



**Dipartimento di scienze economiche e politiche**

Corso di laurea magistrale in Economia e politiche del territorio e dell'impresa

Curriculum: Mercato e Impresa

ANNO ACCADEMICO

2025-2026

**TESI DI LAUREA**

*TORX® with Kailas oltre la competizione:  
il ruolo dei volontari nell'esperienza dell'atleta*

Candidata: Depetro Chiara

Matricola: 24 G01 403

Prima Relatrice: Prof.ssa Consuelo Rubino Nava

Seconda Relatrice: Prof.ssa Chiara Mauri



*It always seems impossible until it's done*

# Indice

|     |                                                                                   |     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1   | Introduzione .....                                                                | 1   |
| 2   | Il ruolo del volontariato nelle gare di ultra trail.....                          | 3   |
| 2.2 | Il caso studio del TORX® with Kailas .....                                        | 8   |
| 2.3 | La creazione di valore negli eventi sportivi.....                                 | 14  |
| 2.4 | I volontari come elemento chiave negli eventi sportivi.....                       | 18  |
| 2.5 | Considerazioni conclusive .....                                                   | 22  |
| 3   | Metodologia della ricerca .....                                                   | 24  |
| 3.1 | Obiettivi della ricerca.....                                                      | 24  |
| 3.2 | Costruzione del questionario .....                                                | 28  |
| 3.3 | Campione e raccolta dei dati.....                                                 | 33  |
| 3.4 | Modello di analisi statistica .....                                               | 37  |
| 3.5 | Considerazioni conclusive .....                                                   | 39  |
| 4   | Analisi dei dati e risultati .....                                                | 40  |
| 4.1 | I volontari del TORX® with Kailas: caratteristiche e risultati dell'analisi ....  | 40  |
| 4.2 | Gli atleti del TORX® with Kailas: caratteristiche e risultati della ricerca ..... | 54  |
| 5   | Conclusione .....                                                                 | 66  |
| 6   | Bibliografia .....                                                                | 68  |
| 7   | Sitografia.....                                                                   | 71  |
| 8   | Indice delle figure .....                                                         | 72  |
| 9   | Allegati.....                                                                     | 74  |
| 9.1 | Questionario degli atleti.....                                                    | 74  |
| 9.2 | Questionario dei volontari .....                                                  | 91  |
| 10  | Ringraziamenti.....                                                               | 102 |



# 1 Introduzione

Oggi le manifestazioni sportive, grazie alla loro capacità di attrarre persone, generare ricadute economiche e valorizzare il patrimonio culturale e naturale dei luoghi che le ospitano, rappresentano uno strumento di promozione e marketing territoriale per le destinazioni turistiche. Nei contesti montani le gare di ultra trail running hanno registrato una crescita importante sia per numero di partecipanti, sia per notorietà internazionale. Queste competizioni sportive non solo attraggono persone nella destinazione, ma offrono agli atleti l'opportunità di vivere un'esperienza sportiva caratterizzata dalla scoperta di nuovi paesaggi e territori e dalla possibilità di conoscere nuove persone tra atleti, volontari e comunità locale. Per la maggior parte degli atleti prendere parte ad una gara di ultra trail non significa solo competere, ma significa vivere una vera e propria avventura personale.

Nel panorama dell'ultra trail, il TORX® with Kailas rappresenta una delle manifestazioni di maggior rilievo a livello internazionale. Organizzato con cadenza annuale lungo i sentieri della Valle d'Aosta, l'evento si sviluppa capillarmente sull'intero territorio regionale, configurandosi non solo come una competizione sportiva d'élite, ma anche come un complesso progetto di cooperazione territoriale. La riuscita della manifestazione è resa possibile dal coinvolgimento sinergico di numerosi comuni e di una vasta rete di volontari locali, il cui apporto risulta determinante per accogliere un flusso costante di atleti provenienti da ogni parte del mondo. Proprio questo legame tra sport e comunità locale, che caratterizza il TORX® with Kailas, ha incrementato la curiosità per questa ricerca in ambito economico e turistico. In particolare, vivendo in prima persona questo evento sportivo come volontaria, è stato possibile notare come la comunità locale e i volontari in particolare siano fondamentali non solo per il funzionamento dell'evento, ma anche per la creazione dell'esperienza complessiva vissuta dagli atleti.

Questa ricerca ha l'obiettivo di analizzare il ruolo dei volontari nel TORX® with Kailas e comprendere la loro influenza sull'esperienza vissuta dagli atleti durante la gara. In particolare, la ricerca vuole approfondire le principali motivazioni che spingono le persone a diventare dei volontari in una manifestazione di ultra trail, analizzare come i volontari percepiscono il proprio contributo al successo dell'evento e alla soddisfazione degli atleti, nonché valutare il punto di vista degli atleti rispetto all'esperienza complessiva e all'importanza attribuita ai volontari durante la gara. Infine, lo studio ha l'obiettivo di individuare i principali fattori che influenzano la soddisfazione degli atleti e la loro intenzione di partecipare di nuovo a TORX® with Kailas.

Per rispondere a queste domande sono stati somministrati due questionari, uno agli atleti e uno ai volontari. I dati raccolti sono stati analizzati applicando varie tecniche statistiche e analisi qualitative delle domande aperte.

L'elaborato si compone di tre capitoli. Il primo fornisce un quadro teorico sul turismo sportivo, sul fenomeno dell'ultra trail e sul TORX® with Kailas. Il secondo descrive la metodologia utilizzata il campione oggetto di studio, mentre il terzo presenta i risultati dell'analisi statistica dei due questionari, quello rivolto agli atleti e quello destinato ai volontari.

## **2 Il ruolo del volontariato nelle gare di ultra trail**

Oggi il settore turistico, e in particolare la domanda turistica, sta subendo un'importante evoluzione: i turisti non ricercano più una semplice vacanza passiva, ma attività ed eventi che facciano vivere loro esperienze attive/coINVOLGENTI e legate alla destinazione in cui si trovano. Ed è proprio in questo contesto che si inserisce l'espansione di un nuovo segmento di turismo, il turismo sportivo. Gli eventi di trail running possono essere considerati come una forma particolare di turismo sportivo per due motivazioni distinte; da una parte gli atleti viaggiano per prendere parte alla competizione sportiva, dall'altra il trail running permette agli sportivi di esplorare durante la gara la destinazione in cui si trovano. Proprio per questa ragione l'ultra trail è un esempio di turismo in cui sport, esperienza e territorio si integrano tra loro.

Questo capitolo offre una panoramica generale sull'ultra trail, analizzandone le caratteristiche e gli impatti turistici; in particolare verranno analizzati l'evoluzione e la diffusione dell'ultra trail nel panorama sportivo internazionale, la creazione di valore negli eventi sportivi, l'esperienza dell'atleta, il ruolo dei volontari a supporto delle gare, con focus sul caso studio del TORX® with Kailas. Al termine della ricerca sarà possibile comprendere come gli eventi sportivi generino valore per gli atleti, ma anche per i volontari e per la destinazione che li ospita.

### **2.1 Il fenomeno dell'ultra trail nel panorama sportivo internazionale**

L'Associazione Internazionale di Trail Running (International Trail Running Association – ITRA) definisce questo sport *“a pedestrian competition open to everyone, which takes place in a natural environment, with the minimum possible of paved roads (20% maximum). The course can range from a few kilometers for short distances all the way to 80 kilometers and beyond for ultra-trail races”*. Il trail running è quindi una disciplina sportiva che si svolge in un ambiente perlopiù naturale (con una presenza massima del 20% di asfalto) e la cui lunghezza del percorso può variare da pochi chilometri a più di un centinaio di chilometri.

Secondo la classificazione dell'ITRA, le principali tipologie di gare di trail running sono:

- short trail: gare che coprono una distanza inferiore a 42 km;
- medium trail: gare che coprono una distanza compresa tra 42 km e 69 km;
- long trail: gare che coprono una distanza compresa tra 70 km e 99 km;
- ultra trail: gare che coprono una distanza superiore ai 100 km.

Le gare di ultra trail rientrano nelle competizioni ultra-endurance running e possono essere analizzate utilizzando diversi parametri:

- distanza della gara: in questo caso le gare sono classificate in base alla lunghezza del percorso;
- durata o limite temporale: in alcune competizioni è presente un limite di tempo entro il quale gli atleti devono percorrere una certa distanza; in altri casi, invece, le gare possono essere “a tempo”, ossia vince la persona che percorre il maggior numero di km in quel determinato tempo prefissato;
- formato della competizione: alcune gare si svolgono su più giorni (non stop), altre competizioni sono composte da diverse tappe giornaliere; altre ancora sono eventi singoli di un giorno;
- tipologia di terreno: i percorsi delle gare di ultra trail possono svilupparsi su diverse superfici, tra cui sentieri, strade poderali, percorsi montani; in generale, in accordo con la definizione di trail running, queste gare hanno tratti limitatissimi di asfalto;
- dislivello altimetrico: non esiste un dislivello minimo o un dislivello massimo per quanto riguarda le gare di ultra trail;
- livello di autosufficienza degli atleti: in alcune competizioni sono presenti numerosi punti di assistenza e/o ristoro per permettere agli atleti una pausa dalla gara, mentre in altre gare viene richiesta all’atleta una maggiore autosufficienza riguardo alimentazione, attrezzatura e sicurezza.

Fino all’inizio del Novecento, gli atleti delle discipline di resistenza atletica utilizzavano i sentieri come luoghi di preparazione per ricreare delle condizioni di allenamento più impegnative rispetto a quella della corsa su strada. Con il passare del tempo, questa pratica si è trasformata in una disciplina sportiva autonoma, che ha preso il nome di “trail running” o “corsa in montagna”. Nel 1984, con la nascita del Comitato Internazionale di Corsa in Montagna (International Committee for Mountain Running – ICMR), si è iniziato a dare visibilità e riconoscimento a questo nuovo sport e nel 2002 il Congresso della World Athletics ha riconosciuto ufficialmente il trail running come una disciplina competitiva a livello internazionale. Per tale motivo questo sport è spesso definito come una disciplina “nuova”, vista la sua recente formalizzazione; in realtà, come detto, la corsa/camminata sui sentieri è stata una dei primi sport praticati dall’uomo.

La crescita dell'ultra trail è diventata particolarmente importante dagli anni Duemila, periodo in cui si osserva un crescente interesse verso le discipline outdoor e verso le competizioni di resistenza svolte in ambienti naturali. Uno dei momenti chiave di questa espansione è rappresentato dalla prima edizione dell'Ultra Trail du Mont Blanc (UTMB) nel 2003, il cui percorso si sviluppa attorno al massiccio del Monte Bianco e attraversa tre Paesi (Francia, Italia e Svizzera). In pochissimo tempo questa competizione è diventata uno degli eventi più prestigiosi nel panorama mondiale dell'ultra trail, contribuendo in modo significativo alla diffusione a livello internazionale di questa nuova disciplina.

Un'altra tappa importante per lo sviluppo di questo nuovo sport si ha nel 2013 con la fondazione dell'International Trail Running Association (ITRA), il cui obiettivo era quello di promuovere il trail running e supportare gli organizzatori degli eventi.

Circa dieci anni dopo, nel 2022, a Chang Mai (Thailandia) si è svolta la prima edizione dei World Mountain and Trail Running Championship, i campionati mondiali combinati di corsa in montagna e trail running. La nascita di questa competizione internazionale ha aumentato ulteriormente il riconoscimento del trail running nel panorama sportivo, confermandolo come uno degli sport in più rapida crescita negli ultimi decenni.

L'espansione di questa nuova disciplina sportiva è confermata anche dall'analisi condotta da Stohr e Nikolaidis e pubblicata nell'articolo *"An analysis of participation and performance of 2067 100-km ultra-marathons worldwide"*. Nel decennio 2010-2019 il numero di eventi di ultra trail con una lunghezza circa pari a 100 km è aumentato esponenzialmente, passando da 379 gare nel decennio precedente (2000-2009) a 1.373 competizioni. Anche il numero di partecipanti a questi eventi sportivi è aumentato notevolmente: la partecipazione maschile è cresciuta del 34,3%, mentre quella femminile del 44,9%. Nonostante il crescente aumento dei partecipanti, questa disciplina è caratterizzata ancora oggi da una netta prevalenza del genere maschile rispetto a quello femminile.

La crescita delle gare di ultra trail, e più in generale di trail running, non rappresenta solo un fenomeno positivo per il panorama sportivo, ma ha avuto un ruolo importante nello sviluppo del turismo sportivo, rafforzando la dimensione economica e territoriale delle destinazioni che ospitano le gare.

Quando si parla di turismo sportivo tre sono le definizioni principali da prendere in considerazione:

- *“tutte le forme di coinvolgimento attivo e passivo in attività sportive, svolte casualmente o in modo organizzato per motivi non commerciali o commerciali, che richiedono di lasciare la propria abitazione o la propria sede di lavoro”* (Standeven et al., 1999, p.12);
- *“viaggi a scopo ricreativo che portano gli individui temporaneamente fuori dalla propria residenza al fine di partecipare ad attività sportive, assistervi come spettatori o visitare attrazioni ad esse correlate”* (Gibson, 1998, p.49);
- *“il turismo sportivo è un turismo che si basa su tre pilastri:*
  - *esperienza turistica;*
  - *che ha un legame di subordinazione;*
  - *nei confronti di un'attività principale che costituisce un'esperienza culturale nell'ambito dello sport”* (Hinch et al., 2001, p.49-50).

In generale, si può definire turismo sportivo l'insieme delle esperienze turistiche legate alla partecipazione diretta o indiretta a eventi sportivi. Il turista attivo è colui che viaggia per praticare sport (è il corridore nella gara di trail running), mentre il turista passivo è la persona che si sposta per assistere a grandi eventi sportivi (è lo spettatore nella gara di trail running). Accanto a queste due categorie principali, è possibile considerare una terza categoria residuale, quella del turista coinvolto: la persona che non partecipa direttamente alla competizione e/o non risiede nel posto in cui viene svolto l'evento, ma vive l'evento stesso in modo indiretto facendo il volontario o l'accompagnatore di un atleta.

Nella maggior parte dei casi le gare di trail running attraggono atleti da diverse regioni e/o da diversi Paesi, creando dei flussi turistici significativi per le destinazioni che ospitano l'evento sportivo; le competizioni di trail running hanno un forte effetto moltiplicatore, dato che si stima che per ogni partecipante alla gara ci siano almeno uno o due accompagnatori. Grazie allo stretto legame che questa disciplina ha con il territorio, queste manifestazioni contribuiscono in modo importante alla valorizzazione e alla promozione della destinazione in cui si svolgono. In questo senso, queste competizioni possono essere considerate delle “vetrine mondiali” per i territori che le ospitano. Nel turismo sportivo, gli eventi stessi possono agire da catalizzatori di flussi, contribuendo alla destagionalizzazione e al riposizionamento competitivo delle destinazioni; a Chamonix, in un periodo di bassa stagione come fine agosto, si contano più di

50.000 presenze turistiche grazie all'Ultra Trail du Mont Blanc. Numerose ricerche sottolineano come gli eventi sportivi di trail running generino un impatto economico significativo sulle economie locali: essi si basano sulla partecipazione degli atleti e sul coinvolgimento delle comunità locali, dei volontari e di tutte le organizzazioni territoriali. Secondo uno studio condotto da Stefano Duglio e Riccardo Beltramo (2017, pp.9-10) *“per ogni euro investito dalla pubblica amministrazione è stato stimato un ritorno economico compreso tra 17,62 e 18,92 euro, mentre tra 5,64 e 6,90 euro rappresentano il ritorno economico diretto per la comunità locale”*. Lo studio sottolinea che gli effetti economici più importanti si concentrano sul settore dell'ospitalità, grazie ad un'alta domanda di alloggi e ristorazione.

Il trail running rappresenta anche una forma di turismo esperienziale, in quanto permette agli atleti non solo di gareggiare, ma anche di scoprire e vivere il territorio e l'ambiente in cui stanno svolgendo la gara; per questa ragione è possibile affermare che *“events are short-term, but very intense experiences often linked to the central story of destination”* (Stadler, 2023, p.24). Il turismo esperienziale si basa sulla creazione di esperienze indimenticabili: *“experiences occur when a company intentionally uses services as the stage, and good as props, to engage individual customers in a way that creates a memorable event”* (Pine et al., 1999, p.98); in questo caso, le persone non solo consumano i servizi offerti dalla destinazione, ma partecipano attivamente alla produzione dell'evento. Per questo motivo, queste competizioni sono utilizzate come strumenti di marketing territoriale con l'obiettivo di rafforzare l'immagine della destinazione turistica in cui si svolgono, come aveva sottolineato Getz (2008, p.403): *“event tourism is an important motivator of tourism demand and a contributor and branding strategies”*.

Secondo lo studio di Peric e Slavic (2019) il valore creato dagli eventi di trail running non deriva solo dalla competizione sportiva, ma anche dall'ambiente in cui si svolge, dall'esperienza vissuta dagli atleti e dall'interazione con la destinazione che la ospita; per questo, il trail running viene considerato un'attività che unisce turismo e sport. Molte destinazioni hanno iniziato a integrare tale tipologia di eventi sportivi nelle proprie strategie di sviluppo turistico con l'obiettivo di aumentare i flussi turistici. Un esempio importante a riguardo è l'Innsbruck Alpine Trail Festival, un evento di trail running che non viene promosso solo come tale, ma come un'esperienza per valorizzare il territorio di Innsbruck: gli organizzatori *“use elements of storytelling in their pre-event marketing, but do not merely use this approach to convey information. Rather, the importance of featuring the place and the people in the story became apparent, and together with the experience element provided a*

*shared meaning and value embedded in the story*” (Peric et al., 2019, p.176). Così facendo l’evento non attrae solo gli atleti di trail running, ma anche turisti e accompagnatori, facendo aumentare la notorietà del territorio.

In questo scenario si inserisce il TORX® with Kailas, una gara di trail running il cui percorso, estendendosi lungo tutta la Valle d’Aosta, contribuisce alla crescita della visibilità internazionale della Regione e al rafforzamento del posizionamento come destinazione privilegiata per il turismo outdoor. L’organizzazione di eventi sportivi in una Regione come la Valle d’Aosta, che basa la propria identità su paesaggio montano e patrimonio naturale, è di fondamentale importanza. Il territorio e la destinazione non sono solo la cornice della gara, ma diventano fondamentali nella valutazione complessiva dell’esperienza, tanto che *“the quality of the event, the destination and the experience influence participants’ future intentions”* (Ossowska et al., 2020, p.6). In questa prospettiva, la competizione sportiva deve essere utilizzata dalla destinazione come strumento di marketing e di fidelizzazione in modo tale da far ritornare gli atleti negli anni successivi non solo durante i giorni della gara, ma anche per una vacanza.

## **2.2 Il caso studio del TORX® with Kailas**

TORX® with Kailas è uno dei principali eventi sportivi dedicati al trail running; e viene organizzato ogni anno a metà settembre sui sentieri della Valle d’Aosta. In origine questo evento era chiamato Tor des Géants; oggi l’intero circuito delle gare non si identifica più con questo nome, ma con TORX® with Kailas. Tale cambiamento deriva da un accordo pluriennale con KAILAS, importante marchio cinese di abbigliamento e attrezzatura outdoor. Dopo alcuni anni di collaborazione, nel 2024 è stata annunciata una partnership strategica di cinque anni che ha portato all'introduzione del brand "TORX® with KAILAS".

La prima edizione si è svolta nel 2010: Alessandra Nicoletti, presidente di Vda Trailers e fondatrice del Tor des Géants risponde così alla domanda “Com’è nato il Tor?” *“Come spesso accade per le intuizioni, anche l'idea del Tor è venuta un po' per caso, con naturalezza, guardando una cartina. [...] Durante una riunione avevamo aperto una mappa della Valle d'Aosta in cui erano evidenziate le due Alte vie; a un certo punto quei due tracciati che si univano a formare un anello ci sembrarono un percorso perfetto per farci una gara di ultra trail!”* (Nicoletti, 2021).

Figura 2.1: Alta Via n°1 e Alta Via n°2



Fonte: sito lovevda.it

Nella figura 1.1 è possibile vedere le due Alte Vie: l'Alta Via 1 in rosso e l'Alta Via 2 in giallo.

Questo percorso ha permesso negli anni di valorizzare e far conoscere il territorio valdostano e tutti i suoi sentieri a livello internazionale. Con il passare degli anni il TORX® with Kailas ha avuto una crescita significativa sia per numero di partecipanti sia per nazionalità iscritte: nel 2025 sono stati più di 2500 gli atleti iscritti alle diverse gare con una provenienza da oltre 70 Paesi (tutte le gare hanno chiuso le iscrizioni per raggiungimento del numero massimo di partecipanti). Per quanto riguarda la gara regina, il Tor des Géants, nel 2025 hanno partecipato 1100 atleti provenienti da 26 nazioni tra Europa, Asia, Nord e Sud America, un numero circa quattro volte superiore rispetto alla prima edizione; parallelamente anche i Paesi rappresentati sono cresciuti esponenzialmente, con circa 15 nazioni in più rispetto al 2010. Tutto ciò ha contribuito a rendere il Tor des Géants una delle gare più importanti nel panorama internazionale dell'ultra trail. *“Quando proponemmo il TOR nel 2010 la distanza di 330 chilometri no-stop sembrava una follia, un'enormità, un'impresa ai limiti della possibilità. Oggi non dico che è la normalità, ma è stato dimostrato essere alla portata di molti [...]. Ogni trailer – o quasi – vorrebbe poter vantare di aver fatto, almeno una volta, il TOR”* (Nicoletti, 2022).

Inizialmente l'evento prevedeva una sola gara, il Tor des Géants (TOR330); solo successivamente, grazie al successo delle prime edizioni e alla crescita del trail running, il numero delle gare è cresciuto fino a cinque. Il TOR330 risulta però essere ancora la gara regina, la gara che si contraddistingue nel circuito TORX® with Kailas. Tutte queste competizioni, pur condividendo una parte del percorso e l'impostazione organizzativa dell'evento, sono diverse per distanza e dislivello, nonché per difficoltà.

Le altre quattro gare che sono state inserite negli anni nel circuito del TORX® with Kailas sono:

- Tor des Glaciers (TOR450);
- Tot dret (TOR130);
- Cervino-Monte Bianco (TOR100);
- Passage au Malatrà (TOR30).

L'immagine sottostante mostra i percorsi delle cinque gare TORX® with Kailas. I percorsi del Tor des Géants e del Tor des Glaciers permettono di esplorare tutto il perimetro della Valle d'Aosta toccando i quattro quattromila valdostani: il Monte Bianco, il Grand Paradiso, il Monte Rosa e il Cervino. Il Tot dret, come suggerisce il nome, crea una linea più o meno dritta che da Gressoney-Saint-Jean porta a Courmayeur.

*Figura 2.2: I percorsi del TORX® with Kailas*



*Fonte: TORX® with Kailas*

Perché chiamare questa competizione Tor des Géants? Il termine Tor des Géants, in patois significa “giro dei giganti”: con il termine giganti non ci si riferisce solo ai quattro 4.000 che si incontrano sul percorso, ma anche a tutti i concorrenti che riescono a tagliare il traguardo della gara Tor des Géants - TOR330 entro il sabato sera. Il Tor des Géants - TOR330 è considerato tra le gare di ultra trail più impegnative al mondo, poiché prevede un tracciato che si sviluppa su un percorso di circa 330 km con un dislivello positivo di oltre 24.000 m e con 35 colli al di sopra dei 2.000 m. Il tempo massimo per completare il percorso è di 150 ore (poco più di sei giorni): ciò significa che i partecipanti dovrebbero correre a una velocità media di 2,2 Km/ora su percorsi in montagna e senza fermarsi mai. La partenza dalla piazza di Courmayeur è fissata la domenica mattina e l'arrivo, sempre nella medesima piazza, è previsto al massimo per il sabato pomeriggio/sera. Durante questa gara si percorrono i sentieri dell'Alta Via n°1 e quelli dell'Alta Via n°2 della Valle d'Aosta, attraversando il territorio di 34 comuni valdostani ed esplorando così tutto il perimetro della Regione.

Quattro anni dopo, nel 2014, è stata introdotta una seconda gara, il Tot Dret - TOR130. Il percorso di questa competizione più breve si estende per circa 130 km con un dislivello positivo di circa 12.000 metri. Il Tot Dret parte da Gressoney-Saint-Jean e arriva a Courmayeur attraverso l'Alta Via n°1; il tempo massimo per concludere la gara è di 44 ore, per una velocità media di 2,9 Km/ora.

Nel 2016 è stata introdotta la gara più estrema all'interno del circuito TORX® with Kailas: il Tor des Glaciers (TOR450), caratterizzata da un percorso che si estende per circa 450 km e oltre 32.000 m di dislivello positivo: il tempo di percorrenza massimo è di 190 ore (una settimana circa a una velocità media di 2,36 km/ora). Per questa gara, a differenza delle altre, è richiesto un alto livello di preparazione tecnica e di capacità di orientamento: il percorso non è segnato dalle tradizionali bandierine gialle utilizzate nelle altre gare del circuito, e gli atleti devono seguire il percorso utilizzando una traccia GPS scaricata precedentemente sui propri dispositivi. Per questa ragione, per partecipare al TOR450 – Tor des Glaciers è necessario aver concluso una edizione del TOR330 – Tor des Géants in un tempo inferiore alle 130 ore.

TOR100 – Cervino-Monte Bianco, introdotto nel 2018, è una gara che collega simbolicamente due delle montagne più iconiche delle Alpi e della Valle d'Aosta, il Cervino e il Monte Bianco. Questa gara è lunga circa 100 km con un dislivello di più di 8.000 m; il tempo massimo per concludere la competizione è di 40 ore (velocità media 2,5 km/ora).

L'ultima gara a nascere nel circuito TORX® with Kailas è il Tor30 – Passage au Malatrà; una gara di 30 km con un dislivello positivo di 2000 m da percorrere in massimo 8 ore. *“Una gara [...] su tracciati tecnici, attraverso paesaggi incomparabili dedicata agli specialisti ma anche a coloro che vogliono vivere le prime suggestioni delle corse in montagna”* (TORX® with Kailas, 2026). Con l'aggiunta di questa ultima tipologia di gara TORX® with Kailas ha ampliato ancora di più la platea dei partecipanti all'evento, comprendendo anche coloro che vogliono cimentarsi per la prima volta in una gara di trail.

Tutte queste cinque gare, anche se diverse per lunghezza e dislivello, hanno in comune delle caratteristiche importanti, tra cui la presenza lungo il percorso dei punti di assistenza. I punti assistenza sono di due tipologie all'interno del TORX® with Kailas:

- i ristori: offrono cibo e bevande e permettono agli atleti di fermarsi poco tempo per mangiare qualcosa o riempire le borracce. Questi sono pensati per una sosta breve e sono presenti in tutte e cinque le tipologie di gara;

*Figura 2.3: Ristoro*



*Fonte: Pagina Instagram TORX® with Kailas*

- le basi vita: sono punti di assistenza completi che offrono pasti caldi, posti letto attrezzati, docce e spogliatoi. In questi punti di assistenza gli atleti trovano anche il proprio sacco gara (l'iconico borsone che l'atleta prepara con tutti i suoi cambi e tutto il necessario di cui potrebbe avere bisogno durante la pausa in base vita). Inoltre, nelle basi vita sono presenti punti di assistenza medica e fisioterapica, in cui i corridori possono ricevere un massaggio muscolare prima di ripartire. Questi punti di assistenza non sono previsti per la gara Passage au Malatrà.

