

TURISMO IN BICICLETTA

Idee e strumenti per una offerta di turismo sostenibile

Montecatini Terme 16 ottobre 2006

Sala Puccini - Agenzia per il Turismo di Montecatini Terme - Val di Nievole
Viale Verdi 66/68 - Montecatini Terme (Pistoia)

ATTI DEL CONVEGNO

HANNO PARTECIPATO

Annarita Bramerini

assessore al turismo e al commercio della Regione Toscana

Ettore Severi

sindaco del Comune di Montecatini Terme

Nicola Risaliti

*assessore al turismo della Provincia di Pistoia e coordinatore URPT
(Unione Regionale delle Province Toscane) settore turismo*

Roberto Rocca

vice direttore del Dipartimento del turismo

Paolo Tagliacarne

Associazione Nazionale Ciclo Motociclo e Accessori e EICMA

Augusto Castagna

coordinatore dell'Associazione Italiana delle Città Ciclabili

Claudio Pedroni

presidente della Federazione Italiana Amici della Bicicletta

Andrea Varagnolo

Faber Value

Sabrina Orrù

Consorzio Ventuno Regione Sardegna

Vittorio Bugli

presidente dell'Associazione per l'Arno

Rocco Ruggiero

responsabile delle relazioni esterne della Federazione Ciclistica Italiana

Eugenio Magnani

direttore generale dell'ENIT

Fiorenza Guerranti

direttrice dell'APT della Provincia di Siena

Angelo Berlangieri

assessore al turismo del Comune di Finale Ligure

Cinzia Confortola

*coordinatrice generale 2005 dell'UCI MTB & Trials World Championships
e attuale direttore marketing dell'APT di Livigno*

PRESENTAZIONE E SALUTI

A distanza di un anno dal primo Seminario Nazionale dedicato al Turismo in bicicletta intendiamo fare il punto su quanto è stato realizzato nel nostro paese. Per questo ho ritenuto utile partire proprio dagli atti di quel convegno, contenuti in questa pubblicazione, affinché siano di aiuto e di auspicio per migliorare la nostra offerta di cicloturismo, affinché le tematiche dibattute nella precedente edizione rappresentino un utile contributo di idee per il nostro lavoro.

Paolo Cocchi

Assessore al Turismo, Commercio e Cultura della Regione Toscana



Ettore Severi

sindaco del Comune di Montecatini Terme

Dopo aver salutato tutti i presenti e aver ringraziato i relatori per la loro partecipazione a questa giornata di studio e di approfondimento sulle opportunità del cicloturismo, Ettore Severi ricorda l'imminente inaugurazione della Borsa del Turismo Sportivo a cui il convegno è dedicato come anteprima. Il cicloturismo rappresenta una grande opportunità per le aree turistiche della Toscana. Le istituzioni fino ad oggi si sono mosse un po' in ordine sparso, non hanno sicuramente investito in questo ambito nella maniera più adeguata e non hanno sufficientemente fatto sistema per cogliere l'opportunità di un turismo fortemente in crescita come è quello del cicloturismo. Le statistiche sono chiare. Si tratta di oltre sei milioni di cicloamatori a livello europeo e di due milioni a livello italiano. Indubbiamente si è in presenza di un turismo slow, un fenomeno che rappresenta una reale opportunità per superare quel turismo "mordi e fuggi" che ormai da tempo devasta le aree toscane. Quest'ultimo non è un oggetto interessante di investimento e pone ostacoli organizzativi al sistema produttivo che ruota intorno al turismo.

Da parte delle istituzioni sono stati avanzati dei progetti e già dal prossimo anno saranno disponibili guide contenenti gli itinerari delle aree toscane. È importante considerare che si è di fronte a un settore dove è necessario un lavoro collettivo. Se da un lato è encomiabile il fatto che ci sono comuni che si sono già mossi per offrire ai tour operator, alle fiere e al pubblico in generale un'offerta integrata, dall'altro lato è noto che il cicloturista ama gli spostamenti ampi e ciò comporta una maggiore integrazione del lavoro. Montecatini Terme deve indubbiamente la sua fortuna alle terme, ai 14 mila posti letto, alla vicinanza con le grandi città d'arte come Firenze, Lucca, Pisa e Siena, e alla sua capacità ricettiva anche di tipo congressuale. Tuttavia non può perdere questo appuntamento. Insieme alla Provincia e insieme alla Regione, Ettore Severi si augura che il territorio possa essere pronto, già a partire dal prossimo anno, a mettere in rete con il sistema degli itinerari già esistenti un prodotto specifico che riguarda il territorio di Montecatini Terme.

L'intervento di Ettore Severi si conclude con l'augurio di un buon lavoro a tutti i presenti, nell'attesa dell'appuntamento del giorno seguente con la Borsa del Turismo Sportivo.

Nicola Risaliti

*assessore al turismo della Provincia di Pistoia e coordinatore URPT
(Unione Regionale delle Province Toscane) settore turismo*

Porta i saluti di Gianfranco Venturi, Presidente della Provincia di Pistoia, che non è potuto essere presente a causa di impegni inderogabili dovuti a un'altra iniziativa di carattere istituzionale. Come nota subito il relatore, è facile testimoniare l'interesse dell'amministrazione provinciale di Pistoia per questa realtà, per la realtà di Montecatini e per la Borsa del Turismo Sportivo. A questo riguardo Nicola Risaliti coglie l'occasione per augurare agli organizzatori della BTS di riscuotere il meritato successo per la realizzazione di un evento di altissimo livello. Il turismo sportivo infatti si coniuga in maniera ottimale con il turismo del benessere e Montecatini, città delle terme – le terme d'Europa, come storicamente è stata identificata – ospita questa importante Borsa proprio per attestare il valore di un importante binomio: sport e benessere. La BTS è inoltre una risorsa importante per la realtà termale di Montecatini.

L'organizzazione, da parte della Regione, del convegno di oggi alla vigilia dell'apertura della Borsa per il Turismo Sportivo è il miglior modo per far capire che non si può parlare di turismo sportivo senza parlare di cicloturismo. Il ciclismo è lo sport più facile da praticare per chiunque, non necessita di particolari attrezzature e dà la possibilità a chi lo pratica di improvvisarsi sportivo a tutti i livelli, coinvolgendo tutta la famiglia nella pratica sportiva. Per questo motivo il cicloturismo è effettivamente un segmento in grande ascesa che denota un forte interesse anche da parte degli operatori che si stanno organizzando

in questo senso. Sono sempre più numerosi i tour operator che organizzano itinerari cicloturistici e stanno nascendo nuove figure professionali, come quella delle guida ciclistica, che avranno un ruolo importante nello sviluppo di questo settore. La guida ciclistica consente infatti a coloro che praticano il turismo in bicicletta di poter visitare i territori attraverso itinerari ben organizzati e di assaporare tutte le sfumature di un territorio. È in definitiva un modo sicuramente efficace per approfondire la conoscenza del territorio.

Per quanto riguarda le iniziative istituzionali, la Regione Toscana è in procinto di organizzare il primo censimento degli itinerari cicloturistici sul proprio territorio e le Province toscane non possono che favorire questo censimento, che consentirà agli editori di realizzare nuove e più importanti guide.

La guida turistica è infatti la base da cui partite per creare le premesse per la conoscenza del territorio. Il lavoro che la Regione si accinge a fare è davvero importante e potrà dare sviluppo al settore.

La Provincia di Pistoia, dal canto suo, è impegnata in un progetto importante di cicloturismo, sul quale è stata testata l'importanza della Toscana a livello globale. Un'importanza che viene riconosciuta non solo in Italia e in Europa ma anche oltre Oceano. Francesco e Danny Quinn, i figli di Anthony Quinn – uno è regista e l'altro è attore – hanno elaborato per la Provincia di Pistoia un progetto di cicloturismo che dovrebbe condurre a gemellare la California e la Toscana. Il progetto, realizzato anche sotto il patrocinio dell'Istituto Italiano della Cultura, coinvolge le istituzioni californiane e il territorio locale e ha l'obiettivo di mettere in evidenza, attraverso filmati e strumenti multimediali, la giornata tipica di un cicloturista, anche con lo scopo di rilanciare a livello popolare il fascino di questo sport, recentemente macchiato dalle vicende di doping. L'idea di Francesco Quinn, portata avanti con la collaborazione di Maximilian Sciandri (attuale dirigente della nazionale di ciclismo della Gran Bretagna), è quella di sviluppare gli itinerari ciclistici realizzati da cicloamatori di tutto rispetto: i testimonial sono attori americani, anche vincitori di premi Oscar, che partono la mattina in bicicletta e che, invece di assumere bevande energetiche, si fermano a un bar a prendere un cappuccino con una brioche, scendono dalla bici per bere a una piccola fontana oppure fanno una sosta semplicemente per ammirare un monumento. Attraverso questo modo di far conoscere la bicicletta, che può diventare il traino di forti flussi turistici, gli autori del progetto intendono mettere in evidenza come un territorio, quando è visitato in maniera slow, in maniera lenta e non in automobile, può rappresentare veramente una grande opportunità di benessere, di riflessione e di arricchimento culturale. Questo progetto sarà presentato prossimamente anche alla Regione Toscana per fare in modo che venga accolto a livello regionale dal momento che i testimonial utilizzati sono personaggi che catalizzano l'attenzione su questo sport e possono arricchirlo di nuovi adepti. Questa sarà un'occasione importante per fare il punto della situazione e per testare le prime risultanze del censimento che la Regione sta predisponendo.

INTERVENTI INTRODUTTIVI



Roberto Rocca

vice direttore del dipartimento del turismo

Porta i saluti del neo-costituito dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo, un dipartimento di recente istituzione presso la presidenza del Consiglio dei ministri e braccio operativo del vicepresidente del Consiglio dei ministri Rutelli che è delegato al turismo. Il passaggio alla presidenza e la nuova formulazione dell'organismo centrale per il turismo sono elementi tecnici fondamentali per il contributo che è possibile dare al vicepresidente Rutelli, alle Regioni e soprattutto al settore e agli operatori.

Relativamente al Progetto Turismo in Bicicletta, esso rientra nell'ambito delle sinergie fra Stato e Regioni e tra Regioni e Regioni. Il progetto del cicloturismo è uno dei 52 progetti interregionali nati dal cofinanziamento statale e dalla collaborazione tra le Regioni, che negli ultimi tre anni hanno ampliato e messo a punto alcuni di quei prodotti che rendono l'offerta turistica italiana senza eguali nel mondo. Anche il settore del cicloturismo, che poteva sembrare un segmento di nicchia, in realtà è una di quelle forme che arricchiscono l'offerta italiana e che la rendono ancora più competitiva soprattutto nei confronti dei paesi del Nord Europa dove questo tipo di turismo è particolarmente organizzato.

C'è uno sforzo da parte delle Regioni e da parte dello Stato teso allo sviluppo di questo segmento turistico: il cofinanziamento statale, a livello nazionale, è di oltre un milione e cento mila euro per la realizzazione del progetto e la messa a punto di prodotti nuovi che dovranno avere un aspetto promozionale e promo-commerciale. Tutti questi progetti, quello del cicloturismo così come gli altri, andando ad arricchire l'offerta turistica italiana, avranno poi una compiuta vetrina nel momento in cui, sempre dal rapporto tra Stato e Regioni ma soprattutto tra le singole Regioni, si riuscirà a mettere a punto in maniera operativa, come sembra si riesca a fare già a partire dalla BIT, cioè dal mese di febbraio, il portale Italia.it. Nell'ambito di uno sforzo complessivo e nella sinergia fra Stato e Regioni sono state investite notevoli risorse e quindi sono alte le aspettative nei confronti del ritorno in termini promo-commerciali.

Annarita Brammerini

assessore al turismo e al commercio della Regione Toscana

Dopo i saluti ai presenti, Annarita Brammerini spiega quali sono i motivi per cui la Regione Toscana ha deciso di organizzare il convegno nazionale sul cicloturismo nell'ambito della XIV Borsa del Turismo Sportivo. Il primo motivo, che vede la concomitanza dei due eventi, si deve alla volontà della Regione Toscana di conferire alla BTS un nuovo slancio e il meritato protagonismo. La Borsa del Turismo Sportivo è un evento che deve crescere, anche considerando che si è in un panorama nazionale e internazionale in cui le Borse vanno sempre più aumentando di numero. La competitività in questo settore è molto forte e il rischio è che spesso gli operatori si ritrovano disorientati, messi di fronte come sono a un'ampia e vasta gamma di scelte per cui diventa sempre più difficile individuare a quale Borsa o a quale manifestazione partecipare. Chiaramente poi la scelta si orienta sulla base dei ritorni che l'operatore può ricevere dalla Borsa a cui partecipa e quindi dal successo che questa può avere nel mettere in contatto domanda e offerta. La Regione Toscana quest'anno ha cercato, anche grazie al supporto dell'ENIT, di dare un nuovo slancio sia alla Borsa del Turismo Sportivo sia alla BETA (Borsa Europea del Turismo Associato). Entrambe infatti si tengono nel territorio regionale e hanno una forte valenza internazionale. Alle istituzioni locali la Regione Toscana chiede uno sforzo per un impegno più convinto nel sostegno a queste due manifestazioni dal momento che le due Borse possono avere una grande potenzialità e possono continuare a mantenersi nel mercato se sono dotate di una struttura organizzativa che consente di fidelizzare i tour operator. In questo modo diventano anche un punto di riferimento importante sul territorio regionale in settori turistici strategici, in particolare in quello legato al turismo sportivo.

Il secondo motivo per cui è stato organizzato il convegno nazionale sul turismo in bicicletta è dato dal fatto che la Regione Toscana è capofila di un progetto nazionale sul cicloturismo che coinvolge anche altre regioni come la Liguria, il Friuli Venezia Giulia, la Lombardia, l'Umbria, la Sardegna e il Veneto. Si tratta di un progetto interregionale e ciò significa che le Regioni, grazie ai fondi erogati fino allo scorso anno dal Ministero delle attività produttive, hanno individuato nel cicloturismo un segmento foriero di possibili e importanti sviluppi per il turismo nell'intero paese. I progetti interregionali si dividono in due parti. Una parte consiste nelle iniziative di attività comune che vengono realizzate in tutte le regioni che aderiscono al progetto; la seconda parte riguarda invece iniziative specifiche che interessano il territorio della singola Regione aderente. Le attività previste dal progetto e sulle quali la Regione Toscana sta iniziando a lavorare vanno nella direzione della ricerca, dell'analisi e degli studi di fattibilità per quanto riguarda il contesto nazionale. Altre attività riguardano la promozione, le iniziative di sensibilizzazione e la partecipazione alle fiere di settore, agli incontri e ai workshop con i tour operator.

Quello del turismo in bicicletta è un settore di grande interesse non solo per l'intero paese ma anche per la Toscana che oggi registra presenze molto inferiori rispetto alle potenzialità che questo settore è in grado di sviluppare. Si parla di circa 200 mila presenze – una cifra stimata sicuramente per difetto – a fronte di un contesto nazionale in cui il cicloturismo attrae dei numeri che si aggirano intorno ai due milioni di presenze. In Europa sono oltre sei milioni. Nei paesi del Nord Europa la valorizzazione di questo tipo di turismo è stata realizzata di recente e oggi sta dando risultati molto interessanti per questi mercati.

Il desiderio è che anche per l'Italia il cicloturismo si traduca in una vera opportunità, anche sulla base delle sue molteplici valenze. È innanzitutto un prodotto che attrae un turismo lento, soft, un turismo che ama il contatto con la natura e che spesso interessa individui che, per il loro stesso approccio culturale, sono consapevoli di quali siano le parti di un territorio che devono essere privilegiate. Attraverso il cicloturismo è quindi possibile visitare il territorio in una maniera completamente diversa, in cui si dà una priorità alle risorse del paesaggio e alle sue bellezze e unicità ambientali.

Ma per una regione come la Toscana un prodotto come quello del cicloturismo ha anche un'altra efficacia. È infatti un prodotto che si integra pienamente con altri prodotti turistici già presenti nel panorama dell'offerta regionale e soprattutto in quei settori in cui si è cercato di affiancare ai prodotti più tradizionali quelli più innovativi. Il riferimento è in particolare all'escursionismo. A questo riguardo l'assessore regionale ricorda come una settimana prima sia stato presentato a San Marcello Pistoiese il regolamento regionale sulla rete escursionistica. Il trekking ha per certi versi delle forti affinità, nell'elaborazione dei percorsi e degli itinerari, con il cicloturismo. Anche il progetto relativo alla via Francigena, di cui la Regione Toscana è capofila, costituisce un prodotto turistico molto importante e può avere interessanti integrazioni con il cicloturismo. La via Francigena, per la configurazione geografica della Toscana, rappresenta una dorsale che attraversa il territorio toccando zone che spesso rimangono fuori dai grandi circuiti turistici legati alla cultura e all'arte, i due elementi che costituiscono il biglietto da visita della Toscana. La via Francigena può essere percorsa a piedi o in bicicletta e diventa una sorta di asse in cui innestare, nel tracciato toscano, altri circuiti o itinerari che consentono di fare emergere un territorio meno conosciuto ma non per questo meno ricco di risorse, di beni ambientali, di elementi storico-architettonici e culturali.

Su questo intreccio la Regione Toscana intende impostare la propria attività futura a partire dal prossimo Piano Regionale di Sviluppo Economico perché uno degli obiettivi è anche quello di far circolare meglio i flussi turistici presenti in Toscana, cercando di drenare i problemi di sostenibilità dei flussi che danno vita alle presenze turistiche nelle città d'arte toscane e valorizzando un territorio per certi aspetti più marginale. Un altro vantaggio è quello di avere la possibilità di sviluppare un turismo consapevole e di garantire presenze turistiche anche in termini qualitativi distribuite in tutto l'arco dell'anno grazie al clima mite della regione toscana. Tutti questi elementi sono alla base delle motivazioni che hanno spinto la Regione Toscana a lavorare su questo progetto.

Entrando nel dettaglio del progetto interregionale sul turismo in bicicletta, sarà presto avviata, prima

di iniziare lo studio di fattibilità che riguarda il territorio regionale, la ricognizione di tutto quello che è stato fatto negli ultimi anni. È noto che sono già stati realizzati interessanti iniziative perché in molti territori, come ad esempio a Siena, a Grosseto e di recente anche a Livorno, grazie agli sforzi dei Comuni e delle APT, sono state avviate progettazioni interessanti nel settore del cicloturismo.

Il lavoro di ricognizione è finalizzato anche a individuare quali siano le infrastrutture ad oggi dedicate al progetto. In questi anni la stessa Regione Toscana, tramite le risorse destinate dall'assessorato al turismo, integrate con quelle destinate dal settore ambiente, ha riservato alla realizzazione di piste ciclabili nel territorio regionale svariati milioni di euro che sono serviti a creare percorsi nuovi e a mantenere quelli già esistenti.

La Regione Toscana sta utilizzando un metodo di lavoro per cui, prima di promuovere un prodotto, è necessario agire sulla strutturazione del prodotto stesso e su questa adattare anche le attività degli enti locali. Non è un caso infatti che nel prossimo Piano di Sviluppo Economico uno degli obiettivi è quello di individuare, anche per quanto riguarda i finanziamenti a sostegno delle infrastrutture pubbliche del turismo, i modi in cui declinare i finanziamenti sulla base delle priorità di prodotto che sono state date. Per questo motivo se il cicloturismo, la via Francigena, gli Etruschi, l'escursionismo diventano le nuove priorità per accompagnare i prodotti tradizionali toscani è chiaro che su queste priorità la Regione indirizzerà anche gli sforzi e le risorse del territorio. Una volta che sono state individuate la priorità di prodotto e la priorità di intervento finanziario, saranno destinate le risorse a disposizione sull'attività di infrastrutturazione di questi prodotti e, nel caso specifico il cicloturismo, con la realizzazione degli itinerari, della segnaletica e degli altri strumenti di informazione di servizio.

Solo in una fase successiva l'obiettivo dell'amministrazione regionale sarà quello di passare alla fase della promo-commercializzazione, in cui si affianca al ruolo promozionale della Regione quella dei soggetti privati che hanno il compito di vendere pacchetti turistici che, tra le offerte, prevedono quella specifica del cicloturismo. Su questo sarebbe importante orientare anche gli interventi a sostegno dei soggetti privati, immaginando che le strutture ricettive sapranno anche presentare progetti cofinanziabili non in maniera diretta dalla Regione ma attraverso fondi di rotazione e l'abbattimento in conto interessi per la realizzazione, all'interno delle strutture, di servizi che si rivolgono a questo specifico target turistico, che richiede servizi e attenzioni particolari. La fase finale è quella della promo-commercializzazione perché si è di fronte a un mercato che deve essere intercettato e motivato. Queste attività possono essere estese anche alla parte comune del progetto nazionale che vede il coinvolgimento delle Regioni. Le risorse a disposizione non sono molte se si considera il numero delle Regioni aderenti e se si ricorda che la cifra di un milione e duecento mila euro individuata per questa prima annualità, frutto delle risorse che arrivano dal Ministero delle attività produttive e in parte dalla compartecipazione regionale, serve soprattutto per la fase di startup della cabina di regia nazionale.

