



REGIONE AUTONOMA VALLE D'AOSTA

VdA NATURE MÉTRO
Predisposizione di uno studio
preliminare e di un piano
operativo di marketing
relativamente all'offerta
naturalistica della Valle d'Aosta

I prodotti turistici possibili

Dicembre 2010

via Iside 8/10 (Colosseo) - 00184 Roma - Italia
tel. (+39) 06 4741245/6 - fax (+39) 06 47823753
e mail: slea@slea.it - www.slea.it
www.turismoeterritorio.com

SOMMARIO

1. TURISMO SCOLASTICO	pag.	4
1.1 I numeri del turismo scolastico e il trend	"	4
1.2 La stagionalità	"	5
1.3 Le destinazioni e il mezzo di trasporto utilizzato	"	5
1.4 Verso nuove forme di ricettività	"	6
1.5 Le motivazioni	"	6
1.6 Viaggi alternativi per rispondere alla crisi	"	7
1.7 La commercializzazione	"	8
2. BICICLETTA DI MONTAGNA	pag.	13
2.1 I numeri del cicloturismo	"	13
2.2 Il profilo del fruitore medio	"	14
2.3 Il segmento MTB	"	18
2.4 I bisogni dei praticanti	"	22
2.5 L'impatto sull'ambiente	"	22
2.6 La commercializzazione	"	24
3. TREKKING	pag.	27
3.1 I numeri del trekking	"	28
3.2 I bisogni dei praticanti	"	30
3.3 L'impatto sull'ambiente	"	31
3.4 La commercializzazione	"	32
4. EQUITURISMO	pag.	37
4.1 I numeri del turismo equestre	"	37
4.2 I bisogni dei praticanti	"	39
4.3 Gli impatti sull'ambiente	"	40
4.4 La commercializzazione	"	41
5. SCI DI FONDO	pag.	44
5.1 I numeri dello sci	"	44
5.2 I bisogni dei praticanti	"	47
5.3 Gli impatti sull'ambiente	"	47
5.4 La commercializzazione	"	48
6. SCI ALPINISMO	pag.	50
6.1 I numeri dello sci alpinismo	"	50
6.2 I bisogni dei praticanti	"	52
6.3 La commercializzazione	"	53
7. EDUTAINMENT	pag.	59
7.1 I numeri dell'edutainment: un mercato infinito?	"	59

7.2 La definizione del prodotto	”	63
7.3 La commercializzazione	”	64
7.4 Una case history: conquistare un target nuovo per lo Staat Museum di Francoforte	”	66

1. TURISMO SCOLASTICO

1.1 I numeri del turismo scolastico e il trend

L'andamento stagnante dell'economia degli ultimi due/tre anni non sembra aver risparmiato il turismo scolastico, secondo l'Osservatorio Turismo Scolastico gestito dal Centro Studi Turistici di Firenze. L'ultimo rapporto disponibile, infatti, indica che nell'anno scolastico 2008 - 2009¹, a fronte di un aumento della popolazione scolastica, è diminuito il numero dei partecipanti alle "gite", il numero dei pernottamenti in Italia e il fatturato complessivo.

E' diminuito il numero complessivo dei viaggi, cambiando anche la distribuzione fra le mete nazionali e quelle estere (+1,1%). Nel 2008/2009 i partecipanti ai viaggi di istruzione siano stati circa 3,6 milioni: 18% in meno del movimento stimato nel 2007/2008, di cui 2,8 milioni (-19,5%) hanno visitato una o più località italiane e 764 mila (-13,7%) hanno preferito una o più località estere.

Il 2008-2009 la stima del fatturato complessivo del turismo scolastico (solo la spesa dei servizi turistici diretti) è di 651 milioni di Euro (-12,7% rispetto al 2007/2008).

Per i viaggi in Italia il fatturato stimato è di 391 milioni (-14,9%), mentre per i viaggi all'estero dovrebbe attestarsi su 260 milioni (-9,2%). Al ridimensionamento del fenomeno può aver contribuito anche l'aumento dei prezzi.

Infatti, la spesa media procapite per i viaggi di istruzione in Italia è salita del 6,9% nel 2007/2008 e del 5,7% nel 2008/2009, passando dai 121,1 euro del 2005/2006 ai 136,9 € del 2008/2009. E' cresciuta anche la spesa media per i viaggi all'estero (+6% nel 2007/2008 e +5,2% nel 2008/2009), passando dai 305,1 euro del 2005/2006 ai 340 euro del 2008/2009.

Per la maggior incidenza delle "gite" all'estero è aumentata la durata media dei viaggi, passando dai 3,6 giorni ai 3,7 dell'anno in corso.

Meno negative le stime del Touring Club Italiano², secondo il quale anche nel corso del 2010 le gite scolastiche hanno riguardato circa 1,3 milioni di studenti degli istituti superiori, dato pressoché invariato rispetto alla precedente rilevazione del 2008. Il fatturato complessivo del settore però risulta in calo del 9%, a causa soprattutto di una maggiore attenzione ai costi del pacchetto.

¹ Osservatorio Nazionale curato dal Centro Studi Turistici di Firenze, quinta edizione (anno scolastico 2008/2009)

² Osservatorio sul turismo scolastico, Touring Club Italiano, 2010 e precedenti

1.2 La stagionalità del turismo scolastico

Il turismo scolastico è da sempre un turismo molto legato alla stagionalità. La maggior parte delle partenze infatti si concentra nei periodi primaverili, che per molte delle mete considerate, come ad esempio le città d'arte, rappresentano già le stagioni di punta.

Secondo il Touring Club Italiano sebbene ancora oggi la maggioranza delle partenze è in marzo e aprile (63%), la tendenza rispetto al passato quella di allungare la stagione ai mesi di febbraio e marzo, ma anche di anticipare le partenze all'autunno.

Un problema evidenziato anche nell'ambito del progetto interregionale³ che si è posto l'obiettivo, sollecitando gli organi scolastici (dal consiglio di classe al consiglio di istituto) a anticipare la programmazione dei viaggi all'autunno, in un periodo cioè di bassa stagione, il che vuol dire minori flussi turistici, prezzi più bassi e maggiore qualità dei servizi.

D'altro canto nella programmazione scolastica, e questo è vero soprattutto per quanto riguarda le scuole di grado inferiore, sono stati di recente inseriti programmi di socializzazione da effettuarsi anche attraverso viaggi da effettuarsi all'inizio dell'anno scolastico.

1.3 Le destinazioni del turismo scolastico e il mezzo di trasporto utilizzato

Secondo l'Osservatorio del CST di Firenze la regione italiana più gettonata dal turismo scolastico è la Toscana con il 18,3% di quota di mercato, davanti a regioni come il Lazio (11%), l'Emilia-Romagna (10,3%) e il Veneto (7,9%). E Firenze si ritaglia insieme alle altre città d'arte (Roma, Venezia e Napoli) il 21,8% dei pernottamenti complessivi.

In relazione ai viaggi all'estero, il 41% delle scelte sono state per Francia e Spagna, (rispettivamente il 22,4% e il 18,5%). In generale si stima una diminuzione dell'11% dei pernottamenti in Francia, del 12% in Spagna e del 10% in Germania. I Paesi che hanno mantenuto, o aumentato, la quota di mercato sono la Repubblica Ceca, la Grecia e l'Inghilterra.

Nei collegamenti internazionali è aumentato l'uso del mezzo aereo (32,8%), grazie ai voli low cost, e della nave (9,2%), mentre diminuisce il ricorso al bus (47,1%) e al treno (10,5%).

³ "Progetto interregionale sul turismo scolastico e giovanile" di cui è capofila la Toscana e al quale partecipano l'Emilia Romagna, la Liguria, la Puglia, la Sicilia e l'Umbria

1.4 Verso nuove forme di ricettività

L'hotel si conferma di gran lunga la tipologia più utilizzata (oltre l'87% nel 2007/2008), anche se in leggero calo, a favore soprattutto di formule alternative più economiche come gli ostelli, le sistemazioni in famiglia (per i soli viaggi all'estero) e soprattutto gli agriturismi, coerentemente con le maggiori richieste di viaggi naturalistici.

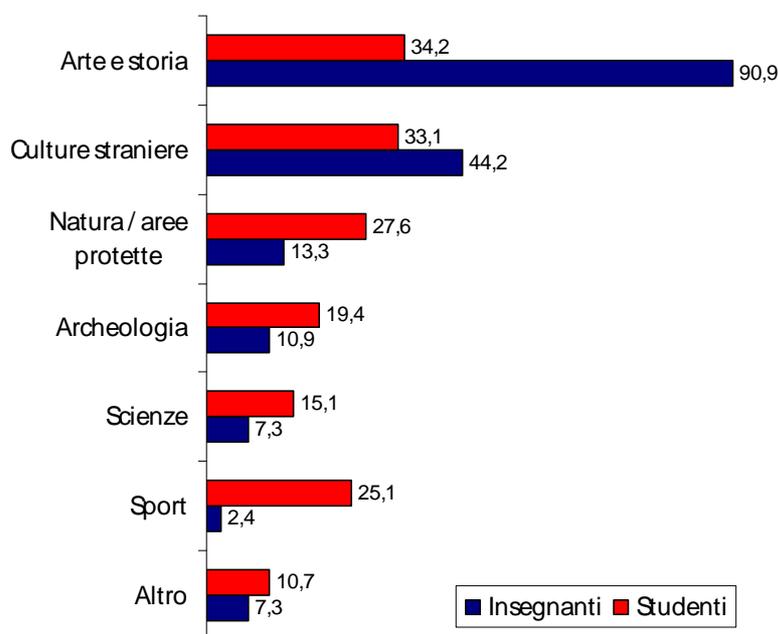
1.5 Le motivazioni

Infine, considerando le caratteristiche del viaggio, seppur con dati ottenuti da metodologie diverse, si può mettere a confronto la tipologia di gita effettuata nell'A.S. 2007/2008 – derivante dall'indagine presso gli insegnanti – e quella "ideale" indicata dagli studenti compilando il questionario on line.

Quasi tutti i viaggi "reali" riguardano aspetti storico-artistici (90,9%), e il 44,2% è relativo alla conoscenza di culture straniere.

Seguono a grande distanza i viaggi che hanno un legame con la natura (13,3%), l'archeologia (10,9%), la scienza (7,3%) e, in ultimo, lo sport (2,4%).

Tipologia di viaggio d'istruzione effettuato (secondo gli insegnanti) e desiderato (secondo gli studenti) (massimo due risposte, a.s. 2007/2008)



Fonte: Osservatorio del Turismo scolastico, Touring Club Italiano, 2009

Questa graduatoria rispecchia in gran parte quella stilata dagli studenti sulla gita ideale: le differenze principali riguardano fondamentalmente la quota

percentuale legata all'arte e alle culture straniere – che è tuttavia la prima risposta in termini di preferenze (34,2%) – e si riscontra un più forte interesse per la natura e lo sport, che rappresentano la gita ideale per oltre un quarto degli studenti.

1.6 Viaggi alternativi per rispondere alla crisi

Tra le tipologie di gita, inoltre, sia gli operatori sia gli insegnanti intervistati confermano il trend di crescita dei viaggi di tipo naturalistico nei parchi e nelle aree protette, anche in virtù dell'interesse mostrato dagli studenti per queste forme alternative di gita⁴.

Tra gli altri, risultano in aumento anche i viaggi legati all'archeologia e quelli di tipo scientifico.

Per fronteggiare la crisi diversi operatori hanno implementato strategie di diversificazione costruendo e commercializzando proposte e itinerari alternativi. Alcuni operatori, infine, segnalano l'incremento degli stage linguistici all'estero, in sostituzione della classica gita nelle capitali europee, a testimonianza di un crescente interesse per la conoscenza di lingue e culture straniere.

⁴ A questo proposito, in controtendenza, si segnala che nel 2009, a causa del terremoto, sono stati cancellati diversi viaggi di istruzione nel territorio del Parco Nazionale d'Abruzzo

1.7 La commercializzazione

1.7.1 CAMPI AVVENTURA E VACANZE NATURA WWF

WWF organizza un'ampia gamma di "itinerari avventura", che si pongono l'obiettivo di avvicinare i bambini alla natura e allo sport, senza però un approccio scolastico, ma un modo di vivere tali esperienze in modo naturale e divertente. I campi sono svolti in aree protette e nell'Oasi WWF, in Italia e all'estero.



I viaggi avventura sono rivolti ai soli ragazzi (non accompagnati dai genitori) e vengono distinti in base alla fascia di età:

- campi avventura per bambini dai 6 ai 14 anni; al fine però di inserire i ragazzi in gruppi omogeneo e di pari livello di maturità i campi vengono distinti tra quelli rivolti ai ragazzi delle scuole elementari (6-10 anni) e delle scuole medie (11-14 anni);
- campi avventura per ragazzi dai 15 ai 17 anni.

Le attività svolte nei diversi campi avventura sono volte

- alla conoscenza delle attività contadine (mungere, raccogliere il fieno, ecc.);
- alla conoscenza degli animali (imparare ad accudirli, a riconoscerli dalle impronte e dai rumori, escursioni notturne, montare a cavallo, ecc.);
- alla pratica di attività sportive, con spirito non agonistico (seawatching, canoa, vela, trekking, mountain bike, calcio, ecc.);
- ad un contatto diretto con la natura (la casa sull'albero, in tenda, villaggio di tepee indiani);
- allo sviluppo delle proprie capacità (musicali, disegno, di lingua, ecc.).

Tutti i campi sono assistiti da animatori, almeno uno per otto ragazzi, ma il numero può variare in relazione all'età dei partecipanti e alle attività del campo.

I bambini coinvolti sono ogni anno circa 5.000.

In affiancamento ai campi avventura, previsti appunto per ragazzi da soli, vengono realizzate anche delle "Vacanze natura" per famiglia, con momenti e attività sia comuni che separati. Le attività e le escursioni programmate sono comunque adatte ai bambini che hanno compiuto almeno 5 anni di età. Non è previsto alcun servizio di baby sitting.

1.7.2 I viaggi dello Zainetto Verde

Zainetto Verde è un marchio del tour operator Zainetto Viaggi specializzato in viaggi di istruzione per le scuole e vacanze estive per bambini e ragazzi.



Le proposte per le scuole riguardano settimane bianche, Europa, Italia tra Arte & Natura, Special camps, gite giornaliere.

I camps estivi sono rivolti ai bambini e ragazzi dai 6 ai 18 anni suddivisi per fasce di età (6-10 anni, 11-14 anni e 15-18 anni) e riguardano:

- Vacanze natura&avventura, volte a scoprire e sfruttare l'ambiente nel pieno rispetto, con escursioni a piedi, a cavallo, in canoa, attività di tarzaning, surviving, orienteering, ecc. I corsi natura&avventura prevedono modalità di alloggio a stretto contatto con la natura (tende indiane, scuderie, tende) e le attività sono volte alla conoscenza della flora e degli animali, soprattutto in parchi naturali.
- Vacanze sportive, con attività e corsi di pratiche sportive, con esperti qualificati e testimonial (corsi di sci, nuoto, tennis, sub, ciclismo).
- Vacanze studio, all'estero, in Villaggi ragazzi internazionali, ma anche in Italia con corsi di lingua, affiancati da attività sportive e altro.

La possibilità di stare con ragazzi della propria età rappresenta un elemento importante soprattutto per i ragazzi più grandi; viene infatti sottolineato nel catalogo che i campi dei ragazzi più grandi sono separati da quelli dei piccoli.

Il fatto che si tratti di un prodotto rivolto esclusivamente ai ragazzi viene sottolineato ancor di più dalla formula "figlio con genitori al seguito", che prevede sconti per i genitori che accompagnano il figlio, che comunque alloggiano e trascorrono la vacanza autonomamente.

Zainetto Verde ha visto negli anni implementare il proprio ambito territoriale: dall'Italia (inizialmente unica destinazione programmata) si è passati ad una copertura europea con itinerari sia classici (esempio capitali europee) che nuovi (Croazia, Slovenia).

L'ampliamento della gamma delle destinazioni proposte e della tipologia dei programmi è stata attuata cercando di mantenere integri gli standard di qualità dell'offerta e soprattutto proponendo ai ragazzi nuovi modi di fruizione del territorio.

Tra le destinazioni commercializzate è già presente la Valle d'Aosta (vedi scheda).

AOSTA, I CASTELLI, IL PARCO DEL GRAN PARADISO**Il Parco, la storia, la gente**

Tutti gli aspetti della Valle d'Aosta sono racchiusi in questo soggiorno "arte e natura": dalla città di Aosta, con le sue testimonianze di epoca romana, ai famosi castelli che dominano le valli, fino agli stupendi ambienti naturali del Parco Nazionale del Gran Paradiso. Completa il soggiorno un'escursione a Courmayeur, per ammirare il ghiacciaio del Monte Bianco con la possibilità di salire in funivia a Punta Helbronner (3.462 m.). Inoltre, per chi lo desidera, opportunità di visite tecniche agli stabilimenti di produzione e stagionatura della famosa Fontina e all'allevamento sperimentale dell'Institut Agricole.

1°Giorno: FORTE DI BARD E AOSTA

Arrivo a Bard, visita del borgo e del Castello di Bard. Il Castello ospita il Museo delle Alpi (prenotazione obbligatoria ingresso da pagare in loco). Proseguimento per Aosta. Visita guidata a piedi della città e dei suoi numerosi monumenti di epoca romana (Arco di Augusto, cinta muraria, anfiteatro, teatro, il borgo).

GIORNATE SUCCESSIVE DA SCEGLIERE TRA: (quotazione su richiesta)**INCONTRO CON LA GUIDA PER VISITA GUIDATA AI CASTELLI VALDOSTANI (ingresso gratuito con elenco - prenotazione obbligatoria):**

- **Il castello di Issogne:** voluto da Giorgio di Challant alla fine del 400 come palazzo residenziale.

