

La nuova sfida del marketing sportivo.

Di Elisabeth Och

Venerdì 30 Marzo 2007 13:43



Fra sport e marketing i legami stanno diventando sempre più forti. Sia perché lo sport è un fenomeno sociale di enormi dimensioni che vede il 60% della popolazione oltre i 14 anni praticarne almeno uno. Sia perché lo sport si sta sempre più affermando come un business economico visto che il complessivo giro di affari ammonta a trenta miliardi di euro annui. Anche Treviso non si lascia sfuggire questa opportunità con un evento sportivo di grande intensità atletica, la maratona. Certo, la Treviso Marathon non può essere paragonata a quella di New York. Ma in quattro anni dalla sua nascita ha fatto passi da gigante. Anno dopo anno ha dimostrato di attirare sempre più atleti e spettatori. I numeri parlano da soli: sono 4.600 gli iscritti all'ultima edizione che si è tenuta domenica 25 marzo e centomila gli spettatori che hanno sostenuto gli atleti lungo il tragitto. Dalle Prealpi della "sinistra Piave" alla pianura della "destra Piave", il percorso della Treviso Marathon si snoda sul territorio di nove comuni: da Vittorio Veneto attraverso Colle Umberto, San Vendemiano, Conegliano, Susegana, Nervesa della Battaglia, Spresiano e Villorba fino a Treviso. Si passa dai luoghi storici per la nostra identità nazionale alle colline del prosecco, dalle zone industriali con alcuni dei marchi famosi dell'economia trevigiana agli scorci suggestivi dei canali. Il tutto in poco più di due ore per chi ce la fa. La Treviso Marathon non è quindi solamente un avvenimento sportivo, ma un'occasione di attrazione turistica. È un motivo in più per visitare una provincia dai molteplici volti, uscendo dal solito cliché della patria del prosecco e del radicchio. Sarebbe un peccato se questo evento non venisse sapientemente messo in risalto.