Un altro aspetto importante sottolineato dall'assessore regionale, in riferimento soprattutto ai comuni attraversati dall'Arno, è che in questo periodo l'Associazione dei Comuni dell'Arno organizza, insieme alle associazioni di volontariato, ai territori e alle amministrazioni locali, una serie di iniziative che per il cicloturismo toscano rivestono un particolare interesse. Lungo l'asta dell'Arno in questi ultimi anni sono stati individuati finanziamenti che hanno consentito di abbinare il cicloturismo con le vie del fiume più importante del territorio regionale – e tutto ciò non solo perché quest'anno ricorre il quarantesimo anniversario della drammatica alluvione che sconvolse oltre a Firenze e alle zone limitrofe anche l'area meridionale della Toscana in particolare la provincia di Grosseto. Con l'Associazione dei Comuni dell'Arno la Regione Toscana ha realizzato un convegno che aveva l'obiettivo di mettere in rete e fare interagire quello che è stato fatto per l'edizione 2006 delle iniziative legate all'Arno con il progetto regionale e il progetto nazionale del cicloturismo. Quest'anno è stata realizzata una prima parte dell'itinerario che, nel momento in cui è stata censita e monitorata, ha fatto emergere che in Toscana già esistevano lavori di valorizzazione e di ricostruzione di itinerari legati al cicloturismo. Un esempio è dato dal lavoro della provincia di Pisa che per proprio conto ha realizzato una parte del percorso che, quando sarà concluso, interesserà tutti i territori che si trovano intorno a una risorsa ambientale straordinaria, caratterizzata anche dalla presenza di manufatti che arricchiscono il percorso anche da

un punto di vista storico. Un ultimo aspetto che viene sottolineato è che è necessario immaginare che, relativamente ai manufatti e alle grandi opere che si trovano nei nuovi itinerari del cicloturismo e delle interazioni che questi itinerari potranno avere con altri circuiti simili, tematici, già presenti nel territorio regionale, si possa anche fare un lavoro con gli enti locali finalizzato a ripristinare gli immobili esistenti e a dare loro la possibilità di avere una destinazione e una fruibilità di tipo turistico: oltre a centri di accoglienza, anche centri di informazione turistica, oppure ricoveri e ostelli per i turisti.

Tutto questo può rappresentare una straordinaria opportunità per un paese come l'Italia, caratterizzato da un insieme di risorse ambientali e culturali di straordinario valore; sarà una grande opportunità anche per le Regioni che aderiscono al progetto e per quelle che vi aderiranno in futuro. Tale opportunità consiste nel riuscire a incoraggiare lo sviluppo del turismo non solo nelle destinazioni più note, ma anche nelle zone di una Italia meno conosciuta, cercando di far crescere la sensibilità dei turisti verso un prodotto che per definizione è molto orientato alla sostenibilità.

Tutto ciò si deve accompagnare ad azioni che riescano a far crescere la sensibilità degli ambientalisti, in modo tale che non leggano la presenza dei turisti come una minaccia potenziale per le risorse ambientali e l'habitat di molte zone del paese.

L'assessore Annarita Brammerini termina il suo intervento augurando un buon lavoro a tutti i presenti anche nella parte pomeridiana del convegno in cui avrà luogo una tavola rotonda, augurandosi che dall'incontro di oggi, viste anche le presenze straniere, possano emergere esperienze e suggerimenti utili che consentano di investire su questo segmento recuperando anche il gap che finora ci allontana dai paesi del Nord Europa.

PRIMA SESSIONE

LE CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA ITALIANA DI ITINERARI E SERVIZI PER IL CICLOTURISMO



Paolo Tagliacarne

Associazione Nazionale Ciclo Motociclo e EICMA

Portai saluti di Costantino Ruggiero, presidente dell'Associazione Ciclo Motociclo. Da dodici anni Paolo Tagliacarne, che si occupa di marketing e comunicazione nello sport, è presidente dell'associazione sportiva Turbolento, e per EICMA da dieci anni organizza la manifestazione cicloturistica Pedalata Azzurra, che è legata al salone del ciclo. Secondo il relatore quello che sta alla base dell'associazione sportiva è la filosofia per cui la bicicletta è quasi uno stato mentale.

Paolo Tagliacarne fa un paragone per spiegare meglio questo concetto: se si chiede a Chuck Jones, il disegnatore di Willy Coyote, che cosa serve per disegnare un coyote lui risponderà che è necessario averlo dentro. Similmente, per l'Associazione Turbolenta e per il comitato organizzatore di Pedalata Azzurra, la bicicletta è qualcosa di estremamente intimo e personale. L'elemento che li ha sempre interessati è la definizione di percorsi ciclabili. La Pedalata Azzurra ha la caratteristica di partire da Milano città e – ricorda Tagliacarne – non è facile partire in bicicletta da una città come Milano.

Per ammissione del relatore, l'iniziativa è nata quasi per caso, nell'occasione in cui si era ritrovato ad accompagnare in bicicletta nelle zone fuori Milano degli amici che erano rimasti sorpresi dalla quantità e dalla piacevolezza delle piccolissime strade di campagna dell'hinterland milanese. In quel momento è nata l'idea, proposta poi alla Provincia di Milano, di creare una prima guida sulle strade della Pedalata Azzurra, otto itinerari molto dettagliati nella descrizione e con delle cartine piuttosto precise.

La Provincia di Milano ne fece stampare quindicimila copia, immediatamente diffuse. In seguito gli otto itinerari sono stati inseriti su Internet e improvvisamente è nato un mondo di contatti via web. A questo riguardo Internet è oggi lo strumento più valido per divulgare il cicloturismo perché tutto quello che è cartaceo rischia di invecchiare molto velocemente. Un esempio è dato dal fatto che molti degli incroci degli itinerari sono stati sostituiti da rotatorie. Se la correzione al cartaceo è complicata e costosa, la correzione su Internet comporta un intervento molto più agile, così come agile è e deve essere la bicicletta. Dopo questa prima esperienza, insieme a EICMA e alla Regione Lombardia, è stata proposta una serie di itinerari, chiamati "Le strade zitte", quelle strade cioè che oggi non hanno più niente da dire al traffico motorizzato.

Un altro aspetto importante è che l'attenzione da sempre concentrata sulla pista ciclabile, un concetto abbastanza ristretto, dovrebbe spostarsi al concetto molto più ampio di sede ciclabile. Le sedi ciclabili sono costituite dalle migliaia di chilometri di piccole strade di campagna, comunali o interpoderali, e da tutti gli argini dei fiumi. A tale riguardo è stato proposto un lunghissimo itinerario che da Milano arriva fino al mare Adriatico in base all'idea di "seguire l'acqua". Da Milano si può uscire lungo i navigli, seguendo l'Ambro e il Ticino e arrivando al Po. Da qui è possibile prendere un argine maestro, che è una naturale, meravigliosa e incredibile pista ciclabile. Da Cremona, Mantova e Ferrara si prosegue fino al delta del Po. In attesa di interventi strutturali, è possibile sfruttare quello che il territorio mette a disposizione.

Questa breve premessa è un elogio alla bicicletta e vuole essere un preambolo all'intervento vero e proprio. Il relatore mostra quindi alcune fotografie, come quella di Einstein in bicicletta, e viene citata una frase del grande scienziato: "il futuro prima che altrove è nella nostra testa". E così, per realizzare il cicloturismo, è necessario pensare a tutti i vari passaggi che servono ad arrivare a costruire un vero progetto. Viene quindi ricordata "La favola dei saltimbanchi" di Michael Ende – l'autore de "La storia infinita" e di "Momo": "quello che ignori non esiste" è una frase che serve a rammentare come fino a pochi anni fa il cicloturismo fosse quasi ignorato. Oggi si è superata la fase dell'ignoranza, e i convegni sul cicloturismo lo confermano, ma bisogna ancora arrivare alla frase finale: "nel creare è la nostra libertà". È necessario cioè creare le opportunità e le occasioni per costruire il cicloturismo. Viene citato Tolstoj con una frase ("tutti vogliono cambiare il mondo. Nessuno vuole cambiare se stesso") che si adatta molto bene alla realtà della bicicletta. E quindi: "non aspettiamo che il mondo cambi mettendoci nelle giuste condizioni per pedalare. Iniziamo a cambiare noi stessi salendo in bicicletta". Salire in bicicletta vuole dire cambiare il proprio rapporto con la strada, con il mondo e con le persone che si

incontrano. Vuol dire diventare parte dell'ambiente e di conseguenza imparare a rispettarlo di più. Già questo è un cambiamento di non poco conto. L'EICMA nel 2002 si è presentata con la seguente frase: "quando vedo un adulto in bicicletta non dispero più sul futuro del mondo". La bicicletta è libertà, amicizia, benessere e buonumore. Per questo, dietro a una persona felice, c'è sempre una bicicletta. L'intervento di Paolo Tagliacarne ritorna al tema centrale dell'incontro. Quest'anno, partendo dall'organizzazione della Pedalata Azzurra e quindi dalla parte più sportiva del cicloturismo, con EICMA è stata lanciata una iniziativa, dal nome Cicloturismo DOQ (Denominazione Organizzativa di Qualità), che cerca di mutuare le caratteristiche organizzative di una cicloturistica per avvicinarsi al turismo in bicicletta. Nel mese di maggio è stato organizzato un convegno a cui erano presenti il presidente della Federazione Ciclistica Italiana e il presidente dell'UDACE, i due massimi organismi del settore sportivo della bicicletta. L'idea era quella di avviare un nuovo percorso per la riqualificazione dell'offerta cicloturistica nazionale. Il titolo dell'incontro, "Milano Lombardia: Cicloturismo DOQ. La Pedalata Azzurra come modello di riferimento", enfatizza il legame tra il cicloturismo e una regione come la Lombardia o una città come Milano, che sembrano essere votate a tutto tranne che al turismo, fatta eccezione per il turismo congressuale. Eppure in Lombardia esistono moltissimi corsi d'acqua, tutti dotati di argini e di strade percorribili in bicicletta. A tre chilometri dall'aeroporto intercontinentale di Malpensa passa una pista ciclabile che corre lungo il naviglio grande e che porta al centro di Milano: sarebbe possibile parlare di Fly and Bike, una modalità capace di attirare i ciclisti a pedalare in queste zone. Nel 2003 una manifestazione milanese è stata gemellata con il Tour de l'Île de Montréal, forse la pedalata cittadina più partecipata del mondo, che è organizzata da un'associazione, la Vélo Québec, che svolge anche il ruolo di agente di viaggio con un'offerta che si divide a metà tra le destinazioni nel Nord America e le destinazioni europee. Tra le mete europee erano incluse due destinazioni italiane, una era la classica Toscana in bicicletta e l'altra era la Po Valley. Nel 2004 due gruppi di cinquanta canadesi, che hanno pagato 3.400 dollari a testa, sono stati accompagnati da Montréal a Malpensa e da lì fino a Cremona con un transfer in bus con il trasporto della loro bicicletta. Da Cremona hanno percorso l'argine del Po e in quindici giorni sono arrivati a Venezia. Questi sono solo alcuni esempi di realtà che già esistono.

L'ipotesi di lavoro del comitato organizzativo della Pedalata Azzurra è quella di diventare un motore e un promotore per il tanto auspicato fare sistema sul tema della bicicletta, qualunque essa sia: che si parli di sport, di salute, di svago o di mobilità. La missione dell'associazione è quella di rendere la bicicletta sempre più sicura, usata e divertente. L'associazione studia i regolamenti delle gare per migliorare le organizzazioni e studia le mappe per creare percorsi più sicuri e piacevoli. Sono stati inoltre individuati tre parametri di riferimento che dovrebbero diventare una codifica almeno nazionale per la definizione del DOQ. Il primo parametro è rappresentato dalla sicurezza del percorso e di chi pedala su quel percorso. Nel caso di una gara consiste nell'accompagnamento della polizia stradale o della scorta tecnica; nel caso di un itinerario fatto anche in autosufficienza, cioè senza accompagnatori, consiste nella scelta di percorsi a minor traffico e di strade che possono essere tranquillamente pedalabili anche se non hanno ancora l'onore di essere chiamate piste ciclabili. Il secondo parametro riguarda la piacevolezza del percorso e, parlando di turismo, è assolutamente superfluo spiegare che cosa questo significhi. Il terzo parametro è relativo all'accoglienza, che è un concetto mutuato dal turismo e che implica la presenza lungo il percorso di tutti i servizi che sono necessari al cicloturista. Si tratta ovviamente di servizi che devono essere segmentati in funzione dell'utenza cui è rivolto il percorso. Può essere una utenza fatta da giovani, da anziani, da famiglie con bambini, e quindi con necessità e bisogni differenziati e con una diversa richiesta di servizi. Deve inoltre essere garantita anche un'assoluta precisione e puntualità nelle informazioni che vengono date, ovviamente in più lingue.

Paolo Tagliacarne presenta quindi alcune conclusioni nate in occasione della giornata del quinto Eurobike Travel Talk di Friedrichshafen, che da cinque anni organizza una sezione dedicata al cicloturismo. L'utilizzo della bicicletta per fare turismo è una tendenza in crescita per diversi segmenti di pubblico che necessitano di offerte specifiche, mirate e differenziate. Il concetto di segmentazione del pubblico all'interno del vasto panorama del cicloturismo è stato evidenziato e sottolineato innumerevoli

volte in quel convegno, e va ben al di là della semplice distinzione tra mountain bike e bicicletta da strada. Ci sono in realtà molteplici segmenti a cui offrire pacchetti turistici specifici. La segmentazione per età o per fasce di reddito risulta un approccio vincente nella definizione dei prodotti offerti.

La prima motivazione per salire in bicicletta, cioè l'entry level della bicicletta, è tendenzialmente di natura sportiva. La migrazione verso il turismo, il cicloturismo, la vacanza in bicicletta o il wellness è un percorso assolutamente canonico che va di pari passo con l'età di chi si avvicina alla bicicletta. Quello tedesco è il più importante mercato europeo per il cicloturismo, mentre l'Italia rappresenta il sogno cicloturistico di tutti i tedeschi che, più per una sorta di prevenzione che di reale situazione, non la frequentano per la mancanza di un'offerta qualificata e strutturata. La grandissima maggioranza di chi professionalmente affronta il cicloturismo proviene dal settore turistico e non da quello ciclistico. Tornando ai segmenti e tornando anche alla Pedalata Azzurra, una prima grande distinzione che deve essere fatta è quella tra il cicloturismo sportivo, che è anche quello di minore interesse in questa sede, e il turismo in bicicletta, cioè il grande viaggio in bicicletta. Pensare in termini di segmenti aiuta a comprendere le esigenze degli interlocutori e quindi a dare delle risposte mirate. Il turismo in bicicletta oggi è sicuramente una grande opportunità e le opportunità devono assolutamente essere colte.

La definizione dell'itinerario è solo un punto di partenza se si vuole parlare di cicloturismo. È infatti necessario arrivare a offrire un pacchetto completo e dotato di tutti i servizi collaterali. La descrizione del servizio deve inoltre essere assolutamente precisa e dettagliata, con una parte di letteratura descrittiva del percorso e una cartina chiara e inequivocabile.

Viene quindi presentata un'ultima slide che vuole essere un quadro di riferimento molto generico e che riprende quel percorso indicato al Travel Talk di Friedrichshafen: ci sono i ciclisti sportivi, i cicloamatori che partecipano alla granfondo o alle gare con classifica, i cicloturisti, i giovani (che si avvicinano alla bicicletta attraverso la mountain bike, la BMX e il free riding) e poi ci sono tutti gli appassionati della vita all'aria aperta. Non bisogna disperdere questo enorme mercato potenziale, che deve invece essere indirizzato verso il cicloturismo e il turismo in bicicletta, la vacanza in bicicletta, con collegamenti al fitness, al salutismo, al wellness e al turismo termale.

Augusto Castagna

coordinatore dell'Associazione Italiana delle Città Ciclabili

Come spiega il relatore, Augusto Castagna, l'Associazione Italiana delle Città Ciclabili è un'associazione, nata nel 1990, che raggruppa una serie di enti locali e territoriali che promuovono l'uso della bicicletta in prevalenza nell'ambito urbano. Una risoluzione del 1986 della commissione trasporti del Parlamento Europeo rivolgeva un appello alle autorità nazionali, regionali e locali dei paesi membri per favorire piste ciclabili sicure e strutture per i pedoni, sottolineando anche che dovevano essere incoraggiati gli spostamenti in bicicletta in quanto sistema di trasporto che offre notevoli vantaggi ambientali.

Già in quegli anni nei paesi del Nord Europa la ciclabilità del territorio era un obiettivo degli urbanisti, dei trasportisti e degli amministratori pubblici. In Italia è passato invece molto tempo e i cambiamenti per limitare i livelli di congestione del traffico automobilistico si devono anche alle attività di promozione fatte dall'ANCMA (Associazione Nazionale Ciclo, Motociclo e Accessori), dalla Federazione Ciclistica Italiana, dalla Federazione Italiana Amici della Bicicletta e anche dall'Associazione delle Città Ciclabili. Il problema della ciclabilità ha fatto breccia anche in Italia e questo lo si riscontra nel lavoro di molti enti locali, Comuni, Province, Regioni, che si sono dotati di piani e progetti su cui stanno investendo anche parecchie risorse.

Per chiarire meglio questo aspetto viene citato un esempio tratto dal documento sulla mobilità della Regione Toscana: "il piano regionale della mobilità e della logistica fra le strategie che assicurano una mobilità ambientalmente sostenibile individua quella di favorire lo sviluppo degli spostamenti in bicicletta e riequilibrare e integrare così i vari modi di trasporto puntando a favorire lo sviluppo della rete di piste ciclabili e dei nodi di interscambio. La bicicletta dovrà essere considerata una componente

importante della modalità di trasporto”. Con un po’ di ritardo anche l’Italia è arrivata a raccogliere l’appello europeo del 1986 e, senza fare polemica sul ritardo nella presa di coscienza del problema, è doveroso sottolineare l’importanza di questo approccio.

A proposito del cicloturismo, Augusto Castagna ricorda che la stampa e Internet hanno riportato gli interventi alla conferenza nazionale sul turismo. In essa si è parlato poco di cicloturismo ma in molte relazioni ricorrono elementi di cui il relatore riporta la seguente citazione in cui è possibile sintetizzare le ragioni e gli scopi del cicloturismo: “la destagionalizzazione delle vacanze, il superamento della monocultura delle vacanze, la diffusione di metodi più sedentari di lavoro che richiedono come compensazione maggiore movimento nel tempo libero, il nuovo concetto del lusso per cui molti rifiutano il consumo vistoso e preferiscono coltivare l’intima gioia del silenzio, della tranquillità, della disponibilità di tempo e spazio, della sicurezza e dell’autonomia, della convivialità, dell’ambiente creativo, della bellezza; turismo consapevole che apprezza gli insiemi culturali, il silenzio, l’ordine, il rispetto dei luoghi, il buongusto e via dicendo”. Leggendo questi concetti, espressi da studiosi del settore, la domanda è se il cicloturismo possa coniugarsi con essi. La risposta è assolutamente affermativa. Il cicloturismo ha bisogno di itinerari, di servizi e di promozione. Il progetto nazionale e regionale sul cicloturismo corrisponde a questa impostazione e rappresenta sicuramente un notevole passo in avanti che farà recuperare il ritardo italiano rispetto ai paesi del Nord Europa, così da andare incontro alla domanda vastissima di questo tipo di prodotto. Gli itinerari, oltre che ricchi e interessanti, devono essere collegati tra loro e rappresentare l’ossatura nazionale di percorribilità ciclistica, una rete che da anni propone la Federazione Italiana Amici della Bicicletta.

Diverse associazioni hanno costituito CoMoDo (Confederazione per la Mobilità Dolce) nel cui ambito è stata scritta una proposta di legge di iniziativa popolare per il recupero dei sedimi delle ferrovie dismesse, da utilizzare come percorsi ciclopedonali. Si tratta di cinquemila chilometri che, come è facile immaginare, costituirebbero una rete ciclabile che interessa tutto il paese. Ci sono poi delle linee ferroviarie in funzione che potrebbero, con pochi interventi e molta promozione, diventare un ottimo servizio per i cicloturisti: la linea Aulla-Lucca, ad esempio, è lasciata a se stessa mentre in altri paesi europei sarebbe valorizzata al massimo. Viene quindi proposta una osservazione critica, ma in senso positivo, al piano interregionale sul turismo in bicicletta dal momento che dovrebbe essere aggiunto l’elemento del treno, delle linee e delle stazioni ferroviarie. In definitiva è in atto un lavoro apprezzabile per la ciclabilità. È un lavoro intenso e diffuso ma allo stesso tempo molto frammentato. Per questo motivo varie associazioni hanno scritto una lettera al presidente del Consiglio proponendo di costituire presso il governo un servizio nazionale per la bicicletta (servizio che da tempo esiste in altri paesi, Francia inclusa). Si intende anche promuovere per il prossimo anno una conferenza nazionale sulla bicicletta nell’ambito della quale sia possibile affrontare e sviluppare, contando anche sulla collaborazione dei presenti, l’aspetto del cicloturismo. Infine il relatore ricorda che nel prossimo mese di giugno si terrà a Monaco di Baviera Velocity, una manifestazione che viene organizzata ogni due anni in una città europea e che vede la partecipazione di settecento delegati in rappresentanza delle associazioni di ciclisti di tutta Europa. Anche quella può essere una occasione importante per presentare l’offerta turistica italiana sul cicloturismo.

Claudio Pedroni

presidente della Federazione Italiana Amici della Bicicletta

Secondo Claudio Pedroni una domanda da porsi è se il cicloturismo sia un turismo di nicchia oppure no. Probabilmente, se in Italia ci fossero condizioni diverse, potrebbe diventare un fenomeno più vasto, come succede in Austria, in Germania e in Svizzera, dove le quote percentuali di spesa di turismo legato alla bicicletta sono pari al 15, al 20 e al 25 per cento.

La Federazione Italiana Amici della Bicicletta è un organismo che unisce tanti gruppi sparsi in

Italia che si occupano di promozione dell'uso della bicicletta a tutti i livelli, ad eccezione di quello agonistico-sportivo. L'uso della bicicletta a livello turistico è particolarmente importante. L'interesse della federazione è particolarmente incentrato sul cicloturista lento, che percorre pochi chilometri in bicicletta ma per più giorni. Questo è un elemento che differenzia alcuni aspetti dell'attività cicloturistica sportiva rispetto all'attività turistica in bicicletta. Fino a questo momento si è parlato poco del fatto che il turista lento – il turista familiare, il turista che non ha particolari attitudini sportive – ha bisogno di un elemento fondamentale che in Italia ancora non c'è; ha bisogno cioè di una infrastruttura ciclabile protetta. La promozione non è quindi sufficiente se il ciclista non trova quando arriva in Italia, invece che venti chilometri di pista ciclabile, cinquecento o mille chilometri di pista. I tedeschi non vengono in Italia a pedalare per un motivo molto semplice, perché non ci sono le piste ciclabili. In Italia, nelle province di Trento e Bolzano, esiste la possibilità di pedalare per centinaia di chilometri su piste protette e in queste zone i cicloturisti tedeschi arrivano. Quest'anno sono stati registrati dai contatori delle biciclette più di un milione di passaggi, un dato assolutamente importante e significativo che dimostra che dove l'infrastruttura ciclabile è di qualità, in qualche modo e anche senza un'intensa attività di promozione, il cicloturista arriva e si ferma per alcuni giorni. La creazione di nuove infrastrutture è quindi l'elemento che servirà a far fare un salto di qualità al cicloturismo italiano.

