badia, partendo dal suo sviluppo storico e turistico, trattando la nascita dello Skicarosello e dello sci club valligiano, arrivando infine alla descrizione di Ski World Cup Alta Badia, la gara di Coppa del Mondo di sci alpino che viene organizzata ogni anno in sito.

La Val Badia, in tedesco *Gadertal* (derivante dal *Rio Gadera* che l'attraversa), è una nota valle situata nelle Dolomiti del Trentino-Alto Adige, trasversale alla Val Pusteria. È comunemente divisa in Alta Badia e Bassa Badia.

L'Alta Badia è un famoso comprensorio turistico composto dai paesi di La Valle, Badia, La Villa, San Cassiano, Corvara e Colfosco. Conta circa 6.000 abitanti e la lingua madre è il ladino, un idioma reto-romano.¹⁷

È stato accertato, grazie ai reperti rinvenuti al Passo delle Erbe, risalenti al periodo tra il 7000 e il 5000 a.C., che la Val Badia era già abitata nei tempi preistorici, anche se da poche persone, probabilmente cacciatori, e non in modo permanente.

I primi insediamenti stabili risalgono invece al periodo compreso tra il XIII e il XIV secolo a.C.. La Val Badia in quegli anni era infatti popolata dai cosiddetti Reti, che pare fossero una tribù caratterizzata dall'adorazione di una divinità femminile chiamata "*Reitia*".¹⁸

Con la conquista delle Alpi da parte delle legioni romane nel 15 a.C., si assistette ad un grande cambiamento: venne rivoluzionata l'organizzazione politica e amministrativa, il complesso della Ladinia venne suddiviso in più province e gli idiomi indigeni dei Reti, già presenti sul territorio, si mescolarono al latino volgare, dando vita alla lingua ladina.

I primi anni di dominio romano furono difficili per le popolazioni dolomitiche, ma successivamente poterono godere di un periodo di sviluppo e crescita, dove impararono dai nuovi padroni, diverse tecniche utili alla sopravvivenza.

Dopo la caduta dell'Impero Romano anche i territori alpini si ritrovarono in una situazione di confusione e instabilità. I popoli dell'attuale Alto Adige furono minacciati e sottomessi da Longobardi, Franchi e Slavi, tanto che gran parte del Südtirol venne germanizzata.

Gli antenati badioti invece, sembra si fossero ritirati nelle valli montane dolomitiche e abbiano vissuto abbandonati. Pare si fossero organizzati in comunità autonome basate su abitudini antiche amalgamate a leggi romane. Ecco perché rimasero di stampo reto-romano. In generale, le condizioni sociali dei ladini erano uguali a quelle dei montanari e contadini di altre vallate, non erano liberi padroni delle loro case e delle loro terre, dipendevano da un "signore" che possedeva la cosiddetta "alta proprietà" del territorio. Non tutti erano però trattati allo stesso modo, c'erano

¹⁶ Getz D., S.Page, "Progress and prospects for event tourism research" - <https://www.sciencedirect.com>

¹⁷ Pizzinini K.R., "Un capitolo di storia del turismo in Alta Badia", Unìun Ladins Val Badia, San Martino in Badia, 2019

¹⁸ Pescosta W., "Storia dei Ladini delle Dolomiti", Istitut Ladin Micurà de Rù San Martin de Tor, 2010

dei veri e propri schiavi, dei servi della gleba e dei semiliberi.¹⁹

Siamo intorno all'anno 1000, quanto le Alpi vennero cristianizzate. Nel 1027 la Chiesa, fondò il Principato di Bressanone, suddividendo la Val Badia in due parti: orograficamente, la parte sinistra venne assegnata al Vescovo di Bressanone, la parte destra invece (Marebbe, La Valle, Badia, San Cassiano, Corvara) venne affidata al convento benedettino di "*Ciastel Badia*". Questa fu una radicale trasformazione economica e sociale, le cui conseguenze si protrassero per un periodo lungo 700 anni. Ad indicare l'enorme influenza che "*Ciastel Badia*" ebbe sull'intera valle è proprio il nome "Badia" che proviene dal convento (abbazia = Badia). La situazione dei contadini rimase critica, tutti i paesi della Ladinia erano situati al di sopra dei 1000 metri, dove il terreno era spesso argilloso e quindi poco fertile. Con gli attrezzi e le tecniche primitive a loro disposizione, riuscivano ad ottenere dei raccolti scarsissimi. Inoltre più della metà del raccolto doveva essere consegnato al padrone, perciò ai ladini rimaneva davvero poco. Per sopravvivere in alcuni casi gli uomini erano costretti ad emigrare in cerca di lavoro per sfamare le proprie famiglie.

La popolazione della Val Badia entrò a far parte del Tirolo intorno al 1250. Negli anni immediatamente successivi dovette far fronte ad un duro periodo, caratterizzato da diverse calamità naturali che portarono con sé una grave carestia e un ingente spopolamento.

Nel 1785, conseguentemente alla sospensione del convento benedettino e alla secolarizzazione del Principato di Bressanone (1803), la Ladinia subì l'invasione da parte delle truppe napoleoniche e venne annessa alla Baviera, insieme all'intero Tirolo. Il territorio prese il nome di *Südbayern* e i tirolesi si sentirono offesi per la privazione del proprio nome e della vasta autonomia amministrativa di cui godevano da secoli. Furono anni complicati, di continue battaglie finché nel 1813 il Tirolo tornò in mano agli austriaci. Seguirono decenni floridi e di modernizzazione per la Val Badia, con l'istituzione delle scuole, la nascita dell'artigianato e la costruzione delle prime strade, in particolare la nuova strada della Val Badia lungo il fondovalle; ma soprattutto gli inizi del turismo, con l'istituzione delle prime osterie.²⁰

Iniziò la prima guerra mondiale e le zone della Ladinia divennero prime retrovie, con concentramenti di soldati, baracche, ospedali da campo e cannoni. Gli uomini erano impiegati negli affari bellici e alle donne spettava il compito di occuparsi dei campi e di accudire le famiglie. Inutile dire che ci si trovò davanti ad una situazione di degrado totale. Come noto, con la fine della guerra i Ladini passarono sotto il dominio dell'Italia, nonostante i loro innumerevoli tentativi di resistenza all'italianizzazione e il grande desiderio di ottenere l'autonomia.

Con l'ascesa del Fascismo la Ladinia venne tripartita, così da diminuire il suo potere e poterla snaturare. Venne infatti imposto l'utilizzo della lingua italiana in ambito pubblico. Furono anni dannosi per lo sviluppo della Val Badia, l'unica nota positiva che derivò da tale situazione furono le vie di comunicazione costruite durante il conflitto mondiale, che giovarono al settore del turismo. Mentre Val Gardena e Cortina erano già proiettate verso un turismo sciistico, con l'utilizzo delle teleferiche belliche come impianti di risalita, in Badia il settore primario rimaneva ancora dominante, ma i due pionieri del turismo badioto Franz Kostner e Pietro Visedott, iniziarono ad avviare lo sviluppo del settore terziario fondando la prima società di autotrasporti della valle, che di lì a poco diventò la più importante della provincia di Bolzano. Questo agevolò l'afflusso dei visitatori (soprattutto in estate) nella Val Badia che altrimenti risultava assai isolata.

¹⁹ Richebono B., "Breve storia dei ladini dolomitici", Istitut Ladin Micurà de Rü, 1992

²⁰ Pescosta W., "Storia dei Ladini delle Dolomiti", Istitut Ladin Micurà de Rü San Martin de Tor, 2010

Nel 1934 Luis Langenmaier²¹ fonda la prima scuola di sci a Corvara e negli anni immediatamente successivi, elabora i primi *depliant* per la promozione turistica dell'Alta Badia.²²

La tragedia della seconda guerra mondiale risparmiò il territorio delle valli ladine, che furono coinvolte solo marginalmente, nonostante ciò si ricordano molti caduti mandati a combattere sul fronte. La guerra terminò e nel 1947 a Parigi vennero firmati i trattati di pace. In questa occasione i rappresentanti ladini cercarono con tutte le loro forze di ottenere la riunificazione della Ladinia (inclusando Livinallongo, Fassa, Ampezzo e Colle S. Lucia) sotto la provincia di Bolzano, ma De Gasperi non accettò. I tentativi furono diversi nel corso degli anni, ma non ci fu niente da fare, la tripartizione imposta durante la dittatura fascista venne confermata (Livinallongo, Ampezzo e Colle S. Lucia affidate al Veneto, Fassa alla provincia di Trento, Badia e Gardena alla provincia di Bolzano).

