Università Ca'Foscari Venezia

Corso di Laurea Magistrale

in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

Tesi di Laurea

IL MARKETING TERRITORIALE E IL TURISMO ATTRAVERSO I GRANDI EVENTI: IL CASO DEL GIRO D'ITALIA

Relatore

Ch. Prof. Andrea Ellero

Laureanda

Chiara Quintarelli

Matricola 867760

Anno Accademico

2018/2019

INDICE

Introduzione **7**

Capitolo 1 – I grandi eventi come forma di marketing del territorio **9**

1.1 Cos'è il marketing territoriale? 9

1.2 I grandi eventi: una strategia di marketing del territorio 11

1.3 Gli impatti degli eventi sul territorio 13

1.4 Event Management: la cooperazione alla base dell'organizzazione dell'evento 16

Capitolo 2 – I grandi eventi sportivi come volano per il turismo **19**

2.1 Gli effetti dei grandi eventi sportivi sul turismo e sul territorio 19

2.2 Sponsorizzare ed organizzare un evento sportivo è fare comunicazione 21

2.3 Un caso particolare di turismo legato agli eventi sportivi: il turismo sportivo 23

2.3.1 Il turismo sportivo attivo 26

2.3.2 Il turismo sportivo passivo 27

Capitolo 3 – Case Study: il Giro d'Italia **29**

3.1 Il Giro d'Italia del 2019 30

3.1.1 Tappe importanti e speciali del percorso 2019 31

3.1.2 Maglie e sponsor ufficiali 35

3.2 RCS Sport, organizzatrice e promotrice 36

3.3 Vetrina del Bel Paese 37

3.3.1 La Wine Stage 40

3.4 Copertura mediatica della Corsa Rosa 42

Capitolo 4 – I progetti e gli eventi complementari del Giro d'Italia 47

4.1 GIRO CLUB, programma di ospitalità della Corsa Rosa 47

4.1.1 Tour operator ufficiali: focus su Musement 49

4.1.2 Focus su Banca Mediolanum 51

4.2 La Carovana rosa, programma di entertainment 52

4.3 Vivi il Giro: esperienze speciali all'interno della Corsa Rosa 53

4.3.1 In-Giro, una guida turistica rosa 53

4.3.2 Biciscuola, i bambini e la Corsa Rosa 57

4.3.3 Ride Green, il Giro attento all'ambiente 58

4.3.4 Giro E, corsa con le e-bike 60

Capitolo 5 – Come e perché essere città di tappa del Giro d'Italia 61

5.1 Candidatura per diventare "Città di tappa" 61

5.2 Gli eventi e le promozioni organizzati durante il Giro d'Italia 66

5.3 Gli eventi che precedono il Giro d'Italia 68

5.4 Le strutture alberghiere della città di tappa e dintorni 73

5.5 Vantaggi e svantaggi dell'essere città di tappa al Giro d'Italia 77

Capitolo 6 – Lovere e Verona: due esempi diversi di città di tappa 79

6.1 Verona, la città dell'amore diventa la città della cronometro finale 80

6.2 Lovere, una partenza in una località montana 86

6.3 Verona e Lovere a confronto 92

Conclusioni **93**

Bibliografia **97**

Appendice A - Ricerca e monitoraggio dei prezzi per una camera matrimoniale presso alcuni Hotel nelle città di tappa **107**

Appendice B - Relazione presentata alla Giunta comunale dal Coordinamento Sport e Tempo Libero – Servizio Manifestazioni **12**

INTRODUZIONE

Questa tesi magistrale nasce con l'obiettivo principale di affermare che i grandi eventi in generale e quelli sportivi in modo particolare sono un'importante forma di comunicazione per migliorare l'immagine di un qualsiasi territorio o per farne crescere la notorietà.
Prende in considerazione come caso studio il Giro d'Italia, un evento sportivo itinerante sicuramente paragonabile a un ottimo strumento di marketing e sviluppo territoriale. Le trasmissioni televisive, infatti, non mostrano solamente la competizione ciclistica in sé ma bensì per tre settimane presentano in quasi tutto il mondo le bellezze della penisola italiana.
Le strade che vengono percorse dalla Corsa Rosa si trasformano e vengono ricordate dagli organizzatori e dai vari staff, dai tifosi e dagli spettatori, in particolare da chi segue la competizione attraverso i media. Proprio per questo, la manifestazione organizzata da RCS Sport è stata definita da Chris Froome, vincitore del Giro d'Italia del 2018, "la Corsa più dura del mondo nel paese più bello del mondo".
Dal punto di vista turistico, la Corsa Rosa è un evento di rilievo in quanto nelle località che raggiunge porta solitamente una forte occupazione delle strutture ricettive e soprattutto riesce a attirare numerose persone in una destinazione diversa ogni giorno, anche solo per la giornata della tappa. Questo porta la città o il territorio che ospita il Giro d'Italia ad avere talvolta anche degli scompensi in termini di sovraccarico di arrivi e presenze ma tutto ciò è facilmente ripagabile dalla rinomanza che guadagna la stessa destinazione.

Nel primo capitolo viene data una definizione generale di marketing territoriale e dei grandi eventi, concentrandosi sul loro impatto sul territorio che li ospita. Un ruolo particolare in questo ambito è rivestito dall'Event Management, una componente organizzativa fondamentale per la buona riuscita di un evento.
Nel secondo capitolo, invece, si esamina l'impatto degli eventi sportivi non solo sul territorio ma soprattutto sul turismo, in particolare sul fenomeno del turismo sportivo che sta aumentando di rilevanza proprio negli ultimi anni.
Per quanto riguarda il terzo e il quarto capitolo, in essi si analizza il caso studio del Giro d'Italia con riferimento principalmente alle ultime edizioni della Corsa Rosa, in modo

particolare la 102° che si è conclusa il 2 giugno 2019 all'Arena di Verona coronando vincitore Richard Carapaz, il primo corridore ecuadoriano ad entrare nell'Albo d'Oro della Corsa Rosa e a incidere il proprio nome sul Trofeo Senza Fine.

Vengono analizzati anche gli eventi e i progetti complementari che vengono offerti al pubblico appassionato del Giro d'Italia. È interessante come alcuni Tour Operator internazionali diventano travel partner per offrire agli ospiti esperienze speciali all'interno della manifestazione.

Il quinto capitolo presenta una sorta di "guida" per gli enti che desiderano candidare la propria città o il proprio territorio di appartenenza ad ospitare una tappa della Corsa Rosa. È infatti importante sapere come si svolge il processo di candidatura e valutare quanto possa essere utile al territorio interessato avere la possibilità di essere sede rosa per un'edizione del Giro d'Italia.

Nel capitolo sesto, si vuole approfondire come Verona, città d'arte rinomata specialmente grazie a William Shakespeare, si sia trasformata per ospitare il Grande Arrivo della Corsa Rosa. Inoltre, la città scaligera viene confrontata con Lovere, una cittadina montana sul Lago di Iseo che ha ospitato la partenza della diciottesima tappa del 2019. Con questa comparazione, si vuole sottolineare quanto il Giro d'Italia possa essere uno strumento di comunicazione sia in una città già ben conosciuta che una località di montagna meno frequentata.

La Corsa Rosa può inoltre costituire un *brand* importante per dare al territorio e alla città un'immagine come destinazione cicloturistica. Il cicloturismo, infatti, è una delle branche del turismo sportivo più praticate in tutto il mondo e in decisa ascesa.

Capitolo 1

I GRANDI EVENTI COME FORMA DI MARKETING DEL TERRITORIO

1.1 Cos'è il marketing territoriale?

Il marketing territoriale è un tipo di marketing che fornisce strumenti e tecniche rivolti ad un territorio che comprende tra i propri *stakeholders* le imprese, le istituzioni e gli abitanti. La parola chiave e caratterizzante è cooperazione, su cui si basa la strategia che viene lanciata sul territorio [CARA 2018]. Questa disciplina, infatti, va oltre la semplice promozione del territorio perché mira a generare una sinergia virtuosa e complessa tra il sistema ambiente, il sistema turistico e il sistema economico [DE LEONARDIS 2014].

Il marketing territoriale strategico deve organizzare un sistema di offerta che riesca a soddisfare tutti gli utenti coinvolti, mirando allo sviluppo massimo entro i limiti della sostenibilità. Deve rappresentare un metodo per studiare, creare e rafforzare l'attrattività dell'offerta territoriale e per far cooperare tutti i soggetti per il bene comune, senza scelte che possano contrastare quelle di uno o dell'altro [CARA 2018].

Attraverso questo studio dell'attrattività del territorio e della cooperazione tra gli attori, gli enti amministrativi raggiungono la scelta delle filiere produttive che dovrebbero crescere nel territorio. Inoltre, si decidono le priorità negli investimenti infrastrutturali, le tipologie di potenziali investitori da attrarre focalizzandone le azioni ed i grandi progetti da promuovere [CAROLI 2011].

Un punto fondamentale da percorrere è quindi l'analisi della competitività del territorio: se gli enti e i soggetti cooperano allo stesso obiettivo, non vi sarà concorrenza all'interno del mercato [CARA 2018].

