

RdT

la **RIVISTA** del **TURISMO**



CENTRO STUDI TOURING CLUB ITALIANO

TURISMO LENTO **In viaggio al passo** **con i tempi**

BED & BREAKFAST | Un affare di famiglia
NUMERI | Da Bolzano i dati sul Conto Satellite

Touring Club Italiano

Presidente: Roberto Ruozzi

Direttore generale: Fabrizio Galeotti

Centro Studi Tci

Direttore
Massimiliano Vavassori

Area Ricerche e Pubblicazioni

Matteo Montebelli (responsabile)
Monica Martinelli
Maria-Chiara Minciaroni
Jacopo Zurlo

RdT - la RIVISTA del TURISMO

Touring Club Italiano
Corso Italia, 10 - 20122 Milano
Tel. 02 8526331 - Fax 02 8526482
rdt@touringclub.it

Direttore responsabile

Marco Berchi

Progetto grafico e impaginazione

Studio Cappellato e Laurent Srl

Stampa

Gruppo Stampa GB Srl, Cologno M. (MI)

Ufficio Pubblicità

Tel. 02 8526216 - Fax 02 8526947
lara.cremonesi@touringclub.it

Ricerca iconografica

Elisabetta Porro
(Centro Documentazione Tci)

Informazioni sugli abbonamenti

tel. 840 888802
prontotouring@touringclub.it
La Rivista del Turismo è in vendita in abbonamento (per le tariffe si veda la pagina con il coupon). Copie singole e arretrate sono disponibili al prezzo di € 15 chiamando il n. 840 888802 o presso i Punti Touring (l'elenco è sul sito www.touringclub.it)

Registrazione Tribunale di Milano
10 febbraio 1999, n. 94

© 2009 Touring Club Italiano,
Milano
Codice NKAAS
Finito di stampare
nel mese di ottobre 2009

ISSN 1972-1390

In copertina:

Una canoa Aerius biposto
con vela supplementare, 1964, Archivio Tci

SOMMARIO

3 | 2009

EDITORIALE

Vacanze fuori porta

3

MERCATI

Se l'artigianato incontra il turismo

4

Martha Mary Friel

MANAGEMENT

Barcellona e Vienna: strategie a confronto

12

Francesca D'Angella

B&B: affari di famiglia e non solo

22

Elio Torlontano

FOCUS: SLOW

Elogio della lentezza

28

Andrea Bocconi

Svizzera: turismo a misura d'uomo

29

George M. Ganz

Passoparla, il festival del cammino

32

Sara Piovani

Italy Bike Hotels: le vacanze su due ruote

36

Daniela Galli e Viviana Andriani

Zeppelin, dalle bici alle barche

38

Giovanni Bottazzi

ESPERIENZE

L'Alto Adige visto col satellite

40

Ludwig Castlunger

Città d'arte a prova di turista

46

Mario Lugli

TENDENZE

Piccoli eventi crescono

52

Giancarlo Dall'Ara

Trentino in fiore

56

Gianfranco Betta

RUBRICHE

SEGNALIBRO

63



AND



AMMENTO LENTO

In Italia e in Europa si moltiplicano le iniziative dedicate alla mobilità dolce: sempre più territori, operatori e associazioni, infatti, stanno puntando su esperienze di viaggio rispettose dell'ambiente e all'insegna della lentezza

**con i contributi di ANDREA BOCCONI, GEORGE M. GANZ,
SARA PIOVANI, DANIELA GALLI, VIVIANA ANDRIANI E GIOVANNI BOTTAZZI**

Sulla strada della Val Gardena, Plan, 1930 1940, Archivio Tci

ELOGIO DELLA LENTEZZA

ANDREA BOCCONI

La spedizione nel Borneo era finanziata dall'Università di Vienna, ma i fondi erano limitati, e quindi l'antropologo Max Knaus marciava rapido alla testa della spedizione. I portatori a un certo punto si fermarono. "Siete stanchi?"

"No, ma siamo andati troppo veloci e le nostre anime sono rimaste indietro". E la spedizione si fermò per aspettarne l'arrivo. Forse anche la nostra anime sono rimaste indietro. La velocità è un male moderno? È un male? Di certo tutti si lamentano della mancanza di tempo, e non da ora. I meno giovani ricorderanno un fortunato spot dell'amaro Cynar: Ernesto Calindri sedeva al tavolino e si beveva un bicchierino nel mezzo di un incrocio tra lo sfrecciare delle macchine, "contro il logorio della vita moderna". Erano gli anni 60, stress, *burn out* e sindrome della fatica cronica non erano forse popolari, ma già ci si lamentava.

Anche il modo di viaggiare, col nascere in quegli anni del turismo di massa, cambia. Si vuole vedere tutto, in viaggi sempre più affollati di impegni. Un film si intitolava *Se è martedì siamo in Belgio*.

Il viaggio antico era regolato sulle possibilità dell'organismo, il nostro o quello del cavallo. E se lo si sfiancava si restava a piedi: il tempo era amico dello spazio, le distanze, come in montagna, si misuravano in ore, non in chilometri, ed era misurata vaga, legata alle condizioni meteorologiche, a quelle fisiche del viaggiatore, agli incontri. Marco Polo viene invitato da un persiano a Isphahan, risponde "volentieri" e ci si ferma otto anni.

PROTESI MECCANICHE

Il problema sono le protesi meccaniche. Finché si trattava della bicicletta ci volevano le gambe per spingere sui pedali, e quindi era il battito del cuore a scandire l'andare, ma con l'automobile tutto cambia. Arrivare presto alla meta diventa una soddisfazione irrinunciabile: compare l'espressione "da casello a casello", si va in autostrada per guadagnare un'ora, le stra-

de provinciali vengono abbandonate. Quanti di noi, facendosi calcolare un itinerario su internet, non scelgono il più rapido? Per l'Alta velocità si spendono 10.000 milioni, si rischia di devastare paesaggi e città. Pare, però, che ci si metta mezz'ora in meno da Milano a Firenze. Il tempo è merce preziosa, una mia amica che lavora per la Croce Rossa svedese va in missione a Giacarta il lunedì e rientra il giovedì: che contributo avrà dato nelle riunioni, e che contributo darà alla famiglia tornata a casa? E la sua anima, quando arriverà? Noi non siamo fatti per andare così veloci, e non ci basteranno milioni di anni per adattarci. Dal finestrino del treno il paesaggio scorre troppo veloce, lasciamo perdere e leggiamo il giornale fino all'ultima riga, o accendiamo il computer "per guadagnare tempo". In aereo, una rapida occhiata alle montagne innevate, e poi filmetti tagliati per farli finire alla svelta, prima dell'atterraggio, riviste patinate della compagnia tutte uguali, tutto pur di ammazzare il tempo, ed è espressione che usiamo senza pensare alla valenza criminale dell'atto.