Nel 1948 entrò in vigore la nuova costituzione italiana che sancì l'istituzione della Regione Trentino-Alto Adige formata dalle due province di Trento e Bolzano, inoltre venne proclamato lo statuto di autonomia di tale regione. Codesto però non prevedeva le tutele dei gruppi linguistici tedeschi e ladini, promesse nell'accordo De Gasperi-Gruber. Infatti le due province non avevano eguale potere, al contrario Trento di trovava in una posizione dominante, perciò soffocava gli interessi politici ed economici dei sudtirolesi e negava ai ladini la parità dei diritti, indispensabile per il mantenimento della loro identità. L'unica cosa che gli fu concessa fu l'insegnamento in lingua ladina nelle scuole elementari e il rispetto della loro toponomastica e della loro tradizione.

Data la situazione i sudtirolesi, rappresentati dal loro partito *Südtiroler Volkspartei*, negli anni 50 ripudiarono lo statuto di autonomia proclamato e chiesero a gran voce l'indipendenza per l'Alto Adige e quindi il distacco da Trento. Furono anni di proteste, manifestazioni e violenti attentati, ma la situazione sembrava non sbloccarsi, fino a quando nel 1969 l'Italia decise di concedere un'autonomia effettiva anche alla provincia di Bolzano, dando più importanza anche ai ladini che poterono godere di rappresentanza e potere a livello provinciale, regionale e statale.²³

In attesa di ottenere i loro diritti, i badioti ricominciarono a concentrarsi sullo sviluppo economico della loro valle. Già dalla sua nascita negli anni Venti e Trenta era facilmente intuibile che il turismo sarebbe diventato il settore economico dominante delle località dolomitiche. Lo scoppio della seconda guerra mondiale portò ad un arresto forzato di tale processo, che vide invece una momentanea rivalutazione dell'agricoltura e dell'allevamento, in grado di assicurare la sopravvivenza della popolazione in quel periodo sfortunato. Dopo la guerra le attività del settore primario persero progressivamente il loro ruolo fondamentale e in pochi anni il turismo acquistò una potenza mai vista prima, anche se si evolse in tempi e modi differenti nelle diverse valli. Il turismo di massa ha moltiplicato i posti di lavoro e portato nella Ladinia un insperato e, in alcuni casi, eccessivo benessere, sconfiggendo la miseria e l'emigrazione, dando alla maggior parte della popolazione una fonte sicura e redditizia di guadagno. Sintetizzando, le vallate ladine sono state molto intraprendenti nello sfruttare al meglio ciò che offriva loro la natura, delle splendide catene montuose predisposte agli sport invernali e alle attività di escursionismo.

Oggigiorno l'Alta Badia, grazie anche al supporto dei comuni e della provincia è in continuo

²¹ Giornalista e maestro di sci svizzero, personaggio importante per l'Alta Badia perché creò un contatto tra la piccola valle dolomitica e il mondo. Indicò ai pionieri turistici le vie per attirare i primi veri turisti.

²² Pizzinini K.R., "Un capitolo di storia del turismo in Alta Badia", Unìun Ladins Val Badia, San Martino in Badia, 2019

²³ Pescosta W., "Storia dei Ladini delle Dolomiti", Istitut Ladin Micurà de Rù San Martin de Tor, 2010

sviluppo, tramite la creazione di eventi e attività sempre differenti al passo con i tempi, e al rinnovo degli impianti e delle infrastrutture già esistenti. Ecco che così viene definita una delle destinazioni turistiche più rinomate.

Per riuscire a far ripartire il turismo, negli anni del secondo dopoguerra, i comuni di Badia e Corvara decisero di istituire l'ente turistico dell'Alta Badia e di puntare sulla costruzione degli impianti di risalita e la costituzione di un consorzio che si occupasse di tale sviluppo, nonché di stabilire dei contatti con le associazioni sportive, istituendo uno sci club.

Nascita del consorzio impianti a fune Skicarosello

Lo Skicarosello è attualmente un consorzio che comprende cinque società di impianti di risalita situate in Alta Badia: *Grandi Funivie Alta Badia*, *Sciovie Ladinia*, *Funivie del Boè*, *Sciovie Pralongià* e *Seggiovie Sompunt*.

Nel 1946, Erich Kostner, fondatore del pool, oggi presieduto dal nipote Dott. Andy Varallo, diede inizio ai lavori per costruire la prima seggiovia collaudata d'Italia e fece nascere così il turismo sciistico di massa a Corvara. Il nuovo impianto, realizzato con i pezzi di un carro armato della guerra e dei piloni in legno, che dal centro del paese trasportava circa 200 sciatori all'ora alla cima del *Col Alt* (2.050 mt s.l.m.), riscosse un enorme successo, tanto da spronare la società, su richiesta degli albergatori, ad ampliare il comprensorio, prima con la costruzione di sciovie verso la zona *Crep de Munt* e *Pralonigià* e successivamente con il collegamento di Corvara-San Cassiano-La Villa.

L'impresa più difficile però risale al 1972, quando vennero allestite la funivia *Boè* e la seggiovia *Costoratta*, entrambe indispensabili per l'aggregazione dell'Alta Badia al famosissimo circuito sciistico del Sella Ronda.²⁴

Al giorno d'oggi il comprensorio dell'Alta Badia conta 53²⁵ impianti di risalita.

Il primo skipass unico per ogni valle nacque intorno agli anni '60. Solo un decennio più tardi, nel 1974 l'Alta Badia entrò a far parte del Dolomiti Superski, un carosello sovraordinato alle singole società impiantistiche valligiane, che dava la possibilità agli appassionati di sciare in diverse valli, per un totale di 740 km di piste, utilizzando un'unica tessera skipass. Tra il 1975 e il 2000 sempre più valli aderirono a questa offerta, per un totale ad



²⁴ <https://www.skicarosello.it/it/consorzio-skicarosello-alta-badia-dolomiti.php>

²⁵ <https://www.altabadia.org/it/vacanze-inverno-dolomiti/comprensorio-sciistico/impianti-aperti-bollettino-neve.html>

oggi di 12 zone sciistiche e 1200 km di piste.

Nascita dello Sci Club Ladinia

Il 1946 possiamo definirlo come un anno di svolta per l'Alta Badia, perché oltre all'inizio dei lavori della seggiovia *Col Alt*, Erich Kostner decise di dar vita ad un'associazione sportiva dal nome Sci Club Ladinia. Il suo intento era quello di prendere contatti con altre società, per far conoscere la propria valle e tramite l'organizzazione di eventi, allenamenti e competizioni, attrarre sempre più visitatori, per riuscire a far ripartire definitivamente il turismo. Nel giro di pochi giorni dall'idea, grazie al grande entusiasmo dei badioti, venne stabilito il consiglio, lo statuto ed i programmi, ed ecco che in un batter d'occhio l'Alta Badia si trovava ad avere un'organizzazione sciistica. Il nuovo club necessitava di una presentazione, perciò venne indetta una gara, che ebbe più le sembianze di una festa, dove parteciparono sciatori della Val Badia e della Val Gardena. L'attività era avviata, di lì a poco lo sci club iniziò a partecipare alle gare provinciali e non mancò a sua volta di organizzarne altrettante anche a livello nazionale. Nel 1947 successivamente, con l'affiliazione alla FISI, iniziarono ad arrivare in zona, per allenarsi, le squadre nazionali delle discipline alpine e nordiche, aumentando così la visibilità della Val Badia. Il club continuò a crescere nel corso degli anni, riuscì a sfornare diversi atleti appartenenti alle squadre nazionali e grazie alle maestose piste della vallata e al comitato organizzatore *Ski World Cup*, fu in grado di collaborare alla buona riuscita di competizioni di alto livello, come la gara di Coppa del Mondo sulla *Gran Risa*.²⁶

Ski World Cup Alta Badia

La tappa della Coppa del Mondo di Sci in Alta Badia rappresenta una delle classiche più popolari del circuito alpino internazionale. Ogni anno, qualche giorno prima di Natale, gli amanti dello sci di tutto il mondo si danno appuntamento in questa affascinante località per tifare i loro beniamini. Dal 1985, anche grazie al grande impegno degli organizzatori, che fin da subito hanno saputo rendere questo evento memorabile, l'Alta Badia, ma in particolar modo la pista di gara *Gran Risa*, è teatro di sfide appassionati e adrenaliniche che vede i grandi campioni contendersi la vittoria. Una storia che ormai dura più di trent'anni, ma che, come racconta Erich Kostner, pioniere del turismo in Alta Badia, comincia nel lontano 1966.