- **Il castello di Fenis:** l'esempio più compiuto del castello medievale alpino.

- **Il castello di Sarre:** eretto tra l'XI e il XII secolo. Il suo aspetto attuale risale comunque ai primi decenni del XVIII secolo.

PARCO DEL GRAN PARADISO: incontro con la guida ambientale ed escursione naturalistica di un'intera giornata in una delle tre valli del Parco Nazionale del Gran Paradiso (Valsavarenche o Valle di Rhemes o Valle di Cogne).

proposte di itinerari:

- **Valle di Rhemes:** salita al Rif. Benevolo (400 m di dislivello) - facile; Sentiero natura, pianeggiante, fondovalle - facilissimo; Piani dell'Entrelor (400 m di dislivello) facile

- **Valsavarenche:** casa di Caccia di Orvieille da Créton (450 m di dislivello) - facile; Strada dei Piani del Nivolet (250 m di dislivello) - facilissimo; Croce dell'Arolley (300 m di dislivello) - facile

- **Valle di Cogne:** Fondovalle della Valnontey - facilissimo; Visita alle cascate di Lillaz - facilissimo

COURMAYEUR, IL MONTE BIANCO: incontro con la guida e trasferimento a Courmayeur. Escursione naturalistica a piedi da Courmayeur al Rifugio Bertone, uno splendido balcone naturale per osservare tutto il Massiccio del Monte Bianco (l'escursione può subire una modifica in considerazione dello stato d'innevamento dei sentieri).

SALITA IN FUNIVIA SUL MONTE BIANCO: incontro con la guida e trasferimento a Courmayeur-La Palud, stazione di partenza delle Funivie del Monte Bianco. Risalita in Funivia sino a Punta Helbronner (mt. 3.462 tempo di percorrenza 20'). Dalla terrazza situata sul tetto della stazione lo sguardo spazia per 360° su tutta la Valle d'Aosta, offrendo un panorama straordinario. Gli studenti potranno facilmente individuare il gruppo del Mont Rosa, il Cervino, il Gran Paradiso. Siamo a poche centinaia di metri in linea d'aria dai ghiacciai e dalle cime del Monte Bianco. Nella sala dei cristalli si potrà ammirare la Mostra Permanente dei cristalli. Rientro a La Palud e visita del paese di Courmayeur.

CASEIFICI - ALLEVAMENTI: giornata dedicata alle visite tecniche (da prenotare con largo anticipo):

- **visita alla Coop Produttori Latte e Fontina:** (nasce nel 1957, per tutelare sia i produttori che i consumatori, e poter così offrire un prodotto garantito e sicuro, al riparo dalle numerose imitazioni; la Cooperativa si occupa della raccolta, stagionatura e commercializzazione della Fontina); visita ai magazzini, stagionatura e metodi di commercializzazione: durata ca. 45'/1h. La visita sarà accompagnata da un responsabile dello stabilimento.

- **Trasferimento all'Institut Agricole Regional:** (settore agronomico; settore frutticolo; settore vitivinicolo; settore zootecnico e lattiero-caseario). Durata 45'/1h. La visita sarà accompagnata da un responsabile dell'istituto (solo per scuole superiori)

1.7.3 I viaggi scuola e natura del CTS



Tra le specializzazioni del tour operator c'è quella dell'organizzazione di viaggi di istruzione per le scuole in località italiane particolarmente significative, dal punto di vista naturalistico. L'associazione infatti da sempre si preoccupa e si occupa di sensibilizzare i giovani alle tematiche relative alla tutela dell'ambiente e alla salvaguardia delle specie minacciate o in via di estinzione.

Tra le destinazioni trattate a tema natura compaiono diversi Parchi, ciascuno con le sue peculiarità:

- il Parco Nazionale delle Cinque Terre, l'isola di Palmaria e il punto di vista marino del Parco Naturale di Portofino;
- il Parco Regionale dell'Adamello dove, oltre alle escursioni nel parco anche a dorso di asinelli, si impara uno stile di vita più ecocompatibile con una cena a basso impatto ambientale, composta di prodotti locali a "km zero" e lavorati con basse emissioni di CO₂;
- il Parco Naturale della Maremma dove si studiano le varie tipologie di paesaggio come la macchia mediterranea, la pineta, la duna, la costa rocciosa e la palude, a cui si aggiunge anche un'escursione alla Riserva Statale della Duna Feniglia di Orbetello (vedi scheda).
- il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise dove si seguono le tracce degli animali che vivono sulle sponde del lago di Barrea, alla "Camosciara" o nell'Area Faunistica del Lupo (vedi scheda);
- il Parco Regionale del Delta del Po, sul fiume stesso su una motonave.

Le proposte di CTS, che conosce le esigenze e le peculiarità del turismo scolastico sono molto flessibili, i programmi indicativi e personalizzabili.

Ad esempio nei programmi di viaggio del catalogo il trasporto e i trasferimenti interni non sono inclusi nelle quote pubblicate, in quanto variano a seconda delle esigenze delle singole scuole, ma possono essere elaborate ad hoc.

Per quanto riguarda la ricettività questa può essere negli hotel, (le camere sono generalmente a più letti, 3-4-5, con servizi privati) o in casi specifici in sistemazioni diverse ad esempio per il programma nel Parco dell'Adamello la sistemazione è prevista in foresteria in camerate a 6-10 letti con servizi comuni; per il programma sul Delta del Po sistemazione in ostello, camere da 4 a 8 posti letto con servizi comuni.

Nella quotazione delle proposte è sempre previsto un minimo di partecipanti e gratuità per l'accompagnatore, che per i programmi "Scuola e Natura" sono: gruppi di minimo 40 partecipanti, e 1 gratuità in camera doppia ogni 15 persone paganti (singola con supplemento).



Parco Naturale della Maremma

Una scuola verde... nel parco

Sistemazione

Hotel 3 stelle nel Parco della Maremma (Provincia di Grosseto) o in zone limitrofe. Camere multiple per gli studenti, doppie per gli insegnanti.

Trasporti

Necessario pullman al seguito (quote su richiesta).

Programma di 3 giorni - 2 notti in camera a più letti in pensione completa a partire da **114 euro** a persona

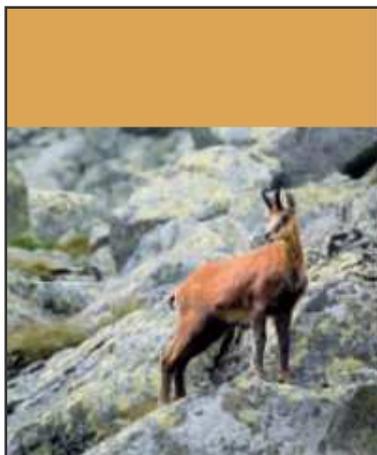
Attività incluse

- Escursioni guidate nel Parco Naturale della Maremma con attività di educazione ambientale lungo i percorsi: faunistico-forestale, delle Torri o del fiume Ombrone
- Studio dei vari ambienti presenti nel parco: macchia mediterranea, pineta, duna, costa rocciosa e zone palustri
- Escursione guidata nella Riserva Statale della Duna Feniglia a Orbetello

Visite ed escursioni (quote su richiesta)

- ❖ Escursione guidata lungo l'itinerario di Punta del Corvo a Talamone
- ❖ Escursione guidata all'Isola del Giglio
- ❖ Escursione guidata sul Monte Argentario e Orbetello
- ❖ Visita guidata della "Città di Tufo" nel Parco archeologico di Sovana

Minimo 40 partecipanti. 1 gratuita in camera doppia ogni 15 paganti



Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise

A casa degli animali

Sistemazione

Hotel 3 stelle a Barrea (Provincia dell'Aquila) o zone limitrofe. Camere multiple per gli studenti, doppie per gli insegnanti.

Trasporti

Necessario pullman al seguito (quote su richiesta).

Programma di 3 giorni - 2 notti in camera a più letti in pensione completa a partire da **103 euro** a persona

Attività incluse

- Escursioni guidate nel parco con attività di educazione ambientale
- Escursione guidata al lago di Barrea con studio delle tracce degli animali che ne frequentano le sponde
- Escursione guidata alla "Camosciara" con osservazione e studio della flora e della fauna tipiche
- Visita guidata al Museo del Lupo a Civitella Alfedena e visita dell'Area Faunistica del Lupo

Visite ed escursioni (quote su richiesta)

- ❖ Visita guidata al Centro Natura di Pescasseroli, parco faunistico e museo naturalistico

2. BICICLETTA DI MONTAGNA

Il mercato del cicloturismo può essere diviso in tre segmenti:

1. la **vacanza in bicicletta** che comprende almeno una notte fuori dalla residenza, implica la pratica ciclistica come principale motivazione del soggiorno. Può includere anche il percorso di un itinerario, soggiornando in diversi luoghi. Le vacanze in bicicletta, o cicloturismo, possono essere suddivise in viaggi organizzati e viaggi auto-organizzati;
2. la **bicicletta in vacanza** comprende l'uso della bicicletta nel luogo d'alloggio. La pratica ciclistica, in questo caso, fa parte dell'esperienza della vacanza, ma non è il fine ultimo;
3. le **escursioni in bicicletta** sono delle uscite di all'incirca tre ore effettuate principalmente nel luogo di residenza per il piacere ed il relax.

2. 1 I numeri del cicloturismo

Si stimano 25,6 milioni di presenze nel comparto cicloturistico europeo con un valore economico di 9,04 miliardi di euro.

Il cicloturismo (vacanze in bici e bici in vacanza) rappresenta tra il 2 e il 4% del totale delle vacanze in Europa. In Germania, Austria, Danimarca, Francia, Paesi Bassi e Svizzera il cicloturismo è un settore importante che rimane in crescita. Nei Paesi dell'Europa centrale e orientale, in Spagna, Italia, Regno Unito e Scandinavia le infrastrutture e il mercato sono meno sviluppati.

Le principali destinazioni sono l'Austria, la Danimarca e la Francia. La Danimarca assorbe una gran percentuale di cicloturisti internazionali (66%), la maggioranza dei quali proviene dalla Germania; mentre il bacino di domanda cicloturistica maggiore è in Germania (considerato il più importante d'Europa) dove i tedeschi in bici erano 2.500.000 nel 2004, con il 63% delle vacanze in bici svolte all'estero.

Fra i paesi più gettonati per il cicloturismo l'Italia è al quarto posto dopo Svizzera, Olanda e Austria, le stime dell'ENIT indicano che i cicloturisti stranieri in Italia sono 450.000 e di questi il 42% è costituito da cicloturisti tedeschi.

Per avere un'idea della domanda globale aggregata di cicloturismo si possono dividere i Paesi in tre categorie secondo la quota che questa esprime all'interno della totalità dei viaggi leisure, come si vede dallo schema che segue.

	Bassa	Media	Alta
Percentuale di vacanza in bicicletta in tutti i viaggi di piacere	≤ 0,5	0,5 - 1,5	1,5 - 3,7 (max)
Paesi attribuiti al livello della domanda	Bulgaria Cipro Estonia Grecia Ungheria Italia Lettonia Lituania Lussemburgo Malta Polonia Portogallo Rep. Ceca Romania Regno Unito Slovacchia Slovenia	Belgio Spagna Finlandia Irlanda Norvegia	Germania Austria Danimarca Francia Paesi Bassi Svezia Svizzera

2.2 Il profilo del fruitore medio

Si possono ritrovare delle caratteristiche comuni di profilo all'interno dei due grandi gruppi di fruitori di cicloturismo (*appassionati*, adepti ferventi della bici che programmano le loro vacanze intorno alla pratica ciclistica, e *occasionalij*, che amano fare ciclismo nelle loro vacanze ma che ricercano anche altre attività):

- età media: 45-55 anni;
- sesso: 60% maschi, 40% femmine;
- livello d'educazione: laureati e frazione significativa di diplomati di scuola superiore;
- composizione dei gruppi: 20% da soli, 50% in due, 20% in piccoli gruppi da 3 a 5 persone;
- reddito familiare: da 24 000 a 36 000 € l'anno.

I cicloturisti scelgono di passare le vacanze in bici o di usare la bici in vacanza perché vedono in questa pratica un modo per fare dello sport o dell'esercizio

fisico sano e rilassante. Altre motivazioni centrali sono il contatto con la natura e la possibilità di scoprire una regione e i paesaggi.

La piena stagione, tanto per gli escursionisti che per i cicloturisti, si sviluppa da maggio a fine agosto: il 79% si svolge durante questi quattro mesi.

Dall'analisi dei comportamenti dei cicloturisti tedeschi (il maggior numero di cicloturisti europei) emerge che il 30% fanno solo soggiorni brevi di durata inferiore ai 5 giorni, il 62% fanno vacanze relativamente lunghe (da 5 a 14 giorni) e solo l'8% programma soggiorni che superano le due settimane.

Per il proprio soggiorno i cicloturisti scelgono di utilizzare diverse tipologie di strutture ricettive, ma la media europea⁵ ci dice che: gli hotel sono utilizzati per il 40% (16% di tedeschi che utilizzano solo hotel a 3 – 4 stelle); alloggi Bed and Breakfast per il 45%; i camping per il 15%; gli ostelli per il 7%; gli alloggi in famiglia/amici per l'11%; le seconde case/case vacanza per il 15%.

Mercato italiano

Gli utilizzatori in Italia della bici intesa come pratica sportiva, condotta magari anche in misura blanda e non necessariamente a livello agonistico, sono nel 2009 circa l'1,5%⁶ su una popolazione di oltre 48 milioni di persone con età uguale o superiore ai 14 anni. Una tendenza in netta contrazione se si tiene conto che nel 2000 erano il 3,1% e nel 2005 il 2,2%. Il Nord-Est è la culla della pratica ciclistica, così come nel Nord-Ovest la percentuale dei praticanti è superiore alla media. Al Sud e nelle Isole la pratica è assai bassa e al Centro addirittura è inferiore alla media nazionale.

Così come la pratica si è contratta, si è alzata l'età media dei ciclisti: nel 2009 si è avuta l'affermazione della grande fascia 45-64 anni a fronte dei 35-44 anni del 2000.

Nel nostro Paese non esistono numeri ufficiali sui vacanzieri "a pedali", ma i numeri divulgati dalla Fiab, la "Federazione Italiana Amici della Bicicletta", parlano di quasi 700mila persone che nell'ultimo anno hanno sperimentato una delle molteplici formule di turismo in bicicletta.

I ciclisti utilizzano qualsiasi tipologia di pernottamento notturno, dal campeggio all'albergo a 5 stelle.

L'Italia nel 2009 si piazza al top nella classifica delle prime dieci destinazioni preferite dagli organizzatori tedeschi (bacino di domanda più importate

⁵ Il totale è diverso da 100% perché l'indagine prevedeva la possibilità di dare più risposte.

⁶ Cicloturismo e cicloturisti in Trentino, Provincia Autonoma di Trento – Osservatorio Provinciale per Il Turismo.

d'Europa), con una quota di mercato del 14,4%, in crescita dell'0,8% rispetto al 2008.

Mercato tedesco

Il cicloturismo è cresciuto ancora: il mercato cicloturistico in Germania nel 2007⁷ è costituito da 5,6 milioni di cicloturisti (nel 2005⁸: il 45,4% dei Tedeschi ha utilizzato la bicicletta in vacanza; il 14,3% in modo assiduo).

Il 65 % di tutti i Tedeschi ha fatto almeno una volta una gita in bici (un itinerario di almeno 2 ore fuori del luogo di domicilio) ed il 21 % di tutti i Tedeschi ha fatto almeno una volta una vacanza in bici (vacanza con almeno un pernottamento di cui il fulcro è muoversi in bicicletta).

La vacanza in bicicletta è richiesta: il 47 % di tutti i Tedeschi possono ipotizzare di fare una ciclovacanza con almeno un pernottamento (nel 2005: il 3,1%, cioè 2 milioni di Tedeschi, progettava nei successivi tre anni "abbastanza sicuramente" almeno un viaggio in bici. Per altri 3,4 milioni di tedeschi una vacanza in bicicletta era probabile).

La vacanza in bici non è un aspetto secondario: l'89% delle vacanze in bici sono i principali viaggi delle ferie.

Nel 2005 i Tedeschi hanno scelto nel 53,8% destinazioni di viaggio in bici in Germania, infatti, hanno pedalato entro i confini nazionali, specialmente sull'Elba, sul Weser, sul Mar Baltico e sull'Oder-Neisse; all'estero hanno frequentato spesso cicloitinerari austriaci; inoltre, le regioni ciclabili preferite all'estero sono Paesi Bassi, la Regione dei Laghi Mesuren in Polonia e Danimarca.

Mercato austriaco

Altro mercato interessante è l'Austria, sia per l'attrazione che esercita verso la domanda della vicina Germania, sia per il recente forte sviluppo (correlato alla attrattività) del cicloturismo nazionale. Qui è presente uno degli itinerari più importanti d'Europa: la pista ciclabile del Danubio (320 km), sulla quale nel 2000 è stata svolta un'indagine interrogando ospiti ed esercenti.

Circa 100 mila ciclisti hanno speso intorno ai 57 miliardi delle vecchie lire (giro d'affari sicuramente cresciuto negli ultimi anni). In media il viaggio è durato nove giorni con una spesa che si aggirava intorno ai 30 euro al giorno.

Mercato olandese⁹

⁷ ADFC: analisi ciclo viaggi 2009 - decima rilevazione nazionale del mercato cicloturistico, Borsa Internazionale del Turismo – Berlino, Marzo 2009

⁸ La fonte da cui sono stati tradotti i dati è http://www.adfc.de/2919_1 (http://www.ciclotodi.it/notizia.asp?Id_Not=723)

⁹ The Dutch national cycle network (LF-network), Stichting Landelijk Fietsplatform.