*Figura 2.4: Base vita*



*Fonte: Pagina Instagram TORX® with Kailas*

Tutti questi punti di assistenza, che siano basi vita o ristori, sono gestiti dai volonTOR, ossia i volontari del Tor des Géants.

Per quanto riguarda il Tor des Géants – TOR330, lungo tutto il percorso ci sono 43 punti ristoro localizzati spesso nei rifugi, negli alpeggi o in punti strategici lungo i sentieri, e 7 basi vita collocate in luoghi che è possibile raggiungere in macchina (Valgrisenche, Cogne, Donnas, Gressoney-Saint-Jean, Valtournenche, Ollomont e Courmayeur).

Un'altra caratteristica fondamentale del TORX® with Kailas è la continuità della gara: in questa competizione non sono previste delle tappe giornaliere che i corridori sono obbligati a fare, ma gli atleti devono saper gestire autonomamente il ritmo della gara, programmando le diverse pause, più o meno lunghe, durante il percorso; questo elemento rende ancora più impegnativa la competizione anche dal punto di vista mentale/strategico.

L'organizzazione di eventi di questa portata si fonda su un sistema di partnership instaurate in venticinque anni di attività. Esse possono essere sviluppate su tre diversi livelli:

- main partners: sono gli attori principali che sostengono l'evento sia dal punto di vista economico sia in termini di visibilità. In questo livello ci sono Kailas, un brand di abbigliamento e attrezzatura outdoor, e Regione Autonoma Valle d'Aosta;
- partners: aziende e imprese che contribuiscono alla realizzazione dell'evento grazie a forniture o collaborazioni operative; tra queste ci sono Enervit, Geie traforo del Monte Bianco e Ford;
- official suppliers: queste imprese forniscono prodotti e servizi necessari per lo svolgimento della gara. In questo livello ci sono molti brand valdostani, tra cui Premium Medica, Technos Medica, Les bières du Grand St. Bernard, SkyAviation.

Tutte le competizioni sono organizzate da VDA Trailers, una società sportiva dilettantistica a responsabilità limitata senza finalità di lucro che si occupa di organizzare anche altre gare di ultra trail nel territorio valdostano come l'Arracambirra, una delle più belle gare goliardiche, e il Grand Trail Courmayeur.

Come indicato nel paragrafo 2.1, le gare di trail running si stanno affermando come strumenti di promozione e valorizzazione delle destinazioni turistiche perché richiamano turisti da tutto il mondo; in questa prospettiva, il TORX® with Kailas può essere considerato a tutti gli effetti un evento legato al turismo sportivo valdostano. Come sottolineato da Badurina et al. (2021, p.2), *“Sport events can generate a wide range of positive economic impacts on host communities, usually related to tourism development, increased consumption, promotion of the area, creation of long-term business relationships, new investments, and employment opportunities”*. La presenza durante la settimana del TORX® with Kailas di atleti e di accompagnatori provenienti da diverse nazioni non solo aumenta la visibilità internazionale della Regione, ma al contempo contribuisce a creare l'immagine di una destinazione ad hoc per chi pratica attività sportiva all'aperto e in particolare gli sport di montagna; questo aspetto è confermato anche dalla presidente di Vda Trailers *“chi partecipa al Tor poi non riesce a non*

*parlarne. Ci si lega in maniera indelebile alle gare e alle persone. Abbiamo fidelizzato tanti atleti nel mondo grazie a questa esperienza. Il 40% di loro torna” (Nicoletti, 2024).*

### **2.3 La creazione di valore negli eventi sportivi**

Durante l’organizzazione di un evento sportivo ci sono due aspetti importanti da considerare. *“Da un lato chi lo organizza deve essere in grado di offrire e fornire ciò che i visitatori vogliono vedere, fare o sperimentare: se ciò non avviene, questi non sosterranno l’evento. Dall’altro lato è necessario avere il pieno sostegno della comunità locale per presentare la giusta combinazione di esperienze ai visitatori”* (Hall, 1992, p.15). Un evento sportivo è ben organizzato nel momento in cui gli organizzatori riescono a trovare il giusto equilibrio tra le aspettative e la comunità locale. In primo luogo, gli organizzatori di un evento devono analizzare quali sono le motivazioni che spingono le persone a partecipare e in base a queste devono offrire un’esperienza adeguata alle loro aspettative; Tale approccio non si limita alla sola offerta di servizi adeguati in termini di sicurezza e logistica, ma punta a creare un ambiente esclusivo che stimoli gli atleti e i loro accompagnatori a ritornare sul territorio non solo in concomitanza dell’evento, ma anche in altre occasioni più leisure. In secondo luogo, gli organizzatori di un evento devono coinvolgere in modo corretto il territorio che ospita la manifestazione; la presenza attiva della comunità locale costituita dai residenti, dai volontari, dalle imprese e dalle istituzioni non contribuisce solo alla buona riuscita dell’evento, ma aiuta a creare un’atmosfera autentica e strettamente legata alla destinazione in cui si svolge. In sintesi, un evento ha successo nel momento in cui le due variabili, domanda turistica e offerta territoriale, sono in equilibrio.

Il TORX® with Kailas e in generale tutte le gare di ultra trail non possono essere valutate solo in base al numero di iscritti o alla notorietà degli atleti che corrono la gara, ma è fondamentale prendere in considerazione anche la qualità dell’esperienza vissuta dagli atleti, la partecipazione della comunità locale e l’impatto turistico sulla destinazione. Alessandra Nicoletti sottolinea che *“il Tor è fatto da tantissime persone”*, evidenziando come il successo dell’evento dipenda in larga parte dal coinvolgimento della comunità locale e in particolare dalla presenza dei volontari. *“[...] il TOR è il TOR, l’endurance trail più duro e affascinante al mondo, ma anche la più bella festa del trail grazie alla straordinaria e calorosa partecipazione dei volontari e della popolazione della Valle”* (Nicoletti, 2022): queste parole mettono in luce come nel TORX® with Kailas il coinvolgimento della comunità valdostana sia quasi scontato/naturale; per le vallate laterali, il Tor des Géants è considerato una “festa di fine estate”, un modo per

ritrovarsi tutti insieme contribuendo alla riuscita di un evento importante per la Regione e per i diversi territori, ma allo stesso tempo facendo quattro chiacchiere e divertendosi. Durante i giorni di volontariato non si svolge solo il “lavoro” assegnato, ma si suonano i campanacci per incitare i concorrenti in arrivo al punto di assistenza o per scambiare due parole di incoraggiamento con gli atleti che stanno ripartendo dopo una sosta più o meno lunga. Tutto questo contribuisce a creare un’atmosfera autentica e di festa che rende unico ogni punto di assistenza e che permette ai partecipanti di vivere un momento di spensieratezza in una gara estenuante come il TORX® with Kailas.

Numerosi sono stati gli studi riguardo l’importanza del coinvolgimento della comunità locale in un evento sportivo. In *“the local community as a partner in small-scale sport events can increase satisfaction of contestants with the event”*, Durkin Badurina et al. (2021, p.10-11) sottolineano come la comunità locale non debba essere considerata da chi organizza gli eventi come un soggetto passivo, ma come un vero e proprio partner dell’evento; essa non è un elemento secondario di poca importanza, un semplice luogo in cui si svolge l’evento. Analizzando sei eventi sportivi della regione di Gorski Kotar in Croazia gli autori hanno notato che il coinvolgimento degli abitanti della destinazione ha in tutti i casi un riscontro positivo per gli atleti che contribuisce a migliorare la qualità dell’esperienza nel suo complesso. I concorrenti di una gara sono più soddisfatti tanto più la comunità locale è coinvolta; in particolare viene evidenziato che l’utilizzo dei prodotti locali, la partecipazione dei residenti come volontari e la creazione di un’atmosfera autentica migliorano significativamente l’esperienza sia degli atleti sia degli accompagnatori. Questo aspetto è ancora più importante durante gare estenuanti come quelle del TORX® with Kailas: per questa ragione i volonTor si impegnano al massimo per creare un’atmosfera piacevole, calda e confortevole per tutti gli atleti in gara durante le loro pause nei ristori o nelle basi vita. Il sorriso non deve mancare mai, così come uno scambio di parole e l’incoraggiamento al momento della ripartenza dal punto di assistenza; tutti piccoli gesti che contribuiscono a rendere l’atmosfera più autentica e familiare.

Accanto al coinvolgimento della comunità e alla valorizzazione del territorio, un ulteriore aspetto importante da considerare è la qualità dell’esperienza della gara. In particolare, appare determinante indagare il ruolo delle emozioni nel determinare la soddisfazione complessiva, nonché la loro influenza sulle decisioni future. Secondo il modello service quality – satisfaction – behavioral intentions sviluppato da Cronin e Taylor (1992) le intenzioni future sono determinate dalla percezione della qualità di un servizio e quindi dal valore percepito e dalla soddisfazione del cliente: nel momento in cui il consumatore percepisce un alto valore del

servizio, aumenta la sua soddisfazione e le scelte future saranno positive. Per studiare come fidelizzare gli atleti ad un evento sportivo Magaz-Gonzalez e Pinto (2020) hanno adattato il modello sopracitato agli eventi sportivi aggiungendo un quarto elemento: le emozioni. I risultati di questo studio confermano come la soddisfazione generale dell'atleta dipenda dalla qualità complessiva dell'evento e in particolare dal lavoro dello staff (disponibilità, supporto e/o organizzazione) e dalla gestione degli aspetti tecnici della gara (percorso, sicurezza, logistica). Le variabili emotive diventano rilevanti se combinate con altri fattori: le emozioni singolarmente non influenzano direttamente la percezione dell'evento, tuttavia se positive come divertimento, entusiasmo e tranquillità contribuiscono a migliorare l'esperienza complessiva. In accordo con la letteratura, la qualità dell'evento e la soddisfazione degli atleti sono i principali fattori che influenzano i programmi futuri dei corridori: *“Overall quality of sporting events and emotions as predictors of future intentions of duathlon participants”* e *“global quality and general satisfaction are key dimensions for determining future behaviours of participants”* (Magaz-Gonzalez, 2020, p.59). Questi studi sono applicabili anche al caso studio del TORX® with Kailas: l'esperienza dell'atleta, la soddisfazione complessiva e la fidelizzazione all'evento sono influenzate non solo dall'organizzazione tecnica della gara (percorso, segnaletica, sicurezza), ma anche dal coinvolgimento della comunità, del territorio e di tutti gli stakeholder locali.

Un terzo elemento da considerare quando si analizza la creazione di valore negli eventi sportivi è l'atmosfera che si vive durante queste manifestazioni e la sua influenza sulla valutazione complessiva della gara per i partecipanti. Ossowska et al. (2020) hanno analizzato l'atmosfera dell'evento suddividendola in tre componenti:

- l'organizzazione dell'evento, che comprende tutto ciò che concerne la competizione, dalla sicurezza alla gestione della gara;
- le relazioni tra i partecipanti, che comprendono le modalità di interazione tra i partecipanti;
- il luogo dell'evento, che considera l'attrattività del luogo in cui si svolge la gara e il percorso.

Tutte e tre le componenti sono importanti per la soddisfazione dei concorrenti, ma le relazioni tra i partecipanti sono l'aspetto meno rilevante in quanto gli atleti danno maggiore importanza all'esperienza individuale rispetto a quella di gruppo. L'organizzazione della gara e di conseguenza la sicurezza sono elementi di cui tutti i corridori tengono conto nel momento in

cui devono esprimere la soddisfazione complessiva, ma l'altro elemento di uguale importanza nella valutazione dell'esperienza è il territorio in cui si svolge l'evento: quanto più il luogo in cui si svolge la gara stimola emozioni nell'atleta, tanto più sarà maggiore la sua valutazione. Un evento sportivo ha successo nel momento in cui due componenti su tre (organizzative e territoriali) sono presenti in egual misura. In una gara estenuante come il TORX® with Kailas è presumibile che anche la terza componente, quella sociale, possa risultare di uguale importanza: spesso gli atleti si iscrivono a questa gara da soli, ma già dopo pochi chilometri iniziano a stringere amicizia con persone con cui condivideranno la fatica durante la settimana, le notti insonni lungo i sentieri e tutte le avventure che una gara come questa può offrire.

Un evento sportivo non può essere più considerato solo un insieme di servizi che il corridore ha a disposizione durante la competizione; gli atleti vogliono vivere un'esperienza a 360 gradi partecipando a quel determinato evento. Nel passato questo concetto non esisteva: bastava che la gara fosse ben organizzata e il corridore sarebbe stato soddisfatto; oggi oltre ad una competizione ben organizzata serve anche pianificare tutte le esperienze che il trailer e gli eventuali accompagnatori potrebbero fare prima e dopo l'evento, in modo da creare un'esperienza indimenticabile volta alla fidelizzazione. Esempio emblematico quando si parla dell'experience economy (Pine e Gilmore, 2013) è il parco divertimento Disney, il cui obiettivo non è solo offrire un servizio ma è quello di creare un'esperienza che rimanga impressa nella mente del visitatore. In questa prospettiva, gli eventi sportivi diventano dei veri e propri prodotti esperienziali: gli atleti non si limitano a percorrere i chilometri della gara, ma vogliono entrare in relazione diretta con la comunità locale e con il territorio. Per questo motivo la presenza dei volonTOR, l'atmosfera di allegria e il contatto con il territorio rendono il TORX® with Kailas un'esperienza da vivere e non solo una gara da correre.

L'UTMB – Ultra-Trail du Mont Blanc è un esempio di un evento sportivo rivoluzionario, un modello avanzato di creazione di valore. Secondo Olivier Bessy (2016), sociologo dello sport e professore emerito dell'Università di Pau, questa gara si distingue per il suo carattere innovativo sotto diversi aspetti. Come il TORX® with Kailas anche l'UTMB è non solo una gara di ultra-trail, ma una vera e propria avventura: un percorso che attraversa tre Paesi (Italia, Svizzera e Francia) e contorna il Monte Bianco. Un altro aspetto importante è la governance collaborativa: questa gara è resa possibile attraverso una stretta collaborazione tra enti pubblici privati e associazioni; queste partnership hanno fatto sì che l'UTMB sia diventato uno strumento di sviluppo locale in grado di valorizzare tutti i territori coinvolti rafforzandone l'identità. Anche l'impatto economico dell'evento è rilevante: nel 2011 sono stati stimati circa

4,7 milioni di euro come ricaduta economica diretta (escludendo i trasporti). Un ultimo elemento importante da sottolineare per questo evento è la sostenibilità: l'UTMB dedica grande attenzione all'impatto ambientale e anche all'educazione dei partecipanti. Bessy (2016, p.12) afferma che *“cet événement, grâce à ses multiples interactions avec le territoire, a permis le passage du stade de ressource naturelle locale entendue comme potentiel à celui de ressource construite sur le territoire au sein duquel l'Ultra-Trail joue un rôle de plus en plus structurant en favorisant les relations entre acteurs”*.

In sintesi, il valore di un evento sportivo non si trova solo all'interno della competizione, ma nasce dalla relazione tra l'esperienza degli atleti, il territorio che ospita la gara e la comunità che li accoglie: l'evento sportivo si trasforma così da una semplice competizione a una risorsa strategica per lo sviluppo del territorio.

## **2.4 I volontari come elemento chiave negli eventi sportivi**

Nell'organizzazione degli eventi sportivi, il volontariato è una componente fondamentale; i volontari non solo aiutano nella gestione operativa, ma contribuiscono a creare valore e qualità alla manifestazione.

TORX® with Kailas è possibile grazie ai quasi tremila tra VolonTor e MassaggiaTor; *“Ognuno dei volontari del Tor des Géants fa del suo meglio per far funzionare la macchina organizzativa e fornire il proprio sostegno e il proprio incoraggiamento ai concorrenti”* (Rosati, 2024, p.1). I VolonTor sono amici, parenti e appassionati di sport di montagna che durante tutta la durata dell'evento offrono il loro contributo affinché la gara si svolga regolarmente e in un ambiente positivo e spensierato; i VolonTor offrono servizio sia di giorno sia di notte e svolgono diverse attività:

- controllano con un dispositivo specifico l'entrata e l'uscita dalle base vita o il passaggio ai ristori;
- gestiscono le sacche dei corridori, in modo da fornirle agli stessi nel momento in cui entrano nella base vita;
- si occupano delle sveglie e della postazione di ricarica dei dispositivi elettronici;
- cucinano e riforniscono il buffet con pasti caldi nelle base vita (figura 1.4) e con stuzzichini nei ristori (figura 1.3).

*Figura 2.5: I volonTOR alla festa alla fine dell'evento*



*Fonte: Pagina Facebook VolonTor*

I massaggiaTor sono massaggiatori e fisioterapisti volontari che si trovano nelle basi vita e aiutano i corridori che combattono con i dolori muscolari, le infiammazioni e soprattutto le vesciche (figura 1.6). Negli ultimi anni i massaggiaTor sono guidati da un ortopedico aostano, Marco Patacchini (finisher nel 2022 al Tor des Géants), che organizza in estate un corso per formare e rinfoltire questo importante gruppo.

*Figura 2.6: I massaggiaTor al lavoro*



*Fonte: Pagina Instagram TORX® with Kailas*

Le ragioni che spingono una persona a diventare un volontario a un evento possono essere diverse. A questo proposito la teoria del functional approach, sviluppata da Clary nel 1998, studia le motivazioni che spingono le persone a fare volontariato; secondo questa teoria non bisogna analizzare solo cosa fa un volontario, ma perché lo fa.

Vengono individuate sei motivazioni principali che spingono una persona a diventare un volontario:

- values: una persona svolge volontariato per altruismo, per colmare il desiderio di aiutare gli altri e contribuire al bene comune;

- understanding: fare nuove esperienze e acquisire conoscenze e competenze nuove (apprendere facendo nuove esperienze);
- social: sentirsi parte di un gruppo e rafforzare le relazioni sociali, ciò che potrebbe spiegare perché una persona diventa un volontario;
- career: accumulare esperienza utile per il lavoro e per migliorare il proprio curriculum;
- protective: distrarsi da problemi personali e migliorare il proprio benessere psicologico;
- enhancement: miglioramento della crescita personale, dell'autostima e dell'autorealizzazione.

La teoria di Clary (2018, p.1526) si basa sul principio di matching (o functional matching) secondo cui *“volunteer satisfaction and continued service are enhanced when the volunteer experience fulfils the functions that initially motivated individuals to volunteer”*, cioè le persone continuano a essere volontari fino a quando l'esperienza soddisfa le motivazioni che li hanno spinti a iniziare. Kim et al. (2015) hanno applicato la teoria del functional approach alle Olimpiadi di Londra del 2012; oltre alle motivazioni individuate nella teoria originale, i ricercatori hanno individuato un'altra dimensione motivazionale, *“It's all about the Games”*, ossia la voglia di essere volontari per il fascino dell'evento. I risultati mostrano come le due componenti principali che invogliano le persone a fare il volontario sono quella valoriale, ossia aiutare gli altri durante una competizione sportiva, e quella simbolica, cioè far parte di un mega-evento sportivo come le Olimpiadi. Inoltre, dalla ricerca è emessa una correlazione positiva tra l'esperienza vissuta durante il volontariato e l'impegno: se i volontari apprezzano le attività che sono state assegnate loro, continueranno a impegnarsi non solo in quell'occasione, ma anche in futuro.

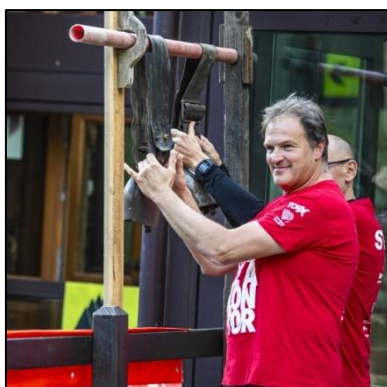
Lo studio sul Madeira Island Ultra Trail conferma i risultati appena citati anche per i piccoli eventi sportivi. L'indagine non si è limitata ad analizzare le motivazioni che orientano i soggetti verso il volontariato, ma ha altresì esaminato la correlazione tra tali motivazioni, l'intenzione di ripetere l'esperienza in futuro e l'efficacia nello svolgimento delle mansioni assegnate. In questo caso la ricerca si è basata su tre teorie:

- self-determination theory, secondo cui bisogna distinguere le motivazioni intrinseche (collegate al piacere) e quelle estrinseche (legate ai benefici esterni);
- exchange theory, che afferma che i volontari offrono il loro tempo in cambio di benefici;
- capital theory, secondo cui una persona decide di fare il volontario per il senso di appartenenza ad una comunità.

I risultati dello studio mostrano come la motivazione principale che porta una persona a fare il volontario sia il senso di appartenenza ad una comunità: il sentirsi parte di un gruppo e il fatto di contribuire alla buona riuscita di un evento “casalingo” sono i motivi principali che spingono una persona a diventare un volontario. Coloro che decidono di fare volontariato per motivazioni egoiste e/o individualistiche tendono a essere meno costanti e/o meno propense. La ricerca analizza la propensione al volontariato rispetto a diversi gruppi demografici: le donne sembrano più motivate rispetto agli uomini, mentre i giovani sono le persone maggiormente coinvolte nell’evento.

Nei piccoli eventi sportivi si nota una correlazione positiva tra il volontariato e l’esperienza turistica: i volonTor non sono solo persone che garantiscono il funzionamento della gara, ma diventano dei veri e propri rappresentanti dell’evento e del territorio. Il loro lavoro influenza l’esperienza complessiva dei partecipanti e degli accompagnatori; la loro soddisfazione *“is strongly related to effective management practices, which in turn increase the likelihood of repeated volunteering and contribute to the overall success of the event”* (Antunes et al., 2025, p.2). I volontari non sono solo parte dell’organizzazione, ma influenzano direttamente la qualità e il successo dell’evento in cui sono coinvolti. Questo aspetto è ancora più importante nelle gare di ultra trail come il TORX® with Kailas; in queste competizioni, contraddistinte da un elevato sforzo fisico e mentale, oltre a garantire la buona riuscita dell’evento, i volontari influenzano la percezione dell’evento e la soddisfazione degli atleti, offrendo supporto emotivo e emozionale soprattutto nei momenti di difficoltà degli atleti. La figura 1.7 offre un esempio concreto di tale funzione, ritraendo un volontario che, attraverso il suono di campanacci, accoglie e incoraggia alcuni corridori in arrivo ad un punto ristoro. *“Se il Tor des Géants è un’esperienza fantastica, il merito è anche dei suoi VolonTor!”* (Rosati, 2024).

Figura 2.7: I volonTor al lavoro



Fonte: Pagina Instagram TORX® with Kailas

I volontari possono essere considerati come co-creatori di valore per l'evento sportivo a cui partecipano: il valore della manifestazione non è generato solo dagli organizzatori, ma anche da tutte le persone che lavorano per la sua riuscita prima che esso si realizzi. In sostanza, *“volunteer are a critical human resource in sport organization”* (Cuskelly et al., 2006, p.2).

Un ultimo aspetto da analizzare quando si parla dei volontari come elemento chiave negli eventi sportivi è la loro gestione. Cuskelly et al. (2006, p.12) sottolineano come la gestione dei volontari in un evento sportivo, aspetto fondamentale per la sua riuscita, sia paradossalmente più difficoltosa rispetto alla gestione dei dipendenti in un'azienda: i volontari non possono essere coordinati con logiche gerarchiche ed economiche a causa della mancanza di un compenso economico, ma devono essere gestiti applicando logiche basate sulla motivazione e sul coinvolgimento. La qualità del lavoro dei volontari, nonché la permanenza in un evento, dipendono dal livello di soddisfazione e dalla coerenza tra aspettative e esperienza vissuta; per questa ragione, *“understanding volunteer motivation is critical to effective volunteer management”*. Pertanto, gli organizzatori devono analizzare le motivazioni dei volontari e creare delle attività che almeno in parte le soddisfino: questo permette di ottenere non solo un buon lavoro da parte dei volontari, ma anche la loro continuità negli anni. Il tema della costanza negli anni è correlato positivamente con la qualità dell'esperienza: i volontari soddisfatti e contenti risultano essere più motivati a partecipare anche l'anno successivo. La gestione dei volontari diventa quindi chiave per il successo degli eventi sportivi. Nel TORX® with Kailas i volontari sono gestiti dall'organizzazione VolonTor; un'organizzazione no profit che si occupa di garantire una gestione efficace ed efficiente dei circa tremila volonTor che rendono possibile questo evento.

## **2.5 Considerazioni conclusive**

Il TORX® with Kailas è un esempio di un evento sportivo che contribuisce alla visibilità internazionale della Valle d'Aosta e alla valorizzazione della destinazione. L'evento può essere considerato uno strumento di marketing territoriale: il percorso che attraversa gran parte della regione e l'organizzazione che coinvolge la comunità valdostana sono due aspetti fondamentali che contribuiscono a mettere in risalto le peculiarità territoriali, culturali e sociali della Valle d'Aosta.

Il successo di questa manifestazione sportiva non è dovuto solamente dal livello tecnico delle gare o dalla buona organizzazione: il territorio diventa parte dell'esperienza e la comunità locale contribuisce a determinare la qualità percepita dell'evento. Proprio alla luce di queste

affermazioni nei prossimi capitoli verrà analizzato il ruolo dei volontari e come questi contribuiscono alla costruzione dell'esperienza degli atleti.

### 3 Metodologia della ricerca

In questo capitolo verrà delineato il quadro metodologico utilizzato nella ricerca. È stato utilizzato un approccio quantitativo con la somministrazione di due questionari agli atleti del TORX® with Kailas e ai volontari della medesima gara. Dopo avere delineato gli obiettivi della ricerca e i principali riferimenti teorici, verrà analizzata l'esperienza complessiva degli atleti, il ruolo dei volontari rispetto ai corridori e le motivazioni che spingono le persone a fare i volontari in una gara come il TORX® with Kailas. Successivamente, verranno analizzati i questionari, approfondendo struttura e letteratura ad essi collegata. I questionari sono stati costruiti in base a scale già convalidate dalla letteratura; quindi, verrà delineata la teoria sottostante a ogni domanda/scala di riferimento. Infine, verranno introdotti il campione di riferimento, le modalità di raccolta dati e i modelli di analisi statistica utilizzati per elaborare i dati.

#### 3.1 Obiettivi della ricerca

Gli eventi sportivi non sono più considerati semplicemente come manifestazioni sportive, ma come veri e propri strumenti di marketing per lo sviluppo turistico delle destinazioni. In questo ambito nasce una nuova tipologia di turismo: l'event tourism, “[...] *a specialized sector of tourism focused on attracting visitors through planned events, such as sporting tournaments, conventions, or cultural festivals. These events can range from large-scale spectacles like the Olympic Games to smaller gatherings, all designed to promote the host location and boost its appeal as a tourist destination. [...] Today, the focus not only involves attracting visitors during the event but also encouraging them to explore the local area*” (Bullard, 2024, p.2). L'event tourism non si limita ad attrarre i turisti il giorno dell'evento, ma al contempo ha l'obiettivo di trattenere i turisti nella destinazione più giorni, incentivando l'esplorazione e la scoperta della destinazione.