La Federazione Italiana Amici della Bicicletta ha elaborato da qualche anno una proposta di rete ciclabile nazionale, denominata Bicitalia, che non è ancora stata assunta come progetto nazionale. Questo è un peccato perché in tutti i paesi dell'Europa del Nord in realtà esistono reti ciclabili nazionali con la dignità di infrastruttura paragonabile alle altre infrastrutture di trasporto. La proposta Bicitalia è di circa 15 mila chilometri di rete ciclabile, ossia il 5 per cento della rete stradale nazionale (la stessa quota è calcolabile per l'Austria, la Danimarca, l'Inghilterra, la Svizzera etc.). La rete Bicitalia, elaborata dalla Federazione Italiana Amici della Bicicletta, insieme anche all'Associazione Italiana delle Città Ciclabili, è stata consegnata come studio di fattibilità al Ministero dell'ambiente. Al suo interno è stato privilegiato un itinerario, denominato Ciclopista del Sole, che è la dorsale principale che unisce il Brennero alla Sicilia. Di essa è uscita recentemente anche una prima cartoguida che comprende il primo tratto dell'itinerario, quello che va dalla provincia di Bolzano fino a Mantova. La speranza è che nel giro di pochi mesi possa essere pubblicato anche il secondo volume del tratto che arriverà anche in Toscana. La Toscana è già stata interessata da alcune elaborazioni della federazione con una proposta di circa dodici anni fa in cui si individuavano almeno tre direttrici. La prima è la direttrice tirrenica, la seconda è la direttrice dell'Arno (con un'appendice dell'Alto Tevere), e la terza è la via Francigena pensata anche per il ciclista. La linea costiera risulta essere quella meno problematica per l'assenza delle pendenze, ma sono posti alcuni ostacoli dalla presenza dei fiumi da attraversare (il Serchio, l'Arno e l'Ombrone). Ci sono poi dei problemi abbastanza rilevanti a sud di Grosseto nel senso che esistono delle barriere fisiche che impediscono il collegamento tra Grosseto e Tarquinia. La linea costiera toscana ha quindi bisogno di una infrastruttura ciclabile che serva anche a unire piccoli tratti che esistono già nel livornese, nel grossetano e nel pisano. A questo riguardo viene rilanciata la proposta di Castagna: dal momento che la linea ferroviaria pontremolese è in dismissione, sarebbe opportuno rendere ciclabile il vecchio sedime. Questo intervento interesserebbe sia la parte di Massa che la parte di Parma, dove già alcuni tratti sono stati recuperati a ciclabile. In Toscana sarebbe opportuno, per lo sviluppo del turismo in bicicletta, operare interventi infrastrutturali tesi a creare una ciclabilità per tutti e non solo una ciclabilità specialistica. La FIAB ha fatto una proposta di segnaletica per gli itinerari ciclabili con il tentativo di risolvere alcuni problemi. Questo è uno scoglio da superare perché oggi il codice non consente di fatto la segnaletica per le biciclette. È stata inaugurata la rete Bicitalia che è inserita all'interno della rete EuroVelo, una rete europea con le stesse caratteristiche, una rete cioè che unisce tutte le capitali europee, già ben sviluppata nei paesi dell'Europa centrale e settentrionale e ancora non realizzata pienamente nei paesi dell'Europa del Sud. È infine importante considerare il turista in bicicletta come una persona normale che non deve fare troppe salite, che ha una bicicletta non particolarmente sofisticata. È a questo tipo di turista che sono abbinabili i grandi numeri e che potrebbe fare uscire il cicloturismo dalla nicchia in cui si trova.

Andrea Varagnolo
Faber Value

Andrea Varagnolo rappresenta uno studio di consulenza di marketing e relazione pubbliche per l'impresa e per il territorio con sede a Padova. Alpine Bike Park è un progetto che interpreta il cicloturismo come uno strumento per la valorizzazione del territorio. Nasce come modello applicativo di un progetto di marketing territoriale che si è concluso nel novembre dello scorso anno in Veneto, in particolare nelle aree dell'Altopiano di Asiago Sette Comuni e del Comelico e Sappada in provincia di Belluno.

La localizzazione di Alpine Bike Park è in due aree, una più allargata alla pedemontana vicentina, quella dell'Altopiano di Asiago, per una maggiore estensione della stagionalità del prodotto turistico, e l'altra è l'area del Comelico e Sappada nelle Dolomiti bellunesi. Lo scopo è quello di replicare nell'area veneta questo modello per andare a creare un'offerta turistica con gli stessi contenuti e gli stessi standard qualitativi nella fascia alpina e prealpina.

Gli obiettivi del progetto sono molteplici. Innanzitutto il cicloturismo permette di destagionalizzare e di controllare i flussi turistici secondo criteri di sostenibilità. Uno degli obiettivi del progetto è quello della ricerca di target a valore aggiunto, ossia dei target con una capacità di spesa interessante che possano portare i massimi benefici all'economia turistica delle aree interessate. Un altro obiettivo è quello di promuovere l'utilizzo della bicicletta in un'ottica sportiva e turistica. Ciò comporta anche un incremento della notorietà del territorio e dei flussi turistici e di conseguenza un aumento generale dei consumi nelle destinazioni turistiche, così come un potenziamento delle infrastrutture e dei servizi dedicati ai target di riferimento e quindi nuove opportunità occupazionali. Un elemento fondamentale è la nascita dei servizi di gestione del prodotto turistico: la manutenzione e la sorveglianza delle aree protette, l'attività di noleggio e di assistenza tecnica che stanno nascendo sui territori, le attività di accompagnamento turistico, i servizi di mobilità e di trasporto – sia dagli aeroporti principali ma anche all'interno delle aree stesse – l'organizzazione di eventi e lo sviluppo di nuove attività produttive di filiera. Con attività produttive di filiera turistica si intendono tutte quelle imprese piccole e medie, artigiane o industriali, che producono prodotti tipici locali di interesse per il turista.

La domanda del turismo sportivo risulta essere in forte crescita negli ultimi anni, non solo in Italia ma in tutta Europa. Esistono degli evidenti legami tra il turismo e lo sport in quanto entrambi sono una espressione dell'impiego del tempo libero da parte degli individui. Sulla base dei dati forniti dall'osservatorio nazionale per il turismo, nel 2005 tra il primo e il secondo semestre sono stati quasi un milione e mezzo i turisti italiani che hanno scelto la vacanza anche per motivo di sport.

La percentuale per quanto riguarda il mercato interno è tuttavia ancora bassa. Secondo i dati del Censis, solo il 3 per cento dei turisti italiani ha scelto la vacanza per motivi sportivi e questo indica che c'è ancora molto lavoro da fare per sviluppare questo tipo di domanda. Tra i turisti europei che scelgono l'Italia, la vacanza per motivi sportivi riguarda invece quasi il 18 per cento, con una prevalenza forte dei turisti provenienti dalla Germania. Il 25 per cento dei tour operator europei commercializza il prodotto turistico Italia come meta legata al tema dello sport. I principali sport scelti dal turista italiano sono, se si escludono lo sci alpino e lo sci di fondo, la mountain bike e il ciclismo (13,3%). La percentuale è invece del 26,6 per cento se riferita al turista straniero.

L'obiettivo di oggi è quello di individuare le principali linee di sviluppo di strutturazione dell'offerta turistica e vedere come questa sarà gestita prossimamente sul territorio, anche sulla base delle osservazioni dell'assessore Brammerini per cui il prodotto turistico prima di entrare in un programma promozionale deve essere organizzato e strutturato. Per quanto riguarda l'Alpine Bike Park, nel corso di questi anni è stata svolta una serie di incontri finalizzati alla condivisione e alla programmazione con tutti i soggetti territoriali presenti sui territori interessati. Sono stati definiti i contenuti dell'offerta e si è lavorato all'organizzazione del prodotto. È stato realizzato un business planning che prevede, in un orizzonte triennale, il raggiungimento dell'autosostentamento da parte del progetto. È stato sviluppato un piano di marketing e di comunicazione ed è stato costituito il soggetto gestore, creato attraverso la costituzione di un club di prodotto sotto forma di associazione, che vede al proprio

interno quattordici strutture ricettive alberghiere tra le due aree dell'Altopiano Asiago Sette Comuni e Comelico e Sappada, la presenza del consorzio turistico Asiago Sette Comuni che è promotore dell'iniziativa (e prossimamente anche il consorzio Dolomiti), i Comuni dell'Altopiano di Asiago e alcune tra le principali imprese di filiera del territorio. Le regole del Comelico come rappresentanza istituzionale del territorio del Comelico sono un'antica istituzione familiare, riconosciuta ad oggi da una legge regionale, di rappresentanza delle famiglie del territorio.

La strategia di Alpine Bike Park si sintetizza nell'impiego della mountain bike come strumento per la valorizzazione del territorio e definisce un nuovo concetto di prodotto turistico, che ha l'obiettivo di creare una forte identità, un prodotto moderno e organizzato e quindi appetibile per il mercato. All'interno di questo progetto c'è l'interesse a rilanciare il made in Italy attraverso i valori del territorio, del turismo e dei prodotti locali tipici. La scelta ricade sulla bicicletta perché questa è sinonimo di relax e di divertimento e è trasversale rispetto a diversi pubblici. Permette inoltre di raggiungere nuovi target, è un'opportunità per offrire nuovi servizi ed è il mezzo ideale per scoprire il territorio.

Alpine Bike Park è un progetto che copre più segmenti di mercato: innanzitutto le famiglie con bambini e la terza età, quanti cioè si avvicinano alla bicicletta secondo una logica di benessere, di relax e di divertimento; gli sportivi che invece utilizzano il mezzo secondo una logica di fitness e quindi con una pratica sportiva più intensiva; gli agonisti più orientati alla performance sportiva – questi costituiscono una piccola nicchia ma comunque sono un target di interesse di Alpine Bike Park; infine gli escursionisti e la nicchia dei free rider (all'interno del park si stanno approntando anche servizi di impianti di risalita per mettere a disposizione le piste che durante l'inverno ospitano gli sciatori). L'attenzione è rivolta anche alle aziende in quanto Alpine Bike Park si pone con un'offerta legata all'organizzazione di eventi, di workshop, di presentazioni di test di prodotto per le imprese private.

Per quanto riguarda invece i contenuti dell'offerta, sono disponibili più di 500 chilometri di percorsi di mountain bike tabellati. Il lavoro di tabellazione dei percorsi è in corso di svolgimento ma su una buona parte dei percorsi è già stato portato a termine. È importante sottolineare il tema della segnaletica dei percorsi in quanto è auspicabile arrivare a una definizione di uno standard che oggi non esiste né a livello italiano né a livello europeo. I diecimila metri di dislivello a disposizione dei biker non devono trarre in inganno perché in particolare il territorio di Asiago Sette Comuni è un territorio fortemente vocato al turismo della famiglia e al turismo wellness, in quanto ci sono moltissimi chilometri di piste e di percorsi senza eccessivi dislivelli e quindi a disposizione di un target più ampio. Esistono comunque anche percorsi per il free riding e per il downhill e la disponibilità di impianti di risalita in particolare sul monte Verena sull'Altopiano di Asiago e a Padola nell'Alta Val Comelico. È stato previsto anche un fun park, un centro di accoglienza specializzata con tutta una serie di servizi dedicati ai biker. Inoltre è stata messa a punto una sorta di carta di qualità alla quale tutte le strutture ricettive alberghiere aderenti sono tenute ad adeguarsi e buona parte di esse lo hanno già fatto. Ci sono spazi per l'animazione dedicati ai bambini per l'avvio alla pratica della bicicletta con itinerari per il ciclo-trekking e la disponibilità di guide e di accompagnatori in mountain bike. Questo è un elemento molto importante per lo sviluppo del cicloturismo all'interno delle destinazioni turistiche. Sarebbe auspicabile che fosse un tema di riflessione perché è necessario un lavoro complessivo e unitario per fare in modo che ci sia una garanzia adeguata di qualità nell'offerta cicloturistica. Un'attenzione particolare è stata prestata anche ai servizi di trasporto e di mobilità, di noleggio e di assistenza tecnica e al materiale informativo che deve essere cartaceo e GPS per i target più evoluti.

Al di là della priorità dedicata all'organizzazione e alla strutturazione del prodotto, sarà realizzata anche un'attività di promozione. Questa in realtà è già iniziata con la partecipazione, nel corso del 2006, ad alcune fiere. La promozione ha come mercati di riferimento l'Italia, intesa sia come mantenimento di quella che oggi è la domanda, sia come necessità di sviluppare la domanda stessa in una direzione di crescita sostanziale. Ma dovendo cercare un target in mercati dove i consumatori sono già presenti e disponibili, una priorità è anche quella di promuovere il prodotto nelle aree di lingua tedesca. Successivamente la promozione cercherà i mercati del Regno Unito e del Nord America. Gli strumenti promozionali sono i tipici strumenti di comunicazione (cataloghi, pieghevoli, advertising, un'attività

di ufficio stampa per una presenza sempre più consistente all'interno delle riviste di settore e non), Internet in quanto strumento di comunicazione agile, pratico, relativamente economico e fruibile da un target sempre più ampio, la partecipazione a fiere, workshop ed eventi, e l'organizzazione di educational rivolti sia alla stampa che agli operatori turistici. Infine per quanto riguarda il calendario, nel 2006 è in atto la fase di startup e l'obiettivo per il prossimo anno è quello di procedere nell'attività di consolidamento dell'offerta, di promozione, e di prenotazione dei mercati, per arrivare entro la fine del 2008 ad una gestione a regime. In questa fase si punterà all'autosostentamento del progetto e quindi a creare quella redditività che sia sufficiente almeno per coprire i costi e gli investimenti previsti.

Sabrina Orrù

Consorzio Ventuno - Regione Sardegna

Il Consorzio Ventuno è un'agenzia governativa della Regione Sardegna. Il progetto Sardinia Hike&Bike è stato promosso nell'ambito della strategia regionale di sviluppo del territorio della Sardegna. Si tratta di un club di prodotto, ossia di un network di strutture ricettive specializzate e di società di servizi che si sono impegnate nella costruzione e nella promozione di un prodotto turistico integrato, rivolto soprattutto agli appassionati del trekking, della mountain bike e quindi del cicloturismo.

Sardinia Hike&Bike è un progetto regionale che attualmente coinvolge trenta aziende, distribuite su tutto il territorio della regione Sardegna, di cui fanno parte strutture ricettive e società di servizi che si sono adeguate a dei requisiti stabiliti da un disciplinare di servizi che è stato studiato appositamente per rispondere ai fabbisogni della clientela potenziale. La missione è quella di costruire, sviluppare e affermare un'offerta di servizi specializzati mirati a soddisfare i bisogni dei turisti che intendono trascorrere una vacanza in Sardegna tra sport e natura. Si è pensato di sviluppare un prodotto di questo tipo proprio per destagionalizzare la presenza turistica. La Sardegna è infatti nota a tutti per la bellezza delle spiagge e del mare, che porta a una frequentazione turistica concentrata soprattutto nei mesi estivi. Era quindi necessario sviluppare un prodotto che consentisse di aumentare la presenza di turisti nei periodi di bassa stagione, cioè nei mesi che vanno da marzo a giugno e da settembre a dicembre.

Nella fase di studio e di sviluppo del progetto è stato innanzitutto individuato quali fossero le opportunità che la realizzazione di un progetto simile consentiva di prendere in considerazione. Dal momento che si tratta di un network di imprese, una prima opportunità di questo progetto è quella di consentire uno scambio di esperienze tra gli operatori. Ovviamente per la costruzione di questo progetto sono state fatte numerose riunioni alle quali partecipavano i vari operatori con la possibilità di scambiare le loro esperienze e le loro opinioni. Con la realizzazione di questo progetto è stato inoltre possibile differenziare chi aderisce al progetto rispetto ai concorrenti perché è un prodotto nuovo nel panorama dell'offerta turistica della Sardegna e perché è un progetto regionale, che riguarda cioè tutto il territorio. Altre opportunità erano fornite dalla possibilità di utilizzare i canali distributivi non tradizionali, quindi il canale di Internet, con un sito appositamente studiato, come strumento per la promozione del prodotto, dalla possibilità di creare dei pacchetti flessibili e combinati, sempre attraverso l'utilizzo del sito Internet, e dalla possibilità, attraverso la costruzione del disciplinare, di fidelizzare la clientela. Un'altra opportunità si lega alla maggiore visibilità del prodotto nei confronti delle istituzioni.

Nel percorso di costruzione di questo prodotto non sono stati assenti elementi di criticità. La Sardegna è una destinazione scarsamente proposta per il turismo sportivo. Non esistono figure professionali adeguate e guide specializzate e è assente un'integrazione con una offerta turistica di questo tipo. Vi è poi anche una carenza di infrastrutture (sentieri, cartellonistica etc.) e soprattutto c'è una scarsa abitudine delle persone a lavorare in gruppo. Nella realizzazione del progetto si è partiti da un disciplinare che tutte le strutture hanno condiviso impegnandosi a rispettare precisi standard di qualità. Gli standard di qualità sono quelli classici e riguardano la presenza di un garage e di un'area coperta dedicata alle biciclette per il deposito sicuro, un banco officina con l'attrezzatura di base, l'area dedicata al lavaggio e alla pulizia delle biciclette, i servizi di assistenza meccanica, un servizio di guide escursionistiche,

informazioni sul meteo e cartine dei percorsi.

Una volta costruito il prodotto è stata avviata la fase della comunicazione. Tra i primi strumenti che sono stati utilizzati vi è la creazione del marchio, cioè il logo di Sardinia Hide&Bike. È stata realizzata una cartina che è una sorta di brochure dove da una parte sono indicati gli itinerari e dall'altra si può trovare l'elenco delle società associate. È stato infine realizzato un sito Internet che, oltre a indicare l'elenco delle strutture ricettive e delle società di servizi che aderiscono al progetto, dà la possibilità di scaricare la mappa e la descrizione dettagliata del percorso degli itinerari per il trekking e la mountain bike. Attualmente sono scaricabili dal sito circa trenta itinerari.

Sono state quindi svolte azioni promozionali. Dopo un'attenta analisi, il primo mercato di riferimento è stato individuato in quello tedesco in quanto è un bacino storico di attrazione per la Sardegna e anche perché è ben collegato con il territorio grazie ai voli low cost. Essendo un'isola, si è reso necessario pensare a un mercato di riferimento che fosse anche ben collegato con il territorio. Il progetto è stato quindi presentato nell'ambito di alcune fiere specializzate a Berlino, a Düsseldorf e a Colonia. In queste occasioni è risultato evidente che il turista tedesco ama la Sardegna ed è interessato a trascorrervi una vacanza anche all'insegna dello sport e della natura. Sono stati realizzati degli educational tour per i giornalisti specializzati sia italiani che tedeschi. Per quanto riguarda le azioni future, l'intenzione è quella di ampliare il ventaglio dei mercati di riferimento, con un'attenzione particolare alla Gran Bretagna. Sarà importante anche incrementare il numero delle imprese e delle società che aderiscono al progetto e già una ventina di strutture ricettive hanno mostrato il loro interesse a aderire. C'è anche l'intenzione di specializzare e arricchire il prodotto realizzando nuovi pacchetti. Attualmente chi vuole venire in Sardegna utilizza il sito Internet per l'individuazione delle strutture ricettive, delle guide specializzate e per scaricare l'itinerario. Nel sito Internet saranno inseriti dei pacchetti in modo tale che siano disponibili al turista offerte più mirate e integrate. Sarà inoltre realizzato un grande evento di richiamo per gli appassionati del settore e si procederà a un continuo innalzamento dei livelli qualitativi dell'offerta anche con nuovi standard di servizi e il relativo adeguamento delle strutture al disciplinare. In conclusione, anche grazie al progetto interregionale, sarebbe auspicabile sviluppare questo progetto che consentirà di organizzare tutta una serie di attività di supporto e di sviluppo.

Vittorio Bugli

presidente dell'Associazione per l'Arno

L'Associazione per l'Arno è nata nel 2003 e raccoglie le associazioni ambientaliste e i Comuni delle tre province toscane che sono lambite dal fiume. L'idea di base dell'associazione è quella dell'Arno come una delle risorse principali della Toscana. Diventa quindi necessario che l'interesse sul fiume e sulla sua valorizzazione non provenga solo da parte delle istituzioni ma anche da parte di tutta la società toscana. In questi anni di vita dell'associazione sono state portate avanti varie iniziative di lobbying per il fiume. Quest'anno è il quarantennale dell'alluvione ma ancora oggi, e nonostante i molti interventi che sono stati realizzati nel corso degli anni, l'Arno rappresenta dei problemi di sicurezza per le popolazioni che risiedono lungo il fiume. Sono state realizzate anche iniziative di valorizzazione del fiume, la principale delle quali è la festa annuale dell'Arno che consiste in una carovana di ciclisti, podisti, cavalieri e canoisti che dal monte Falterona fino alla foce discende l'Arno in più tappe. In ognuna di queste tappe la carovana porta avanti iniziative di valorizzazione, attenzione, sensibilizzazione sui temi dell'Arno.

Il fiume Arno è indubbiamente uno degli itinerari più belli del mondo e è la risorsa principale della Toscana. È al fiume che si deve l'origine delle città e dello stesso Rinascimento. Anche come tributo all'importanza del fiume nella nascita e nello sviluppo storico della città di Firenze, sarebbe augurabile salvaguardare l'Arno e promuoverlo anche a fini turistici. L'associazione ha dimostrato che anche oggi è una realtà ambientale emozionante, in un percorso che parte dalle montagne del Casentino e dalle colline del Valdarno fino a raggiungere le città d'arte, che sono visibili da un punto di vista particolare, quello dell'argine del fiume, da cui si può ammirare la Toscana in un modo inedito e meraviglioso.