Un territorio è attrattivo quando soddisfa determinate condizioni materiali e immateriali che sono le stesse che contribuiscono allo sviluppo sostenibile. Queste sono chiamate condizioni di contesto e possono essere suddivise per macrocategorie come capitale immateriale, capacità innovativa, efficienza, mercati interni e nuovi mercati. Tra le prime tre troviamo le relazioni, le opportunità e i costi per la produzione che daranno come risultato il "vantaggio competitivo"; per quanto riguarda i mercati interni e nuovi, sarebbe utile lavorare per ottenere una relazione con il mercato stesso, ovvero compiere azioni mirate al rafforzamento della posizione e allo sviluppo. Quando si parla di proposta di valore per un territorio si vuole definire cosa spinge la domanda a preferire la

destinazione in questione. Le tre condizioni che ogni territorio deve avere per descrivere il proprio potenziale competitivo sono le condizioni soglia che sono necessarie affinché l'offerta possa essere rivolta a determinati target, le condizioni di posizione per il posizionamento in un certo mercato e le condizioni di eccellenza, in quanto un territorio può avere delle caratteristiche uniche che attribuiscono un vantaggio competitivo assoluto, in grado di attrarre target difficilmente reperibili dai concorrenti. Di conseguenza, la domanda deve essere attratta, mantenuta, gestita e deve generare valore a favore del territorio stesso riducendo quanto possibile gli effetti negativi derivanti dalla sua presenza [CARA 2018].

È utile individuare quali e quanti siano i soggetti coinvolti come imprese, istituzioni, investitori e persone. Ad esempio, le imprese sono spesso interessate ad avviare nuove attività produttive o acquisire quelle già esistenti sul territorio. Se si ha individuato il target di domanda su cui si vuole investire, si deve riuscire a far radicare i soggetti nel territorio. È poi necessario mantenere nel tempo gli stessi soggetti attraverso meccanismi per fidelizzare coloro che sono capaci di attrarre a sé ulteriori nuovi attori. Una delle funzioni principali del marketing territoriale è infatti quella di aumentare il valore aggiunto che un qualsiasi investitore esterno crea a vantaggio del territorio. Non vanno dimenticate le esigenze e i vincoli del territorio che ospita questi investitori perché un'area così può non essere disposta ad accettare notevoli cambiamenti o un numero elevato di turisti. Purtroppo, talvolta, si rischia che l'attrattività di un territorio sia condizionata anche da fattori esogeni, che sono esemplificati da eventi naturali e da tragedie che danno vita al fenomeno del turismo macabro. È importante sottolineare che il marketing territoriale deve rafforzare l'attrattività di un territorio e attrarre determinate tipologie di soggetti, senza dimenticare di generare al tempo stesso meccanismi utili allo sviluppo sostenibile del territorio [CARA 2018].

Tra le attività strategiche per la promozione di un territorio, va sicuramente ricordata la comunicazione perché il rapporto tra domanda e offerta deve essere mantenuto vivo prima, durante e dopo il contatto [CARA 2018].

1.2 I grandi eventi: una strategia di marketing del territorio

Come già discusso ampiamente nel precedente paragrafo, gli obiettivi più importanti del marketing territoriale sono lo sviluppo di politiche attive del lavoro e il sostegno all'occupazione locale anche mediante la promozione di attività esistenti, l'attrazione di nuove imprese e lo sviluppo di un sistema turistico [DE LEONARDIS 2014]. Le strategie di marketing territoriale devono essere quindi percepite come occasioni per lanciare o ricollocare sul mercato un'intera area. Si fondano tutte sulla valorizzazione di ciò che è già esistente e sulla realizzazione di progetti innovatori.

Tra le varie modalità di marketing territoriale, possiamo sicuramente fare riferimento all'organizzazione di grandi e piccoli eventi per comunicare attraverso di essi il potenziale di un dato territorio, sia dal punto di vista meramente turistico sia dal punto di vista qualitativo. Gli eventi hanno un ruolo di comunicazione importante nei confronti sia del pubblico esterno che degli *stakeholders* locali, nei quali possono accrescere l'interesse per il territorio e il grado del loro coinvolgimento in progetti specifici. La realizzazione di una manifestazione importante in un qualsiasi territorio può infatti consentire nella determinazione di un'immagine positiva e nel miglioramento di un'immagine negativa: ad esempio, da città prettamente industriale a meta turistica, da città ad alto rischio per i visitatori a meta sicura o da stazione solamente balneare a destinazione turistica operante nell'arco dell'intero anno. Al contrario, può succedere che l'effetto dell'evento sull'immagine della località ospitante non sia pienamente positivo: se la manifestazione ha dei risvolti negativi, l'immagine del territorio può risultarne danneggiata, anche nel medio-lungo termine [FERRARI, ADAMO 2004].

I grandi eventi generano un impatto emozionale e visivo perché agiscono anche sulle percezioni del pubblico, sia come audience primaria che come audience secondaria[1]. Possono rappresentare delle occasioni speciali per stabilire dei primi contatti con potenziali investitori, per accrescere il senso di appartenenza dei residenti del luogo, per produrre degli interventi finanziari da parte delle autorità e per sviluppare posti di lavoro [OSTILLIO 2000].

Un evento può essere definito "mega" o "grande" non tanto per le sue dimensioni o per la quantità di visitatori che riesce ad attrarre ma per l'ampia diffusione internazionale

[1] La audience primaria si rivolge direttamente e partecipa all'evento. La audience secondaria invece riceve indirettamente i messaggi sull'evento attraverso altre forme di comunicazione come pubblicità.

tramite la stampa, la radio, la televisione e il web. Di conseguenza, sono richiesti ingenti investimenti per attrarre l'attenzione dei mass media. Inoltre, un ampio avvenimento può essere organizzato in date ricorrenti o sporadiche ma necessita ugualmente di una lunga fase di preparazione e di pianificazione. Ogni evento può coinvolgere grandi numeri di persone come visitatori e partecipanti che devono poter godere della massima sicurezza. Tra i grandi eventi si trovano anche i festival e le manifestazioni organizzati al di fuori dei programmi di attività legate esclusivamente alla stagione turistica: i flussi di visitatori che si fermano a soggiornare nell'area della manifestazione utilizzano comunque le strutture e i servizi turistici presenti sul territorio [MONTANARI 2002].

Uno tra gli obiettivi dell'organizzazione degli eventi che si svolgono in varie sedi, sia città turisticamente affermate che località meno note, è quello di aprire al mercato turistico le aree in cui l'offerta è potenzialmente rilevante ma non sufficientemente valorizzata. Ad esempio, per i Mondiali di Calcio del 1990, l'Italia aveva scelto dodici città come sedi delle partite ed erano stati finanziati vari progetti a fronte degli arrivi previsti come la realizzazione di parcheggi, il miglioramento della viabilità, l'aggiunta di nuove linee tranviarie e metropolitane, la ristrutturazione degli alberghi e gli interventi sugli impianti sportivi.

Molti sono i soggetti interessati ad organizzare eventi nel proprio territorio con lo scopo comune di ottenere notorietà e buona reputazione. I promotori ne possono trarre profitti a livello professionale e, accompagnati dai partner commerciali e tecnici, danno così pieno sostegno alla manifestazione. Alcune aziende collaborano fornendo prodotti e servizi che potenziano la qualità dell'evento e mostrando la capacità tecnica in diversi campi come assicurazioni, trasporti, assistenza medica e catering. Inoltre, non vanno dimenticati i media partner che pagano cifre elevate per acquisire i diritti di trasmissione dell'evento. Le spese alte sono giustificate dal fatto che gli inserzionisti pubblicitari sono disposti a spendere per ottenere degli spot durante il programma televisivo o radiofonico. Sono interessate direttamente allo svolgimento di eventi di ogni genere anche le istituzioni e la pubblica amministrazione, in quanto si dimostra essere un'occasione importante per evidenziare il territorio e le bellezze naturali, artistiche, culturali, artigianali ed enogastronomiche. Tra gli scopi principali non vi è solo quello di attrarre turisti ma un evento diventa un'opportunità per gratificare gli abitanti ed essere presenti sui media nazionali ed internazionali. Le comunità della popolazione e delle unità produttive

possono essere *stakeholders* dell'organizzazione di eventi perché essi generano ritorni diretti e indiretti dovuti al loro impatto economico sul territorio [CHERUBINI 2007].
AstraRicerche per conto di ADC Group ha creato il "XIV Monitor sul Mercato degli Eventi e della Live Communication in Italia". I dati emersi da questo report confermano che il mercato italiano degli eventi e della *live communication* è in continua crescita e nel 2018 valeva 884 milioni di euro. Le rilevazioni sono state svolte da settembre 2017 a settembre 2018 e la ricerca si basa su 300 interviste ad altrettante aziende. Cresce anche la percentuale delle aziende che investono in eventi più del 20% sul totale degli investimenti in comunicazione. È interessante come oltre il 90% degli intervistati affermi di pianificare gli eventi allo scopo di comunicare in modo diretto con il target prescelto [ADCGROUP.IT 2018].

1.3 Gli impatti degli eventi sul territorio

Un singolo evento può incidere su molteplici settori che riguardano il territorio: l'immagine della località o dell'area ospitante, il corrispondente contesto urbano, l'ambiente, il conseguente sviluppo turistico e la mobilità urbana. Per questo vi sono numerosi aspetti che dovrebbero essere considerati nelle valutazioni economiche a posteriori degli eventi. Inoltre, vanno misurati gli impatti che si manifestano oltre il limitato periodo dello svolgimento e che si possono definire l'eredità dell'evento concluso. Le conseguenze che emergono possono essere legate al ripianamento dei debiti contratti a fronte della realizzazione dei progetti, all'innalzamento delle tasse, all'aumento del turismo e all'aumento dei prezzi delle abitazioni [MONTANARI 2002].