Le gare di trail running, a differenza di molti altri sport, non si svolgono in palestre o in ambienti artificiali, ma in paesaggi naturali che diventano parte integrante dell'evento; per questo motivo, in uno sport come l'ultra trail l'esperienza dell'atleta non è determinata solo dalla performance atletica o sportiva, ma anche dal contatto con l'ambiente circostante, con la natura, con gli atleti e con tutti gli stakeholder locali. La destinazione non è un elemento neutro, come invece può accadere per eventi come le Olimpiadi o i Mondiali, le cui competizioni si svolgono all'interno di palazzetti sportivi, ma assume un'importanza notevole. Questo forte legame con il territorio

si traduce in una più forte connessione con la comunità locale che partecipa all'evento; come evidenziato in letteratura, infatti, *"small-scale sport events are closely embedded in the local community, which plays a key role in the organization and in shaping the overall event experience"* (Peric et al., 2016, p.10). L'event tourism è configurato in modo tale da incentivare gli atleti a fermarsi anche dopo la gara per scoprire la destinazione che li ha ospitati e la comunità con cui hanno interagito durante la competizione sportiva.

Gli aspetti più approfonditi nella letteratura scientifica sono gli impatti economici e turistici degli eventi sportivi, ma queste non sono le uniche caratteristiche che si possono analizzare; un altro ambito interessante da studiare riguarda le dinamiche relazionali tra gli stakeholder, e in particolare il rapporto tra atleti e volontari, e come questi ultimi influenzano l'esperienza di coloro che svolgono la competizione.

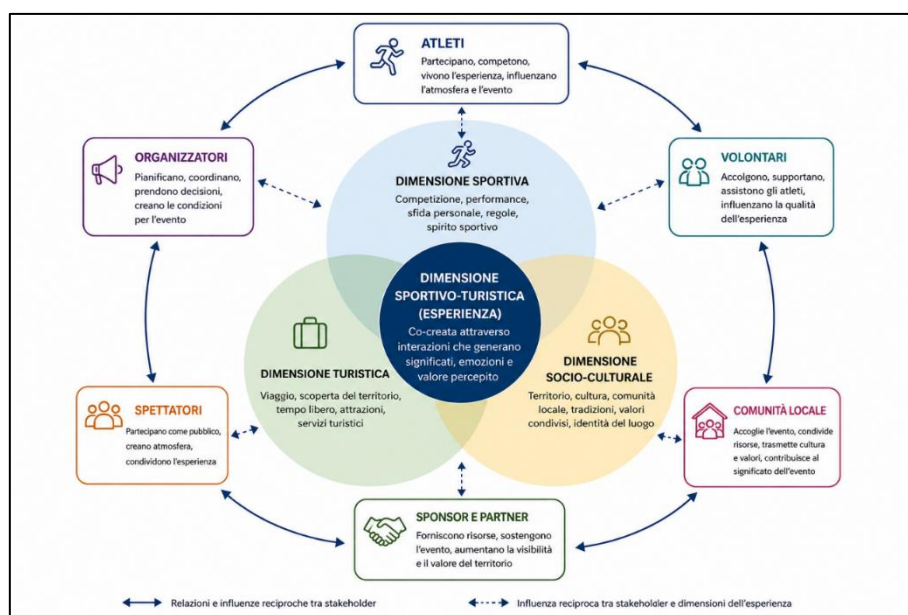
Alla luce di quanto detto, questa ricerca ha l'obiettivo di analizzare il ruolo dei volontari in relazione all'esperienza dell'atleta in una gara estenuante come il TORX® with Kailas: come i volontari influenzano l'esperienza dell'atleta? In questa competizione, i volontari non sono solo persone che svolgono delle mansioni, ma sono una risorsa fondamentale per la creazione di valore e il loro comportamento può influenzare la percezione dell'evento da parte degli atleti.

Lo sport tourism *"stems from the unique interaction of activity, people and place"* (Weed et al., 2009, p.3), ovvero si basa sulla relazione tra tre aspetti:

- la dimensione sportiva collegata alla gara, alla manifestazione sportiva;
- la dimensione turistica collegata al viaggio e alla scoperta di una nuova destinazione;
- la dimensione socioculturale collegata all'interazione con il territorio e con la comunità locale.

Per analizzare l'esperienza dell'atleta bisogna analizzare anche il rapporto che questo ha avuto con la popolazione locale e in particolare con i volontari. Lo schema rappresentato nella figura 2.1, che costituisce una rielaborazione del concetto di sport tourism di Weed et al. (2009), mostra le componenti che formano l'esperienza complessiva di un'atleta quando partecipa a una gara al di fuori della propria residenza.

Figura 3.1: L'esperienza sportivo-turistica secondo Weed



Fonte: Elaborazione propria tramite AI a partire da uno schema contenuto in Weed et al. (2009)

Al centro della figura 2.1 è raffigurata l'esperienza dell'atleta, anche chiamata dimensione sportivo-turistica per sottolineare il processo di co-creazione tra le tre dimensioni poste attorno:

- la dimensione sportiva, che include tutto ciò che riguarda l'esperienza in gara, dalla performance dell'atleta all'organizzazione della competizione;
- la dimensione turistica legata al viaggio, alla scoperta del territorio nel tempo libero;

la dimensione socioculturale, che comprende il territorio e l'interazione con la comunità locale.

Nel livello più esterno sono indicati tutti gli stakeholder che influenzano, direttamente o indirettamente, l'esperienza dell'atleta:

- atleti, che influenzano l'atmosfera e l'evento. Le relazioni tra atleti, anche durante la competizione, possono influenzare positivamente o negativamente la visione complessiva degli sportivi riguardo alla gara;
- organizzatori. Le condizioni dell'evento sportivo sono un elemento fondamentale che influenza la creazione dell'esperienza dell'atleta, a sua volta determinata dalla sicurezza, dalla pianificazione, dalla comunicazione e dalla gestione della competizione;
- volontari, che accolgono, supportano e sono al servizio degli atleti, influenzando la qualità complessiva dell'evento e quindi la soddisfazione dell'atleta;

- spettatori, che sono fondamentali per creare un'atmosfera unica e autentica durante la competizione;
- comunità locale, che include coloro che accolgono l'evento e lo influenzano tramite cultura e valori;
- sponsor e partner, che forniscono le risorse necessarie per la riuscita dell'evento, aumentando la visibilità dello stesso evento e della destinazione.

Uno degli aspetti più importanti di questo modello è rappresentato dalle frecce bidirezionali, che sottolineano il fatto che le relazioni non sono a senso unico, ma reciproche:

- i volontari non contribuiscono solo alla riuscita dell'evento tramite delle semplici mansioni, ma aggiungono valore e qualità all'esperienza sportiva;
- la comunità non solo accoglie gli sportivi, ma influenza la loro esperienza tramite la rappresentazione dei valori e della cultura locale;
- gli atleti non sono solo i protagonisti, ma attraverso le relazioni che instaurano tra di loro contribuiscono a determinare l'atmosfera in gara.

Uno degli obiettivi di questa ricerca è quello di analizzare le determinanti che influenzano l'esperienza dell'atleta. Thodorakis et al. (2001) sono stati tra i primi ad adattare il modello di service quality al contesto sportivo per individuare le dimensioni da analizzare per studiare l'esperienza degli atleti in una competizione. Nella loro ricerca vengono analizzati “[...] 22 items of the instrument represent five dimensions: access, reliability, responsiveness, tangibles, and security. [...] Results indicated that all five service quality dimensions were significantly correlated with satisfaction [...] the five service quality dimension predicted 40 per cent of the variance in overall satisfaction” (Theodorakis et al., 2001, p.4); sottolineando ancora una volta come l'esperienza dell'atleta sia una composizione di più variabili. Lo studio sottolinea inoltre che l'esperienza è maggiormente positiva nel momento in cui le aspettative sull'evento vengono superate dall'esperienza. Anche la ricerca effettuata dieci anni più tardi da Yoshida e James (2010) conferma che l'esperienza dipende da diversi elementi: “*sport event quality is a multidimensional construct*” (Yoshida et al., 2010, p. 342).

Le motivazioni che spingono i volontari a partecipare all'evento sportivo è un altro tema che viene indagato nel nostro lavoro. Bang e Chelladurai (2009) applicano il tema delle motivazioni del volontariato, sviluppato da Clary (1998), agli eventi sportivi e sottolineano che il volontariato sportivo ha caratteristiche particolari. Bang e Chelladurai (2009) sviluppano la “Volunteer motivation scale for international sporting events”, attraverso la quale vengono

individuare sei motivazioni che spingono una persona a diventare un volontario all'interno di una competizione sportiva. Le motivazioni classiche del volontariato, tra cui il desiderio di aiutare la comunità, la crescita personale o la socializzazione, si accavallano con motivazioni legate strettamente alla competizione sportiva, tra cui la volontà di partecipare attivamente all'evento contribuendo alla buona riuscita o il desiderio di aiutare in prima persona gli atleti durante le gare.

Le ricerche di Peric et al. (2019) e Kim et al. (2020) sottolineano l'importanza della relazione tra volontari e atleti per aumentare la qualità percepita dell'evento e sostengono che *“volunteers and organizers should function as a team [...] This teamwork is essential for hosting successful sport events”* (Kim et al., 2020, 329). La relazione volontario-atleta sarà un altro argomento analizzato nel nostro lavoro: l'obiettivo è quello di comprendere la relazione tra volontari e atleti nel TORX® with Kailas e la sua influenza sull'evento sportivo. Facendo parte del gruppo dei VolonTor da parecchi anni, posso dire che il rapporto tra volontari e atleti in questa gara esiste ed è probabilmente uno degli elementi più importanti dell'evento. I volontari del TORX® with Kailas fanno il possibile per supportare gli atleti, sempre nel rispetto delle regole imposte dall'organizzazione; sebbene l'attività sia gratificante e frequentemente oggetto di riconoscimento, talvolta essa espone i volontari a situazioni di tensione, originate principalmente dall'insofferenza di alcuni accompagnatori verso regole imposte dall'organizzazione come, ad esempio, le limitazioni d'accesso alle aree riservate.

L'analisi delle determinanti riguardo la soddisfazione complessiva dell'atleta sono un ultimo aspetto che verrà approfondito durante la ricerca. La soddisfazione dell'atleta rispetto a un evento sportivo è un elemento fondamentale da analizzare per valutare il successo complessivo della manifestazione sportiva. Negli eventi sportivi la soddisfazione non è il risultato solo di elementi organizzativi come sicurezza o logistica, ma anche di aspetti intangibili come le emozioni, l'atmosfera e le interazioni con la comunità.

### **3.2 Costruzione del questionario**

Il questionario è uno degli strumenti più utilizzati in statistica per raccogliere un alto numero di dati in modo standardizzato; come è noto, esso permette di ottenere rilevamenti comparabili e facilmente analizzabili statisticamente. *“Survey research is a procedure in which information is systematically collected from a population or a sample of a population through the use of standardized questions”* (Fowler, 2014, p.1): Fowler evidenzia che le survey svolte tramite

questionario permettono di raccogliere una molteplicità di dati in modo sistematico rispetto a un'intera popolazione o a un campione debitamente selezionato.

Durante la creazione di un questionario uno degli aspetti più importanti da considerare è la formulazione delle domande, che deve essere chiara, semplice e non ambigua, in modo da ridurre gli errori di interpretazione e aumentare l'affidabilità delle risposte. A riguardo Fowler sottolinea l'importanza dell'utilizzo di un linguaggio chiaro e accessibile, evitando l'uso di termini tecnici: la struttura e il linguaggio del questionario influenzano fortemente la qualità dei dati raccolti. Nella creazione dei quesiti è importante evitare il wording bias: le domande devono essere formulate in modo neutro, senza influenzare la risposta in maniera positiva o negativa. Per esempio, la domanda "I fantastici volontari quanto ti hanno aiutato durante il percorso?" potrebbe indurre implicitamente l'atleta a dare una risposta positiva a causa della formulazione, che ricorre a un aggettivo molto positivo affiancato al termine volontari.

Un altro aspetto importante da considerare è la tipologia di domande da usare e il loro ordine. La letteratura suggerisce di utilizzare domande chiuse quando si svolge un'analisi quantitativa e una raccolta dei dati standardizzata, mentre l'utilizzo di domande aperte è consigliato ogni volta che si ha l'obiettivo di raccogliere punti di vista, dati più articolati ma meno standardizzati. Per quanto riguarda l'ordine delle domande gli studi raccomandano di inserire come primi i quesiti più semplici e introduttivi, per poi passare a domande più articolate e complesse; se questo ordine non viene rispettato si crea un order bias. In qualunque caso la lunghezza del questionario è un elemento fondamentale: questionari troppo lunghi o con quesiti troppo complessi hanno un tasso di risposta inferiore rispetto a questionari ben formulati e di lunghezza media (5 minuti di compilazione).

Il questionario è stato somministrato in un pilot test per individuare eventuali errori o problematiche di comprensione. I rispondenti al pilot test sono stati 11 per il questionario destinato agli atleti e 15 per quello rivolto ai volontari; non avendo riscontrato particolari criticità durante la compilazione, i due questionari sono stati confermati nella loro versione originale senza apportare alcuna modifica.

Sono stati utilizzati due questionari differenti, uno rivolto agli atleti del TORX® with Kailas e uno rivolto ai volontari della medesima competizione. I questionari sono stati redatti sulla base dei concetti che derivano dalla letteratura del turismo sportivo, sulla qualità percepita degli eventi e sul ruolo della comunità locale durante le competizioni sportive.

Il questionario degli atleti è composto da 30 domande: solo gli atleti che hanno partecipato almeno una volta a tutte e cinque le competizioni del TORX® with Kailas risponderanno a questo numero di quesiti; gli altri avranno un numero di domande inferiori a cui rispondere a seconda di quante gare hanno corso all'interno del circuito. Si è scelto di proporre le stesse domande per ogni tipologia di gara per analizzare come la stessa persona possa aver percepito in modo differente il rapporto con i volontari a seconda del livello di difficoltà della competizione. L'obiettivo principale di questo questionario è analizzare come l'esperienza dell'atleta e la percezione dell'evento siano influenzate dai volontari, dal territorio e dalla comunità valdostana in generale. Nella prima parte di questionario sono presenti domande sociodemografiche e sportive in modo da riuscire a segmentare i partecipanti non solo in base al genere ma anche in base all'esperienza o alla tipologia di gara svolta. La sezione centrale rappresenta il cuore della ricerca: qui sono presenti domande riguardo all'atmosfera della gara lungo il percorso, al ruolo dei volontari, al supporto ricevuto e all'interazione con la comunità locale. Durkin Badurina (2021) sottolinea come negli eventi sportivi rurali, come il TORX® with Kailas, l'esperienza complessiva dell'atleta non dipenda solo dagli aspetti tecnici della gara ma anche dalla dimensione umana e territoriale che c'è attorno; per questa ragione nel questionario non vengono poste agli atleti domande classiche inerenti agli aspetti tecnici della gara, ma viene analizzata l'interazione con il territorio e la comunità valdostana. In seguito, vengono poste alcune domande riguardanti la soddisfazione generale e la qualità percepita dei servizi, così da collegare le teorie della service quality e della customer satisfaction agli eventi sportivi. Per approfondire questi aspetti sono state utilizzate anche delle domande aperte, offrendo la possibilità agli atleti di esprimere elementi soggettivi che non sarebbero emersi attraverso domande chiuse. Le ultime domande riguardano la probabilità di consigliare questo evento ad altri atleti e la volontà di partecipare nuovamente alla competizione sportiva, quesiti che permettono di analizzare se l'evento è riuscito a fidelizzare l'atleta e se la soddisfazione di quest'ultimo è particolarmente alta da creare un passaparola positivo.

Il questionario per i VolonTor è composto da 21 domande e ha l'obiettivo di comprendere non solo le motivazioni che spingono le persone a fare il volontario durante il TORX® with Kailas, ma anche come queste persone percepiscono di influire sull'esperienza complessiva degli atleti e sulla buona riuscita dell'evento. Anche in questo caso la prima parte del questionario è dedicata alla raccolta di informazioni sociodemografiche: questi dati verranno utilizzati per determinare la percentuale di volontari valdostani rispetto al totale della popolazione, così da esaminare il livello di coinvolgimento della comunità valdostana in relazione a questo evento.

Si tratta di un aspetto importante visto che la letteratura sottolinea come il coinvolgimento della popolazione locale influenzi positivamente la percezione degli atleti riguardo la manifestazione sportiva. La seconda sezione riguarda il ruolo svolto dai volontari durante la competizione: i dati verranno utilizzati per analizzare come il volontario percepisce la sua utilità all'interno dell'evento e la sua soddisfazione complessiva. La terza parte ha l'obiettivo di raccogliere le motivazioni del volontariato: in accordo con la teoria di Clary et al. (1998) si vuole analizzare come le motivazioni impattano sulla soddisfazione dell'esperienza del volontario stesso. Le domande seguenti a questa sezione analizzano la percezione che i volontari hanno del proprio contributo al successo dell'evento: la letteratura sul volontariato sportivo sottolinea come "il sentirsi utili" aumenta non solo il livello di soddisfazione generale dell'esperienza, ma anche la volontà di continuare a svolgere attività di volontariato in futuro. Le ultime domande aperte riguardanti la soddisfazione complessiva, i possibili miglioramenti e il consiglio dell'esperienza a qualcun altro si basano sulle teorie della volunteer satisfaction, secondo cui la soddisfazione è uno degli aspetti più importanti da considerare nel volontariato.

In entrambi i questionari sono state utilizzate due tipologie di scale di misurazione. La scala più utilizzata è stata la scala Likert a cinque punti; gli atleti e i volontari, grazie alla presenza di una classe neutra, hanno potuto esprimere una posizione riguardo all'argomento senza dover per forza dare un parere positivo o negativo. Gli ancoraggi delle scale sono:

- Da "molto insoddisfatto" a "molto soddisfatto";
- Da "completamente in disaccordo" a "completamente d'accordo";

Questa scala, secondo Floyd et al. (2014), è uno strumento che permette di trasformare dei dati soggettivi come le percezioni in dati quantitativi e comparabili.

Un'altra scala utilizzata nel questionario è il Net Promoter Score (NPS): uno strumento utilizzato spesso nel marketing per misurare la soddisfazione della clientela, dato che "*the Net Promoter Score (NPS) is a synthetic indicator of satisfaction and loyalty, based on the likelihood that an individual would recommend a service, organization or experience to others. [...] The final score is calculated by subtracting the percentage of detractors from the percentage of promoters, providing an immediate measure of overall perception and willingness to recommend, factors that are closely related to perceived quality and overall user satisfaction*" (Reichheld, 2003, p.50). Questa scala ha un range di valutazione più ampio, che va da 0 a 10, ed è stata utilizzata nel questionario per analizzare la probabilità che un'atleta consigli il TORX® with Kailas e la volontà di partecipare nuovamente a questo evento sportivo:

per queste ragioni in letteratura questa scala misura le future behavioral intentions. Questo strumento estendendosi da 0 a 10 consente risposte più precise e puntuali. Anche nel questionario rivolto ai volontari del TORX® with Kailas è stata utilizzata questa scala per misurare la percezione del loro contributo al benessere degli atleti e al successo dell'evento, nonché la soddisfazione generale e la probabilità che un volontario consigli l'esperienza del VolonTor ad amici e conoscenti.

Le domande aperte, utilizzate in entrambi i questionari, hanno permesso di raccogliere dati qualitativi, dando l'occasione agli atleti e ai volontari di esprimere le loro emozioni, i loro aneddoti e aspetti delle esperienze che non sarebbero emersi attraverso delle risposte chiuse e a risposta multipla.

Andy Field, nel libro *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (2013), sottolinea come sia fondamentale durante una ricerca quantitativa e un'analisi statistica identificare:

- variabili dipendenti: sono le variabili che si vuole spiegare o prevedere attraverso il modello statistico. Sono dette variabili dipendenti perché il loro andamento dipende dagli altri fattori;
- variabili indipendenti: comprendono tutti i fattori che spiegano o hanno un effetto sulle variabili dipendenti. Sono le variabili esplicative.

L'obiettivo principale di questa ricerca è analizzare come l'esperienza degli atleti sia influenzata dal coinvolgimento della comunità locale e dai volontari. La variabile dipendente che si vuole spiegare è la soddisfazione complessiva dell'atleta rispetto all'esperienza del TORX® with Kailas, che viene analizzata sia con una domanda riguardo la soddisfazione complessiva, sia approfondendo diverse sfumature, ad esempio nei confronti dell'organizzazione, dei servizi e dei volontari stessi.

Le principali variabili indipendenti utilizzate durante questa analisi sono:

- il supporto dei volontari: il questionario indaga come i volontari e in generale la componente umana hanno influenzato l'esperienza dell'atleta. Questo aspetto non viene analizzato solo nel questionario degli atleti, ma anche in quello dei volontari sono state inseriti alcuni quesiti per indagare come gli stessi percepiscono il loro contributo per il benessere degli atleti e per il successo dell'evento. Questa ricerca si basa sul concetto di social support: in letteratura viene sottolineato come negli sport estremi come l'ultra

trail del TORX® with Kailas, il supporto emotivo e la componente umana possono influenzare notevolmente gli atleti durante la competizione;

- la qualità dell'evento: l'esperienza degli atleti può essere influenzata fortemente dalla qualità percepita dell'evento; atmosfera, organizzazione e il coinvolgimento della comunità locale sono fattori che potrebbero far variare l'esperienza complessiva percepita dal corridore.
- l'interazione con la comunità locale: il TORX® with Kailas è un evento sportivo che ha un forte legame con la comunità locale e con tutto il territorio che lo ospita; per questo motivo è bene analizzare come questo legame influenza l'esperienza complessiva dell'atleta durante la competizione.

Le relazioni tra queste variabili verranno analizzate statisticamente attraverso l'utilizzo di correlazioni o regressioni, con due obiettivi principali:

- comprendere come e quali variabili influenzano maggiormente la soddisfazione degli atleti e le loro intenzioni future;
- capire in che misura il ruolo dei volontari in una gara così estenuante come il TORX® with Kailas sia importante per la riuscita dell'evento e per la felicità degli atleti.

### **3.3 Campione e raccolta dei dati**

La popolazione, in statistica, è definita come l'insieme degli individui, degli elementi o delle unità che hanno caratteristiche comuni e sui quali si svolge una ricerca, ossia *“the aggregate from which the sample is chosen”* (Cochran, 1977, p.10); il simbolo per indicare la popolazione è la lettera omega maiuscola  $\Omega$ . Ognuno degli elementi che costituisce la popolazione è detto unità statistica.

Il campione è una parte rappresentativa della popolazione su cui è svolta l'indagine statistica. *“La possibilità di limitare la rilevazione ad un insieme di unità di dimensione ben inferiore a quella della popolazione consente di:*

- *contenere i costi dell'indagine entro limiti accettabili;*
- *svolgere l'indagine in tempi relativamente brevi;*
- *raccogliere per ogni unità inclusa nell'indagine un maggior numero di informazioni;*
- *raccogliere le informazioni con maggiore accuratezza grazie all'utilizzazione di personale qualificato e/o tecniche specialistiche.”* (Giommi et al., 2020)

In questa ricerca la popolazione è costituita da tutti gli atleti e i volontari coinvolti nel TORX® with Kailas durante le ultime cinque edizioni dell'evento sportivo. Per raggiungere atleti di qualunque nazionalità il questionario è stato redatto in tre lingue: italiano, inglese e francese. La scelta di questa popolazione è strettamente correlata all'obiettivo principale della ricerca, ossia l'analisi del rapporto atleti-volontari in una gara estrema come il TORX® with Kailas. Per quanto riguarda gli atleti sono considerati parte della popolazione coloro che hanno partecipato almeno una volta, negli ultimi cinque anni, a una gara all'interno del circuito del TORX® with Kailas; per quanto riguarda i volontari, si è deciso di comprendere tutti i soggetti che hanno svolto per almeno un giorno questa mansione nelle ultime cinque edizioni della manifestazione.

Il campione di questo studio è composto da tutti gli atleti e i volontari che hanno partecipato attivamente alla ricerca rispondendo al questionario che è stato inviato tramite newsletter dalla società organizzatrice. In questa ricerca è stato applicato un campionamento non probabilistico di tipo volontario, self-selection sampling o voluntary response sampling: i soggetti inclusi nel campione hanno deciso autonomamente di rispondere al questionario. Il questionario è stato inviato tramite mail, quindi *“the researcher then has no control over the selection process”* (Khaazal et al., 2014, p. 2). Attraverso questa tecnica di campionamento:

- la partecipazione è spontanea: i soggetti decidono se far parte o meno del campione compilando volontariamente il questionario;
- il campionamento è non probabilistico: non tutti i soggetti hanno la stessa probabilità di entrare a far parte del campione (il campione non deriva da un'estrazione casuale dalla popolazione iniziale);
- è caratterizzato da self-selection bias: ci possono essere delle distorsioni nella creazione del campionamento a causa di un maggior numero di risposte da parte di:
  - o persone molto motivate e fortemente coinvolte nell'evento;
  - o persone con esperienze molto positive o molto negative.

Nonostante questi punti negativi il self-selection sampling è molto diffuso nelle ricerche perché consente di raccogliere i dati in maniera semplice, veloce ed efficiente ed è adatto all'utilizzo di questionari online.

Qualtrics è l'applicazione utilizzata per creare e somministrare i due questionari online; questo strumento ha permesso di creare dei questionari che fossero facilmente accessibili da tutti i dispositivi elettronici, così da facilitare e incentivare la partecipazione sia per gli atleti sia per i

volontari. In questa ricerca è stato deciso di utilizzare un questionario online per differenti ragioni:

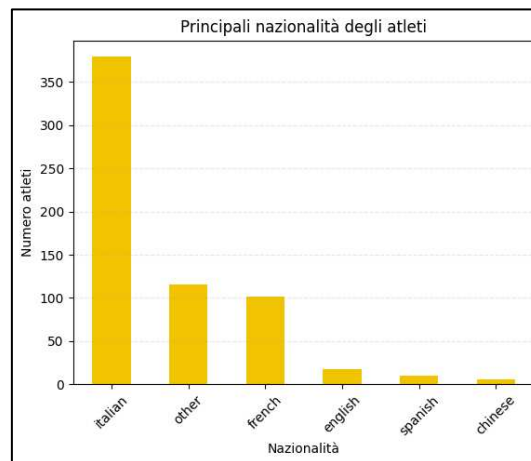
- la survey online permette di raccogliere dati in maniera rapida ed efficace, raggiungendo un alto numero di partecipanti contemporaneamente;
- il tempo di elaborazione dei dati è significativamente ridotto grazie alla registrazione automatica delle risposte all'interno dei database;
- questa metodologia ha permesso di raccogliere risposte da atleti provenienti da diversi Paesi nel mondo; aspetto molto importante vista la notorietà internazionale che ha il TORX® with Kailas.

La distribuzione dei questionari è avvenuta tramite l'invio di una newsletter ufficiale da parte della società organizzatrice del TORX® with Kailas. I questionari sono stati inoltre inviati personalmente alle persone conoscenti e coinvolte nell'evento e sono stati diffusi tramite i social media Instagram e Facebook.

Il periodo di raccolta dati è iniziato per entrambi i questionari il 23 marzo 2026 e si è concluso due mesi dopo, il 23 maggio 2026. Durante questo periodo i volontari che hanno compilato interamente il questionario sono stati 283, mentre gli atleti sono stati 629. Per quanto riguarda la popolazione di riferimento, il questionario degli atleti è stato diffuso con tre versioni linguistiche (italiano, inglese e francese) per un totale di 2.755 invii, di cui 1394 in italiano, 873 in inglese e 508 in francese. Il questionario rivolto ai volontari è stato inviato a 2.275 persone.