Era il 3 novembre, quando la nuova pista *Gran Risa* era stata ultimata per diventare il nuovo punto di attrazione per la clientela che allora visitava il comprensorio sciistico dell'Alta Badia. Purtroppo però il giorno seguente ebbe luogo un grande alluvione che generò notevoli disagi in tutto l'Alto Adige. La Val Badia rimase isolata per molti giorni, si temette il peggio, mettendo in forse l'apertura della stagione invernale. Per fortuna i valligiani, con l'aiuto delle forze armate si rimboccarono le maniche e nel periodo di Natale riuscirono a garantire l'accesso via strada alla valle.

La *Gran Risa* superò a pieni voti il test dell'alluvione, rimanendo intatta. Un potenziale frammento della nuova pista sarebbe stata una catastrofe per la società degli impianti a fune, che investì mesi di intenso lavoro di sbancamento e riporto materiale e costi ingenti.

Ecco come nacque la famosa *Gran Risa*, ma avrà un significato particolare questo insolito nome? Ebbene sì, tradotto in italiano *Gran Risa* significa "grande spaccatura", perché prima di essere

²⁶ Sci Club Ladinia, "50 Agn S.C. Ladinia". Ortisei: Typak, 1997

battezzata come pista da sci, veniva utilizzata dalla gente locale per il trasporto del legname durante la stagione invernale. Essi infatti, facevano scivolare i tronchi, necessari a riscaldare le abitazioni, in questa “grande spaccatura”, da monte verso valle.

Tuttavia per parlare di *Gran Risa* come pista di Coppa del Mondo passa un altro ventennio, infatti è nel 1984 che la FIS²⁷ autorizza un primo test di Super G sulla pista *Alting*, oggi variante della *Gran Risa*, permettendo così di valutare l’effettiva possibilità di ospitare in Alta Badia una gara del Circo di Coppa del Mondo. La scelta, come racconta Kostner, era tra un Super G maschile sulla pista *Alting* e uno Slalom Gigante maschile sulla *Gran Risa*: “Non c’erano dubbi sull’indiscussa superiorità tecnica della Gran Risa e sulla migliore predisposizione logistica della zona parterre. A questo punto, insieme al mio amico e collega impiantista Gianni Marzola, voliamo a Vancouver al congresso primaverile della Coppa del Mondo, allora presieduta dal caro amico Serge Lang. Con Gianni ho condiviso la creazione del Dolomiti Superski ed essendo lui Presidente della Fisi Alto Adige e membro del comitato organizzatore della Coppa del Mondo in Gardena, allora presieduta dall’amico Erich Demetz, molto ben inserito nella FIS, chiedo il loro supporto affinché l’Alta Badia possa essere introdotta nella gara di assegnazione per il Gigante di Coppa del Mondo. Furono giorni intensi, pieni di incontri in un mondo a me estraneo, ma grazie al sostegno di tutti, l’esito del viaggio risultò positivo e con fierezza ritornai a casa con in tasca la gara di gigante.”²⁸

Così nel 1985 ci fu la prima edizione di Ski World Cup Alta Badia, che vide trionfare il mitico Ingemar Stenmark; sicuramente un ottimo biglietto da visita per una competizione di tale importanza.

La data assegnata fu a suo tempo un azzardo, non essendoci ancora l’innevamento artificiale, che oggi giorno garantisce la realizzazione dell’evento. Per i badioti però era importante comunicare al globo intero l’apertura del loro comprensorio sciistico già ad inizio stagione invernale, così da incentivare le prenotazioni e di conseguenza incrementare l’economia del territorio. L’obiettivo fu raggiunto, infatti, come afferma Erich Kostner: “Ci fu un’esplosione di arrivi invernali che raddoppiarono nel giro di tre anni, a conferma del valore mediatico generato da tale evento”.²⁹

Gli anni a seguire furono vittoriosi per la squadra italiana, dal podio tutto azzurro, alle vincite di Alberto Tomba, Massimiliano Blardone, e Davide Simoncelli.

²⁷ FIS: acronimo della denominazione francese *Fédération Internationale de Ski* è un’organizzazione fondata nel 1924 per promuovere la pratica delle varie specialità dello sci e coordinarne l’attività agonistica internazionale.

²⁸ Intervista a Erich Kostner tratta dal sito <http://www.skiworldcup.it/it/storia-gran-risa-ski-world-cup-alta-badia.php>

²⁹ Intervista a Erich Kostner tratta dal sito <http://www.skiworldcup.it/it/storia-gran-risa-ski-world-cup-alta-badia.php>

Podio anno 2005, con vittoria e secondo posto di Max Blardone e Davide Simoncelli



Ma è grazie agli eventi di intrattenimento e gourmet, organizzati al parterre di gara, che Ski World Cup riuscì a distinguersi negli anni. Come commenta anche Varallo, attuale presidente del comitato organizzatore: “la *Gran Risa* è un’offerta completa, che si articola nel rispetto della sua storia fino a trovare la giusta visione per includere gli elementi più contemporanei.”³⁰

Tra gli anni 2006 e 2011 venne data all’Alta Badia la possibilità di organizzare anche una gara di Slalom Speciale, nel giorno immediatamente successivo al GS, questo a riprova che Ski World Cup Alta Badia è un colosso anche a livello di pianificazione e organizzazione, oltre che sotto l’aspetto tecnico sciistico della pista.

Nel 2015 infine, in occasione del 30esimo anniversario della competizione di Slalom Gigante maschile, è stato introdotto un nuovo format di gara, lo Slalom Gigante Parallelo che si disputa ogni anno in notturna, il giorno dopo della classica sfida. Questo ha fatto sì che la permanenza in valle degli atleti e delle loro squadre, ma soprattutto quella degli spettatori, si allungasse e quindi portasse ad un incremento degli arrivi, come vedremo successivamente in codesto elaborato.

La Pista

La *Gran Risa* è una delle piste italiane più affascinanti e punto di riferimento per lo sci agonistico, si snoda tra i boschi dell’Alta Badia con le Dolomiti a farle da cornice. È il tracciato che ha visto vincere i più grandi campioni e che ogni amante dello sci sogna di percorrere. La pista di gara è lunga 1.255 metri, con un dislivello di 448 metri e una pendenza massima del 69%.³¹

Con curve, muri, falsi piani e “gobbe del gatto”, la *Gran Risa* è considerata uno dei tracciati tecnicamente più impegnativi della Coppa del Mondo di Sci.

Il tracciato dello Slalom Gigante Parallelo invece, che si estende nella parte finale della *Gran Risa*,

³⁰ Intervista tratta da “Gran Risa Magazin” edizioni 2019.

³¹ <http://www.skiworldcup.it>

è molto più corto, 330 metri, con un dislivello di 72 metri ed una pendenza massima del 42%.³²

Dalla sua parte però vanta il fatto che la gara sia interamente visibile dal parterre di arrivo e prevedendo questo format, una sfida diretta tra i concorrenti, risulta essere molto accattivante ed emozionante per i tifosi.