Gli impatti sull'immagine della città o del territorio ospitante non sono misurabili in modo semplice ma, come già scritto nel paragrafo 1.2, sono considerati dalla letteratura uno dei principali effetti di qualsiasi grande evento. La costruzione dell'immagine è parte integrante delle strategie di marketing territoriale orientate all'accrescimento del potere attrattivo delle città. L'obiettivo è permettere investimenti e flussi turistici in grado di attivare meccanismi positivi di sviluppo economico. Spesso un evento rivitalizza e riqualifica il territorio ma è possibile che l'eredità lasciata si trasformi in un problema piuttosto che in una risorsa in diversi ambiti, in modo particolare quello ambientale. Tuttavia, l'attenzione verso le problematiche ambientali è uno dei pilastri della

realizzazione di un grande evento. La sostenibilità in qualsiasi campo impone come principio la riduzione degli effetti negativi sull'ambiente naturale. Un obiettivo tra tanti è quello di minimizzare gli impatti ambientali dovuti ai tempi ristretti di realizzazione dell'evento. Sin dagli anni Novanta del secolo scorso, si è intensificata la produzione di documenti, report e regolamenti riguardanti i principi della sostenibilità che devono essere seguiti durante l'organizzazione delle manifestazioni. Tra le varie possibilità indicate, si consiglia di adottare delle misure per la riduzione dell'inquinamento acustico, elettromagnetico e luminoso; nella fase progettuale e nei vari interventi successivi vanno introdotte delle azioni di riqualificazione ambientale. Le aree in cui si svolge l'evento devono essere utilizzate in modo compatibile rispetto alle loro caratteristiche e alla città ospitante vanno restituiti comunque degli spazi vitali. Un esempio sono i Giochi Olimpici di Sydney che tuttora vengono chiamati "Olimpiadi Verdi", in quanto il comitato promotore per la città australiana ha seguito alcune linee guida ambientali finalizzate alla riduzione degli impatti negativi sull'ambiente. Inoltre, nel documento redatto nel 1992, "The Hannover Principles. Design for Sustainability", l'Esposizione Universale di Hannover ha imposto a tutti i partecipanti il rispetto di specifiche regole durante i vari progetti. L'evento ha rappresentato il primo tentativo di sensibilizzare l'opinione pubblica circa l'utilità di un grande evento per l'ambiente, nonostante sia stato ricordato anche come un insuccesso in relazione al deficit economico che si è registrato [LA ROCCA 2004].

Un grande evento agisce anche come un acceleratore della trasformazione fisica di una città. Tutte le sedi di manifestazioni di vario genere sono interessate da progetti urbanistici. A Barcellona, per esempio, i Giochi Olimpici del 1992 avevano dato inizio ad un processo di cambiamenti finalizzato alla realizzazione di un'offerta urbana di qualità destinata al soddisfacimento della domanda di strutture e servizi espressa dalla popolazione residente. Gli interventi, infatti, avevano riguardato ampie zone della città consentendo la riqualificazione di aree precedentemente degradate da restituire alla fruizione pubblica.

In altri casi, invece, gli interventi agiscono ad una scala inferiore e sono finalizzati al semplice miglioramento dell'offerta dei servizi a supporto dell'evento. Per il Giubileo del 2000 a Roma, ad esempio, si è operata la scelta di intervenire sulla valorizzazione del patrimonio storico-architettonico e monumentale.

Il successo di un grande evento nel contesto urbano può essere rimandato anche alla presenza di alcuni partenariati pubblico-privati. A Siviglia, nel 1992, l'effetto dell'Expo

sulla trasformazione del sistema della mobilità ha consegnato una buona eredità alla città andalusa perché è stata dotata di un sistema di trasporto pubblico adeguato e sul fiume Guadalquivir sono stati realizzati sette ponti di collegamento tra una sponda e l'altra. Inoltre, è stata creata la prima linea dell'AVE – Alta Velocidad Española per Madrid che è il treno ad alta velocità spagnolo (*Figura 1.1*) [LA ROCCA 2008].

Figura 1.1 L'Expo del 1992 permette investimenti nell'ambito delle infrastrutture, come l'Alta Velocidad Española Siviglia-Madrid: ad esempio, la Stazione di Santa Justa a Siviglia (dal sito web IT.123RF.COM).

Uno degli effetti economici generati dai grandi eventi è la capacità di aumentare l'attrattività turistica in termini di incremento di visitatori, anche a lungo termine. Non è facilmente quantificabile ma si sa che l'esistenza o meno di una vocazione turistica preesistente può fare la differenza. Per le città che sono già destinazioni turistiche riconosciute, talvolta, l'impatto può essere destabilizzante ed avere un'incidenza negativa perché viene percepito come un'occasione di eccessiva affluenza e di incremento dei costi da sostenere. Non tutti i visitatori presenti in una località, sede di un evento, possono essere considerati dei benefici direttamente apportati all'area. L'aumento dei visitatori causato da una manifestazione può contrastare la presenza di quei turisti che si sarebbero recati nella stessa città, regione o Paese per altri motivi. Un altro caso negativo si presenta quando un evento può essere origine di flussi repulsivi rispetto ad una destinazione da parte di chi vuole evitare grandi affollamenti ed eventuali rischi di attentati che queste

manifestazioni possono attrarre in rapporto al grado di notorietà che riescono a suscitare. A lungo termine, invece, gli effetti sono generalmente positivi, specie in relazione al miglioramento dell'offerta di servizi di supporto al turismo, viene incrementata la capacità ricettiva e viene ottimizzato il sistema di trasporto. Il grande evento può avere un impatto anche sulla tipologia dei flussi turistici, riuscendo ad attivare nuove domande che possono incidere positivamente sui livelli qualitativi dell'offerta di strutture e servizi destinati al loro soddisfacimento. Saranno poi gli attori che interagiscono con i nuovi flussi turistici a porsi l'obiettivo di incrementarli laddove la città già costituisce una destinazione turistica consolidata e di attirarli quando la città non è ancora affermata come tale [LA ROCCA 2004].

1.4 Event Management: la cooperazione alla base dell'organizzazione dell'evento

Il numero di eventi che possono essere strumenti di marketing e comunicazione è elevato. Per questo motivo, si deve valutare e saper scegliere quali tipologie di eventi sono più indicati per la strategia che si vuole conseguire. La valutazione della manifestazione va sviluppata su un modello che permetta di capire agli *stakeholders* se l'evento è un'occasione in cui coinvolgersi o meno, sia prima che dopo il suo svolgimento [CHERUBINI 2007]. Ogni manifestazione può essere considerata come un "sistema complesso" in quanto è uno strumento di aggregazione e socializzazione. Allo stesso tempo, prevede anche il coordinamento in armonia di attori, finalità, strumenti, tempi e media. Infine, attraverso un evento si deve saper conciliare più obiettivi diversi, definiti da fruitori e organizzatori [PATTUGLIA 2007].

L'Event Management è la disciplina che regola al meglio la progettazione di un evento giusto, che si svolga al momento giusto nel posto giusto. Per determinare il successo, è importante la cooperazione tra i vari soggetti, non solo attraverso la sponsorizzazione ma anche attraverso la co-organizzazione [PATTUGLIA 2007]. Nel caso dei grandi eventi, la forte collaborazione tra i soggetti coinvolti è la chiave di successo. Si può pensare all'organizzazione come una grande macchina che lavora ad un unico fine: al suo interno, vi sono gli organizzatori, gli sponsor, i volontari e gli enti pubblici. Per coordinare al meglio tutte queste realtà si necessita di una figura leader. Può essere interessante il ruolo dell'Event Manager che ha diversi compiti con l'obiettivo di realizzare al meglio l'evento

in tutte le sue sfaccettature. Non vi è una persona specifica che svolge questo ruolo e possono essere enti territoriali o imprese che organizzano eventi per diversi scopi.
Fanno parte delle azioni di Event Management la scelta del target e della *location*, il calcolo del corretto budget, la coordinazione della logistica e del programma e il marketing. Queste decisioni sono fondamentali per la buona riuscita di qualsiasi tipo di evento in quanto permettono di arrivare a ottimi risultati verso il pubblico e verso l'area ospitante. Per quanto afferma TAGLIAFERRI 2014, nell'ambito del Marketing degli eventi, si possono individuare tre principali obiettivi: gli obiettivi di comunicazione per il miglioramento dell'immagine e della notorietà della destinazione; gli obiettivi di prodotto che sono relativi alle caratteristiche intrinseche dell'evento e alle sue peculiarità e gli obiettivi di marketing, che occupano vari ambiti come la promozione dell'evento e soprattutto la sua valorizzazione di "prodotto-esperienza". Per creare un evento si superano principalmente tre fasi di realizzazione: prima, durante e dopo l'evento. Nella prima fase vanno tenuti in considerazione tre aspetti importanti: il primo riguarda la programmazione che va svolta considerando ogni evento come un progetto, dove bisogna scegliere gli elementi di base ovvero il tema, il grado di specializzazione, il posizionamento, il periodo di svolgimento e la durata, il mercato e i target di riferimento, la localizzazione, il palinsesto e la scenografia, la gestione delle risorse e degli investimenti, la filiera, la comunicazione e i risultati attesi. Il secondo aspetto fondamentale della prima fase riguarda il coinvolgimento: una condizione che assicura il successo dell'evento è coinvolgere i diversi soggetti e la comunità locale ponendosi in ascolto. Infine, è importante la comunicazione, per la quale ogni evento deve essere affiancato da un piano adeguato. Durante il periodo in cui si svolge l'evento, si pone l'attenzione sulla gestione. L'obiettivo chiave di questa fase è quello di fare di ogni caratteristica del luogo ospitante un'esperienza attiva, sensibilizzando anche i partner a fare altrettanto. Dopo l'evento, vanno stimolati il ricordo, la fidelizzazione e la verifica, cosicché la località possa ottenere visibilità e spazio sui media. Comunicare, infatti, è l'azione fondamentale per ogni tipo di evento perché significa saper utilizzare gli strumenti tradizionali di *advertising*, sfruttare e valorizzare le unicità e i prodotti del territorio, essere in grado di usare il web in modo coerente, gestire le relazioni con i media e sapere stimolare il passaparola e il ricordo [TAGLIAFERRI 2014].