L'84% della popolazione olandese possiede una o più biciclette. Solo nel 2008 sono state vendute 1,4 milioni di biciclette nuove (con una spesa media di 688 €), il 40% per attività dilettantistica.

Sempre nel 2008 in Olanda il 52% degli olandesi ha effettuato 205 milioni escursioni in bicicletta (una o più ore); il percorso medio dell'escursione è stato di 19 km con una durata media (comprese le soste) di 2 ore e mezza.

Ci sono state 3,9 milioni di vacanza con giri in bicicletta (bici in vacanza), a fronte di 1 milione di vacanze cicloturistiche in cui il ciclismo è stato l'attività principale (vacanze in bici).

Mercato francese¹⁰

Secondo quanto afferma la ricerca del 2005 dell'Agenzia Regionale per la Promozione Turistica del Piemonte i ciclisti in Francia erano 1,8 milioni, circa il 3% della popolazione. Tra questi 900.000 si possono considerare cicloturisti, in grado di generare un fatturato di 1 miliardo di euro con una spesa media pro capite annua di 1600€.

Per le loro vacanze all'estero i Francesi hanno come meta preferita l'Italia (30%), seguono Germania (24%) e Danimarca (16%).

Mercato britannico

Il mercato del ciclismo britannico non è uno dei primi del vecchio continente: il numero di ciclisti si attestava più o meno, nel 2005, a 1,2 costituendo così il 2% della popolazione. È logico immaginare che i cicloturisti siano qui di meno, più o meno il 37%, cioè all'incirca 650.000. Il fatturato generato da questo gruppo uguaglia quasi quello di quei mercati più grandi come Italia e Francia, con 950 milioni di euro, e ciò è dovuto ad un'elevata spesa media di 2.350€ procapite annua.

Circa il 50 % dei cicloturisti inglesi sceglie la Francia come meta della propria ciclo vacanza all'estero; l'Italia è al terzo posto dopo la Germania.

Mercato Canadese¹¹

Il mercato canadese dei viaggi in bicicletta conta il 10.1% (2.494.384) degli adulti. La maggior parte dei cicloturisti canadesi è di sesso maschile (54,9%) con un'età compresa tra i 18 e 44 anni. I gruppi di vacanza sono spesso

¹⁰ ANALISI DI MERCATO DEL TURISMO DEL CYCLING - Lancio del Turismo in Piemonte, Agenzia Regionale per la Promozione Turistica del Piemonte

¹¹ CANADIAN TRAVEL MARKET - Outdoor Activities While on Trips of One or More Nights - Overview Report, Lang Research Inc., Febbraio 2008

composti da giovani coppie, giovani e famiglie mature con figli adolescenti. Questo è un segmento moderatamente benestante con un livello superiore alla media di istruzione e di reddito familiare.

I viaggi dei ciclisti, nel 2005/2006, sono stati compiuti all'interno della stessa provincia di provenienza del Paese Nordamericano (95,1%) o in una provincia adiacente (59,5%), per questo sono meno frequenti i viaggi outgoing.

Il canale di pianificazione e prenotazione del viaggio maggiormente usato da questo segmento è internet, anche se molto usate sono le fonti ufficiali per le informazioni di viaggio.

2.3 Il segmento MTB

Un aspetto particolare del cicloturismo è quello legato all'utilizzo della mountain bike, sia per le particolari caratteristiche della bici in sé sia perché questa attività si svolge per la maggior parte del tempo su piste fuoristrada e non su percorsi ciclabili asfaltati. Al suo interno la disciplina della mountain bike si divide in varie specializzazioni che ne qualificano anche le competizioni agonistiche:

- Le gare di **cross country**, spesso abbreviato in **XC**, sono competizioni ciclistiche effettuate in mountain bike su terreni misti, tratti asfaltati o comunque non su terreno sterrato con salite generalmente brevi ma ripide e discese tecniche, in circuiti ripetuti più volte (generalmente tra 1 e i 5 giri) con percorsi non più lunghi di 25-30 chilometri;
- il **downhill**, abbreviato come **DH**, si svolge a cronometro individuale, completamente in discesa, su tracciati di differente grado di difficoltà e lunghezza da 1 a 4 chilometri. In questa disciplina i concorrenti indossano delle protezioni molto robuste e caschi integrali in stile motocrossistico, poiché nelle competizioni le velocità arrivano anche a superare gli 80 km/h;
- il **dual slalom**, abbreviato come **DS** e conosciuto anche semplicemente come dual, è una competizione tra due biker, in brevi circuiti paralleli con salti, curve e ostacoli;
- il **four-cross**, spesso abbreviato come **4X** o chiamato, soprattutto in contesti statunitensi, mountain cross, è una competizione ad eliminazione tra quattro biker, in brevi tracciati quasi completamente artificiali con salti e ostacoli. Si svolge con quattro rider che scendono contemporaneamente sullo stesso percorso in discesa, non necessariamente ripida, affrontando salti di vario tipo come panettoni, doppi, tripli e persino quadrupli;
- nella mountain bike, il **freeride** copre una serie di discipline comprese tra il downhill e il dirt jumping, praticabili con protezioni integrali e spesso con l'utilizzo di impianti di risalita;
- **Marathon** o Granfondo (GF) è un termine utilizzato per indicare gare effettuate su percorsi in linea di lunghezza solitamente superiore ai 50

km. Il tipo di percorso è molto simile a quello di una competizione di Cross Country, si percorrono strade bianche, single track e sentieri; il dislivello da percorrere è variabile, solitamente questo tipo di gare viene corso in zone collinari e montane e il dislivello complessivo può superare anche i mille metri. La differenza con il Cross country, sta nella durata (3ore o più per le marathon, 1h massimo 2h per il crosscountry) e nel fatto che nelle marathon si percorre il tracciato una sola volta, mentre nel crosscountry si percorre più volte lo stesso circuito.

Anche se vi è una carenza assoluta di ricerche sulle mountain bike a differenza del settore cicloturistico in generale, quelle poche esistenti conferiscono un quadro interessante.

La mountain bike non è più solo un modello di bicicletta ma è una passione che accomuna più persone in diverse nazioni del mondo: le indagini condotte mostrano che questa è diventata una delle attività in più rapida crescita con livelli di partecipazione crescente di oltre il 400% nei primi anni in cui si è diffusa¹² e continua ancora a crescere.

Negli Stati Uniti, ci sono circa 50 milioni di appassionati di mountain bike¹³, mentre gli sportivi regolari tra il 1994 e il 2003 oscillavano tra 4-6% della popolazione adulta. Percentuali simili (circa il 4%) si riscontrano in Canada e nel Regno Unito, dove il ciclismo e la mountain bike rappresentano il 4% dei circa 1,3 miliardi di visite al giorno ed escursioni in campagna nella stagione 2002/03¹⁴.

Altre nazioni in mountain bike sono Germania (3,5 milioni appassionati) e Svizzera e Austria, in cui il numero totale di appassionati di mountain bike è stimato intorno agli 800.000 individui. La popolarità di questa disciplina è significativa anche in Spagna, Italia, Francia, Belgio, e Paesi Bassi.

Sono valori cospicui se messi in relazione alle 25,6 milioni di presenze nel comparto cicloturistico europeo, in quanto parte di queste vacanze sono state effettuate proprio in mountain bike. Inoltre si può vedere come nei Paesi in cui la pratica cicloturistica è più diffusa (Germania, Austria e Danimarca) anche la percentuale di pratica di MTB è elevata.

Si possono ritrovare delle caratteristiche comuni di profilo tra cicloturisti e mountain bikers e altre che divergono; inoltre questa categoria al suo interno mostra caratteristiche di profilo molto simili tanto da renderli un target omogeneo, anche se i bikers provengono da regioni del mondo distanti tra

12 Koepke, J. (2005). Exploring the Market potential for Yukon Mountain Bike Tourism. Cycling Association of Yukon.

13 IMBA & Shimano (2008). The Economics and Benefits of Mountain Biking.

14 Mintel (2005) Activity Holidays, Leisure Intelligence. Mintel International Group Ltd. London.

loro. Nello specifico i mountain bikers sono prevalentemente maschi secondo alcuni sondaggi in cui la maggioranza dei rispondenti (86%)¹⁵ era di sesso maschile.

Tuttavia, secondo Koepke¹⁶, un cambiamento di genere ha avuto luogo: la partecipazione femminile ha avuto un aumento del 33,9% tra il 2002 e il 2003 negli Stati Uniti, contro il 5,6% di crescita complessiva, una tendenza che è destinata a continuare anche in futuro .

Per quanto riguarda l'età dei praticanti di MTB, si può affermare che molti bikers hanno tra i 20-25 anni e tra i 40-45 anni, con il gruppo dei 35+ che comprende quasi il 30%. Nel confronto con i cicloturisti la fascia d'età media aumenta fino a 45-55 anni, mentre le percentuali di genere sono più o meno le stesse (60% maschi, 40% femmine).

Più difficile da determinare è lo stato coniugale e genitoriale dei praticanti di MTB. L'IMBA (International Mountain Bike Association) in uno studio americano ha indicato che il 35 % degli intervistati è sposato o convivente con figli, un altro 34% è composto da single ed il restante 31% erano sposati o conviventi ma senza figli¹⁷. Un'altra indagine ha confermato che più di due terzi dei bikers sono sposati o hanno un partner¹⁸.

Inoltre, gli appassionati di mountain bike sono altamente istruiti, con ben due terzi che hanno un'istruzione universitaria e con redditi medio-alti. Le caratteristiche del profilo medio del mountain biker sia per l'istruzione sia per il reddito coincidono pienamente con quelle del cicloturista medio (laureati e frazione significativa di diplomati di scuola superiore; reddito familiare da 24 000 a 36 000 € l'anno).

La maggioranza degli appassionati di mountain bike pratica quest'attività di frequente. Alcune indagini hanno stabilito che i mountain bikers pedalano una media di 4-6 volte a settimana¹⁹. Inoltre, 1,3 su 8 milioni di appassionati di mountain bike negli Stati Uniti ha dichiarato che la mountain bike è stata la loro attività preferita tra gli sport praticati.

È stato anche rilevato che coloro che guidano mountain bike spesso si ritrovano ad essere coinvolti in programmi sportivi a lungo termine, ciò aumenta quindi la loro dedizione con anni di impegno. D'altra parte, chi pratica questa attività di rado tende ad abbandonarla ad un certo punto²⁰. Ma anche

15 Green, D. (2003). Travel Patterns of Destination Mountain Bikers. International Mountain Biking Association.

16 Vedi nota 8.

17 Vedi nota 11.

18 Vedi nota 8.

19 Vedi nota 8.

20 Vedi nota 8.

dall'analisi del cicloturismo in generale emerge che i fruitori di queste vacanze sono in genere ciclisti che praticano l'attività sportiva in modo regolare.

Sulla base di ricerche condotte tra i 464 membri IMBA, il passaparola e le raccomandazioni della famiglia e degli amici sono i fattori più importanti che influenzano la scelta di una destinazione mountain bike²¹.

Questi risultati sono stati confermati da un sondaggio condotto tra 576 appassionati di mountain bike in Moab, Utah²². Altre fonti comuni di ricerca delle informazioni sono internet, articoli di riviste specializzate in mountain bike, così come una gara di mountain bike o eventi MTB.

Per quanto riguarda la sistemazione, il 45% degli intervistati preferisce il campeggio, il 40% ha usato rifugi o pensioni, mentre l'8% alberghi²³; al contrario della maggioranza dei cicloturisti, soprattutto tedeschi, che preferiscono alloggiare in albergo.

Il 40% dei mountain bikers ha viaggiato con amici e familiari, e il 31% solo con gli amici²⁴, infatti anche nella composizione media dei cicloturisti le percentuali maggiori non si riscontrano per i viaggiatori singoli (20% soli, 50% in due e 20% in piccoli gruppi da 3 a 5 persone).

La durata media di tutti i viaggi in mountain bike è stata di 4,6 notti, con la maggior parte dei giorni spesi in sella alla mountain bike, dato confermato dalla tendenza media dei cicloturisti che trascorrono vacanze di durata inferiore ai 5 giorni.

Infine, gli intervistati avrebbero raramente prenotato un viaggio in mountain bike attraverso un operatore turistico, per di più la stragrande maggioranza avrebbe usato le proprie biciclette.

21 Vedi nota 11.

22 Reiter, D.K. & Blaha. (2002). Slickrock Trail Mountain Bike Survey: Implications for Resource Managers and Area Communities. Utah Recreation and Tourism Matters: Institute for Outdoor Recreation and Tourism.

23 Vedi nota 11.

24 Vedi nota 11.

2.4 I bisogni dei praticanti

I bisogni si differenziano in misura talvolta molto elevata a seconda del tipo di bicicletta e del tipo di fruitore, innanzitutto da un lato le piste ciclabili dall'altro la natura.

Ciclismo su strada	Mountain bike
<i>In termini di infrastrutture</i>	
<p>La prima necessità è un percorso adatto e "protetto" dal traffico, e che offra anche caratteristiche tecniche. L'ideale è una rete di circuiti ciclabili, varia, interessante e magari anche strade poco trafficate o greenway (riservate per la circolazione ai non motorizzati).</p> <p>In secondo luogo punti tappa che possono offrire opportunità di ristoro, coaching, consulenza e informazione (corrispondenti, accompagnatori, guide, mappe, Internet ...).</p> <p>Spesso è richiesto anche un servizio di manutenzione meccanica.</p>	<p>Non tutti i sentieri sono adatti alla mountain bike e quindi talvolta sono necessari interventi soprattutto per il grande pubblico.</p> <p>Per i debuttanti i sentieri dovranno essere sufficientemente "allisciati" e non devono avere troppi ostacoli (radici, pietre, ecc.), e non devono essere troppo "ampi" per non favorire una velocità eccessiva. Il sentiero ideale serpeggia tra alberi e massi e prevede piccoli dossi per saltare.</p> <p>Tutto l'opposto per i turisti esperti, che cercano difficoltà maggiori.</p>
<i>In termini di servizi</i>	
<p>Una struttura ricettiva adeguata, in grado di ...: le condizioni di accoglienza devono essere adatte a seconda del livello del ciclista su strada, e in particolare dovranno tenere conto anche degli adattamenti in termini di pasti e orari.</p> <p>Navette con rimorchio per le bici e per i bagagli</p> <p>Informazioni sul territorio e cartine</p> <p>Facilitazioni per il trasporto delle biciclette sui treni</p> <p>Un'assistenza (auto o moto al seguito) per i gruppi più esperti</p>	<p>Oltre alla disponibilità di attrezzature adeguate (dalla bici al vestiario) sono necessari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - corsi a tutti i livelli; - servizi di noleggio, riparazione e pulitura dell'equipaggiamento; - segnaletica esplicativa; - disponibilità di cartine e guide; - servizi di navetta e transfert ad esempio per riportare i ciclisti al punto di partenza.

2.5 L'impatto sull'ambiente

Per quanto riguarda le piste ciclabili si tratta comunque di infrastrutture "pesanti" la cui realizzazione deve essere valutata correttamente, per il controllo degli impatti.

Per quanto riguarda il "fuori strada" il lato positivo è che chi pratica mountain bike ricerca piccoli sentieri, e quindi ne favorisce la conservazione.

D'altro canto la pratica della mountain bike può provocare l'erosione dei percorsi e il deterioramento di percorsi fragili e lastricati a causa delle frenate "brusche" o anche solo per il passaggio sul sentiero.

Se praticata fuori dai percorsi la mountain bike può pregiudicare la conservazione della flora o della vegetazione arbustiva ed essere invasiva nei confronti della fauna in particolare nel periodo della nidificazione e riproduzione.

Un buona attività di informazione e sensibilizzazione può aiutare a far sì che il comportamento dei bikers sia meno invasivo nei confronti dell'ambiente naturale (evitare uscite dai percorsi, rispettare segnali, ecc.)

2. 6 La commercializzazione

Il prodotto bicicletta viene commercializzato sotto diverse forme, sia dall'intermediazione, che dalle associazioni che dalle singole strutture ricettive.

Nelle proposte dei tour operator le possibili formule sono sostanzialmente due:

- tutto il viaggio “all inclusive”, dall'organizzazione dell'alloggio e del trasporto ai servizi per la componente bici del viaggio;
- una formula “meno strutturata”, che prevede la fornitura di cartine, biciclette, contatti utili, punti tappa e tutti gli elementi che permettono di viaggiare “organizzati” ma non inseriti in un programma rigido.

I servizi più richiesti sono il trasporto bagagli e la pianificazione dei possibili punti tappa e, spesso, la combinazione con altri mezzi di trasporto per spostarsi sul territorio.

FUN ACTIVE TOURS: mountainbike in Alto Adige

Questo tour in MTB conduce attraverso uno dei paesaggi di montagna più vari delle Alpi. Ci si immergerà in tutta la molteplicità di questa regione: prati di malga dal verde intenso, laghi di montagna limpidi, formazioni di roccia bizzarre e le vette più conosciute dei "Monti Pallidi".

Anche la cucina altoatesina si presenta altrettanto varia: specialità tradizionali tirolesi e la cucina mediterranea dominano i menù e garantiscono un pieno godimento dopo ogni giornata in bici. L'Alto Adige è una regione dove la cultura e le tradizioni sono ancora ben vivi; un clima mite al sud delle Alpi ed ore indimenticabili sulla sella della vostra bici vi aspettano.

Highlights: Bressanone, centro culturale del Tirolo e sede vescovile; Bolzano, la capitale dell'Alto Adige; Il lago di Caldaro; La malga di Siusi; Viste panoramiche sulle Alpi dello Stubai, sulle Alpi Sarentine e sulle Alpi Venoste; Le Dolomiti; i mitici "Monti Pallidi" attorno Sciliar e Catinaccio; Val Gardena, la valle dei scultori di legno.