In una competizione di livello mondiale, è importante che la pista soddisfi dei criteri specifici in termini di fattibilità, sicurezza e organizzazione, stabiliti dalla FIS.

Le migliori nel corso degli anni

Nel corso degli anni sono state apportate diverse modifiche alla maestosa *Gran Risa* per migliorare le prestazioni e per soddisfare i requisiti che l'evento stesso richiede. Tra gli anni 2003-2005 sono state costruite due delle cosiddette “gobbe del gatto” nell'ultimo tratto della pista per rendere l'arrivo più sfavillante. Nel 2010 è stata inserita un'ulteriore gobba ed è stato sostituito il ponte antico del parterre con uno nuovo. Infine nel 2015 è stato realizzato un impianto di illuminazione indispensabile per l'organizzazione della gara serale.³³

Per quanto riguarda l'intrattenimento invece oltre ai classici tendoni dove vengono distribuiti cibo e bevande, nel corso degli anni sono stati allestiti degli eventi collaterali, come il sorteggio dei pettorali nella piazza del paese di La Villa, dove gli atleti sfilano e interagiscono con i tifosi; le



Sorvolo delle Frecce Tricolore nell'intervallo tra 1° e 2°

tribune VIP, dove è possibile godersi le gare sorvegliando un buon cocktail e gustando la cucina gourmet di diversi chef stellati; “Test The Best”, un insieme di stand posizionati sulle piste che offrono agli sciatori la possibilità di provare i nuovi materiali sciistici della stagione; il sorvolo delle Frecce Tricolore dell'Aeronautica Militare, che colorano il cielo di bianco, rosso e verde durante l'intervallo tra le due manche.

Infine nel 2018 sono stati introdotti due nuovi ambienti: “Red Bull Energy Lounge”, che dà la possibilità agli spettatori di provare l'adrenalina pura, assistendo alle gare in una posizione privilegiata e stando a stretto contatto con i campioni della Coppa del Mondo; “Le Viles di Blizzard-Tecnica” che rappresenta il villaggio ladino, dove è possibile assaporare a pieno la tradizione culinaria e ritrovare l'atmosfera tipica dei masi alpini.

L'evento

Come accennato, la creazione di un evento internazionale come quello preso in considerazione è stata per l'Alta Badia una grande occasione per far conoscere la propria valle, le sue peculiarità e di conseguenza attrarre nuovi visitatori.

³² <http://www.skiworldcup.it>

³³ Comitato Ski World Cup Alta Badia

Una manifestazione di questo calibro richiede grandi sforzi economici e di manodopera. In questo mio elaborato non si prendono in considerazione gli aspetti economici per l'impossibilità di reperire i dati necessari.

Come introdotto precedentemente, perché si possa organizzare una competizione di questo genere, oltre alla necessità dei requisiti tecnici della pista, anche la logistica richiede particolare attenzione.

La zona di arrivo gara deve essere situata vicino al centro abitato, deve possedere parcheggi necessari ai mezzi per la trasmissione radio-tv, uno schermo gigante e una box audio, l'assistenza sanitaria e un servizio d'ordine (2 pullman e 10 auto ufficiali). In aggiunta sono richiesti c.a. 200 ulteriori parcheggi per sponsor, responsabili FIS, giornalisti e staff degli atleti. Vicino al parterre è necessaria una zona di smistamento per auto, pullman e navette che trasportano gli spettatori; una zona da adibire ad eliporto, un'area coperta per il ristoro gratuito per autorità, giornalisti e volontari al lavoro; un tendone per il ristoro del pubblico, un'area vip a pagamento, box per i commentatori degli emittenti televisivi e spazio necessario al montaggio di tribune con almeno 4000 posti a sedere.

Oltre alla zona arrivo, c'è la necessità di avere a disposizione c.a. 800 stanze d'albergo, la possibilità per i concorrenti di stare in alloggi situati a non più di 10 km dalla pista, presenza di palestre per l'allenamento a secco di 70 atleti simultaneamente, spazi consoni a riunioni, servizio stampa ed un ufficio gare. Inoltre c'è l'obbligo di organizzare eventi laterali adeguati alla FIS (cena di gala, intrattenimento musicale, degustazioni).

A livello di materiale invece, Alta Badia Ski World Cup necessita, oltre all'attrezzatura utile alla messa in sicurezza della pista, di 3 tendoni per l'intrattenimento pre- e post-gara, 300 transenne per delimitare l'area, 500 pali da slalom e 200 teli personalizzati per il tracciato, 150 badili e rastrelli per sistemare la pista sia prima che durante la gara, 50 cannoni sparaneve per l'innervamento artificiale obbligatorio, 150 ore di lavoro da parte dei "gattisti" per compattare la neve, 20 trapani diversi gazebo e attrezzature per le partenze.

Impiegati al lavoro ci sono 100 maestri di sci, che si occupano della preparazione tecnica e del mantenimento della pista durante i giorni di competizione, 800 volontari impegnati nelle aree di intrattenimento e nel montaggio della zona d'arrivo e una decina di membri del comitato organizzatore occupati tutto l'anno nelle pratiche burocratiche e di pianificazione.³⁴

Pertanto anche senza fonti economiche, da questi dati si può dedurre che ci siano costi molto elevati, sostenuti dalle associazioni e dai comuni locali e dalla provincia.

La gara di GS si disputa sempre di domenica, ma l'evento in sé stesso inizia già il giorno prima, con l'estrazione dei pettorali. Essa consiste in una cerimonia di apertura, dove i migliori 15 atleti di tutto il mondo sfilano uno a uno sul palco e pescano la pallina che conterrà il numero del loro pettorale di partenza per la gara del giorno seguente. È una manifestazione molto attesa dai fan, i quali hanno la possibilità di vedere da vicino i loro beniamini, che salutano e ringraziano il loro pubblico, e si concedono allo scatto di foto e alla firma di autografi. Successivamente la festa prosegue nei tendoni allestiti in zona arrivo gara con il World Cup Party e nell'area Vip con il Bollicine Party.

Il giorno di competizione si apre con "*Bun dé a düc*" l'intrattenimento musicale di DJ Max Benzoni, in attesa dell'inizio della prima manche; in simultanea vengono anche organizzati dei

³⁴ Comitato Ski World Cup Alta Badia

mini-eventi a pagamento nelle aree speciali Les Viles e Vip Lounge.

Inizia la prima manche e la tensione sale, al termine di questa gli atleti ritornano in partenza per eseguire la ricognizione del secondo tracciato e intanto i fan si possono godere lo spettacolo mozzafiato delle Frece Tricolore che compiono le loro acrobazie nel cielo dell'Alta Badia.

Inizia la seconda manche che decreterà il vincitore dello Slalom Gigante, il quale verrà premiato a conclusione gara. Ed arriva di nuovo il momento dei festeggiamenti nelle diverse aree attrezzate.

Lo Slalom Gigante Parallelo (PGS) invece, come scritto in precedenza, è una gara notturna, quindi le prime fasi di qualificazione avranno luogo nel pomeriggio di lunedì, per proseguire con la finale, di sera, verso le ore 18.00. Segue la premiazione del podio parallelo e l'assegnazione di "Südtirol Ski Trophy", un trofeo dedicato alle gare di Coppa del Mondo di una singola regione. Un premio che si aggiudica l'atleta che, partecipando sia alle gare "badiote" che alle gare "gardenesi" (programmate nei giorni immediatamente prima al GS in Alta Badia), raggiunge il punteggio più alto.

La giornata si conclude con i festeggiamenti in tutte le aree di intrattenimento già nominate.³⁵

³⁵ Esperienza anno 2018

CAPITOLO III: L'impatto turistico di Ski World Cup Alta Badia

Questo capitolo presenta una piccola analisi empirica basata su tre principali fonti di dati, in grado di dimostrare l'impatto turistico delle gare di Coppa del Mondo ospitate nel paese di La Villa.

Primariamente vengono osservati ed elaborati i dati sugli arrivi e le presenze negli esercizi ricettivi dell'Alta Badia (Comune di Badia e Comune di Corvara), forniti dal consorzio turistico del posto.