PROTESI SENSORIALI

Alle protesi di movimento si aggiungono le protesi sensoriali: come Mac Luhan aveva intuito con largo anticipo sull'avvento di internet, le estensioni elettriche ed elettroniche del sistema nervoso centrale ci connettono tutti in una grande rete: siamo sempre on line, se il cellulare resta spento siamo sommersi di proteste. La reperibilità è un obbligo sociale. La comunicazione di conseguenza diventa sempre più rapida, i 160 caratteri degli sms, non ci servono quasi mai, ne bastano trenta, contiamo gli "amici" a peso su Facebook. Anche se non si capisce bene la necessità di ristabilire contatti con tutti i compagni delle elementari, fanno comunque numero. Baricco ha fatto un'analisi molto intelligente di questi aspetti della modernità. Ne *I barbari* non si limita a ricordare i bei tempi della profondità, del lavoro duro che pagava, delle buone

letture. Osserva i fenomeni più disparati: l'imporsi sul mercato dei "buffi" vini californiani, la scomparsa del calciatore specializzato, la visione del mondo che sottosta a Google. Se una mutazione si impone, vuol dire che è adattativa. Ma non è solo un rassegnarsi all'inevitabile, ci lamentiamo, ma la velocità ci piace: quell'agenda piena di impegni ci fa sentire importanti, perfino efficaci se gli incastri funzionano, anche se basta un banale tamponamento sul tratto da Firenze Sud a Firenze Nord per trasformare un viaggio di venti chilometri in un inferno a singhiozzo, che ci riporta di colpo ai tempi di percorrenza della diligenza, e garantisco che succede spesso. L'aereo è veloce, ma i bagagli sono restati a terra a Fiumicino, o nella fretta hanno sbagliato nastro e giacciono in un deposito di Hong Kong. Il meccanismo è impazzito, la colpa è dei barbari? Ma noi ne siamo complici. Li criticiamo e siamo già come loro.

TUTTO È RELATIVO

Lento e veloce sono aggettivi che di per sé non hanno connotazione: dipende dal contesto. Pensiamo a diverse attività umane: mangiare, correre, studiare, fare l'amore, lavorare, produrre... scegliete voi a quali si addice il lento e a quali il veloce. Cosa c'è tra il lento e il veloce? La risposta giusta non me l'ha data uno scrittore, me l'ha data un musicista: a tempo.

"Il giorno di ieri è passato, il giorno di domani non l'hai ancora visto: oggi il Signore ti aiuta".

Per stare nell'oggi occorre dilatare i tempi e trovare spazi di ozio, dosi omeopatiche di tempo che si dilatano nell'animo. Scriveva Cicerone: "Cosa c'è di più dolce dell'ozio letterario? Alludo a quegli studi per mezzo dei quali arriviamo a conoscere l'infinita natura, e il cielo e la terra e i mari, mentre siamo ancora nel mondo". E lo scrittore Joseph Conrad disse: "Diventa sempre più difficile convincere mia moglie che, quando guardo fuori dalla finestra, sto lavorando".

A Genova, a una tavolata del premio Chatwin, uno che andava a piedi, c'erano fotografi, scrittori, psicologi e Luciana Damiano l'organizzatrice: scrivemmo su una tovaglietta il manifesto di Slow Foot, piede lento, espressione semigoliardica della nascita di un movimento di resisten-

za. È un fatto che il viaggio lento trova sempre nuovi adepti: a piedi, con gli asini, andando vicino e scoprendo quello che chiamo "l'esotico dietro l'angolo". Il trekking si coniuga con la rinascita di forme religiose e laiche di pellegrinaggio, ad esempio sulle tracce di Francesco d'Assisi.

A chi chiede suggerimenti sulle mete propongo di scoprire località cosiddette minori e prendersi tempi abbondanti: se il turismo mordi e fuggi dedica mezza giornata a una cittadina, prendiamoci un giorno e mezzo. Liquidata la pratica "monumenti raccomandati" potremo scoprire luoghi altrettanto belli e concederci il lusso dell'incontro. Gli ultimi viaggi a piedi che ho fatto erano molto lenti, specialmente quando si andava a passo d'asino, eppure proprio questo permetteva di cogliere dettagli indimenticabili, di incontrare e fissare profondamente il volto di una persona, una parola curiosa, uno scorcio dietro un angolo. Tutto, o quasi, diventava engramma mentale, e ce l'ho ancora dentro. Non è solo una maggior "quantità" di memoria, è memoria più fine, più articolata, una ricchezza che cresce, al contrario delle centinaia di foto stipate nel pc che non riguarderò.

GLI ANTIDOTI AL LOGORIO

Quali sono gli antidoti "contro il logorio della vita moderna"? Allenarsi a dire di no con gentile fermezza nelle cento occasioni cui diciamo di sì per timidezza, per vanagloria, perché non ci prendiamo il tempo di riflettere; creare spazi vuoti barrati nell'agenda in cui scriviamo NSCF (non sapere che fare); praticare un'ora di silenzio, se non tutti i giorni come Gandhi, almeno una volta alla settimana; praticare attività "inutili" quali studiare il greco antico o il finlandese, imparare i nomi dei fiori, allenarsi a far rimbalzare i sassi sull'acqua. Sono tutti piaceri che richiedono tempo e non denaro.

Scrivo Owe Wicstrom, ne *La dolce indifferenza dell'attimo*: "Nel mezzo della frenesia si prova spesso una sensazione di nostalgia esistenziale verso qualcosa di più o qualcos'altro. Questo 'altro' è rarefatto e difficile da catturare. Alcuni parlano di crisi esistenziali, altri di povertà spirituale".

Il viaggio lento ci porta dentro, ed è pieno di sorprese: magari troveremo anche qualcosa che è profondamente nostro, una dimensione sacra che non vuole parole, perché è appunto ineffabile. ■

(che sono regioni autonome) venne creata la fondazione "La Svizzera in bici", cui fu affidata la responsabilità del progetto. Nel 1998 vennero inaugurati nove percorsi nazionali per una lunghezza complessiva di oltre 3.000 chilometri.

Questo successo generò nuovi appetiti. In occasione dell'Esposizione nazionale del 2002 venne sviluppato il progetto regionale "Human Powered Mobility (HPM)" – mobilità tramite la sola forza muscolare – concepito per gli spostamenti a piedi, in bicicletta, mountain bike, sugli skate e in canoa. Il progetto fu accolto con grande interesse e si rivelò vincente. Il successo conseguito funse da stimolo per lo sviluppo di una rete nazionale di percorsi dedicati al traffico lento e sancì la nascita di SvizzeraMobile.

Nel contempo nasceva un altro progetto: le giornate regionali per il traffico lento, i cosiddetti *slowUp*. Una piccola regione – ad esempio i dintorni di un lago adagiato in un paesaggio attraente – viene chiusa per una domenica al traffico motorizzato e riservata esclusivamente alla locomozione lenta. Associazioni locali vi propongono varie specialità regionali. Anche questa idea ebbe subito successo: oggi si svolgono ogni anno 14 *slowUp*, in ogni regione della Svizzera, con una partecipazione annua di circa un milione di persone. Intere famiglie, anche con bambini in carrozzina, si divertono accanto a pattinatori sportivi, ciclisti in tandem e gruppi in gita in bicicletta. Tutti si godono l'atmosfera festosa, senza conflitti. Nuovi *slowUp* sorgeranno presto anche in altre regioni.

Nel frattempo si è continuato a lavorare al progetto SvizzeraMobile. L'inaugurazione si svolse nel 2008 in presenza di esponenti svizzeri ed esteri del mondo della politica, dello sport, del turismo, delle organizzazioni coinvolte e dei media. Da allora la Svizzera vanta una rete nazionale di percorsi dedicati al traffico lento.