Percorrendo il fiume si riscopre la Toscana autentica, la buona cucina, si incontrano gli abitanti legati ancora alle tradizioni locali.

L'associazione ha cercato di concentrare gli sforzi per rimettere l'Arno al centro dell'attenzione facendo anche una proposta che riguarda la tratta che va da Firenze fino a Empoli-Fucecchio, e dove l'Arno incontra la Francigena. Circa due anni fa sono stati segnati con il GPS i punti del percorso della carovana della Festa dell'Arno così da avere un itinerario di riferimento. È stato anche proposto alla Regione Toscana un progetto di fattibilità per la realizzazione della pista ciclabile lungo il fiume. Al momento il percorso ciclabile non è completamente assente perché molte amministrazioni comunali e provinciali hanno già realizzato dei parchi fluviali e delle piste ciclabili sui loro territori. Si tratta quindi di colmare le lacune e di creare le infrastrutture nei punti in cui queste non esistono ancora. Attraverso il GPS, nel tratto da Firenze a San Miniato, è stato realizzato un lavoro più dettagliato su cui sono state costruite road book degli itinerari, cercando anche di determinare, insieme alle APT e ai Comuni, la presenza delle infrastrutture. Tutto questo è stato inserito su Google Earth. Sono state realizzate schede di proposte di percorsi e è anche presente un software che permette di suggerire, selezionando un punto di partenza e la destinazione, il percorso migliore da fare in bicicletta, a cavallo o a piedi, segnando i tempi e i punti critici.

Tutto il lavoro finora svolto troverà presto collocazione sul sito dell'associazione. Questo dovrebbe diventare il modello su cui costruire in seguito quello che manca, cioè la strutturazione di una cartellonistica adeguata, un problema che riguarda tutta la regione Toscana e che trova sicuramente una disponibilità alla realizzazione da parte dell'Associazione per l'Arno.

È necessario anche creare un'integrazione con gli altri mezzi di trasporto, primo fra tutti il treno.

In questo modo, per esempio, percorrendo l'Arno in bicicletta, una volta a Empoli, sarebbe possibile prendere il treno per raggiungere Siena. Serve l'integrazione anche con gli altri sani valori che si trovano lungo il fiume, a cominciare dal cibo perché lungo l'Arno ci sono dei prodotti tipici, come il fagiolo zolfino, che dovrebbero essere valorizzati.

In conclusione non è possibile perdere tutta una serie di opportunità, come quella data dal quarantesimo dell'Arno o dall'aver un assessorato regionale determinato su questi temi, dal piano di bacino, dalla presenza di una buona predisposizione del Consiglio Regionale, dalla Francigena su cui dopo anni si inizia a investire. Bisogna mettere mano alla realizzazione dei progetti facendo partire la macchina della rete delle piste. Le associazioni che sono intervenute a questo convegno sono pronte e ora è arrivato il momento di prendere iniziative concrete, attraverso anche un tavolo delle associazioni che può aiutare a portare avanti questo processo. Inoltre sono presenti al convegno anche tante regioni. Ogni regione è attraversata da un fiume più importante che rappresenta la storia, l'identità e la bellezza del territorio. Sarebbe quindi interessante realizzare una rete nazionale, poi da allargarsi anche a livello europeo, tra le associazioni e gli enti che si occupano dei percorsi lungo i fiumi e della valorizzazione dei fiumi.

A questo scopo è sufficiente contattare la pagina web di www.associazioneperlararno.it.

SECONDA SESSIONE

STRATEGIE PER LA PROMOZIONE DELL'OFFERTA ITALIANA DI CICLOTURISMO



Rocco Ruggiero

responsabile delle relazioni esterne della Federazione Ciclistica Italiana

Come afferma Rocco Ruggiero, la Federazione Ciclistica Italiana si sente parte del progetto sul cicloturismo. Arrivare a parlare di turismo in bicicletta, dedicare un'edizione della Borsa del Turismo a questo tema e tenere il convegno di questa mattina sono tutti elementi che indicano la volontà di cogliere un fenomeno in fortissima evoluzione. Una forte evoluzione dovuta anche al fatto che in questi anni la domanda di sport si è considerevolmente modificata, nel senso che molte più persone praticano sport in Italia. Si sono affacciati all'attività sportiva anche dei ceti e delle fasce di età che un tempo se ne sentivano escluse. Anche le modalità della pratica e le motivazioni sono cambiate.

Si sono soprattutto fatte avanti quelle motivazioni che, al di là del desiderio agonistico, sono più legate al benessere e al tempo libero. Le discipline che hanno avuto un maggiore sviluppo sono quelle che portano le persone a contatto con l'ambiente aperto. Fra queste il primato spetta alla bicicletta che oggi sta conoscendo una seconda giovinezza. La Federazione Ciclistica Italiana si sente artefice di questo cambiamento perché da anni lavora in questo senso. La sua missione è infatti quella dello sviluppo del ciclismo e l'Italia è campione del mondo anche in questa disciplina. Per una questione di passione ma anche per un intento promozionale, la federazione opera non soltanto per lo sviluppo del ciclismo come disciplina sportiva ma anche per fare in modo che il maggior numero di persone vada in bicicletta nelle modalità preferite. La bicicletta è sport, con tutto quello che lo sport comporta sul piano dell'educazione delle persone, ma è anche e soprattutto strumento di felicità, di apertura e di sviluppo sociale. La Federazione Ciclistica Italiana non è soltanto una grande organizzazione sportiva ma è anche un'organizzazione fortissimamente radicata sul territorio. Esistono comitati regionali e provinciali in ogni regione e provincia italiana. Tra i vari settori di attività della federazione c'è anche quello amatoriale-cicloturismo, che da una parte organizza le granfondo, che sono un po' la specialità della federazione, e dall'altra organizza anche attività di vero e proprio cicloturismo.

Nel convegno di questa mattina l'intenzione del relatore non è tanto quella di fare un intervento quanto quella di prendere nota di tutto ciò di cui c'è bisogno per migliorare il progetto modificando, laddove è necessario, anche il modo di intendere il cicloturismo. La federazione sta lavorando molto attivamente, tanto che ha promosso un'azione comune fra molte associazioni che a diverso titolo si occupano della promozione della bicicletta. Anche questa mattina erano presenti al convegno la FIAB, l'Associazione Città Amiche della Bicicletta, Euromobility – l'associazione che riunisce tutti i mobility manager italiani, cioè quei funzionari incaricati di sviluppare forme di mobilità sostenibile alternative alla vettura privata. È in atto un lavoro affinché si costituisca il servizio nazionale per la bicicletta, come precedentemente accennava anche Castagna nel suo intervento, e per organizzare una grande conferenza sulla bicicletta nella quale da vari punti di vista (sport, scuola, mobilità) verranno affrontate le problematiche relative allo sviluppo della bicicletta e alla possibilità che le persone hanno di utilizzarla anche nei loro spostamenti quotidiani. In questo modo le esperienze legate a ogni settore possono arricchire e rafforzare le azioni degli altri settori legati alla bicicletta. Evidentemente uno dei punti all'ordine del giorno di questa conferenza nazionale sarà indiscutibilmente il turismo e in particolare il cicloturismo.

Nella sua conclusione Rocco Ruggiero ricorda che la Federazione Ciclistica Italiana sarà anche all'interno della Borsa per il Turismo e sarà possibile entrare in contatto con essa presso lo stand allestito per avere informazioni su quale è il modo in cui la federazione può aiutare lo sviluppo del progetto sul cicloturismo.

Eugenio Magnani

direttore generale dell'ENIT

Finalmente – esordisce Eugenio Magnani – il turismo attivo si compone di fatti e non solo di parole. A Maresca, come ricorda il relatore, si sono festeggiati pochi giorni fa i cinquant'anni della “normativa

Maresca”, il modello che ha dato luogo alla codificazione della sentieristica nazionale. Anche questo evento concorre a rendere la Regione Toscana la grande protagonista di un desiderio e di un progetto che vuole organizzare tutti i sentieri della regione. Tutto ciò è estremamente positivo perché non c'è un modo migliore per scoprire in maniera nuova una terra già così tanto conosciuta come la Toscana, la regione più popolare e nota al mondo, la regione con la personalità più consolidata eppure anche con la capacità di proporsi in maniera assolutamente innovativa.

Già sedici anni fa, ricorda Eugenio Magnani, allora dirigente dell'ENIT a Londra, un tour operator alla prime armi, Alternative Travel, iniziò a promuovere il turismo escursionistico in Toscana, una regione che molto facilmente attirava le attenzioni degli inglesi, già amanti della Toscana e appassionati del camminare. La nuova agenzia nazionale del turismo che si occupa di promuovere il paese nel mondo desidera essere al servizio per alimentare sempre di più il sogno di un viaggio in Italia. Oggi le persone sognano di fare un viaggio, non una vacanza. Si è affermata nuovamente la bellissima tendenza di fare il percorso dei viaggiatori. Un esempio è dato dall'interesse dei viaggiatori verso i percorsi della Francigena dove, anche in questo caso, si è finalmente passati ad azioni concrete non solo grazie a un esame della problematica per mettere in piedi gli itinerari della via Francigena ma anche per far sì che la via Francigena diventi un fatto, diventi parte di questo sogno e possa essere presentata all'altezza di altri percorsi – una volta superate le note problematiche di carattere logistico, funzionale e organizzativo.

È anche indispensabile guardare alle esperienze di tour operator stranieri, come Alternative Travel per il turismo a piedi e Butterfield & Robinson, un preziosissimo tour operator americano che fa del turismo attivo e soprattutto del cicloturismo un prodotto di altissima qualità. Prima di tutto deve essere un prodotto affidabile dal punto di vista della sicurezza, qualitativamente all'altezza della concorrenza e capace di avere delle strutture incredibili. In Puglia Butterfield & Robinson ha organizzato dei percorsi cicloturistici meravigliosi che attraversano campi di ulivi secolari dove, se si vuole parlare di emozioni, ognuno può sognare di riconoscere il proprio albero. Oggi cioè bisogna puntare sulla strategia delle emozioni. Il viaggio deve essere emozionante però, prima di arrivare a comunicare le emozioni di questo paese, è necessario essere certi di non deludere sotto altri profili. È vero che in Italia ci sono tutti gli ingredienti sotto il profilo paesaggistico, archeologico e naturalistico, ma ci vogliono anche altre certezze in un settore, come quello dell'hike and bike, caratterizzato da una fortissima competizione. È necessario cioè che anche dal punto di vista organizzativo e qualitativo l'Italia non sia inferiore a nessuno e su questo aspetto è necessario lavorare ancora molto specialmente per quanto riguarda la segnaletica e la sicurezza. La via Francigena, ad esempio, passa sopra o sotto ad alcune autostrade e bisognerà riuscire a risolvere i problemi organizzativi e infrastrutturali senza deturpare le attese sotto il profilo emozionale. Un altro elemento fondamentale, che è stato sottolineato anche da Bugli, è un fatto unico in un paese come l'Italia, ossia il fattore umano. Il fattore umano italiano è unico nel suo genere ma deve diventare cosciente della sua possibilità di essere vincente nei confronti della concorrenza. La Costa Azzurra ad esempio sta lavorando molto sulla personalizzazione del servizio: un dato significativo è che lì adesso i camerieri dei ristoranti parlano anche l'italiano, un fatto che in passato sarebbe stato impensabile. Quando si parla di slow travel e di slow experience, si parla soprattutto della possibilità di vivere quello che la lentezza di un viaggio permette di vivere, non solo il paesaggio neutro, non solo un monumento visto da un'angolazione diversa, ma si vuole riuscire a vivere quello che il territorio esprime proprio perché andiamo lentamente. Si desidera entrare in contatto anche con la gente e la gente del luogo deve riuscire a comunicare con la consapevolezza che ormai il turismo è nei fatti uno dei pochissimi settori nel quale il governo vuole investire. A questo riguardo l'agenzia nazionale del turismo si troverà quest'anno con un finanziamento più che raddoppiato rispetto all'anno scorso. Questo è un segnale molto forte. Ecco perché bisogna trasferire in ogni settore della società il desiderio di coltivare la nuova vocazione al turismo dell'Italia. Detto in altri termini, è necessario conoscere le lingue straniere se è vero che le iniziano a parlare anche i francesi. Attraverso gli incontri slow con i turisti gli italiani devono essere capaci di comunicare le loro storie, che poi sono le storie del territorio. Ad esempio, se il turista percorre l'Arno ma non riesce a comunicare con la popolazione che vive lungo le sue rive, non può assorbire la ricchezza dell'ambiente che lo circonda, e può rimpiangere

di non essere andato a trascorrere la sua vacanza nella grande città, chiuso dentro a un museo, attaccato alle cuffie che permettono le traduzioni simultanee. Il cicloturismo non sarà mai un prodotto di massa, anche se avrà dei numeri molto consistenti. L'Italia deve però avere la capacità di distribuire su tutto il territorio queste bellissime ed eccezionali differenze che possono fare di questi territori delle eccellenze, eccellenze tipicamente italiane – se il desiderio è di venderle nel mondo. Nel mondo oggi c'è voglia di emozioni italiane.

L'agenzia nazionale si sta riorganizzando e avrà un nuovo consiglio di amministrazione con tutti i soggetti protagonisti del turismo, le Regioni, le imprese e il governo centrale, per realizzare politiche che permettano di andare a conquistare delle attenzioni e delle sensibilità da parte di quegli operatori che non necessariamente devono essere vicini. È importante dare emozioni. Sicuramente ci si può riuscire in ogni parte d'Italia ma gli ingredienti devono essere molto ben scelti e molto ben curati. Devono essere molto genuini e sicuramente essere seguiti da professionisti. I professionisti devono trovarsi in ogni livello del prodotto. È importante quindi trasferire in ogni fascia dell'accoglienza un'alta qualità dei servizi e il vero piacere di servire – perché è questo oggi il turismo. In questo modo il paese riuscirà a catturare molte attenzioni. In conclusione, le emozioni sono l'unico vero ingrediente che può far vincere l'Italia rispetto alla concorrenza. Italian emotions in motion sarà lo slogan vincente del cicloturismo e di tutto il turismo attivo italiano.

Fiorenza Guerranti

direttrice dell'APT della Provincia di Siena

Indiscutibilmente la Toscana è una destinazione di eccellenza per il turismo in bicicletta nel panorama italiano, ma è necessario riconoscere che soltanto negli ultimi anni si è avviato un vero e proprio lavoro di organizzazione per fornire quelle garanzie e certezze che anche il direttore dell'ENIT prima ricordava e che cercano anche i tour operator.

A partire dal 2000 le tre APT che si occupano di promozione turistica in provincia di Siena hanno deciso di lavorare per costruire un prodotto turistico destinato a questo target. Nei lavori di progettazione e costruzione di prodotti cicloturistici presentati a questo convegno dalla regione Sardegna e da Asiago sono stati ben messi a fuoco i bisogni, gli obiettivi e gli strumenti che sono necessari per realizzare un prodotto turistico destinato a questo particolare target. Chi si occupa di promozione turistica ha il dovere di lavorare per una promozione che ha la sua centralità nella costruzione di un prodotto turistico. Viene richiesto di lavorare adottando una strategia delle emozioni, ma è necessario avere anche la capacità di offrire servizi certi, personalizzati o personalizzabili per i vari target. Scegliere di lavorare per un prodotto turistico destinato ai cicloturisti per la Provincia di Siena, come probabilmente per il resto della Toscana, è stato estremamente facile perché corrispondeva a pieno alla scelta dell'obiettivo di affermare un turismo sostenibile, un turismo quindi attento, come più volte è stato sottolineato. Questo tipo di turismo richiede da un parte un lavoro assiduo e costante di qualificazione dell'offerta, e quindi la costruzione di un club di prodotto, e una certa sensibilità negli operatori turistici.

Dall'altra parte è necessario anche lavorare per affermare e sviluppare una domanda di qualità, realizzando un atteggiamento costruttivo e positivo nella ricerca della domanda più idonea alle scelte strategiche in campo turistico.

Per quanto riguarda il lavoro che è stato fatto dalla Provincia di Siena, Benvenuti Ciclisti e Terre di Siena sono il logo che oggi contraddistingue circa 150 imprese dell'ospitalità, dagli alberghi agli agriturismo alle case-vacanza. Il lavoro svolto dall'APT di Siena è stato quello di definire servizi personalizzati e personalizzabili necessari a questo particolare target. I servizi per il cicloturista riguardano depositi per le biciclette, la dotazione dell'attrezzatura di officina, l'informazione sui percorsi di zona, una ristorazione adeguata, la disponibilità di lavanderia, la possibilità di un'area per il lavaggio biciclette, il servizio di noleggio bici, il servizio di accompagnamento e guide, l'angolo dell'escursionista, la postazione Internet, l'assistenza in caso emergenza. Sulla base di queste esigenze è stato costituito un

circuito di strutture selezionate sul fronte dell'offerta.

È stata inoltre selezionata una serie di percorsi seguendo criteri che non puntano al bisogno di realizzare nuove piste ciclabili ma che rispondono al desiderio di valorizzare il patrimonio ambientalistico locale, ossia l'icona per eccellenza del paesaggio toscano, la strada bianca. Questa è stata una scelta forte e coraggiosa da parte delle amministrazioni locali perché gli investimenti che occorrono per mantenere questo reticolo di strade sono molto consistenti. Inoltre è una scelta che deve interagire con la pressione proveniente dalle imprese e dalle strutture per l'agriturismo che si trovano in campagna, che premono affinché le strade bianche siano sempre più asfaltate. La convinzione dell'APT di Siena e dell'amministrazione locale è invece che proprio nella conservazione delle strade bianche risieda la vera ricchezza e che ciò sia un valore aggiunto che la Toscana può giocare anche in questo segmento, a differenza di altre aree italiane e internazionali. Con la collaborazione delle associazioni locali, della FIAB, del Parco Ciclistico del Chianti e delle tante associazioni di volontariato che hanno la conoscenza del patrimonio di strade bianche, di percorsi e di itinerari, è stato selezionato quello che era considerato il meglio per chi vuole fare turismo in bicicletta in provincia di Siena. Sono stati quindi scelti dai due ai tre itinerari per ognuna delle otto aree turistiche di Siena. Fatta questa scelta, che si è caratterizzata per la preferenza verso la strada bianca, gli strumenti promozionali sono quelli, ricordati anche nei precedenti interventi, che riguardano il classico materiale stampato, la realizzazione di una campagna di stampa, la partecipazione alle borse (all'EICMA e altre), e soprattutto, essendo un prodotto per un target che esprime una certa modalità di fare turismo, la realizzazione di un canale Internet dedicato.

Indubbiamente tutta la strategia di promozione per le Terre di Siena, che enfatizza l'integrazione e l'eccellenza di un territorio nella sua globalità, caratterizza anche l'offerta per il cicloturismo. Con la stessa modalità sono stati realizzati prodotti destinati alla famiglia e prossimamente sarà oggetto di presentazione a Verona anche un progetto per il turismo equestre. Un turismo per target e un turismo lento e attento necessitano di una stessa metodologia che dal 2000 è applicata al cicloturismo ma che sta trovando applicazione, auspicabilmente con lo stesso successo, anche ad altri segmenti.

Fiorenza Guerranti mostra alla platea la home page del sito che è stato realizzato. Gli elementi più importanti riguardano la sezione itinerari in cui si prevedono percorsi giornalieri e percorsi di più giorni, come il giro delle Terre di Siena. È importante avere una proposta di itinerari il più possibile certi e riconoscibili e la segnaletica in questo caso è davvero un elemento fondamentale. Gli itinerari devono essere di alta qualità e molto belli da un punto di vista emozionale, ma devono essere anche sicuri e consentire gradi diversi di difficoltà: sono stati perciò selezionati itinerari per principianti, per famiglie e per esperti. I percorsi brevi, i cosiddetti percorsi a margherita o circolari, permettono di rientrare all'agriturismo o all'albergo nella stessa giornata. Per i percorsi di più giorni diventa indispensabile avvalersi della disponibilità delle strutture ricettive ad ospitare anche per una sola notte – e per le strutture di agriturismo è noto che questa possibilità non è così scontata. Tuttavia, per chi partecipa a un itinerario selezionato che fa parte di un club di prodotto, questa è una garanzia. È importante incoraggiare i percorsi più lunghi, quelli cioè che presuppongono un periodo più lungo di giorni di vacanza, perché permettono di sperare in un turismo che, fidelizzandosi, ritorna più volte nell'arco dell'anno. Un'altra sezione interessante del sito Internet è intitolata "ospita in bici", in cui sono contenute tutte le informazioni e i dettagli sulle strutture ricettive che fanno parte del circuito selezionato. Per i percorsi giornalieri il sito fornisce semplicemente un elenco degli itinerari in base a un motore di ricerca che può essere interrogato a seconda dei bisogni e delle capacità, con la possibilità di cliccare sulla mappa e sulla scheda. La scheda presenta le informazioni tecniche in prima battuta, il riferimento alla tipologia dell'itinerario e mette in risalto le bellezze di ogni percorso, che cosa è possibile fare in quel percorso, dove è meglio pranzare o gustare un bicchiere di vino particolare. La presentazione degli itinerari è realizzata con notizie tecniche di dettaglio e di supporto per il turista ma anche con notizie classicamente turistiche di informazione. È anche possibile avere una cartografia del percorso in due versioni, una versione in statico e una in dinamico, cioè georeferenziata. Cliccando su "vai alla navigazione geografica" si ottiene una cartografia diversa, dove è anche presente l'altimetria; dove vi sono le classiche voci riferite alla geo-navigazione è affiancata la possibilità di poter scegliere dove

dormire con un range di distanza da ogni percorso che va da uno fino a dieci chilometri. Selezionando, si arriva a un elenco delle strutture che sono all'interno della distanza voluta, cliccando sulle quali è possibile ottenere tutte le informazioni della struttura ricettiva con un link attivo anche alla struttura in riferimento ai servizi che fanno parte di un decalogo di comportamento. A questo riguardo, tra i dodici servizi contemplati, sono stati stabiliti cinque servizi obbligatori per avere una garanzia minima di servizi di un certo tipo.

