

**Zeitschrift:** Gioventù e sport : rivista d'educazione sportiva della Scuola federale di ginnastica e sport Macolin

**Herausgeber:** Scuola federale di ginnastica e sport Macolin

**Band:** 37 (1980)

**Heft:** 1

**Artikel:** Concezione promozionale per gli anni 1980-85

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1000470>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 16.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Tutta questa evoluzione ha però comportato anche dei fenomeni negativi. Non vogliamo certo arrivare alle considerazioni espresse recentemente a proposito del comportamento dei tifosi: è sufficiente forse accennare alla creazione e allo sfruttamento del divismo, alla speculazione sul campanilismo, al generale disinteresse per gli sport cosiddetti sociali e per i problemi politici e organizzativi legati a un fenomeno di massa. Sono alcuni aspetti che meriterebbero a loro volta una più attenta considerazione. È certo che nel periodo esaminato il calcio la farà da padrone per una sua precisa vocazione populista mai smentita né dai fatti né dagli avvenimenti, né tantomeno dai discorsi di chi parlava di alienazione domenicale delle masse proletarie.

E sul calcio s'è costruito tutto l'impianto pubblicitario dei singoli quotidiani che non hanno esitato a buttare in campo, oltre la competenza delle loro firme, anche la facile esca del settarismo, della rivalità stracittadina o regionale per fini non propriamente educativi. La correttezza giornalistica veniva quindi messa in forse dall'importanza dell'avvenimento: era la passionalità ad avere il sopravvento e a far scrivere talvolta grossolane sciocchezze.

Le cose sembrano oggi raddrizzarsi, almeno per quest'ultimo aspetto. Restano ovviamente le eccezioni a confermare la precarietà della classica regola. Sennmai il discorso è da riproporre a proposito del ruolo educativo o plagiatorio che certa stampa ancora svolge (sono i giornalisti a «plagiare» i tifosi o viceversa?), per cui è da ri-definire la funzione del giornalista in termini di informazione e di formazione, intesa, quest'ultima, secondo Ghirelli, come educazione civile, tolleranza, ironia, consapevolezza dei limiti da assegnare alle proprie passioni.

E potremmo continuare a lungo, tanto è vasto il settore che abbiamo sommariamente preso in considerazione. Un esame senz'altro superficiale il nostro, messo lì per dire che lo sport attraverso questa stampa ha avuto un suo preciso indirizzo e una sua chiara impostazione. Se ancora troppi scritti sfociano nel risvolto emotivo del nazionalismo (anche di casa nostra!), dobbiamo pur affermare che la stampa italiana ha evidenziato una sua linea più critica, seria, professionale: merito dei giornalisti o di una categoria di lettori poco disposti ad accettare supinamente una porzione di imbecillità revanchiste fini a se stesse?

Chi volesse approfondire l'argomento sull'evoluzione della stampa sportiva, legga il testo di P. Murialdi: Come si legge un giornale, Laterza 1978.



## Concezione promozionale per gli anni 1980-85

### Introduzione

La concezione promozionale è stata concepita in stretta collaborazione fra i diversi settori dell'Associazione svizzera dello sport (ASS), il responsabile del settore Sport per tutti e un gruppo di persone specializzate nelle ricerche di mercato. La concezione è caratterizzata dal fatto ch'essa è essenzialmente orientata verso le necessità del pubblico (al quale Sport per tutti si indirizza) e verso le federazioni in qualità di principali supporti del movimento.

### Compiti e obiettivi

Sport per tutti deve:

- indurre i *sedentari* a praticare un'attività sportiva regolare e ciò tramite un'informazione e una propaganda ben fatte
- incoraggiare i *praticanti* a proseguire regolarmente l'attività sportiva e questo ampliando e completando incessantemente i mezzi e le possibilità messi a loro disposizione e grazie, ugualmente, a un'informazione e una propaganda ben concepite
- promuovere questi sforzi, in particolare a livello di federazioni, e assicurare la coordinazione fra le parti in causa
- tenersi al corrente delle abitudini della popolazione e definire le «necessità sportive» che ne risultano.