Alla cerimonia di inaugurazione uno skater incantò il pubblico compiendo un balzo spettacolare attraverso una croce svizzera di carta. Un gesto simbolico: SvizzeraMobile vuole essere sinonimo di innovazione, dinamismo ed ecologia. I risultati del primo anno sono eloquenti: SvizzeraMobile è nata nel momento giusto. Le escursioni, lunghe o brevi che

SVIZZERA: TURISMO A MISURA D'UOMO

GEORGE M. GANZ

Il "traffico lento" è una tradizione di lunga data in Svizzera. Con questo termine si intende la mobilità a piedi, in bicicletta, mountain bike, skating e canoa. In Svizzera il traffico lento occupa una posizione di primo piano. Sia nel quotidiano sia nei momenti di svago gli svizzeri scelgono con maggior frequenza un mezzo di trasporto senza motore, spostandosi soprattutto a piedi o in bicicletta. L'8% della distanza media quotidiana viene percorsa usando la forza muscolare. E nelle destinazioni di vacanza questa percentuale sale in modo esponenziale. Dal 1985 la rete di sentieri è addirittura

citata nella Costituzione e una legge federale ne garantisce la manutenzione e lo sviluppo. Per molto tempo non è esistita invece nessuna regolamentazione per gli altri tipi di mobilità dolce. Questa lacuna è stata colmata a livello nazionale nel 2008. La fondazione SvizzeraMobile ha assunto la responsabilità del coordinamento e della promozione dei percorsi svizzeri dedicati a ogni forma di traffico lento.

DA "LA SVIZZERA IN BICI" A "SVIZZERAMOBILE"

Nel 1993 maturò l'idea di realizzare in Svizzera una rete di percorsi nazionali ciclabili. Con l'appoggio di tutti i Cantoni

siano, rispondono alle esigenze di un pubblico di ogni età. Fanno bene alla salute e fanno maturare una nuova percezione della natura, della cultura del viaggio e dei propri bisogni interiori.

Nello stesso anno SvizzeraMobile si è vista assegnare il premio del turismo svizzero Milestone nella categoria "Progetto eccellente".

COS'È SVIZZERAMOBILE?

Ente promotore è la fondazione di utilità pubblica SvizzeraMobile, in cui sono rappresentati tutti i Cantoni, il Principato del Liechtenstein, numerose organizzazioni che si occupano di traffico (fra cui il Touring Club Svizzero), sport e turismo. La Confederazione assicura alla fondazione un appoggio continuo e, attraverso i suoi delegati, partecipa agli organi della stessa con funzione consultiva. La fondazione gestisce a titolo fiduciario i fondi messi a disposizione per la realizzazione dei suoi progetti e provvede in questo senso anche al controllo delle finanze, fornendo un rendiconto periodico alle organizzazioni coinvolte.

SvizzeraMobile è oggi gestita e finanziata secondo un modello di Private Public Partnership (PPP). I suoi compiti e progetti sono finanziati dai Cantoni, da mandati di prestazioni, contributi ai progetti e quote dei membri, nonché da sponsorizzazioni. La spesa complessiva ammonta a 2,5-3 milioni di franchi all'anno; i Cantoni e le regioni mettono a disposizione l'infrastruttura e sono responsabili dei lavori di rinnovamento e manutenzione. La Confederazione partecipa attivamente alla definizione delle direttive di base e all'ulteriore sviluppo del progetto e mette a disposizione le carte nazionali ufficiali. Svizzera Turismo, l'ufficio nazionale per il turismo, cura il marketing nazionale e internazionale. Organizzazioni private, le Ferrovie Federali Svizzere FFS e le ferrovie private forniscono contributi finanziari e mettono a disposizione le loro piattaforme e i loro servizi, quali ad esempio i dati sulle varie possibilità di trasporto. Come per "La Svizzera in bici", vari editori hanno messo a punto delle guide. Diversi operatori turistici propongono escursioni circolari di più giorni.

La responsabilità complessiva è affidata alla fondazione SvizzeraMobile, che provvede

anche al coordinamento. È gestita da un piccolo Comitato che si occupa delle questioni strategiche: è responsabile della pianificazione e delle strategie di finanziamento della fondazione e dei suoi progetti. Un Consiglio di fondazione, in cui sono rappresentate tutte le organizzazioni e istituzioni coinvolte, segue i lavori di sviluppo. Responsabile del lato "tecnico" è la Direzione di progetto, che opera su mandato. Essa ha curato la realizzazione di manuali, a garanzia di un allestimento uniforme in tutta la Svizzera: un notevole vantaggio per gli utenti.

La fondazione è promotrice dei siti web ufficiali www.svizzeramobile.ch (offerte, carte nazionali, alloggi, trasporti pubblici ecc.) e www.svizzeramobile.org (organizzazione). I due siti web sono curati nelle lingue italiano, francese, tedesco e inglese.

L'OFFERTA DISPONIBILE

I percorsi. Per SvizzeraMobile si intende la rete di percorsi dedicati al traffico lento dotati di una segnaletica unitaria. Si tratta di percorsi nazionali e regionali scelti che formano tra loro una rete estesa a tutto il territorio del Paese. Comprende 22 percorsi nazionali e 147 percorsi regionali, per una lunghezza complessiva di circa 23.000 chilometri. I singoli percorsi sono stati definiti in stretta collaborazione con le autorità e le organizzazioni turistiche competenti. La partecipazione diretta degli enti pubblici contribuisce ad assicurare uno sviluppo duraturo all'intero progetto. Integrati nella pianificazione del territorio, i percorsi sono stati iscritti nei piani direttivi cantonali e inseriti nel materiale cartografico della Confederazione. In questo modo, la loro esistenza è protetta a lungo termine. Su questa rete vengono oggi percorsi circa 150 milioni di chilometri all'anno.

Accanto a questa offerta, il territorio svizzero comprende un'infinità di altri itinerari e sentieri regionali e locali per il traffico lento, sia nelle località di villeggiatura sia nelle città e nei comuni. Questi non sono curati da SvizzeraMobile, ma attualmente si sta progettando l'integrazione di circa 800 ulteriori escursioni di un giorno sotto forma di offerte locali. I lavori si concentrano sullo sviluppo di circa 500 percorsi locali per escursioni a piedi, 250 percorsi per mountain bike e

50 per gite in bicicletta e per lo skating. L'offerta include percorsi facili e pianeggianti per le famiglie, itinerari impegnativi per ciclisti sportivi e attraenti sentieri escursionistici. Viene sempre indicato il livello di difficoltà, che permette di confrontare i requisiti in termini di abilità tecnica e forma fisica. L'offerta si rivolge a giovani e meno giovani, con o senza ambizioni sportive, che hanno voglia di scoprire le attrattive paesaggistiche e culturali della Svizzera. Gli itinerari portano alla scoperta di tutte le regioni e attraversano l'intera Svizzera, con eccezione dei tratti per canoa e skate, che per ovvi motivi geografici non possono estendersi a tutto il Paese. Ma anche in questi comparti non mancano le offerte interessanti, come ad esempio la possibilità di percorrere una tratta di un giorno intero sull'acqua.

Segnaletica e cartine. I percorsi di SvizzeraMobile sono segnalati in modo uniforme in tutta la Svizzera. La segnaletica si basa su una normativa vincolante, la norma svizzera SN 640829a ("Segnaletica per il traffico lento", disponibile solo in tedesco e francese). Gli indicatori di direzione gialli segnalano i sentieri escursionistici e quelli rossi i percorsi dedicati a biciclette, mountain bike e allo skating. I singoli percorsi sono segnalati con un numero in base a un sistema preciso; in questo modo gli utenti possono sempre orientarsi facilmente, senza dover conoscere diverse indicazioni regionali. Sulle cartine i percorsi sono rappresentati con gli stessi colori che figurano sugli indicatori di direzione. Cinquecentotrenta pannelli informativi, posti in corrispondenza delle fermate dei trasporti pubblici (di regola nelle stazioni ferroviarie) o di importanti bivi facilitano ulteriormente l'orientamento.