In secondo luogo si analizza il numero di passaggi sugli impianti di risalita durante i giorni di gara e si confrontano con un altro periodo specifico di stagione.

Infine, anche se solo relativi a poche annate, si esaminano i dati relativi allo share televisivo internazionale, ottenuti grazie all'impresa di comunicazione Infront.

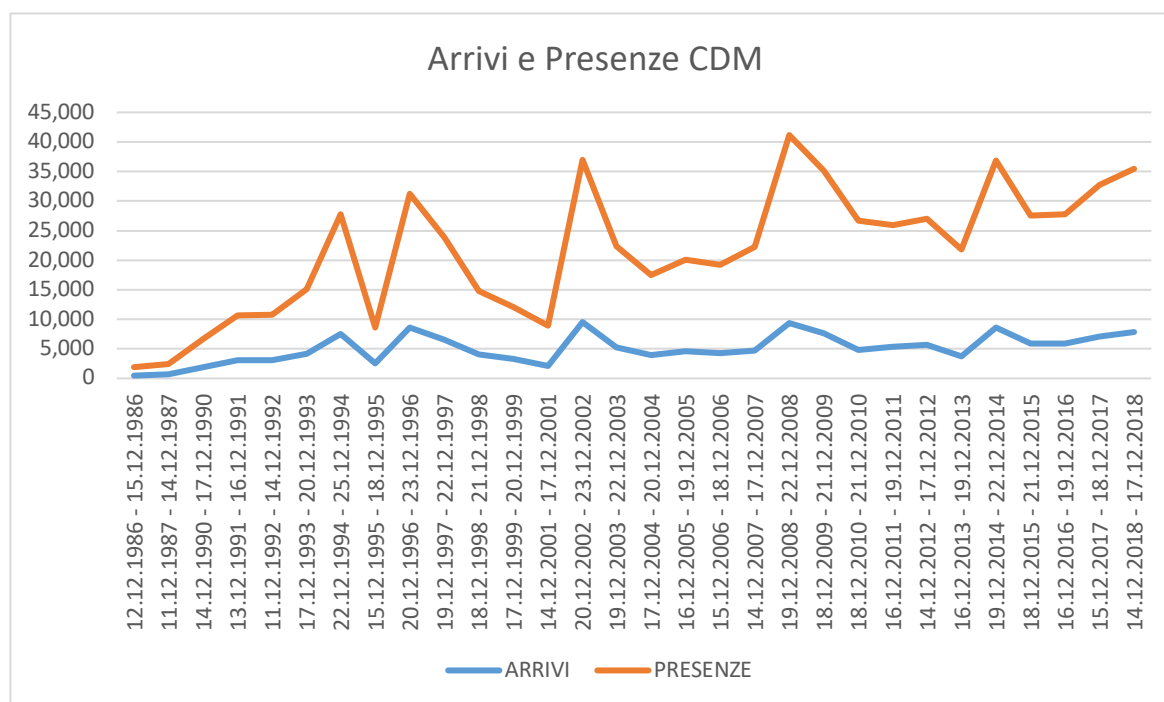
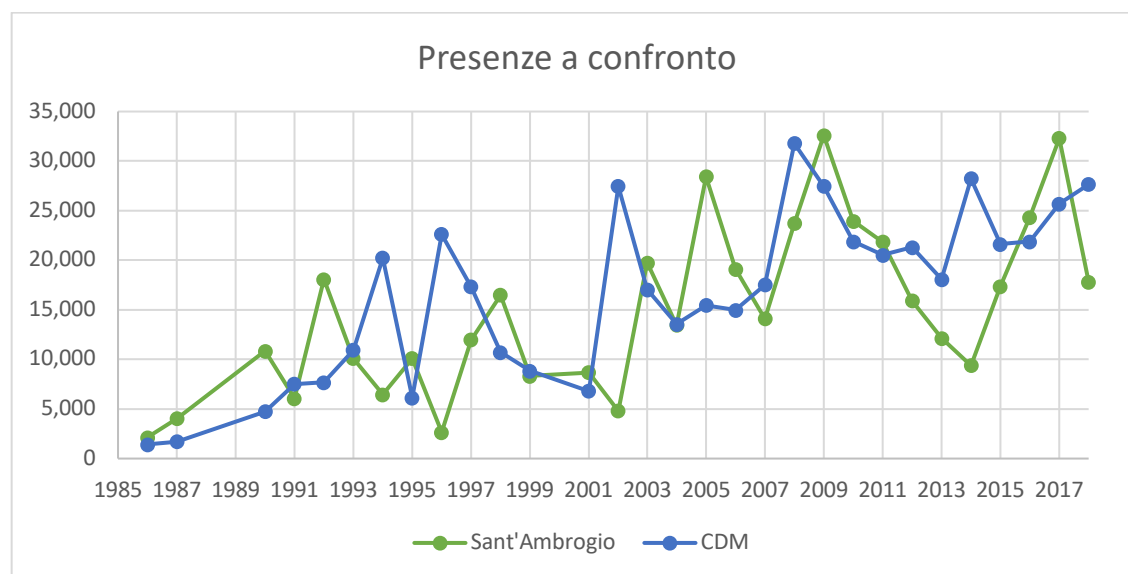


Grafico 3. Arrivi e Presenze durante i giorni di gara dal 1986 al 2018, rielaborazione personale con dati forniti dagli uffici turistici di Badia e Corvara.

Nel grafico soprastante è possibile notare gli arrivi (numero di persone arrivate nel luogo) e le presenze (numero di pernottamenti) nel periodo in cui si è svolta la gara nelle diverse stagioni. Non essendoci dati disponibili riguardanti l'anno 1985 (anno di iniziazione di tale manifestazione), l'analisi viene condotta partendo dall'anno successivo, individuando sempre periodi di 4 giorni. Sull'asse verticale troviamo il numero delle persone e su quella orizzontale le date prese in considerazione. Si può vedere che nel 1986 gli arrivi si aggirano intorno ai 500, mentre le presenze intorno ai 1.500. Nel 2018 invece gli arrivi sono saliti a quasi 8.000, mentre le presenze sfiorano i 28.000; ciò significa che c'è stato uno sviluppo molto positivo di tale evento, seppur con ampie fluttuazioni nel corso degli anni. Tali oscillazioni però possono dipendere da fattori estranei alla manifestazione in sé stessa, come per esempio le condizioni metereologiche, le festività oppure ancora la crisi economica.

Presenze a confronto

Per rendere meglio l'idea degli effetti turistici, nel diagramma successivo viene fatto un confronto tra le presenze nei giorni di gara, dei diversi anni (asse orizzontale) e le presenze (asse verticale) di un altro periodo (sempre di 4 giorni) considerato di picco, quale il ponte di Sant'Ambrogio – Immacolata.



Presenze a confronto, rielaborazione personale dei dati ottenuti dall'ufficio turistico di Badia e Corvara.

Tale grafico fa dedurre che il numero di pernottamenti che si verifica nelle giornate di gara di Coppa del Mondo va di pari passo e spesso supera il numero di pernottamenti che si registrano durante il periodo di Sant'Ambrogio - Immacolata.

La data sopra citata è considerata un periodo di picco in primis perché è un'importante ricorrenza italiana, dove molto spesso la gente riesce ad ottenere un week end lungo di ferie dal lavoro e inoltre perché combacia quasi sempre con l'apertura degli impianti, momento molto atteso da tutti gli amanti dello sci.