In questo modo Sport per tutti potrà meglio soddisfare la sua missione al servizio della salute pubblica e, penetrando all'interno di tutte le classi di età della popolazione, contribuire a equilibrare l'occupazione del tempo libero.

### Acquisizione dei dati e principali risultati

I dati di base utilizzati per l'elaborazione della concezione promozionale 1980-85 provengono da 4 fonti differenti:

1. Analisi dei mezzi propri a disposizione



2. Acquisizione e valutazione di dati d'ordine secondario
3. Studio qualitativo di mercato presso il pubblico
4. Discussione con i responsabili dei principali supporti

#### Risultati principali

##### Punto 1

Dai compiti fissati si deduce che il pubblico a cui Sport per tutti s'indirizza è formato essenzialmente di persone che non praticano dello sport o solo occasionalmente (sportivi occasionali, non sportivi) e che l'offerta sportiva che li concerne dev'essere presentata in primo luogo dalle federazioni e società sportive.

##### Punto 3

L'«offerta sportiva ideale» attesa dal pubblico deve presentare un'attrattiva basata sull'esperienza vissuta, la gioia, la distensione e il contatto. L'aspetto ludico deve sempre prevalere. Un adattamento costante in funzione dell'ambiente può aiutare a raggiungere questi obiettivi. L'accesso all'attività sportiva proposta dev'essere semplicissimo e l'aspetto amministrativo ridotto ai minimi termini (orari e luoghi fissi, possibilità d'iscriversi sul posto ecc.). Può sussistere una certa forma d'obbligo, quella rappresentata da un corso ad esempio, ma deve restare minima. Per quanto concerne le spese, il margine di tolleranza ammesso è abbastanza largo.

##### Punto 4

Dalle discussioni avute con i principali supporti dello Sport per tutti (federazioni sportive, uffici dello sport, responsabili di sport di vacanza, centri di formazione d'insegnanti di sport e d'educazione fisica, organi d'informazione ecc.) risulta che tutti sono ben disposti ad aiutare al massimo delle loro possibilità. Ma è stato comunque chiaramente specificato che l'ASS dovrà tener conto dei problemi propri d'ognuna di queste istituzioni.

#### Conclusioni

In ragione dei dati e insegnamenti accumulati, sono state tratte certe conseguenze e si è potuto schizzare una «immagine ideale» dello Sport per tutti, la quale dovrebbe servire da «filo conduttore» di tutte le attività dei prossimi anni.

#### Obiettivi e conseguenze

La decisione irrevocabile di sviluppare lo sport per tutti tramite il canale delle federazioni e delle società sportive causa le seguenti conseguenze:

- rispetto dei principi federalistici e offerte adattate alle condizioni regionali o locali
- organizzazione, direzione e pratica nel quadro di un gruppo, ma senza che sia necessario aderire a una società. Lo sport individuale «libero» e «non diretto» e la creazione di possibilità d'attività e d'impianti necessari occupano solo il secondo posto nell'ordine di priorità.

#### «Immagine ideale» dello sport per tutti (pubblico)

Per il pubblico, Sport per tutti deve diventare una nuova forma d'attività perfettamente adattata alle sue necessità. Il gioco e il piacere sono al centro delle sue preoccupazioni: «s'impara a conoscere altra gente» «si compie una prestazione, ma giocando» «non ci si deve legare né aderire a una società»

#### «Immagine ideale» dello Sport per tutti (supporti)

Per i supporti, lo Sport per tutti deve diventare un servizio competente in tutto quanto concerne lo sport nel tempo libero. Sport per tutti lancia e promuove delle azioni che permettano alle federazioni e alle società di porsi in valore. Sport per tutti non si pone in concorrenza ma al servizio delle società sportive.

1. Misure riguardanti l'elaborazione di attività da offrire agli interessati: questo settore comprende lo studio concreto, in collaborazione con le federazioni e le società, di forme di sport per tutti appropriate.