Arrivati a questo punto Fiorenza Guerranti si sofferma su un percorso particolare sottolineando anche come sia già stato ricordato nei precedenti interventi quanto sia importante lavorare su eventi dedicati a questo segmento. La provincia di Siena ha infatti la fortuna di ospitare un evento veramente speciale, che va sotto il nome di Eroica e il cui slogan è "L'Eroica: un viaggio a pedali". L'Eroica è una gara cicloturistica d'epoca che quest'anno costituisce una offerta turistica a 360 gradi. Per questo percorso è stata realizzata una segnaletica permanente. Il percorso, lungo più di 200 chilometri e nella grandissima maggioranza su strade bianche, consente di promuovere alcune delle più note realtà della provincia di Siena, dal Chianti passando dalle Crete fino a Montalcino. Attraverso un investimento che l'APT di Siena ha voluto realizzare è stata predisposta una segnaletica che è stata inaugurata quest'anno in occasione dell'evento. Si tratta di una segnaletica turistica perché non è stato possibile fare altro: la segnaletica è un argomento su cui davvero sarebbe necessario discutere. Fortunatamente l'Eroica è un logo per cui è stata semplicemente usata l'icona della bicicletta e il nome dell'Eroica contraddistingue topograficamente tutto il percorso non solo con frecce ma anche con dei pannelli che segnalano la distanza, anche progressiva, tra i vari punti. Con la segnalazione del percorso dell'Eroica inizia una nuova fase perché attraverso gli elementi che sono stati realizzati per questo percorso è possibile non solo dare maggiori garanzie ai suoi fruitori ma anche strutturare un'offerta turistica a tutto tondo.

Per concludere Fiorenza Guerranti sottolinea una caratteristica che non appartiene solo a Siena e che è la scarsa abitudine degli operatori a concepirsi come filiera, club di prodotto o circuito selezionato. Per questo, nonostante l'adesione di 150 aziende, è ancora molto il lavoro da fare prima di riuscire a creare la concezione condivisa di essere parte di un'offerta unica che si affaccia al mercato.

Angelo Berlangieri

assessore al turismo del Comune di Finale Ligure

Angelo Berlangieri presenta un progetto nato circa un anno fa in provincia di Savona e che vede il Comune di Finale Ligure come capofila. Il progetto, che si è strutturato nel territorio della Comunità Montana del Pollupice, pone al suo centro il cicloturismo, soprattutto per quanto riguarda le attività legate alla mountain bike e al free riding, ma è ben più articolato dal momento che prende in considerazione non soltanto l'aspetto cicloturistico ma tutto l'aspetto turistico legato alle attività sportive outdoor.

La Riviera dell'Outdoor è un sistema di prodotto turistico che ha come target di riferimento tutto il turismo legato alle attività sportive all'aria aperta, e quindi non semplicemente quello con una connotazione cicloturistica. In questo territorio vi sono circa 700 chilometri censiti di sentieri per la mountain bike e il free riding, sicuramente i due elementi di punta dell'offerta turistica del comprensorio, ma viene dato spazio anche ad altre attività come il free climbing, un altro must di questo ambito territoriale, il trekking e le attività sportive, come il diving, il wind surf e la vela, che si possono fare lungo tutto il territorio costiero del comprensorio della Riviera dell'Outdoor. Questa varietà è consentita dalla particolare conformazione fisica del territorio che si presenta come una montagna che bagna i suoi piedi in mare: ciò permette di realizzare un'integrazione particolarmente interessante tra l'offerta turistico-sportiva della costa e quella dell'entroterra. La Riviera dell'Outdoor nasce come sistema di prodotto con un obiettivo strategico generale di destagionalizzare l'offerta turistica e di creare l'integrazione fra la costa e l'entroterra. Un elemento particolarmente sentito in Liguria è anche quello di creare una sinergia tra pubblico e privato e di dare vita a un turismo slow di tipo sostenibile, che vive le emozioni dei luoghi e dei territori – l'elemento di identità e di forza dell'offerta turistica.

Al di là degli obiettivi strategici generali, il fine del progetto è quello di cercare di lavorare in maniera da distinguere chiaramente i ruoli e le funzioni di tutti gli attori coinvolti. I promotori della Riviera dell'Outdoor sono il Comune di Finale Ligure, la Provincia di Savona, la Comunità Montana del Pollupice, gli altri 22 Comuni del comprensorio, il Coni e le sezioni locali di rappresentanza provinciale savonese del Comitato Italiano Paralimpico. Il comprensorio è stato costituito attraverso una sottoscrizione di un protocollo d'intesa tra tutti gli enti pubblici. È stata scelta la strada del protocollo d'intesa, e non quella della costituzione di organismi più articolati come i consorzi o le associazioni tra Comuni, per un motivo molto semplice, che era quello di dare vita a uno strumento estremamente snello, rapido, flessibile che evitasse la costituzione di ulteriori sovrastrutture come un consiglio d'amministrazione, un presidente, un direttore, e altre questioni che rischiavano di ingessare l'attività amministrativa e l'azione operativa e pragmatica sul territorio. In sintesi è stato seguito il criterio dei distretti, come i distretti socio-sanitari, con un soggetto capofila e con gli altri soggetti pubblici che partecipano a un comitato di coordinamento e a un'assemblea dei sindaci per la fase di programmazione e di indirizzo generale dell'attività.

Il ruolo e lo scopo degli enti pubblici sono quelli di implementare i servizi e le infrastrutture di tutti i siti che compongono il comprensorio della Riviera dell'Outdoor. Il primo lavoro che è stato fatto è stato quello di censire tutto quello che esisteva sul territorio di realmente fruibile e di potenzialmente fruibile perché in fase di progettazione o in fase di esecuzione. Fatto il censimento dei siti e delle infrastrutture esistenti, tutti gli enti pubblici partecipanti al protocollo d'intesa si sono presi l'onere di mantenere l'esistente in modo tale che i siti promossi fossero fruibili e utilizzabili dal turista. Il Comune di Finale Ligure, a questo riguardo, ha emanato un bando con il quale ha messo a manutenzione ordinaria cento chilometri di reti necessarie per l'attività della mountain bike e del free riding per quanto riguarda il cicloturismo. Un altro aspetto portato avanti dagli enti locali riguarda la progettazione, di cui sarà chiesto il cofinanziamento alla Regione Liguria, per le opere di manutenzione straordinaria delle pareti di roccia per il free climbing nell'ambito territoriale interessato e per gli interventi nella realizzazione di una serie di servizi e di infrastrutture ex novo, come la segnaletica. Anche in Liguria c'è il problema di una segnaletica che è priva del riconoscimento nazionale e internazionale per cui si realizza una progettazione locale che poi non trova corrispondenze in altri ambiti territoriali. Effettivamente, se il coordinamento interregionale riuscisse a dare degli indirizzi su quale segnaletica utilizzare, sarebbe un grande vantaggio perché verrebbe data una informazione omogenea ai turisti italiani e soprattutto stranieri, ancor meno interessati alle divisioni regionali. Agli enti pubblici spetta anche la promozione generale della Riviera dell'Outdoor. La Liguria è adesso in una fase transitoria e forse anche un po' confusa perché si stanno chiudendo le aziende di promozione turistica. Dal primo gennaio 2007 cesseranno la loro attività e nasceranno i sistemi turistici locali. Comunque l'ambito comprensoriale si sta organizzando, moto suo, per preparare un'attività di promozione nell'ambito della Riviera dell'Outdoor indipendentemente da come le cose si andranno strutturando nei prossimi mesi.

Per quanto riguarda i ruoli e le funzioni dei privati, ovviamente il mondo delle imprese si deve curare di fare ospitalità attraverso la costituzione di un club di prodotto che presenta le connotazioni già viste in questo convegno, con una carta dei servizi che ripete il disciplinare già presentato da altri relatori. In Liguria si è iniziato con un centinaio di aziende che avevano manifestato la volontà di aderire. Tutte queste aziende sono state oggetto di valutazione e di selezione preliminare relativamente alla loro offerta incrociata con la carta dei servizi e con i requisiti di qualità. Sono risultate idonee trenta aziende che stanno partecipando a dei corsi specifici di formazione per imparare a gestire questo particolare tipo di turismo, anche se alcune di queste lo fanno già spontaneamente e da tempo. Queste trenta aziende costituiranno un club di prodotto che è in fase di costituzione e che verrà istituito entro la fine di questo mese. Il comprensorio della Riviera dell'Outdoor si occupa della fase iniziale di startup del sistema di imprese, in quanto organizza per la prima annualità, in maniera gratuita e attraverso una società di consulenza, una serie di azioni per la commercializzazione per l'anno 2007. Ovviamente ciò avviene nel rispetto della distinzione delle competenze. Alla parte pubblica spetta la promozione del territorio e la parte privata si deve occupare della commercializzazione e della vendita dei prodotti. Sarà

anche realizzata una piccola brochure e le imprese saranno inserite nel sito, che è attualmente in fase di costruzione, del comprensorio della Riviera dell'Outdoor.

Accanto ai privati che si occupano dell'ospitalità, nel territorio esiste una serie di enti e di associazioni che si occupano di servizi outdoor, la scuola di vela, il circolo nautico, le guide per l'arrampicata, le scuole di diving. Queste associazioni sono anch'esse sottoposte a un processo di valutazione attraverso una carta dei servizi analoga a quella in vigore per le strutture ricettive. Anche in questo caso la selezione è rigorosa e quindi alla fine sono solo una ventina gli enti e le associazioni che corrispondono ai requisiti. Questi enti e associazioni si organizzeranno a breve nel centro servizi della Riviera dell'Outdoor che fornisce tutti i servizi legati alla fruizione degli sport all'aria aperta che si possono svolgere in questo ambito territoriale. Il centro servizi avrà delle aree di azione e di operatività che sono denominate le porte dell'outdoor. Per fare un esempio, nel comune di Finale Ligure esistono già due porte dell'outdoor funzionanti. Una è il bike park di Finale Ligure legata alla mountain bike, al free riding e al trekking. In questa porta si trovano le informazioni, un'area servizi, un'area parcheggio, le navette per andare sul territorio per fare le attività, il noleggio delle biciclette, l'officina, lo spogliatoio, una palestra di roccia artificiale, una pista per fare attività di mountain bike estrema. Accanto a questa porta outdoor dell'entroterra, sulla costa è stato aperto il centro nautico finalese che è la porta outdoor per il mare, dove si trovano informazioni e servizi per le attività di diving, vela e windsurf. In conclusione, ripartendo in maniera precisa e netta le funzioni tra la parte pubblica e la parte privata, l'obiettivo è quello, entro la fine del prossimo anno, di costituire il primo sistema di prodotto turistico ligure, con la speranza che diventi uno dei punti di forza e di riferimento dei nascenti sistemi turistici locali. Questo sistema di prodotto nasce dal basso attraverso la concertazione tra pubblico e locale e fra tutti gli attori. È attualmente in una fase più avviata rispetto allo startup ed è un progetto ambizioso perché non si lega solo alla tematica del cicloturismo.

Cinzia Confortola

*coordinatrice generale 2005 UCI MTB& Trials World Championships
e attuale direttore marketing dell'APT di Livigno*

Dopo aver parlato di sport e di emozioni, sicuramente quella dei campionati di mountain bike è un'emozione mondiale in tutti i sensi. Le attività all'aria aperta possono essere slow e lente ma possono anche essere veloci, come veloce è una competizione. Si tratta di una competizione che tuttavia non è stata fine a se stessa per il territorio di Livigno e che bensì ha rappresentato un evento adatto a promuovere un prodotto turistico che, come hanno fatto le altre regioni, anche Livigno ha costituito.

Cinzia Confortola mostra al pubblico la presentazione video del mondiale, la sintesi di un grande evento che raccoglie in sé tutta una serie di progettualità. Questo grande evento sportivo ha infatti rappresentato per Livigno una grande opportunità per il turismo, con effetti rilevanti di medio e lungo termine. Anche lo sport parla attraverso il messaggio delle emozioni e come tale rimane molto bene impresso nella memoria di chiunque lo viva o lo possa sperimentare – come è facile capire dalle immagini che sono state trasmesse. Livigno, un paese alpino di cinquemila abitanti, ha un comparto turistico ben sviluppato, con cento alberghi e novecento appartamenti per un totale di 12 mila posti letto e con delle presenze che si attestano intorno a un milione. Tuttavia la maggior parte delle presenze si concentra nel periodo invernale lasciando dei grossi punti di debolezza nella stagione estiva che, come succede per molte altre località alpine, presenta tassi di occupazione molto bassi, spesso legati a brevi periodi durante il mese di agosto. In questo periodo si realizza anche una ridotta internazionalità, con un target prevalentemente italiano.

La relatrice presenta dei grafici da cui si desume che esiste un'alta concentrazione nel mese di agosto con dei tassi di occupazione che solo in pochi giorni dell'anno raggiungono cifre soddisfacenti. Da un confronto con i tassi di occupazione invernale, la stagione estiva risulta essere estremamente sofferente rispetto alle potenzialità della località. Per ovviare a questa situazione la scelta è ricaduta

sulla promozione di un prodotto turistico legato alla mountain bike. Non solo infatti è uno degli sport a più larga partecipazione, ma l'aspetto interessante per le località alpine è che esiste un crossover tra i praticanti di mountain bike e i praticanti dello sci che consente di parlare allo stesso target. Risulta infatti che il 68 per cento di quanti praticano lo sci alpino o lo sci nordico pratica anche la mountain bike. Sostanzialmente occorre quindi sfruttare questo potenziale. È sufficiente ricordare che anche lo sci era inizialmente un mezzo di trasporto e poi, attraverso i grandi eventi, è diventato uno sport sempre più popolare. A partire dalle prime olimpiadi del 1936 e successivamente, con l'organizzazione delle località e la costruzione delle infrastrutture come gli impianti di risalita, si sono sviluppati i comprensori sciistici. Analogamente nel settore della mountain bike si può pensare a uno sviluppo simile. Ancora oggi la mountain bike, soprattutto nel mercato italiano, è concepita come uno sport faticoso e impegnativo. Per ovviare a questa situazione, l'impiego degli impianti di risalita potrebbe agevolare la fruizione della montagna durante l'estate perché, come succede in molte località austriache e nordamericane, l'utilizzo degli impianti di risalita per raggiungere la quota consente un accesso facilitato a tutti i fruitori della mountain bike.

Naturalmente occorre, come è già stato ricordato nei precedenti interventi, creare un prodotto, ma occorre anche riuscire a promuoverlo e a comunicarlo. Livigno, per la creazione del prodotto, ha sfruttato i finanziamenti della Comunità Europea aderendo al progetto Interreg in collaborazione con i territori limitrofi, principalmente con la Comunità Montana Alta Valtellina, con la Valposchiavo, l'Engadina e la Comunità Montana Valtellina di Tirano. Questo ha consentito di realizzare un prodotto con ben 600 chilometri di piste mappate in GPS e attualmente scaricabili da Internet che equivalgono a 2.400 chilometri su tutto il territorio dell'Alta Rezia. È stata attivata un'offerta specializzata con quattordici bike hotel e si è dato il via a un piano di comunicazione mirato a dei mercati strategici con l'obiettivo di fare emergere l'Alta Valtellina come una località a servizio dei biker. Per la comunicazione del prodotto, erano chiaramente disponibili numerose possibilità, a partire dalla comunicazione fatta con i mezzi tradizionali fino a possibilità più innovative, come la creazione di un grande evento, un mezzo di comunicazione sicuramente più costoso ma di una efficacia quasi immediata. L'evento ha rappresentato per la località di Livigno un mezzo per raggiungere l'obiettivo, un mezzo per creare una forte identificazione tra la pratica della disciplina sportiva e la località. Il target di riferimento di una competizione mondiale non è sicuramente il target turistico di cui si è parlato nel corso della mattinata di convegno. I mondiali si rivolgono infatti ad un pubblico molto limitato e a degli atleti che spesso sono molto costosi da ospitare e che sono poco fidelizzabili. Il vero target era costituito dagli amatori e dalle famiglie: questi sono più numerosi e fidelizzabili, tuttavia non sempre e non facilmente possono essere raggiunti da un evento di questo tipo. Questo è il motivo per cui il mondiale è una condizione necessaria ma non sicuramente sufficiente per promuovere una località come meta turistica della pratica della mountain bike. Rappresenta un mezzo ma non il fine ultimo della località perché il fine ultimo è quello di andare a colpire un target, ben più numeroso, di amatori e famiglie. Per far questo occorrono delle azioni ad hoc e una comunicazione mirata. Livigno non era digiuna nell'organizzazione degli eventi e è da sempre vicina alla mountain bike. In particolare negli ultimi anni è diventata partner della Federazione Ciclistica Italiana per la realizzazione degli allenamenti in altura delle squadre di mountain bike. A Livigno era anche stata organizzata tutta una serie di granfondo che aveva consentito, almeno da un punto di vista competitivo, di raggiungere una certa notorietà. Tralasciando tutti i processi che hanno portato all'organizzazione del mondiale, può essere utile soffermarsi sulla questione dei costi dell'evento e sui suoi risultati. Un evento di questo calibro è costato un milione e 800 mila euro, una cifra non eccessiva se si pensa ai budget che spesso si spendono nella comunicazione. La copertura dell'evento è stata resa possibile attraverso sponsorizzazioni di carattere privato, in particolare modo con il Club Lombardia, attraverso il Comune di Livigno e altri ricavi derivanti dalla vendita di prodotti all'interno dell'evento. Il mondiale ha portato innanzitutto a 44 milioni di telespettatori e ha avuto una indiscutibile visibilità di carattere internazionale. Il dato sembra assumere ancora più evidenza se viene confrontato con gli altri eventi che lo hanno preceduto (Kaprun in Austria 17 milioni, Les Gets in Francia 19 milioni). L'evento ha avuto notevoli effetti anche sul turismo. Le presenze alberghiere in

quella settimana sono aumentate di circa 15.900 unità, con un ritorno economico, nell'ipotesi di una spesa media di 55 euro a persona, di 876 mila euro. Il dato interessante è che queste presenze erano prevalentemente straniere. Per poter destagionalizzare la domanda bisogna andare a colpire il mercato straniero e non quello italiano che purtroppo ha ancora la tendenza a concentrarsi nel mese di agosto. In base ai calcoli della Federazione Ciclistica Internazionale sono stati 70 mila gli spettatori presenti a Livigno e, ipotizzando anche solo una spesa di venti euro a persona, si è realizzato un ritorno di circa un milione e 400 mila euro che, sommati all'indotto delle presenze, e senza valorizzare l'esposizione del marchio, farebbero pensare a un ritorno economico complessivo di circa due milioni di euro. L'evento a tutti gli effetti è stato ripagato anche in termini di immagine, perché Livigno è diventata oggi, a detta degli esperti, la capitale europea per la pratica della mountain bike. Ciò le ha consentito di entrare a fare parte di alcuni circuiti internazionali, quali ad esempio la National Park Bike Marathon e il più prestigioso Bike Transalp Challenge, che è una sorta di tour de France della mountain bike (a partecipare sono circa 1.500 atleti, l'iscrizione è a numero chiuso e Livigno è diventata la tappa ufficiale della competizione che parte dalla Germania e in dieci giorni, attraversando tutte le Alpi, raggiunge il lago di Garda). Concludendo, l'evento sportivo, per quella che è l'esperienza di Livigno, rappresenta sicuramente un mezzo ideale, veloce e efficace per comunicare la località e creare notorietà. Adesso occorre però saper sfruttare i risultati attraverso delle azioni ad hoc, quindi attraverso dei piani di comunicazione mirata e soprattutto attraverso la creazione di pacchetti turistici da vendere sul mercato.

CONCLUSIONI



Annarita Bramerini

assessore al turismo e al commercio della Regione Toscana

Nelle sue conclusioni Annarita Bramerini propone alcuni elementi di riflessione rifacendosi al sottotitolo del convegno “Idee e strumenti per una nuova offerta italiana di turismo sostenibile”.

Dagli interventi e dai contributi di questa mattina, anche attraverso un confronto di esperienze italiane diverse tra loro, sono emersi molti elementi comuni e molte linee sulle quali indirizzare l’attività del progetto nazionale.

Nell’accezione che è stata immaginata del progetto nazionale non ci si riferisce a un cicloturismo come turismo di nicchia, ma anzi come un turismo di vasta portata che può intercettare target diversi, non escluso quello dei professionisti – che comunque non costituiscono il target di riferimento. Un altro aspetto, toccato da molti interventi, è quello della presenza di infrastrutture adeguate e soprattutto di una uniformità di individuazione di queste infrastrutture. In mancanza di ciò si rischia di perdere la possibilità concreta di fare del cicloturismo un prodotto nazionale perché c’è il pericolo che il territorio lo declini a sua immagine e somiglianza. Un obiettivo del progetto nazionale è proprio quello di costruire un prodotto che sia uniformemente leggibile dal Nord al Sud del paese, o almeno che lo sia per le non poche regioni che hanno dato la loro adesione. È sulle infrastrutture che devono essere concentrati gli sforzi per quanto riguarda le risorse disponibili. Tali risorse devono permettere la realizzazione di nuove infrastrutture che possono avere anche tratti peculiari e diventare un elemento che serve a valorizzare ulteriormente il territorio, a renderlo più riconoscibile e più visitabile da parte del cicloturista – sempre più attento e consapevole. Ma soprattutto devono servire a garantire la manutenzione del patrimonio già esistente, così da dare servizi di qualità ai turisti. I cicloturisti devono avere a disposizione circuiti e itinerari diversificati a seconda del grado di accessibilità e di familiarità che ogni turista ha con la bicicletta. I circuiti e gli itinerari devono essere soprattutto riconoscibili e sicuri, evitando tutti quei problemi nocivi anche dal punto di vista dell’immagine del prodotto e del territorio. Bisogna quindi iniziare da questi elementi, facendo in primo luogo il censimento del patrimonio esistente delle infrastrutture e dei servizi.