Il campione degli atleti è composto da 527 uomini, 101 donne e 1 non dichiarato (circa l'84% delle risposte ai questionari sono state date dagli uomini): questo conferma il trend della partecipazione alle gare di ultra trail, in cui la componente maschile è prevalente rispetto a quella femminile. La lingua più utilizzata per la compilazione del questionario è l'italiano, con 387 questionari compilati, seguita dall'inglese (124) e dal francese (118). Questi dati sono confermati anche dalla nazionalità del campione: tra i 629 atleti che hanno risposto al questionario, 379 sono italiani, 101 francesi, 18 inglesi, 10 spagnoli, 6 cinesi e i restanti di altre nazionalità; il grafico sottostante mostra come il TORX® with Kailas sia a tutti gli effetti una gara internazionale.

Grafico 3.1: Analisi delle nazionalità del campione degli atleti



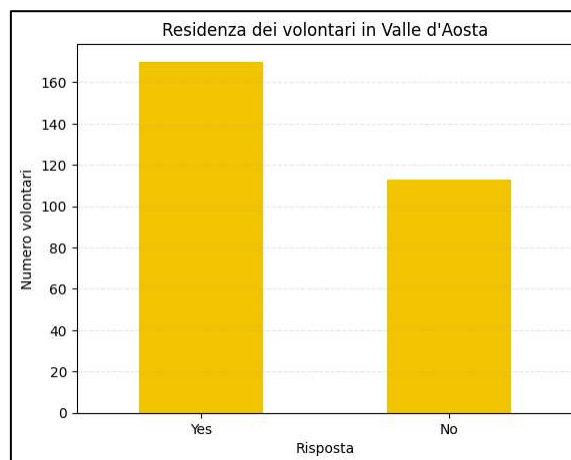
Fonte: creazione propria con utilizzo di Python e dei dati provenienti dai questionari

L'età media del campione è di 50.08 anni: l'atleta più giovane a rispondere al questionario è del 2006, mentre l'atleta più anziano risulta essere del 1950. Questi dati sottolineano come l'ultra trail sia uno sport praticato prevalentemente da persone adulte e di mezza età e non solo da giovani; nella letteratura (Hoffmann M.D., Fogard K., 2012) viene sottolineato, infatti, che la performance nelle gare di ultra trail non dipende solo dalle capacità fisiche, ma anche da aspetti quali la gestione dello sforzo e della stanchezza, l'esperienza e la capacità di vivere una situazione di fatica prolungata. Questi motivi spiegano il perché di un'età media così elevata.

Il campione dei volontari è composto da 283 persone, di cui 153 di sesso maschile, 128 di sesso femminile e 2 non dichiarato: anche in questo caso la percentuale di risposte degli uomini supera di circa 9 punti percentuali quella delle donne. I questionari sono stati compilati prevalentemente in lingua italiana (271), con solo 6 questionari compilati in lingua inglese e altrettanti in lingua francese. Il volontario più giovane che ha compilato il questionario è del 2008, mentre quello più anziano del 1940: la media d'età del campione analizzato è pari a 55.0 anni. Questo dato mostra come anche la popolazione dei volontari sia caratterizzata da persone adulte, legate al territorio e all'evento stesso; non sono solo i giovani che vogliono vivere nuove esperienze a fare i VolonTor, ma anche persone adulte che scelgono di impiegare parte del loro tempo, delle proprie competenze e della propria esperienza al servizio della comunità. Questo dato può essere interpretato sia come un indicatore di solidità tra l'evento e il territorio valdostano, nonché come la capacità di questa manifestazione sportiva di costruire una comunità di volontari nel tempo sempre più unita, stabile e coinvolta. Il 60.07% del campione è residente in Valle d'Aosta: questo conferma che il TORX® with Kailas non è un semplice evento valdostano, ma è una manifestazione sportiva che non solo attira atleti da tutto il mondo, ma invoglia anche persone provenienti da altre regioni a partecipare come volontari; Piemonte,

Lombardia e Liguria sono, in ordine, le regioni da cui provengono la maggior parte dei volontari non valdostani.

*Grafico 3.2: Analisi della residenza dei VolonTor*



*Fonte: creazione propria con utilizzo di Python e dei dati provenienti dai questionari*

Per l'analisi statistica è stata effettuata un data cleaning, prendendo in considerazione solamente i questionari completati al 100%, mentre tutti i questionari con risposte incomplete (missing data) sono stati eliminati dal database di riferimento: complessivamente, sono stati eliminati 597 questionari (per atleti e per volontari). La validità e l'efficacia delle analisi, secondo la letteratura, possono essere compromesse da dati mancanti e incompleti; nelle survey online il fenomeno di abbandono e interruzione della compilazione del questionario è molto frequente, a causa della lunghezza, di motivazioni personali o difficoltà nella comprensione delle domande.

I dati sono stati raccolti nel rispetto dei principi etici, su base volontaria e anonima, in modo da garantire la tutela della privacy e la riservatezza delle informazioni; sono stati applicati i principi previsti dal European Union general data protection regulations (GDPR) – Regolamento (UE) 2016/679 relativamente alla protezione dei dati nelle ricerche scientifiche accademiche.

### **3.4 Modello di analisi statistica**

Nel capitolo successivo verranno applicate delle tecniche statistiche per analizzare l'impatto del lavoro dei volontari sulla soddisfazione degli atleti e sulla riuscita dell'evento.

I principali utilizzati in questa ricerca sono:

- la media aritmetica, ossia il valore numerico risultante dall'operazione:

$$E[X] = \frac{1}{n} \sum_{\alpha=1}^n \widetilde{x}_{\alpha}$$

in questa ricerca sarà utilizzato ad esempio per calcolare la soddisfazione media dei partecipanti alla manifestazione;

- la mediana, nonché il valore centrale di una distribuzione ordinata; utilizzato spesso quando la distribuzione dei dati non è simmetrica;
- la moda, d per determinare l'età più diffusa negli atleti e i loro anni di esperienza degli atleti nell'ultra trail.

Gli indici di dispersione o di variabilità vengono utilizzati per analizzare quanto i dati si discostano da un valore medio, scelto quale misura di posizione, ossia permettono di valutare la variabilità dei dati. In questa ricerca sono utilizzati:

- la varianza, ossia la media aritmetica del quadrato degli scarti di ogni singola modalità dalla media aritmetica della variabile statistica. Maggiore è questo indicatore, maggiore sarà la dispersione dei dati rispetto alla media aritmetica;
- lo scarto quadratico medio o deviazione standard, ovvero la radice quadrata della varianza, che consente di analizzare quanto un dato si discosta mediamente dalla media;
- il range, ossia la differenza tra il minimo e il massimo, che consente di analizzare l'ampiezza dei dati.

Dopo aver analizzato i dati attraverso questi indicatori descrittivi sarà importante valutare le relazioni tra le diverse variabili attraverso il coefficiente di correlazione, che misura la relazione, e in particolare intensità e direzione, tra due variabili. Il coefficiente di correlazione di Pearson può assumere valori tra -1 e +1, dove valori molto positivi mostrano una relazione diretta, mentre valori molto vicini a -1 indicano una relazione inversa tra le due variabili considerate. In questa ricerca questo indicatore verrà utilizzato per esempio per misurare se il livello di soddisfazione degli atleti aumenta all'aumentare dell'apprezzamento del lavoro dei volontari. L'analisi della correlazione è solo un primo step che deve poi essere approfondito attraverso i modelli di regressione. Questo modello permette di analizzare nello stesso momento più variabili indipendenti, osservando come ognuna genera una variazione della variabile dipendente mantenendo le altre costanti. Questo aspetto è importante perché nella maggior parte

dei casi un fenomeno non dipende solamente da un fattore, ma da un insieme di fattori, in maniera più o meno marcata.

Nella ricerca la variabile dipendente sarà la soddisfazione complessiva dell'atleta rispetto all'evento sportivo, mentre le variabili indipendenti saranno:

- il lavoro dei volontari;
- la qualità dell'organizzazione;
- l'atmosfera dell'evento;
- la percezione del territorio.

Si è deciso di utilizzare più variabili indipendenti perché la soddisfazione complessiva dell'atleta non può dipendere soltanto dal lavoro dei volontari. La regressione permetterà quindi di capire quali sono le variabili che più incidono sulla variabile dipendente.

### **3.5 Considerazioni conclusive**

In questo capitolo sono stati mostrati gli strumenti teorici e statistici utilizzati per la ricerca, definendo così la metodologia utilizzata.

Nei primi paragrafi sono stati analizzati gli obiettivi della ricerca ed è stata analizzata la costruzione del questionario, attraverso i contenuti e la letteratura alla base e la metodologia della ricerca. In seguito, è stato analizzato approfonditamente il campione e infine sono stati illustrati i principali strumenti di analisi quantitativa che saranno utilizzati nel capitolo successivo.

Nel terzo capitolo ed ultimo capitolo verranno presentati e analizzati i risultati della ricerca attraverso delle analisi svolte con il linguaggio di programmazione Python.

## 4 Analisi dei dati e risultati

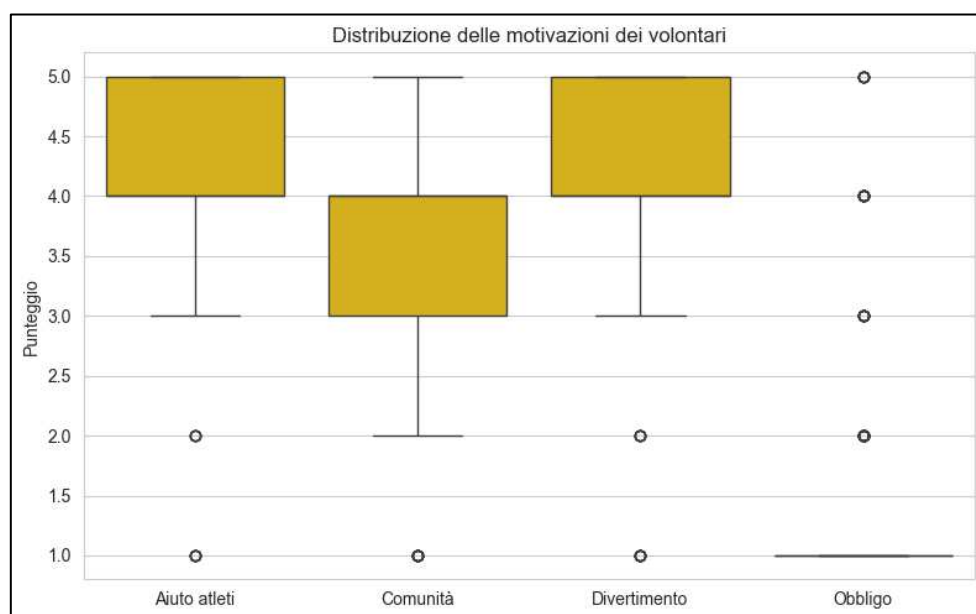
### 4.1 I volontari del TORX® with Kailas: caratteristiche e risultati dell'analisi

Per analizzare il ruolo e l'importanza dei volontari nel TORX® with Kailas è fondamentale esaminare le motivazioni che spingono a diventare dei VolonTor; queste influenzano non solo il modo di lavorare, ma anche la qualità del servizio che viene offerto a tutti i partecipanti. Questo aspetto è stato approfondito nel questionario indagando quattro fattori motivazionali:

- il contributo alla visibilità della comunità;
- il desiderio di aiutare gli atleti;
- il divertimento o il piacere personale di partecipare alla manifestazione sportiva;
- l'obbligo personale o sociale.

Il boxplot, mostrato nella figura 3.1, permette di analizzare non solo la media dei valori, ma anche la loro distribuzione; l'analisi della variabilità e non solo della media è fondamentale per comprendere se una determinata motivazione sia condivisa dalla maggior parte dei partecipanti oppure se questa risulti rilevante solo per una parte del campione.

Figura 4.1: La distribuzione delle motivazioni dei volontari

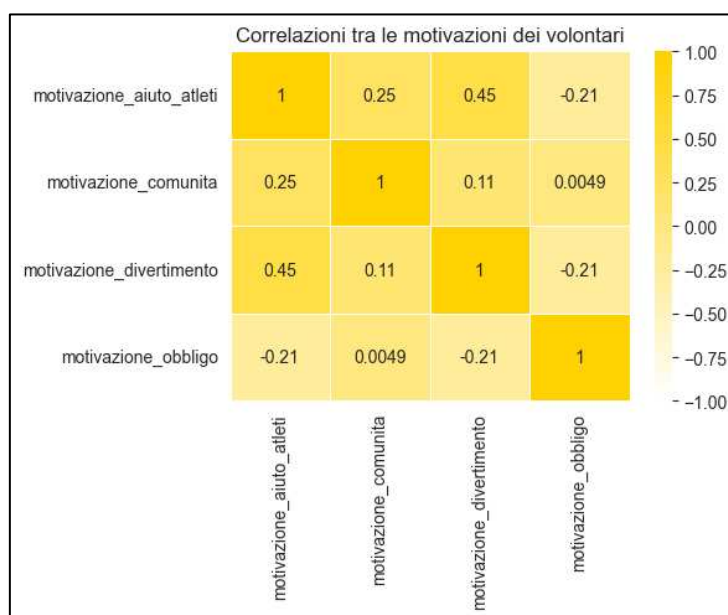


Le motivazioni legate all'aiuto degli atleti e al divertimento presentano dei valori molto elevati. Per entrambi i fattori la mediana è pari a 5, indicando che almeno la metà dei volontari ha attribuito a queste due motivazioni il punteggio massimo. Inoltre, sono stati assegnati pochi valori bassi: questi casi isolati, quindi, non modificano la tendenza generale dei dati. Da questa

prima analisi emerge che le due principali motivazioni che spingono le persone a diventare dei volontari del TORX® with Kailas sono il desiderio di aiutare gli atleti e di divertirsi; questo risultato conferma che questa attività non viene svolta solo come un servizio. La motivazione legata alla comunità ha una variabilità maggiore rispetto ai due fattori precedentemente analizzati: questo indica una maggiore eterogeneità nelle risposte. Ciò suggerisce che il senso di appartenenza alla comunità è una motivazione importante per molti volontari ma non ha un ruolo centrale come nel caso dell'aiuto degli atleti e divertimento. La motivazione dell'obbligo ha ottenuto valori particolarmente bassi, con alcuni casi isolati nei valori alti. Questo risultato indica che la maggior parte dei volontari non partecipa al TORX® with Kailas per un obbligo o un'imposizione, ma per una scelta libera e volontaria. In generale, le motivazioni principali evidenziate nel grafico sono di natura altruistica e volenterosa: in questa gara i volontari partecipano con l'obiettivo di aiutare gli atleti in gara e per vivere un'esperienza divertente con la comunità valdostana.

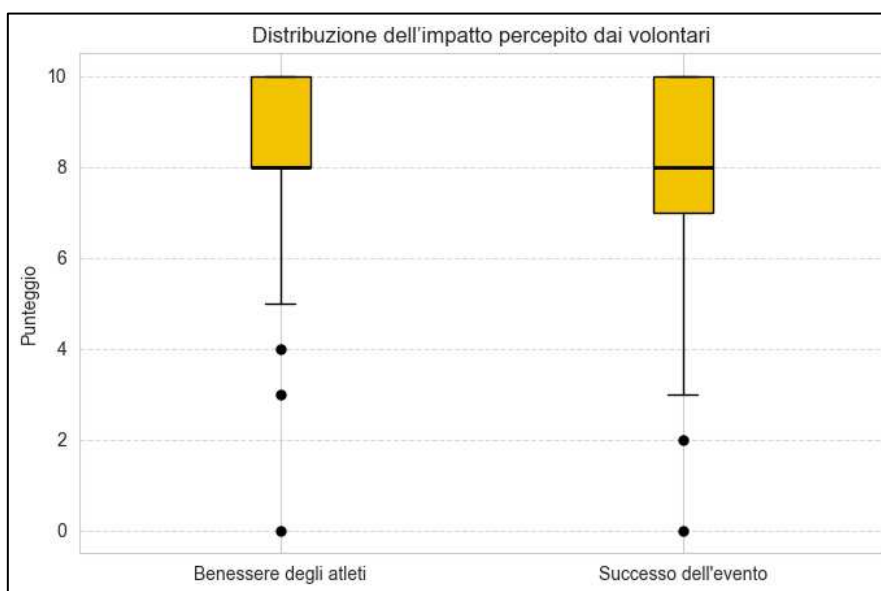
L'analisi fin qui condotta ha permesso di analizzare singolarmente le motivazioni maggiormente condivise dai volontari ma non le relazioni tra queste. Per completare questa analisi è stata costruita una matrice di correlazione per individuare e approfondire le relazioni tra i fattori motivazionali che spingono le persone a diventare volontari durante il TORX® with Kailas. La correlazione più forte e positiva che si può osservare nella figura 3.2 è quella tra la motivazione\_aiuto\_atleti e la motivazione\_divertimento: i volontari che considerano l'attività come un divertimento sono anche quelli che sono più motivati a supportare gli atleti durante la competizione. L'altra correlazione significativa, sebbene di minore intensità, è quella tra motivazione\_aiuto\_atleti e motivazione\_comunità: l'indice di 0.25 suggerisce che le persone che fanno volontariato per contribuire alla visibilità della comunità tendono anche ad avere il desiderio di aiutare gli atleti in gara. L'ultimo aspetto interessante da sottolineare è la correlazione tra la motivazione\_obbligo e le altre motivazioni: in questo caso i valori sono negativi oppure tendenti allo 0. Questo risultato suggerisce che le persone che si sentono obbligate a fare il volontario sono anche quelle che si divertono di meno e che attribuiscono meno importanza all'aiuto degli atleti.

Figura 4.2: Matrice delle correlazioni tra le motivazioni dei volontari



Dopo aver approfondito le motivazioni che spingono le persone a diventare volontari del TORX® with Kailas è importante analizzare la percezione del loro contributo: “I volontari percepiscono di contribuire positivamente all’esperienza degli atleti e al successo della manifestazione?” (figura 3.3).

Figura 4.3: Impatto percepito dai volontari



La distribuzione dell’impatto sul benessere degli atleti assume valori molto alti e con una mediana pari a 8, il che suggerisce che almeno metà dei volontari hanno dato a questa variabile un punteggio uguale o superiore a 8. Sono presenti anche dei valori molto bassi (da 0 a 4), che però non influenzano la distribuzione della variabile. Per quanto riguarda invece l’impatto sul

successo degli atleti, la variabilità delle risposte è leggermente più ampia, anche se la maggior parte delle valutazioni è ampiamente positiva. Anche in questo caso sono presenti alcuni valori molto bassi che però non alterano la distribuzione essendo casi isolati. In generale, a entrambe le variabili sono attribuiti punteggi elevati; questo risultato suggerisce che i volontari percepiscono la propria attività come importante sia per il benessere degli atleti sia per il successo dell'evento.

L'impatto percepito dai volontari riguardo al benessere degli atleti e al successo dell'evento è influenzato da diversi fattori. Sono state calcolate due regressioni lineari multiple per analizzare in modo più approfondito gli elementi che influiscono sull'impatto percepito dai volontari. Le variabili dipendenti inserite nei modelli sono il benessere degli atleti e il successo dell'evento, mentre le variabili indipendenti sono le caratteristiche sociodemografiche, gli anni di esperienza nel volontariato, il livello di soddisfazione e l'attività svolta (figura 3.4).

Figura 4.4: Regressione lineare multipla con variabile dipendente il benessere degli atleti

| OLS Regression Results   |                   |                     |          |       |        |        |
|--------------------------|-------------------|---------------------|----------|-------|--------|--------|
| =====                    |                   |                     |          |       |        |        |
| Dep. Variable:           | impatto_benessere | R-squared:          | 0.398    |       |        |        |
| Model:                   | OLS               | Adj. R-squared:     | 0.367    |       |        |        |
| Method:                  | Least Squares     | F-statistic:        | 12.67    |       |        |        |
| Date:                    | Tue, 09 Jun 2026  | Prob (F-statistic): | 1.12e-22 |       |        |        |
| Time:                    | 11:11:07          | Log-Likelihood:     | -432.75  |       |        |        |
| No. Observations:        | 283               | AIC:                | 895.5    |       |        |        |
| Df Residuals:            | 268               | BIC:                | 950.2    |       |        |        |
| Df Model:                | 14                |                     |          |       |        |        |
| Covariance Type:         | nonrobust         |                     |          |       |        |        |
| =====                    |                   |                     |          |       |        |        |
|                          | coef              | std err             | t        | P> t  | [0.025 | 0.975] |
| -----                    |                   |                     |          |       |        |        |
| const                    | 3.3365            | 0.698               | 4.782    | 0.000 | 1.963  | 4.710  |
| motivazione_comunita     | -0.0752           | 0.074               | -1.021   | 0.308 | -0.220 | 0.070  |
| motivazione_aiuto_atleti | 0.0253            | 0.108               | 0.233    | 0.816 | -0.188 | 0.238  |
| motivazione_divertimento | 0.2143            | 0.098               | 2.183    | 0.030 | 0.021  | 0.408  |
| motivazione_obbligo      | -0.1321           | 0.081               | -1.638   | 0.103 | -0.291 | 0.027  |
| anni_volontariato        | 0.0278            | 0.016               | 1.734    | 0.084 | -0.004 | 0.059  |
| eta                      | 0.0086            | 0.006               | 1.481    | 0.140 | -0.003 | 0.020  |
| genere_num               | -0.1845           | 0.147               | -1.255   | 0.211 | -0.474 | 0.105  |
| valdostano               | -0.2845           | 0.173               | -1.649   | 0.100 | -0.624 | 0.055  |
| soddisfazione            | 0.4834            | 0.052               | 9.277    | 0.000 | 0.381  | 0.586  |
| ruolo_controllo          | -0.3121           | 0.183               | -1.703   | 0.090 | -0.673 | 0.049  |
| ruolo_bag                | -0.0009           | 0.181               | -0.005   | 0.996 | -0.357 | 0.355  |
| ruolo_allarme            | -0.1473           | 0.262               | -0.562   | 0.575 | -0.663 | 0.369  |
| ruolo_cucina             | -0.0613           | 0.292               | -0.210   | 0.834 | -0.636 | 0.513  |
| ruolo_buffet             | 0.3071            | 0.210               | 1.463    | 0.145 | -0.106 | 0.721  |

Questa prima regressione lineare multipla ha come variabile dipendente l'impatto sul benessere degli atleti. Questo modello è statisticamente significativo e ha un coefficiente di determinazione pari a 0.398: questo significa che le variabili indipendenti spiegano circa il 40% della variabilità della percezione dei volontari dell'impatto sul benessere degli atleti. La maggior parte delle variabili indipendenti legate alla motivazione del volontariato sono

statisticamente non significative e questo suggerisce che la percezione del contributo non dipende dal perché una persona ha iniziato a svolgere attività di volontariato. Il principale fattore che fa aumentare notevolmente la percezione di contribuire positivamente al benessere degli atleti è la soddisfazione: questo risultato mostra che i volontari che sono maggiormente soddisfatti sono anche coloro che riconoscono maggiormente il valore del proprio contributo per il benessere dei corridori. Le variabili relative al ruolo svolto dai volontari durante il TORX® with Kailas non sono statisticamente significative, anche se si analizzano i coefficienti emerge che le attività con un maggior contatto gli atleti (ad esempio la gestione del buffet) fanno percepire ai volontari un impatto superiore sul benessere degli atleti rispetto quelle che non implicano interazioni con i partecipanti della gara. In generale, i risultati mostrano come la soddisfazione e il divertimento siano le due variabili che impattano maggiormente sulla percezione dell'impatto sul benessere degli atleti.

Questa seconda regressione, mostrata nella figura 3.5, consente di analizzare le variabili che più incidono sull'impatto percepito dai volontari riguardo al successo dell'evento. Anche in questo caso il modello è statisticamente significativo e con un coefficiente di determinazione pari a 0.313; questo indica il modello spiega circa il 31% della variabilità della variabile dipendente. Anche in questo caso, come nel caso precedente, il coefficiente che più impatta sulla percezione del successo dell'evento è la soddisfazione dei volontari: ciò significa che i volontari che riconoscono positivamente il loro contributo per il successo dell'evento sono anche i più soddisfatti. Nessuna delle motivazioni che spingono le persone a fare il volontariato risulta statisticamente significativa; questo accade anche per le altre variabili indipendenti considerate nel modello. Questo risultato ci suggerisce che nel TORX® with Kailas i volontari tendono a percepire positivamente il loro contributo per il successo dell'evento indipendentemente dalle motivazioni e dai ruoli svolti durante la manifestazione sportiva.

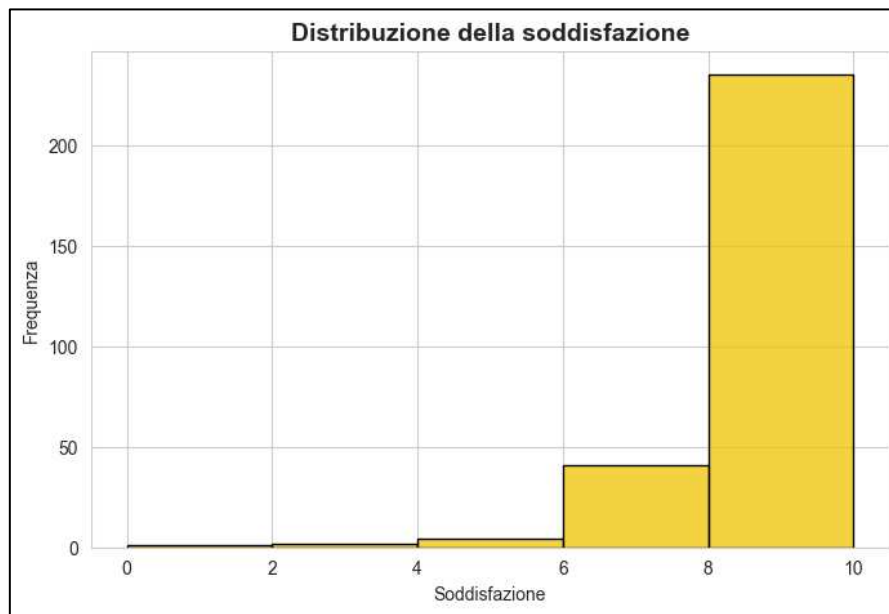
Figura 4.5: Regressione lineare multipla con variabile dipendente il successo dell'evento

| OLS Regression Results   |                  |                     |          |       |        |        |
|--------------------------|------------------|---------------------|----------|-------|--------|--------|
| =====                    |                  |                     |          |       |        |        |
| Dep. Variable:           | impatto_successo | R-squared:          | 0.313    |       |        |        |
| Model:                   | OLS              | Adj. R-squared:     | 0.277    |       |        |        |
| Method:                  | Least Squares    | F-statistic:        | 8.719    |       |        |        |
| Date:                    | Tue, 09 Jun 2026 | Prob (F-statistic): | 1.40e-15 |       |        |        |
| Time:                    | 11:11:48         | Log-Likelihood:     | -498.07  |       |        |        |
| No. Observations:        | 283              | AIC:                | 1026.    |       |        |        |
| Df Residuals:            | 268              | BIC:                | 1081.    |       |        |        |
| Df Model:                | 14               |                     |          |       |        |        |
| Covariance Type:         | nonrobust        |                     |          |       |        |        |
| =====                    |                  |                     |          |       |        |        |
|                          | coef             | std err             | t        | P> t  | [0.025 | 0.975] |
| -----                    |                  |                     |          |       |        |        |
| const                    | 2.1629           | 0.879               | 2.461    | 0.014 | 0.433  | 3.893  |
| motivazione_comunita     | 0.1629           | 0.093               | 1.754    | 0.081 | -0.020 | 0.346  |
| motivazione_aiuto_atleti | -0.1320          | 0.136               | -0.967   | 0.334 | -0.401 | 0.137  |
| motivazione_divertimento | 0.1910           | 0.124               | 1.544    | 0.124 | -0.053 | 0.434  |
| motivazione_obbligo      | -0.0651          | 0.102               | -0.640   | 0.522 | -0.265 | 0.135  |
| anni_volontariato        | 0.0199           | 0.020               | 0.985    | 0.326 | -0.020 | 0.060  |
| eta                      | 0.0026           | 0.007               | 0.349    | 0.727 | -0.012 | 0.017  |
| genere_num               | 0.3482           | 0.185               | 1.880    | 0.061 | -0.016 | 0.713  |
| valdostano               | 0.1857           | 0.217               | 0.854    | 0.394 | -0.242 | 0.614  |
| soddisfazione            | 0.5382           | 0.066               | 8.199    | 0.000 | 0.409  | 0.667  |
| ruolo_controllo          | -0.3116          | 0.231               | -1.349   | 0.178 | -0.766 | 0.143  |
| ruolo_bag                | -0.0127          | 0.228               | -0.056   | 0.956 | -0.461 | 0.436  |
| ruolo_allarme            | -0.1720          | 0.330               | -0.521   | 0.603 | -0.822 | 0.478  |
| ruolo_cucina             | 0.5675           | 0.367               | 1.545    | 0.124 | -0.156 | 1.291  |
| ruolo_buffet             | 0.3321           | 0.264               | 1.256    | 0.210 | -0.189 | 0.853  |

Durante questa analisi è emerso come i volontari percepiscano il proprio contributo positivamente sia per il benessere degli atleti sia per il successo complessivo della manifestazione. In entrambe le regressioni il fattore che risulta maggiormente associato alla percezione del proprio impatto è il livello di soddisfazione dei volontari. Per questa ragione è importante comprendere i fattori che accrescono la soddisfazione e, di conseguenza, la percezione del valore del loro contributo.