Le informazioni cartografiche consultabili sul web si basano sulle carte ufficiali della Confederazione. Le cartine con i percorsi in formato A4 sono stampabili gratuitamente.

Numerosi noti editori di materiale cartografico propongono anche carte sinottiche su supporto cartaceo. Le carte interattive sono ricche di link che consentono di pianificare autonomamente il viaggio, inclusi i vari punti di attrazione e le possibilità di alloggio. Così si possono otte-



Barche a riposo, Liguria, 1950, Archivio Tci

nere con grande facilità informazioni sulle organizzazioni locali, le offerte culturali o turistiche e, addirittura, su dove si possono fare acquisti.

Coordinamento con i trasporti pubblici. L'abbinamento con i mezzi pubblici (treno/bus) è un criterio fondamentale. Questa sinergia crea infatti condizioni ideali non solo per il tempo libero e il turismo, ma anche nella vita quotidiana, favorendo così la mobilità combinata. La rete di percorsi è suddivisa in tappe giornaliere. Ovunque possibile, le località di tappa sono servite dai trasporti pubblici tramite fermate di treni, autopostali e bus, battelli e impianti a fune. Tutte le singole tappe si prestano pertanto anche per escursioni di un giorno. Le Ferrovie Federali Svizzere FFS hanno anche elaborato un orario speciale per il trasporto di biciclette.

Sulla carta interattiva in internet di SvizzeraMobile, assieme ai percorsi sono raffigurate tutte le fermate dei trasporti pubblici che figurano sull'orario ufficiale. Sono linkate all'orario online e consentono così di pianificare rapidamente ogni viaggio o escursione di un giorno. SvizzeraMobile fornisce inoltre raccomandazioni per l'utilizzo di treni, bus e battelli che possono facilitare ogni gita, come ad esempio l'utilizzo di un impianto di risalita durante un'escursione a piedi. Così il turista stanco può rimanere per un po' inattivo, lasciar vagare la mente, combinare una pausa con una gita in funivia per salire su una bella vetta. Compire parti di un'escursione a piedi o in bicicletta seduti comodamente su un battello, un treno o un impianto di risalita non è infatti solo possibile, ma anche molto bello.

Una società specializzata offre biciclette a noleggio in numerose stazioni ferroviarie e, in alcune postazioni, anche biciclette elettriche, tandem, pattini in linea e così via. In genere si possono riconsegnare questi mezzi di trasporto anche in una postazione di noleggio diversa. Queste soluzioni offrono una notevole libertà di scelta.

Offerte prenotabili. Le offerte prenotabili sono fornite da ditte private: SvizzeraMobile collabora con 35 operatori turi-

stici. All'incirca 150 proposte includono ad esempio il viaggio di arrivo in treno o bus, la prenotazione di alloggi, il trasporto quotidiano dei bagagli e tutti i servizi correlati quali pernottamento, noleggio di biciclette da turismo, mountain bike e biciclette da corsa, documentazione di viaggio e via di seguito. L'offerta è molto ampia: va dal pernottamento sulla paglia in una fattoria a quello in un albergo di lusso.

Marchio di qualità. Numerosi alberghi, campeggi, camere affittate da privati, ostelli per la gioventù e agriturismi sono stati insigniti del marchio di qualità della fondazione SvizzeraMobile. Queste aziende partner si sono impegnate a soddisfare al meglio i desideri dei viaggiatori. Ciò significa che accettano ospiti anche per una sola notte e che mettono a disposizione un luogo coperto e chiuso a chiave per posteggiare le biciclette, come pure il necessario per fare piccole riparazioni. Queste aziende partner sono descritte sul sito web di SvizzeraMobile e sulle guide.

Comunicazione e promozione. Gli ospiti di SvizzeraMobile possono pianificare in dettaglio il loro viaggio o la loro gita di un giorno utilizzando internet e le guide dei percorsi. La piattaforma interattiva fornisce informazioni sui percorsi e sui ser-

vizi offerti in italiano, francese, tedesco e inglese. Tutti i sentieri escursionistici segnalati (circa 65.000 chilometri) sono raffigurati sulle carte, disponibili fino in scala 1:50.000, stampabili gratuitamente. Le guide ufficiali di SvizzeraMobile illustrano i percorsi nazionali e regionali e i relativi servizi. Sono disponibili in tedesco e francese, e tre edizioni anche in inglese. Si possono acquistare in libreria o nel webshop del sito www.svizzeramobile.ch.

E DOMANI?

SvizzeraMobile è stata istituita su base permanente. Tutti i percorsi sono pertanto sottoposti a un controllo e a uno sviluppo continuo. I relativi manuali ne garantiscono la configurazione uniforme e le aziende partner necessitano di un marchio corrispondente.

I compiti attuali e futuri sono l'aggiornamento e il miglioramento continuo dei percorsi e un ulteriore sviluppo dell'intera rete. Il Consiglio di fondazione intende inoltre dedicarsi al tema "percorsi adatti alle persone disabili", un comparto nel quale si dovranno sviluppare offerte più confacenti. Per ora mancano anche offerte invernali, ma si sta già esaminando l'integrazione di escursioni sulla neve e dello sci di fondo, soprattutto nell'ambito di escursioni di un giorno. ■

PASSOPAROLA, IL FESTIVAL DEL CAMMINO

SARA PIOVANI

Primo festival nazionale interamente dedicato al cammino e alla cultura del camminare, *PassoParola Festival del Cammino* (www.passoparola.it) nasce con l'intento di esplorare la varietà di aspetti che sono legati alla cultura del cammino in quanto luogo di scoperta, indagine interiore, ricerca, intima e fisica. Un omaggio sui generis a un'attività tanto trascurata nella quotidianità, quanto riscoperta dal popolo dei camminatori e viaggiatori, o da semplici appassionati

che puntano al turismo lento quale esperienza a trecentosessanta gradi. Sono sempre più numerosi, infatti, coloro che decidono di mettersi in cammino: giovani e meno giovani, amanti della natura e appassionati di montagna, che, in solitudine o in gruppo, si organizzano per camminare. Quello che li accomuna è la speranza di dimenticare, anche per poco, la condanna alla velocità esasperata e la sua paradossale compagna, la sedentarietà, che così amaramente dominano il quotidiano. Scegliere la lentezza è oggi

un valore che ognuno può conquistare prendendosi i tempi durante i quali i ritmi frenetici della quotidianità lasciano spazio a momenti di riflessione, tempi di cammino interiore e fisico.

PassoParola in questo senso è un invito: concedersi per alcune giornate un tempo di riflessione e di riappacificazione, accordando i ritmi del corpo a quelli del pensiero, in compagnia di musica, letteratura, filosofia, danza e spettacolo. Gettando i presupposti affinché una spontanea attività umana, divenuta oggi esercizio quasi eccezionale, sia parte integrante di una scelta di vita consapevole.

PRIMI PASSI

Nato nel 2007 da un'idea e da un progetto condiviso di Provincia di Parma e Dipartimento di Filosofia dell'Università degli Studi di Parma, PassoParola è curato e organizzato da Parma Turismi srl. Numerosi sono i soggetti e gli enti coinvolti nella realizzazione di questo progetto: la sezione di Parma del Club Alpino Italiano, l'associazione "La Boscaglia", i Comuni di Berceto e Terenzo, la Comunità Montana Appennino Parma Ovest, il Parco Nazionale Appennino Tosco-Emiliano. Il Festival è inoltre patrocinato dalla Regione Emilia-Romagna e dall'Associazione Europea delle Vie Francigene.

