

Rassegna del 31/05/2011

FINANZA & MERCATI - Arco: Mondiali a Torino, bersaglio centrato - Licchi Anna

1

| EVENTI

Arco: Mondiali a Torino, bersaglio centrato

ANNA LICCHI

Per le prossime Olimpiadi di Londra, il tiro con l'arco sembrava uno dei cosiddetti sport minori destinato a passare inosservato, con scarsa attenzione mediatica e poco seguito sugli spalti; invece la notizia dell'annunciato "sold out" per le gare in programma nella capitale inglese ha dimostrato il potenziale e l'amore degli sportivi per i Robin Hood a caccia di medaglie. Non tutti, però, sono rimasti stupiti da questo exploit: i dirigenti federali italiani erano consci della straordinaria crescita che il movimento arciero ha avuto in Italia negli ultimi anni. Il costante lavoro di valorizzazione dei vivai della Federazione e i risultati ottenuti dagli azzurri a livello internazionale hanno infatti impresso una decisa accelerazione al tesseramento al tiro con l'arco: dopo Atene 2004, dove Galiazzo conquistò l'oro, i tesserati sono passati da 14.500 a oltre 16mila in pochi mesi. Negli anni successivi l'aumento è stato più lento ma costante, fino ad assestarsi, nel 2008, sui 19mila. L'argento a squadre a Pechino 2008 ha fatto il resto, consentendo lo sfondamento del muro dei 20mila tesserati distribuiti su 500 società. Nell'ot-

tica di proseguire in questo trend positivo e continuare nell'opera di acquisire sempre maggiore luce per il proprio movimento, la Fitarco ha deciso quindi di organizzare i prossimi Campionati mondiali, in programma a Torino dal 3 al 17 luglio. Visti i numeri dei partecipanti, sono campionati da record: 87 nazioni partecipanti, 39 per i paralimpici, per un totale di oltre 1.300 persone, tra atleti e tecnici. E se la schiera di arcieri è numerosa, non da meno è quella degli sponsor che hanno deciso di investire sull'evento torinese: a oggi si contano 38 partner, capaci di sostenere un bilancio complessivo di 5 milioni di euro. Il settore più nutrito è quello dei 16 partner istituzionali, seguito dagli otto locali e dagli sponsor internazionali coinvolti direttamente dalla Federazione, nomi come Kia Motors, Sportoto, Vakifbank, Turkish Airlines, Tfors events e Longines. A seguire le gare sui cinque campi allestiti a Stupinigi (eliminatorie) e a Torino, per le finali in una location davvero speciale come Piazza Castello, oltre 400 i giornalisti attesi e 50 tv. "Turin is on target" recita lo slogan dei Campionati: il bersaglio è stato senza dubbio centrato. Ora mancano solo le medaglie.