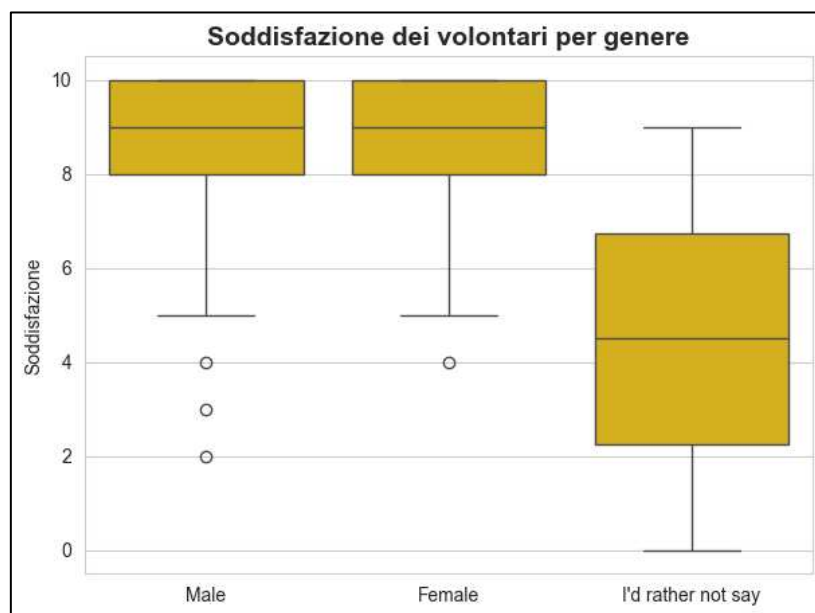
Nel questionario la soddisfazione dei volontari è stata chiesta utilizzando la scala del net promoter score; se una persona era poco soddisfatta (punteggio da 0 a 5) allora sono state approfondite le ragioni. Dalla Figura 3.6 è possibile osservare come la maggior parte dei volontari è molto soddisfatta della propria attività: la domanda “Sei soddisfatto/a della tua esperienza come volontario/a?” ha ottenuto la maggior parte dei voti tra 8 e 10. Il fatto che la maggior parte dei rispondenti abbia votato i valori massimi della scala evidenzia la presenza di un effetto soffitto o ceiling effect. La variabilità dei dati in questo caso è praticamente nulla: i punteggi bassi rappresentano una minoranza rispetto all’insieme delle votazioni del campione.

Figura 4.6: Distribuzione della soddisfazione



Il sistema dei VolonTor genera un alto livello di soddisfazione tra i partecipanti, come conferma anche dall'analisi della soddisfazione dei volontari per genere (figura 3.7).

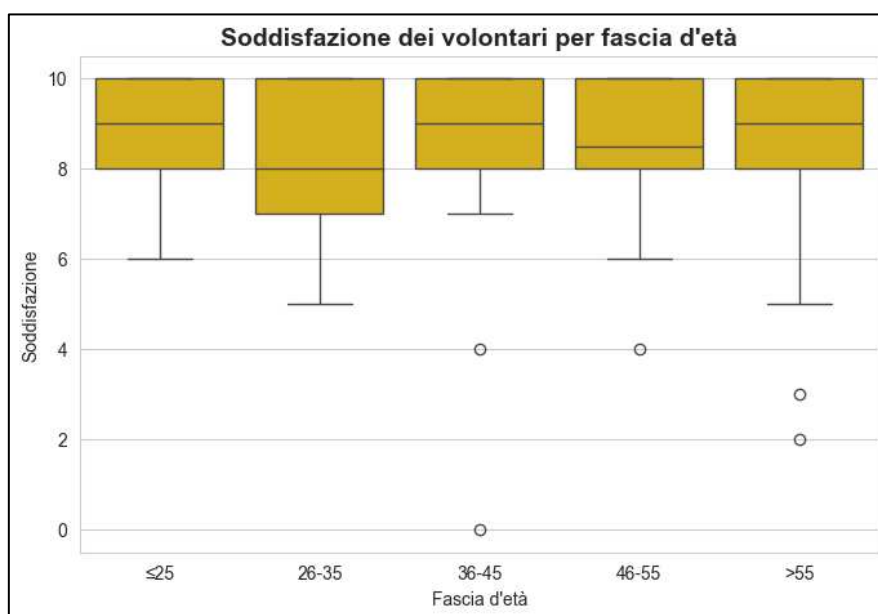
Figura 4.7: Soddisfazione dei volontari per genere



La soddisfazione dei volontari è molto elevata per entrambi i generi e le distribuzioni sono quasi sovrapponibili. Il genere "Preferisco non dirlo" è composto solo da due soggetti e per questa ragione non è statisticamente confrontabile. Il ceiling effect si conferma quindi anche in questo caso. I valori bassi sia per il genere maschile sia per il genere femminile risultano essere dei casi anomali.

Analizzando la relazione tra età e soddisfazione attraverso (Figura 3.8) vengono confermati ancora una volta i risultati approfonditi precedentemente: la soddisfazione dei volontari risulta elevata indipendentemente dall'età.

*Figura 4.8: Soddisfazione dei volontari per fasce d'età*

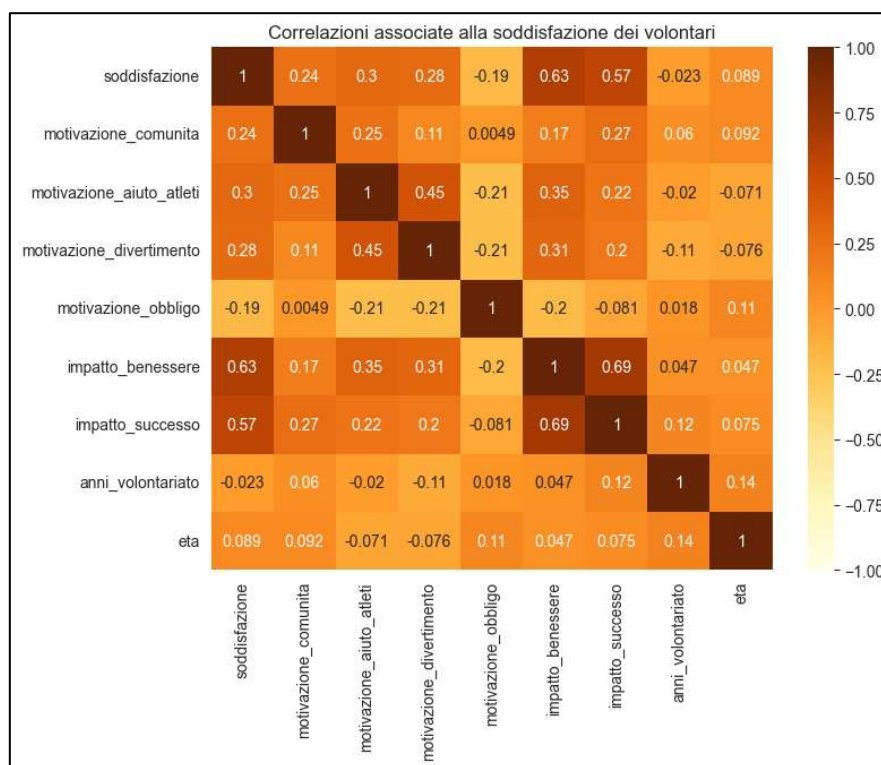


Per analizzare più in profondità il tema della soddisfazione dei volontari e individuare quali fattori la influenzino maggiormente è stata calcolata una regressione lineare multipla con variabile dipendente la soddisfazione e con variabili indipendenti le motivazioni del volontariato, alcune caratteristiche sociodemografiche, gli anni di esperienza e la percezione dell'impatto sul benessere degli atleti.

Prima di analizzare in modo approfondito la regressione lineare multipla, si è proceduto a costruire una matrice di correlazione per analizzare le relazioni tra la soddisfazione e le variabili indipendenti del modello di regressione. La correlazione maggiore è tra la soddisfazione e l'impatto percepito sul benessere degli atleti; questo significa che i volontari che mostrano livelli più elevati di soddisfazione sono anche quelli che contribuiscono maggiormente al benessere degli atleti. Un'altra correlazione di elevata intensità è quella tra la soddisfazione e l'impatto percepito sul successo dell'evento: questo risultato indica che un volontario è più soddisfatto nel momento in cui sa di contribuire alla buona riuscita dell'evento sportivo. Per quanto riguarda le motivazioni, le correlazioni sono positive, anche se inferiori a quelle precedenti, tranne per il caso della motivazione legata all'obbligo; in questo caso la correlazione è negativa e ciò significa che coloro che si sentono obbligati a fare i volontari sono i soggetti

meno soddisfatti. Le variabili età ed esperienza hanno correlazioni molto basse, quindi hanno una minore incidenza sulla determinazione della soddisfazione dei volontari.

Figura 4.9: Matrice delle correlazioni associate alla soddisfazione dei volontari



Una prima analisi delle relazioni tra la soddisfazione dei volontari e le altre variabili è fornita dalla matrice delle correlazioni; per verificare se queste sono statisticamente significative e la loro intensità è necessario stimare il modello di regressione lineare multipla. Il modello, visibile nella Figura 3.10, è statisticamente significativo e ha un coefficiente di determinazione pari a 0.399: ciò significa che possiede una buona capacità esplicativa perché descrive circa il 40% della variabilità della soddisfazione dei volontari. Analizzando i coefficienti delle variabili statisticamente significative quello maggiormente associato alla soddisfazione dei volontari è l'impatto sul benessere dei partecipanti alla gara: la soddisfazione dei volontari aumenta nel momento in cui essi svolgono delle attività significative per il benessere dei partecipanti alla gara.

Tra le motivazioni del volontariato, le uniche due che risultano statisticamente significative sono il senso di aiuto alla comunità e la volontà di aiutare gli atleti. Ciò significa che la soddisfazione è influenzata non solo dall'esperienza, ma anche dalle motivazioni che spingono le persone a diventare dei volontari.

La variabile geografica, ossia l'essere valdostani o no, è statisticamente significativa e delinea un risultato rilevante: i volontari residenti in Valle d'Aosta hanno livelli di soddisfazione minori rispetto ai volontari provenienti da altre aree, questo perché il coefficiente attribuito a questa variabile è negativo.

Figura 4.10: Regressione lineare multipla con variabile dipendente la soddisfazione dei volontari

| OLS Regression Results   |                  |                     |          |       |        |        |
|--------------------------|------------------|---------------------|----------|-------|--------|--------|
| =====                    |                  |                     |          |       |        |        |
| Dep. Variable:           | soddisfazione    | R-squared:          | 0.399    |       |        |        |
| Model:                   | OLS              | Adj. R-squared:     | 0.379    |       |        |        |
| Method:                  | Least Squares    | F-statistic:        | 20.10    |       |        |        |
| Date:                    | Mon, 08 Jun 2026 | Prob (F-statistic): | 8.19e-26 |       |        |        |
| Time:                    | 16:18:55         | Log-Likelihood:     | -440.00  |       |        |        |
| No. Observations:        | 283              | AIC:                | 900.0    |       |        |        |
| Df Residuals:            | 273              | BIC:                | 936.5    |       |        |        |
| Df Model:                | 9                |                     |          |       |        |        |
| Covariance Type:         | nonrobust        |                     |          |       |        |        |
| =====                    |                  |                     |          |       |        |        |
|                          | coef             | std err             | t        | P> t  | [0.025 | 0.975] |
| -----                    |                  |                     |          |       |        |        |
| const                    | 3.1271           | 0.683               | 4.579    | 0.000 | 1.783  | 4.472  |
| motivazione_comunita     | 0.2452           | 0.073               | 3.338    | 0.001 | 0.101  | 0.390  |
| motivazione_aiuto_atleti | 0.2717           | 0.108               | 2.514    | 0.013 | 0.059  | 0.484  |
| motivazione_divertimento | -0.1010          | 0.100               | -1.014   | 0.312 | -0.297 | 0.095  |
| motivazione_obbligo      | -0.0639          | 0.082               | -0.781   | 0.436 | -0.225 | 0.097  |
| anni_volontariato        | -0.0033          | 0.016               | -0.203   | 0.839 | -0.035 | 0.028  |
| eta                      | 0.0012           | 0.006               | 0.217    | 0.828 | -0.010 | 0.012  |
| genere_num               | -0.2055          | 0.146               | -1.406   | 0.161 | -0.493 | 0.082  |
| valdostano               | -0.3774          | 0.172               | -2.189   | 0.029 | -0.717 | -0.038 |
| impatto_benessere        | 0.5102           | 0.053               | 9.605    | 0.000 | 0.406  | 0.615  |

In generale la soddisfazione dei volontari è legata alle motivazioni del volontariato, alla percezione dell'impatto sul benessere degli atleti e della manifestazione sportiva. Per analizzare più in profondità alcune caratteristiche più soggettive del volontariato sono state analizzate le domande aperte attraverso la word frequency, i bigrammi e l'analisi tematica.

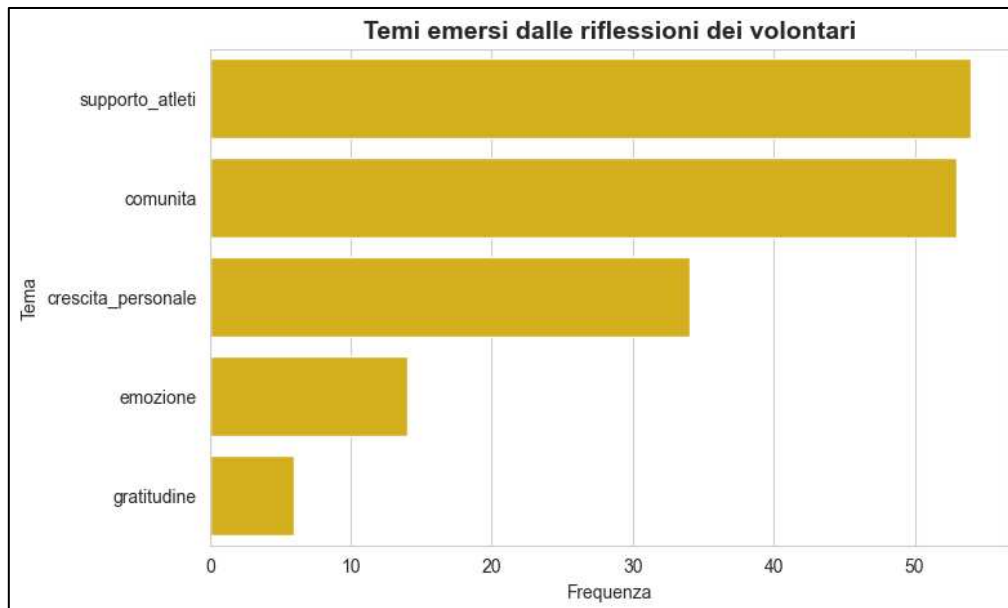
La prima domanda aperta analizzata è stata "Hai aneddoti o riflessioni significative riguardo l'attività di volontariato che vorresti condividere con noi? Scrivili!".

In questo caso l'analisi tematica è stata quella più rilevante, e ha permesso di individuare cinque temi ricorrenti, che hanno diverse frequenze (Figura 3.11):

- il supporto agli atleti;
- l'importanza della comunità;
- la crescita personale;
- le emozioni;

- la gratitudine.

Figura 4.11: Temi emersi dalle riflessioni dei volontari

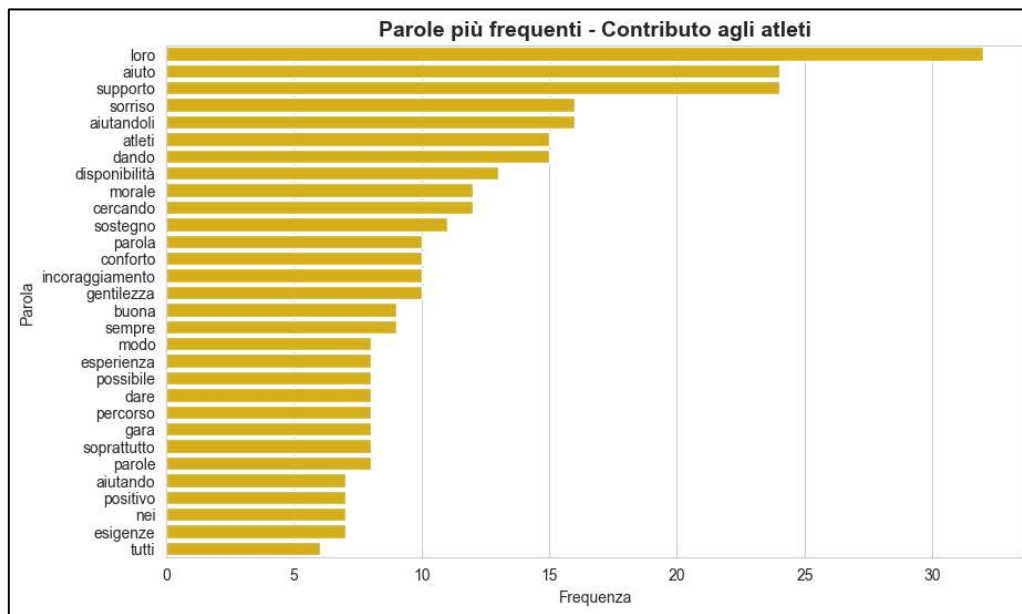


Il tema che ricorre con maggiore frequenza è quello del supporto degli atleti, un risultato che conferma le evidenze della survey; l'aiuto e il sostegno agli atleti in gara sono elementi di grande importanza per la maggior parte dei volontari perché fanno percepire loro un contributo concreto per l'esperienza degli atleti e per la riuscita dell'evento. La comunità è un altro tema importante che emerge nelle riflessioni dei volontari, che hanno sottolineato tematiche quali la collaborazione, il senso di appartenenza, la condivisione e l'amicizia con gli altri volontari: il TORX® with Kailas non è una semplice manifestazione sportiva, ma un'occasione per le comunità valdostane di ritrovarsi. La crescita personale è il terzo tema rilevante emerso dall'analisi: in questo caso i volontari descrivono l'esperienza come un'opportunità di crescita, di arricchimento e di sviluppo personale. I temi della gratitudine e delle emozioni appaiono meno rilevanti.

La seconda domanda analizzata è "In che modo pensi di aver contribuito alla loro esperienza o alla buona gara?". In questo caso la word frequency e i bigrammi hanno permesso di analizzare quali parole i volontari attribuiscono alla loro attività.

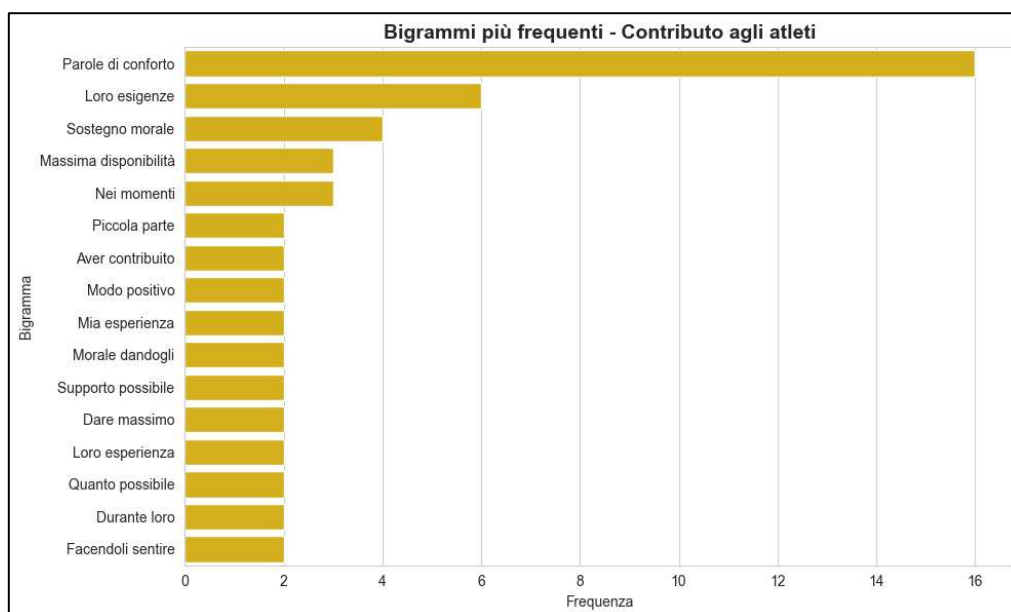
Le parole più ricorrenti, visibili nella figura 3.12, sono "aiuto", "supporto", "sorriso", "disponibilità", "sostegno", "conforto" e "incoraggiamento"; esse sottolineano come i volontari interpretino il loro ruolo come un'attività di supporto diretto e di vicinanza nei confronti degli atleti.

Figura 4.12: Distribuzione di frequenza delle parole



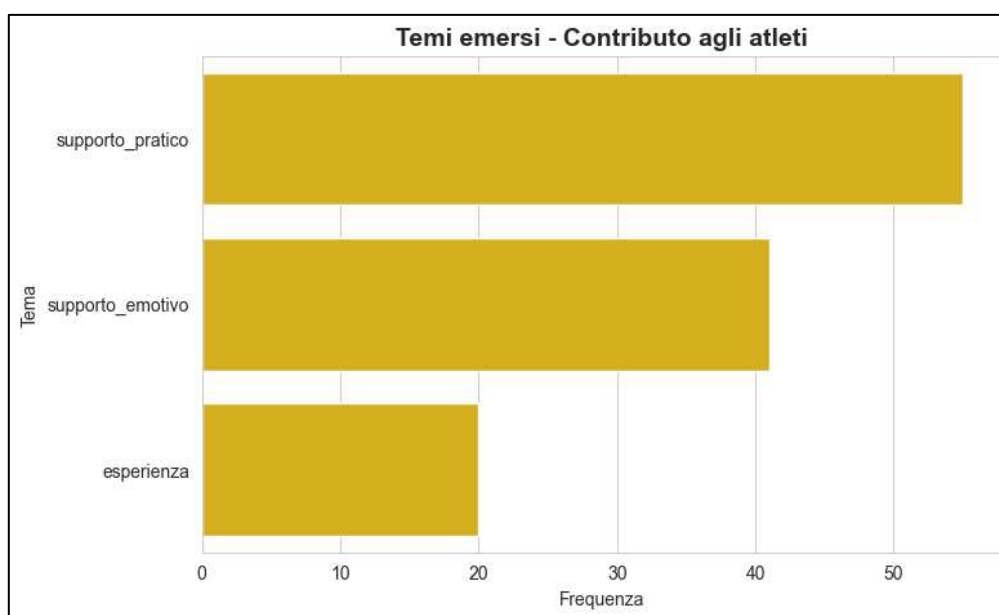
L'analisi dei bigrammi, visibile nella figura 3.13, è un'ulteriore conferma: anche in questo caso i termini più utilizzati sono quelli legati al conforto, all'incoraggiamento e al morale, evidenziando ancora una volta l'importanza per i volontari di supportare gli atleti nel momento di maggiore difficoltà fisica e psicologica. Le espressioni “parola conforto”, “parole conforto”, “parole incoraggiamento”, “qualche parola” e “parlando loro” sono state raggruppate all'interno della categoria “Parole di conforto” perché tutti questi termini indicano il sostegno e l'aiuto che i volontari danno agli atleti durante la gara.

Figura 4.13: Bigrammi più frequenti



Ancora una volta dalle analisi emerge che il ruolo dei volontari va oltre alla semplice assistenza organizzativa, ma contribuisce al benessere degli atleti durante la competizione: fornire il miglior supporto possibile e partecipare attivamente e positivamente all'esperienza degli atleti sono i due obiettivi principali dei volontari. Attraverso l'analisi tematica, visibile nella Figura 3.14, è possibile osservare i tre ruoli principali dei volontari.

*Figura 4.14: Temi emersi dal contributo dei volontari*



Il ruolo più frequente è il supporto pratico: i volontari percepiscono il loro contributo attraverso attività concrete e operative. Il secondo tema è il supporto emotivo: i volontari non si limitano solamente ad azioni pratiche, ma si impegnano nel fornire anche un supporto e un aiuto psicologico agli atleti in gara; durante gare estenuanti come il TORX® with Kailas il sostegno emotivo e le parole di incoraggiamento possono diventare fondamentali. L'esperienza si colloca al terzo posto: anche questo risultato è particolarmente significativo perché mette in evidenza come la soddisfazione personale dei volontari derivi dal contributo offerto agli atleti; partecipare attivamente al successo della manifestazione e supportare gli atleti praticamente e psicologicamente sono due elementi chiave dell'esperienza nel volontariato.