Numero minimo di partecipanti: 2 persone
viaggio individuale, non guidato

Durata: 08 giorni / 07 notti
Percorso medio, ca. 250 km in bici (non sono richieste speciali abilità tecniche)

Alloggio: Hotel ed alberghi a 3 e 4 stelle

Punto di partenza: Bressanone
Arrivo: in macchina: Autostrada del Brennero – Bolzano – Bressanone;
oppure: Venezia – Cortina – Val Pusteria – Bressanone; in treno: Stazione ferroviaria di Bressanone.

Transfer: Non previsto (Punto di partenza e d'arrivo: Bressanone)

Lingua del materiale informativo sul tour: Tedesco

Servizi inclusi: Pernottamento in hotel ed alberghi a 3 e 4 stelle; Ricca colazione, spesso a buffet; Se è stata prenotata la mezza pensione: cena con almeno tre portate; Colloquio informativo; Trasporto dei bagagli da hotel a hotel; Percorso ben elaborato; Materiale informativo del tour esauriente e completo (carte del percorso, descrizione del percorso, numeri di telefono importanti, consigli sui luoghi da visitare); Servizio di assistenza telefonica per la durata del viaggio.

Servizi non inclusi: Viaggio d'arrivo e di ritorno al/dal punto di partenza/punto finale del viaggio; Bevande e tutti gli extra in genere; Pranzi; Cena (se non è stata prenotata la mezza pensione); Ingressi non indicati; Assicurazione; Parcheggio; Tutto quanto non espressamente indicato sotto "Servizi inclusi".

Prezzo pacchetto, viaggio individuale: Prezzo pacchetto a persona nella camera doppia con colazione: € 596,00; Supplemento per la camera singola con colazione: € 120,00; Supplemento per la mezza pensione: € 135,00.

Dolomiti di Brenta expert - SPEEDY

da € 190,00*

Dolomiti di Brenta expert - SPEEDY	da € 190,00*
<p>Speedy: il tour classico per chi non ha tempo da perdere! 3 giorni in Mountain Bike - 2 notti in hotel 3 stelle (con 1 notte in rifugio/agritur) vicino o sul percorso transfer bagagli per i 3 giorni incluso nel prezzo mappa escursionistica di dettaglio Minimo 4 persone - proposte personalizzate su richiesta</p> <p>Scegli il punto di partenza del tuo tour:</p> <p>se preferisci dormire una notte in Rifugio</p> <ol style="list-style-type: none"> partì da Pinzolo-Val Rendena con tappa a Molveno-Andalo-Spormaggiore e Rifugio Peller partì da Andalo-Molveno con tappa a Rifugio Peller, Val Rendena-Pinzolo-Madonna di Campiglio) <p>se preferisci invece una sistemazione in Hotel/Garni/Affittacamere/B&B/Agritur/Residence...</p> <ol style="list-style-type: none"> partì da Tione di Trento Giudicarie Centrali con tappa a Flavon-Cles Val di Non, Malè-Dimaro-Folgarida Val di Sole partì dalle Terme di Comano con tappa a Flavon-Cles Val di Non, Malè-Dimaro-Folgarida Val di Sole partì dalla Val di Sole - Malè-Dimaro-Folgarida con tappa a Tione di Trento Giudicarie Centrali, Flavon-Cles Val di Non partì dalla Val di Non- Flavon-Cles con tappa a Malè-Dimaro-Folgarida Val di Sole, Tione di Trento Giudicarie Centrali o Terme di Comano 	
Dolomiti di Brenta expert - FIT PLUS	da € 310,00*
<p>Fit plus: il tour classico per chi viene da lontano e vuole concedersi un po' di relax, bike e wellness! 3 giorni in Mountain Bike 2 notti in hotel 3 stelle (con 1 notte in rifugio/agritur) vicino o sul percorso 2 notti in hotel 3/4 stelle con centro wellness prima e dopo il tour transfer bagagli per i 3 giorni incluso nel prezzo mappa escursionistica di dettaglio Minimo 4 persone - proposte personalizzate su richiesta</p> <p>Scegli il punto di partenza del tuo tour:</p> <p>se preferisci dormire una notte in Rifugio</p> <ol style="list-style-type: none"> partì da Pinzolo-Val Rendena con tappa a Molveno-Andalo-Spormaggiore e Rifugio Peller partì da Andalo-Molveno con tappa a Rifugio Peller, Madonna di Campiglio-Pinzolo-Val Rendena) <p>se preferisci invece una sistemazione in Hotel/Garni/Affittacamere/B&B/Agritur/Residence...</p> <ol style="list-style-type: none"> partì da Tione di Trento Giudicarie Centrali con tappa a Flavon-Cles Val di Non, Malè-Dimaro-Folgarida Val di Sole partì dalle Terme di Comano con tappa a Flavon-Cles Val di Non, Malè-Dimaro-Folgarida Val di Sole partì dalla Val di Sole - Malè-Dimaro-Folgarida con tappa a Tione di Trento Giudicarie Centrali, Flavon-Cles Val di Non partì dalla Val di Non- Flavon-Cles con tappa a Malè-Dimaro-Folgarida Val di Sole, Tione di Trento Giudicarie Centrali o Terme di Comano 	

* Condizioni: importo a persona in camera doppia per trattamento di mezza pensione escluso il periodo 8 - 22 agosto, offerte valide con minimo 4 partecipanti. Proposte personalizzate per gruppi inferiori a 4 persone.

Gli importi in euro a persona includono IVA e tasse

3. TREKKING

Il Trekking è una forma di attività motoria basata sul camminare nel territorio, sia lungo percorsi (strade, sentieri, ecc.), anche variamente attrezzati, che liberamente, al di fuori di percorsi fissi.

Il termine **trekking** o **hiking** deriva dalla lingua inglese: il primo termine deriva dal verbo inglese *to trek*, che significa camminare lentamente o anche fare un lungo viaggio; il secondo deriva dal verbo inglese *to hike*, che significa camminare.

Normalmente si svolge in montagna o comunque in un ambiente naturale, e può essere accompagnato da attività naturalistiche quali il birdwatching, l'osservazione di specie botaniche o anche la visita di monumenti o fenomeni naturali posti lungo il percorso.

Nel 2002, in occasione dell'Anno Internazionale della Montagna, l'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO) e il Programma per l'Ambiente delle Nazioni Unite (UNEP) hanno intrapreso una serie di iniziative volte alla diffusione del cosiddetto "ecoturismo", sinteticamente definibile come segue:

- attività turistiche in cui la principale motivazione dei turisti è l'osservazione e la valorizzazione della natura e delle tradizioni culturali locali, con risvolti anche educativi;
- attività turistiche generalmente, ma non esclusivamente, organizzate per piccoli gruppi da specializzati tour operator locali;
- attività che minimizzano gli impatti negativi relativi all'ambiente naturale e socio-culturale;
- attività che garantiscono la protezione delle aree naturali, generando benefici economici e opportunità di guadagno per le comunità ospitanti, e per le organizzazioni e le autorità che gestiscono le aree naturali con scopi conservativi;
- attività che aumentano la consapevolezza verso la conservazione dei beni culturali e ambientali, sia fra i residenti che fra i turisti.

In pratica, una definizione che si adatta alla perfezione con il trekking: una forma di turismo antichissima che è indicata come modello per il futuro.

3.1 I numeri del trekking

Un futuro neanche troppo futuribile dato le ultime stime dell'Osservatorio Nazionale Turismo di Unioncamere-Isnart: il turismo ecologico, legato indissolubilmente all'attività di trekking, cresce e raggiunge in Italia il valore di oltre 10 miliardi con un progressivo aumento del fatturato e delle presenze. E' quanto afferma anche la Coldiretti nel sottolineare che la vacanza nel verde nel 2010 è scelta dall'8 per cento degli italiani.

Secondo il rapporto Ecotur i turisti ecologici cercano il contatto con la natura (38%), ma anche relax e tranquillità (13,7%), le tradizioni culturali, folcloristiche ed enogastronomiche (12,6%), la possibilità di avere prezzi più bassi rispetto alle altre tipologie di turismo (10,3%) e, infine, sport e attività all'aria aperta (9,9%) quindi il trekking.

E' significativa tra gli amanti dello sport-natura la presenza dei giovani tra i 16 ed i 30 anni che sono ben il 23,2 %, mentre per quanto riguarda le strutture di ospitalità ad essere privilegiati rispetto alle tradizionali vacanze sono gli agriturismi, le baite e i rifugi di montagna, soprattutto per il ristoro after trekking. Infatti gli stessi operatori del turismo sportivo puntano sul trekking: niente impianti da costruire, investimenti nulli, impatto ambientale zero e resa crescente sul piano delle presenze.

Mercato italiano

Pur non esistendo dati statistici precisi, poiché in gran parte il trekking è praticato a livello individuale, per comprendere la portata del fenomeno in Italia si possono guardare i numeri delle due grandi associazioni italiane legate al mondo del trekking: il CAI (Club Alpino Italiano) e Trekkingitalia – Associazione Amici del Trekking e della Natura.

Si può ritenere dai dati relativi ai fruitori dei servizi prestati dal C.A.I. che l'Associazione movimentata annualmente in modo diretto oltre 500.000 praticanti e in modo indiretto 1 milione di frequentatori italiani e stranieri del territorio montano nazionale.

Grandi trek, Trek del week-end, Trek giornalieri e Trek Scuola sono le attività che l'Associazione Trekkingitalia propone. Ad oggi migliaia di ragazzi, delle scuole di ogni ordine, e di adulti hanno praticato questa disciplina con Trekkingitalia. Nel dettaglio nel 2008:

- i soci adulti di Trekking Italia sono stati 5.041, mentre i partecipanti all'attività Trek Adulti sono stati 17.969 per un totale di 1.496 giorni sui sentieri, 20 regioni attraversate, in Italia e 906 giorni sui sentieri, 32 nazioni attraversate, nel Mondo;
- i partecipanti Trek Scuola sono stati 8.667 coinvolgendo ogni ordine scolastico (primarie: 8%; secondarie: 32%; superiori: 60%) per un totale di 343 giorni sui sentieri.

In conclusione i partecipanti a tutte le attività sono stati 26.636 per un totale di 2.745 giorni sui sentieri.

Mercato europeo

Per avere un'idea del fenomeno a livello europeo si possono guardare i dati forniti dall' ERA - European Ramblers' Association. Oggi, questa organizzazione ombrello comprende più di 50 organizzazioni di escursionisti da 28 Stati europei: queste hanno un totale di oltre 3 milioni di membri individuali.

Ma non tutti gli escursionisti aderiscono alle associazioni, molti praticano questa attività in modo libero e non associato. Esemplicativo di una situazione europea più o meno omogenea è il caso dei tedeschi.

Secondo una indagine dell'Associazione nazionale dell'escursionismo tedesco (Deutschen Wanderverbands), il 56% dei tedeschi (ovvero 39,8 milioni di persone) con più di 16 anni si definisce "camminatore attivo". In realtà alla maggioranza dei Tedeschi piace sì camminare, ma non ama le sfide impegnative, il 50% infatti preferisce escursioni brevi e su terreni "facili". Solo il 21% affronta distanze e dislivelli di un certo rilievo. Un terzo degli intervistati preferisce godere delle passeggiate in zone pianeggianti e nelle regioni costiere, mentre l'alta montagna attrae solo una minoranza (appena il 9% dei camminatori).

D'altro canto lo sport del camminare, secondo gli esperti, nel tempo si è sempre più diffuso, accompagnato da una riduzione dei percorsi e dei tempi. Secondo lo studio infatti gli escursionisti camminatori hanno in media 47anni. La percentuale di escursionisti è direttamente proporzionale all'età e raggiunge il massimo (28%) tra i 65 - 74 anni di età. E camminare è una attività per tutto l'anno: se è vero che la maggior parte degli escursionisti si muove in estate (da luglio a settembre), sono gettonati anche i mesi autunnali, specie ottobre.

Si può capire da ciò come il prodotto turistico Trekking non sia più una nicchia: infatti è quanto emerge dall'indagine annuale sui prodotti turistici italiani più venduti dai tour operator stranieri nel 2010, condotta dall'Osservatorio Nazionale del Turismo su dati Unioncamere. Lo sport, come prodotto turistico di cui fruire in Italia, è venduto dal 19,3% dei tour operator europei di cui il trekking (24,7%) è tra i prodotti più venduti.

Nel 2011, sempre con riferimento alle destinazioni italiane, gli operatori prevedono un aumento della domanda dei cosiddetti turismi di nicchia, riguardanti soprattutto le attività legate allo sport e al fitness.

3.2 I bisogni dei praticanti

Infrastrutture

Il requisito principale risiede negli itinerari, in genere organizzati in rete. Un itinerario da passeggiata o da trekking:

- di solito si svolge su sentieri o strade, escluse le strade asfaltate, tranne occasionalmente
- può essere riservato alla sola mobilità dolce, escludendo le attività motorizzate
- deve attirare l'interesse dell'escursionista: paesaggio:, scoperta del patrimonio...
- è generalmente attrezzato con dei pannelli informativi ai punti di partenza e contrassegnato dalla segnaletica, da antenne direzionali...
- richiede a volte infrastrutture: parcheggi, passerelle, creazione di passaggi o corrimano, infrastrutture d'accessibilità per i disabili senza equipaggiamenti speciali...
- necessita eventualmente di manutenzione: pulizia del sottobosco , controllo della segnaletica...

Servizi

Le sistemazioni in strutture (hotels, alloggi e camere d'ostelli, alloggi di tappa, rifugi...) o all'aria aperta (camping, bivacchi) sono necessari per permettere i soggiorni degli escursionisti itineranti o "a stella" (più giorni in giro attorno allo stesso alloggio).

Gli alloggi di tappa a valle e i rifugi in quota (con un comfort più sommario) sono delle sistemazioni specializzate che offrono informazioni, spazi per lo stoccaggio del materiale per le escursioni, preparazione dei pasti, l'asciugatura dei vestiti e delle scarpe...

Altri servizi

- Siti internet/ICT specializzati nelle informazioni per gli escursionisti
- agenzie ricettive specializzate nell'ospitalità, l'informazione e la sicurezza degli escursionisti
- coaching, soprattutto per le escursioni senza segnaletica o su terreni delicati, per le escursioni tematiche, per le escursioni itineranti o per le escursioni vendute dai Tour Operator
- Transfer verso i punti di partenza e trasporto dei bagagli (con facchini, animali da soma o veicoli)
- I pacchetti associano navette, trasporto di bagagli, prenotazione dell'alloggio, fornitura di una "road book" e eventualmente un coaching puntuale per raggiungere una sommità o per eseguire una parte di percorso più tecnico
- Noleggio di attrezzature speciali o di animali da soma

3.3 Gli impatti sull'ambiente

Se in generale è possibile affermare che le attività legate all'escursionismo a piedi hanno un basso impatto sull'ambiente, anche per la scarsa presenza di infrastrutture, ci sono comunque elementi da monitorare, in particolare in relazione alla "educazione" dei fruitori.

In particolare relativamente all'afflusso di praticanti, che specie in aree specifiche è necessario prevenire e gestire.

3.4 La commercializzazione

Le proposte di fruizione, legate o meno alla natura, sono molteplici e commercializzate da soggetti di natura diversa, specie tour operator (più o meno specializzati), associazioni, club, ecc.

Di seguito vengono presentati alcuni esempi, relativi a quanto già proposto, da soggetti esterni, sulla Valle d'Aosta e in altre località parco (Cinque Terre).

SlowTulist: Dal Cervino al Monte Rosa

Trekking in Valle d'Aosta

N° giorni: **4** (3 notti)

Dai dolci pascoli del comune di Chamois ai pendii scoscesi della Val d'Ayas, un percorso con panorami sul Cervino, la montagna per eccellenza, e sulla catena del Monte Rosa.

PROGRAMMA »

Pacchetto:	Dal Cervino al Monte Rosa
N° giorni:	4 (3 notti)
Periodo:	consigliato da giugno a settembre
Tipologia:	Vacanza con guida
Programma:	I giorno. Arrivo e sistemazione a La Magdaleine II giorno. La Valtournenche. La Magdaleine – Chamois; visita al paese di Chamois (circa 1 h; dislivello +200 m) III giorno. Panorama sul Cervino. Chamois – Colle di Nana – rifugio Grand Tournalin (circa 4 h; dislivello +850 m -250 m) IV giorno. La Val D'Ayas. Rifugio Grand Tournalin – Palon di Nana – Saint-Jacques (circa 5 h; dislivello +200 m -1000 m); trasferimento a La Magdaleine e fine tour
N° partecipanti:	minimo 6
Quota a persona:	€ 360,00
La Quota comprende:	3 servizi di mezza pensione; 3 pranzi al sacco; 3 giorni tour guidato; trasferimento da Saint-Jacques a La Magdaleine; documento di viaggio con dettaglio itinerari; assistenza 24/24h
A richiesta :	trasporti e trasferimenti dove non specificati; bevande ai pasti; sacco lenzuolo; quanto non contemplato nella voce "la quota comprende"
Le Strutture:	albergo** (camera doppia) e rifugio (camera multipla)
	N.B. Le strutture possono variare in base alle disponibilità

AVALCO Travel: Tour del Monte Rosa ad alta quota (ITALIA)



Il TMR (Tour del Monte Rosa) classico è un trekking escursionistico di 5-9 giorni che si spinge anche nella bassa valle di Saas (Vallese). Ciò che proponiamo è invece un trekking alpinistico breve (4 giorni), a quote più alte, che si svolge interamente all'interno del massiccio. Le difficoltà tecniche sono limitate a brevi passaggi ripidi su ghiaccio o neve; per il resto si cammina facilmente su ghiacciaio dove la scelta del percorso richiede però molta attenzione. Le guide alpine accompagnano i partecipanti per offrire la massima sicurezza. Questo magnifico tour è tra i più trek d'alta quota più belli delle Alpi. Pur non presentando difficoltà alpinistiche, richiede un buon allenamento a causa della lunghezza delle tappe e della quota.

