

Bianca-Ramona DUMITRU
„Babes-Bolyai” University, Cluj-Napoca

MAJOR SPORTS COMPETITIONS – A FINANCIAL RECIPE BY DIRECTLY INVOLVING VIEWERS

Case
Study

Keywords

Sports tourism,
The World Football Championship,
Spectator

JEL Classification

L83

Abstract

At a global level, sports tourism is one of the most profitable branches of tourism. Millions of persons, from all over the world, travel annually in order to assist or participate in various sports competitions, whether we are talking about tennis, football or handball. This paper aims to analyze the evolution of sports tourism through the most important football competition in the world – World Cup. This event has gathered, since the first edition, a large number of persons. Over time, there have been millions of supporters who have witnessed matches, a number that has grown since the development of the competition, with the increase in the number of games played at the final tournament and the intense media coverage of athletes with whom the fans have been able to create stronger relationships through social media.

TURISMUL SPORTIV

Turismul sportive este una dintre cele mai profitabile ramuri ale turismului la nivel global. Milioane de oameni din toate colțurile lumii călătoresc anual cu scopul de a asista sau de a participa la diferite competiții sportive, fie că vorbim despre tenis, fotbal sau handbal.

Atât sportul, cât și turismul, sunt activități care își au originea în cele mai vechi timpuri. Oamenii preistorici obișnuiau să călătorească în medii diferite de locul în care trăiau și făceau activități fizice care ar putea fi considerate manifestări sportive. Cu toate acestea, sportul și turismul s-au interconectat și au început să fie studiate împreună din a doua jumătate a secolului XX (Melo and Sobry, 2017).

Termenul de turism sportiv a apărut în Franța, în 1970, și este o ramură a industriei turismului internațional care a cunoscut o creștere foarte rapidă. De-a lungul timpului, au apărut foarte multe definiții și clasificări ale turismului sportiv. Pentru a-l defini, Sean Gammon și Tom Robinson (2003) au diferențiat câteva categorii în care acest domeniu se poate clasifica: *Hard Sports Tourism* și *Soft Sports Tourism*. Prima categorie se referă la cantitate, la numărul de persoane care participă la un eveniment sportiv, competiția fiind motivul pentru care turiștii aleg să meargă în orașele-gazdă. Este vorba despre evenimente de genul Jocurilor Olimpice, ale Campionatelor Mondiale de fotbal sau ale turneelor de Mare Șlem. *Soft Sports Tourism* face referire la momentul în care un turist alege să participe la un eveniment sportiv cu scopul de a se relaxa, de a se destinde. În această categorie, intră schiul, drumețiile montane, golful sau canotajul (Gammon, Robinson, 2003).

De asemenea, Heather J. Gibson (1998) a făcut o clasificare a turismului sportiv în trei categorii: *Sports Event Tourism*, *Celebrity and Nostalgia Sport Tourism* și *Active Sport Tourism*. Prima categorie îi include pe turiștii care vitează un oraș cu scopul de a participa la un eveniment sportiv, aici încadrându-se suporterii care își urmează echipele sau sportivii preferați, de exemplu, la Olimpiade sau la turneele finale ale marilor competiții fotbalistice. *Celebrity and Nostalgia Sport Tourism* se referă la turiștii care includ în itinerariul lor de vacanță vizitele la muzee dedicate sportivilor sau echipelor preferate sau care își aleg destinația în funcție de programul personalității sportive pe care o admiră, asigurându-se că o va întâlni. Nu în ultimul rând, *Active Sport Tourism* îi descrie pe cei care fac deplasări pentru a participa efectiv la un eveniment sportive sau într-o competiție (Gibson, 1998).

Indiferent de categoria în care am încadra turismul sportiv, este cert faptul că această nișă este una în continuă creștere, în care tot mai multe orașe și țări își doresc să fie implicate.

CAMPIONATUL MONDIAL DE FOTBAL

Campionatul Mondial de fotbal este cea mai importantă și mai amplă competiție fotbalistică a lumii, în care se întrec echipele naționale de fotbal din toate confederațiile. Cupa Mondială se desfășoară în două faze: preliminarii (calificări) și turneul final, care are loc o dată la patru ani, într-o țară gazdă desemnată de FIFA (Federația Internațională de Fotbal Asociație) cu cel puțin patru ani înainte.