Infine, sono stati creati due gruppi omogenei di volontari tramite una clusterizzazione non gerarchica con l'algoritmo delle k-medie per riassumere i risultati fino a qui analizzati. Le variabili che sono state utilizzate per la creazione di questi gruppi sono:

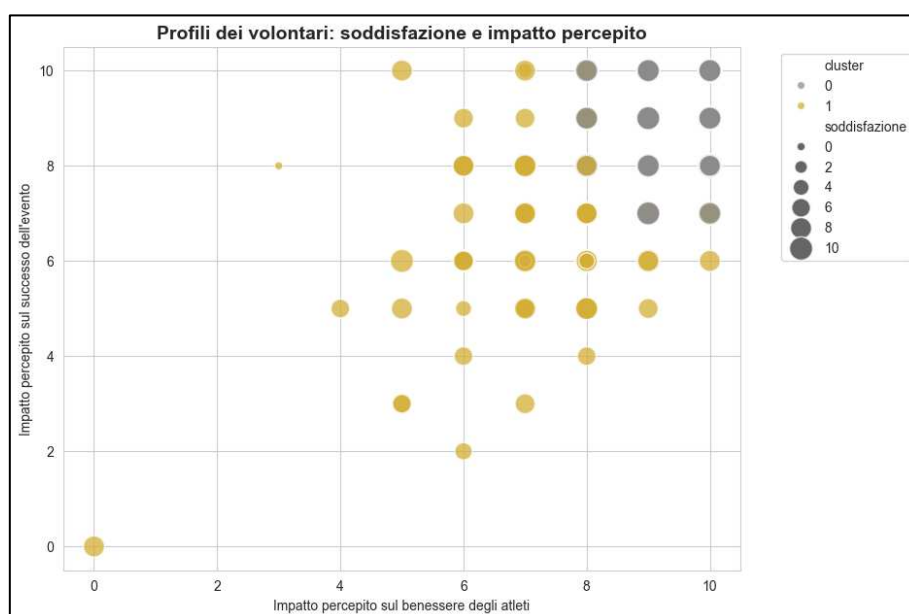
- la soddisfazione dei volontari;
- l'impatto percepito sul benessere degli atleti e sul successo complessivo dell'evento;
- le motivazioni principali (figura 3.15).

Per determinare il numero ottimale di cluster è stato utilizzato l'indice di Silhouette: il valore ottimale trovato è stato di due cluster, corrispondente al valore massimo dell'indice.

I gruppi che si sono formati hanno una numerosità simile e hanno due profili differenti:

- cluster 0: in questo gruppo rientrano tutti i volontari che sono particolarmente soddisfatti, hanno una forte percezione del loro contributo sia per il benessere degli atleti sia per il successo complessivo dell'evento;
- cluster 1: i volontari che fanno parte di questo secondo gruppo sono in generale meno coinvolti nella manifestazione sportiva; hanno livelli di soddisfazione minore, hanno una percezione meno intensa del proprio impatto sull'evento.

*Figura 4.15: Scatterplot per la clusterizzazione dei volontari*



Lo scatterplot mostrato nella figura 3.15 riassume i principali dati emersi dall'analisi del profilo dei volontari. Esso mostra una correlazione positiva tra l'impatto percepito sul benessere degli atleti e l'impatto percepito per il successo complessivo dell'evento. La grandezza dei punti indica l'intensità della soddisfazione: maggiore è la superficie del punto, maggiore sarà la soddisfazione percepita dai volontari; i volontari più soddisfatti sono quelli che si concentrano nella parte superiore destra del grafico, mentre i meno soddisfatti si collocano nella parte centrale o bassa.

L'intero percorso del capitolo è riassunto da questo grafico: le motivazioni, l'impatto percepito e la soddisfazione sono elementi concatenati e interconnessi nell'esperienza dei volontari. A

questo punto assume rilievo verificare se il contributo dei volontari sia effettivamente riconosciuto dagli atleti in gara.

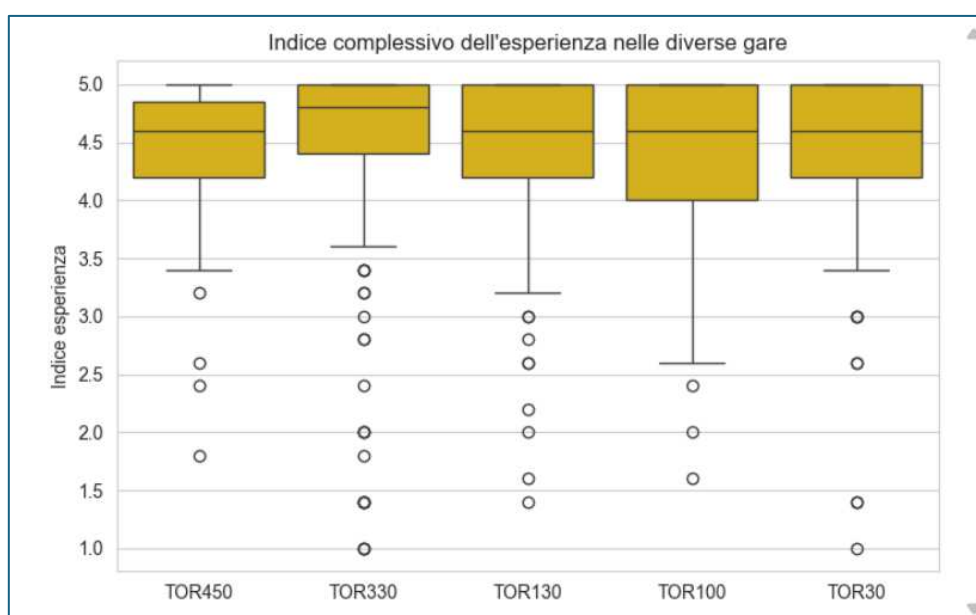
## 4.2 Gli atleti del TORX® with Kailas: caratteristiche e risultati della ricerca

L'analisi del questionario somministrato agli atleti ha l'obiettivo di descrivere gli elementi che contribuiscono a creare l'esperienza dei corridori durante il TORX® with Kailas, con particolare riferimento alla presenza dei volontari e alla comunità locale.

Per avere una visione complessiva dell'esperienza vissuta dagli atleti è stato creato un indice sintetico (figura 3.16) che prende in considerazione cinque dimensioni:

- l'atmosfera durante la gara;
- il supporto ricevuto;
- l'autenticità della gara;
- l'influenza dei volontari sull'umore generale degli atleti;
- l'influenza su una vacanza futura in Valle d'Aosta.

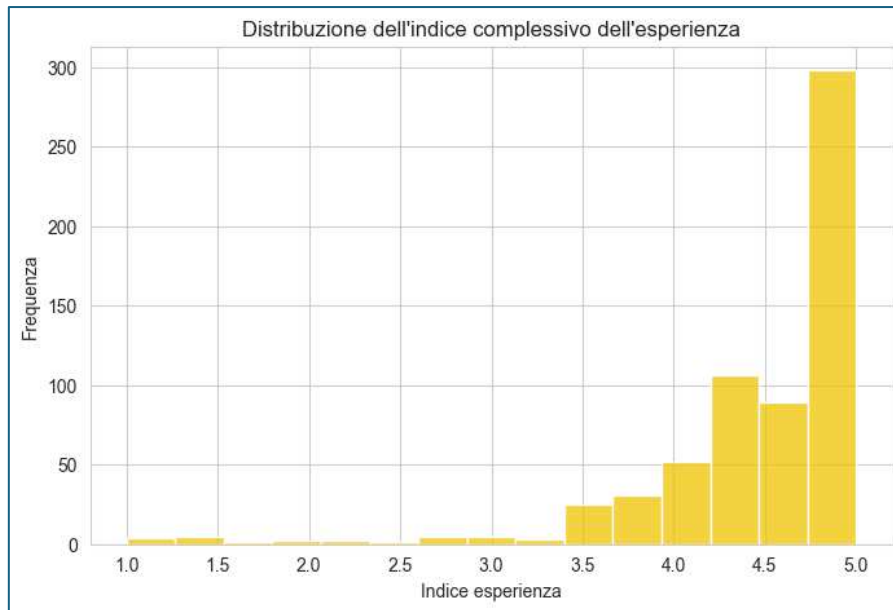
Figura 4.16: Indice complessivo dell'esperienza nelle diverse gare



L'indice è stato costruito facendo una media delle cinque dimensioni analizzate nella domanda Q7 attraverso una scala Linkert. Complessivamente tutte le gare hanno una valutazione dell'esperienza estremamente positiva, con un punteggio medio tra il 4.6 e il 5 indipendentemente dalla distanza percorsa. Il TOR330 ha la mediana più elevata e una distribuzione più concentrata: i corridori di questa gara sembrano essere complessivamente più

soddisfatti rispetto a quelli delle altre gare. Il TOR100 è la gara con la variabilità più elevata: questo indica che i punteggi attribuiti dagli atleti sono più dispersi. In tutte le gare si possono osservare alcuni outlier che hanno attribuito punteggi estremamente bassi; trattandosi però di casi isolati, il quadro generale non viene modificato. In generale, gli atleti valutano la loro esperienza al TORX® with Kailas in maniera estremamente soddisfacente, come mostrato anche nella figura 3.17.

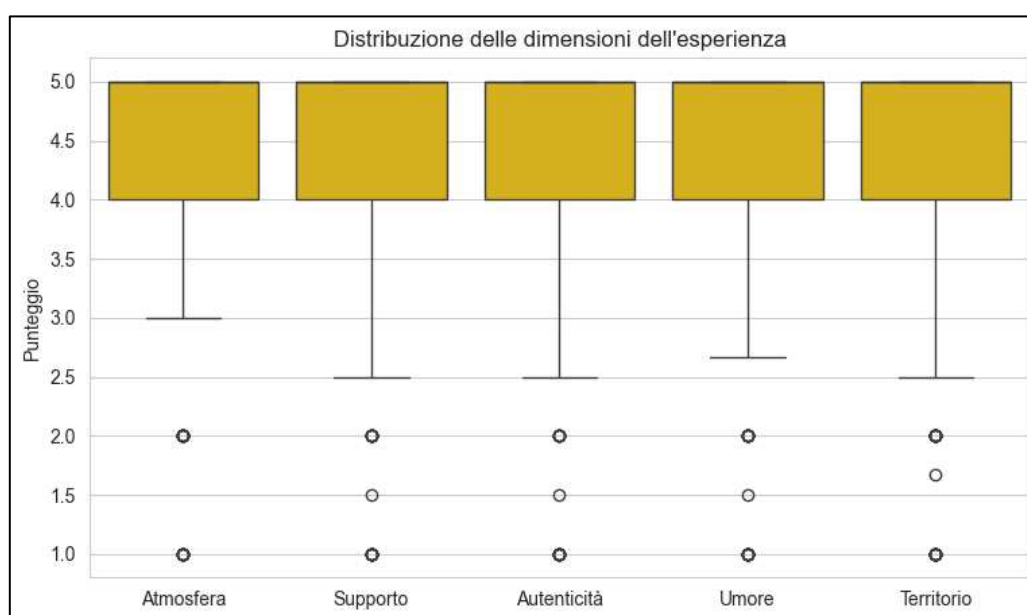
*Figura 4.17: Distribuzione dell'indice complessivo dell'esperienza*



La maggior parte degli atleti attribuisce un voto pari o maggiore a 4 all'esperienza complessiva del TORX® with Kailas, come mostra la distribuzione sbilanciata verso la parte alta della scala Linkert. L'esperienza è molto apprezzata dai corridori indipendentemente dalla gara corsa.

L'indice sintetico mostra come gli atleti in generale siano molto soddisfatti della gara, ma non permette di comprendere gli aspetti più apprezzati. Per questo motivo sono stati costruiti dei boxplot (figura 3.18) per analizzare la percezione delle cinque dimensioni che compongono l'esperienza complessiva.

Figura 4.18: Distribuzione delle dimensioni dell'esperienza

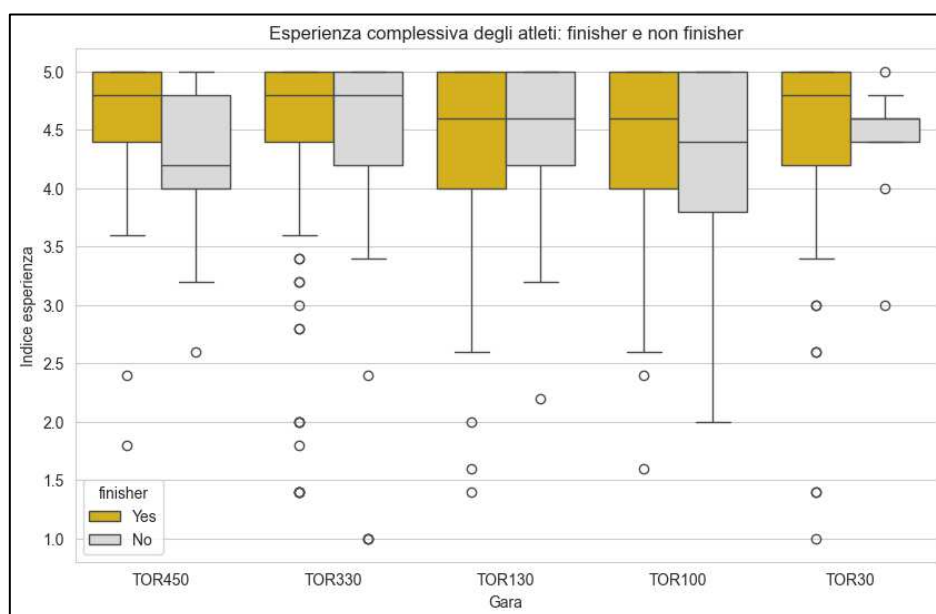


In generale si osserva una soddisfazione generale molto alta per tutti gli aspetti presi in considerazione. Tutte le mediane coincidono con il valore massimo della scala Linkert (5) e ciò significa che più della metà degli atleti hanno attribuito la valutazione massima a ciascuna dimensione considerata. Il primo quartile assume sempre un valore pari a 4, confermando come la maggior parte delle risposte sia pari o superiore a questo numero. Tra le cinque dimensioni analizzate l'atmosfera e l'umore hanno una concentrazione leggermente superiore, ma le differenze sono talmente minime che non modificano il quadro generale. Nella parte inferiore del grafico si possono evidenziare esigui valori anomali che mostrano come alcuni atleti abbiano dato valutazioni meno positive rispetto alla media; anche in questo caso, trattandosi di casi isolati, non vanno ad incidere sull'andamento complessivo dei dati.

Queste cinque dimensioni sono state analizzate anche tra le diverse gare per approfondire eventuali differenze. In tutte le competizioni i punteggi tendono ad essere piuttosto elevati: indipendentemente dalla gara disputata, i giudizi sono sempre molto positivi. Le distribuzioni delle valutazioni sono molto simili tra le diverse tipologie di competizioni, mostrando una forte concentrazione nella parte alta della scala. L'unica differenza evidente riguarda la dimensione dell'autenticità nel Tor des Géants - TOR330: in questo caso c'è una concentrazione dei valori sul punteggio massimo, indicando come gli atleti percepiscano in modo particolarmente forte l'autenticità dell'evento. Questo risultato rafforza l'idea che il Tor des Géants - TOR330 sia un'esperienza unica e distintiva nel panorama internazionale dell'ultra trail, dove lo sport si intreccia con la comunità e il territorio valdostano.

Dalle analisi precedenti sono emerse valutazioni estremamente positive dell'esperienza in tutte le competizioni; per questo motivo si è voluto approfondire se il raggiungimento del traguardo possa influenzare questa percezione. L'arrivo al traguardo ed il conseguente completamento della gara, nel contesto dell'ultra trail, sono elementi di fondamentale importanza per gli atleti; in ragione della loro rilevanza, si suppone che tali elementi possano influenzare il giudizio complessivo nei confronti dell'evento. Nella figura 3.19 l'indice sintetico dell'esperienza complessiva è calcolato separatamente per i finisher (coloro che hanno concluso la gara) e i non finisher (gli atleti che non hanno raggiunto il traguardo per qualsiasi motivazione).

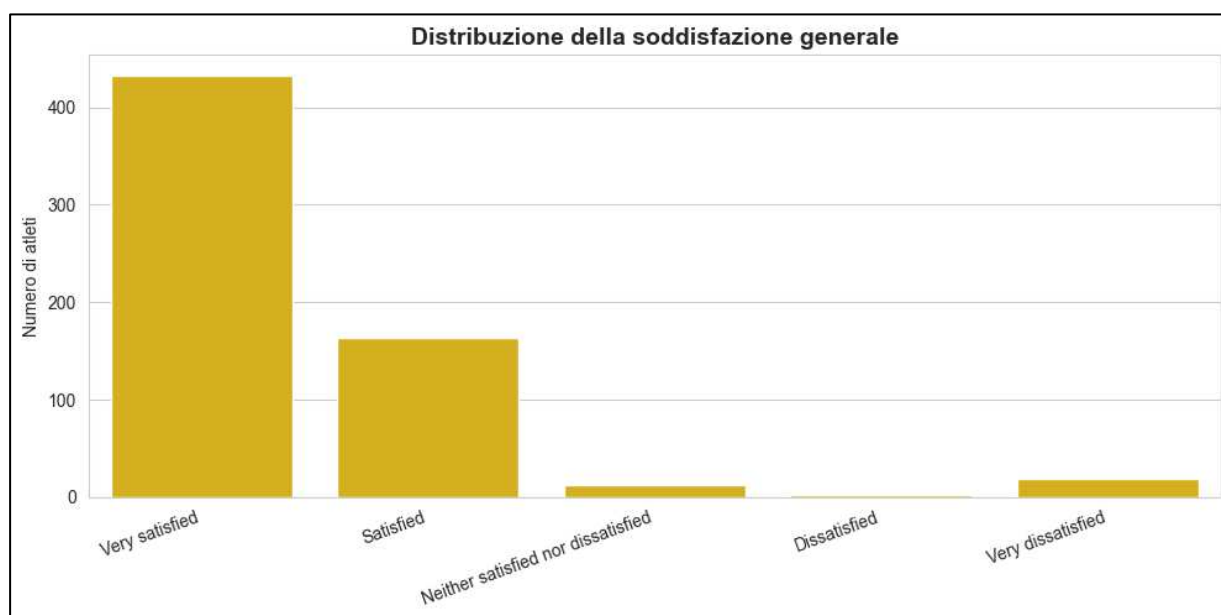
Figura 4.19: Esperienza complessiva degli atleti finisher e non finisher



Anche in questo caso per entrambi i gruppi le valutazioni sono molto alte. Gli atleti non finisher hanno una soddisfazione leggermente inferiore rispetto ai finisher: questo risultato suggerisce che l'arrivo al traguardo e la conclusione della gara incidano leggermente sulla valutazione finale dell'evento da parte dei corridori. Tuttavia, anche i non finisher hanno attribuito punteggi elevati (intorno al 4) alla loro esperienza complessiva; tale risultato evidenzia come l'esperienza non sia riconducibile esclusivamente alla performance sportiva, ma sia determinata dall'integrazione di molteplici variabili: il supporto ricevuto dai volontari, l'atmosfera e l'interazione con la comunità e con il territorio circostante.

Per completare il quadro riguardo la valutazione dell'esperienza complessiva è stato analizzato il livello di soddisfazione generale per l'evento sportivo (figura 3.20).

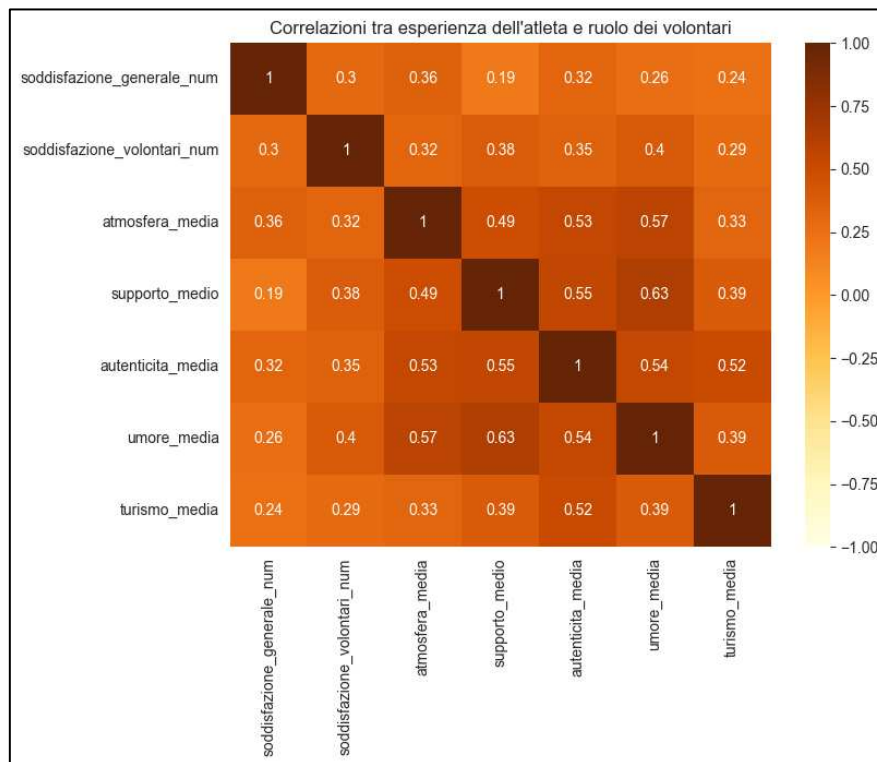
Figura 4.20: Distribuzione della soddisfazione generale



La figura 3.20 mostra la distribuzione della soddisfazione generale degli atleti nei confronti del TORX® with Kailas. A conferma di quanto emerso nelle analisi precedenti, il maggior numero di risposte si concentra nella scala in alto: più di 400 atleti si sono dichiarati “Very satisfied”. Le valutazioni neutre o negative rappresentano una percentuale minima, pertanto non incidono sul quadro complessivo dei risultati.

Per approfondire gli aspetti dell’esperienza che contribuiscono a creare questa valutazione è stata elaborata una matrice di correlazione, visibile nella figura 3.21, tra la soddisfazione generale degli atleti, la soddisfazione nei confronti dei volontari e i cinque aspetti che compongono l’esperienza analizzati precedentemente.

Figura 4.21: Correlazione tra l'esperienza dell'atleta e il ruolo dei volontari



Dalla figura 3.21 è possibile osservare che tutte le correlazioni risultano positive: ciò indica che al crescere di una dimensione tendono ad aumentare anche le valutazioni delle altre dimensioni. La soddisfazione generale ha correlazioni positive elevate con l'atmosfera e l'autenticità dell'evento sportivo: tale risultato suggerisce che la valutazione complessiva degli atleti riguardo all'esperienza complessiva è influenzata fortemente da queste due dimensioni. Anche la soddisfazione nei confronti dei volontari ottiene delle correlazioni particolarmente elevate: in particolare i volontari sembrano influenzare in modo significativo l'umore degli atleti, il supporto percepito durante la competizione e la sensazione di vivere un'esperienza autentica, grazie al coinvolgimento della comunità e al legame con il territorio. Questi risultati confermano quanto emerso in letteratura: i volontari non contribuiscono solo alla riuscita dell'evento grazie al loro lavoro, ma influenzano in maniera significativa l'esperienza e il benessere degli atleti in gara. Con un indice pari a 0,63, la correlazione tra supporto e umore è la più alta di tutta la matrice: ciò significa che un maggiore supporto percepito dagli atleti viene generalmente associato a un miglior stato emotivo e ad una maggiore felicità. In generale, la stretta relazione tra il ruolo dei volontari e la qualità dell'esperienza vissuta dagli atleti è confermata dalla matrice delle correlazioni: il TORX® with Kailas non è solo una competizione sportiva, ma un evento che si basa sulle relazioni umane e sul senso di comunità ed accoglienza.

Per analizzare come ciascun elemento contribuisce alla creazione dell'esperienza complessiva dell'atleta è stata creata una regressione lineare multipla, visibile nella figura 3.22; la soddisfazione generale è stata considerata come variabile dipendente, mentre età, genere, anni di esperienza nell'ultra trail e l'indice sintetico dell'esperienza sono state scelte come variabili esplicative del modello.

Figura 4.22: Regressione lineare multipla con variabile dipendente la soddisfazione generale

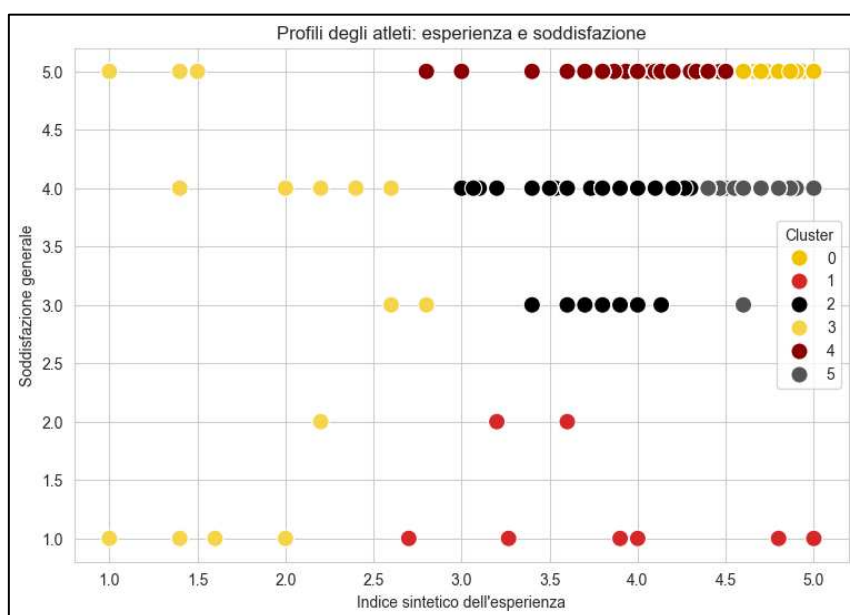
| OLS Regression Results      |                            |                     |          |       |        |        |
|-----------------------------|----------------------------|---------------------|----------|-------|--------|--------|
| =====                       |                            |                     |          |       |        |        |
| Dep. Variable:              | soddisfazione_generale_num | R-squared:          | 0.202    |       |        |        |
| Model:                      | OLS                        | Adj. R-squared:     | 0.195    |       |        |        |
| Method:                     | Least Squares              | F-statistic:        | 26.20    |       |        |        |
| Date:                       | Wed, 24 Jun 2026           | Prob (F-statistic): | 7.72e-28 |       |        |        |
| Time:                       | 11:30:20                   | Log-Likelihood:     | -695.99  |       |        |        |
| No. Observations:           | 627                        | AIC:                | 1406.    |       |        |        |
| Df Residuals:               | 620                        | BIC:                | 1437.    |       |        |        |
| Df Model:                   | 6                          |                     |          |       |        |        |
| Covariance Type:            | nonrobust                  |                     |          |       |        |        |
| =====                       |                            |                     |          |       |        |        |
|                             | coef                       | std err             | t        | P> t  | [0.025 | 0.975] |
| -----                       |                            |                     |          |       |        |        |
| const                       | 1.7661                     | 0.295               | 5.977    | 0.000 | 1.186  | 2.346  |
| eta                         | -0.0014                    | 0.003               | -0.424   | 0.672 | -0.008 | 0.005  |
| genere_num                  | 0.0461                     | 0.082               | 0.564    | 0.573 | -0.114 | 0.207  |
| anni_esperienza_ultratrail  | -0.0029                    | 0.005               | -0.583   | 0.560 | -0.012 | 0.007  |
| finisher_num                | 0.2355                     | 0.072               | 3.265    | 0.001 | 0.094  | 0.377  |
| soddisfazione_volontari_num | 0.2997                     | 0.044               | 6.835    | 0.000 | 0.214  | 0.386  |
| indice_esperienza           | 0.2879                     | 0.049               | 5.856    | 0.000 | 0.191  | 0.384  |
| =====                       |                            |                     |          |       |        |        |
| Omnibus:                    | 348.193                    | Durbin-Watson:      | 2.050    |       |        |        |
| Prob(Omnibus):              | 0.000                      | Jarque-Bera (JB):   | 2942.024 |       |        |        |
| Skew:                       | -2.356                     | Prob(JB):           | 0.00     |       |        |        |
| ***                         |                            |                     |          |       |        |        |
| =====                       |                            |                     |          |       |        |        |

Il modello di regressione risulta essere statisticamente significativo, con un coefficiente di determinazione pari a 0,202: ciò significa che le variabili descrivono circa il 20% della variabilità della soddisfazione degli atleti. Tra le variabili indipendenti, quelle sociodemografiche, come età, genere ed anni di esperienza nell'ultra trail non sono statisticamente significative; tale risultato evidenzia come la soddisfazione non dipenda da queste caratteristiche, ma da aspetti legati all'esperienza vissuta durante l'evento sportivo. Come già osservato precedentemente, invece, il completamento della gara è un fattore significativo: gli atleti finisher sono in media più soddisfatti rispetto a coloro che non sono riusciti a tagliare il traguardo. Anche la soddisfazione verso i volontari è un fattore statisticamente significativo che influenza in modo importante l'esperienza complessiva: la soddisfazione generale tende a crescere notevolmente nel momento in cui l'atleta associa una valutazione molto positiva al lavoro dei volontari. tende a crescere notevolmente all'aumentare del grado di apprezzamento espresso dagli atleti nei confronti del supporto ricevuto dai

volontari. L'ultimo fattore statisticamente significativo è l'indice sintetico dell'esperienza: in tal senso si può osservare come i corridori che valutano positivamente l'esperienza durante il TORX® with Kailas corrispondono a coloro che risultano essere i più soddisfatti della propria esperienza sportiva.