Tanti soggetti ed enti coinvolti per la realizzazione di un progetto ambizioso: realizzare al contempo una proposta culturale elaborata e raffinata, occasione inedita di scoperta, indagine interiore e ricerca, ma anche di attività fisica e pratica sportiva e attraverso questa far conoscere ed esplorare una parte di territorio parmense, apparentemente decentrata ma assai ricca dal punto di vista del patrimonio storico, artistico e paesaggistico.

Berceto, Cassio e Corchia, il tratto di Via Francigena dell'Appennino Parmense, che in questi luoghi incrocia un cammino assai più moderno, la Grande Escursione Appenninica, un territorio ricco di luoghi suggestivi, dove gli stessi paesi attraversati nel Medioevo da viandanti e pellegrini, diventano sede ideale in cui ambientare un progetto-evento che vuole essere un elogio del tempo liberato, attraverso la scelta consapevole della lentezza, presupposto fondamentale per una esplorazione autentica non solo dei terri-

tori coinvolti ma anche della propria interiorità.

CONOSCERE CAMMINANDO

L'idea del festival di declinare il cammino in diverse forme ed espressioni è esplicitata da una costellazione di eventi tra i più variegati. Il programma si dispiega tra diverse sezioni, a partire da quella centrale, e primaria dal punto di vista della genesi progettuale: il *Seminario Pensieri Viandanti*, realizzato in collaborazione con il Dipartimento di Filosofia dell'Università di Parma. Si tratta di un momento di riflessione e approfondimento teorico sul tema del camminare, che coinvolge filosofi, scrittori, antropologi sociologi e geografi, italiani e stranieri, impegnati per l'occasione non solo in lezioni e conferenze ma anche in "passeggiate filosofiche" ed escursioni laboratoriali. Il seminario, che ha suscitato ampio interesse a livello nazionale e non solo in ambito accademico, è aperto a tutti: appassionati e curiosi oltre che a studenti e studiosi e permette a persone che provengono da ambiti diversi di riflettere e confrontarsi sul tema del cammino. Ogni anno gli interventi degli autori sono raccolti in volume in una collana realizzata ad hoc e pubblicata da Diabasis editore. Di cammino si continua a parlare nella sezione *Incontri con autori e testimonianze di camminatori*. Assaporare la sensazione di libertà che regala l'errare a piedi senza meta o il cammino inteso come attività sportiva, avvicinarsi a esperienze di vita schive e a contatto con la natura e ancora confrontare esperienze di cammino diverse e cercarne i punti in comune. Queste e altre ancora le tematiche delle chiacchierate con scrittori e camminatori italiani e stranieri che sono state e verranno affrontate nel corso di questa sezione che, a partire dall'edizione 2009, ha visto intensificare i suoi appuntamenti.

Come ogni altra sezione anche quella degli spettacoli è disegnata con cura e coerenza rispetto alle tematiche del festival. Con piedi e mente a riposo dopo una giornata in cammino, tra escursioni, conferenze e laboratori, le serate del festival hanno proposto al pubblico spettacoli con artisti del calibro di Gianmaria Testa, Riccardo Tesi, Banda Osiris, Giovanni Sollima e Giovanni Lindo Ferretti.

Durante PassoParola naturalmente si cammina tanto. La proposta diversificata di escursioni e passeggiate in programma, realizzata in collaborazione con la Sezione di Parma del CAI e l'associazione "La Boscaglia" offre un'occasione di scoperta del territorio e dei suggestivi sentieri dell'Appennino Parmense. Le escursioni proposte sono assai variegiate: oltre al trekking il programma propone escursioni meditative e naturalistiche, passeggiate con visite guidate per conoscere il patrimonio storico e artistico dei paesi coinvolti. Inoltre, novità dell'edizione 2009, al Festival si arriva a piedi dai quattro punti cardinali attraverso escursioni di due-tre giorni, tracciati differenti per raggiungere il festival camminando.

Gli eventi proposti soddisfano tutti i tipi di piedi, da quelli più allenati, a quelli dei più piccini. A partire dall'edizione 2009, infatti, è stata inserita una nuova sezione di eventi dedicata a bambini e famiglie: escursioni create ad hoc, passeggiate animate, incontri e spettacoli per coinvolgere un nuovo target di pubblico, quello dei più piccini.

Inoltre, vengono allestite ogni anno mostre tematiche che spaziano di volta in volta dalla fotografia alla pittura alle installazioni multimediali, mentre lo spazio mercato offre "La fiera del camminare", sperimentata per la prima volta durante l'edizione 2008, che ospita una quarantina di stand di associazioni e commercianti che si occupano di tematiche alle quali i camminatori sono sensibili: tra queste abbigliamento e accessori, editoria di settore, turismo sostenibile.

PASSATE PAROLA A TUTTI

Il pubblico di PassoParola è assai eterogeneo; studenti e studiosi iscritti al Seminario residenziale, appassionati camminatori e semplici curiosi, bambini e famiglie, tutti accomunati da un aspetto: la voglia di trascorrere lentamente e serenamente il proprio tempo. Una fuga dai ritmi folli della quotidianità, trovare rifugio in luoghi che per eccellenza riconducono alla lentezza. La distanza dal contesto urbano, la cornice suggestiva, non solo dal punto di vista naturalistico, ma anche dal punto di vista storico e artistico unite a una proposta culturale e di intrattenimento in sintonia con i luoghi che la ospitano, get-



Catinaccio. Il Passo Principe, 1953, Archivio Tci



ta le premesse perché il pubblico viva con incredibile attenzione le attività proposte. Non solo quindi gli appassionati di cammino, escursionisti o sportivi, pubblico naturale del festival, ma anche i semplici appassionati ricevono in questa occasione lo spunto e lo stimolo per la sperimentazione e l'approfondimento

QUESTIONE DI LEGAMI

Dal punto di vista organizzativo, una particolare attenzione è rivolta al rapporto con il pubblico. PassoParola è un festival che si distingue non solo per la qualità delle proposte, per la coerenza interna e l'organicità di insieme, ma anche per il rapporto diretto che si instaura immediatamente con il pubblico. Particolare attenzione e impegno sono posti nel mantenere fin dalle prime fasi della comunicazione, specificamente con i canali che offre la Rete, rapporti "familiari" con il pubblico. Questi vengono poi confermati durante le giornate di festival a Berceto: lo staff organizzativo, sempre lo stesso fin dalla prima edizione, ha attuato strategie di ospitalità che puntano sul rapporto diretto e personale con il pub-

blico proseguendo i rapporti tessuti con la comunicazione.

Questo approccio ha riscosso grande successo e gettato le basi per una fidelizzazione dell'utenza innescando un passaparola che ha portato ottimi risultati.

Per quanto concerne i risultati, tutti gli eventi inseriti nel programma del Festival PassoParola hanno riscosso nelle passate edizioni grande successo e il massimo delle adesioni. I posti disponibili per gli eventi sono stati esauriti con largo anticipo ed è stato necessario replicare alcune iniziative e creare liste di attesa. La maggior parte dei partecipanti al Festival decide di soggiornare a Berceto e dintorni per godersi a pieno le iniziative proposte, facendo registrare il tutto esaurito in alberghi, agriturismi, ostelli, locande e ristoranti.

Il Festival è quindi riuscito nell'intento di realizzare una proposta culturale di valore attraverso la quale ottenere un buon impatto sul turismo e la promozione del territorio coinvolto. Territorio che proprio attraverso metodologie e proposte di turismo innovative sta vivendo una riscoperta e ottimi risultati. ■

ITALY BIKE HOTELS: LE VACANZE SU DUE RUOTE

di DANIELA GALLI e VIVIANA ANDRIANI

Italy Bike Hotels è la prima catena italiana per ciclisti, realizzata nel 2000 da appassionati di ciclismo, e dedicata a chi ha fatto di questo sport la propria passione.