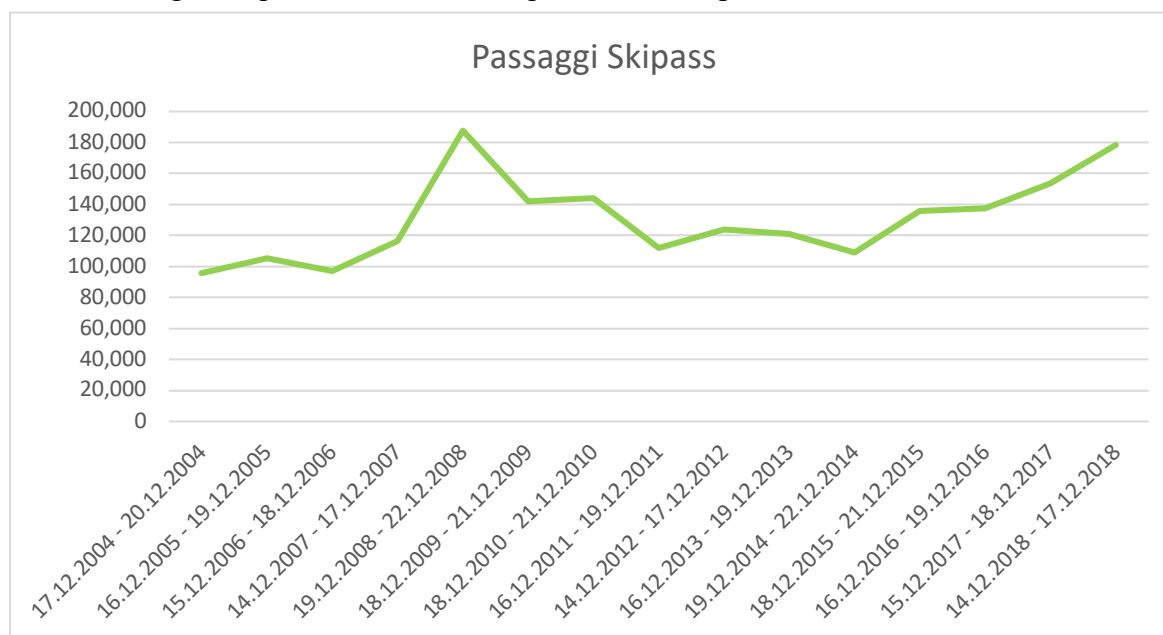
Questa elaborazione dimostra quindi che un grande evento come quello preso in considerazione, ha degli effetti positivi sul turismo della località non indifferenti, spesso migliori dei risultati prodotti da una festività nazionale.

Passaggi skipass

Grazie ai dati forniti dal consorzio impianti di risalita Skicarosello, è stato possibile estrapolare il numero di passaggi e quindi il numero di sciatori durante i giorni (intervallo di 4 giornate) dell'evento Ski World Cup Alta Badia, a partire dall'anno 2004. Sono stati esaminati i dati provenienti dalla Società Grandi Funivie Alta Badia, in sostanza colei che esercita la direzione degli impianti attorno alla pista di gara, in modo da avere un risultato il più veritiero possibile.

Grafico 5. Passaggi Skipass, rielaborazione personale dei dati forniti dal consorzio impianti a fune Skicarosello

Da sottolineare inoltre il fatto che nella categoria sciatori non è stato possibile differenziare tra turisti e valligiani, quindi all'interno di questi dati una parte, anche se minima, sarà sicuramente

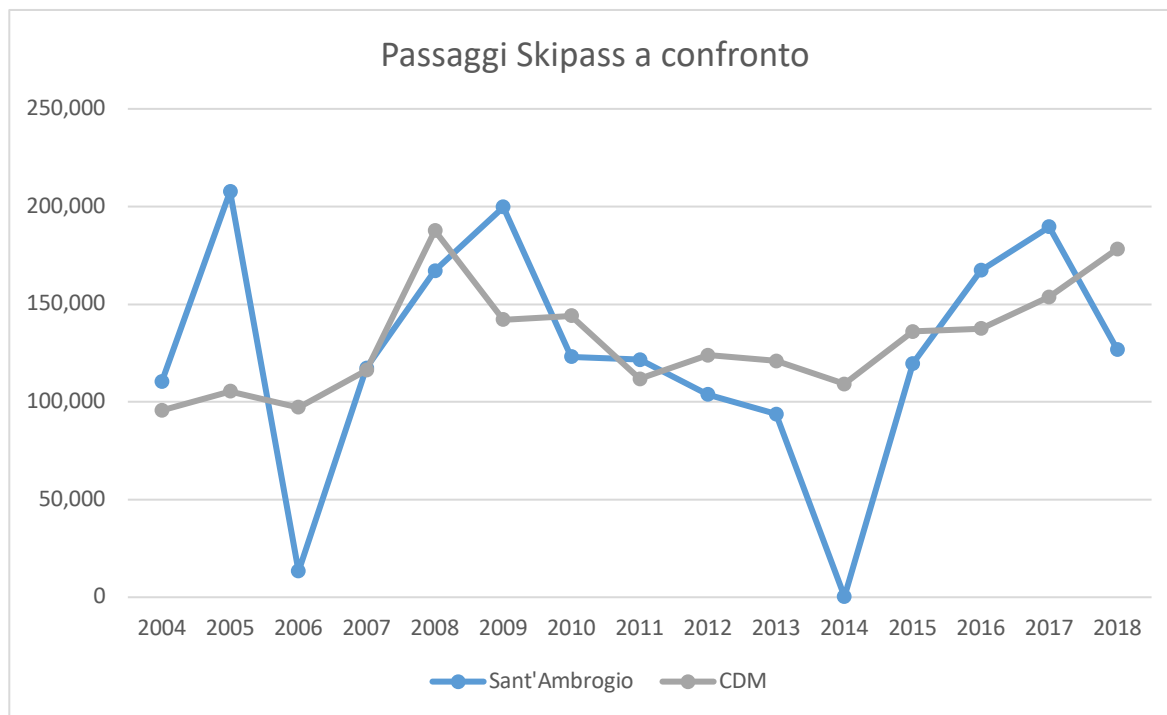


composta da residenti.

L'andamento del diagramma mostra chiaramente come nel corso degli anni, ci sia stata una crescita del numero di sciatori nel periodo di gare, seppur con qualche picco e qualche caduta. Nel 2004 sono stati registrati 95.979 passaggi, i quali nel 2018 sono quasi duplicati, toccando i 180.000. Tali osservazioni confermano la tesi sostenuta dopo l'analisi dei dati di arrivi e presenze e cioè che Ski World Cup Alta Badia è un fenomeno che contribuisce in modo relativamente importante al turismo della vallata.

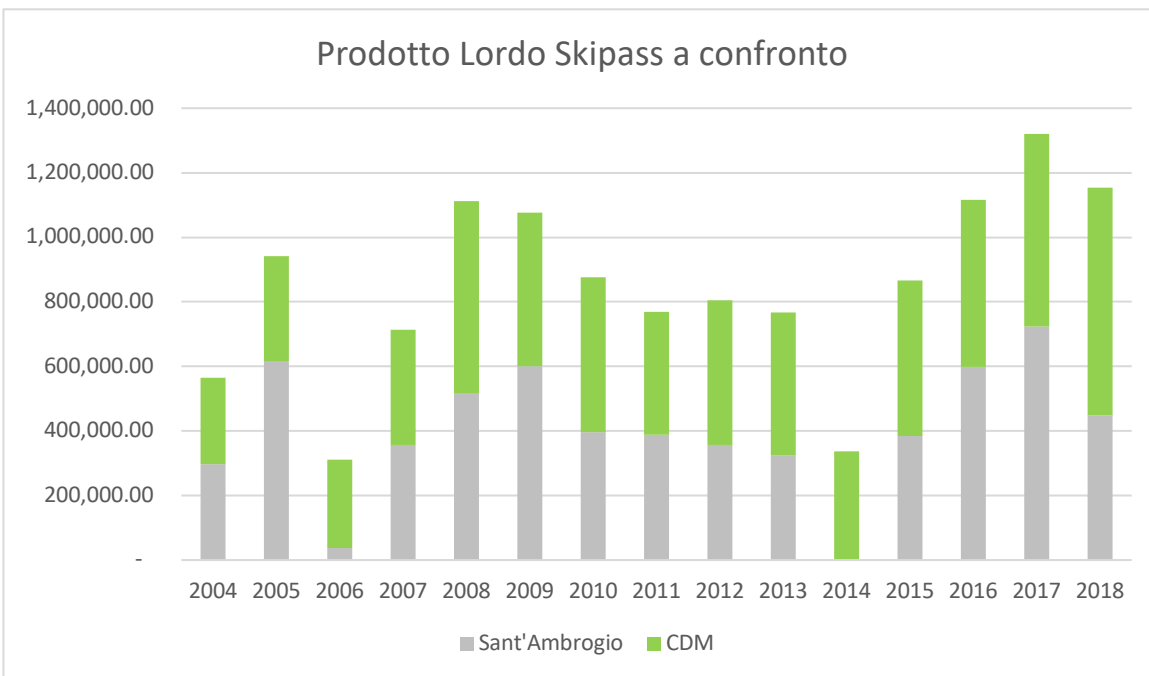
Come per le presenze, anche per i passaggi skipass viene fatto un paragone tra il periodo di Coppa del Mondo e il periodo di Sant'Ambrogio – Immacolata. (entrambi intervalli di 4 giorni come per le presenze) Vengono confrontati sia il numero di sciatori che il prodotto lordo risultante, nell'arco di tempo che va dal 2004 al 2018.

