

## **Atene 2004, rischio stadi vuoti se non s'inverte tendenza**

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **10:08** nella categoria **Territori**

---



Un fantasma si aggira per Atene: lo agita la paura di ritrovarsi con gli stadi semivuoti durante le Olimpiadi. Con le vendite dei biglietti che vanno a rilento, governo ed organizzatori dei Giochi stanno cercando un modo per

ravvivare l'interesse di sportivi e tifosi, finora piuttosto tiepidi nei confronti delle prossime Olimpiadi. Così si pensa a sconti e viene lanciata una maxi campagna promozionale internazionale che promuova l'immagine dei Giochi, un po' appannata dalle paure del terrorismo e dai ritardi nei preparativi, anche se questi sono in larga parte superati. La paura degli spalti deserti sta spingendo il governo greco e gli organizzatori verso un taglio dei prezzi dei biglietti.

Dei 5,3 milioni di tagliandi disponibili, secondo il comitato Athoc ne sono stati venduti solo 1,8 milioni, anche se si sottolinea che sono andati via soprattutto quelli più costosi, facendo incassare agli organizzatori il 75% dei previsti 183 milioni di euro. In un'intervista a un quotidiano, il vice ministro della cultura Fanni Palli Petralià, responsabile politico dei Giochi, ha sottolineato che per la Grecia avere gli stadi pieni è importante come essere pronta ad ospitare le gare. "Ogni governo deve mostrare capacità di vedere lontano", ha detto, rispondendo alla domanda su una possibile richiesta di Atene al Cio per una riduzione dei costi dei biglietti, già in media del 30% più economici che a Sydney. Le affermazioni del ministro coincidono con una notizia

riportata dal quotidiano Ethnos, per il quale sponsor e funzionari sportivi internazionali hanno rimandato indietro il 66% dei biglietti – circa due milioni – che erano stati riservati per loro. Dall'inizio del mese di giugno sono stati

aperti ad Atene ed altrove in Grecia i primi botteghini per comprare direttamente – cioè senza voucher o tramite banche – i biglietti. Intanto, è partita una vasta campagna pubblicitaria indirizzata ai mercati da dove si spera arrivino turisti-appassionati di sport con la voglia di spendere: Usa, Gran Bretagna, Francia e Germania, soprattutto. Sulle principali catene tv appariranno spot, mentre annunci pubblicitari saranno inseriti in tutti i maggiori quotidiani e riviste. Secondo quanto afferma un comunicato dell'Athoc, la campagna costerà cara: 5 milioni di euro. Tra le cause che hanno finora tenuto lontani gli acquirenti, oltre al rischio-terrorismo (cavalcato soprattutto dai media anglosassoni) ci sono anche i prezzi di alberghi e ristorazione, cresciuti fortemente, tanto da far lanciare l'allarme alle stesse autorità greche del turismo. Secondo tutti gli operatori turistici, greci e stranieri, in molti quest'estate hanno deciso di tenersi alla larga dalla Grecia per il timore di dover sborsare cifre esagerate, a prescindere dalle olimpiadi.