Dislivelli totali a piedi: salita e discesa ca. 4100 m.

Massima quota raggiunta: Naso del Lyskamm 4270 m.

Tempi di marcia: indicativamente 6-10 ore al giorno, secondo il ritmo del gruppo e le condizioni della montagna.

Il gruppo sarà di 4-8 partecipanti; 1 guida alpina per 4 partecipanti
Richiesta attrezzatura standard da trekking alpinistico in alta quota. Sacco-lenzuolo consigliato per rifugi.

Le date proposte e/o i percorsi potrebbero variare in funzione delle condizioni meteo e della montagna.

Impegno	Alloggio: Hotel**/**/* ad Alagna, rifugio altrove	Prezzo:
Fisico 3	Trasporti: trekking a piedi + impianti di risalita	consultare Avalco Travel
Tecnico 2	Durata: 4 gg	
Avventura 2		

Dettagli Prezzo: Il prezzo include: accompagnamento della guida alpina, pernottamento nei rifugi e in hotel**/**/* ad Alagna con trattamento di mezza pensione ; pranzi al sacco (tranne il 1° giorno).

Esclusi: impianti di risalita, pranzo del 1° giorno , bevande ed extra, assicurazioni, eventuale noleggio di attrezzature.

Passaporto e Visto: N/A

Assicurazioni: Obbligatoria l'assicurazione per infortuni e soccorso in montagna.

Tutele Sanitarie: N/A

Partenze programmate: mediamente 1 partenza al mese. Date personalizzate per gruppi.

Punto di ritrovo: Milano (in caso di minibus a disposizione) e/o Macugnaga, parcheggio Funivie del Monte Moro. Dettagli qualche gg prima della partenza.

Come Raggiungere la Destinazione: Autostrada Milano Laghi - SS Sempione, uscita Macugnaga - Valle Anzasca. Per alcune partenze è disponibile un servizio di minibus da Milano a Macugnaga e ritorno.

Cartografia: CNS 1:25000: fogli n° 1348 Zermatt, n°1347 Matterho rn, n°1349 Monte Moro. CNS 1:50000 foglio n° 294 Gressoney (per la Valsesia). Landeskarte der Schweiz 1:100000 Monte Rosa (utile per un quadro d'insieme di tutto il massiccio).

Lecture Raccomandate: T.Valsesia, Tour Monte Rosa-Cervino di Teresio Valsesia, ed. Alberti Libraio (per il TMR classico) / Guida dei Monti d'Italia, Monte Rosa - CAI-TCI



Programma Day By Day

1° giorno
Macugnaga - P.so M.te Moro 2800 m (con telecabina) - Traversata su ghiacciaio Schwarzberg Weisstor 3600 m—Monte Rosa Hutte 2795 m (ca. 7-10 ore).
2° giorno
Monte Rosa Hutte—Colle del Felik 4063 m— Rif. Q.Sella 3585 m (ca 5-8 ore).
3° giorno
Rif. Q.Sella—Naso del Lyskamm— Ghiacciaio del Lys—Passo dei Salati 2980 m (ca. 5-8 ore) - discesa ad Alagna 1190 m con impianti.
4° giorno
Alagna—Colle del Turlo 2740 m—Val Quarazza—Macugnaga 1300 m (ca.6-9 ore).
Trattamento di mezza pensione presso Hotel e rifugi.
Pranzi al sacco.





Agenzia Viaggi del Parco Nazionale delle Cinque Terre: ODORI E COLORI DELLE CINQUE TERRE LUNGO I SENTIERI

5 giorni/4 notti

In mezzo ai profumi delle piante aromatiche agli ombrelli di euforbia...un percorso nel passato e nelle fatiche dell'uomo

Livello : Medio. I dislivelli non sono mai importanti. Sentieri costieri con successione di saliscendi e talvolta delle scalinate ripide.

Zaino : unicamente gli oggetti personali di uso giornaliero.

Accompagnamento : guida specializzata del Parco

Sistemazione : foresteria di Montenero

1°giorno : Arrivo del gruppo nel tardo pomeriggio e sistemazione nella foresteria. Cena e pernottamento.

2°giorno : **I sentiero azzurro (5 ore di cammino)...una camminata attraverso l'architettura e il patrimonio monumentale dei borghi.** Discesa da Montenero e, dopo aver lasciato il centro storico di Riomaggiore, comincia il nostro itinerario lungo la celebre Via dell'Amore. Si continua poi lungo il sentiero n. 2 che ci offre delle viste panoramiche dei pittoreschi borghi di manarola e Corniglia, per arrivare infine nella « perla » Vernazza, che ci sedurrà col suo profilo imperdibile. Rientro in treno, minibus e 15 minuti a piedi per risalire a Montenero. Cena e pernottamento.

3°giorno : **Levanto/Monterosso/Vernazza – 4 h e mezzo di cammino.** Incontro con la guida alla stazione di Riomaggiore e partenza in treno per Levanto (piccolo tragitto di 15 min) Dopo aver attraversato il centro della cittadina, si comincia la salita verso il Monte Vè, attraversando il promontorio del Mesco (321 metri): un percorso tra pinete e leccete, fino alla sommità. Qui si trovano i resti dell'antico monastero di S. Antonio e si gode di una vista mozzafiato su tutta la costa delle Cinque Terre. Discesa ripida su Monterosso e visita del borgo. Nel pomeriggio proseguimento sul sentiero per Vernazza...Rientro in treno a Riomaggiore, solita risalita a Montenero. Cena e pernottamento.

4° giorno : **Montenero /Portovenere 4 h e mezzo di cammino.** Partendo dal santuario di Montenero attraverso le terrazze di vigneti, si raggiunge rapidamente il Colle del Telegrafo a 511 metri di altitudine. Da qui si imbocca il sentiero di cresta in mezzo ai castagni per raggiungere il piccolo borgo di Campiglia. Si prosegue su un sentiero molto panoramico fino al Pitone, sperone roccioso sulle falesie del Monte Muzzerone. Discesa sul borgo fortificato di Portovenere, inserito nella lista del patrimonio Unesco. Visita e rientro in battello a Riomaggiore. Minibus per rientrare a Montenero. Cena e pernottamento

5° giorno : dopo la prima colazione, rientro ai luoghi di provenienza

Prezzo € 290,00 per persona (minimo 8 partecipanti)

La quota comprende :

- 4 notti in foresteria in camere quaduple in mezza pensione
- Biancheria (lenzuola e asciugamani).
- Guida specializzata del Parco come da programma per il 2°, 3° e 4° giorno
- « card » di accesso al parco Nazionale per il 2° e 3° giorno
- Biglietti ferroviari per i tragitti previsti dal programma
- Minibus del Parco per i trasferimenti da Riomaggiore a Montenero.
- Traversata in battello da Portovenere a Riomaggiore
- Materiale informativo e carnet di viaggio

La quota non comprende :

- Trasporto dalle località di provenienza alle Cinque Terre e ritorno, extra in generale, bevande, spese personali e tutto ciò che non è indicato in « la quota comprende »

Dettagli sulla sistemazione :

- Foresteria : 18 letti divisi in camere quaduple con bagni in comune
- Rustici : da 2 a 4 persone con cucina e bagno privato

Supplemento rustici € 10,00 per persona al giorno

Supplemento singola € 30,00 al giorno

4. EQUITURISMO

Il turismo equestre, vale a dire la pratica dell'equitazione, applicata al viaggio o alla vacanza, consiste nell'effettuare itinerari giornalieri o di più giorni lungo percorsi che si snodano in ambienti naturali di campagna o montagna su tracciati che prevedono possibilità di sosta e, nel migliore dei casi, servizi dedicati a cavalli e cavalieri.

Gli itinerari specifici sono noti come ippovie e generalmente si sviluppano lungo rotte particolarmente interessanti dal punto di vista ambientale, storico o culturale.

L'equiturismo è aperto a un gran numero di persone: l'equiturista può essere uno sportivo professionista ma anche dilettante. E' comunque necessaria una buona preparazione fisica, familiarità con la disciplina dell'equitazione, per viaggiare in sicurezza. L'equiturista ha buona capacità di spesa.

L'ambiente ideale per l'equiturismo è un ambiente naturale e ricco di storia, ma per allargare il più possibile il target degli equi – turisti bisogna puntare soprattutto su sicurezza e servizi.

Le stagioni migliori per fare equiturismo sono la primavera, l'estate e l'autunno. Anche l'inverno può dare soddisfazioni, in luoghi non distanti dal mare.

4.1 I numeri del turismo equestre

In Italia nel 2009 sono 103.692 i "cavalieri" delle varie discipline iscritti alla federazione nazionale degli sport equestri e 1.751 le società affiliate. L'equitazione è al nono posto tra le discipline sportive per numero di iscritti (la prima è ovviamente il calcio...).

Secondo alcuni studi, sempre nel nostro paese, 45-50.000 cavalieri praticano il turismo equestre, 220.000 fanno passeggiate a cavallo²⁵.

L'equiturista tipo ha più di 40 anni, reddito superiore ai 30.000 euro l'anno, è interessato alla natura, alle tradizioni e al cibo, ama fare una moderata attività sportiva e tende a coinvolgere i propri familiari.

Le passeggiate a cavallo coinvolgono un numero di persone quattro volte superiore rispetto a chi pratica turismo equestre, e questi cavalieri rappresentano il target potenziale per chi voglia realizzare un prodotto per tutti.

²⁵ dati I. N. S. T. E., 2005

Secondo i dati del Comité National de Tourisme Equestre e della Fédération Française d'Équitation gli equituristi in Francia sono più di 1 milione, e si tratta di un mercato molto sviluppato e fiorente (si pratica dagli anni '50).

In **Francia** il numero di cavalieri iscritti alla Federazione nazionale è in continua crescita da oltre vent'anni ed ha raggiunto nel 2010 la quota di 687.334 iscritti.

Parte integrante della federazione è il CNTE, comitato nazionale di turismo equestre che nel 2008 contava più di 2.500 imprese equestri e associazioni di cavalieri. Il comitato conta oltre 75.784 possessori di licenza e un milione di praticanti, probabilmente il più alto numero in tutta Europa.

I valori che vengono veicolati riguardano il rispetto, oltre che dell'animale, della natura e dell'ambiente, la ricerca di sicurezza, autonomia, responsabilità e convivialità.

In **Inghilterra** lo 0,82% della popolazione sopra i 16 anni, pari a 341.500 abitanti ha praticato almeno una volta a settimana l'equitazione. Il numero di praticanti è in crescita rispetto agli anni precedenti specie per quanto riguarda le classi di età più giovani.

Nella maggior parte dei casi i praticanti sono donne, ma si nota negli ultimi tempi un aumento dei maschi.

In **Germania** uno studio²⁶ del 2002 quantificava in oltre 1 milione e 600 mila persone quelli che regolarmente praticano una attività equestre, e in circa 900.000 quelli potenzialmente interessati.

La federazione tedesca si contende il primato europeo con quella francese. Con 748.839 membri nel 2009 (in leggero calo rispetto al 2008) e 7.663 club.

Circa il 70% dei membri sono donne. Secondo il comitato sportivo l'equitazione è al quarto posto tra gli sport preferiti dal pubblico femminile tra i 15 e 18 anni, e al terzo posto tra 19-26 anni.

Una ricerca sui turisti **Americani**²⁷ effettuata nel 2007 evidenziava come nel corso degli ultimi due anni il 4,7% degli americani di età adulta (10.506.708) che hanno effettuato un viaggio di più di 24 ore hanno fatto equitazione. La maggior parte ha effettuato una passeggiata a cavallo durante la giornata, mentre una minoranza ha percorso un itinerario.

Un quarto dei turisti che praticano l'equitazione indicano che questa rappresenta la motivazione principale della vacanza.

²⁶ Ipsos, 2002

²⁷ Lang Reserch, per l'osservatorio del turismo dell'Ontario, 2007

Anche negli Usa, a differenza della maggior parte delle attività sportive all'aria aperta, l'equitazione è praticata da un pubblico femminile. La maggior parte degli equituristi appartiene al gruppo di età tra 18 e 54 anni, di livello culturale elevato, e di ceto agiato.

Rispetto alla media dei turisti americani gli equituristi sono più orientati a scegliere soggiorni in stazioni balneari o in stazioni invernali o in località situate in parchi naturali, scelgono per dormire un alloggio rurale o il campeggio e nel pianificare la vacanza utilizzano internet e il 61% prenota on line. Sono inoltre più attenti alle rubriche turistiche dei media, e alle pubblicazioni sulla natura, il paesaggio delle pubblicazioni scientifiche.

4.2 I bisogni dei praticanti

Dal punto di vista delle infrastrutture si possono rilevare due tipi di esigenze, le prime legate all'itinerario, le seconde all'alloggio:

- itinerari mirati, adatti all'immaginario equestre, che non generino conflitti di utilizzo, organizzati in tappe realistiche (attorno ad una trentina di chilometri al giorno) e specificati in una carta del territorio (scala 1: 25.000) e in documenti informativi sui percorsi, le strutture ricettive e i servizi utili;
- alloggi rurali adatti all'accoglienza dei cavalieri e dei cavalli (agriturismi, chambre d'hotes, ecc. con un livello di igiene e di comfort compatibili con i bisogni di questi turisti, più esigenti di quanto si pensi generalmente.

Tra i servizi che non possono mancare nella costruzione di un prodotto specializzato:

- la presenza di personale qualificato e che conosce bene il territorio;
- la possibilità di disporre di attrezzatura specifica e consigli puntuali sugli itinerari;
- eventuali mezzi di trasporto per ricondurre i cavalli al punto di partenza;
- logistica per il trasferimento dei bagagli da un punto all'altro;
- servizi veterinari e di ferratura.

4.3 Gli impatti sull'ambiente

Da un punto di vista ambientale lo sviluppo di un prodotto specializzato produce effetti ambivalenti:

- in positivo in relazione a:
 - la manutenzione dei percorsi
 - la partecipazione di soggetti dinamici in quanto le associazioni dei cavalieri sono in genere molto attive e le loro attenzioni all'ambiente si riflettono su altri fruitori del territorio come ciclisti, escursionisti, ecc.
 - il mantenimento del paesaggio, in quanto la pratica richiede ambienti di pregio e l'allevamento dei cavalli partecipa alla manutenzione di prati da pascolo

- in negativo in relazione a:
 - degrado del terreno a causa del passaggio dei cavalli e rischio di utilizzo per altri utilizzatori (buche, ...);
 - conflitto d'uso con gli agricoltori, forestali, escursionisti a piedi;
 - rischio di distruzione di specie vegetali fragili o rare.

4.4 La commercializzazione

Ad una prima analisi sulla commercializzazione sul web si evidenzia l'assenza di proposte specializzate dell'intermediazione su questo prodotto, a fronte di una molteplicità di offerte di singole strutture, specie agriturismi, o associazioni locali (si vedano gli esempi nelle pagine successive).

L'esperienza più interessante che riguarda solo in parte l'Italia, è quella del club di prodotto austriaco "Reitarena", che propone vacanze a cavallo in Austria e in alcune località dell'Alto Adige, ed è operativo ormai da diversi anni.

The screenshot displays the website for "vacanze a cavallo in Austria". The header includes navigation links for "Home - Contact" and "Deutsch - English". A main banner features a horse in a field. Below the banner, there are several sections:

- Navigation Menu:**
 - Sistemazioni
 - Pacchetti
 - Equitazione stile Western
 - Vacanze a cavallo per bambini
 - Catalogo
 - Vouchers
 - Richiesta
 - Newsletter
- Alberghi offrendo equitazione in Austria & Alto Adige:** A map showing the regions of Austria and Alto Adige.
- Ricevete il vostro catalogo gratuito:** A form to request a free catalog by providing name, address, postal code, and email.
- OFFERTA SPECIALE del mese:** A promotion for "Winnachten auf dem KUTTESLUSTWEG" in the Zillertal region.
- Guida alle vacanze:** A guide to horse vacations in Austria, mentioning the "Reitarena Österreich" club.
- Servizi:** Services provided, including long-distance travel, horse transport, and horse care.
- Breve presentazione degli alberghi dotati di strutture per l'equitazione:**
 - Hotel Haflingerhof:** A family-run establishment with a terrace, equestrian facilities, and night views.
 - Mannhofwirt:** A gourmet inn with a stable, family-friendly atmosphere, and a large garden.

At the bottom, there is a footer with contact information, a logo for "Reitarena Österreich", and a small advertisement for "Pferdemarkt" and "Freizeit REITER".

Esempio di offerta delle strutture alberghiere di "Reitarena" in Alto Adige

Landhotel Tharerwirt ★★☆☆

Florianiplatz 2, 39030 Mitterolang, Trentino Alto Adige
Telefono: 0039-0474-496150 0039-0474-496150
Fax: 0039-0474-498298
Sito internet: <http://www.reiterhotel.it>

Infrastrutture equestri

Effettivo cavalli: 12 - 15 cavalli da allenamento (7-9 avelignesi e 5-6 Quarter)

Personale incaricato: un'istruttrice di equitazione

Lezioni di equitazione: monta inglese e Western (particolare attenzione per la monta Western - cavalli perfettamente addestrati)

Zone di cavalcata: nel paradiso montano delle zone circostanti

Maneggio all'aperto: 20 x 40m

Maneggio coperto: 20 x 40m

Infrastruttura per l'equitazione supplementare: box per i cavalli ospiti, giri sui pony per i più piccoli, tornei e giochi di equitazione

Trekking a cavallo nel Parco Nazionale D'Abruzzo

Organizzato dal 20 al 22 agosto o tutto l'anno, su prenotazione, attraversando le tre Regioni, Lazio, Molise e Abruzzo



Un viaggio a cavallo somigliante nel fantastico Parco Nazionale dell'Abruzzo, attraversando tre regioni, borghi incantevoli e scenari mozzafiato.