Volendo commentare il grafico, è possibile affermare che l'andamento del numero di sciatori nel corso degli anni, durante le giornate di gara, è molto più costante rispetto a quello del periodo di



Sant'Ambrogio – Immacolata. Questo può dimostrare quanto l'evento considerato, sia uno strumento più affidabile nel procurare passaggi sugli impianti e di conseguenza abbia un maggiore impatto sul turismo, rispetto ad una festività nazionale. Osservando poi i punti di caduta del trend di Sant'Ambrogio è sostenibile il fatto che Ski World Cup Alta Badia funga da traino in questi periodi poveri di passaggi e permetta di compensare tale mancanza.

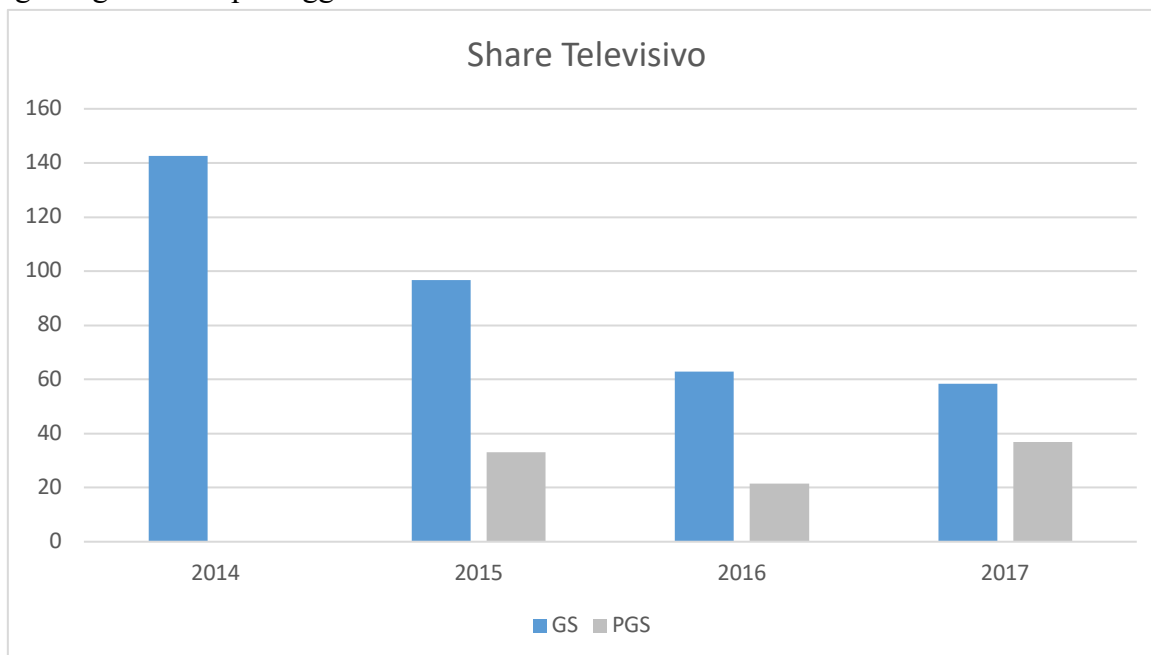
Nel diagramma sottostante, che mette a confronto il prodotto lordo ottenuto da Skicarosello nel periodo di Coppa del Mondo e quello di Sant'Ambrogio, l'opinione sostenuta pocanzi è ancora più evidente. Infatti le colonne messe in pila sottolineano esattamente gli anni in cui il profitto lordo, derivante dalla vendita di skipass nei giorni di gara, vada a compensare quello scarso che ne è derivato dai biglietti venduti all'Immacolata (in particolare anni 2006 e 2014), riuscendo quindi a mantenere un introito apprezzabile.



Share televisivo internazionale

In conclusione sono stati presi in considerazione i risultati dello share televisivo internazionale elaborati dall'impresa di comunicazione Infront. Codesti sono relativi al numero di spettatori (asse verticale) che ha seguito la gara di GS e la gara di PGS negli anni 2014, 2015, 2016, 2017 (asse orizzontale), durante le trasmissioni live e di notiziari o megazine sportivi.

È un dato interessante in quanto, durante la trasmissione della competizione il nome della località ospitante viene spesso ripetuto e nei momenti di intervallo vengono mandate in onda innumerevoli immagini riguardanti il paesaggio e la tradizione. Tutto ciò aumenta la notorietà della destinazione



turistica.

Il diagramma 8 mostra come l'anno 2014, sia stato il momento in cui la gara di GS ha ottenuto più telespettatori, raggiungendo quasi i 143 milioni. Dal 2015 è stato inserito il nuovo format gara, come precedentemente citato, anche se a livello televisivo non sembra aver avuto molto successo rispetto al GS, probabilmente dovuto anche alla fascia oraria diversa della trasmissione. Infatti il PGS ha luogo il lunedì pomeriggio-sera e molta gente, che magari avrebbe piacere di seguirlo, è costretta al lavoro.

Ciononostante, questa analisi è stata inserita nell'elaborato poiché si ritiene che la tv possa contribuire a far conoscere la località e creare curiosità nei telespettatori, facendoli diventare così dei possibili fruitori del turismo in Alta Badia.

CONCLUSIONI

L'organizzazione di un evento internazionale come Ski World Cup Alta Badia contribuisce a rendere la destinazione unica nel suo genere e pertanto ad essere scelta dai turisti per la sua proposta alternativa rispetto ad altre stazioni sciistiche.

Come dimostrano le elaborazioni dei dati del capitolo III, le gare di Coppa del Mondo in programma ogni anno appena prima di Natale, producono degli effetti turistici molto simili e a volte superiori a quelli risultanti da una festività nazionale come il periodo dell'Immacolata.

Valutato a sé stesso è invece un fenomeno che nel corso degli anni ha subito una crescita abbastanza costante. Quindi è possibile affermare che l'intento di Erich Kostner di utilizzare Ski World Cup Alta Badia come strumento per rendere nota la sua valle ladina e per attrarre più turisti nel periodo prima di Natale, è riuscito.

Tale elaborato è una prima perlustrazione dei dati, per poter ottenere dei riscontri univoci, sulle ricadute generate da Ski World Cup Alta Badia, occorre un'analisi molto più approfondita, non soltanto sugli arrivi e sulle presenze, ma potendone disporre, anche su dati economici relativi ai consumi giornalieri dei turisti e ai pernottamenti di visitatori, fan, atleti e staff tecnici.

RINGRAZIAMENTI

Questo studio è stato condotto nell'ambito del progetto ERASMSUS+ Sport "DC4SKI" (Dual Careers for Ski Racers") finanziato dalla Commissione Europea.

Desidero dedicare questo spazio alle persone che hanno contribuito, con il loro instancabile supporto, alla realizzazione di tale elaborato.

In primo luogo ringrazio la Professoressa Bindi Federiga, il Professor Boffa Federico ed il Presidente dello Sci Club Ladinia Alta Badia, per avermi ispirato e sostenuto, mostrandosi disponibili e cortesi nell'aiutarmi a dare un indirizzo concreto al mio lavoro.