Del consorzio fanno parte 45 hotel a tre e quattro stelle situati in dieci regioni italiane (Piemonte, Veneto, Lombardia, Liguria, Emilia-Romagna, Lazio, Toscana, Abruzzo, Marche e Calabria).

Luoghi di notevole interesse per chi desidera spendere il proprio tempo libero in vacanza coniugando tranquillamente l'amore per la bicicletta con la possibilità di godere appieno di tutte le particolarità del posto in cui si trova.

L'idea della catena è partita da un esperi-

mento del Consorzio Riccione Bike Hotels nel 1998. Dopo il successo di marketing e di pubblico ottenuto, una decina di albergatori, tutti accomunati dalla passione per la bicicletta, hanno deciso di estendere a livello nazionale il prodotto e di dare vita al Club di Prodotto Italy Bike Hotels. Il passaparola, il buon esempio, l'interesse per questo prodotto uniti allo sviluppo del segmento cicloturistico, hanno portato altri hotel italiani ad aderire al gruppo.

L'IDENTIKIT DEL BIKER

L'universo dei cicloturisti è abbastanza eterogeneo. Tre sono le motivazioni fondamentali del viaggio: per l'87% della ca-

tegoria il paesaggio è alla base della vacanza, per l'81% è lo sport, mentre il movimento e la vacanza senza l'uso dell'auto spinge il 70% dei cicloturisti a spostarsi in bici. Il cicloturista ama programmare individualmente la sua vacanza e con largo anticipo, addirittura un anno prima, inoltre nella scelta della destinazione si affida al consiglio di amici e conoscenti che hanno fatto un'esperienza simile, anche se viene notevolmente influenzato da riviste specializzate. Di seguito si presentano i tre profili principali di utenti degli Italy Bike Hotels:

- Cicloturisti "puri". La scelta delle due ruote è uno strumento di misurazione personale, in cui l'importante è percorrere a scapito del godere/vedere. Il profilo del cicloturista puro è: uomo (dai 30 ai 55 anni); pratica abitualmente bici da strada/MTB; non viaggia quasi mai con il proprio nucleo familiare; il suo ambito di riferimento è il gruppo sportivo/amici con cui pratica l'attività sportiva;
- Verde in ogni modo. Si tratta di persone dalla spiccata sensibilità ambientale che optano per vacanze "compatibili". Il loro ricorso alla bicicletta non è ripetitivo nella scelta della vacanza. Di volta in volta scelgono "prodotti/destinazioni" dalla diversa fruibilità/mobilità, purché rispondenti a criteri ecologici. Profilo: uomo (dai 25 ai 45 anni); donna (dai 20 ai 40 anni); viaggia sempre con il proprio nucleo di riferimento, ovvero persone che condividono la stessa filosofia di vita;
- Avanguardie... non per caso. Si tratta di individui che scelgono un modo di fare vacanza in linea con stili e aspirazioni di vita. La scelta del come viaggiare e scoprire è prioritario rispetto alla destinazione. La bicicletta è uno strumento itinerante, al pari di altri mezzi – a piedi, in battello, a cavallo ecc. – che consentono l'approccio dei territori ai ritmi di passeggio. Profilo: uomo (55%, dai 30 ai 45 anni); donna (45%, dai 25 ai 45 anni); viaggia sempre con il proprio nucleo di appartenenza; spesso si aggrega o aggrega. Notevole l'incidenza di famiglie giovani con figli (2-12 anni). Questo segmento rappresenta circa l'8% dell'intera domanda turistica interna.

LE ATTIVITÀ DEL CONSORZIO

Ogni anno si realizza una campagna marketing con cui attuare importanti azioni promo-commerciali concentrate prevalentemente sull'estero, come la partecipazione a importanti fiere di settore, Eurobike di Friedrichshafen e il Cycle Show di Londra, un catalogo, sempre nuovo nella forma e nei contenuti, tradotto in tre lingue (inglese, tedesco e francese), una massiccia campagna di advertising su riviste estere specializzate, senza dimenticare la visibilità sul portale, per il quale il consorzio ha investito nel 2009 oltre 25.000 euro in azioni di web promotion e web advertising.

STANDARD DI QUALITÀ

Il consorzio Italy Bike Hotels ha un disciplinare sottoscritto da ciascun hotel, con cui garantisce ai propri ospiti precisi standard qualitativi strutturali e di servizio. In particolare, ogni bike hotel fornisce, oltre a un'accoglienza alberghiera di prim'ordine, anche tutta una serie di accorgimenti come per esempio un'accurata informazione sui percorsi e sugli itinerari turistici in zona o convenzioni con negozi specializzati.

Certamente uno sport come il ciclismo predilige la bella stagione, o comunque il bel tempo, ma anche quando la stagione è un po' più rigida o le condizioni meteo non sono ottimali gli Italy Bike Hotels offrono ai propri ospiti l'opportunità di mantenersi in forma all'interno delle proprie strutture godendo dei benefici dei wellness e fitness center interni. Inoltre, offrono un'alimentazione mirata grazie ai menu speciali, tarati sull'attività sportiva che s'intende intraprendere e al contempo rispettosi della tradizione culinaria locale.

Per quanto riguarda la cura delle biciclette – non meno importanti del proprio fisico per gli appassionati di questo sport – i servizi offerti dagli affiliati del consorzio vanno dalla sicurezza per la custodia dei mezzi all'assistenza tecnica necessaria (ricambi, meccanici ecc.) o, ancora, a un'attenzione speciale alla qualità e rapidità del servizio di lavanderia per l'abbigliamento tecnico.

Per diventare un bike hotel bisogna creare le condizioni strutturali per accogliere i cicloturisti. Questi i servizi standard di

un bike hotel:

- Deposito sicuro;
- Officina;
- Guida cicloturistica;
- Itinerari ciclistici;
- Lavanderia per abbigliamento tecnico;
- Assistenza medica e fisioterapia;
- Angolo fitness e massaggi;
- Convenzioni con negozi specializzati.

Inoltre, è necessario avere una ristorazione adeguata alle esigenze dei cicloturisti e flessibile, in modo da rispettare i tempi delle uscite e degli allenamenti.

L'hotel che vuole aderire alla catena compila il modulo di richiesta di adesione scaricabile dal portale. Ogni richiesta è poi sottoposta a un'attenta analisi del cda del Club di Prodotto per valutare la possibilità che abbia al momento, o nell'immediato futuro, le condizioni per diventare un Italy Bike Hotel.

COINVOLGIMENTO DEL TERRITORIO

Gli hotel, opportunamente promossi sul portale, lavorano in sinergia tra loro creando diversi itinerari che coinvolgono tutta la penisola e che abbinano l'aspetto naturalistico, culturale ed enogastronomico. Tour di due o tre regioni che portano alla scoperta delle bellezze paesaggistiche e artistiche dei luoghi da visitare in bici, con soste tra osterie e botteghe artigianali. Anche gli itinerari in bicicletta sono segnalati per grado di difficoltà, in modo da permettere al biker di costruire a tavolino la vacanza che più risponde alle sue esigenze sportive e di interesse.

Un esempio è il tour naturalistico sulla costa tra Emilia-Romagna, Marche e Toscana; suggestivo itinerario sulla costa Adriatica e tirrenica alla scoperta di paesaggi unici e incontaminati, tra antichi borghi e una ricca tradizione gastronomica.