Si parte dal Lazio, nel paese di Cardito di Vallerotonda (FR) posto a 1000 mt slm, si comincia a salire verso la catena delle Mainarde visto aspri combattimenti nella II Guerra Mondiale. Si entra in Molise e nei pressi di Pizzone (IS) si attraversa Valleflorita a 1400mt slm. Attraversando faggete e corsi d'acqua si entra in Abruzzo nei pressi di Barrea (AQ) e del suo lago a 1100 mt slm. Costeggiando il lago di Barrea si attraversa la Camosciara, la Valfondillo, quindi il paese di Opi e Pescasseroli. Si sale ancora verso Forcadecero e percorrendo un antico sentiero si scende verso il Lazio ed il paese di S. Donato Valcomino (FR).

Sistemazione: in tenda

Programma:

I giorno: Lazio, Cardito di Vallerotonda (FR)

II giorno: Molise, Pizzone (IS)

III giorno: Abruzzo, Barrea (AQ)

Periodo:

Tutto l'anno su prenotazione

Organizzato dal 20 al 22 agosto 2010

Informazioni sul percorso:

difficoltà: Medio

lunghezza: 80 Km nei tre giorni

dislivello: 700 m

andature: passo e trotto dove possibile

fondo stradale: 10 % asfalto ed altro 90% sterrato

durata: ore 6/7 ore al giorno

Contatto e prenotazione:

Ass Sportiva CRETE GIALLE

via parasacchi, 4 - Cervaro (FR)

Guida Federale FITETREC – ANTE : Fernando L'Arco

Tel. 0776.343304 – 335.7277455

www.cretegialle.it, info@cretegialle.it, cretegialle@fitetrecante-lazio.it

5. SCI DI FONDO

Lo sci come mezzo di locomozione nacque dall'esigenza dei popoli nordici e asiatici di muoversi in un ambiente coperto dalla neve per molti mesi all'anno. Tuttavia nel tempo sono cambiate le tecniche, i materiali e gli scopi, da mezzo di locomozione invernale a sport e svago: fu nella seconda metà dell'Ottocento che lo sci assunse anche connotati sportivi.

Attualmente molto popolare nei Paesi nordici, nelle regioni alpine e nel Canada, il fascino di questa disciplina dipende dal fatto che essa unisce all'attività fisica la garanzia di vivere appieno la natura.

5.1 I numeri dello sci

In Italia il panorama dello sci è molto variegato ed è composto da **3.480.000** praticanti, caratterizzati da una triplice ripartizione²⁸ in:

- **1 milione 380mila** gli sciatori "**specialisti**", coloro che vivono la montagna con la finalità primaria di sciare, vogliono provare nuove destinazioni, nuove piste;
- **1 milione 340mila** gli sciatori "**amatoriali**" che sceglieranno le destinazioni che sono in grado di offrire il giusto mix di opzioni per sciare e opportunità leisure;
- **760.000** gli "**ego-sciatori**", coloro che frequentano la montagna solo nei momenti di massimo afflusso, in cui è possibile essere in vetrina. Le piste possono essere anche secondarie, ma molto importante è la località e la possibilità di viverla.

Dal profilo degli sciatori italiani suddiviso per età emerge che la maggior parte (oltre 1 su 3) è composta dai giovani dai 18 ai 30 anni:

Età	%
sotto i 18 anni	6,5
18 -30 anni	35,3
31 - 40 anni	29
41 - 50 anni	19,7
oltre 51 anni	9,5

Di tutti questi quasi 3 milioni e mezzo d'Italiani solo l'8,2% pratica sci di fondo, e nello specifico è in gran parte preferito dagli over 50 (21%)²⁹. Bisogna però

²⁸ TENDENZE E PREVISIONI PER LA STAGIONE INVERNALE 2010/2011, Skipass Panorama Turismo – Osservatorio Italiano del Turismo Montano.

tenere conto che, nella rilevazione di ciò che gli Italiani desiderano trovare sulle piste, il 15% vorrebbe un maggior numero di piste da fondo.

Vi sono poi **320.000 “turisti della neve”** che frequentano la montagna ma che non praticano alcuna disciplina sulla neve quindi guardano all’entertainment e al leisure presenti nelle località, che siano quindi in grado di offrire opportunità di svago, divertimento e – soprattutto – luoghi di relax e socializzazione.

La maggior parte dei turisti italiani delle località di montagna, secondo quanto riportato nell’indagine consuntiva della stagione 2009/2010³⁰, proviene dalle regioni del Nord e Centro Italia: nella top five al primo posto troviamo infatti la Lombardia con il 18,2%, seguita da Toscana (12,5%), Emilia Romagna e Lazio (11,1%), Liguria (7,1%).

Nel dettaglio:

Regione di provenienza	%
Lombardia	18,2
Toscana	12,5
Emilia Romagna	11,1
Lazio	11,1
Liguria	7,1
Piemonte	6,1
Veneto	5,1
Campania	3,4
Marche	3,0
Puglia	3,0
Sicilia	1,7
Friuli Venezia Giulia	1,0
Calabria	0,7
Umbria	0,7
Trentino Alto Adige	0,3
Altre (Abruzzo, Basilicata, Molise, Sardegna, Val d'Aosta)	15,1

Mercato europeo

Il turismo invernale in Italia si è difeso bene negli ultimi anni di crisi: i dati ISTAT riportati dall’ENIT parlano di un afflusso nei primi tre mesi dell’anno 2010 di oltre un milione e mezzo di stranieri (prevalentemente da Germania, Austria e Francia) per un totale di 8.700.000 presenze, con una media di 6 giorni/persona, superiore alla media nazionale.

²⁹ Confronto tra le preferenze delle diverse discipline sportive dello sci in base all’età degli Italiani (elaborazione su base 718 interviste telefoniche, analisi profilazione su dati nazionali, ricerche e data base AAVV).

³⁰ CONSUNTIVO STAGIONE INVERNALE 2009/2010, Skipass Panorama Turismo – Osservatorio Italiano del Turismo Montano.

La stragrande maggioranza dei praticanti di sci di fondo sono piuttosto maturi e liberi professionisti. Ciò che li spinge sono motivazioni molto diverse: saturazione di sci alpino, necessità e desiderio di un ambiente naturale e genuino ed altre.

Nord America³¹

Le informazioni più recenti sulla pratica di sci di fondo durante le vacanze degli americani ci mostrano che:

- 2.6 milioni di fondisti hanno trascorso una vacanza media di 7 - 8 giorni durante la stagione 2006-'07.
- Lo sci nordico è tipico tra le persone con un'età compresa fra i 35 e i 54 anni, che ha una laurea e vive in una famiglia con reddito medio alto.
- La partecipazione allo Sci di fondo è quasi equamente diviso tra i due sessi: 49,3% donne, 50,7% maschi.

Canada

È interessante valutare i dati di una ricerca canadese³² sullo sci di fondo in quanto da sempre il Canada è considerato una dei Paesi della neve a livello mondiale.

Il 6,9% (1.715.769) degli adulti canadesi ha praticato lo sci di fondo durante il proprio viaggio. Il fruitore tipo è di sesso femminile (54%) con un'età compresa tra i 18 e i 34 anni. La maggior parte dei fondisti (44,8%) ha un'istruzione di tipo universitario e il loro reddito familiare è medio alto.

Il 96% dei vacanzieri (fondisti) ha consumato la propria vacanza all'interno della propria provincia di provenienza e solo il 42,4 % dei turisti dello sci di fondo ha viaggiato in una provincia non adiacente alla propria. Avendo un'istruzione elevata questo target è molto portato a prenotare la vacanza attraverso internet e ad utilizzare guide e brochures ufficiali per informarsi.

³¹ DEMOGRAPHICS OF CROSS COUNTRY SKIERS 2007 CALENDAR YEAR, CCSAA.

³² CANADIAN TRAVEL MARKET - Outdoor Activities While on Trips of One or More Nights - *Overview Report*, Lang Research Inc., Febbraio 2008

5.2 I bisogni dei praticanti

Infrastrutture

L'esigenza principale per la pratica di questo sport è la presenza di piste qualitativamente buone, mantenute e di facile fruizione, e organizzate in rete.

Le piste devono, nella misura possibile presentare elementi di interesse che vadano al di là della pratica dello sport (paesaggio, patrimoni, fauna, geologia).

La manutenzione deve essere effettuata per limitare i passaggi che potrebbero creare difficoltà e diventare pericolosi, specie in alcune situazioni di neve, evitando dislivelli eccessivi, cambiamenti di direzione bruschi, detriti, ecc.

Le piste devono essere segnalate in modo chiaro e preciso: presentare informazioni sulla pista, la distanza totale, le distanze percorse e da percorrere lungo il tracciato, e quelle dai punti di ristoro e soccorso.

Servizi

- Cartina delle piste con raccomandazioni per il loro utilizzo
- Informazioni aggiornate sullo stato delle piste e sulle condizioni metereologiche
- Servizi di soccorso effettuati da personale competente
- Uno spogliatoio (con servizi igienici) alla partenza delle piste
- Disponibilità di istruttori e/o accompagnatori
- Presenza di rifugi, che possono costituire un obiettivo da raggiungere
- Servizi di navette

5.3 Gli impatti sull'ambiente

Le infrastrutture in genere non sono "pesanti" e non deteriorano l'ambiente. Il tracciato delle piste, se ben concepito, permette al contrario di allontanare gli sciatori dai siti fragili o sensibili.

Comunque bisogna vegliare e mantenere l'attenzione affinché lo sviluppo dello sci di fondo si inserisca nel quadro di sviluppo sostenibile, specie quando si tratta di sci "escursionistico" che tende a portare gli sciatori fuori pista.

Un rischio è dato dal diffondersi dell'innnevamento artificiale e dall'utilizzo di sostanze chimiche per il mantenimento del manto nevoso.

5.4 La commercializzazione

Tutti i Tour Operator quando propongono una vacanza sulla neve sono orientati alla classica settimana bianca (7 giorni e 6 notti). L'elemento principale della vacanza è sempre lo sci, che sia di fondo o alpino, quindi i servizi offerti ruotano sempre attorno a questo sport, dal noleggio dell'attrezzatura allo ski pass ai transfer per raggiungere le piste.

Ma un aspetto fondamentale del pacchetto sta diventando l' *after ski*, cioè tutte quelle attività legate all'entertainment e al relax dei turisti dopo la pratica sportiva.

Ecco che nascono così pluralità di opzioni legate alle manifestazioni, alle opzioni di soggiorno, alle location di divertimento, allo shopping, al pranzare nei rifugi o al cenare in una baita, prendere l'aperitivo nel locale alla moda.

In armonia con la natura

Le Dolomiti dell'Alta Badia, patrimonio naturale dell'umanità UNESCO, vi invitano ad una vacanza invernale in armonia con la natura. Godetevi di panorami unici al mondo, ampie distese di neve immacolata, la quiete dei boschi invernali e tanta pace e relax.

Provate l'Alta Badia al di fuori dei circuiti turistici provando lo sci di fondo, durante un'escursione con le ciaspole o un'escursione a cavallo con slitta.

Il pacchetto valido dal 8 gennaio al 10 aprile comprende:

- 7 pernottamenti
- 1 gita sulla slitta trainata da cavalli
- 1 corso di introduzione allo sci di fondo
- 2 escursioni con le racchette da neve

Prezzi a partire da:

Euro 480,00 a persona per sistemazione in appartamento

Euro 510,00 a persona per sistemazione in bed & breakfast

Euro 720,00 a persona per sistemazione con la mezza pensione



Sci di fondo in Alto Adige, vivere a fondo il panorama delle Dolomiti

Il paradiso dello sci di fondo Rosengarten Latemar vi aspetta con le migliori piste, per giornate da sogno grazie a:

- più di 100 km di piste da fondo
- d'innanzi ad un panorama mozzafiato con Catinaccio e Latemar
- in uno dei luoghi dedicati allo sci di fondo più belli delle Dolomiti

Le piste da fondo nel dettaglio:

Punto d'incontro "in" è il centro di fondo al passo degli Oclini con 84 km di piste preparate per i fondisti classici e per lo skating. Le piste di ogni difficoltà sono situate tra Latemar (2.846 m), Corno Bianco (2.313 m), Corno Nero (2.439 m) e Pala di Santa (2.470 m). I gestori chiedono un piccolo contributo economico e garantiscono in questo modo massimo standard ed un servizio ottimo.

A disposizione:

Cartina per fondisti Val d'Ega-Lavazè

Cartina per fondisti Nova Levante-Carezza

- La località Nova Levante – Carezza vanta ben 16 km di piste da fondo in uno scenario naturale unico, con vista sul Catinaccio e Latemar
- A Nova Ponente gli appassionati del fondo possono godersi gli incantevoli scorci naturali lungo i 25 km di piste perfettamente preparate e dotate di numerose possibilità d'accesso
- Monte S. Pietro con la vicinissima Pietralba offre ai fondisti oltre 10 km di piste che si snodano attorno al paese, i più incantevoli anelli dell'intero arco alpino e perfettamente soleggiati
- da Tires si raggiungono comodamente i 60 km di piste da fondo dell'Alpe di Siusi
- incantevoli anelli di fondo caratterizzano anche il paesaggio invernale di Collepietra

Prezzi e sistemazioni a richiesta

6. SCI ALPINISMO

Il neologismo “edutainment” è stato creato e viene utilizzato per indicare quelle forme di intrattenimento finalizzate ad educare e divertire allo stesso tempo e si

Il moderno scialpinismo non è sostanzialmente diverso dal primordiale concetto di questa pratica che, mediante l'utilizzo di sci e pelli di foca, permetteva di muoversi in montagna, durante la stagione invernale, sia in risalita sia in discesa. Solo all'inizio del '900 nacquero sulle Alpi i primi impianti di risalita, dando vita allo sci alpino propriamente detto e differenziando i due sport. Tuttavia nel tempo sono cambiate le tecniche, i materiali e gli scopi (da mezzo di locomozione invernale a sport e svago).

Questa disciplina è diventata l'alternativa privilegiata allo sci su pista, magari insieme al fondo; inoltre, quando le piste nelle stazioni restano aperte solo 5 mesi l'anno, lo sci alpinismo si può praticare anche in autunno e primavera, ossia due mesi extra di sci secondo le annate.

6.1 I numeri dello sci alpinismo

Mercato italiano

Anche se lo scialpinismo come fenomeno specifico non è mai stato studiato singolarmente, da altre rilevazioni emerge un panorama della situazione italiana, che identifica chiaramente il mercato nazionale della neve nel suo complesso:

- a quanto riporta SKIPASS PANORAMA TURISMO dei 3.480.000 italiani che praticano sport invernali durante la propria vacanza, solo il 4,2% si è appassionato alle nuove discipline³³, tra cui lo sci alpinismo, a fronte del 66,8% che pratica sci da discesa;
- secondo quanto affermato nel Report 2008 dell'Osservatorio del Turismo Trentino³⁴ tra i turisti invernali il 74% si rivolge allo sci tradizionale, mentre coloro i quali considerano più rilevante l'attività di sci alpinismo totalizzano una percentuale pari al 2% e sono, di solito, quelli che ricercano durante la propria vacanza modi diversi per

³³ TENDENZE E PREVISIONI PER LA STAGIONE INVERNALE 2010 / 2011. SKIPASS PANORAMA TURISMO Osservatorio del Turismo della Montagna Italiana raccoglie, elabora, fornisce dati, statistiche ed informazioni su 28 destinazioni italiane: Gressoney, Courmayeur, Breuil, Sestriere, Bardonecchia, Limone Piemonte, Aprica, Bormio, Livigno, Canazei, Madonna di Campiglio, S. Martino di Castrozza, Corvara, Ortisei, Brunico, Cortina d'Ampezzo, Alleghe, Arabba, Piancavallo, Tarvisio, Sella Nevea, Abetone, Sestola, Corno alle Scale, Terminillo, Roccaraso, Campitello Matese, Etna

³⁴ I turisti della stagione invernale in Trentino, Osservatorio provinciale del turismo, Report n. 27, 2008.

conoscere e vivere il territorio ospitante e le sue risorse, e non praticano necessariamente sci alpino e/o snowboard.

Ma chi sono gli scialpinisti?

Per una classificazione più precisa si possono utilizzare i dati della ricerca realizzata dall'Astat di Bolzano³⁵:

- tra i 6.010 escursionisti rilevati nelle montagne altoatesine gli scialpinisti detengono indubbiamente la superiorità numerica (68,7% degli escursionisti rilevati contro il 31,3% dei "ciaspolatori") di cui il 69,3% erano uomini, rappresentando la maggioranza, contro il 36,3% delle donne;
- si sono mossi in 1.955 gruppi di varia grandezza. La maggior parte (40,8%) era composta da due membri. In 419 si sono mossi in solitaria (21,4%), mentre un ulteriore 27,2% era costituito da 3-5 persone. Molto meno frequenti sono stati i raggruppamenti con 6-9 componenti o con più di 10 persone (tali gruppi sono più di un terzo del totale: 33,8%);
- se si guarda all'età degli scialpinisti emerge che i minorenni sono pochi (1,8%). La fascia più nutrita è quella dei 19 – 50enni con una quota del 81,6%. Fra gli over 50 la pratica si riduce al 16,6%;
- gli scialpinisti risultano essere praticanti assidui: circa la metà degli scialpinisti (49,7%) ha dichiarato di effettuare fra le 10 e le 30 escursioni nella stagione invernale. Il 23,9% compie addirittura più di 30 escursioni;
- il 66,5% è altoatesino, mentre un quinto proviene dalle altre regioni italiane (18,6%) e il restante 15% proviene dall'estero.