Per quanto riguarda la valenza turistica del prodotto e le implicazioni che esso può avere con la cosiddetta filiera del turismo, rifacendosi anche all’esperienza della Sardegna e dell’Alpine Bike Park, l’aspetto della interazione tra le diverse strutture che operano nel settore del turismo, in questo caso del cicloturismo, è di straordinaria importanza perché è necessario spingere le imprese a lavorare in rete – e questa sarà una delle priorità del prossimo Piano Regionale di Sviluppo Economico anche per gli altri segmenti che costituiscono le offerte turistiche toscane. È necessario cercare di incentivare gli operatori a mettere insieme le tante voci che compongono complessivamente l’accoglienza turistica, dalla ristorazione alla ricettività, sia alberghiera che extra-alberghiera, ai servizi e ai trasporti. E questo è più che mai vero per un prodotto come questo che fa leva sui diversi tipi di mobilità, ambientalmente sostenibili e compatibili, di un territorio che si cerca di promuovere nella maniera più innovativa.

L’idea di un disciplinare per le imprese che aderiscono ai progetti è stato un elemento richiamato in molte esperienze e anche nel progetto nazionale è un elemento qualificante. Si tratta di declinare l’offerta turistica legata alla ricettività secondo le caratteristiche dei prodotti, partendo da un’esperienza che è stata sperimentale e che deve essere proseguita in una formula più strutturata. L’obiettivo è quello di declinare Benvenuti in Toscana a seconda dei vari prodotti. Benvenuti in Toscana in Bicicletta significa individuare anche quali sono le caratteristiche e soprattutto i servizi che le strutture ricettive devono dare a questo tipo di target turistico. In questo percorso si può fare leva non solo sulle esperienze positive finora realizzate in Italia e anche nella regione Toscana, ma anche sulle molte associazioni e federazioni nazionali che sono pronte a collaborare al buon esito del progetto. Gli attori coinvolti dovranno adottare un lavoro di squadra. Questo richiede una grande fatica ma alla fine è l’unico che paga perché consente di far stare tutti i soggetti all’interno di un quadro condiviso di regole e di proposte. In questo modo si evita il rischio di disperdere l’offerta poiché nel mercato tradizionale o nel nuovo che deve essere ancora conquistato il prodotto turistico si deve presentare in termini di una offerta

innanzitutto nazionale e poi regionale.

I saluti dell'assessore arrivano dopo un ringraziamento ai presenti e in particolare al direttore generale dell'ENIT e al vicedirettore del dipartimento per le politiche turistiche che con la loro presenza hanno testimoniato il raccordo tra le attività delle Regioni e quelle del governo nazionale.

TAVOLA ROTONDA

CICLOTURISMO: IDEE E ESPERIENZE A CONFRONTO



HANNO PARTECIPATO

Matteo Scarabelli

giornalista e scrittore

Dante Simoncini

presidente della BTS

Tullia Caballero

S-Cape Countryside Travels

Alberto Conte

Itiner Aria

Enrico Caracciolo

fotogiornalista

Paolo Bongini

Regione Toscana

Giancarlo Brocci

organizzatore dell'Eroica

Rita Amendola

Presidente della FLAB di Parma

Giuseppe Crinò

Siciclando

Vittorio Anastasia

Ediciclo

Andrea Gerardo

Viking Reiser

Davide Marchegiano

direttore delle operazioni di Ciclismo Classico

Claudio Pedroni

Federazione Italiana Amici della Bicicletta

Luigi Parmigiani

Verde Natura.

Alberto Conte

Itiner Aria

Prima dell'inizio dei lavori della tavola rotonda, Alberto Conte presenta al pubblico il filmato video sul Progetto RAVeL (Réseau Autonome de Voies Lentes) della Regione della Vallonia (Belgio), un progetto incentrato sulla conversione delle ferrovie abbandonate in percorsi ciclopeditoni.

Il video è stato realizzato nel 2006 da Albano Marcarini, urbanista e presidente di CoMoDo (Confederazione per la Mobilità Dolce).

Il Belgio è stato uno dei paesi che alla fine della seconda guerra mondiale aveva ancora una rete ferroviaria molto estesa, con cinquemila chilometri di linee principali alle quali si aggiungevano altri cinquemila chilometri di linee secondarie per una superficie di circa trentamila chilometri quadrati. In seguito, durante gli anni sessanta e settanta, diverse di queste linee ferroviarie furono smantellate, un fenomeno comune ad altri paesi europei. Dopo un periodo di abbandono la Regione Autonoma della Vallonia ha iniziato un deciso programma di recupero per il riutilizzo delle ferrovie dismesse.

Le vestigia delle vecchie linee ferroviarie hanno un doppio significato. Da una parte accrescono l'interesse degli utilizzatori delle piste ciclabili e dall'altra evocano la memoria di quella che era una vecchia ferrovia, con tutte le sue opere d'arte e le sue infrastrutture. Attualmente il progetto RAVeL si basa su quattro direttrici e nella parte sud-orientale della Vallonia diversi nuovi progetti completeranno il progetto attraverso il recupero delle ferrovie abbandonate. Il RAVeL incoraggia l'uso quotidiano anche per gli spostamenti casa-lavoro e si sta rivelando il modo più idoneo per muoversi in libertà in un ambiente pulito e senza correre il rischio di essere investiti da un'auto. Per quanto riguarda il sistema dei servizi collegati a RAVeL, le Case del Ciclista in ogni città della Vallonia offrono assistenza meccanica, informazioni e possibilità di noleggio di biciclette.

In Italia ci sono oltre cinquemila chilometri di ferrovie in abbandono e circa duemila e cinquecento chilometri di strade arginali o dismesse. CoMoDo, la confederazione delle associazioni che si occupano di mobilità alternativa, tempo libero e attività outdoor, lavora per il recupero e la realizzazione di una Rete Nazionale di Mobilità Dolce.

Il video contiene anche l'intervista (di seguito riportata integralmente) che Albano Marcarini ha rivolto a Gilbert Perrin, il principale sostenitore del progetto RAVeL.

D: Innanzitutto ti ringrazio di aver voluto rispondere alle mie domande. La prima che ti pongo è la seguente. Che cos'è RAVeL e qual è la sua storia?

R: RAVeL è un'abbreviazione che sta per Rete Autonoma di Strade Lente. È un progetto del governo della Regione della Vallonia, che vuole creare una rete di strade riservate a utenti non motorizzati che per una parte è sulle vecchie ferrovie abbandonate e per l'altra sulle strade arginali di fiumi e canali.

È un progetto che si è avviato nel 1995, quando il ministero di allora era al tempo stesso ministro della pianificazione del territorio e ministro dei lavori pubblici. Ciò ha permesso di lanciare nel concreto il RAVeL. In quegli stessi anni si era costituita l'Associazione Chemins du Reil allo scopo di salvare dalla distruzione le vecchie linee ferroviarie e questo ha favorito ancora di più l'avvio dell'iniziativa.

D: Come è stato possibile acquisire il sedime delle vecchie linee per poterlo riconvertire in piste ciclopeditoni?

R: Abbiamo avuto fortuna, anche se all'inizio è stato complicato. Nel 1995 la Regione della Vallonia ritenne che tutte le ferrovie dismesse fossero suo patrimonio. Allora la compagnia ferroviaria si oppose a questa decisione e si andò davanti al Consiglio di Stato. Il Consiglio diede ragione alla compagnia ferroviaria con nostro grande dispiacere. C'era il rischio che si cominciasse a vendere i sedimi pezzo per pezzo. Per fortuna, con tanta pazienza e tenacia, l'Associazione Chemins du Rail è riuscita a mettere tutti intorno a un tavolo e a fare approvare una convenzione quadro, che al momento mi risulta essere unica in Europa, nella quale si stabilisce che tutte le linee dismesse sono destinate alla realizzazione della rete RAVeL, salvo decisione contraria della Regione. È stata la nostra vittoria e dunque oggi è la

Regione che affitta per 99 anni queste linee dalla compagnia ferroviaria che ne resta proprietaria a un prezzo simbolico.

D: Avete dei dati sul numero degli utilizzatori del RAVeL?

R: Statistiche precise non ne abbiamo. Sappiamo che nel momento in cui viene aperto un nuovo tronco RAVeL c'è subito una frequentazione notevole e che i Comuni vicini chiedono delle connessioni. Dunque la domanda è sufficientemente forte e non c'è bisogno di fare statistiche molto dettagliate. C'è però uno studio fatto qualche anno fa dove risulta che la maggior parte degli utenti sono abitanti della zona che usano RAVeL per i piccoli spostamenti, per il tempo libero o per lo sport entro un raggio di dieci, quindici chilometri.

D: Chi gestisce il RAVeL e qual è il suo budget annuo?

R: Allora, il RAVeL è gestito da un gruppo di controllo che comprende un rappresentante dei due ministeri interessati, che sono lavori pubblici e pianificazione del territorio, e diverse amministrazioni, ovvero la direzione delle strade per le ferrovie in abbandono, la direzione delle vie navigabili per le strade arginali, così come la direzione urbanistica per gli studi e la pianificazione. Inoltre la nostra associazione Chemins du Rail è invitata a partecipare a questo gruppo di controllo o camera di regia come vogliamo chiamarla. Per quanto riguarda i finanziamenti, la direzione delle strade ha un fondo annuo di cinque milioni di euro da spendere nel RAVeL per il recupero delle ferrovie dismesse.

La direzione delle vie navigabili ha un fondo di circa tre milioni di euro annui per il RAVeL. Questa cifra inferiore dipende dal fatto che le strade lungo gli argini fluviali hanno anche contributi di altro genere come strade di servizio agli impianti idraulici, per cui nel complesso possiamo dire che i fondi finanziari investiti nel RAVeL sono nell'ordine dei dieci milioni di euro annui per un titolo o per l'altro.

D: Ecco l'ultima domanda. Qual è la specificità del RAVeL rispetto ad altre reti europee?

R: Be', corro il rischio di essere un po' nazionalista ma devo dire che RAVeL è forse in Europa il solo progetto di rete di vie verdi. Cioè, una rete completa di strade realizzate solo per gli utenti non motorizzati. È vero che in altri paesi esistono molti progetti di reti ciclabili, ma sono reti che utilizzano anche strade in promiscuità coi veicoli oltre che vie verdi. L'intento del RAVeL è di avere una rete di strade di circa duemila chilometri senza autoveicoli. Non siamo ancora arrivati a questo obiettivo, ci vorranno ancora vent'anni forse, ma è questa la nostra vera intenzione così come previsto dalla legge. Occorre ricordare che RAVeL in Vallonia è una delle tre reti infrastrutturali portanti: ci sono le autostrade, ci sono le strade e c'è il RAVeL e dunque è una vera rete che ha la stessa dignità delle strade per gli autoveicoli e questa, credo, è la più grande caratteristica rispetto agli altri paesi d'Europa.

Matteo Scarabelli

giornalista e scrittore

In qualità di coordinatore della tavola rotonda ringrazia la Regione Toscana e la BTS per la loro ospitalità e, prima di passare la parola al rappresentante della BTS, introduce la discussione con una riflessione su un suo viaggio in bicicletta di 13 mila chilometri attraverso i venti paesi che si affacciano sul mar Mediterraneo. Sulla sponda meridionale del Mediterraneo, dal Marocco alla Turchia, chi va in bicicletta lo fa solo per la mancanza di un mezzo di locomozione migliore. In quei paesi non sorprende lo stupore della gente per un uso diverso della bicicletta. Eppure questa situazione non è assente nemmeno in Italia dove non sono infrequenti atteggiamenti di reale chiusura culturale verso il ciclista. Nel nostro paese spesso il ciclista si trova ad avere a che fare con la non comprensione delle persone, con automobilisti poco rispettosi, a percorrere piste ciclabili che si interrompono bruscamente nel nulla. L'attenzione del convegno sulla questione delle infrastrutture è importante ma la base di partenza per affrontare l'argomento è la cultura. In Italia la cultura della bicicletta è scarsissima ed è legata prevalentemente al mondo della bicicletta da corsa. Prevale ancora un'immagine della bicicletta come strumento di agonismo sportivo più che come strumento per scoprire lentamente i luoghi straordinari dell'Italia.

Dante Simoncini

presidente della BTS

Dante Simoncini dichiara di avere assistito allo sviluppo della Borsa del Turismo Sportivo nei quattordici anni di vita della manifestazione. La giornata di oggi è stata molto importante per le idee e le riflessioni che sono emerse riguardo al settore particolare del turismo sportivo. Il turismo sportivo nasce come nicchia di mercato ma ormai – questo è un dato di fatto – è diventato un fenomeno molto più ampio.

Già quattordici anni fa il cicloturismo era uno degli argomenti di interesse e già quattordici anni fa si parlava della necessità di infrastrutturare i territori per metterli alla fruizione di chi va in bicicletta.

È doveroso riconoscere che in tutto questo tempo sono stati fatti grandi passi avanti anche dal punto di vista della qualità dell'offerta e della varietà dei circuiti, ma, in un panorama europeo, l'Italia non ha ancora raggiunto una posizione di particolare preminenza. Il cicloturismo presenta tuttavia un fortissimo trend di crescita ed è necessario che l'Italia si organizzi efficacemente per dare una risposta a questa domanda. Questo è uno degli scopi che sono al centro dell'esperienza della BTS.

La Borsa del Turismo Sportivo ha capito quasi immediatamente che si parlava anche di un altro tipo di turismo sportivo, ben più ampio del cicloturismo: il turismo attivo. Questa è la vera connotazione di quanto viene fatto nell'ambito della BTS e che sarà argomento di trattative nei prossimi due giorni. Il turismo attivo è quel turismo che riesce a mettersi in rapporto con il territorio nella maniera più profonda e coinvolgente possibile.

Un altro elemento che è emerso nella mattinata di convegno è il concetto di una forma più evoluta di turismo che va nella direzione opposta rispetto al tipo del "mordi e fuggi". Si tratta di un turismo che riesce a essere viaggio; è il turista che diventa viaggiatore. Se questo è il paradigma futuro per reinterpretare il fenomeno del turismo, allora il turismo in bicicletta è quello più tipico del viaggiatore in quanto interpreta perfettamente il concetto del viaggio: il movimento lento attraverso il territorio, l'andare a vivere in quel territorio emozioni e cultura, la cultura del luogo che si assapora anche semplicemente fermandosi a parlare con la gente.

Si parla tanto anche di turismo sostenibile. La sostenibilità ha la necessità di coinvolgere in un territorio più persone possibili. Finché questo resta un fatto limitato al turista, alla struttura ricettiva che lo accoglie e poco di più, il turismo stesso rimane poco sostenibile. Se invece intervengono professionalità nuove, figure che si occupano del momento della produzione del servizio verso il turista, allora questo diventa un fenomeno realmente sostenibile perché sono in tanti a essere in condizione di fruire in qualche maniera, e anche professionalmente, delle opportunità che il turismo porta. Il turismo sportivo è tra i vari segmenti quello che più coinvolge il territorio. Come in numerosi interventi al convegno è stato ricordato, c'è bisogno di avere varie figure professionali e di disporre di servizi di qualità.

Nel caso del cicloturismo si va dalle guide ciclistiche alla possibilità di avere modo di riparare la bici a un'alimentazione adatta fornita dai servizi per la ristorazione. È evidente che sono tantissimi i punti di vista che rendono il fenomeno di ampio raggio e quindi anche più sostenibile.

Come ricorda Dante Simoncini, l'indomani lo stabilimento più bello di Montecatini, l'edificio icona del termalismo italiano, si apre alla manifestazione della BTS. In questa occasione la domanda di turismo sportivo incontrerà l'offerta in trattative che porteranno quanto meno alla conoscenza delle necessità dell'una e dell'altra e sicuramente anche a contratti con una rilevanza economica. L'incontro è canonico rispetto alle altre borse e workshop. Ci saranno anche degli elementi tecnici e delle innovazioni ma in buona sostanza è tutto incentrato sull'incontro tra chi cerca disponibilità di programmi e di proposte e chi produce e offre queste proposte. Negli anni gli operatori della domanda e quelli dell'offerta hanno imparato a raffrontarsi tra di loro. Nei periodi esterni alla manifestazione ognuno ha cercato di rendere il proprio lavoro reciprocamente compatibile e quindi l'incontro ha un benefico effetto sul risultato e sulle considerazioni finali. Alla BTS la domanda italiana si compone di circa sessanta unità e la domanda straniera, selezionata attraverso il prezioso lavoro dell'ENIT, è rappresentata da 83 agenzie di viaggio straniere. Sono quindi circa 150 le unità che costituiscono la domanda, la quale incontrerà le varie proposte di alberghi, agenzie di viaggio, consorzi e villaggi turistici.

La BTS presenta quest'anno anche aspetti innovativi: l'intero edificio del Tettuccio da ieri sera è cablato per la manifestazione e in wireless gli operatori riusciranno a contattare il proprio ufficio in tempo reale così da portare più velocemente la trattativa verso la firma del contratto. Verranno realizzate anche riprese televisive in diretta e una televisione interna farà interviste e farà notizia. Per quanti sono interessati ad avere un dvd dell'intervista o dell'evento potranno farne richiesta nel corso della manifestazione. Un ufficio della comunicazione sarà a disposizione per tutti quelli che hanno notizie da diramare sul mondo del turismo e le informazioni andranno alla conoscenza dei giornalisti che si occupano di turismo sportivo presenti alla manifestazione. Questo è ormai un momento abbastanza codificato rispetto alle altre borse analoghe.

Quanto si era immaginato quattordici anni fa si è ampiamente verificato: in Italia si è effettivamente sviluppato un turismo attivo molto interessante e in crescita. Il turismo deve riuscire a dare risposte in tempo reale ai cambiamenti di una società e quanto prima questi cambiamenti arrivano tanto più efficace sarà l'azione di promozione e di commercializzazione dei prodotti.

Matteo Scarabelli

giornalista e scrittore

Prima di passare la parola a Tullia Caballero, che chiarirà la prospettiva di un'agenzia che si occupa di turismo in bicicletta, vuole riflettere su una frase emersa nel corso del convegno della mattinata e cioè che l'Italia è il sogno cicloturistico dei tedeschi. La domanda straniera in generale e in particolare gli 82 operatori presenti alla BTS dichiarano in maniera evidente la grande attenzione del mondo nei confronti delle risorse e delle possibilità della bicicletta in Italia. La speranza è che anche gli italiani si accorgano velocemente di questa potenzialità.

Tullia Caballero

S-Cape Countryside Travels

S-Cape Countryside Travels è la rappresentante in Italia per il più grosso operatore olandese di viaggi a piedi e in bicicletta che ogni anno porta in Italia seimila olandesi a fare viaggi di questo tipo. Quello che S-Cape Countryside Travels cerca di sviluppare quando crea i suoi viaggi è di fare viaggi di qualità che facciano vedere le caratteristiche principali e più interessanti del paese, allo stesso tempo senza raggiungere prezzi eccessivi. Ci sono operatori americani che fanno meraviglie a prezzi inabbordabili per la maggioranza delle persone e ci sono altri operatori, come S-Cape Countryside Travels, che cercano di colpire un pubblico più vasto che vuole venire in Italia a vedere le stesse bellezze.

Volendo entrare un po' in polemica con quanto è stato detto nel corso del convegno, sono illustrate le difficoltà nel proporre la via Francigena come offerta turistica. Nel 1996 – ricorda la relatrice – si iniziò a parlare istituzionalmente della via Francigena e quindi, in vista del Giubileo del 2000, era stato messo a punto dall'agenzia un pacchetto della via Francigena fino a Roma, partendo da Parma in tre tappe di due settimane ognuna. Le difficoltà incontrate sono state enormi: è stato possibile rispettare il percorso della Francigena da Parma fino a Lucca e in Toscana si è dovuto arrivare fino a San Sepolcro per trovare un percorso che potesse permettere ai camminatori di fare tappe giornaliere, dal momento che gli operatori locali del Chianti e della Val d'Orcia non erano disposti a dare la disponibilità di una sola notte per il pernottamento. Dirottando il percorso originale si è dovuto continuare in Umbria verso Orvieto e poi da Orvieto è stata raggiunta Roma attraversando i Monti Sabini. Nel 2000 sono stati portati a Roma oltre mille camminatori e da allora sono circa 400 ogni anno. Molti camminatori hanno fatto le tre tappe in un solo viaggio, mentre moltissimi hanno scelto di fare la prima tappa nel 1998, la seconda nel 1999 e la terza nel 2000, in occasione del Giubileo. Nel 2000 è stato pensato di fare anche in bicicletta la prima tratta del percorso, quella da Parma a Lucca, che però è stata chiusa l'anno scorso

perché è stato tolto il treno che può portare biciclette da Firenze a Bologna, ad eccezione di due treni – uno alle sei del mattino e l'altro alle dieci e mezzo di sera. Gli sforzi, al di là della polemica, vanno nella direzione di utilizzare le infrastrutture esistenti. Il problema è che ci sono piste ciclabili lunghe cinque o sei chilometri che poi finiscono nel nulla e quindi sono inutilizzabili. Molto più spesso è quindi preferibile utilizzare strade secondarie, quelle che hanno una percorrenza automobilistica di livello medio, ma che creano comunque un senso di disagio ai clienti olandesi che sono abituati a circolare esclusivamente su piste ciclabili. L'idea di utilizzare le vecchie ferrovie può essere un'alternativa valida, ma bisogna anche considerare che spesso queste sono interrotte a causa della chiusura di tunnel pericolanti oppure i tunnel possono essere non illuminati e questo può creare un problema al ciclista.

Alberto Conte

Itiner Aria

Parla di due casi di successo, la ciclopista del Danubio (in questo intervento) e il cammino di Santiago (nel suo prossimo intervento), due percorsi vissuti personalmente dal relatore per motivi di vacanza e di lavoro. Da questi è possibile trarre spunti di riflessione per due prodotti di punta a livello regionale e nazionale, la ciclopista dell'Arno e la via Francigena.