2. Messa a disposizione dei servizi dell'ASS in materia di sport per tutti: si tratta di servizi previsti per i supporti dello Sport per tutti.

3. Misure tendenti allo sviluppo dell'informazione e delle relazioni pubbliche, collaborazione più intensa con i mass media ma anche, sul piano interno, allargamento dei canali d'informazione fra l'ASS e i vari supporti dello Sport per tutti.

4. Valutazione dei mezzi finanziari e del personale necessario all'ASS (e in certi casi alle federazioni) per permettere l'applicazione dei pacchetti di misure promozionali proposte.

#### Pacchetto di misure 1A

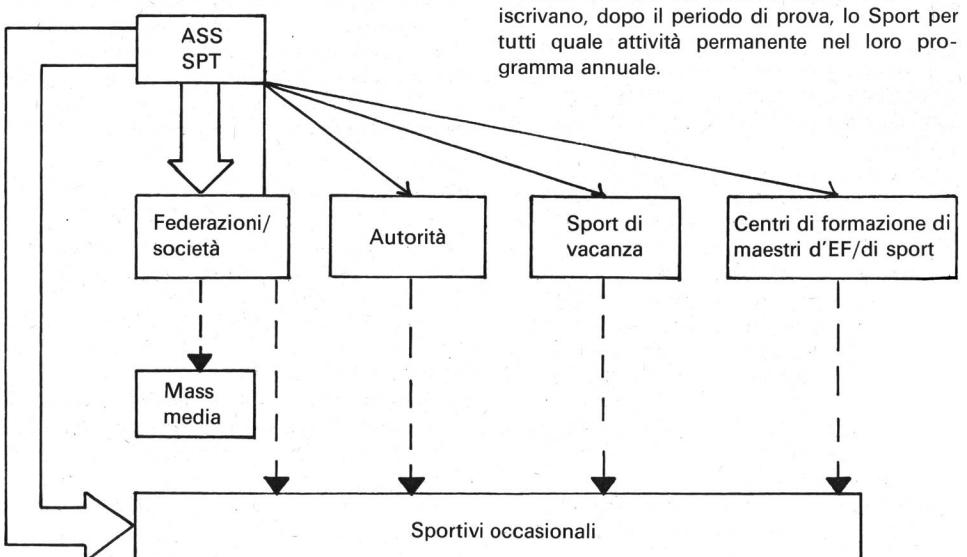
Organizzazione permanente, retribuita, da parte di federazioni e società polisportive, di corsi destinati alla «clientela» Sport per tutti, senza obbligo d'adesione.