Mercato europeo

Anche per questo mercato non sono disponibili, o non reperibili, ricerche specifiche su questa attività, ma attraverso altre fonti³⁶ è stato possibile avere un'idea generale del fenomeno:

- a livello europeo sono stimati circa 5 milioni di scialpinisti di cui 150.000 a livello agonistico;

³⁵ Scialpinisti e ciaspolatori - Febbraio, 2010 - Astat Bolzano. La rilevazione ha avuto luogo nella domenica del 21 febbraio 2010 in 143 punti di monitoraggio sparsi sul territorio altoatesino. La rilevazione presenta carattere sperimentale e non è rappresentativa della numerosità complessiva del fenomeno, né delle scelte riguardo alle mete delle gite.

³⁶ Elaborazioni su fonti disponibili a cura di SL&A in "Piano di Marketing strategico della Valle d'Aosta - LA REGIONE UNICA identità, qualità, specializzazione", 2009

- tra i praticanti spicca la Germania con oltre 2 milioni di persone, ma il livello agonistico di questo paese non presenta lo stesso tasso di praticanti;
- La Francia, al contrario, è il paese con più tesserati agonisti, con oltre 30.000 iscritti.

6.2 I bisogni dei praticanti

Chiunque sappia sciare con un po' di passione e volontà potrà avvicinarsi a questa disciplina, ma a patto che i bisogni specifici dell'attività siano soddisfatti, in parte o in tutto, dal lavoro degli operatori in loco, quindi necessita di:

- disponibilità di guide e istruttori;
- disponibilità di informazioni sull'itinerario scelto:
 - appoggiandosi all'esperienza di una guida alpina;
 - consultando le varie guide dello sci alpinismo;
 - avendo con sé la cartina della zona interessata, altimetro e bussola;
 - segnalando l'itinerario in tutti i suoi particolari: tempo di salita e dislivello, sviluppo, esposizione del terreno, tempo di discesa;
- possibilità di affittare in loco l'attrezzatura;
- possibilità di affittare materiale consigliato per un particolare itinerario (ramponi, piccozza, corda ,ecc);
- disponibilità di consultazione del BOLLETTINO NIVOMETEO LOCALE per valutare le condizioni del tempo e la stabilità della neve, nonché il grado di pericolo valanghe (questo bollettino va letto con molta attenzione);
- possibilità di avere sempre accompagnatori (non avventurarsi mai da soli, ma sempre in compagnia e segnalare sempre dove si sta andando);
- disponibilità in loco degli strumenti per effettuare l'autosoccorso: A.R.V.A. (Apparecchio Elettronico Ricerca Valanga), PALA e SONDA;
- possibilità di pernottare anche in prossimità dei punti di partenza dei percorsi o nei punti di arrivo;

- possibilità di transfert bagagli degli scialpinisti in caso di spostamenti in diverse tappe.

6.3 La commercializzazione

AVALCO TRAVEL: Stages di scialpinismo - ITALIA

La pratica dello scialpinismo richiede solide basi tecniche e molta esperienza. Gli stages proposti, tutti effettuati con guide alpine, offrono un percorso di apprendimento progressivo in 3 moduli di 4 giorni ciascuno, con una attenta scelta dei percorsi ed in ambienti splendidi di media ed alta montagna. Lo stage affronta difficoltà progressivamente crescenti e sempre privilegiando sicurezza e divertimento.

E' possibile partecipare ad 1 o 2 moduli soltanto.



Programma

Il programma è adatto anche per chi si accosta per la prima volta allo scialpinismo (modulo 1), a condizione di avere una discreta forma fisica, una buona dimestichezza nello sci fuoripista, e un'esperienza di montagna almeno a livello escursionistico. Il modulo 1 può essere utile anche a chi ha già fatto un po' di pratica ma desidera migliorarsi in tempi brevi. La guida si occuperà poi di adattare il corso al livello dei partecipanti. In relazione a ciò ed alle condizioni della montagna, verranno decise le gite; pertanto le località menzionate potrebbero variare.

Noleggio attrezzature disponibile su richiesta. ARVA obbligatorio.

MODULO 1— (6-8 partecipanti)

1°g: sci fuoripista dagli impianti, con affinamento della tecnica di discesa

2°-4° gg: gite in giornata di 600-900 m di dislivello, controllo delle attrezzature, tecnica di salita, conversioni, uso dell' ARVA. Basi teoriche e pratica di cartografia e orientamento.

MODULO 2— (4-8 partecipanti)

1°-2° gg: gita di 2 gg con pernottamento in rifugio

3°-4° gg: due gite in giornata di max. 1200 m di dislivello

Tecnica della ricerca da sepolti in valanga, uso di ARVA, pala e sonda. Uso di ramponi e piccozza. Basi della tecnica di progressione in cordata. Pratica di cartografia e orientamento anche con GPS.

MODULO 3— (4-8 partecipanti)

1°-2° gg: gita di 2 gg con pernottamento in rifugio o

3°-4° gg: due gite in giornata oppure gita di 2 gg con pernottamento in rifugio

Progressione in cordata, manovre e sicurezza. Tecnica di recupero da crepaccio. Teoria e pratica di soccorso e trasporto di infortunati. Tecnica e pratica di bivacco

Alloggio: In hotel 2 o 3 stelle e/o rifugio.

Trasporti: a destinazione a cura dei partecipanti oppure minibus da Milano (su richiesta)

Durata: 4 gg cad. modulo

SERVIZI INCLUSI: accompagnamento e corso tenuto da guida alpina, alloggio in hotel e rifugi con trattamento di mezza pensione.

ESCLUSI DAL PREZZO: impianti di risalita e trasferimenti in auto, pranzi al sacco, eventuale noleggio di attrezzature ed ARVA.

OPZIONI: Noleggio ARVA.

Assicurazioni: Obbligatoria l'assicurazione per infortuni e soccorso in montagna.

Tutele Sanitarie: N/A

Cartografia: Carte Tabacco 1:25000 (Val Badia e Val Senales) / CNS 1:50000 - fogli n°293 Valpelline e n°294 Gressone y

Lecture Raccomandate: I manuali del CAI - n°13 Scialpinismo (ed. 2005) / Collegio Naz. Guide Alpine Italiane - Sci fuoripista e scialpinismo, ed. CDA Vivalda

MOUNTAIN KINGDOM: Haute Route Sibillini - Maiella - Gran Sasso

7 giorni alla scoperta degli Appennini, tanta neve e discese varie adatte a tutti i livelli, con il mare all'orizzonte. Cibo super e posti fiabeschi per i pernottamenti. una settimana da non perdere.



Programma

1° giorno: Ritrovo all'aeroporto di Milano Malpensa e volo per Roma - Fiumicino. Noleggio furgone e trasferimento a Castelluccio di Norcia nel gruppo dei Sibillini. Possibilità di organizzare e partire direttamente da Milano con il furgone. Pernottamento in agriturismo.

2° giorno: Gita di sci alpinismo alla vetta del Monte Argentella 2200 metri una delle grandi classiche della zona. 900 metri di dislivello.

3° giorno: Gita sul Monte Vettore 2476 m. 1000 metri di gran sci nel canale dei Mezzi Litri. Dopo la gita trasferimento a Rocca Calascio zona Gran Sasso. Pernottamento nel fiabesco e medioevale borgo della Rocca.

4° giorno: Gita sul Monte Camicia 2564m 750 metri di super discesa. Pernottamento a Rocca Calascio.

5° giorno: Traversata Alta del Gran Sasso 2912m, la grande classica dell'Appennino. Trasferimento nel tardo pomeriggio a Caramanico nella Maiella. Pernottamento in albergo

6° giorno: Gita al Monte Pescofalcone 2657 m e discesa della famosa Rava del Ferro 1200 metri di dislivello. Pernottamento in albergo.

7° giorno: Viaggio di rientro.

Osservazioni

- Possibilità di organizzare il viaggio con partenza da Milano in furgone;
- Sistemazione in albergo con servizio half board;
- Pranzi al sacco (portare da casa o acquistare in loco i viveri da corsa)
- L'attrezzatura di sicurezza (arva, pala, sonda, imbragatura con longe e moschettone) e l'attrezzatura da scialpinismo (sci con attacco da scialpinismo e pelli di foca) possono essere messe a disposizione dei partecipanti da Mountain Kingdom;
- Cassa comune tra i partecipanti per le spese di gasolio e autostrada.

Compreso nel prezzo

- Organizzazione e assistenza nella preparazione del programma da parte di Mountain Kingdom;
- Accompagnamento e insegnamento da parte di una guida alpina UIAGM;
- Volo aereo guida alpina;
- Noleggio pulmino per trasferimenti in loco (escluso gasolio e autostrada);
- Sistemazione in albergo con servizio half board;

- Attrezzatura comune di sicurezza e pronto soccorso.

Non compreso nel prezzo

- Trasferimento al punto di partenza del programma (volo aereo o pulmino da Milano; per il volo Milano – Roma A/R calcolare 180,00 euro);
- Pranzi al sacco;
- Bevande ed extra personali;
- Skipass per Campo Imperatore;
- Eventuale taxi per il rientro dopo la traversata del Gran Sasso;
- Gasolio e autostrada per i trasferimenti in loco con pulmino a noleggio (cassa comune tra i partecipanti).

Prezzo

- 1250,00 a persona

MONTAGNA360: SCIALPINISMO IN MAROCCO

Viaggio che unisce i piaceri dello scialpinismo, alla scoperta del popolo e della cultura berbera. L'alto Atlante si trova a circa un'ora e mezza di autovettura da Marrakech e con le sue vette, oltre i 4000 m, ben si presta all'attività dello scialpinismo. Il percorso si sviluppa attraverso valli disabitate e selvagge, tra ripidi canali di rocce vulcaniche dagli splendidi colori ocra.

**Montagna360***per vivere la montagna a 360 gradi!***Programma**

1° giorno: Volo aereo con atterraggio a Marrakech e trasferimento a Imlil dove si pernotta.

2° giorno: Imlil – Aroumd – Rifugio Neltner

Da Imlil, dopo aver trasferito tutti i bagagli sui muli, si segue la strada sterrata fino al villaggio di Aroumd. Da qui il sentiero prosegue lungo la pietraia del fondovalle fino a raggiungere le case di S'Chamharouch, situate nei pressi del torrente Tallate (1.30 h). Dopo il villaggio il sentiero prosegue ripido fino a quota 2600 m e, stando sempre sulla sinistra orografica, si raggiunge il rifugio Neltner (CAF), 3207 m (2.30 h).

3° giorno: Akioud 4010 m – Dislivello: 800+100 m

Dal rifugio si segue la valle Mizane e si imbecca a quota 3350 m circa, il primo evidente canale sulla sinistra orografica, stretto e ripido, che porta ad un ampio pendio con pendenza moderata che va risalito verso sinistra ignorando l'evidente sella a destra. Il pendio va risalito fino alla biforcazione di due canali. La cresta si raggiunge per il canale obliquo a destra. Dalla forcella di cresta, si prosegue con ramponi senza grossi difficoltà fino alla vetta. Scesi alla forcella e calzati gli sci si scende per il ripido canale fino alla biforcazione vista in salita e si risale quindi a piedi o con le pelli al COL DE L'AMGUIRD altri 100 metri di dislivello, da dove si scende per il versante opposto passando sotto il canalino del RAS N'OUANOUKRIM e per un canale ripido ci si ricollega all'itinerario che scende dal TIZI N'OUAGANE. Bella gita varia con panorami sul Toubkal e sul deserto.

4° giorno: Timesguida 4089m Ras N'Ouanoukrim 4083m – Dislivello: 900+150m

Dal rifugio si percorre la prima parte dell'itinerario che conduce al TIZI N'OUAGANE; usciti dallo stretto canale si svolta a destra per salire un altro ripido e stretto canale che porta su un ampio pendio. Si punta ora all'evidente stretto e ripido canale nord est incastrato fra le rocce che porta direttamente alla sella posta 10 metri sotto la cima del RAS OUANOUKRIM. Lo si risale, superando una caratteristica strettoia, e giunti in sella a destra per la cima. Dalla sella proseguendo in direzione opposta si scende ad un'ampia conca da cui si raggiunge facilmente la cima del TIMESGUIDA, piatta ed ampissima. Ritornati alla sella si scende il canale e gli ampi pendii sottostanti per ritornare al rifugio.

5° giorno: Toubkal 4167m – Dislivello: 1000m

Lasciato il rifugio si risale il ripido canalone di fronte al rifugio stesso. Dopo circa 300m di dislivello la pendenza diminuisce, e il canalone prosegue, a balze, fino alla sella del Toubkal. Dalla sella con ampio giro verso sinistra per ghiaione e cresta in cima. Con buon innevamento si scende con gli sci dalla cima senza difficoltà. Panorama immenso. La salita regina dell'Alto Atlante. Rientro in serata a valle a Imlil.

6° giorno : bus fino a Marrakech giornata di turismo.

7° giorno : rientro in Italia con volo aereo.

Periodo: 1-7 Marzo 2011 (termine iscrizioni 31 gennaio 2011).

Costo: 890 euro a testa, numero minimo di partecipanti 4 persone.

La quota comprende: volo A/R Milano-Marrakech tasse incluse con un bagaglio da stiva da 20 kg a testa e una sacca da sci ogni due, tutti gli spostamenti in Marocco, trasporto materiale con i muli e portatori da Imlil verso il rifugio Toubkal, pernottamenti e pasti durante i giorni in rifugio e a Imlil, pernottamento in albergo in camera doppia a Marrakech, accompagnamento della Guida Alpina e di una guida locale.

La quota non comprende: Eventuale sistemazione camera singola, extra, pranzi e cene nei giorni di permanenza a Marrakech, spettacoli, manifestazioni, visite a musei e/o aree di interesse soggette a tasse d'entrata, assicurazione viaggio e infortuni. Tutto quello non menzionato in "Le quote comprendono".

Materiale Necessario: oltre al normale materiale da sci alpinismo è obbligatorio avere arva, pala e sonda; ramponi, imbrago, piconza e una pila frontale.

7. EDUTAINMENT

Il neologismo “edutainment” è stato creato e viene utilizzato per indicare quelle forme di intrattenimento finalizzate ad educare e divertire allo stesso tempo e si applica perfettamente a contesti “chiusi” (il museo, il centro visite, ecc.) sia a spazi aperti, più o meno ampi, tra cui i parchi naturali. L’accezione, nata in un contesto tutt’altro che turistico, si presta comunque bene ad essere declinata in proposte di vacanza.

Nel caso di VdA Nature Metro si punta a sviluppare esperienze che non siano semplicemente arricchite dalla collocazione in un contesto di eccellenza, ma il cui scopo sia proprio la scoperta di questo contesto: tra queste corsi di fotografia, orienteering, birdwatching, passeggiate in carrozza, treni storici o voli in mongolfiera.

Ci si rivolge quindi ad un mercato più ampio e in crescita: l’interesse per i turisti a fare e imparare, attraverso corsi, dimostrazioni, partecipazione è assodato.

Da un punto di vista del marketing questo vuol dire che ci si scontra con un’arena competitiva molto forte in cui concorrono diverse tipologie di attrattori e con un tempo libero sempre più limitato.

E’ infatti ormai assodato che la tendenza a fare microvacanze ha spinto l’offerta a ripensare le proprie proposte proponendo tanti modi per passare un fine settimana, almeno uno per ognuna delle passioni degli italiani.

Tante offerte con le motivazioni più disparate è quindi ormai la regola.

E questo non succede solo nel campo delle vacanze ma anche in tutti i settori del leisure inteso come “tempo libero”, ad esempio anche per quanto riguarda le offerte dei parchi naturali più all’avanguardia, dei musei scientifici, ecc.

D’altro canto però c’è il vantaggio che tutte queste proposte hanno l’opportunità di arrivare alle orecchie degli interessati attraverso una comunicazione molto mirata, a basso costo agevolata dall’uso sempre più frequente dell’on line.

7.1 I numeri dell’edutainment: un mercato infinito?

La tendenza a considerare pubblici diversi, target, perfino tribù (molto più di quanto si è fatto fino ad ora), porta ad un risultato: il mercato di massa è ormai una massa di nicchie.

Appare allora necessario soffermarsi su alcune delle possibili attività, nella consapevolezza che non si possa essere esaustivi.

Birdwatching

Secondo la Lipu, Lega italiana protezione uccelli, in Italia si stima ci siano dai sei ai settemila appassionati di birdwatching, che non si fanno scoraggiare dal caldo o dal freddo e praticano la disciplina durante tutto l'anno.

Ci sono poi gli "osservatori occasionali", oltre 200mila persone, che arrivano nelle oasi e nelle riserve senza l'obiettivo preciso di praticare il birdwatching, ma che poi non si tirano indietro di fronte alla possibilità di un'osservazione guidata.

Nonostante al momento in Italia vi siano soltanto alcune migliaia di birdwatchers, un numero molto modesto rispetto per esempio ai due milioni e mezzo della Gran Bretagna, il mercato potenziale è stimato in circa due milioni di persone, come dimostra il tasso di crescita degli appassionati, che è di circa il 10-12% all'anno.

I dati generali sul turismo legato ai birdwatchers indicano che questa è un'attività svolta tutto l'anno. Il birdwatcher ha un'età medio-alta, con interessi paralleli legati all'arte, alla cultura e alla gastronomia.

Gli appassionati all'avifauna sono soprattutto Inglesi, Francesi, Olandesi, Belgi, che preferiscono viaggiare in primavera e in autunno; l'Italia, attualmente, non è una delle loro mete preferite.