Capitolo 2

I GRANDI EVENTI SPORTIVI COME VOLANO PER IL TURISMO

La tipologia di eventi che si vuole analizzare è quella degli eventi sportivi, specialmente di grandi dimensioni. Questi ultimi sono manifestazioni in grado di aumentare arrivi, presenze e giri d'affari nelle aree in cui si svolgono [MACCHI 2014]. Il legame fra eventi sportivi e territori geografici è infatti un *trend* del marketing in grande crescita: tutti i grandi eventi sportivi hanno la peculiarità di mettere sotto gli occhi di centinaia di milioni di persone il luogo dove la manifestazione si svolge. La connessione fra avvenimento sportivo e luogo è fondamentale e per questo il connubio fra territorio e sport diventa inscindibile. Si pensi a quante aree utilizzino Campionati del Mondo di Calcio, Olimpiadi o Gran Premi per rilanciarsi e mettersi in evidenza [TAFÀ 2019]. Come già considerato nel paragrafo 1.3, gli appuntamenti importanti del mondo dello sport lasciano una preziosa eredità sia per quanto riguarda le infrastrutture sia dai punti di vista meramente economico e sociale [MACCHI 2014].

2.1 Gli effetti dei grandi eventi sportivi sul turismo e sul territorio

I grandi eventi dello sport rappresentano una vetrina mondiale che per il Paese che li ospita può diventare un'opportunità di marketing territoriale per promuoversi in molteplici ambiti [MACCHI 2014].

Un esempio può essere la città di Sochi in Russia dove hanno avuto luogo le Olimpiadi Invernali nel 2014. Prima di essere scelta come sede, non era una città conosciuta a livello mondiale ma, da quando si sono conclusi i Giochi, la situazione è cambiata tanto che la località sul Mar Nero ha un forte futuro turistico. All'apertura dei cantieri per le Olimpiadi, Putin aveva dichiarato che Sochi sarebbe diventata una destinazione turistica in qualsiasi stagione. In questa occasione, sono stati ristrutturati vecchi edifici, costruiti nuove strutture alberghiere e complessi residenziali, una decina di impianti sciistici, lo stadio Olimpico, il Bolshoi Ice Palace e diversi centri per le gare di sci. Sono stati migliorati anche i collegamenti riqualificando le strade, le stazioni e l'aeroporto. Inoltre, è stata costruita ex novo anche la linea dell'Alta Velocità Ferroviaria.

Per dare l'idea dei numeri in materia di turismo rispetto ai grandi eventi sportivi, possiamo guardare alle previsioni che faceva il Brasile nel 2014. Prima dei campionati mondiali di Calcio, Flavio Dino, Presidente di Embratur ovvero l'Ufficio brasiliano del Turismo, ha affermato che sarebbero stati pronti a ricevere almeno 600.000 turisti stranieri durante i giorni di torneo. Il loro obiettivo era fare in modo che almeno il 25% dei turisti che sarebbero venuti ad assistere alle partite potessero visitare anche altre destinazioni turistiche brasiliane. Oltre agli arrivi stranieri, vanno aggiunti 3,1 milioni di turisti brasiliani che si sono spostati nel Paese con le stesse motivazioni. In base alle previsioni, gli introiti dovrebbero essere stati di 8,5 miliardi di euro ma questa cifra riguardava le sole spese legate all'evento. Il valore complessivo che ha interessato anche l'economia del settore turistico è stato chiaramente maggiore e comprendeva anche l'impatto indiretto dell'evento sulla catena di fornitura dei servizi. In vista del mondiale, il Governo federale brasiliano ha investito complessivamente più di 9 miliardi di euro destinati al miglioramento degli impianti, degli aeroporti e dei trasporti. Gran parte degli investimenti e delle riqualificazioni erano stati realizzati in vista delle Olimpiadi ospitate a Rio de Janeiro nel 2016.
Molto importanti sono i dati che riguardano le ricerche di hotel per la notte della finalissima, a Rio de Janeiro, svoltesi su hotels.com, sito specializzato nella prenotazione online di alberghi. Rispetto allo stesso periodo del 2013, le ricerche sono aumentate addirittura del 983% per il mercato giapponese, del 560% per il mercato australiano e del 546% per il mercato britannico. Gli italiani invece occupano il quattordicesimo posto nella classifica.

In alcuni casi, i grandi eventi dello sport non sono considerati un bene per il turismo e soprattutto per il Paese ospitante. Altroconsumo ha svolto un'analisi relativa alle Olimpiadi invernali di Torino del 2006 guardando quanto è stato speso e chi è stato a spendere, quanto è stato guadagnato e chi ha guadagnato. L'esito di questa ricerca ha affermato che alcune volte non è certo che le Olimpiadi si rivelino sempre un successo dal punto di vista economico. Inoltre, non tutti i Paesi e tutte le città riescono a sfruttare le eredità lasciate dai grandi eventi sportivi, in termini di pubblicità e infrastrutture. A Sydney, dopo i Giochi Olimpici del 2000, non si erano registrati grandi aumenti nel numero di visitatori.

2.2 Sponsorizzare ed organizzare un evento sportivo è fare comunicazione

Nel 2017, uno studio del Coni su dati ISTAT dell'anno 2016 ricorda che gli italiani che praticano sport raggiungono il 34,8%. Più precisamente, il bacino di target che si può attrarre è legato alle 2.519.000 persone che si sono avvicinate allo sport dal 2013 [MEZZO 2018]. Lo sport continua ad essere considerato uno strumento di comunicazione con un forte valore percepito sia dal punto di vista salutare che da quello emozionale. Non sono ancora molti i possibili sponsor che hanno compreso pienamente il valore economico che si cela dietro la forza comunicativa dello sport e la sua potenzialità di creare un meccanismo di emulazione tra campione e praticante, tra modello e appassionato. Trovare un modo di interagire tra sponsorship e sport diventa perciò fondamentale per chi vuole generare *branding* resistente nel tempo e per chi vuole arrivare a realizzare eventi sportivi. Ad esempio, le radio appoggiano e contribuiscono come media partner ad ogni manifestazione sportiva mentre le banche investono nella sponsorizzazione diretta e intervengono in alcuni casi anche nella gestione di stadi e centri sportivi. Ad esempio, per la UEFA Champions League, il giro economico a livello di organizzazione generale vale 2,35 miliardi di euro di cui circa il 12% viene spartito tra le agenzie e le strutture organizzative, generando quindi un indotto in termini occupazionali e di salario. L'evento sportivo però non è solo sport: infatti, la mancata qualificazione dell'Italia ai mondiali di calcio del 2018 è un danno per l'economia italiana indiretta di oltre 100 milioni di euro solo in diritti televisivi mentre i luoghi di ritrovo per ogni partita non giocata dagli azzurri perdono 5 milioni di euro perché in quelle occasioni ci si ritrova tutti insieme, magari davanti a una pizza e una birra in più. A conferma di ciò, una stima relativa al valore del business legato allo sport a livello globale è compresa in una forbice che oscilla tra i 350 e i 450 miliardi di euro. Va comunque chiarito che un evento sportivo non si misura solo con il successo alla biglietteria ma esso è un volano da misurare nel tempo, per quanto riguarda la *redemption* di immagine e il ritorno in termini di turismo, di visite e di occupazione alberghiera.

Sempre secondo MEZZO 2018, l'organizzazione di un evento sportivo è una delle cose più complesse che esistano a livello di pianificazione e gestione. Vi coesistono almeno tre livelli: quello puramente sportivo, visibile a tutti e più immediatamente comprensibile; quello cerimoniale, legato a discorsi, celebrazioni, premiazioni, regole nazionali ed internazionali e quello amministrativo che ingloba costi, ricavi, sponsorizzazioni e ricadute. Organizzare un evento sportivo a livello mondiale significa coinvolgere

associazioni, enti, dare una prospettiva internazionale anche a chi lavora solo a livello locale. Servono moltissimi volontari per la *security*, i controlli, le informazioni, i trasporti e la gestione del catering.

Per quanto riguarda la penisola italiana, il potenziale indotto dato dagli eventi sportivi è sicuramente uno dei principali motivi per cui l'Italia si è candidata per ospitare le Olimpiadi Invernali del 2026 (*Figura 2.1*). Milano e Cortina concorrono con Stoccolma, Calgary ed Erzurum per ottenere il ruolo di sede olimpica e solo il 10 settembre 2019 si potrà sapere ufficialmente dove i Giochi avranno luogo [VILLA 2018]. Dal dossier ufficiale[2], si può capire che le competizioni verranno aperte della cerimonia d'apertura che si svolgerà a nello stadio di San Siro per poi concludersi all'Arena di Verona con lo spettacolo finale.

Tra gli esempi virtuosi si può citare anche il caso di Napoli. Secondo il sindaco Luigi De Magistris, infatti, la città partenopea ha rilanciato la propria immagine grazie alle Series di America's Cup di Vela, alla partenza con circuito cittadino del Giro d'Italia e alla Coppa Davis di tennis [MACCHI 2014].

Figura 2.1 Milano e Cortina sono le località italiane candidate ad ospitare le Olimpiadi Invernali 2026 (dal sito web MILANOCORTINA2026.CONI.IT).