I PARTNER DI ITALY BIKE HOTELS

Prestigiosi partner internazionali come Nalini, leader nell'abbigliamento per sportivi, Powerbar prestigiosa azienda produttrice di alimenti energetici per sportivi e Garmin confermano la professionalità, l'affidabilità e l'immagine di qualità che il gruppo si è conquistato negli anni anche all'estero.

Proprio la collaborazione con Garmin è la

novità 2009: da quest'anno gli ospiti sprovvisti di gps possono noleggiarlo presso il Garmin corner dei bike hotel.

Infine, dal 2008 sono partner del consorzio l'azienda Limar, produttrice internazionale di caschi e Hibros, azienda italiana produttrice di prodotti cosmetici per sportivi e non solo.

Il nuovo portale www.italybikehotels.it è la forza della catena: solo nel 2008 ha registrato circa 1,5 milioni di pagine viste, con oltre 140.000 visite.

Vera e propria vetrina sul mondo della bicicletta, il portale è stato pensato per rispondere alle necessità del cicloturista: l'utente trova offerte speciali, informazioni su manifestazioni internazionali, tour culturali ed enogastronomici su due ruote, l'elenco dei servizi bike specializzati, la descrizione delle regioni con riferimento ai luoghi e alle attrattive più interessanti da vedere e scoprire in bici e non solo.

La recente introduzione del vertical booking, innovativo e versatile sistema di prenotazione online, consente agli hotel di registrare e monitorare costantemente le prenotazioni alberghiere e di creare proposte su misura per i biker in ogni periodo dell'anno, alternando pacchetti per atleti professionisti con vacanze "attive" per tutta la famiglia.

La scelta del gruppo di investire sul web nasce dal fatto che oltre il 50% dei biker vedono internet come uno strumento fondamentale per ricavare informazioni sul mondo cicloturistico e un mezzo per abbattere le distanze non solo oltre confine, ma anche tra le varie regioni italiane. Entrare nel gruppo, dunque, è una scelta strategica per chi vuole orientarsi alla clientela cicloturistica con maggiore professionalità, al fine di ottenere grande visibilità sul panorama internazionale e incremento consistente di presenze in svariati mesi dell'anno.

Rispetto al lavoro individuale e spesso improvvisato degli hotel che si orientano alla clientela cicloturistica, fare parte di una "squadra" vuol dire avere standard comuni di servizio che proiettano nella clientela un'immagine di affidabilità e serietà, vuol dire potersi confrontare con altre realtà alberghiere e condividere azioni promozionali importanti, a fronte di un modesto investimento individuale. ■

ZEPPELIN, DALLE BICI ALLE BARCHE

GIOVANNI BOTTAZZI

Zeppelin nasce nel 1998 da un'idea di un piccolo gruppo di amici accomunati da una grande passione, la bicicletta, che quasi per gioco decidono di organizzare delle vacanze – in bicicletta appunto – nelle maggiori capitali europee: Amsterdam, Parigi, Berlino.

Tutto ciò all'insegna della "facilità": strade pianeggianti, chilometraggio limitato e un buon livello di comfort.

Dalle capitali si è passati all'organizzazione di vacanze itineranti lungo i più bei percorsi ciclabili d'Europa: la famosa pista del Danubio, il tour dei castelli della Loira, l'Irlanda, l'Olanda bici e barca, e i Paesi nordici in genere.

Oggi al nome di Zeppelin si affiancano i marchi Girolibero, Gironatura, Vita Pugna e Noord.

L'ASSOCIAZIONE ZEPPELIN

L'associazione Zeppelin è principalmente rivolta ai gruppi, organizza e vende pacchetti di vacanze attive con accompagnatore in bici, ma si è specializzata anche nella vela e nel trekking, nei viaggi enogastronomici e nel "viaggiamento" alla scoperta degli angoli di mondo più insoliti e lontani.

Realizza due cataloghi all'anno per offrire propri pacchetti di viaggio che sono quasi sempre interamente organizzati in ogni dettaglio. I cataloghi vengono spediti a circa 80.000 clienti finali. Tutte le proposte si trovano anche sul sito www.zeppelin.it, che con lo slogan "viaggiare in compagnia" si rivolge al mercato degli individuali "raggruppati". Inoltre, 12/15 volte all'anno viene spedita a circa 45.000 indirizzi la newsletter con proposte di viaggio, segnalazioni e curiosità.

I clienti di Zeppelin provengono soprattutto dal nord Italia e la loro età media è compresa tra i 30 e i 55 anni. Il turista-tipo viaggia in parte in coppia o piccoli gruppi di amici, ma un buon 50% viaggia da solo, per provare una vacanza di-

versa e con l'obiettivo di socializzare.

La filosofia è quella del tutto compreso: Zeppelin fornisce l'hotel, il noleggio della bici, il trasporto dei bagagli per farli trovare nei punti di arrivo. Da alcuni anni, Zeppelin si preoccupa anche di diffondere la cultura del territorio veneto e vicentino, portando ogni anno migliaia di cicloturisti stranieri in Italia, a pedalare tra i colli Berici e le bellezze palladiane.

GIROLIBERO

Da Zeppelin nasce nel 2002 Girolibero, tour operator specializzato in vacanze facili in bicicletta e vacanze attive, ora il principale in Italia in questo settore.

Girolibero organizza e vende vacanze in bicicletta per italiani all'estero, con oltre un centinaio di proposte.

L'offerta viene veicolata grazie a:

- un catalogo cartaceo distribuito a circa 55.000 clienti diretti;
- un sito dedicato, www.girolibero.it;
- la spedizione a circa 25.000 indirizzi email, tre volte all'anno, di un catalogo esclusivamente rivolto alle agenzie di viaggio, realizzato a partire dalla primavera 2007, distribuito a circa 12.000 agenzie. Le medesime offerte si trovano sul sito www.gironatura.it;
- un mini-catalogo dedicato alla bici da corsa.

Girolibero realizza inoltre un catalogo dedicato all'houseboat, distribuito con le stesse modalità e unitamente a quello delle vacanze in bicicletta. Il sito internet dedicato è: <http://houseboat.girolibero.it>. Girolibero si occupa, infine, di soddisfare le richieste di associazioni, cral, scuole, dopolavori e così via.

MARCHIO ITALIA-RADREISEN/CYCLING ITALY

È il reparto incoming che organizza e vende vacanze in Italia (trekking e in bicicletta) rivolte principalmente a un pubblico straniero.

La diffusione dell'offerta all'estero avvie-



ne perlopiù grazie alla partnership con altri tour operator europei e americani, ma è in notevole crescita anche la vendita diretta al cliente, grazie al sito internet <http://www.cycling-italy.it/home.php>. Italia-Radreisen realizza un catalogo cartaceo (tiratura 45.000 copie) appositamente pensato per il mercato tedesco, e ha a disposizione un numero verde esclusivo per la Germania. Nostri clienti sono anche alcuni dei più importanti tour operator.

VITA PUGNA

A partire dalla tarda estate 2008, Zeppelin ha lanciato anche la formula del "bici e barca" in Italia, di grande successo in Europa ma assolutamente innovativa per



Sfax, Tunisia, 1910, Archivio Tci

il mercato italiano, grazie all'acquisto dell'imbarcazione olandese "Vita Pugna", il cui nome significa "la vita è una battaglia" (www.vitapugna.it). Lunga 36 metri e larga 5,4, conta 11 cabine con letti bassi e bagno privato per un totale di 23/25 posti. Dispone di una sala ristorante e di un ampio ponte esterno, ottimo per parcheggiare le biciclette.