Giardini

A differenza dell'Italia (in una situazione piuttosto paradossale giacché il nostro Paese vanta, da un punto di vista quantitativo un numero di Giardini e di Ville davvero considerevole, e da un punto di vista qualitativo un fascino quasi ineguagliabile) all'estero il turismo dei Giardini e delle Ville Storiche è un fenomeno studiato.

Non solo, dato che rappresenta un vero prodotto turistico, esiste una struttura promozionale e commerciale di livello internazionale che lo sostiene.

In Italia, al di là dei media specializzati (molti e tutti con lettori in crescita) dei blog e delle community, delle rubriche sul verde che appaiono su tutti i maggiori settimanali e quotidiani, mancano gli elementi primari che possono aiutare a creare un prodotto turistico vero e proprio. Ad esempio i tour operator che offrono questo prodotto sono pochissimi (meno di 5...) e i portali turistici regionali riportano, in genere, solo scarse informazioni.

E poi non ci sono indagini che permettano di quantificare la domanda turistica né attuale e men che meno potenziale.

Eppure:

- l'Associazione Giardini italiani dichiara nel 2009 una crescita di visitatori paganti del 27%;
- The National Trust afferma di accogliere una media annuale di 13 milioni di visitatori paganti;
- Visit Scotland fa rientrare i Giardini tra le motivazioni di visita dei report statistici annuali, mostrando, tra l'altro, come essi siano al 5° posto tra le preferenze dei turisti, e che oltre il 10% di questi siano stranieri;
- un quarto degli americani adulti hanno visitato un Giardino storico o un orto botanico nei loro viaggi, affermando il piacere di accompagnare queste visite a tour in piccole città, ristoranti gourmet, agriturismi. I turisti sono in prevalenza coppie mature (ed anche benestanti e acculturate) ma un desiderio di visita statisticamente molto interessante viene espresso dalle giovani famiglie (sempre benestanti) provenienti da New York.

Ciaspole

Le racchette da neve, o ciaspole³⁷, sono uno strumento che consente di spostarsi agevolmente a piedi sulla neve fresca poiché aumenta la superficie calpestata e quindi anche il "galleggiamento" (permettono di muoversi sul manto nevoso senza sprofondare e senza scivolare).

Ciaspolare è un diversivo per chi non pratica lo sci o altri sport invernali ma anche e soprattutto un'occasione unica per vivere la montagna con lentezza e attenzione, osservando i mutamenti invernali della natura e scoprirne la fauna.

Di solito è venduto a doppio filo con lo sci come attività collaterale o sostitutiva di esso, ma da qualche tempo esistono pacchetti turistici costruiti interamente su questo sport, con esempi anche in Valle d'Aosta (Parco del Gran Paradiso).

Sebbene ci sia il sentore che fra gli sport invernali ci sia un interesse nuovo per questa disciplina i dati sui praticanti di queste discipline, a livello nazionale non sono stati fino a poco tempo fa disponibili e anche oggi esistono pochi dati precisi. Nonostante il trend indichi un aumento di interesse verso questo tipo di discipline i numeri sono relativamente bassi.

³⁷ Il nome "ciaspole" è un termine del dialetto della Val di Non; è entrato nel linguaggio comune dopo il successo de "La Ciaspolada". La prima edizione ha avuto luogo a Fondo (Val di Non) nel 1972 e da allora si svolge nella stessa località ogni anno il giorno dell'Epifania; è annoverata come la più importante tra le molte manifestazioni, agonistiche e non, di corsa con le racchette da neve.

Secondo l'Osservatorio di Skipass Panorama Turismo³⁸ quasi 3.500.000 di italiani che praticano sport sulla neve e sono il 4% (140.000 circa) di quelli che scelgono discipline diverse dallo sci alpino, dallo snow board e dal fondo.

Per una quantificazione più precisa si possono utilizzare i dati di alcune ricerche realizzate dall'Astat di Bolzano³⁹ e dall'Osservatorio turistico del Trentino⁴⁰:

- il primo attraverso una rilevazione diretta tra gli escursionisti in una giornata invernale in Alto Adige ha rilevato che uno sportivo su tre pratica ciaspole, mentre i restanti due praticano scialpinismo;

- il secondo che su cento turisti invernali in Trentino che praticano attività sportiva il 74% si rivolge allo sci tradizionale e solo lo 0,5% alle ciaspole (contro l'11% che fa passeggiate sulla neve).

Il dato dell'Osservatorio di Skipass Panorama Turismo è sostanzialmente confermato anche per il mercato europeo; secondo quanto riporta un'inchiesta francese⁴¹, presa ad esempio, gli altri sport invernali⁴² (che includono ciaspole, pattinaggio sul ghiaccio e bob) praticati durante il soggiorno occupano un 15% dei turisti.

Chi sono i ciaspolatori?

Dall'analisi emerge come in Alto Adige l'escursionismo con le ciaspole si stia affermando fra gli sport invernali di tendenza, anche se si tratta ancora di una nicchia.

Tra i praticanti questo sport il rapporto fra i sessi è in equilibrio (49,1% donne; 50,9% uomini).

Sebbene all'interno del gruppo di ciaspolatori prevale la fascia intermedia d'età (19 – 50 anni) che copre il 60% degli escursionisti rilevati, è interessante notare che quasi un terzo di questi sportivi ha invece più di 50 anni (31,7%), mentre la presenza dei giovani (fino a 18 anni) è abbastanza marginale (5,3%).

³⁸ Skipass Panorama Turismo - Osservatorio Turistico della Montagna Italiana raccoglie, elabora, fornisce dati, statistiche ed informazioni su 28 destinazioni italiane: Gressoney, Courmayeur, Breuil, Sestriere, Bardonecchia, Limone Piemonte, Aprica, Bormio, Livigno, Canazei, Madonna di Campiglio, S. Martino di Castrozza, Corvara, Ortisei, Brunico, Cortina d'Ampezzo, Alpeghe, Arabba, Piancavallo, Tarvisio, Sella Nevea, Abetone, Sestola, Corno alle Scale, Terminillo, Roccaraso, Campitello Matese, Etna

³⁹ Scialpinisti e ciaspolatori - Febbraio, 2010 - Astat Bolzano

⁴⁰ I turisti della stagione invernale in Trentino, Osservatorio provinciale del turismo, Report n. 27, 2008

⁴¹ Les sports d'hiver : pratiques et pratiquants Agosto, 2006 – STAT-INFO, N. 06 - 06

⁴² La nomenclatura dell'inchiesta "vacanze" sulla quale si poggia questo studio non permette d'isolare la pratica delle racchette da neve, considerata comunque come pratica in aumento.

Quanto alla frequenza della pratica, la metà dei ciaspolatori (50,3%) ha dichiarato di effettuare in inverno non più di 10 uscite, il 39% tra 11 e 30 uscite, il 10% più di trenta uscite.

Occorre tuttavia considerare che tra chi pratica questo sport invernale la maggioranza sono altoatesini (51,9%), il 38% proviene da altre province italiane e il 10% proviene dall'estero, e quindi il rapporto turisti/escursionisti è decisamente a favore dei secondi.

7.2 La definizione del prodotto

Nella costruzione delle proposte occorrerà tenere conto di diversi elementi, dando per acquisite l'unicità dell'esperienza e la sostenibilità delle iniziative :

- i target a cui ci si rivolge: l'età ad esempio è un fattore di differenziazione forte indipendentemente dall'attività proposta;
- la possibilità di rivolgersi a individuali e/o gruppi, anche per la sostenibilità economica delle proposte;
- la necessità di personale qualificato a seconda delle attività proposte e del target a cui ci si rivolge;
- gli elementi di integrazione del soggiorno;
- le modalità di trasporto;
- la stagionalità.

7.3 La commercializzazione

Quanto detto sulla domanda si riflette ovviamente sulle offerte possibili. Anche in questo caso le proposte possono essere quantificate in numero infinito, e i soggetti che le propongono essere i più disparati, dai tour operator alle associazioni, ai singoli.

Interessante a livello esplicativo per la quantità e la varietà di proposte il portale Learnaround, di cui si riporta una scheda di offerta nella pagina che segue.



L'Orto dall'Asparago alla Zucchina a Kew Gardens

[Home](#)

Paese: **Regno Unito**
Categoria: **Flora e Fauna**
Sottocategoria: **Giardinaggio**
Durata: **1 giorno**
Prezzo: **£50**
Inizio (gg/mm/aaaa): **24/04/2007**
Lingua parlata al corso: **Inglese**
Numero di corsi all'anno: **Diversi**
Adeguito per una famiglia: **Sì**
Numero medio di studenti: **10+**
Alloggio: **No**

Course Provider

Royal Botanic Gardens, Kew
Richmond
TW9 3AB
Londra
Regno Unito

[Più informazioni](#)

Il corso sarà tenuto da Matthew Briggs presso l'Educational Centre all'interno dei Giardini Botanici. Avrà inizio alle 10.30 e terminerà alle 16. Coprirà argomenti essenziali come la coltivazione in serra, uso di pesticidi e tutto quello che bisogna sapere per far in modo che l'orto produca tutto l'anno.

Il corso affronterà anche una serie di pratiche importanti come la semina, la raccolta e anche come zappare! Lo scopo è fornire tutte le informazioni necessarie per ottenere il massimo raccolto dalla coltivazione più piccola, che sia terreno o in vaso. Verranno dati consigli sulle varietà migliori e su piante esotiche.

Il prezzo copre solo il costo del corso. Non viene offerto nessun tipo di alloggio, a cui dovranno provvedere personalmente i partecipanti.

7.4 Una case history: conquistare un target nuovo per lo Städel Museum di Francoforte⁴³

Nel 2006, il museo è stato oggetto di un ripensamento radicale soprattutto in merito alle attività per il pubblico, con si presta ora molta attenzione alla segmentazione del pubblico e allo sviluppo di specifiche attività per ciascuno.

Questo obiettivo si è declinato tanto nella ripensamento complessivo della comunicazione del museo in ogni sua parte, quanto nella costruzione di specifici progetti e attività per i singoli target individuati. Il loro pubblico include infatti un insieme variegato di soggetti, bambini, gruppi scolastici, adulti e famiglie, così come studenti, anziani e aziende.

I giovani tra i 12 e i 29 anni rappresentano solo il 6% dei visitatori. Certo ovunque teenager e adolescenti non frequentano i musei, ma allo Städel considerano che se non fanno adesso qualcosa per le nuove generazioni, questi saranno visitatori persi per il futuro.

Per cominciare hanno attentamente analizzato gusti e bisogni dei ragazzi, nella convinzione che è interesse del museo offrire loro servizi di cui hanno realmente necessità.

I principali interessi dei ragazzi sono incontrare amici, divertirsi insieme, sviluppare la propria personalità, le proprie competenze e futuro professionale. Su queste premesse si sono dunque basati per costruire diversi programmi.

Formazione per giovani artisti: un anno di formazione gratuita dentro al museo, utilizzandone le collezioni, sotto la guida di un artista e uno storico dell'arte. Alla fine del percorso presentano le loro opere al pubblico – l'obiettivo è quello di fornire uno spazio in cui i giovani possano sviluppare la propria vocazione artistica e le tematiche a loro care, cosa di non norma non possibile nella routine del contesto scolastico.

Vi è poi il programma "Komm" indirizzato a giovani disoccupati, marginali e a rischio. I partecipanti a questi progetti di norma hanno abbandonato la scuola, provengono da quartieri difficili e sono soprattutto figli di immigrati. Il progetto è condotto con un centro specializzato, tutto il lavoro si muove a partire dai loro vissuti e interessi. Come il precedente, anche questo programma termina con una mostra finale dei lavori prodotti dai partecipanti – per molti di essi questo momento rappresenta il primo feedback positivo ricevuto dalla società.

⁴³ I giovani indicativamente dai 15 ai 25 anni, sostanzialmente accomunato dalla estraneità al museo una volta usciti dal mondo della scuola, e comunque non appena in grado di operare autonomamente scelte sull'uso del proprio tempo libero.

Studentefutter Il programma prevede un calendario di visite guidate mensili condotte da studenti universitari formati ad hoc e destinate ai loro compagni di università. Il tono delle visite è intenzionalmente provocatorio, il tema è normalmente “piccante” e il metodo è dialogico, con l’obiettivo di stimolare il confronto e il dibattito tra i partecipanti.

Städel Art Music prevede aperture serali del museo con bar, musica e ballo ed è pensato per giovani in cerca di intrattenimento serale. Tre o quattro volte l’anno il museo apre per queste occasioni fino alle 2 del mattino.

Distribuiti in tutte le sale del museo ci sono studenti di storia dell’arte appositamente preparati che rispondono alle domande dei visitatori, in un’atmosfera aperta e informale. La collaborazione con uno dei più importanti music club di Francoforte, con cui si conducono le serate, ha permesso di contattare pubblici che non erano mai stati al museo.

StädelClub Sin dal 1899 esiste una Associazione di Amici del museo, che ha lo scopo di promuovere l’istituzione e coinvolgere privati e cittadini. E insieme uno strumento di fidelizzazione e di reperimento di risorse, ed è una delle più grandi associazioni di questo genere della Germania. Dal 2003 ha una sezione giovanile (Städelclub), che lavora per la creazione di una nuova generazione di sostenitori per il museo. Per gli aderenti a questa sezione il museo sviluppa programmi ad hoc, con discussioni sulle collezioni di arte contemporanea, visite guidate particolari e eventi serali dedicati.

Art talks e Charlas de Arte è un programma che organizza conferenze e visite guidate in inglese e spagnolo dedicate agli stranieri madrelingua che vivono a Francoforte e a studenti e professionisti che vogliono praticare e migliorare le proprie conoscenze di queste lingue straniere. Ogni mese i partecipanti si incontrano al museo e discutono davanti alle opere d’arte con guide madrelingua.

Art after work E’ un appuntamento fisso mensile per giovani professionisti che combina visite serali alle collezioni con la possibilità successivamente di prendere un drink e discutere (per questo viene allestito un cocktail bar “mobile” nel foyer del museo). Per questi visitatori bisogna scegliere temi più generali relative all’arte chiaramente diversi da quelli delle normali visite guidate al museo. Gli argomenti sono spesso legati al mondo del lavoro, affrontano temi come l’arte dal punto di vista della produzione, della storia sociale e delle situazioni del mercato. In questo modo i partecipanti possono avere un’esperienza dell’arte in un’atmosfera rilassata e avendo l’opportunità di entrare in contatto con persone diverse.

Sommerakademie. Si tratta di un campo estivo per giovani che cercano orientamento professionale e ha lo scopo di coinvolgere teenagers facendoli agire nel loro terreno di gioco ideale, cioè la ricerca e la determinazione del sé. Il progetto consiste in una settimana estiva di workshop nelle sale del

museo. Si basa sulla scoperta di chi si è, di cosa si sa fare, di come ciascuno rappresenta se stesso e come comunica nella società. Il lavoro è seguito dal personale del museo e da attori e studenti della facoltà di psicologia, così come da popolari personaggi del mondo dell'arte e dello spettacolo, dello sport e del mondo scientifico che raccontano di sé e della propria storia di vita. Laboratori, stanze, opere d'arte sono il contesto nel quale i ragazzi faranno le esperienze di trasposizione artistica del sé, teatro terapia, espressione corporea, giochi di ruolo, soluzioni di conflitti culturali e personali. Gli uffici del museo – che coinvolgono i loro capi nelle attività di role playing – diventano il teatro in cui i conflitti interni al mondo del museo (per esempio quelli relativi ai diversi obiettivi dei dipartimenti) sono interpretati, analizzati e vissuti con i teenagers, con lo scopo di guidare i ragazzi alla scoperta della dimensione del lavoro degli adulti, particolarmente di quello dei musei.

L'iniziativa ha avuto enorme successo (150 partecipanti nel 2008) ed è un modo nuovo di attirare i giovani nei musei, per cui invece di essere il museo il centro dell'interesse, esso diviene un obiettivo di apprendimento marginale al servizio di un obiettivo diverso, che è la crescita psicologica e cognitiva che è molto più importante e cruciale per gli adolescenti – ma allo stesso tempo getta le basi per la crescita dell'interesse verso i musei che ragazzi potranno sviluppare in età adulta.

Infine, il museo sta lavorando a una nuova piattaforma Internet basata sul 2.0, poiché ritengono che per parlare ai giovani sia imprescindibile utilizzare i loro media. Non più solo canale informativo, va nella direzione di una sempre maggior personalizzazione, un approccio interattivo e dialogico con i visitatori.

I membri della community possono selezionare informazioni in base ai propri interessi, costruire la propria galleria digitale personale, creare un proprio calendario e condividere con altri membri commenti e segnalazioni. Tagclouds, social bookmarks, biografie di artisti e altre informazioni aiutano a mettere davvero in contatto il museo con l'esterno. Brevi video con presentazioni delle collezioni fatte da giovani invitano specialmente i giovani a interessarsi al museo. Lo sviluppo della piattaforma nei prossimi anni prevede un allargamento all'e-learning, per cui per esempio ogni ricerca condotta dal museo sarà resa completamente disponibile al pubblico, e piattaforme specifiche studiate con l'Università di Francoforte dovrebbero permettere a chi volesse di approfondire e persino di ottenere titoli di Storia dell'Arte.

Il lavoro è stato curato da SL&A s.r.l. con la collaborazione di **Federparchi**
Responsabile Michela Valentini

Responsabile Scientifico
Stefano Landi

Coordinatore di Progetto
Roberto Mazzà

Gruppo di lavoro
Paolo Pigliacelli (Federparchi)
Niccolò Angeli (SL&A)
Daniela Pennini (SL&A)
Vincenzo Sassone (SL&A)