Prima ediție a Campionatului Mondial de fotbal a avut loc în 1930, în Uruguay, iar până în prezent s-au desfășurat 21 de ediții, inclusive cea din 2018, găzduită de Rusia.

Trofeul Campionatului Mondial de Fotbal este un trofeu din aur care se acordă țării câștigătoare a Campionatului Mondial de Fotbal. De la debutul acestei competiții internaționale, două trofee distincte ca formă și denumire au reprezentat victoria: Trofeul Jules Rimet, din 1930 până în 1970, și Trofeul FIFA World Cup, din 1974 până în prezent.

Trofeul, inițial denumit Victory, era fabricat din argint, placat cu aur și din lazurit, și o reprezenta pe zeița victoriei în mitologia greacă. Acesta a fost redenumit oficial în 1946 în onoarea președintelui FIFA Jules Rimet, cel care a militat pentru înființarea competiției și a lansat propunerea la 28 mai 1928, cu ocazia Jocurilor Olimpice de la Amsterdam. În 1970, Brazilia a câștigat pentru a treia oară Campionatul Mondial și, implicit, a rămas în posesia perpetuă a trofeului determinând fabricarea unuia nou pentru înlocuire.

Modelul înlocuitor, Trofeul FIFA al Campionatului Mondial, a fost acordat prima dată în 1974. Este fabricat din aur de 18 carate și o bază din malachit, reprezentând stilizat două figurine umane care susțin globul pământesc. Deținătorul actual al trofeului este Franța, echipă ce a câștigat Campionatul Mondial de Fotbal 2018.

Cupa Mondială de fotbal este unul dintre cele mai importante evenimente sportive ale planetei, reușind, încă de la prima ediție, să adune în jurul său un număr foarte mare de fani ai sportului cu balonul rotund, suporterii care și-au urmat echipele către visul măreț – trofeul suprem al fotbalului.

STUDIUL DE CAZ

În lucrarea de față am realizat o analiză a turismului sportiv prin prisma Campionatului Mondial de fotbal, care, potrivit autorilor menționați mai devreme, s-ar putea numi fie *Hard Sports Tourism*, fie *Sports Event Tourism*.

Tabelul nr. 1 prezintă situația fiecărei ediții a Cupei Mondiale desfășurate până acum, arătând câte meciuri s-au jucat la fiecare turneu final, din 1930

și până în prezent, și câți suporterii s-au adunat în jurul stadioanelor care au găzduit partidele.

Astfel, se poate observa că, cel puțin la primele ediții, în perioada interbelică, publicul european a fost mai reticent la adresa fotbalului, având alte preocupări și priorități. În 1934, Italia era sub dictatura fascistă a lui Mussolini, iar, la turneul final din 1938, Europa era în pragul celui de-al doilea război mondial, fapt ce avea să se răsfrângă și asupra fotbalului. De exemplu, Hitler a decis integrarea Austriei în imperiul condus de el și i-a obligat pe fotbaliștii austrieci, care impresionaseră la Campionatul Mondial din 1934, fiind numiți Wunderteam, să joace pentru Germania.

După cel de-al doilea război mondial, fotbalul s-a dezmeticit cu dificultate, iar următoarea ediție a Cupei Mondiale a avut loc în 1950, în Brazilia, care își manifestase dorința de a găzdui un turneu final încă din 1942. Aceasta a fost cel mai haotic Campionat Mondial, la care nu au participat foarte multe echipe, care încă își reveneau după război. Cu toate acestea, turneul final din 1950 a fost primul la care s-a depășit borna de 1 milion de spectatori, iar media asistenței pe meci a fost de peste 47.000 de persoane. Unul dintre motivele pentru care acest lucru s-a întâmplat a fost existența gradinelor – a băncilor de lemn de jur împrejurul stadionului, care le permiteau oamenilor să se înghesuie până la refuz, lucru care nu se poate întâmpla în condițiile tribunelor cu scaune.

În următoarele trei ediții, asistența totală s-a menținut constantă, în jurul valorii de 900.000 de spectatori, urmând ca la turneul final din 1966, găzduit de Anglia, numărul suporterilor care au trăit meciurile din tribune să treacă de 1,5 milioane. Acesta a fost momentul în care fotbalul, născut în Marea Britanie și care a fost ținut în spate de America de Sud, a revenit acasă.