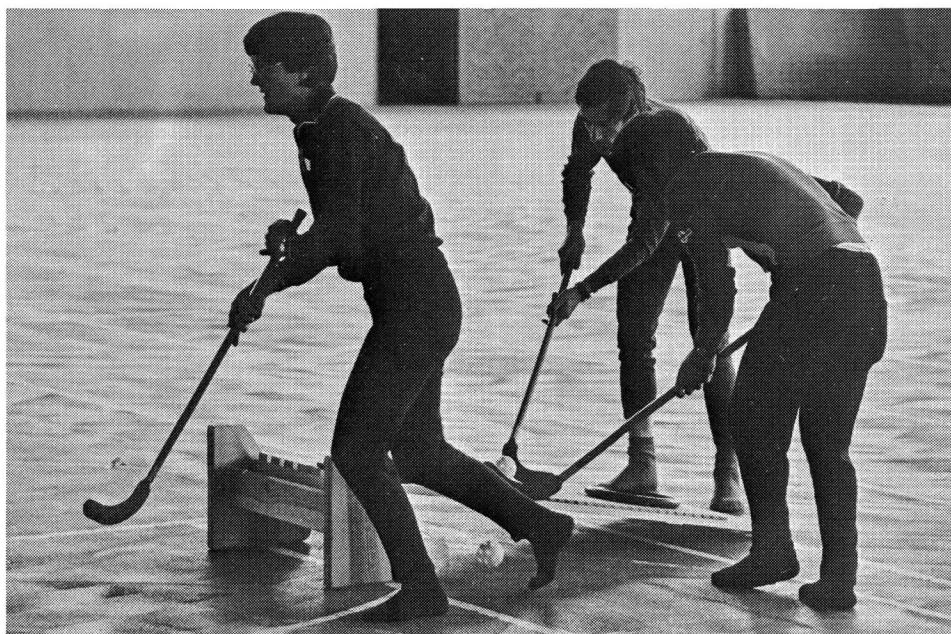
#### Scopi

Porre le federazioni-pilota (o modello), e le società-pilota da esse designate, in grado di presentare lo Sport per tutti sotto forma di corso. La pianificazione e la realizzazione di queste attività si farà in stretta collaborazione fra le federazioni in questione e la Commissione Sport per tutti dell'ASS.

L'obiettivo finale è d'ottenere che le federazioni iscrivano, dopo il periodo di prova, lo Sport per tutti quale attività permanente nel loro programma annuale.

#### Applicazione delle misure previste





#### Descrizione

- con questo pacchetto di misure si tratta di fare in modo che la federazione-modello, come pure le sue società, s'impegnino in quanto «servizio pubblico», anche di fronte a persone non affiliate. Quest'atteggiamento dovrebbe permettere di lottare efficacemente contro la crescente concorrenza del settore privato. L'attività sportiva sotto forma di corso occupa una posizione centrale; questi corsi saranno concepiti in modo che possano essere autofinanziati.
- resta chiaro che lo Sport per tutti così presentato non deve nuocere agli interessi della federazione in questione e, ancor meno, costituire una concorrenza alle sue attività specifiche.
- tenuto conto del personale e delle risorse finanziarie a disposizione, sarà possibile realizzare quattro progetti nel corso dei prossimi cinque anni: due a partire dal 1980, uno dal 1981 ed uno a partire dal 1983.
- il finanziamento dei progetti sarà assicurato dall'ASS e dalla federazione-modello. Il preventivo totale dei cinque anni dovrebbe raggiungere il montante di 120000-160000 franchi.
- la realizzazione di un progetto si estende su una durata di cinque anni. Il primo anno servirà all'introduzione, il secondo e il terzo al suo normale svolgimento, il quarto e quinto anno alla sua estensione all'insieme della federazione in questione.

#### Pacchetto di misure 1B

Manifestazioni occasionali organizzate dalle federazioni non polisportive, concernenti quindi una sola specialità. Creazione d'impianti fissi e d'infrastrutture permanenti.

Le discussioni avute con le federazioni hanno dimostrato, in generale, che sono giustamente le più specializzate a vedere le possibilità più ristrette d'impegnarsi nello Sport per tutti. Sono tuttavia interessate ad azioni comuni, allo scopo evidente di farsi conoscere da un largo pubblico. Tenuto conto dei mezzi a disposizione, è possibile intravvedere la realizzazione di un progetto all'anno nel quadro del pacchetto 1B.

#### Pacchetto di misure 2

Servizi dell'ASS destinati alle federazioni, alle autorità, alle stazioni turistiche e ai centri di formazione.

#### Scopi

- tramite la consultazione sistematica di tutti gli studi e di tutti gli scritti relativi allo Sport per tutti, informare costantemente le autorità dell'ASS, delle federazioni e di altri supporti sulla situazione e lo sviluppo del movimento in tutti i suoi settori.
- tramite la creazione e la messa a disposizione

dei mezzi didattici e dei documenti di propaganda, e con l'organizzazione di corsi di formazione e di perfezionamento, aiutare i supporti dello Sport per tutti nel compimento dei loro incarichi.