Sempre utilizzando le variabili “indice sintetico dell'esperienza” e “soddisfazione generale” è stata effettuata una clusterizzazione degli atleti finalizzata a comprendere i differenti profili degli atleti (Figura 3.23).

Figura 4.23: Clusterizzazione degli atleti in base ad esperienza e soddisfazione

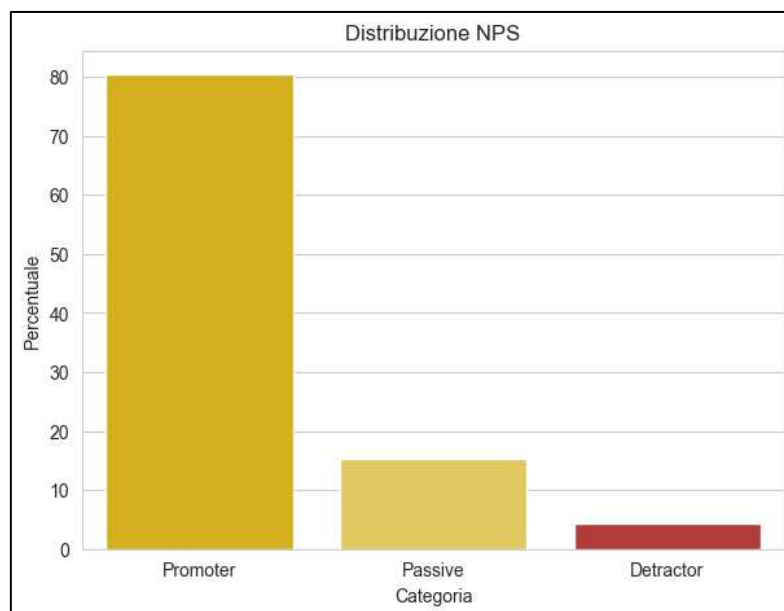


Come visibile nella figura 3.23, la maggior parte degli atleti si colloca nella porzione in alto a destra del grafico - alta soddisfazione generale e ottima esperienza complessiva -, ciò che costituisce un'ulteriore conferma di quanto appena discusso. La clusterizzazione, attraverso l'indice di Silhouette, ha individuato sei gruppi: i gruppi più numerosi sono quelli che hanno attribuito valutazioni molto positive sia all'esperienza complessiva sia alla soddisfazione generale.

Oltre alla soddisfazione generale, è stata analizzata anche la probabilità che un atleta consigli il TORX® with Kailas ad altri atleti utilizzando il Net Promoter Score. Questo indicatore, usato per valutare il grado di fedeltà nei confronti di un certo evento e la propensione a raccomandare quest'ultimo ad altre persone, ha permesso di classificare gli atleti in tre categorie (della figura 3.24):

- promotori: sono gli atleti che hanno dato una valutazione complessiva dell'evento estremamente positiva e che sono propensi a raccomandare il TORX® with Kailas ad altre persone. Questi atleti hanno attribuito un punteggio pari a 9 o 10 alla domanda “Con quale probabilità consiglieresti il Tor des Géants ad altri atleti?”;
- passivi: sono corridori soddisfatti della manifestazione sportiva, ma non in maniera sufficiente da coinvolgere altre persone a fare queste gare. Questi atleti hanno attribuito un punteggio pari a 7 o 8 alla stessa domanda;
- detrattori: sono i partecipanti che hanno un livello di soddisfazione basso e che difficilmente raccomanderebbero il TORX® with Kailas ad amici, parenti o atleti. Questi atleti hanno attribuito un punteggio inferiore o pari a 6 alla medesima domanda.

*Figura 4.24: Distribuzione del Net Promoter Score*

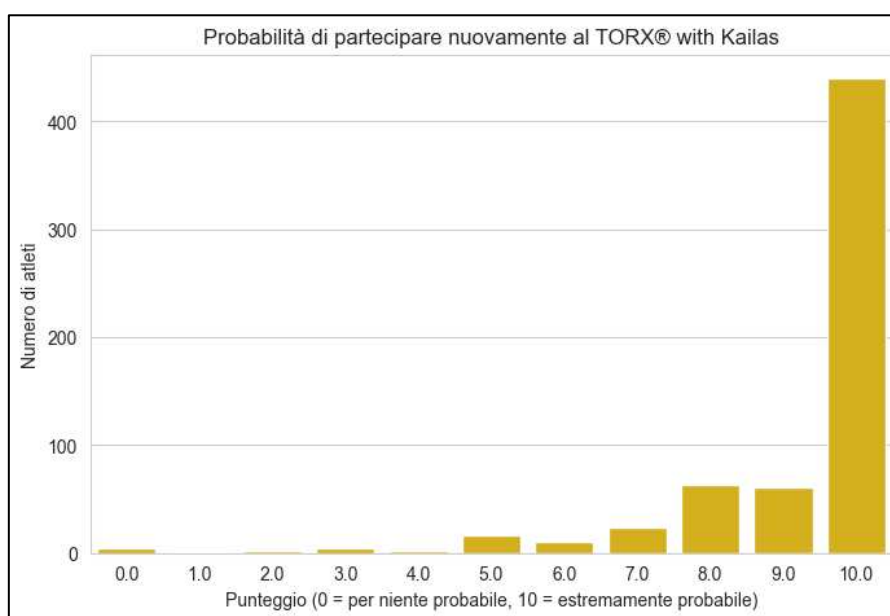


Anche questo grafico conferma ciò che è stato evidenziato precedentemente: la maggior parte degli atleti (circa l'80%) è categorizzata come promoter, ossia coloro che non solo sono molto soddisfatti, ma che raccomanderebbero il TORX® with Kailas ad altre persone. I corridori che hanno vissuto un'esperienza negativa o comunque tale da non consigliare la partecipazione alla manifestazione sportiva ad amici o parenti sono un numero limitato. Il Net Promoter Score è stato calcolato sottraendo dal totale dei promotori i detrattori: il valore ottenuto è stato pari a 76,15: tale risultato sottolinea che gli atleti non solo hanno vissuto un'esperienza complessivamente molto positiva, ma sono anche propensi a raccomandare attivamente il TORX® with Kailas ad altri atleti. Questo risultato è ancora più importante se si considera la natura del TORX® with Kailas, una manifestazione sportiva estremamente impegnativa e

difficile sia dal punto di vista fisico sia da quello mentale; nonostante queste caratteristiche gli atleti consiglierebbero questa competizione grazie all'atmosfera che si crea durante la gara.

Un elevato livello di apprezzamento del TORX® with Kailas è osservabile dalle analisi effettuate fino ad ora riguardo la soddisfazione generale e il Net Promoter Score; per tale ragione si è proceduto ad effettuare un'analisi riguardo alla probabilità che gli atleti partecipino nuovamente ad una competizione del circuito. L'obiettivo è quello di analizzare se le persone che sono soddisfatte dell'evento sportivo e che lo consiglierebbero ad altri atleti vorrebbero prendere parte a una futura edizione della manifestazione sportiva. Questa analisi è stata elaborata approfondendo i risultati della domanda "Vorresti partecipare di nuovo a questo evento sportivo?" (Figura 3.25).

*Figura 4.25: Probabilità di partecipare nuovamente al TORX® with Kailas*

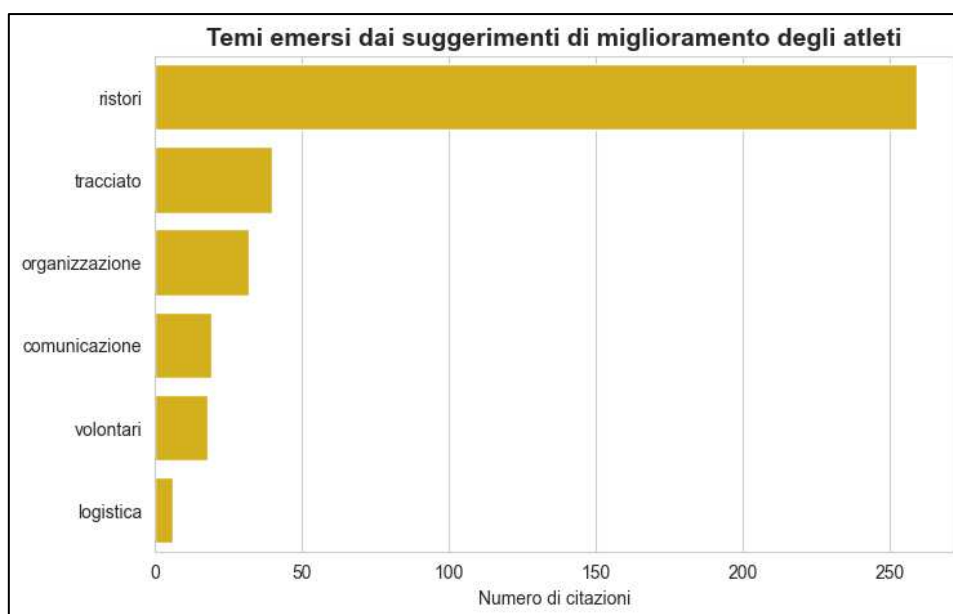


La figura 3.25 mostra la distribuzione della probabilità che gli atleti partecipino nuovamente al TORX® with Kailas. Più di 400 atleti, indicando il numero 10, confermano di voler partecipare di nuovo ad una gara del circuito; anche i punteggi attribuiti a 8 e 9 sono numerosi, mentre i valori bassi rappresentano una quota marginale. Tale riscontro conferma la validità dalle analisi precedenti: gli atleti non solo sono estremamente soddisfatti del circuito TORX® with Kailas, ma mostrano al contempo un'alta propensione nel raccomandare l'evento ad altri atleti, nonché il desiderio di tornare a vivere come protagonisti l'esperienza di questa manifestazione sportiva. Questa evidenza assume particolare importanza: il TORX® with Kailas non si limita ad essere un evento in grado di generare una soddisfazione immediata, ma dimostra di caratterizzarsi per una solida fidelizzazione nel lungo periodo.

Per analizzare quali siano gli aspetti più apprezzati dagli atleti e gli elementi da migliorare sono state analizzate le risposte aperte delle domande “Secondo la tua esperienza nel TOR, qual è un ambito o una sfida che, secondo te, potrebbe essere migliorata?” e “Hai aneddoti o riflessioni sulla tua esperienza come atleta in questa gara che vorresti condividere con noi? Scrivili qui!”. Analogamente a quanto effettuato per il gruppo dei volontari, le domande aperte sono state analizzate attraverso la word frequency, i bigrammi e l’analisi tematica.

Nella prima domanda aperta analizzata è stato chiesto agli atleti cosa potrebbe essere migliorato nonostante la soddisfazione alta; le risposte sono state raggruppate in sei categorie, utilizzando la tecnica dell’analisi tematica (Figura 3.26).

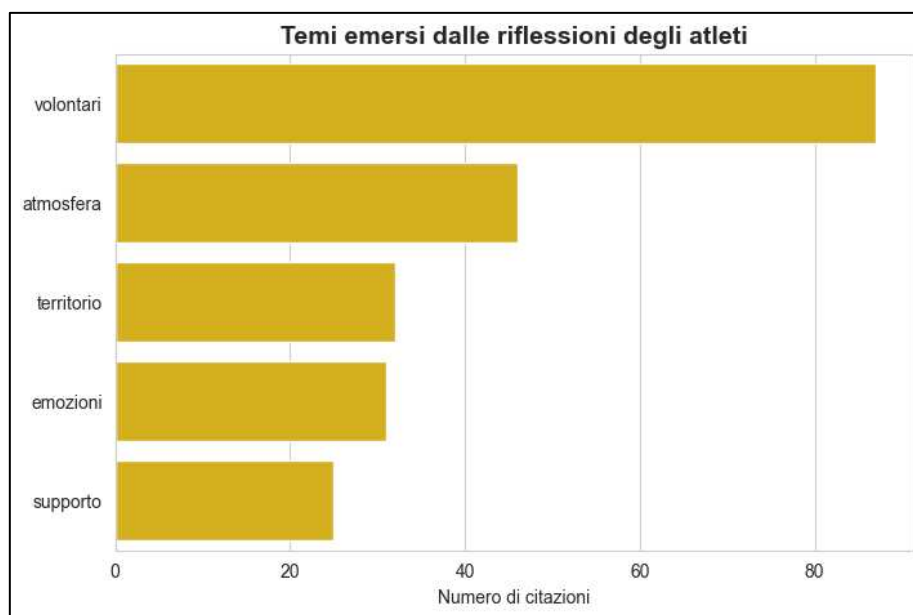
*Figura 4.26: Temi emersi dai suggerimenti di miglioramenti degli atleti*



Prendendo in esame la figura 3.26 si può osservare come il tema dominante sia quello dei “ristori”: gli atleti chiedono un miglioramento nel cibo, in particolare riguardo alla varietà delle pietanze nelle basi vita e nei punti ristoro e alla disponibilità di alcuni prodotti (molti atleti nelle risposte richiedono la Coca Cola al posto della Pepsi, piuttosto che la frutta secca e il riso). Il secondo tema più menzionato è il “tracciato”, ma con una frequenza di gran lunga inferiore: in questo caso i corridori lamentano la presenza di troppe poche bandierine gialle in alcuni punti del percorso di gara. Gli altri temi avendo poche citazioni sono considerati irrilevanti. Un risultato degno di nota è la frequenza limitata del tema dei volontari: questo dato è coerente con le analisi precedenti, in cui si è evidenziato una forte soddisfazione degli atleti nei confronti del lavoro dei volontari.

Oltre ai suggerimenti di miglioramento, agli atleti è stata data la possibilità di esprimere riflessioni, ricordi e aneddoti relativi alla propria esperienza nel circuito TORX® with Kailas. Tale indagine ha avuto l'obiettivo di comprendere gli elementi più apprezzati dagli atleti durante la gara. Anche in questo caso è stata utilizzata la tecnica dell'analisi tematica, individuando 5 argomenti principali (figura 3.27).

Figura 4.27: Temi emersi dalle riflessioni degli atleti



Dall'analisi delle risposte emerge come molti atleti non considerino il TORX® with Kailas come una gara, ma come un viaggio: infatti, sono molteplici i riferimenti alla crescita personale e alla scoperta dei propri limiti. Un partecipante afferma *“Non l’ho mai vissuta come una gara, ma dal primo giorno come un bellissimo viaggio dove la fatica è la componente che ti fa capire che sei reale. Un’esperienza che ti forma sia dal punto di vista fisico, mentale e umano”*.

Il tema prevalente è quello dei volontari; in questo caso gli atleti sottolineano la disponibilità, il supporto e la gentilezza degli stessi durante tutta la gara, confermando ancora una volta come questa figura sia fondamentale per la buona riuscita dell'evento; a tal proposito un atleta scrive *“Vorrei ringraziare i volontari. Per la mia gara sono stati fondamentali e credo sia proprio questo aspetto a rendere l’esperienza unica e inimitabile”*. L'atmosfera, il territorio e le emozioni sono gli altri temi dominanti: gli atleti descrivono il TORX® with Kailas non come una semplice gara, ma come una vera e propria esperienza caratterizzata da nuovi incontri, nuove amicizie e contatto con il territorio e la comunità locale: *“è incredibile il senso di solidarietà che si sviluppa sui sentieri, l’atmosfera che si crea tra gli atleti rende l’esperienza indimenticabile”*.

## 5 Conclusione

Il turismo sportivo, come già in parte sottolineato dalla letteratura scientifica, è uno dei principali strumenti di sviluppo territoriale e il TORX® with Kailas ne rappresenta un esempio emblematico per la Valle d'Aosta. Questa competizione non solo riesce ad attrarre atleti da tutto il mondo, ma coinvolgendo istituzioni, volontari e comunità locale, riesce a rafforzare l'identità del territorio e a promuoverne l'immagine a livello internazionale.

Grazie alla somministrazione di due questionari, uno per gli atleti e uno per i volontari, è stato possibile analizzare l'evento sportivo da un duplice punto di vista: è stata approfondita la percezione dell'evento sportivo sia di chi contribuisce al suo svolgimento sia di chi vive direttamente la competizione sportiva. Questo è uno degli elementi di maggiore originalità della ricerca: la letteratura scientifica si concentra sull'analisi di una sola categoria di stakeholder, o gli atleti o i volontari, mentre questo studio ha permesso di analizzare congiuntamente due prospettive, ottenendo una visione più completa del fenomeno. Da un lato si è evidenziato il ruolo dei volontari nella costruzione dell'esperienza degli atleti, ma anche il modo in cui essi percepiscono il proprio contributo al successo dell'evento e al benessere degli atleti, dall'altro si è messo in evidenza come gli atleti valutano il ruolo dei volontari, il supporto ricevuto durante la gara e l'influenza che essi hanno sull'esperienza complessiva.

Dalle analisi effettuate riguardo ai volontari si può osservare che le motivazioni che spingono le persone a entrare a far parte di questa comunità sono prevalentemente di natura altruistica e relazionale. Questo risultato conferma quanto evidenziato dalla letteratura secondo cui il fare parte di un gruppo, il pensiero di aiutare delle persone e l'essere coinvolti in un grande evento internazionale sono le tre principali motivazioni del volontariato sportivo. Esiste inoltre una relazione diretta tra la soddisfazione personale e la percezione dell'impatto del proprio lavoro sulla riuscita dell'evento e sulla soddisfazione degli atleti: la soddisfazione dei volontari aumenta nel momento in cui si sentono parte dell'organizzazione, sentono riconosciuto il proprio ruolo e sanno di aumentare la soddisfazione degli atleti.

Anche l'analisi del questionario somministrato agli atleti ha portato a risultati interessanti. Indipendentemente dalla gara disputata i corridori hanno attribuito valutazioni molto alte a tutte le dimensioni dell'esperienza (atmosfera, supporto ricevuto, autenticità dell'evento, influenza dei volontari sull'umore e valorizzazione del territorio). Questo risultato è confermato anche dalla soddisfazione generale e dall'intenzione di partecipare nuovamente al TORX® with Kailas. Le analisi qualitative delle domande aperte hanno evidenziato, oltre ad alcuni

suggerimenti di miglioramento soprattutto riguardo ai ristori, che gli atleti vivono questo evento non solo come una competizione sportiva, ma come una vera e propria esperienza a 360 gradi. La loro soddisfazione non deriva solo dalla loro prestazione fisica/sportiva, ma dalle persone che incontrano e dal clima di festa che si crea durante la settimana di gara.

Questo ultimo risultato è probabilmente quello più significativo di tutta la ricerca perché mostra come la notorietà internazionale del TORX® with Kailas non derivi esclusivamente dalla qualità dei percorsi, dall'organizzazione o dalla popolarità degli atleti che corrono le gare del circuito, ma dalla capacità di creare un'esperienza complessiva sì sfidante ma anche piacevole per i corridori grazie al coinvolgimento della comunità locale e dei volontari.

Nonostante i risultati ottenuti abbiano permesso di approfondire il ruolo dei volontari e la loro influenza sull'esperienza degli atleti, la ricerca presenta alcuni limiti. L'analisi è stata condotta utilizzando solo i questionari completi, garantendo una maggiore affidabilità dei dati, ma, allo stesso tempo, ha comportato l'esclusione di una parte dei questionari compilati solo parzialmente. Inoltre, la ricerca si basa esclusivamente su un approccio quantitativo, che consente di individuare relazioni statisticamente significative tra variabili, ma non permette di approfondire gli aspetti più soggettivi ed emotivi dell'esperienza vissuta dai partecipanti. Future ricerche potrebbero quindi integrare i questionari con interviste qualitative o focus group in modo da ampliare l'analisi e verificare se le dinamiche osservate nel TORX® with Kailas siano comuni anche ad altre manifestazioni sportive.

In conclusione, il TORX® with Kailas è una competizione sportiva capace di integrare sport, comunità locale e territorio, un efficace strumento di sviluppo territoriale. La dimensione relazionale che si crea durante questa competizione sportiva rende il TORX® with Kailas non solo una delle più famose gare internazionali nel panorama dell'ultra trail, ma un esempio di come una competizione sportiva possa diventare uno strumento di marketing e di valorizzazione territoriale per la Valle d'Aosta.

## 6 Bibliografia

Anderson D. R., Sweeney D. J., Williams T. A., Camm J. D., Cochran J. J., (2019), *Statistics for business and economics (13th ed)*, Boston: Cengage learning

Andy Field, (2013), *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*, Sage

Antunes H., Rodrigues A., Sabino B., Gouveia E., Lopes H., (2025), *Volunteer management in sports tourism events: motivation and satisfaction as drivers for repeat participation*, Societies

Bang H. Y., Challadurai P., (2009), *Motives and decision making in volunteering for international sporting events*, Journal of sport management

Bessy O., (2016), *Innovations événementielles et structuration des destinations touristiques. Pour une hybridation des approches : l'exemple de l'Ultra-Trail du Mont Blanc*, Mondes du Tourisme

Bethlehem J., (2010), *Selection bias in web surveys*, International statistical review

Bullard E., (2024), *Event tourism*, EBSCO

Clary E. G., Snyder M., Ridge R., Copeland J., Stukas A., Haugen J., Miene P., (1998), *Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach*, Journal of personality and social psychology

Cochran W. G., (1977), *Sampling techniques*, New York: John Wiley & Sons

Cuskelly G., Hoye R., Auld C., (2006), *Working with volunteers in sport: theory and practice*, Routledge

Duglio S., Beltramo R., (2017), *Estimating the economic impacts of a small-scale sport tourism event: the case of the Italo Swiss mountain trail Collon Trek*, Sustainability

Durkin Badurina J., Perić M., Vitezić V., (2021), *Potential for the regeneration of rural areas through local involvement in the organization of sport event*, Managing Sport and Leisure

Floyd J., Fowler F. J., (2014), *Survey research methods (5th ed.)*, Sage publications

Gavinelli D., Morri S., (2018), *Geografia del turismo*, Milano, Hoepli

Getz D., (2008), *Event tourism: definition, evolution and research*, Tourism management

Gibson H. J., (1998), *Sport tourism: a critical analysis of research*, Sport Management Review

- Giommi A., Petrucci A., (2020), *Introduzione elementare al campionamento statistic da popolazioni finite*, Università degli Studi di Firenze
- Hall C. M., (1992), *Hallmark tourist events: impacts, management and planning*, Belhaven press
- Hinch T., Higham J., (2001), *Sport tourism: a framework for research*, Journal of Sport & Tourism
- Hinch T., Higham J., (2004), *Sport tourism development*, Channel view publications
- Hoffman M. D., Fogard K., (2012), *Factors related to successful competion of a 161-km ultramarathon*, Internationa journal of sport physiology and performance
- Khazaal Y., Van Singer M., Chatton A., Achab S., Zullino D., Rothen S., Khan R., Bilieux J., Thorens G., (2014), *Does self-selection affect samples' representativeness in online surveys? An investigation in online video game research*, Journal of Medical internet research
- Kim M., Cuskelly G., Fredline L., (2020), *Motivation and psychological contract in sport event volunteering. The impact on volunteer retention*, Event management
- Kim M., Zhang J. J., Connaughton D. P., (2015), *Modification of the volunteer functions inventory for application in mega sport events: the case of the London 2012 Olympic games*, Sport Management Review
- Magaz-Gonzalez A. M., Sahelices-Pinto C., Mendana-Cuervo C., Garcia-Tascon M., (2020), *Overall quality of sporting events and emotions as predictors of future intensions of duathlon participants*, Frontiers in Psychology
- Ossowska L., Poczta J., (2020), *Assessment of the quality of sport events in rural areas and their impact on participants' satisfaction*, Sustainability
- Perić M., Slavić N., (2019), *Event sport tourism business models: the case of trail running*, Sport, Business and management: an international journal
- Perić M., Đurkin Badurina J., Wise N., (2016), *Leveraging small-scale sport events: challenges of organizing, delivering and managing sustainable outcomes in rural communities*, Sustainability
- Pine B. J., Gilmore J. H., (1998), *Welcome to the experience economy*, Harvard Business Review

- Pine B. J., Gilmore J. H., (1999), *The experience economy*, Harvard Business School Press
- Pine B. J., Gilmore J. H., (2013), *The experience economy: past, present and future. In handbook on the experience economy*, Edward Elgar Publishing
- Reichheld F., (2003), *The one number you need to grow*, Harvard Business Review
- Romiti A., Sarti D., (2016), *Service experience and customers' behavioral intentions in active sport tourism*, Open Journal of Social Science
- Stadler R., (2023), *Pre-event marketing of trail running events: stories of people, place and experiences*, De Gruyter Oldenbourg
- Standeven J., De Knop P., (1999), *Sport tourism*, Human Kinetics
- Stohr A., Nikolaidis P.T., (2021), *An analysis of participation and performance of 2067 100-km ultra-marathons worldwide*, International Journal of Environmental Research and Public Health
- Theodorakis N. D., Kambitsis C., Laios A., Koustelios A., (2001), *Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports*, Managing service quality
- Weed M., Bull C., (2009), *Sport tourism: participants, policy and providers*, Butterworth-Heinemann
- Wooldrige J. M., (2015), *Introductory econometrics: a modern approach* (6<sup>th</sup> ed.), Boston: Cengage learning
- Yoshida M., James J. D., (2010), *Customer satisfaction with game and service experience: antecedents and consequences*, Journal of sport management

## 7 Sitografia

<https://itra.run/About/DiscoverTrailRunning>

<https://torxtrail.com/it/tor30-passage-au-malatra/>

<https://nosalpes.eu/2024/09/08/laltro-volto-del-tor-des-geants-i-volontor/>

[https://www.lastampa.it/aosta/2024/12/07/news/il\\_marketing\\_dei\\_giganti\\_cosi\\_il\\_tor\\_fa\\_conoscere\\_la\\_valle\\_d\\_aosta\\_nel\\_mondo-14867173/](https://www.lastampa.it/aosta/2024/12/07/news/il_marketing_dei_giganti_cosi_il_tor_fa_conoscere_la_valle_d_aosta_nel_mondo-14867173/)

<https://www.spiritotrail.it/blog/attualita/839-parliamo-di-tor>

## 8 Indice delle figure

|                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1.1: Alta Via n°1 e Alta Via n°2 .....                                                           | 9  |
| Figura 1.2: I percorsi del TORX® with Kailas .....                                                      | 10 |
| Figura 1.3: Ristoro.....                                                                                | 12 |
| Figura 1.4: Base vita.....                                                                              | 12 |
| Figura 1.5: I volonTOR alla festa alla fine dell'evento .....                                           | 19 |
| Figura 1.6: I massaggiaTor al lavoro.....                                                               | 19 |
| Figura 1.7: I volonTor al lavoro .....                                                                  | 21 |
| Figura 2.1: L'esperienza sportivo-turistica secondo Weed .....                                          | 26 |
| Figura 3.1: La distribuzione delle motivazioni dei volontari .....                                      | 40 |
| Figura 3.2: Matrice delle correlazioni tra le motivazioni dei volontari .....                           | 42 |
| Figura 3.3: Impatto percepito dai volontari.....                                                        | 42 |
| Figura 3.4: Regressione lineare multipla con variabile dipendente il benessere degli atleti ...         | 43 |
| Figura 3.5: Regressione lineare multipla con variabile dipendente il successo dell'evento.....          | 45 |
| Figura 3.6: Distribuzione della soddisfazione.....                                                      | 46 |
| Figura 3.7: Soddisfazione dei volontari per genere.....                                                 | 46 |
| Figura 3.8: Soddisfazione dei volontari per fasce d'età.....                                            | 47 |
| Figura 3.9: Matrice delle correlazioni associate alla soddisfazione dei volontari.....                  | 48 |
| Figura 3.10: Regressione lineare multipla con variabile dipendente la soddisfazione dei volontari ..... | 49 |
| Figura 3.11: Temi emersi dalle riflessioni dei volontari.....                                           | 50 |
| Figura 3.12: Distribuzione di frequenza delle parole .....                                              | 51 |
| Figura 3.13: Bigrammi più frequenti.....                                                                | 51 |
| Figura 3.14: Temi emersi dal contributo dei volontari.....                                              | 52 |
| Figura 3.15: Scatterplot per la clusterizzazione dei volontari.....                                     | 53 |
| Figura 3.16: Indice complessivo dell'esperienza nelle diverse gare.....                                 | 54 |
| Figura 3.17: Distribuzione dell'indice complessivo dell'esperienza .....                                | 55 |
| Figura 3.18: Distribuzione delle dimensioni dell'esperienza .....                                       | 56 |
| Figura 3.19: Esperienza complessiva degli atleti finisher e non finisher .....                          | 57 |
| Figura 3.20: Distribuzione della soddisfazione generale .....                                           | 58 |
| Figura 3.21: Correlazione tra l'esperienza dell'atleta e il ruolo dei volontari.....                    | 59 |
| Figura 3.22: Regressione lineare multipla con variabile dipendente la soddisfazione generale .....      | 60 |

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 3.23: Clusterizzazione degli atleti in base ad esperienza e soddisfazione ..... | 61 |
| Figura 3.24: Distribuzione del Net Promoter Score .....                                | 62 |
| Figura 3.25: Probabilità di partecipare nuovamente al TORX® with Kailas .....          | 63 |
| Figura 3.26: Temi emersi dai suggerimenti di miglioramenti degli atleti .....          | 64 |
| Figura 3.27: Temi emersi dalle riflessioni degli atleti .....                          | 65 |

## 9 Allegati

### 9.1 Questionario degli atleti

Gentilissimo/a atleta,

questo breve questionario della durata di meno di 4 minuti è stato realizzato nell'ambito di una tesi di laurea sviluppata presso l'Università della Valle d'Aosta - Université de la Vallée d'Aoste, in collaborazione con l'Associazione VDA Trailers e l'Università LIUC, con l'obiettivo di approfondire l'esperienza vissuta durante il Tor.