Așa cum se poate observa în figurile nr. 1 și nr. 2, odată cu creșterea numărului de meciuri disputate la turneul final, în ediția din 1982, găzduită de Spania, numărul spectatorilor a trecut de 2 milioane. Pragul de 3,5 milioane de spectatori a fost depășit în 1994, în cadrul Campionatului Mondial de fotbal din Statele Unite ale Americii, când media pe meci a fost de aproximativ 69.000 de spectatori. De altfel, turneul final de acum 24 de ani deține numărul record de spectatori din istoria competiției. În plus, acesta este și recordul de număr de spectatori în istoria Statelor Unite ale Americii între evenimentele sportive dedicate unui singur sport (<http://wikipedia.org>, 2018).

De la următoarea ediție a Cupei Mondiale, găzduită în 1998 de Franța, numărul meciurilor disputate la turneul final a ajuns la 64, însă asistența medie / meci a avut, la fiecare competiție din ultimii 20 de ani, valori cuprinse între 42.000 și 53.600 de spectatori, cel mai mare număr de vizitatori înregistrându-se în Brazilia, în 2014.

Potrivit raportului anual privind statisticile turistice, elaborat de Ministerul Turismului din Brazilia în 2015, țara gazdă a competiției de acum 4 ani a înregistrat aproape 6,5 milioane de turiști pe tot parcursul anului 2014 (<https://www.mirror.co.uk>, 2018). A fost prima dată în istoria statului sud-american când s-a depășit borna de 6 milioane de vizitatori. Cei mai mulți turiști străini au provenit din Argentina (peste 1,74 milioane), țară urmată de Statele Unite ale Americii și de Chile. Principalul port de intrare a fost Sao Paulo, pe unde au venit circa 2,21 milioane de vizitatori, iar Rio de Janeiro a înregistrat cea mai mare creștere a numărului de turiști străini, aproape 1,6 milioane de oameni trecând pe aici, reprezentând o creștere de 32% într-un singur an.

Numărul de sosiri ale turiștilor în Brazilia s-a triplat în iunie 2014, față de perioada similară a anului anterior, odată cu startul Campionatului Mondial, depășind 1 milion. De altfel, ministrul turismului, Henrique Alves, declara că aceste cifre demonstrează cât de importantă este Cupa Mondială pentru turism, aceste evenimente sportive fiind catalizatori excelenți pentru creșterea turismului.

Fiecare dintre cele 12 orașe care au găzduit meciuri din cadrul turneului final din 2014 au fost vizitate de peste 1 milion de turiști, cu peste 70% mai mult față de cifrele prezise inițial. În comparație, 310.000 de turiști străini au fost în Africa de Sud pentru Cupa Mondială din 2010, în timp ce Germania a fost vizitată de două milioane de turiști străini în turneul din 2006.

Partea cea mai bună este că aproximativ 95% dintre vizitatorii străini care s-au dus în Brazilia pentru turneul de fotbal au declarat că intenționează să se întoarcă în țară, astfel încât Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor a prezis că Brazilia va ajunge la 14,2 milioane de turiști până în 2024.

În ceea ce privește Campionatul Mondial din Rusia, estimările din luna mai 2018 erau de 1,5 milioane de turiști străini, cei mai mulți suporterii care își cumpăraseră deja bilete la meciurile turneului final fiind din Statele Unite ale Americii (peste 85.900 de persoane), Brazilia (circa 72.000 de persoane), Columbia și Germania (peste 60.000 de persoane) (<https://www.tourism-review.com/>, 2018).

Astfel, contribuția turismului la PIB-ul Rusiei este estimată la 2 miliarde de dolari pentru acest an, responsabilă de această creștere fiind Cupa Mondială. Competiția a venit ca un plus într-o perioadă deja pozitivă a turismului rusesc. În 2017, numărul de vizitatori ai Moscovei a crescut cu peste 13%, până la 21,5 milioane de persoane, în timp ce Sankt Petersburg a fost vizitat anul trecut de 7,5 milioane de oameni.

La finalul turneului mondial, oficialitățile ruse au concluzionat că Moscova a fost vizitată de 3 milioane de turiști în perioada Campionatului FIFA. Dintre aceștia, 1,2 milioane au fost turiști de

peste hotare, în principal din China, America, Germania, Olanda și Franța. Mai mult decât atât, peste 87% dintre francezii care au participat la meciurile disputate în Rusia au declarat, într-un sondaj de opinie, că le-ar plăcea să viziteze țara din nou. Aceste păreri nu sunt singulare, motiv pentru care tur-operatorii din Rusia se așteaptă ca în 2019 numărul turiștilor care vor vizita statul est-european să crească cu circa 20%, până la 30 de milioane de persoane.