Un profondo ringraziamento va alla mia famiglia e al mio fidanzato, per il sostegno che mi hanno sempre dimostrato, soprattutto nei momenti di incertezza e per avermi accompagnato con pazienza e dedizione durante questo lungo percorso. La mia gratitudine a loro è anche per avermi trasmesso la consapevolezza che niente è impossibile, basta crederci e impegnarsi per raggiungere i propri obiettivi. Li ringrazio inoltre per l'amore incondizionato che mi hanno sempre dimostrato e per l'appoggio e la fiducia che ripongono in me e in quello che mi propongo di fare.

Sono riconoscente a tutti gli amici e le persone che ho incontrato in questo cammino, i quali anche con la loro semplice vicinanza o parola di conforto hanno contribuito a rendere il mio obiettivo sempre più raggiungibile.

In ultimo dedico questo piccolo traguardo a me stessa, ai miei sacrifici e alla mia perseveranza, senza i quali non sarei arrivata fin qui.

Grazie.

Bibliografia

Allen J., O'Toole I., McDonnell, Harris W. R., "Festival and Special Event Management" 5th Edition. Brisbane: J. Wiley & Sons, 2010.

Alpine Ski World Cup Alta Badia, "Gran Risa Magazine" Edizioni 2019.

Campigotto Martina, Tesi di Laurea magistrale "Gli eventi come elemento distintivo di comunicazione nelle strutture ricettive". Venezia: Università Ca' Foscari, 2014.

Candela G., Figini P. "Economia del turismo e delle destinazioni" 2nd Edition. McGraw-Hill 2010.

De Luca Elisabetta, Tesi di Laurea magistrale "Grandi eventi per il rilancio turistico di una destinazione: il caso dei Mondiali di Sci Alpino 2021 a Cortina d'Ampezzo". Venezia: Università Ca' Foscari, 2015.

Ferrari Sonia, "Event Marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumento di marketing". CEDAM, 2012.

Getz Donald, "Event management and Event tourism". Cognizant Communication Corporation, 2005.

Getz D., S. Page, "Progress and prospects for event tourism research".

Goldblatt J.J., "Special events: best practices in modern Event management". Van Nostrand Reinhold, 1997.

Lovato E., Montagna E., Tesi di Laurea magistrale "Turismo montano tra crisi e prospettive – Il caso del comprensorio sciistico di Malga San Giorgio, Verona". Mantova: Politecnico di Milano, 2012.

Macchiavelli A., "Il turismo montano invernale: vecchie e nuove prospettive per un prodotto maturo" citato in "XIV Rapporto del turismo italiano", 2005.

Pechlaner H., Manente M. "Manuale del turismo montano". Touring University Press, 2002.

Pechlaner H., Michael Volgger, Manuel Demetz, Anna Scuttari,^[L]^[SEP]Elisa Innerhofer, Lena-Marie Lun, Greta Erschbamer, Ruben Bassani, Elisa Ravazzoli, Raphaela Maier e Daria Habicher, "Il futuro del turismo in Alto Adige 2030". Eurac Research, 2017.

Pescosta Werner, "Storia dei Ladini delle Dolomiti". San Martin de Tor: Istitut Ladin Micurà de Rü, 2010.

Pizzinini Renata, Pescosta Werner, "Un capitolo di storia del turismo in Alta Badia – ricordi, sogni e riflessioni di Renata Kostner Pizzinini, un'albergatrice di Colfosco". San Martino in Badia: Uniun Ladins Val Badia, 2019.

Richebuono Bepe, "Breve storia dei ladini dolomitici". San Martin de Tor: Istitut Ladin Micurà de Rü, 1992.

Sci Club Ladinia, "50 Agn S.C. Ladinia". Ortisei: Typak, 1997.

Sitografia

Alta Badia – informazioni impianti

<https://www.altabadia.org/it/vacanze-inverno-dolomiti/comprensorio-sciistico/impianti-aperti-bollettino-neve.html>, data di consultazione 15 ottobre 2019

Istituto di Ricerca Economica (IR): “Tourism: Il Turismo in Alto Adige visto da vicino”

<https://www.wifo.bz.it/media/d5f328a9-8f2e-44e1-865f-f939c992a2ea/tourism-2017-11-17-it.pdf>, data di consultazione 25 ottobre 2019

Pechhlaner H., M.Volgger, Manuel Demetz, Anna Scuttari, Elisa Innerhofer, Lena-Marie Lun, Greta Erchbamer, Ruben Bassani, Elisa Ravazzoli, Raphaela Maier e Daria Habicher: “Il Futuro del Turismo in Alto Adige 2030”, 2017, Eurac Research, Bozen, consultabile <https://www.wifo.bz.it/it/temi/studi-e-analisi/29-il-futuro-del-turismo-in-alto-adige-2030.html>

Romagnoli, Stella: “Economia e organizzazione degli eventi. Lezione 1”. LUMSA, Roma.

<https://studylibit.com/doc/3839926/definizione-e-classificazione-degli-eventi>, data di consultazione 07 novembre 2019

Skicarosello – sito dell’azienda

<https://www.skicarosello.it/it/consorzio-skicarosello-alta-badia-dolomiti.php>, data di consultazione 15 ottobre 2019

Ski World Cup Alta Badia – Storia

<http://www.skiworldcup.it/it/storia-gran-risa-ski-world-cup-alta-badia.php>, data di consultazione 16 ottobre 2019

Turismo e innovazione – Turismo montano

<http://www.turismoeinnovazione.it/il-futuro-del-turismo-montano>, data di consultazione 20 ottobre 2019

Indice dei grafici

Grafico 1. Trend turistico in Alto Adige 2000-2018, rielaborazione personale dei dati ASTAT 2019.

Grafico 2. Trend Turismo Invernale in Alto Adige, rielaborazione personale dei dati ASTAT 2019.

Grafico 3. Arrivi e Presenze durante i giorni di gara dal 1986 al 2018, rielaborazione personale dei dati forniti dagli uffici turistici di Badia e Corvara.

Grafico 4. Presenze a confronto, rielaborazione personale dei dati forniti dagli uffici turistici di Badia e Corvara.

Grafico 5. Passaggi Skipass, rielaborazione personale dei dati forniti dal consorzio impianti a fune Skicarosello.

Grafico 6. Passaggi Skipass a confronto, rielaborazione personale dei dati forniti dal consorzio

impianti a fune Skicarosello.

Grafico 7. Prodotto Lordo Skipass a confronto, rielaborazione personale dei dati forniti dal consorzio impianti a fune Skicarosello.

Grafico 8. Share Televisivo, rielaborazione personale dei dati forniti dal Comitato Alpine Ski World Cup Alta Badia, emessi da Infront.

Indice delle figure

Figura 1. Il ciclo di vita della destinazione alpina attraverso lo sviluppo dell'offerta. Fonte Keller, 2000.

Figura 2. Presenze in Alto Adige durante l'anno turistico 2015/2016.

<https://www.wifo.bz.it/media/d5f328a9-8f2e-44e1-865f-f939c992a2ea/tourism-2017-11-17-it.pdf>, data di consultazione 25 ottobre 2019

Figura 3. Gara di Coppa del Mondo di Gigante Parallelo in Alta Badia anno 2018.

<http://www.skiworldcup.it/it/gallery-ski-world-cup-alta-badia.php>,

data di consultazione 23 gennaio 2020

Figura 4. Seggiovia Col Alt, uno dei primi anni in cui era in funzione. Fornita dal consorzio impianti a fune Skicarosello

Figura 5. Podio anno 2005, con vittoria e secondo posto di Max Blardone e Davide Simoncelli.

<http://www.skiworldcup.it/it/storia-gran-risa-ski-world-cup-alta-badia.php>, data di consultazione 21 gennaio 2020

Figura 6. Sorvolo delle Freccie Tricolore nell'intervallo tra prima e seconda manche.

<http://www.skiworldcup.it/it/gallery-ski-world-cup-alta-badia.php>, data di consultazione 21 gennaio 2020