[2] Per approfondire il tema della candidatura di Milano e Cortina come sede ospitante delle Olimpiadi Invernali 2026 si può fare riferimento a questo link per visualizzare il dossier: https://www.milanocortina2026.coni.it/images/CandidatureFile_MilanoCortina2026_eng.pdf (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

2.3 Un caso particolare di turismo legato agli eventi sportivi: il turismo sportivo

Come è stato ampiamente discusso nel paragrafo 2.1, i grandi eventi sportivi sono strettamente legati al fenomeno turistico e il turismo sportivo ne è una forte conferma. Si può fare riferimento a due definizioni principali di questa crescente tipologia di turismo[3]:

"Tutte le forme di coinvolgimento attivo o passivo in attività sportive, svolte casualmente o in modo organizzato per motivi non commerciali o commerciali, che richiedono di lasciare la propria abitazione o la propria sede di lavoro."

[STANDEVEN, DE KNOP 1998].

"Viaggi basati sul tempo libero che portano gli individui temporaneamente fuori delle loro comunità di residenza al fine di partecipare, o come spettatori di attività sportive o di spettacoli basati su attività sportive."

[GIBSON 2002].

Entrambe le definizioni evidenziano le caratteristiche fondamentali del fenomeno ovvero lo spostamento per partecipare o assistere a un'esperienza sportiva. Infatti, sia i turisti spettatori che i turisti partecipanti generano un indotto per la località ospitante [CENTROSTUDITURISTICIFIRENZE.IT 2016].

Una ricerca realizzata da AIGO e Pangea Network[4] risponde all'interrogativo sull'opinione che hanno i professionisti del turismo sugli eventi sportivi e sulla loro influenza rispetto ai Paesi ospitanti. Dai risultati ottenuti emerge come l'industria turistica guardi agli eventi sportivi quale strumento di marketing turistico attraverso il quale il Paese che li ospita può promuoversi al mondo. Analizzando i dati si può capire che l'88% degli intervistati è convinto che un evento sportivo di portata mondiale possa influire sul cambiamento della percezione iniziale del Paese ospitante. Più precisamente, il 20% degli intervistati vede nell'evento sportivo una preziosa opportunità d'impiego e il 25% lo considera uno strumento attraverso cui risollevare il comparto economico. In merito alla capacità dei

[3] Si può approfondire il tema del turismo sportivo facendo riferimento a Ciampicatigli R., Maresca S., "Due metalinguaggi si intrecciano: sport e turismo", ed. ISTEI – Università degli studi di Milano "Bicocca", p. 90 - 96. È consultabile online al link: http://www.docente.unicas.it/useruploads/000972/files/due_metalinguaggi_si_intrecciano._sport_e_turismo.pdf (data di ultima consultazione:13/05/2019).

[4] La ricerca è stata discussa in occasione del Global Sports Congress di Londra il 1 novembre 2010. AIGO è un'agenzia di marketing e comunicazione integrata ed è socio fondatore di Pangaea Network, che è presente in 25 mercati nel mondo. Nell'ambito del network è nato il progetto Pangaea Observatory che coinvolge un panel di 200 esperti a livello europeo che lavorano sui temi di maggiore interesse e attualità legati al settore turismo.

Paesi di tutto il mondo nell'ospitare e gestire al meglio un evento sportivo, troviamo ai primi posti la Svizzera e l'Italia delle Olimpiadi Invernali di Torino 2006, l'Australia, la Cina e il Sudafrica. La ricerca conferma inoltre che la percezione di Spagna, Sudafrica e Nuova Zelanda è migliorata a seguito degli eventi sportivi mondiali ospitati. Secondo il 76% degli intervistati, le città limitrofe alla località che ospita un evento sportivo hanno la possibilità di trarre benefici dal flusso turistico mentre il 65% ritiene che più di un quarto dei viaggiatori eviterebbe di scegliere come meta turistica una destinazione che sta ospitando un evento sportivo. Le catene alberghiere e le compagnie aeree sono considerate dagli intervistati come le principali realtà che beneficiano degli eventi sportivi, seguite da Tour Operator, trasporti ferroviari e agenzie di viaggi. Un altro punto molto importante che emerge dall'indagine è la percezione che gli eventi sportivi combattano il *trend* del *late booking*: infatti, il 58% dei viaggiatori arriva ad acquistare i biglietti anche con sette mesi di anticipo. Infine, il 61% degli intervistati è convinto che gli spettatori paghino una tariffa maggiorata per poter assistere ad un evento sportivo [ADCGROUP.IT 2010].

Il turismo sportivo può essere un'ottima fonte di reddito per le destinazioni turistiche collegando una serie di variabili in un modello sistemico: l'evento sportivo, i consorzi di hotel e i servizi infrastrutturali sul territorio. L'evento può essere accompagnato anche da altre manifestazioni contigue; in Emilia-Romagna, viene svolta la Gran Fondo Nove Colli[5] e viene affiancata dalla Gran Fondo degli Squali (Cattolica), dalla Gran Fondo del Sale (Cervia) e dalla Gran Fondo Riccione. Oltre a quelle appena citate, in Italia esiste un numero considerevole di Gran Fondo, che sono manifestazioni legate al ciclismo: le più importanti contano numerosi iscritti sia a livello locale che nazionale ed internazionale. Si tratta di gare ciclistiche distribuite sull'intero arco nazionale italiano, anche se Trentino, Toscana e Romagna sembrano avere un ruolo di primo piano per i numeri e per la capacità di creare un sistema territoriale distrettuale. Da un approfondimento svolto nei confronti della Nove Colli sono emersi alcuni dati importanti: i partecipanti alla gara erano 12.000 partenti alla gara. Il 33,6% del campione intervistato ha dormito per 2 notti presso la struttura ricettiva mentre il 30,5% ha soggiornato per 3 notti. Il 67% dei

[5] La Nove Colli è una granfondo di ciclismo che si svolge in Romagna (precisamente nelle provincie di Forlì-Cesena e Rimini), con partenza e arrivo a Cesenatico. Per approfondimenti si veda il seguente link: https://www.novecolli.it/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019). La ricerca di riferimento è stata svolta nel 2016 presso il Campus di Rimini dell'Università di Bologna (Professoressa Laura Vici – Dottor Lorenzo Mazzotti).

rispondenti ha viaggiato con amici o famiglia. La ricaduta economica sul territorio della Gran Fondo era di oltre 21 milioni di euro [SUCCI 2019].

In Italia, il turismo sportivo negli ultimi anni è in costante crescita per questo sta diventando uno strumento sicuro per la destagionalizzione di tanti territori. Si tratta di un segmento di domanda turistica che ogni anno incrementa i propri numeri e presenta un'interessante capacità di spesa. Secondo l'ISTAT, il segmento di potenziali ed attuali clienti di un ipotetico sistema di turismo sportivo può contare su circa 20 milioni di persone che praticano uno o più sport pari al 34,3% della popolazione con più di 3 anni d'età. A questi vanno poi aggiunti circa 15,5 milioni di italiani che rappresentano coloro che svolgono "una qualche attività fisica". Ai fini di questa tesi, è importante notare che tra gli sportivi italiani il 15,2% svolge attività ciclistica. Come da *Figura 2.2*, la fascia di età è abbastanza matura e nella curva della distribuzione della pratica sportiva si nota però una leggera ma decisa inversione di tendenza nel calo generalizzato che parte già dai 15 anni in corrispondenza della fascia di età che va dai 55 ai 65 anni. Si tratta di un segmento più maschile che femminile ma è senza dubbio un target ampio ed interessante per i potenziali di spesa [SUCCI 2019].

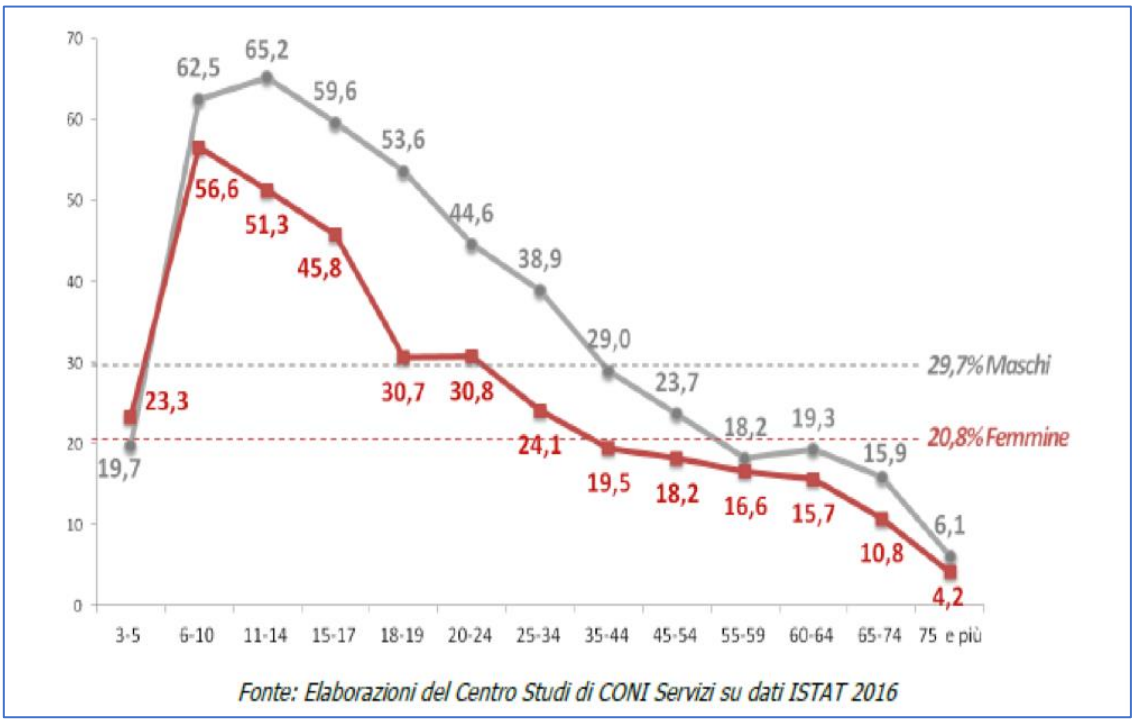

Figura 2.2 Curva di distribuzione della pratica sportiva delle persone di 3 anni e più (dal sito web OFFICINATURISTICA.COM).