CONCLUZII

În concluzie, turismul sportiv este unul dintre factorii-cheie care duc la creșterea masivă a numărului de turiști dintr-o țară gazdă a unui turneu de anvergură. Acest lucru nu se întâmplă doar pe parcursul competiției, ci și în perioada următoare, fie datorită faptului că oamenii vor să se întoarcă, fascinați fiind de locurile pe care le-au vizitat, fie pentru că fotografiile și impresiile pe care ei le împărtășesc pe rețelele de socializare îi determină pe alții să viziteze acele obiective. Sportul este unul dintre nucleele în jurul cărora se adună foarte mulți oameni, el având puterea de a

motiva, de a crea idoli și de a educa tinerii spre o viață sănătoasă și o carieră fructuoasă.

BIBLIOGRAFIE

- [1] Gammon, Sean and Robinson, Tom (2003). "Sport and Tourism: A Conceptual Framework", *Journal of Sport Tourism*, 8 (1): 21–26;
- [2] Gibson, Heather J. (1998). "Active Sport Tourism: Who Participates?", *Leisure Studies*, 17 (2): 155–170;
- [3] Melo, Ricardo and Sobry, Claude (2017). *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing;
- [4] <https://www.mirror.co.uk/news/world-news/fifa-world-cup-2014-leads-6106072>, accesat pe 23 iulie 2018;
- [5] <https://www.tourism-review.com/fifa-world-cup-will-attract-many-visitors-news10612>, accesat pe 23 iulie 2018;
- [6] http://wikipedia.org/wiki/Campionatul_Mondial_de_Fotbal_1994, accesat la 20 iulie 2018.

ANEXE

Tabel nr. 1
Asistența la cele 21 de turnee finale desfășurate până în 2018

| Campionat Mondial | Meciuri | Asistență totală | Asistență medie / meci |
|--------------------------|----------------|-------------------------|-------------------------------|
| Uruguay – 1930 | 18 | 590.549 | 32.808 |
| Italia – 1934 | 17 | 358.000 | 21.059 |
| Franța – 1938 | 18 | 483.000 | 26.833 |
| Brazilia – 1950 | 22 | 1.036.000 | 47.091 |
| Elveția – 1954 | 26 | 889.500 | 34.212 |
| Suedia – 1958 | 35 | 919.580 | 26.274 |
| Chile – 1962 | 32 | 893.172 | 27.911 |
| Anglia – 1966 | 32 | 1.563.135 | 48.847 |
| Mexic – 1970 | 32 | 1.603.975 | 50.124 |
| Germania de Vest – 1974 | 38 | 1.865.753 | 49.098 |
| Argentina – 1978 | 38 | 1.545.791 | 40.678 |
| Spania – 1982 | 52 | 2.109.723 | 40.571 |
| Mexic – 1986 | 52 | 2.394.031 | 46.039 |
| Italia – 1990 | 52 | 2.516.215 | 48.388 |
| SUA – 1994 | 52 | 3.597.538 | 68.991 |
| Franța – 1998 | 64 | 2.785.100 | 43.517 |
| Coreea / Japonia – 2002 | 64 | 2.705.197 | 42.268 |
| Germania – 2006 | 64 | 3.359.439 | 52.491 |
| Africa de Sud – 2010 | 64 | 3.178.856 | 49.669 |
| Brazilia – 2014 | 64 | 3.429.873 | 53.592 |
| Rusia – 2018 | 64 | 3.031.768 | 47.371 |