La ciclopista del Danubio è sicuramente la pista ciclabile più nota al mondo. Lunga circa 700 chilometri prima e dopo Vienna, verosimilmente interessa circa 200 mila turisti in bicicletta ogni anno e ha il merito di aver portato il turismo in alcune aree lungo il Danubio che in precedenza erano completamente estranee al fenomeno turistico. Il percorso – è il percorso europeo numero 6, dall'Atlantico al Mar Nero – fa parte della rete EuroVelo, un grande progetto impostato dalla Federazione Europea del Cicloturismo che interessa una rete di circa 150 mila chilometri di piste ciclabili. Il percorso lungo il Danubio prevede la modalità bici più barca da Passau a Bratislava e ha un costo di circa 700 euro in alta stagione, confermando quindi dei prezzi tutto sommato contenuti per questo tipo di prodotto, compresi il noleggio della bicicletta e il viaggio di ritorno a Passau, il trasporto bagagli sulla nave e la possibilità di percorrere tappe sulla nave. Quest'ultima è una grandissima comodità soprattutto per chi è alle prime esperienze dei viaggi in bicicletta. L'età media dei partecipanti va dai cinquanta ai sessanta anni, con una provenienza geografica varia e un significativo numero di italiani, caratterizzati tra l'altro da una cultura della bicicletta molto sviluppata. La nave era una vecchissima nave ucraina che sarebbe andata in demolizione se non fosse stata utilizzata come nave di appoggio per i cicloturisti. L'equipaggiamento è molto semplice: una semplice bici da città con un cambio a sette rapporti, adatta a un pubblico generalista che può avere dei problemi con una bicicletta più tecnica, e la guida Esterbauer sulla pista ciclabile del Danubio. Il viaggio è individuale, e quindi con nessuna guida, ma è possibile ricevere assistenza in caso di necessità. Per quanto riguarda il percorso ciclabile, la maggior parte di esso è su sede propria, talvolta anche senza separazione rispetto alla strada, e una parte molto significativa si sviluppa lungo strade minori aperte al traffico. Si va quindi dal caso peggiore in cui le automobili sorpassano, facendo lo slalom, i ciclisti, a casi ibridi. Lungo il percorso si trovano meravigliosi ponti ciclabili e sono molte le notevoli infrastrutture ciclabili soprattutto nel comprensorio di Vienna (passerelle su grandi ponti automobilistici completamente separate dal traffico, traghetti, sottopassi). Quello che però fa la differenza rispetto ai percorsi cicloturistici italiani è la presenza di una segnaletica efficace. Quasi tutti i bivi hanno il caratteristico segnale verde; sono frequenti i cartelli di sintesi che illustrano la distanza dei ponti e sono presenti all'inizio di ogni paese i cartelli sinottici con la mappa del paese, l'elenco degli hotel e le informazioni utili. Lungo il percorso sono presenti anche bici-grill, ristoranti e alberghi specializzati. È utilissimo il servizio di trasporto bagagli tra gli hotel e quello di noleggio delle biciclette, che è accessibile anche a chi organizza il viaggio in autonomia, cioè non c'è bisogno di andare da un tour operator per avere il trasporto dei bagagli da un punto all'altro. Lungo il percorso si trovano officine a disposizione dei ciclisti per le eventuali riparazioni.

In sintesi i pregi della ciclopista del Danubio sono numerosi. È un percorso adatto a tutti, non solo al

ciclista ma anche al disabile, al pattinatore, agli anziani e ai bambini. La strada è comoda e ampia e non ci sono problemi a utilizzare i rimorchi per i bambini. Ovviamente anche qui non tutto è perfetto: il paesaggio, da un punto di vista naturalistico e ambientale, non è eccezionale e alcuni dei fiumi italiani non hanno sicuramente nulla da invidiare al Danubio in termini di varietà e di ricchezze culturali e storiche. Sono veramente poche le aree di sosta gratuite, e la stessa cosa si può dire per i bagni e le fontanelle di acqua potabile. Facendo un parallelo tra l'Arno e il Danubio, la bellezza degli argini dell'Arno non ha nulla da invidiare al Danubio. L'Arno inoltre ha un corso arginale praticamente continuo da Firenze fino alla foce, anche se molti tratti sono attualmente impercorribili in bicicletta. Ma se nei territori lungo il Danubio esiste una cultura della bicicletta, questa invece è ancora assente in Toscana e in generale in Italia, dove la popolazione locale ha molti pregiudizi verso la bicicletta. Il tratto ciclabile dell'Arno, una volta pronto almeno quello che va da Firenze fino a San Miniato, potrebbe far parte dell'EuroVelo 7, che è la Ciclopista del Sole, di cui è stato parlato anche nel convegno della mattina, che è un percorso europeo che va da Capo Nord a Malta.

Enrico Caracciolo

fotogiornalista

Vuole essere provocatorio su alcuni spunti che sono emersi nel corso della mattinata, facendo conoscere la propria esperienza su quanto la cultura o la non cultura della bicicletta possano essere condizionanti. In qualità di giornalista e fotografo nel settore del turismo, e sulla base delle sue collaborazioni con le riviste del settore, può parlare della carenza nella cultura degli operatori dei media – e non solo della popolazione in generale – dell'idea dello spostamento in bicicletta: chi viaggia in bicicletta è ancora visto come fuori dagli schemi, e questo nonostante in Europa sia in crescita il numero delle persone che vogliono scoprire il territorio pedalando.

Diventa molto importante guardare alle esperienze degli altri paesi europei per prendere ispirazione. Il concetto di fruibilità del territorio è il primo obiettivo cui devono mirare le istituzioni e gli operatori che vogliono investire sul turismo in bicicletta. Per capire come un territorio possa essere fruibile, è necessario mettersi nei panni delle persone che vanno a fare tutto quello di cui viene parlato nei convegni e progettato dalle istituzioni. Se il ciclista, che non conosce il territorio, riesce a muoversi senza problemi, vuol dire che è stato fatto un buon lavoro. Se invece ha delle difficoltà, vuol dire che a monte sono stati fatti degli errori. È anche necessario partire dalle condizioni date: l'Italia ad esempio ha le stesse caratteristiche morfologiche della Nuova Zelanda, ma con una grande differenza. In Italia ci sono sessanta milioni di abitanti e circa cinque milioni di pecore mentre in Nuova Zelanda il rapporto è totalmente invertito. Questo è un modo scherzoso per spiegare come l'impatto umano sul territorio possa ridurre gli spazi. Inoltre con le Alpi, gli Appennini e le periferie delle grandi città in Italia non rimane molto spazio alla bicicletta. L'Italia non è e non sarà mai il paese delle piste ciclabili, a meno che non si inizi a parlare di riconversione di vecchie strade o di conversione di strade di campagna a uso promiscuo, assai diffuse in Toscana. Questo già di per sé sarebbe un grandissimo risultato. Per parlare in termini di fruibilità bisogna anche creare il prodotto partendo da quello che già esiste.

In Italia esistono esperienze interessanti che offrono importanti motivi di confronto. Una è quella dell'Altopiano dei Sette Comuni in provincia di Vicenza, un territorio non estremamente difficile da percorrere in mountain bike e dove si trova una grande disponibilità di servizi, primo fra tutti – elemento di estremo interesse anche per gli editori delle riviste specializzate – il trasporto dei bagagli da un rifugio all'altro. Un'altra esperienza interessante riguarda il Sentiero dei Briganti nell'Alta Tuscia, il percorso più bello e commercializzabile d'Italia. È un percorso di cento chilometri che parte dalla riserva del Monte Rufeno, a nord di Acquapendente, dove si incontrano tre regioni, Toscana, Umbria e Lazio, e arriva fino alla città etrusca di Vulci, vicino a Montalto di Castro. È un percorso facile: non ci sono grandi dislivelli, non è richiesto un grande allenamento, si fa in mountain bike.

I cento chilometri si possono dividere anche in due o tre giorni e non c'è difficoltà di alloggio lungo

i percorsi (si trovano ostelli, agriturismo, piccoli alberghi). Il percorso è stato ideato e proposto dalla Comunità Montana di Acquapendente che con un'azione di forza, e superando i cavilli burocratici, è riuscita a porre una segnaletica chiara e omogenea. Inoltre vi è l'aspetto storico-culturale del sentiero dei briganti valorizzato dalla presenza di pannelli informativi che chi va in bicicletta può fermarsi a leggere compiendo un vero e proprio viaggio allo scoperta di questa realtà storica. Nonostante la presenza di due guide, il problema della sua commercializzazione è dato dal fatto che istituzionalmente c'è qualcuno che non crede in questo prodotto. Un'altra esperienza molto forte e positiva è il percorso dell'Eroica. È nata come una scommessa del suo ideatore che ha pensato di inventare una corsa con biciclette e abbigliamento d'epoca. Nell'intento di riproporre il ciclismo eroico, si ripropone il ciclismo che fu e lo spirito di questa disciplina che nel tempo non è cambiato. È un percorso di duecento chilometri, nato inizialmente sulle strade più belle del Chianti, e che in seguito si è espanso arrivando fino a Montalcino. Anche in questo caso il tematismo è molto forte: si è creato un evento, ma da solo l'evento non basta a promuovere un territorio perché deve sempre avere delle iniziative collaterali. Da quest'anno il percorso è permanentemente segnalato e fruibile anche dal cicloturista. Quando si crea un prodotto e poi si comunica, è assolutamente indispensabile che il prodotto esista concretamente. Va benissimo creare le reti ciclabili ma il rischio in Italia è che manca un'attenzione adeguata alla reale fruibilità del territorio. Nel momento in cui un progetto non è operativo, questo diventa un elemento che crea esperienze negative nel ciclista fruitore. La circolazione nelle città italiane è veramente un grave problema per il ciclista. Inoltre è necessario trovare un dialogo con le ferrovie perché non si può pensare a un trasporto ciclistico, soprattutto con dei territori molto complessi come quelli italiani, senza avere la possibilità di caricare la bicicletta sul treno. Sempre in tema di turismo lento, il viaggio itinerante è molto bello in bicicletta ma si pone il problema dell'agriturismo che non è disposto a ospitare solo per una notte. Effettivamente per un operatore questo è un problema. Una formula molto interessante potrebbe essere quella di trasformare i viaggi itineranti in tappe di due o tre giorni che seguono una lunga tappa di trasferimento (ottanta o novanta chilometri) e incoraggiare la permanenza nella località di arrivo anche attraverso l'organizzazione di un programma di luoghi da visitare. In questo modo si aiutano gli operatori e si realizza per il turista in bicicletta una scoperta del territorio più capillare.

Tullia Caballero

S-Cape Countryside Travels

Fa notare che ci sono turisti in bicicletta che possono scegliere di rimanere in un luogo per tre notti oppure una intera settimana e turisti che, per le caratteristiche stesse del viaggio che hanno intrapreso, scelgono di pernottare solo una notte perché hanno una meta da raggiungere, come nel caso del cammino di Santiago.

Enrico Caracciolo

fotogiornalista

È d'accordo con Tullia Caballero ma, da ciclomane, ritiene anche che debba essere incoraggiata la permanenza per permettere al viaggio in bicicletta di non essere fine a se stesso ma occasione per il turista di approfondimento della conoscenza dei luoghi che attraversa. Chiude con una citazione: "passano più idee nella mente di un ciclista durante una passeggiata in bicicletta che non in una biblioteca". Assicura che è vero.

Alberto Conte

Itiner Aria

Presenta l'esperienza del viaggio itinerante per eccellenza, il cammino di Santiago. Il cammino di Santiago, la via Francigena, il sentiero dei Briganti sono tour in cui classicamente si ha una meta da raggiungere e si cambia albergo ogni giorno. Possono comunque essere degli ottimi traini per un turismo più riflessivo e tranquillo che approfondisce la conoscenza del territorio con una permanenza di più giorni. Il seguito che realizza un popolare viaggio spartano, economico e semplice, come è un viaggio a piedi, può essere formidabile per forme di turismo completamente diverse. Una cosa non esclude l'altra.

Il cammino di Santiago non ha bisogno di grosse presentazioni perché è il più importante itinerario di pellegrinaggio del mondo. Lungo circa ottocento chilometri, inizia a Saint Jean Pied de Port e termina a Santiago de Compostela. Nel 2006 si sono registrati circa 80 mila pellegrini a piedi e 20 mila in bicicletta. È un prodotto che, dopo una fase di grandissima espansione dal 1993 in poi, continua a crescere con regolarità. Negli ultimi due anni è cresciuto del 5 per cento. La crescita del prodotto si realizza massicciamente in occasione dei Giubilei e degli Iacobei. Il giro d'affari sul territorio solo per l'itinerario a piedi è stimabile in circa 45 milioni di euro all'anno con un indotto almeno dieci volte superiore. Soprattutto in Galizia, negli ultimi cento chilometri di cammino, si trovano persone che percorrono solo gli ultimi chilometri, molto spesso con il pulmino al seguito. Anche questo percorso fa parte della rete EuroVelo. È il percorso numero 3, che va dalla Norvegia fino alla Spagna. Affrontato in bicicletta, diventa tuttavia un viaggio di grandissima difficoltà.

Rifacendosi alla sua esperienza personale, Alberto Conte descrive le caratteristiche del viaggio e del percorso ciclabile. Con un viaggio organizzato autonomamente, in una settimana sono stati percorsi 650 chilometri, quasi esclusivamente rispettando il cammino pedonale e in grandissima parte fuori strada. La mountain bike è stata noleggiata sul posto, è stata spedita al punto di partenza e è stata restituita al momento dell'arrivo a Santiago. Il viaggio, anche se molto impegnativo dal punto di vista dello sforzo fisico, è risultato essere comunque molto economico. Può infatti essere affrontato con Ryan Air su Saragozza (circa cinquanta euro), da cui in treno si arriva a Logroño; si deve calcolare il costo del noleggio della bici (cento euro per una settimana, trasporto compreso) e il rientro da Santiago (centocinquanta euro invece che cinquanta euro a causa della prenotazione fatta in ritardo). Il costo medio del pernottamento è risultato di quattro euro, tranne una notte in hotel a 35 euro, perché negli ostelli lungo il cammino di Santiago c'è la possibilità di dormire gratuitamente o spendendo cifre minime. Il menu del pellegrino permette di mangiare con un costo medio di dieci euro. Il costo totale per una settimana in un periodo tra fine agosto e inizio settembre è stato di circa cinquecento euro compreso il viaggio, ma per chi prenoti in tempo e facendo il percorso a piedi la cifra scende intorno ai 350 euro. Per quanto riguarda l'equipaggiamento, la bicicletta era una mountain bike in acciaio, robusta e piuttosto pesante, ma funzionante. L'equipaggiamento consisteva in dieci chili di bagaglio e in una guida che mette in versione ciclistica l'itinerario pedonale.

Il percorso ha una sede propria, chiusa al traffico, e si sviluppa lontano dal rumore, dall'inquinamento e dalle strade carrabili. È in gran parte su strada sterrata e solo in parte su sentiero. La parte sterrata molto spesso è sconnessa e sgradevole da pedalare. Anche quando il percorso si sviluppa accanto a strade trafficate si cerca sempre di mantenere la separazione fisica e in alcuni rari casi si fanno pezzi su strade aperte al traffico.

La segnaletica è l'aspetto più qualificante del cammino, come evidenziato anche in precedenza per la ciclopista sul Danubio. La leggendaria freccia accompagna il pellegrino lungo quasi tutto il percorso. La freccia viene delineata in versioni di ogni genere. È un'invenzione di don Elias Valina Sampedro, il parroco del Cebreiro, la montagna di accesso alla Galizia. È gialla perché le pennellate di vernice sono state regalate dagli operai della manutenzione delle strade che avevano solo quel colore. All'inizio, nei tempi eroici, è forse costata qualche notte in gattabuia a chi andava in giro a verniciarle e comunque ora non solo viene tollerata ma è diventata il traino di un merchandising molto interessante. Se non

ci fossero queste frecce, la segnaletica ufficiale ancora oggi non basterebbe nonostante sia uno dei percorsi più noti. La segnaletica verticale spesso è danneggiata o asportata. Sulle strade trafficate, vicino agli attraversamenti, ci sono cartelli che segnalano all'automobilista il passaggio del pellegrino. È molto intelligente l'uso dei cippi segnaletici che resistono benissimo e, anche se vengono rovinati, si capiscono lo stesso. Questo aspetto dovrebbe essere preso in considerazione anche da parte delle istituzioni che dovranno provvedere alla segnaletica in Toscana (i cippi dovranno comunque avere una freccia per l'indicazione della direzione altrimenti non si capisce se si va a destra o a sinistra).

L'ospitalità che si trova lungo il cammino è spartana ma molto curata ed economica. Ogni piccolo paese ha almeno un piccolo rifugio, o "albergue", dove si può dormire gratuitamente con il sacco a pelo.

In Galizia questi "albergue" sono pubblici e gratuiti. Se sono privati arrivano a un massimo di otto euro, ma mediamente il prezzo va dai tre ai cinque euro. Solo chi fa il pellegrinaggio e ha la credenziale timbrata può accedere a questi rifugi, in cui sono offerti i servizi fondamentali. Sono di tre tipi, e questa informazione può essere utile a chi ha il compito di organizzare l'accoglienza sulla via Francigena. Possono essere pubblici, privati, o gestiti dalle associazioni. Le associazioni gestiscono un locale pubblico non più utilizzato, ne curano l'allestimento per l'accoglienza e svolgono l'accoglienza grazie al lavoro dei tanti volontari che possono approfittare di un periodo di vacanza per trascorrere del tempo in un ambiente interessante e stimolante che dà la possibilità di conoscere moltissima gente. In questo modo è possibile fare avere al pellegrino dei costi molto contenuti. Ovviamente è da considerare anche l'indotto perché chi non vuole dormire in questi tipi di strutture, che comunque rappresentano anche un importante e interessante occasione di socialità, può optare per la classica offerta fornita da una grande varietà di alberghi e agriturismo a prezzi simili a quelli italiani.

Per quanto riguarda i pregi del cammino, questo si caratterizza ovviamente per il grande interesse sia religioso che culturale. La segnaletica è curata, i costi sono contenuti l'ambiente naturale è mediamente molto bello. L'aspetto però più interessante sono gli incontri, le amicizie e la cultura del cammino che si trovano lungo la strada. È un viaggio molto sicuro e molte donne possono farlo da sole.

Inoltre sulla strada è possibile trovare acqua potabile. Le fontane sono moltissime e moltissime sono anche le aree di sosta dove è possibile fermarsi a riposare.

Per quanto riguarda invece i difetti, il cammino nella parte centrale è molto noioso soprattutto per chi lo fa a piedi. Il fondo per chi va in bicicletta è molto sconnesso e le pendenze sono molto elevate. Per questo non è possibile rimorchiare i carrelli per trasportare bambini.

Facendo un parallelo con la via Francigena, in questo caso l'interesse religioso è pari o anche superiore a quello del cammino di Santiago. Da un punto di vista storico e ambientale, la via Francigena offre in generale una maggiore varietà sia da un punto di vista dei percorsi storici che del paesaggio naturale. Però anche il percorso pedonale che è stato tracciato dall'Associazione Europea per i Comuni della Via Francigena è ciclabile solo in mountain bike e con un ottimo allenamento.

Deve quindi essere definito un percorso ciclabile e sicuro. Posata la segnaletica adeguata, bisognerà organizzare l'ospitalità che è un problema che rischia di bloccare la via Francigena a tempo indeterminato e sarà necessario organizzare la ricettività in modo tale che sia possibile arrivare a Roma attraversando la Val d'Orcia. Infine la via Francigena potrebbe fare parte della rete EuroVelo, nel percorso numero 5 che unisce Londra a Roma.

Tullia Caballero

S-Cape Countryside Travels

Afferma che per il prossimo anno SNP, il tour operator olandese, vuole provare a organizzare un viaggio lungo tutta la via Francigena e si augura che nel 2008 questo sarà possibile.

Enrico Caracciolo

fotogiornalista

Ritorna al tema dell'Eroica per ricordare come l'idea originale di una persona, coadiuvata da istituzioni attente e da un territorio che già di per sé vale molto, oggi, a anni di distanza, sia diventata un appuntamento cult, momento ispiratore per programmare un viaggio in Toscana da parte di turisti provenienti da tutto il mondo. Inoltre, anche alla luce delle tristi vicende dell'attuale ciclismo sportivo, diventa una manifestazione importante perché richiama il senso autentico della bicicletta. Inoltre, quando si progetta qualcosa che ha a che fare con i percorsi ciclabili, e quando si parla di fondi e di stanziamenti a copertura dei progetti, è assolutamente importante non dimenticare le spese del mantenimento. La segnaletica in Italia nel 30 o 40 per cento dei casi risulta divelta o danneggiata e regolarmente deve essere assicurata la sua manutenzione periodica.

Paolo Bongini

Regione Toscana

La Regione Toscana è temeraria capofila del progetto nazionale sul cicloturismo cui aderiscono regioni interessanti. La Regione Toscana al momento opportuno ha lanciato l'appello a tutte le Regioni italiane, quando era noto che era possibile fare squadra su questi progetti interregionali e sono state raccolte adesioni anche di Regioni con importanti esperienze e potenzialità. È stata un'azione temeraria perché in primo luogo le risorse a disposizione, un milione e duecentomila euro (un 60% pubblici e un 40% privati) non sono molte. Questo non è un progetto che dà soldi ma si pone l'obiettivo di fare l'impossibile, e cioè coordinare l'attività delle varie reti.

Paolo Bongini spiega le difficoltà italiane nell'organizzare la via Francigena facendo un parallelo con la realtà brasiliana dell'Estrada Real. Nel 1994 era stato presentato un progetto interregionale sulla via Francigena, finanziato dall'Unione Europea, che portò al riconoscimento da parte del Consiglio d'Europa di un tracciato convenzionale. Era infatti necessario avere un marchio su cui iniziare a fare un lavoro di commercializzazione e promozione e era necessario il riconoscimento da parte del Consiglio d'Europa. Fu individuata la direttrice che da Canterbury arriva fino a Roma. In vista del Giubileo del 2000 fu dato l'avvio a una serie di progetti con l'impiego di molte risorse. In Brasile Lula proponeva in quegli anni la realizzazione dell'Estrada Real, l'itinerario degli schiavi, un percorso di 1.200 chilometri nell'entroterra, che oggi è organizzato in maniera efficiente, con la costruzione del sito Internet, il censimento dei B&B lungo il percorso, la presenza di ripetitori per i cellulari. Nel giro di poco tempo questa è diventata una realtà mentre la via Francigena è ancora una realtà problematica. I progettisti brasiliani si sono confrontati con una situazione su cui tutto era ancora da costruire e in cui tutti gli attori avevano da imparare sulla base di una scarsa esperienza turistica nell'entroterra. In Italia invece tutti sanno tutto di turismo, tutti sanno tutto di cicloturismo, tutti propongono progetti meravigliosi sul cicloturismo e sugli altri segmenti di questo mercato e, allo stesso tempo, si realizzano continue discontinuità da parte degli enti locali e delle imprese. Il progetto interregionale si pone l'obiettivo di costruire un modello di comportamento il più possibile omogeneo. Il progetto non è ancora iniziato e prima della sua realizzazione era necessario convocare anche in questo convegno gli esperti del settore per capire, in maniera preliminare e attraverso i vari punti di vista, quali sono i segmenti del cicloturismo.