Il binomio Sport e Turismo è parte di un forte circolo virtuoso perché lo sport diventa occasione di turismo e il turismo diventa occasione di sport. Per questo se si organizzano eventi sportivi, piccoli o grandi che siano, si possono sicuramente attrarre flussi turistici ed incrementare le presenze sul territorio.
Principalmente, vi sono due tipi di turismo sportivo che si caratterizzano e si distinguono grazie al motivo per cui il turista si sposta: egli può essere un partecipante attivo o uno spettatore passivo.

2.3.1 Il turismo sportivo attivo

Il turismo sportivo è legato ad una sfera più grande ovvero quella del turismo esperienziale. In questo caso, il turista ideale ha la passione per uno sport che svolge più o meno regolarmente nella propria città di origine e che ambisce a praticare anche in altri scenari: può vivere così un'esperienza nuova e speciale rispetto all'ordinario, ancor più se accompagnato da chi è esperto dei luoghi e con compagni di viaggio sconosciuti. I turisti sportivi di loisir sono tutti quei praticanti di sport a livello amatoriale che si spostano per partecipare a gare locali e nazionali o per prendere parte attivamente ad eventi come maratone o gare di fitness a livello amatoriale. Secondo i dati Econstat 2011, si tratta di un gruppo molto numeroso, come ricordato nella tesi magistrale di BELLO 2015. Nel 2010 sono stati 5 milioni gli sportivi amatoriali maggiorenni, che hanno pernottato fuori casa per praticare una o più attività sportive soggiornando in albergo (58,3%, uomini, 41,7% donne). Il 35% degli sportivi amatoriali in trasferta ha effettuato un solo spostamento, il 16% invece ha effettuato 2 spostamenti e, infine, il 15,7% si è spostato per 3 volte. Su quasi 50 milioni di italiani maggiorenni quasi il 40% praticano un'attività sportiva a livello amatoriale tra cui 1,7 milioni di ragazzi dai 6 ai 17 anni. La media dei loro spostamenti è di circa 5 viaggi con una spesa pro-capite di 385 euro e ha generato un giro d'affari turistico di oltre 116 milioni di euro. La classifica degli sport più richiesti a livello amatoriale vede il calcio al primo posto con il 28,7% di appassionati, seguito dallo sci (alpino e da fondo) col 22,4% e dal ciclismo.
Tra i turisti sportivi attivi vi sono chiaramente anche gli atleti professionisti delle Federazioni Sportive Nazionali e delle società sportive che viaggiano per vivere le varie competizioni di ogni tipo e grado [CENTROSTUDITURISTICIFIRENZE.IT 2016].

2.3.2 Il turismo sportivo passivo

Il turismo sportivo vissuto da spettatore include i turisti che si spostano per assistere dal vivo ad uno specifico evento sportivo: ad esempio, una manifestazione grande come una partita di calcio della serie A oppure un avvenimento più piccolo come gare e tornei con cadenza annuale sull'intero territorio nazionale. Il turista-spettatore che vive una vacanza sportiva è in grado di generare un forte impatto economico sul territorio che lo ospita. Come già correttamente discusso nella tesi magistrale di BELLO 2015, secondo un'indagine Federalberghi-CIRM del 2013, sono stati 3,8 milioni gli spettatori tanto appassionati di sport (43,9% uomini e 56,1% donne) da effettuare delle trasferte, in media 2,8 volte nell'anno, pernottando almeno una notte in strutture alberghiere, per seguire dal vivo un evento sportivo. Secondo quest'analisi, la spesa pro-capite relativa a questi tipi di spostamento è pari a circa 260 euro e la spesa totale per vitto e alloggio è di circa un miliardo di euro.

Si può parlare anche di turismo sportivo a livello business quando alla motivazione strettamente sportiva si aggiunge quella lavorativa e professionale. A questa categoria appartengono principalmente i dirigenti e i dipendenti delle Federazioni Sportive Nazionali, delle società sportive e degli Enti di promozione sportiva, quando si spostano per partecipare ad eventi, congressi e fiere sportive [BELLO 2015].

Capitolo 3

CASE STUDY: IL GIRO D'ITALIA

Tra gli eventi sportivi si è scelto di analizzare il Giro d'Italia (*Figura 3.1*), soffermandosi sull'influenza che quest'ultimo ha sul territorio come strumento di marketing e sul turismo nelle località italiane in cui viene ospitato durante il percorso.

Figura 3.1 Il simbolo ufficiale del Giro d'Italia (dal sito web GIRODITALIA.IT).

Nel maggio 1909 si svolse la prima edizione del Giro d'Italia sotto l'organizzazione della Gazzetta dello Sport: i corridori partirono e arrivarono a Milano. Fin dall'inizio, la Corsa Rosa è stata un evento sportivo unico nel suo genere e soprattutto ha sempre valorizzato la penisola, percorrendola da nord a sud. Ad ogni edizione il tracciato delle varie tappe cambiava sia per esigenze tecniche come salite, discese e piani che per incontrare nuovi orizzonti, tinti di rosa per l'occasione. La bicicletta attraverso il ciclismo e, in particolare, il Giro d'Italia viene da sempre vista non solo come un simbolo di sacrificio ma anche come miglior mezzo ecologico e salutare da dover pubblicizzare.

3.1 Il Giro d'Italia del 2019

La Corsa Rosa è arrivata alla sua 102° edizione e ha percorso gran parte del territorio italiano, con un unico sconfinamento nella Repubblica di San Marino (*Figura 3.2*). La grande partenza del Giro si è svolta a Bologna l'11 maggio e l'arrivo finale ha coronato vincitore Richard Carapaz a Verona il 2 giugno, il quale in *Figura 3.3* solleva il Trofeo senza Fine. In entrambe le città si sono svolte delle cronometro individuali. I chilometri totali sono 3.518,5: sono stati affrontati 46.500 metri di dislivello e per questo è stato uno dei percorsi più duri degli ultimi anni. Oltre a molti ricordi sportivi, alcuni temi socio-culturali sono stati sviluppati in questa edizione del Giro. L'arrivo a L'Aquila, a distanza di dieci anni dal terremoto che la colpì il 6 aprile 2009, è stato uno dei momenti più emozionanti del Giro. La Corsa Rosa ha ricordato anche altri personaggi e altri luoghi che hanno fatto la storia passata e recente dell'Italia [GIRODITALIA.IT 2018 a].

Figura 3.2 I numeri del 102° Giro d'Italia (dal sito web GIRODITALIA.IT).

Figura 3.3 Richard Carapaz solleva il Trofeo Senza Fine accompagnato dai figli, dal Direttore del Giro d'Italia Mauro Vegni e dall'Amministratore Delegato di RCS Media Group Urbano Cairo (foto personale).

3.1.1 Tappe importanti e speciali del percorso 2019

La Regione Emilia-Romagna ha lanciato il Giro d'Italia del 2019 (*Figura 3.5 – Tabella 3.1*). Nella prima tappa, sono state percorse le strade cittadine ampie nel centro di Bologna per arrivare alla salita al Santuario della Beata Vergine di San Luca[6]. Nella seconda tappa, il Giro è ripartito da Bologna per attraversare l'Appennino ed è sceso verso Prato per affrontare le colline di Empoli, prima dell'arrivo a Fucecchio. Questa era la "Tappa Bartali"[7] dove il Giro ricordava anche Indro Montanelli[8] a 110 anni dalla sua nascita. Per la terza tappa, la Corsa Rosa invece è partita da Vinci, città natale di Leonardo, nell'occasione dei 500 anni dalla morte del "genio" toscano, e si è diretta ad Orbetello. Con la sesta tappa, il Giro è partito da Cassino, dove 75 anni fa vi fu la liberazione dopo l'Operazione Diadem (11-19 maggio 1944)[9], per arrivare a San Giovanni Rotondo nel Parco Nazionale del Gargano, dove riposano le spoglie di San Pio da Pietrelcina. Per la settima tappa, la Corsa è partita da Vasto, paese costiero sul Mare Adriatico, per l'arrivo a L'Aquila, a dieci anni dal terremoto. Partendo da Tortoreto Lido, durante l'ottava tappa, i corridori hanno raggiunto Pesaro, città natale del compositore Gioacchino Rossini. Da Riccione a San Marino, la cronometro individuale è stata la *Wine Stage* della Corsa Rosa che quest'anno era dedicata al Sangiovese. Con la decima tappa è stata attraversata la Pianura Padana, andando da Ravenna a Modena, percorrendo le strade delle zone terremotate nel 2012. L'undicesima tappa è partita dalla cittadina di Carpi per raggiungere Novi Ligure, dove il traguardo era posto vicino alla casa in cui visse il campionissimo Fausto Coppi. La dodicesima tappa, da Cuneo a Pinerolo, voleva invece ricordare la sua impresa al Giro d'Italia del 1949. Il primo Gran Premio della Montagna del Giro del 2019 è stata la scalata di Montoso. Una delle tappe difficili del 2019 è partita da Saint-Vincent ed è arrivata in salita a Courmayeur. Sono stati infatti scalati Verrayes, Verrogne, Truc d'Arbe (Combes) e Colle San Carlo. La quindicesima tappa da Ivrea a Como è stata la tappa più lunga del Giro (237 km) che, prima di arrivare sul lungolago, è passata tra la Madonna del Ghisallo, la Colma di Sormano, Civiglio e San Fermo. La Madonna del

---

[6] Questo Santuario di Bologna si erge sul Colle della Guardia. Il Santuario, ben visibile da tutta la città, rappresenta un punto di ritrovo spirituale per tutti i turisti e per la gente del posto.