#### Descrizione

- I servizi previsti comprendono i seguenti settori:
- servizio d'informazione e di documentazione
  - messa a disposizione dei mezzi di propaganda e di «distinzioni» (premi)
  - creazione di un dossier relativo alla formazione con, in primo piano, una possibilità di formazione complementare facoltativa di monitori di federazioni e di società sportive nel campo dell'animazione.

I montanti consacrati a questo scopo si limiteranno a 15000 franchi, ciò dev'essere piuttosto considerato quale preventivo di partenza e d'incoraggiamento.

#### Pacchetto di misure 3

Informazione, motivazione, relazioni pubbliche, contatti con gli organi d'informazione e i supporti.

#### Scopi

Far conoscere lo Sport per tutti tramite un impegno dinamico dei mezzi d'informazione e, grazie a una politica di relazioni pubbliche ben concepita, conquistare le persone potenzialmente valide per lo Sport per tutti.

#### Descrizione

Questo pacchetto di misure sarà applicato tramite:

- azioni con gli organi d'informazione
- azioni presso persone influenti delle federazioni, degli Uffici cantonali e comunali dello sport e altri supporti.

Per quanto concerne i mezzi di comunicazione di massa, si tratta soprattutto di far loro conoscere il senso profondo del movimento Sport per tutti e, per concretizzare ciò, fare in modo che le azioni lanciate rappresentino un certo interesse per i mezzi d'informazione.

#### Pacchetto di misure 4

Adattamento delle infrastrutture e censimento del personale a disposizione.

## Scopi

Creazione di condizioni strutturali e messa a disposizione del personale necessario alla realizzazione delle attività previste nei precedenti pacchetti di misure.

## Descrizione

Si tratta, in quest'ultimo pacchetto, di creare le basi indispensabili, sul piano dell'organizzazione e del personale, alla realizzazione della concezione promozionale degli anni '80 dello Sport per tutti.

## Preventivo

Il preventivo globale dell'insieme delle attività previste nel quadro della concezione promo-

zionale 1980-85 ammonta a 2,2 milioni di franchi o, in media, a 400 000 franchi all'anno. Questo montante sarà attribuito ai diversi pacchetti di misure nelle proporzioni seguenti:

26% per i pacchetti di misure 1A e 1B.

Questa somma sarà interamente consacrata allo sviluppo dello Sport per tutti nelle federazioni. 22% attribuito, sotto forma di servizi, ai diversi supporti (in priorità alle federazioni).

25% consacrato all'informazione, alla creazione di nuove motivazioni e alle relazioni pubbliche.

27% destinato a coprire le spese di lavori effettivi. Conviene qui precisare che si tratterà essenzialmente d'attività pratiche, dato che la parte amministrativa è ridotta alla sua più semplice espressione.

## Sondaggio

Quest'inchiesta è stata svolta dalla «Isopublic» nel maggio del 1978 per conto dell'ASS. Sono state interrogate, quale campionario rappresentativo, 1004 persone adulte della Svizzera.

## Valutazione personale della pratica di un'attività sportiva

Domanda: «In quale delle categorie proposte sotto vi ponete?»

— non faccio mai sport	30%
— faccio sport in media meno di una volta la settimana	19%
— faccio sport almeno una volta la settimana	28%
— faccio sport due o più volte la settimana	17%
— mi alleno regolarmente in un club in vista della competizione	5%
— non so/nessuna risposta	1%

## Organizzazione dell'attività sportiva

Domanda: «Fate dello sport in modo attivo in seno a una società?»

— sì	24%
— no	71%
— non so/nessuna risposta	5%

## Specialità sportive praticate

Domanda: «Praticate personalmente dello sport in modo attivo, cioè regolarmente tutto l'anno, o soltanto durante certe stagioni? In caso affermativo, di quale (i) specialità sportiva(e) si tratta?»

— escursioni	38%
— nuoto	37%
— sci	28%
— ginnastica artistica	14%
— sci di fondo	13%
— percorso VITA	13%
— ginnastica di condizione fisica	11%
— ciclismo	11%
— corsa in foresta/pista finlandese	8%