Il lavoro della Regione Toscana consisterà innanzitutto nel censimento del patrimonio esistente con una ricognizione di tutte le situazioni di eccellenza, delle risorse umane, delle infrastrutture e dei servizi legati a questo prodotto. In una fase successiva sarà razionalizzata e definita la segnaletica (che in Italia non è tanto assente quanto disorganizzata) attraverso l'individuazione di un modello che servirà a costruirla e a mantenerla. Saranno poste le basi per realizzare una buona cartografia e verrà prestata attenzione all'organizzazione e al lavoro di sensibilizzazione degli uffici di informazione e delle

strutture ricettive. A queste ultime (alberghi, campeggi, villaggi turistici etc.) sarà rivolto un mix di politiche per il sostegno degli operatori in modo tale da creare un club di prodotto. Le strategie di comunicazione si realizzeranno in seguito attraverso risorse regionali. È in definitiva un progetto che si pone un obiettivo minimale ma in realtà colossale che è quello di fare sistema. Si spera nell'aiuto dei professionisti del settore anche per aggregare altre Regioni.

Matteo Scarabelli

giornalista e scrittore

È d'accordo con Paolo Bongini e condivide con lui l'idea che sia importante valorizzare il contributo che i cicloturisti possono portare al progetto. Il cicloturismo è fatto dai cicloturisti e quindi diventa fondamentale dare voce alle loro esperienze. Prima di invitare il pubblico a intervenire con domande, proposte o commenti, vuole ricordare, sulla base di un suo incontro a Istanbul, quanto potente può essere il fascino di un libro come "La strada di Istanbul" di Emilio Rigatti (un libro cult dei cicloturisti) nel suscitare emozioni che possono portare due ragazze di Milano ad attraversare in treno e in bici mezza Europa per rivivere quelle emozioni. È davvero importante valorizzare il contributo degli appassionati dei viaggi in bicicletta.

Giancarlo Brocci

organizzatore dell'Eroica

Il suo intervento è diretto non a parlare dell'Eroica, oggetto di riflessione di altri interventi che lo hanno preceduto, ma a portare il punto di vista del ciclista praticante per evidenziare come tante cose dovrebbero essere conosciute un po' meglio a livello istituzionale. Il cicloturista o il turista in bicicletta non è solo quello dell'immagine attaccata al manifesto di Turismo in Bicicletta, dove si vede una bella signora con una gonna un po' corta e con i sandali alla romana che probabilmente ha fatto in bici quei pochi metri necessari per scattare la foto. Andare in bicicletta ha ben altri significati, soprattutto per quei tre quarti di cicloamatori, che quasi mai vengono citati, che con la bici da strada pedalano principalmente per sport perché in Italia è difficilissimo usare la bicicletta come mezzo di trasporto. Racconta che con la sua esperienza di cicloturista in Italia e in Europa – ha pedalato in molte parti del mondo e la Parigi-Brest-Parigi è un obiettivo del prossimo anno – e in qualità di presidente di un'associazione nata nel 1993 come Parco Ciclistico del Chianti, questi discorsi in Italia li ha sentiti fare anno dopo anno. La situazione in Italia è ben diversa da quella degli altri paesi europei. In Italia predomina un traffico automobilistico maleducato e le cose non cambiano in Toscana dove un caos totale rende difficile per un tour operator portare i suoi clienti a fare cicloturismo in questa regione. Sembra che non si abbia idea di cosa significa andare in bicicletta in Toscana e l'immagine del poster lo conferma. L'idea del Parco Ciclistico del Chianti era quella di valorizzare il patrimonio esistente e sembrava sufficiente segnalare la sua esistenza al mondo. L'Italia è un paese ipermotorizzato e bisogna fare i conti con questa situazione. In un paese dove, a causa del traffico, si è obbligati a usare la bicicletta solo per sport, sembra straordinario mettere insieme dei progetti congiunti in cui si cominciano a individuare delle priorità (l'Arno, la Francigena e la costa tirrenica). Sarebbe preferibile invece selezionare le aree meno trafficate e quindi concentrare la propria attenzione su tutta la provincia di Siena, la Maremma, la Garfagnana, il Casentino, ossia sulle zone in cui è possibile pedalare con una bicicletta normale (come fanno i quattro quinti del movimento in Italia).

Il successo dell'Eroica sta proprio nell'aver individuato il suo percorso nelle strade bianche, che sono strade su cui fortunatamente c'è ancora pochissimo traffico e su cui il ciclista può utilizzare una bicicletta normale – e non una mountain bike, che è specialistica, più recente e non riguarda l'anima antica del movimento. È necessario anche lavorare per settori (durante la granfondo di Montecatini in

concomitanza di un incrocio ben novanta ciclisti sono caduti a terra). Va bene partire dal presupposto italiano che anche in questo campo si debba lavorare attraverso grandi progetti e con scadenze a lungo termine, ma è necessario prendere consapevolezza del fatto che siamo di fronte a una urgenza e che non è più possibile aspettare.

La costruzione delle infrastrutture per le piste ciclabili è sicuramente auspicabile ma non è sicuramente realizzabile in tempi brevi. Oggi siamo di fronte a una grandissima domanda e la bici in Italia è lo sport più praticato dopo i 45 anni. Di conseguenza sarebbe necessario concentrare gli sforzi in quelle zone dove si riconoscono strade che già di per sé hanno le caratteristiche che permettono di andare in bicicletta in modo tranquillo e salutare. Sarà poi sufficiente organizzare e orientare il flusso. Non è sufficiente attrarre cicloturisti dove ci sono gli alberghi: i ciclisti devono essere portati dove è possibile andare in bicicletta senza traffico e senza rotonde.

Rita Amendola

Presidente della FLAB di Parma

A Parma il problema parte da un punto diverso. È una città con 17 mila biciclette. La bici è data per scontata e non c'è bisogno di fare promozione perché è un mezzo di trasporto usato quotidianamente. Il problema va oltre e ha a che fare con l'intermodalità e la sostenibilità a livello di bicicletta nel sistema paese.

Sulla base della sua esperienza personale, e relativamente alla sostenibilità, Rita Amendola fa presente che è troppo alto a Firenze il costo del noleggio della bicicletta per due giorni (quasi 50 euro). Questo è solo un esempio di come facilmente possa essere scoraggiato l'uso della bicicletta da parte dei turisti. Relativamente all'intermodalità, è necessario creare le condizioni per cui sia possibile poter andare in treno da Parma a Bologna, a Bologna noleggiare la bici e con questa andare a Roma, e a Roma lasciare la bicicletta e riprendere il treno per Parma. Un altro problema riguarda tutte le difficoltà legate al trasporto delle biciclette nelle metropolitane. Per quanto riguarda la via Francigena sarebbe inoltre importante investire nel recupero delle ferrovie dismesse. È importante concentrare l'attenzione sulla linea Parma-La Spezia sia perché è collegata con la via Francigena, sia perché fa parte del tratto Brennero-Tirreno. Fa parte del comparto ferroviario di Firenze e di conseguenza la Toscana dovrebbe interessarsene in prima persona.

Un altro elemento da sottolineare è la presenza di percorsi non riconoscibili. Ogni anno in occasione dell'Epifania la FIAB di Parma organizza una pedalata lungo il Tirreno da nord a sud. La distanza tra Parma e Massa è coperta in treno in mancanza di una pista ciclabile. Il percorso in bicicletta è quindi da Massa a Pisa e si svolge in collaborazione con la FIAB locale che risulta essere un aiuto indispensabile per permettere la riconoscibilità dei percorsi. Senza l'aiuto di chi già conosce i percorsi, il ciclista si troverebbe in gravi difficoltà. Il riferimento alla Sicilia porta invece un esempio di gravi pecche nella manutenzione di una pista ciclabile che invece dovrebbe essere valorizzata al massimo perché bellissima da un punto di vista storico e naturalistico. Si tratta del percorso ciclabile che collega Caltagirone con Piazza Armerina. È un itinerario che ha addirittura vinto un premio per la sua bellezza, ma la cattiva o assente manutenzione lo fa sembrare una pista dismessa. Addirittura è stata usata dalle automobili durante i lavori di aggiustamento della strada di fianco. Inoltre quasi nessuno ne conosce l'esistenza e quindi è una pista ciclabile che dovrebbe ricevere un lavoro di promozione. Il problema dell'intermodalità si lega anche a quello della reperibilità dei voli aerei a basso costo per organizzare gli spostamenti. La FIAB organizza gite in bicicletta ma non è possibile acquistare voli aerei a basso costo perché le compagnie aeree richiedono la lista dei nominativi al momento della prenotazione. Il turismo attivo è molto interessante e il discorso sulle emozioni è importante. La FIAB di Parma organizza gite in campagna per i ragazzi delle superiori. Pedalano avendo una sensazione di libertà. Non è una vera libertà perché in realtà davanti a loro c'è la polizia municipale che si occupa di fermare il traffico.

Lo scopo di tutti gli attori interessati al cicloturismo deve essere proprio questo. Il turista viene in Italia

per vivere certe emozioni e deve godersi il suo senso di libertà senza rendersi conto che dietro al suo itinerario c'è tutto un lavoro capillare che rende possibili quelle emozioni.

Giuseppe Crinò

Siciclando

Prende spunto dall'intervento precedente per parlare della pista ciclabile di Caltagirone e per fare alcune considerazioni sull'importanza della valorizzazione delle strade piccole che, a differenza delle piste ciclabili, non ghettizzano il ciclista. All'inizio la pista di Caltagirone era una cattedrale nel deserto perché era una pista ciclabile che iniziava da San Michele di Ganzaria e doveva raggiungere Caltagirone. Attualmente in buona parte è distrutta e non è utilizzabile perché sono stati fatti dei lavori e nessuno si è preoccupato di ripristinarla. Non è sorprendente che al convegno di oggi non sia presente nessun rappresentante della Sicilia. Per quanto riguarda invece lo slancio da dare al cicloturismo, non si deve ghettizzare il cicloturista dentro le piste ciclabili ma sarebbe necessario valorizzare le tante piccole strade, intercomunali e provinciali, di cui il paese è ricco. In particolare nel corleonese esiste un groviglio di strade da cui, con una giusta qualificazione e organizzazione, si potrebbero creare meravigliosi percorsi cicloturistici. Il problema però è che molte di queste strade non solo si perdono in campagna ma non sono nemmeno sottoposte a opere di manutenzione. Una raccomandazione per gli enti pubblici è quella di mantenere attenzione nei riguardi di quelle che sono le condizioni delle strade.

Vittorio Anastasia

Ediciclo

Vuole innanzi tutto sapere sulla base di quale criterio sono state selezionate le regioni che aderiscono al progetto e dalla platea gli viene risposto che si tratta di una adesione volontaria. Concentra quindi la sua attenzione su due importanti assenze al convegno, quella di chi rappresenta gli interessi degli automobilisti e quella delle Ferrovie dello Stato. Se infatti quello di oggi fosse stato un convegno sul turismo in automobile, sarebbero stati presenti la Fiat e tutti quelli che si occupano di automobilismo. Come casa editrice, la Ediciclo ha cercato più volte di coinvolgere le aziende che hanno interesse a uno sviluppo culturale della bicicletta ma è sempre difficile trovare una reale sinergia. Un'altra assenza fondamentale è quella delle Ferrovie dello Stato, già sottolineata anche in altri interventi. La ciclabile San Candido-Lienz sta avendo un grande sviluppo, anche grazie agli agevoli collegamenti ferroviari, e mentre in Italia ci si domanda come sviluppare il cicloturismo, lì si chiedono come fare a contenerlo arrivando anche a una recente proposta di introdurre un ticket. Si parla di due milioni di cicloturisti italiani e di sei milioni europei ma non sembra una cifra attendibile dal momento che soltanto i cicloturisti tedeschi sono il triplo degli italiani. La San Candido-Lienz ha avuto questo grande successo perché è un percorso in discesa ed è quindi un'esperienza piacevole e facile. Ma c'è un problema culturale. La bicicletta non deve voler dire solo non fare fatica.

Il catalogo editoriale di Ediciclo si suddivide in una serie di collane che rispondono a esigenze diverse e a una domanda segmentata. Se l'obiettivo è quello di ampliare il mercato, è ovvio che devono essere date delle risposte ad una quota più ampia possibile di persone, e le persone, nella maggioranza dei casi, richiedono dei percorsi facili (come la San Candido-Lienz o la strada bianca del Chianti). Nel 1991 Ediciclo ha inaugurato la collana di percorsi in mountain bike che ebbe molto successo perché allora le persone erano al loro primo approccio con questo tipo di bicicletta. Credevano che con la mountain bike non si facesse fatica. Poi si sono accorte che non era vero e una quota consistente si è spostata su altre forme di bicicletta, come la bicicletta da strada o la city-bike. L'Italia è costretta a dare risposta a delle richieste sempre più pressanti provenienti dall'estero. Un esempio banale è quello di un gruppo di operatori veneti che non avevano mai avuto a che fare con il turismo in bicicletta e che però,

vedendo arrivare i tedeschi con la bici sulla macchina, hanno iniziato a organizzarsi per riuscire a venire incontro alle esigenze dei loro clienti che altrimenti sarebbero andati a trascorrere le loro vacanze in Croazia. Questa è la stessa situazione in cui si trova adesso l'Italia. Se l'obiettivo è quello di reggere la concorrenza con altri paesi, è arrivato il momento di fare sinergia, mettendo insieme competenze diverse per raggiungere un risultato comune.

Andrea Gerardo

Viking Reiser

Dopo riflessioni che hanno riguardato il cicloturismo come fenomeno italiano e internazionale, vuole riportare l'attenzione sul fenomeno locale. In particolare, e relativamente alla città di Montecatini e alla sua ciclabilità, la Viking Reiser trova grosse difficoltà anche per quanto riguarda la sicurezza delle piste e dei ciclisti. Come tour operator ha sempre cercato di trovare dei percorsi soddisfacenti per i suoi clienti ma molto spesso mancano addirittura quattro o cinque chilometri di pista, fermo restando che la zona per pedalare è molto bella. Anche a fronte di una lettera in cui si segnalava la situazione, non è arrivata nessuna risposta da parte delle istituzioni comunali.

Il turismo in bicicletta aumenta ogni anno e anche per Montecatini questo tipo di turismo è un'occasione importante. Sarebbe necessario che qualcuno se ne occupasse direttamente, almeno quel tanto per garantire una continuità della pista ciclabile.

Davide Marchegiano

direttore delle operazioni di Ciclismo Classico

Ciclismo Classico è un tour operator americano che da vent'anni organizza giri in bicicletta in Italia. Sulla base di questa esperienza Davide Marchigiano si rivolge agli operatori del settore esortandoli a non concentrarsi eccessivamente sugli esempi esteri di grandi piste ciclabili o di aree che diventano grandi concentrazioni di ciclisti. Tutto questo è infatti poco realizzabile in tempi brevi in Italia e, d'altro canto, non è nemmeno la cosa migliore che l'Italia può offrire.

Quello che i clienti di Ciclismo Classico cercano in Italia (e l'Italia è il sogno cicloturistico anche degli americani, non solo dei tedeschi) è la possibilità di trovare a portata di pedale un'esperienza culturale, artistica, storica, gastronomica ed enologica e il contatto con la gente. Tutto questo si coniuga male con un itinerario unico, con una grande pista ciclabile attraversata da milioni di persone. La ricerca delle emozioni italiane si combina meglio con un cicloturismo più diffuso, che tra le altre cose richiede anche minori investimenti e è di più facile e veloce realizzazione. Basta semplicemente interpretare l'accoglienza in maniera corretta: da domani qualsiasi struttura ricettiva (albergo o B&B) può trovare il posto in cui mettere le bici e andare così incontro alle necessità dei cicloturisti, così come il ristoratore è capace di capire le necessità di orario e di menu dei turisti che si muovono in bicicletta. La ricchezza della cultura italiana ha anche bisogno di interpreti del luogo che sappiano indicare al turista le particolarità del territorio luogo. Anche per quanto riguarda le istituzioni, l'investimento deve andare in una direzione simile. Gli sforzi devono essere poco concentrati sulla realizzazione di nuove piste ciclabili, che sono comunque utili e opportune soprattutto per l'ingresso e l'uscita dalla città, e devono innanzitutto orientarsi al mantenimento di strade che siano, se non bike friendly, almeno non manifestamente ostili: sono da evitare guard rail che sporgono all'interno della carreggiata, è da prestare attenzione al rifacimento del manto della strada che spesso presenta un asfalto che si accumula ai bordi della strada creando scalini molto pericolosi per i ciclisti. Per fare tutto ciò è possibile prendere spunto dall'esempio della Vallonia dove si è realizzata una reale interazione tra la direzione delle strade, la direzione urbanistica e il coordinamento della pista ciclabile. Se anche in Italia ci fosse questa attenzione, sarebbe già un passo avanti verso l'incentivazione di un turismo di questo tipo.

Claudio Pedroni

Federazione Italiana Amici della Bicicletta

È necessario capire meglio quali sono i reali bisogni dell'Italia. Ci sono infatti degli operatori nel campo del turismo in bicicletta che hanno bisogno di trovare dei percorsi e degli itinerari per la campagna del 2007. È evidente che chi deve fare la campagna del 2007 non può aspettare le ciclabili che verranno fatte tra dieci o quindici anni. Oggi bisogna fare riferimento alle risorse che ci sono e alle risorse esistenti di percorsi stradali accettabili. In tutto questo una parte importante è giocata anche dall'offerta culturale dell'Italia perché l'operatore deve potere offrire al turista-cliente le particolarità e le unicità del paese. Ma bisogna considerare che i cicloturisti che l'operatore porta in Italia sono dei ciclisti esperti e è questa la differenza. Chi fa business con il cicloturismo in Italia ha a che fare con ciclisti esperti e motivati. Per allargare il numero degli utenti, bisogna giocare anche la carta della sicurezza stradale. La qualità dell'offerta culturale non contrasta infatti con la sicurezza che serve ad allargare il numero dei turisti. Può anche darsi che l'Italia non sarà mai il paese delle piste ciclabili ma è necessario avviare questo processo altrimenti il cicloturismo rimarrà un prodotto di nicchia. In molti paesi il cicloturismo non è di nicchia ma un fenomeno consistente e il caso della ciclopista sul Danubio lo dimostra.

Alberto Conte

Itiner Aria

È necessario considerare la bicicletta come un mezzo di trasporto se si vuole superare l'impasse che può creare la contrapposizione tra due fazioni, quella che vede la bici come mezzo e quella che vede la bici come un fine. Nel momento in cui si considera la bicicletta come mezzo di trasporto, sarà possibile trovare un mercato potenzialmente enorme (il turista con la famiglia) e utilizzare la bicicletta come mezzo per scoprire il territorio. Il discorso è che nel momento in cui si crea un percorso sufficientemente sicuro, i numeri arrivano e sono numeri spesso sorprendenti: la ciclopista dell'Adige ha contato l'anno scorso 130 mila passaggi e la ciclopista del Po 89 mila persone. All'estero la ciclopista della Borgogna nel giro di due o tre anni ha ripagato completamente l'investimento.

Luigi Parmigiani

Verde Natura

È d'accordo con l'impostazione di Davide Marchigiano. Sarebbe molto positivo se e in uscita e in entrata delle città ci fossero itinerari sicuri. Per quanto riguarda invece la ciclabilità del territorio, il Chianti, con le sue colline, non è adatto a un ampio turismo in bicicletta.

I percorsi lungo l'Adige, il Ticino e il Po sono molto frequentati proprio perché sono itinerari facili, adatti anche alle famiglie. Verde Natura è un tour operator che organizza viaggi per famiglie su itinerari molto facili. Quando ci si appresta a costruire nuove itinerari bisogna anche considerare le caratteristiche del territorio e il loro livello di fruibilità.

Enrico Caracciolo

fotogiornalista

Fa notare una certa differenza nella lettura del territorio da parte del tour operator straniero e da parte del tour operator italiano che vende prodotti all'estero. Il problema degli italiani è che c'è una scarsa cultura del cicloturismo e della bici usata come mezzo. I tour operator italiani dovrebbero avere un contatto con il territorio molto più forte e fare una ricerca capillare delle località da scoprire. Si notano

infatti molta più profondità e voglia di scoprire da parte dell'operatore straniero che viene in Italia rispetto all'operatore italiano che sembra considerare il territorio come se mancasse di interpolazione. Ad esempio, da Castagneto Carducci passa la vecchia Aurelia che adesso è una strada abbastanza ciclabile. Sono molti i ciclisti che la percorrono ogni giorno eppure raramente deviano per pedalare sulla via bolgherese. Nell'organizzazione del viaggio non viene sempre data l'importanza alla strada.

Matteo Scarabelli

giornalista e scrittore

Dopo avere constatato che gli interventi si sono esauriti, chiude la tavola rotonda augurandosi che la Borsa del Turismo Sportivo possa portare a un positivo approccio al turismo in bicicletta.

INDICE

pag. 3	HANNO PARTECIPATO
pag. 5	PRESENTAZIONE E SALUTI
pag. 9	INTERVENTI INTRODUTTIVI
pag. 15	PRIMA SESSIONE <i>Le caratteristiche dell'offerta italiana di itinerari e servizi per il cicloturismo</i>
pag. 27	SECONDA SESSIONE
pag. 39	CONCLUSIONI
pag. 43	TAVOLA ROTONDA <i>Cicloturismo: idee e esperienze a confronto</i>
pag. 45	HANNO PARTECIPATO
pag. 47	INTERVENTI