[7] Nelle varie edizioni del Giro d'Italia vi è sempre una tappa che ricorda il campione Gino Bartali. Nel 2017 andava da Ponte a Ema FI (città natale del corridore) a Bagno di Romagna.

[8] È stato un giornalista, saggista, storico e commediografo italiano (Fucecchio, 22 aprile 1909 – Milano, 22 luglio 2001).

[9] L'Operazione Diadem fu un'operazione militare offensiva intrapresa dagli Alleati nel maggio 1944 per sconfiggere le truppe della decima armata della Wehrmacht schierate lungo la linea Gustav, durante la campagna di liberazione dell'Italia nella Seconda Guerra mondiale.

Ghisallo è considerata la Patrona dei ciclisti: al Santuario, che si trova in cima alla Salita del Ghisallo, sono stati donati moltissimi cimeli del ciclismo come biciclette e maglie importanti e per questo negli anni Novanta è nato il progetto del Museo del Ciclismo che è stato poi inaugurato il 14 ottobre 2006. L'ultima settimana si è aperta con la tappa più difficile del Giro che ha portato i corridori da Lovere a Ponte di Legno. Tra i vari passi[10] che i concorrenti hanno affrontato in questa tappa, vi erano il Passo della Presolana, la Croce di Salven e il Passo Mortirolo (Montagna Pantani[11] 2019) dal versante di Mazzo di Valtellina. Nella diciassettesima tappa, da Commezzadura ad Anterselva, il Giro è arrivato nello Stadio del Biathlon, dove nel 2020 si svolgeranno i Campionati del Mondo di questa specialità. La diciottesima tappa da Valdaora a Santa Maria di Sala ha attraversato molte località conosciute come Cortina d'Ampezzo, Longarone, Vittorio Veneto, Conegliano e Noale. Nella ventesima tappa si sono affrontate le ultime fatiche in montagna con arrivo in salita: nel percorso vi erano alcune classiche come Cima Campo, Passo Manghen, Passo Rolle e la salita finale di Croce d'Aune sul Monte Avena. Il 2 giugno, a Verona si è svolta la cronometro finale, percorrendo il Circuito delle Torricelle. L'arrivo era previsto e ha avuto luogo all'interno dell'anfiteatro Arena (*Figura 3.4*), dove ogni corridore ha sfilato su una passerella ed è stato premiato il vincitore del 102° Giro d'Italia, nel giorno della Festa della Repubblica [GIRODITALIA.IT 2018 a].

Figura 3.4 Il Grande Arrivo del Giro d'Italia a Verona e in Arena il 2 giugno 2019 (foto personale).

[10] Era previsto anche il Passo Gavia, la Cima Coppi del 2019, ma il 25 maggio 2019 è stato deciso dall'organizzazione di modificare il percorso della tappa a causa della presenza della neve sulle montagne e sulla strada che i corridori avrebbero dovuto percorrere. La Cima Coppi è il punto più alto, per altitudine, raggiunto dai ciclisti professionisti durante ciascun Giro d'Italia. È stata istituita nel 1965 in omaggio, cinque anni dopo la morte, del campione Fausto Coppi.

[11] La Montagna Pantani è stata istituita nel 2004 per ricordare le doti dello scalatore Marco Pantani, morto nello stesso anno.

Figura 3.5 Percorso del 102° Giro d'Italia (dal sito web CYCLINGPRO.NET).

Tabella 3.1 Elenco completo delle tappe del 102° Giro d'Italia (dal sito web CYCLINGPRO.NET).

TAPPA	DATA	KM	PARTENZA – ARRIVO	DISLIVELLO	DIFFICOLTÀ
1°	11 maggio	8,2	Bologna - Bologna S. Luca	250	***
2°	12 maggio	200	Bologna – Fucecchio	1850	***
3°	13 maggio	219	Vinci – Orbetello	1550	**
4°	14 maggio	228	Orbetello – Frascati	2300	**
5°	15 maggio	140	Frascati – Terracina	1200	*
6°	16 maggio	233	Cassino - San Giovanni R.	2800	***
7°	17 maggio	180	Vasto - L'Aquila	2250	**
8°	18 maggio	235	Tortoreto Lido - Pesaro	1750	***
9°	19 maggio	34,7	Riccione - San Marino	750	****
	20 maggio		RIPOSO		
10°	21 maggio	147	Ravenna – Modena	150	*
11°	22 maggio	206	Carpi - Novi Ligure	400	*
12°	23 maggio	146	Cuneo – Pinerolo	1650	***
13°	24 maggio	188	Pinerolo - Ceresole Reale	4500	****
14°	25 maggio	131	Saint Vincent – Courmayeur	4000	****
15°	26 maggio	237	Ivrea – Como	3000	****
	27 maggio		RIPOSO		
16°	28 maggio	226	Lovere - Ponte di Legno	5700	*****
17°	29 maggio	180	Commezzadura - Anterselva	3000	***
18°	30 maggio	220	Valdaora - S. Maria di Sala	1100	*
19°	31 maggio	151	Treviso - San Martino di C.	2850	***
20°	01 giugno	193	Feltre - Croce d'Aune	5200	*****
21°	02 giugno	15,6	Verona Fiera - Verona Arena	250	***

3.1.2 Maglie e sponsor ufficiali

Il 27 marzo 2019 sono state svelate le maglie del 102° Giro d'Italia. Sono prodotte da Manifatture Valcismon e Castelli, che ne ha curato il *design* e i particolari. Hanno una zip con tiretto dorato che sfuma al rosa per fare un omaggio al Trofeo Infinito che è presente anche sul petto. Quest'anno le maglie sono la Maglia Rosa sponsorizzata da Enel per il leader della Classifica Generale, la Maglia Ciclamino sponsorizzata da Segafredo per il leader della Classifica a Punti, la Maglia Azzurra sponsorizzata da Banca Mediolanum per il leader del Gran Premio della Montagna e la Maglia Bianca sponsorizzata da Eurospin per il leader della Classifica dei Giovani (*Figura 3.6*). Inoltre, la Maglia Bianca ha la firma di Candido Cannavò con la frase "Il Giro è il filo rosa che unisce tutta l'Italia". Quest'anno, infatti, in occasione dei 10 anni dalla sua scomparsa, il Giro d'Italia ha ricordato l'indimenticato Direttore della Gazzetta dello Sport [GIRODITALIA.IT 2019 a].

Figura 3.6 Maglie ufficiali del 102° Giro d'Italia (dal sito web GIRODITALIA.IT).

In occasione di questo Giro, Castelli ha realizzato due versioni delle maglie ufficiali per la vendita dei gadget tramite il *Giro Store*: vi sono la versione Giro102 Race, esatta replica di quella indossata dai professionisti, e la versione Giro102 Squadra, disponibile sia come le maglie ufficiali che come alcune serie celebrative per le tappe speciali. Ci sono la Bologna, la Sangiovese, la Novi Ligure, la Gavia-Mortirolo, la Feltre-Croce d'Aune e, per la tappa di arrivo finale, la Verona.

Tra gli Sponsor ufficiali della 102° edizione [GIRODITALIA.IT 2019 b], si possono ricordare queste due realtà che accompagnano il Giro ovvero la Commissione Europea[12] e il programma del governo "Frutta e Verdura nelle scuole"[13], appoggiato dall'UE.

[12] La Rappresentanza in Italia della Commissione europea ha partecipato anche all'edizione 2018 del Giro, per valorizzare l'Europa presente sui territori italiani e le azioni UE nel campo dello sport, della salute, dell'ambiente e della mobilità sostenibile. Si veda il link https://ec.europa.eu/italy/events/uealgiro_it (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

[13] Si veda il link: http://www.fruttanellescuole.gov.it/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

3.2 RCS Sport, organizzatrice e promotrice

RCS Sport è una Sports & Media Company che fa parte di RCS MediaGroup. Come leader del mercato italiano, possiede competenze e professionalità ma anche una vasta offerta di servizi volti alla creazione e alla gestione di eventi sportivi internazionali. Il suo portfolio include sia competizioni per atleti professionisti che eventi sportivi a partecipazione di massa rivolti a tutti gli appassionati di corsa e ciclismo. RCS Sport è in grado di offrire ottime occasioni di visibilità, *branding*, attività commerciali e *direct marketing* [RCSSPORT.IT 2019 a]. Tra varie gare ciclistiche importanti, RCS Sport organizza il Giro d'Italia e tutti i vari elementi che lo caratterizzano (*Figura 3.7*).

Il metodo di lavoro di RCS Sport permette di far crescere i numeri attraverso qualsiasi sport. Le caratteristiche di questa organizzazione possono essere così descritte:

- Think Emotion: RCS Sport vuole trasmettere emozioni per ottenere più consensi.
- Think Community: I consumatori oggi vorrebbero essere coinvolti per interagire con i *format*.
- Think Video: Il video è il mezzo più immediato e coinvolgente per emozionare tutti i target, soprattutto nell'era del web. Ogni azione di RCS Sport è "*video oriented*".
- Think Customer: I clienti sono gli stakeholder al centro delle strategie di marketing. RCS Sport è *customer oriented*.
- Think Brand: Ogni prodotto è un *format* che, a sua volta, è un *brand*. RCS Sport offre ai partner massima visibilità su tutte le piattaforme media e sui vari target.
- Think global: Lo sport è un business che supera i confini e sviluppa nuovi scenari di profitto.