La tua esperienza come atleta rappresenta un contributo prezioso per la nostra ricerca.

Attraverso le tue risposte, comprenderemo quanto la competizione ti sia piaciuta, quale sia stato per te il ruolo dei volontari/e e quali siano le tue intenzioni future. Le tue opinioni ci aiuteranno, anche, a individuare gli elementi che rendono un evento sportivo davvero speciale e a migliorare la partecipazione di tutti, atleti/e, volontari/e e organizzatori/trici.

La partecipazione al presente questionario è volontaria e anonima. I dati raccolti saranno utilizzati esclusivamente per finalità di ricerca accademica, nel rispetto della normativa vigente sulla protezione dei dati personali (Regolamento UE 2016/679 – GDPR).

La compilazione richiede solo pochissimi minuti ma il tuo contributo potrà veramente fare la differenza!

Grazie di cuore per condividere con noi la tua esperienza!

Q2. Sei:

- ☐ Maschio
- ☐ Femmina
- ☐ Preferisco non dirlo

Q3. Indica il tuo anno di nascita

- ☐ 1930
- ☐ 1931
- ☐ 1932
- ☐ 1933
- ☐ 1934
- ☐ 1935
- ☐ 1936
- ☐ 1937

- 1938
- 1939
- 1940
- 1941
- 1942
- 1943
- 1944
- 1945
- 1946
- 1947
- 1948
- 1949
- 1950
- 1951
- 1952
- 1953
- 1954
- 1955
- 1956
- 1957
- 1958
- 1959
- 1960
- 1961
- 1962
- 1963
- 1964
- 1965
- 1966
- 1967
- 1968
- 1969
- 1970
- 1971

- 1972
- 1973
- 1974
- 1975
- 1976
- 1977
- 1978
- 1979
- 1980
- 1981
- 1982
- 1983
- 1984
- 1985
- 1986
- 1987
- 1988
- 1989
- 1990
- 1991
- 1992
- 1993
- 1994
- 1995
- 1996
- 1997
- 1998
- 1999
- 2000
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005

- ☐ 2006
- ☐ 2007
- ☐ 2008

Q4. Indica la tua nazionalità

- ☐ Italiana
- ☐ Francese
- ☐ Inglese
- ☐ Spagnola
- ☐ Cinese
- ☐ Altro \_\_\_\_\_

Q5. Indica il numero di anni di esperienza nell'Ultra Trail

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10
- ☐ 11
- ☐ 12
- ☐ 13
- ☐ 14
- ☐ 15
- ☐ 16
- ☐ 17
- ☐ 18
- ☐ 19
- ☐ 20
- ☐ 21

- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28
- 29
- 30
- 31
- 32
- 33
- 34
- 35
- 36
- 37
- 38
- 39
- 40
- 41
- 42
- 43
- 44
- 45
- 46
- 47
- 48
- 49
- 50
- 51
- 52
- 53
- 54
- 55

- ☐ 56
- ☐ 57
- ☐ 58
- ☐ 59
- ☐ 60
- ☐ 61
- ☐ 62
- ☐ 63
- ☐ 64
- ☐ 65
- ☐ 66
- ☐ 67
- ☐ 68
- ☐ 69
- ☐ 70

Q6. Seleziona la gara/le gare a cui hai partecipato

- ☐ Tor450
- ☐ Tor330
- ☐ Tor130
- ☐ Tor100
- ☐ Tor30

Mostra questa domanda se Q6 = 1

Q7. Indica quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni in relazione alla gara Tor450

|                                                     | Completament<br>e in disaccordo | Abbastanz<br>a in<br>disaccordo | Né<br>d'accordo<br>né in<br>disaccord<br>o | Abbastanz<br>a<br>d'accordo | Completament<br>e d'accordo |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| L'atmosfera<br>lungo il percorso<br>(in particolare | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>       |

|                                                                                                                                |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| nelle basi vita e<br>nei punti ristoro)<br>ha migliorato<br>l'esperienza<br>complessiva                                        |   |   |   |   |   |
| La presenza dei<br>volontari lungo<br>il percorso ha<br>migliorato il mio<br>stato d'animo<br>durante la gara                  | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| Il supporto<br>ricevuto dai<br>volontari<br>(incoraggiament<br>o e aiuto pratico)<br>mi ha motivato a<br>proseguire la<br>gara | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| La componente<br>umana<br>(volontari,<br>pubblico,<br>comunità locale)<br>ha reso l'evento<br>più autentico                    | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| L'interazione<br>con la comunità<br>locale mi ha<br>fatto venire<br>voglia di tornare<br>nella regione<br>come turista         | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

Mostra questa domanda se Q6 = 1

Q8. In che anno hai partecipato al Tor450?

- ☐ 2019
- ☐ 2020
- ☐ 2021
- ☐ 2022
- ☐ 2023
- ☐ 2024
- ☐ 2025

Mostra questa domanda se Q6 = 2

Q9. Indica quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni in relazione alla gara Tor330

|                                                                                                                                                | Completament<br>e in disaccordo | Abbastanz<br>a in<br>disaccordo | Né<br>d'accordo<br>né in<br>disaccord<br>o | Abbastanz<br>a<br>d'accordo | Completament<br>e d'accordo |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| L'atmosfera<br>lungo il percorso<br>(in particolare<br>nelle basi vita e<br>nei punti ristoro)<br>ha migliorato<br>l'esperienza<br>complessiva | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>       |
| La presenza dei<br>volontari lungo<br>il percorso ha<br>migliorato il mio<br>stato d'animo<br>durante la gara                                  | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>       |

|                                                                                                          |                       |                       |                       |                       |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Il supporto ricevuto dai volontari (incoraggiamenti e aiuto pratico) mi ha motivato a proseguire la gara | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| La componente umana (volontari, pubblico, comunità locale) ha reso l'evento più autentico                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| L'interazione con la comunità locale mi ha fatto venire voglia di tornare nella regione come turista     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Mostra questa domanda se Q6 = 2

Q10. In che anno hai partecipato al Tor330?

- ☐ 2010
- ☐ 2011
- ☐ 2012
- ☐ 2013
- ☐ 2014
- ☐ 2015
- ☐ 2016
- ☐ 2017

- 2018
- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023
- 2024
- 2025

Mostra questa domanda se Q6 = 3

Q11. Indica quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni in relazione alla gara Tor130

|                                                                                                                                                | Completament<br>e in disaccordo | Abbastanz<br>a in<br>disaccordo | Né<br>d'accordo<br>né in<br>disaccord<br>o | Abbastanz<br>a<br>d'accordo | Completament<br>e d'accordo |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| L'atmosfera<br>lungo il percorso<br>(in particolare<br>nelle basi vita e<br>nei punti ristoro)<br>ha migliorato<br>l'esperienza<br>complessiva | ○                               | ○                               | ○                                          | ○                           | ○                           |
| La presenza dei<br>volontari lungo<br>il percorso ha<br>migliorato il mio<br>stato d'animo<br>durante la gara                                  | ○                               | ○                               | ○                                          | ○                           | ○                           |
| Il supporto<br>ricevuto dai<br>volontari                                                                                                       | ○                               | ○                               | ○                                          | ○                           | ○                           |

|                                                                                                      |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| (incoraggiamenti e aiuto pratico) mi ha motivato a proseguire la gara                                |   |   |   |   |   |
| La componente umana (volontari, pubblico, comunità locale) ha reso l'evento più autentico            | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| L'interazione con la comunità locale mi ha fatto venire voglia di tornare nella regione come turista | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

Mostra questa domanda se Q6 = 3

Q12. In che anno hai partecipato al Tor130?

- ☐ 2017
- ☐ 2018
- ☐ 2019
- ☐ 2020
- ☐ 2021
- ☐ 2022
- ☐ 2023
- ☐ 2024
- ☐ 2025

Mostra questa domanda se Q6 = 4

Q13. Indica quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni in relazione alla gara Tor100

|                                                                                                                                                | Completament<br>e in disaccordo | Abbastanz<br>a in<br>disaccordo | Né<br>d'accordo<br>né in<br>disaccord<br>o | Abbastanz<br>a<br>d'accordo | Completament<br>e d'accordo |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| L'atmosfera<br>lungo il percorso<br>(in particolare<br>nelle basi vita e<br>nei punti ristoro)<br>ha migliorato<br>l'esperienza<br>complessiva | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>       |
| La presenza dei<br>volontari lungo<br>il percorso ha<br>migliorato il mio<br>stato d'animo<br>durante la gara                                  | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>       |
| Il supporto<br>ricevuto dai<br>volontari<br>(incoraggiament<br>o e aiuto pratico)<br>mi ha motivato a<br>proseguire la<br>gara                 | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>       |
| La componente<br>umana<br>(volontari,<br>pubblico,<br>comunità locale)                                                                         | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>                      | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>       |

|                                                                                                      |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| ha reso l'evento più autentico                                                                       |   |   |   |   |   |
| L'interazione con la comunità locale mi ha fatto venire voglia di tornare nella regione come turista | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

Mostra questa domanda se Q6 = 4

Q14. In che anno hai partecipato al Tor100?

- 2024
- 2025

Mostra questa domanda se Q6 = 5

Q15. Indica quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni in relazione alla gara Tor30

|                                                                                                                           | Completament<br>e in disaccordo | Abbastanz<br>a in<br>disaccordo | Né<br>d'accordo<br>né in<br>disaccord<br>o | Abbastanz<br>a<br>d'accordo | Completament<br>e d'accordo |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| L'atmosfera lungo il percorso (in particolare nelle basi vita e nei punti ristoro) ha migliorato l'esperienza complessiva | ○                               | ○                               | ○                                          | ○                           | ○                           |
| La presenza dei volontari lungo il percorso ha                                                                            | ○                               | ○                               | ○                                          | ○                           | ○                           |

|                                                                                                          |                       |                       |                       |                       |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| migliorato il mio stato d'animo durante la gara                                                          |                       |                       |                       |                       |                       |
| Il supporto ricevuto dai volontari (incoraggiamenti e aiuto pratico) mi ha motivato a proseguire la gara | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| La componente umana (volontari, pubblico, comunità locale) ha reso l'evento più autentico                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| L'interazione con la comunità locale mi ha fatto venire voglia di tornare nella regione come turista     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Mostra questa domanda se Q6 = 5

Q16. In che anno hai partecipato al Tor30?

- ☐ 2019
- ☐ 2020
- ☐ 2021
- ☐ 2022
- ☐ 2023

- 2024
- 2025

Mostra questa domanda se  $Q6 = 1$

Q17. Hai concluso il tuo Tor450?

- Sì
- No

Mostra questa domanda se  $Q6 = 2$

Q18. Hai concluso il tuo Tor330?

- Sì
- No

Mostra questa domanda se  $Q6 = 3$

Q19. Hai concluso il tuo Tor130?

- Sì
- No

Mostra questa domanda se  $Q6 = 4$

Q20. Hai concluso il tuo Tor100?

- Sì
- No

Mostra questa domanda se  $Q6 = 5$

Q21. Hai concluso il tuo Tor30?

- Sì
- No

Q22. Indica quanto sei d'accordo con la seguente affermazione

|  |                        |               |                   |             |                      |
|--|------------------------|---------------|-------------------|-------------|----------------------|
|  | Molto<br>insoddisfatto | Insoddisfatto | Né<br>soddisfatto | Soddisfatto | Molto<br>soddisfatto |
|--|------------------------|---------------|-------------------|-------------|----------------------|

|                                                                                        |   |   |                     |   |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---------------------|---|---|
|                                                                                        |   |   | né<br>insoddisfatto |   |   |
| Quanto sei<br>soddisfatto/a<br>dell'esperienza<br>complessiva<br>del Tor des<br>Géants | ○ | ○ | ○                   | ○ | ○ |

Mostra questa domanda se Q22 = 1, 2, 3

Q23. Puoi dirci quali aspetti della gara ti hanno lasciato insoddisfatto o che pensi potrebbero essere migliorati?

---



---



---



---



---

Q24. In particolare, quanto sei soddisfatto riguardo ai seguenti temi?

|                                                                             | Molto<br>insoddisfatto | Insoddisfatto | Né<br>soddisfatto<br>né<br>insoddisfatto | Soddisfatto | Molto<br>soddisfatto |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------|------------------------------------------|-------------|----------------------|
| Organizzazione<br>generale                                                  | ○                      | ○             | ○                                        | ○           | ○                    |
| Servizi durante<br>la gara (cibo,<br>massaggi,<br>trasporto<br>sacche, ...) | ○                      | ○             | ○                                        | ○           | ○                    |
| Volontari                                                                   | ○                      | ○             | ○                                        | ○           | ○                    |

Mostra questa domanda se Q24 = 1, 2, 3

Q25. Puoi dirci quali aspetti della gara ti hanno lasciato insoddisfatto o che pensi potrebbero essere migliorati?

---

---

---

---

---

Q26. Con quale probabilità consiglieresti il Tor des Géants ad altri atleti?

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

Q27. Vorresti partecipare di nuovo a questo evento sportivo?

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

Q28. Secondo la tua esperienza nel TOR, qual è un ambito o una sfida che, secondo te, potrebbe essere migliorata?

---

---

---

---

---

Q29. Hai aneddoti o riflessioni sulla tua esperienza come atleta in questa gara che vorresti condividere con noi? Scrivili qui!

---

---

---

---

---

Q30. Se desideri ricevere un aggiornamento sui risultati della ricerca non appena saranno disponibili, puoi lasciare il tuo indirizzo e-mail qui sotto

---

## **9.2 Questionario dei volontari**

Gentilissimo/a,

questo breve questionario della durata di meno di 4 minuti è stato realizzato nell'ambito di una tesi di laurea sviluppata presso l'Università della Valle d'Aosta – Université de la Vallée d'Aoste, in collaborazione con l'Associazione VDA Trailers e l'Università LIUC, con l'obiettivo di approfondire il coinvolgimento dei volontari/e e della comunità negli eventi sportivi. La tua esperienza come volontario/a rappresenta un contributo di grande valore per noi. Attraverso le tue risposte potremo comprendere come hai vissuto l'evento, quanto ti sei sentito parte della manifestazione, quanto ti sei divertito, quali attività ti piacerebbe svolgere in futuro e in quali ambiti ci possono essere spazi di miglioramento. La partecipazione al presente questionario è volontaria e anonima. I dati raccolti saranno utilizzati esclusivamente per finalità di ricerca accademica, nel rispetto della normativa vigente sulla protezione dei dati personali

(Regolamento UE 2016/679 – GDPR). La compilazione richiede solo pochi minuti e il tuo contributo potrà fare la differenza! Grazie di cuore per la tua disponibilità!

Q2. Sei:

- ☐ Maschio
- ☐ Femmina
- ☐ Preferisco non dirlo

Q3. Indica il tuo anno di nascita

- ☐ 1930
- ☐ 1931
- ☐ 1932
- ☐ 1933
- ☐ 1934
- ☐ 1935
- ☐ 1936
- ☐ 1937
- ☐ 1938
- ☐ 1939
- ☐ 1940
- ☐ 1941
- ☐ 1942
- ☐ 1943
- ☐ 1944
- ☐ 1945
- ☐ 1946
- ☐ 1947
- ☐ 1948
- ☐ 1949
- ☐ 1950
- ☐ 1951
- ☐ 1952
- ☐ 1953
- ☐ 1954

- 1955
- 1956
- 1957
- 1958
- 1959
- 1960
- 1961
- 1962
- 1963
- 1964
- 1965
- 1966
- 1967
- 1968
- 1969
- 1970
- 1971
- 1972
- 1973
- 1974
- 1975
- 1976
- 1977
- 1978
- 1979
- 1980
- 1981
- 1982
- 1983
- 1984
- 1985
- 1986
- 1987
- 1988

- ☐ 1989
- ☐ 1990
- ☐ 1991
- ☐ 1992
- ☐ 1993
- ☐ 1994
- ☐ 1995
- ☐ 1996
- ☐ 1997
- ☐ 1998
- ☐ 1999
- ☐ 2000
- ☐ 2001
- ☐ 2002
- ☐ 2003
- ☐ 2004
- ☐ 2005
- ☐ 2006
- ☐ 2007
- ☐ 2008

Q4. Sei residente in Valle d'Aosta?

- ☐ Sì
- ☐ No

Mostra questa domanda se  $Q4 = 1$

Q5. Sei residente nello stesso comune (o in comuni limitrofi) in cui hai svolto l'attività di volontariato?

- ☐ Sì
- ☐ No

Mostra questa domanda se  $Q4 = 2$

Q6. Dove sei residente? (Indicare la regione di residenza)

---

Q7. Dove hai svolto l'attività di volontariato?

- ☐ In una base vita
- ☐ In un punto ristoro

Mostra questa domanda se  $Q7 = 1$

Q8. Quale ruolo hai svolto durante il volontariato?

- ☐ Controllo passaggio corridori (IN/OUT)
- ☐ Gestione delle sacche
- ☐ Gestione delle sveglie
- ☐ Cucina
- ☐ Gestione del buffet

Mostra questa domanda se  $Q7 = 2$

Q9. Quale ruolo hai svolto durante il volontariato?

- ☐ Controllo passaggio corridori (IN/OUT)
- ☐ Gestione del buffet

Mostra questa domanda se  $Q7 = 1$

Q10. In quale base vita hai svolto l'attività di volontariato?

- ☐ Valgrisenche
- ☐ Cogne
- ☐ Donnas
- ☐ Gressoney
- ☐ Valtournenche
- ☐ Ollomont
- ☐ Courmayeur

Mostra questa domanda se  $Q7 = 2$

Q11. In quale punto ristoro hai svolto l'attività di volontariato?

---

Q12. Da quanti anni svolgi attività di volontariato al Tor des Géants?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10
- ☐ 11
- ☐ 12
- ☐ 13
- ☐ 14
- ☐ 15
- ☐ 16
- ☐ 17
- ☐ 18
- ☐ 19
- ☐ 20
- ☐ 21
- ☐ 22
- ☐ 23
- ☐ 24
- ☐ 25

Q13. Che relazione hai con il Tor des Géants?

- ☐ Nessuna
- ☐ Organizzatore
- ☐ Ex atleta
- ☐ Familiare e/o amico/a di un'atleta

- Altro

Q14. Perché hai deciso di fare il volonTor?

Q15. Indica quanto sei d'accordo con queste affermazioni

|                                                                                                         | Molto in disaccordo | In disaccordo | Né d'accordo né in disaccordo | D'accordo | Molto d'accordo |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|-------------------------------|-----------|-----------------|
| Ho svolto attività di volontariato per contribuire alla visibilità della comunità                       | ○                   | ○             | ○                             | ○         | ○               |
| Ho svolto attività di volontariato per aiutare gli atleti in una gara estenuante come il Tor des Géants | ○                   | ○             | ○                             | ○         | ○               |
| Ho svolto attività di volontariato per divertimento o piacere personale                                 | ○                   | ○             | ○                             | ○         | ○               |

|                                                                                  |                       |                       |                       |                       |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ho svolto<br>attività di<br>volontariato<br>perché<br>obbligato/a<br>da qualcuno | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|

Q16. Ho percepito il mio contributo come significativo per il benessere degli atleti

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

Q17. Ho percepito il mio contributo come significativo per il successo dell'evento

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

Q18. Guardando alla tua esperienza come volontario, come descriveresti il tuo ruolo rispetto agli atleti durante l'evento?

---

---

---

---

---

Q19. In che modo pensi di aver contribuito alla loro esperienza o alla buona gara?

---

---

---

---

---

Q20. Sei soddisfatto/a della tua esperienza come volontario/a?

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

Mostra questa domanda se  $Q20 = 0, 1, 2, 3, 4, 5$

Q21. Puoi indicarci quali aspetti del tuo ruolo di volontario ti hanno lasciato insoddisfatto o che secondo te potrebbero essere migliorati per rendere l'esperienza più positiva?

---

---

---

---

---

Q22. Consigliaresti ad altre persone di svolgere attività di volontariato al Tor des Géants?

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

Q23. Secondo la tua esperienza come volontario al TOR, qual è un ambito o una sfida che potrebbe essere migliorata?

---

---

---

---

---

Q24. Hai aneddoti o riflessioni significative riguardo l'attività di volontariato che vorresti condividere con noi? Scrivili!

---

---

---

---

---

Q25. Se desideri ricevere un aggiornamento sui risultati della ricerca non appena saranno disponibili, puoi lasciare il tuo indirizzo e-mail qui sotto

---

## 10 Ringraziamenti

Il mio primo grazie va alla Prof.ssa Nava, la mia relatrice, che durante tutto questo percorso mi ha accompagnato con la sua disponibilità, la sua professionalità e la sua competenza. Grazie per avermi seguito in tutti questi mesi, per i consigli preziosi, per il tempo dedicatomi e per aver creduto in questo progetto fin da subito. È stata fondamentale non solo per la realizzazione della tesi, ma anche per la mia crescita personale e professionale.

Un sentito ringraziamento va anche alla Prof.ssa Mauri, la mia correlatrice, per la sua professionalità e per l'attenzione con cui ha revisionato questo elaborato. Le sue preziose correzioni e i suoi suggerimenti hanno contribuito a migliorarne la qualità.

Un grazie immenso va alla mia famiglia, che mi ha permesso di arrivare fin qui ed è sempre stata il mio punto di riferimento. Grazie mamma, grazie papà, per avermi sostenuta in questi anni senza mai farmi mancare nulla. Grazie per aver creduto in me anche quando io facevo più fatica a farlo, per avermi ascoltata e incoraggiata quando sembrava che tutto andasse male. Grazie alla mia sorellina, che in questi anni ha sempre creduto in me: ogni mattina di un esame ricevevo sempre il tuo messaggio “buona fortuna chia ” e, per me, questo è sempre stato più di un semplice messaggio.

Un grazie speciale ai miei nonni: Nonna Carla, Nonna Mariuccia e Nonno Paolo. Dopo ogni esame la prima domanda era sempre la stessa “Com'è andata?”. E, ancora prima di ricevere la risposta, dicevate “Massi, tanto è andato bene come sempre!”. La vostra fiducia e il vostro ottimismo nei miei confronti mi hanno sempre resa felice. Un pensiero speciale va anche al Nonno Eugenio: non ha potuto essere qui e condividere con me questo percorso, ma sono convinta che, in qualche modo, mi sia sempre stato vicino.

Grazie ad Andrea, o meglio, a Dende. Sei entrato nella mia vita pochi mesi fa, ma sei riuscito a diventare una persona fondamentale proprio nel momento più intenso di questo percorso. Hai letto e corretto pagine su pagine di questa tesi, hai avuto la pazienza di ascoltare ogni dubbio e sei riuscito a spronarmi ogni volta che la voglia di scrivere era pari a zero. Senza nemmeno accorgertene hai reso questi ultimi mesi molto più leggeri e, per questo, non posso che dirti grazie.

Un grazie va anche ai miei zii, ai miei cugini e a tutti i miei parenti, che hanno sempre seguito con affetto il mio percorso.

Infine, grazie ai miei amici e ai miei compagni di università, con cui ho condiviso questi due anni di laurea magistrale e, con alcuni di voi, tutti e cinque gli anni di università. Abbiamo condiviso ansie, soddisfazioni, risate e tanti ricordi che porterò sempre con me.

Se c'è una cosa che questo percorso mi ha insegnato è che i traguardi più importanti non si raggiungono mai da soli. Ognuno di voi ha contribuito, in modo diverso, a questo percorso e questo traguardo è anche merito vostro.

Grazie di cuore.