Destinata a percorrere il Po, il Mincio e la laguna veneta tra Mantova e Venezia, la barca ha registrato il tutto esaurito nella stagione 2009.

Il tour proposto è completamente pianeggiante, le tappe giornaliere in bici variano da 28 a 55 km. Gran parte delle pedalate costeggiano fiumi e canali lungo

piste ciclabili asfaltate o strade a bassissimo traffico auto. Sono previsti tratti di navigazione il mattino, durante la colazione o la sera durante la cena, per rendere più agevole l'uscita dalle città o per accorciare le tappe.

Il percorso si snoda lungo il Mincio e il Po, addentrandosi nelle zone ancora incontaminate del paesaggio rurale italiano, per concludersi nell'abbraccio della Laguna di Venezia. Questi territori, strappati da secoli alle paludi, sono incorniciati dal verde delle pinete, che offrono asilo a numerose specie di animali. La mano dell'uomo si sovrappone a quella della natura, in un continuo gioco delle parti: terreni bonificati si alternano a canali na-

turali, casoni dei pescatori si mimetizzano nei canneti, ponti di barche colmano le distanze tra lingue di sabbia.

NOORD – EUROPEAN BIKE IMPORT

Noord, *No ordinary cycle* (www.noord.it), è infine importatore esclusivo per l'Italia delle bici olandesi Gazelle. Importa altresì i più prestigiosi marchi di bici nordeuropee. Offre soluzioni che spaziano dalla bici elettrica di qualità, al cabby e il follow-me per il trasporto dei più piccini, alla pieghevole Brompton, al tandem Hasebike Pino Tour, oltre a borse e accessori waterproof per tutte le esigenze, curati esteticamente e resistenti. ■



Mario Ricciardi
IL MUSEO DEI MIRACOLI
Apogeo, Milano, 2008
Pagine 304, € 22

L'autore, tra i protagonisti della realizzazione del Museo del Cinema di Torino, racconta il riuscito connubio tra museo e settima arte e la creazione dell'impresa culturale e delle strategie che hanno reso possibile la concretizzazione di un luogo che oggi è tra i musei più visitati e che desta maggior interesse in Italia.



Andrea Bocconi e Claudio Visentin
IN VIAGGIO CON L'ASINO
Ugo Guanda Editore, Parma, 2009
Pagine 174, € 13

Asini, bambini e professori condividono un viaggio stravagante lungo gli antichi sentieri d'Abruzzo, da Tagliacozzo a Celano. Un viaggio iniziato nel modo peggiore, sotto una pioggia torrenziale, e trasformatosi in un momento di crescita e divertimento dove non è sempre ovvio chi guida e chi segue, chi insegna e chi impara.



David Hasemondhalg
LE INDUSTRIE CULTURALI
Egea, Milano, 2008
Pagine 400, € 30

Come e perché è cambiata la produzione di cultura? Come evolverà nel prossimo futuro? L'autore dà una risposta a queste domande analizzando i cambiamenti dell'industria culturale dal 1980 a oggi. Tra gli altri, affronta anche temi di grande attualità come il copyright e la distribuzione digitale dei documenti.



A cura di
Andrea Boi e Luca Zanderighi
PRODOTTI TIPICI E TURISMO
Egea, Milano, 2008
Pagine 204, € 22

Il turismo e le produzioni agroalimentari sono due risorse economiche fondamentali dell'Italia e di molte regioni. Il libro si basa su un progetto sperimentale realizzato per Sardegna Ricerche che identifica le opportunità di penetrazione delle produzioni agroalimentari nei canali turistici regionali.



Claudia Zarabara
**STRATEGIE DI WEB MARKETING
PER IL SETTORE
TURISTICO ALBERGHIERO**
Hoepli, Milano, 2009
Pagine 224, € 19,90

Un libro dedicato a chi opera nel settore turistico che spiega l'importanza della presenza in Internet per l'industria dei viaggi. Diverse le tematiche affrontate: dalla valutazione del viaggiatore/surfer in rete come target finale del proprio business fino alla progettazione e alla promozione del sito Internet della propria struttura turistica.



A cura
di Ombretta Fumagalli Carulli
e Antonio G. Chizzoniti
**I MUSEI ECCLESIASTICI:
ORGANIZZAZIONE,
GESTIONE, MARKETING**
V&P, Milano, 2008
Pagine 222, € 20

Il volume propone, attraverso l'esame dell'ampia e diversificata realtà dei musei ecclesiastici presenti in Lombardia, un'analisi giuridica, organizzativo-gestionale e del marketing nell'ottica di una loro migliore collocazione e valorizzazione, anche a finalità turistiche, all'interno del sistema museale regionale.

la RIVISTA de TURISMO

SCHEDA DI ABBONAMENTO

Sì, mi abbono per un anno (4 numeri) a la Rivista del Turismo

Completare e spedire il presente modulo a:

Touring Club Italiano, corso Italia 10, 20122 Milano o via fax al n. 02.8526.878
allegando copia della ricevuta di pagamento. Per informazioni: tel. 840 888802

Dati

Ragione sociale (se azienda, ente, istituto)

Nome e Cognome

Via _____ n° _____

Città _____ Prov. _____ Cap _____

Tel. _____ E-mail _____

Desidero ricevere fattura, Partita IVA n. _____

Per il pagamento verserò, se socio TCI	Tipo abbonamento	Codice
<input type="checkbox"/> € 80	(Sostenitore: aziende, enti, istituti)	09960005
<input type="checkbox"/> € 36	(Personale)	09960006
<input type="checkbox"/> € 80	(Estero)	09960008

Tessera TCI n° | _ | _ | _ | _ | _ | _ | _ | _ | _ | _ |

Altrimenti verserò	Tipo abbonamento	Codice
<input type="checkbox"/> € 100	(Sostenitore: aziende, enti, istituti)	09960001
<input type="checkbox"/> € 45	(Personale)	09960002
<input type="checkbox"/> € 100	(Estero)	09960004
<input type="checkbox"/> € _____	(Indicare convenzione _____)	

Utilizzando

- il conto corrente postale n. 5264 intestato a: Touring Club Italiano, Corso Italia 10, 20122 Milano (specificare nella causale il tipo di abbonamento e il relativo codice)
- il conto corrente bancario n. 271 intestato a Touring Club Italiano, Corso Italia 10, 20122 Milano presso la Banca Popolare di Bergamo, IBAN: IT46R0542801601000000000271 (specificare nella causale il tipo di abbonamento e il relativo codice)

la seguente carta di credito

American Express VISA Mastercard Diners

n° _____ scadenza _____

Data _____ Firma _____

I dati che La riguardano sono raccolti e trattati con modalità informatiche e manuali da Touring Club Italiano, in osservanza del d.lgs 196/2003, al fine di inviarLe la rivista richiesta e di adempiere agli obblighi contrattuali connessi. Il conferimento dei dati richiesti è obbligatorio e indispensabile per la corretta gestione del rapporto contrattuale e l'eventuale rifiuto di fornire tali dati potrebbe comportare la mancata fornitura del servizio. Responsabile del trattamento è il Direttore Generale pro tempore. I dati non saranno oggetto di diffusione ma potranno essere comunicati per i medesimi fini per i quali sono stati raccolti alle altre Società del Gruppo Touring Club Italiano. Lei può esercitare i suoi diritti ai sensi dell'art. 7 del d.lgs 196/2003 scrivendo al responsabile all'uopo designato presso il Touring Club Italiano, corso Italia 10, 20122 Milano.