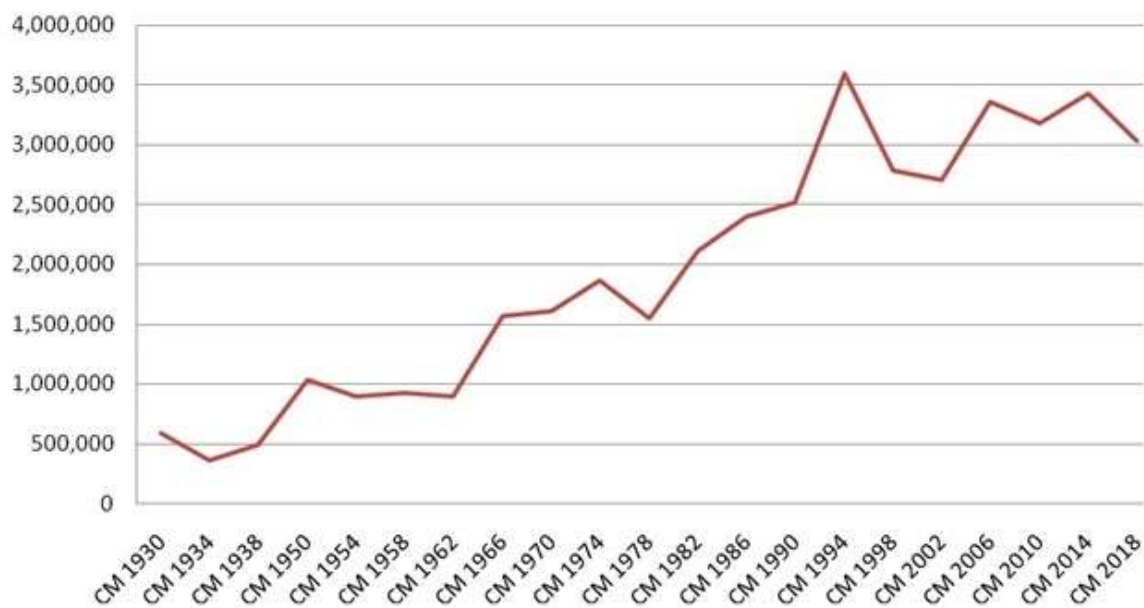


Figura nr. 1. Oscilația asistenței totale la cele 21 de ediții ale Campionatului Mondial de fotbal

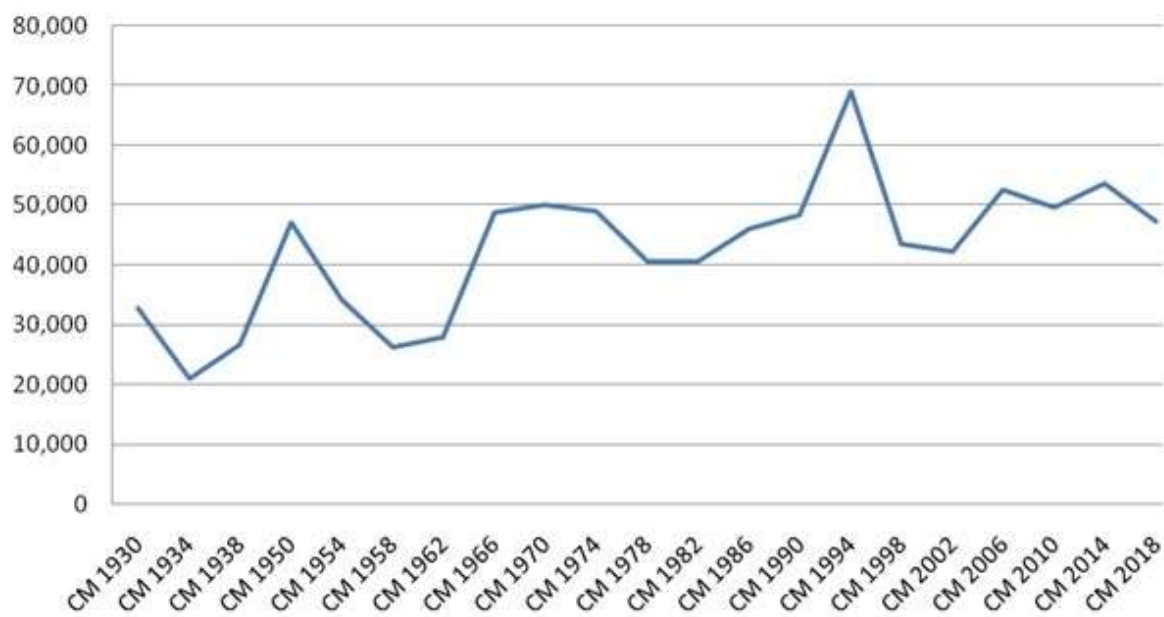


Figura nr. 2. Oscilația asistenței medii / meci la cele 21 de ediții ale Campionatului Mondial de fotbal