  [RCSSPORT.IT 2019 b]

Figura 3.7 Logo del *brand* di RCS Sport (dal sito web RCSSPORT.IT).

3.3 Vetrina del Bel Paese

Il Giro d'Italia è un importante evento ciclistico che si manifesta come l'occasione per mostrare al mondo la grande bellezza dei territori italiani. Oltre ad essere una manifestazione sportiva, è soprattutto una vetrina mediatica per raccontare un Paese come l'Italia e le sue città attraverso le emozioni del ciclismo. La Corsa Rosa è la cornice perfetta per esportare in tutto il mondo il patrimonio artistico, storico e naturale italiano. Il Giro d'Italia può avere diversi impatti sui territori in cui viene ospitato e che attraversa in ambito economico, ambientale, turistico, sociale, culturale ed infrastrutturale[14].

A livello economico, si possono ottenere vantaggi a medio-lungo termine e vantaggi a breve termine. La visibilità e la copertura mediatica aumentano a favore della località scelta: è semplice così poter promuovere e valorizzare il territorio e le eccellenze locali. Inoltre, importante è il forte incremento di richiesta turistica in tutta l'area. In un periodo ridotto, il livello di spesa e consumi aumenta e vi è un incremento per occupazione, sostegno e collaborazione tra partner locali. Per quanto riguarda il turismo, nello specifico, il Giro d'Italia è uno straordinario strumento di promozione turistica. L'80% degli spettatori sostiene che il Giro abbia infatti contribuito ad aumentare la notorietà delle varie località. Il 67% delle attività commerciali invece sostiene che il Giro abbia aumentato il turismo in città. Una ricerca dell'Università Bocconi per gli organizzatori del Giro d'Italia rileva che l'impatto della carovana rosa sul turismo è altissimo: porta in totale oltre 26 mila pernottamenti. Le aziende di turismo «sfruttano» il Giro come possono, per realizzare il miglior ritorno d'immagine [ZANINI 2017]. È importante notare però che solo il 30% degli spettatori ha affermato di voler ritornare nelle località di tappa. Il 14% durante il soggiorno acquista anche biglietti per musei e mostre. Solo l'11% dei visitatori è straniero. Infine, non va sottovalutato che è in crescita la percentuale degli spettatori che scelgono di assistere dal vivo ad una tappa per ragioni turistiche.

Per l'ambiente, il Giro fa pensare alle bellezze naturali dell'Italia, valorizza il paesaggio, contribuisce alla riqualificazione urbana e promuove la cultura della bicicletta.

Nella sfera sociale, il Giro è un evento aggregativo perché 8 spettatori su 10 preferiscono assistere alla tappa in compagnia di famiglia e/o amici. È un momento che accresce lo spirito di comunità e di appartenenza, favorendo condivisione e coinvolgimento. Rende

[14] Si può fare riferimento a questo link per maggiori informazioni sulla ricerca: https://linklab.unilink.it/ (data di ultima consultazione 17/06/2019).

infatti possibile la diffusione di competenze organizzative di grandi eventi, rivela l'importanza della professionalità e stimola l'impegno nel volontariato.
Culturalmente, il Giro d'Italia si fa portatore di valori positivi e forti eticamente come passione, fatica, impegno, sacrificio, spirito di squadra, competizione e rispetto.
A livello di impatto infrastrutturale, vi sono benefici a lungo termine per tutta la comunità grazie al passaggio della Corsa Rosa (*Figura 3.8*). Il Giro crea una forte collaborazione tra istituzioni, realtà imprenditoriali locali e cittadini. Sicuramente va ricordato il miglioramento dello stato delle strade ma vengono anche valorizzati giardini e risorse naturali. Possono essere ristrutturati edifici pubblici e privati per l'occasione e può essere ampliata l'offerta culturale dell'area interessata.

Figura 3.8 Momenti del Giro d'Italia: a sinistra in montagna mente a destra sul mare (dalla pagina ufficiale Twitter del Giro d'Italia e dal sito web SVELO.EU).

Per la 100° edizione della Corsa Rosa, migliaia di turisti scelsero di programmare le proprie vacanze in modo da poter seguire il Giro d'Italia, sia nelle tappe in Sicilia che nelle tappe in Puglia. Si sono mescolati ai tifosi locali molti visitatori anche in Sardegna proprio per vedere i campioni correre sulle loro biciclette. È un fenomeno noto da tempo quello dei «turisti del ciclismo» ma negli ultimi anni ha assunto proporzioni inattese. Gli uffici di promozione locali si sono mossi per organizzare meglio pacchetti, spostamenti e

ricettività legati alle tappe del Giro. La maggior parte dei tifosi del Giro sono a loro volta cicloturisti: un target che in tutta Europa vale un giro d'affari da 44 miliardi di euro, di cui 3,2 soltanto in Italia.

L'azienda di promozione turistica del Trentino, per il periodo 23-26 maggio 2017, proponeva speciali pacchetti turistici riservati agli ospiti che volessero seguire la carovana rosa [ZANINI 2017]. Nel 2016, invece, la 17° tappa del Giro d'Italia è partita da Molveno, località turistica trentina che si trova in riva all'omonimo Lago e sotto il gruppo delle Dolomiti di Brenta (*Figura 3.9*).

Figura 3.9 Partenza in Lungo Lago a Molveno per la 17° tappa nel 2016 (dal sito web CORRIERE.IT).

Per le tappe trentine del 2017, il sito web Trentino Outdoor Camping ha consigliato un elenco di campeggi dove soggiornare per seguire al meglio il Giro e vede il ciclismo come un esempio perfetto di vacanza attiva percorrendo gli oltre 400 km di piste ciclabili del territorio trentino.

È interessante ricordare l'anno 1962 quando il Direttore Torriani volle già dare un forte segnale che il Giro aveva una immensa potenzialità per promuovere la vocazione turistica del nostro Paese: si inventò infatti tanti nomi di fantasia da aggiungere alle località di

tappa. Nacquero così la Baia delle Favole a Sestri Levante, la Valle Santa a Rieti, la Cavalcata dei Monti Pallidi per la tappa dolomitica e le Balconate Valdostane per le montagne della Valle d'Aosta [GIRODITALIA.IT 2019 c].

3.3.1 La *Wine Stage*

Tante località cercano di dare luce al territorio e ai prodotti locali per permetterne la conoscenza; così da qualche anno RCS Sport crea e dedica alcune tappe ai vini italiani chiamate proprio "*Wine Stage*" [ZANINI 2017].

Dal 2011, in ogni Giro d'Italia, si vuole dare valore al vino che rappresenta l'Italia e il Made in Italy mostrandolo in tutto il mondo. In un'intervista a Vinitaly 2019, il Direttore Generale della Corsa Rosa, Marco Vegni, ha voluto riaffermare il fatto che il Giro d'Italia è un'eccellenza italiana non solo nel mondo dello sport ma anche in quello della cultura e dell'enogastronomia. Come già detto nel paragrafo 3.1.1, per il 2019, la tappa dedicata al vino è stata la cronometro Riccione-San Marino (*Figura 3.10*) che era dedicata ai vigneti del Sangiovese DOC [WINENEWS.IT 2019]. Nel 2016, invece, la cronometro da Radda a Greve era legata ai vigneti del Chianti Classico [ZANINI 2017]. Altre "*Wine Stage*" sono passate dai territori del Prosecco Superiore, della Franciacorta e del Sagrantino di Montefalco [WINENEWS.IT 2019].
Sempre a Vinitaly 2019, il sindaco di Riccione, Renata Tosi, è intervenuta in occasione della Presentazione ufficiale della *Wine Stage* della 102° edizione del Giro. Ha sottolineato che il legame tra vino e ciclismo vuole certificare la qualità della proposta cicloturistica e dimostrare che Riccione, principalmente nota per il mare, è allo stesso tempo collocata ai piedi delle colline coltivate a Sangiovese e impreziosite da splendidi borghi storici. È interessante far notare che a Riccione, sulla scia emotiva di Marco Pantani, sono nati i primi Bike Hotels. Inoltre, Augusto Michelotti, Segretario di Stato per il Territorio, Ambiente e Turismo della Repubblica di San Marino, ha riferito che il Giro d'Italia è uno straordinario strumento di promozione turistica e un potente mezzo di comunicazione e di valorizzazione delle eccellenze del territorio. Il fatto che la cronoscalata del 2019 arrivi a San Marino è un importante traguardo per la promozione del settore bike in cui la Repubblica sanmarinese si colloca come meta ideale per la scoperta della Romagna e del Montefeltro [COMUNE DI RICCIONE 2019].

Sono molte le richieste che arrivano all'organizzazione del Giro d'Italia dalle varie località vitivinicole italiane per ospitare la *Wine Stage*. Tra le varie candidature interessanti, vi è quella dell'Oltrepò Pavese che al momento è entrato nella carovana rosa come sponsor ufficiale. La Lombardia è una Regione importante per la Corsa Rosa perché è quasi sempre partita da Milano e alcune tappe di montagna si svolgono nell'area lombarda [WINENEWS.IT 2019].

Figura 3.10 *Wine Stage* Sangiovese, presentata a Vinitaly 2019 (dal sito web GIRODITALIA.IT).

3.4 Copertura mediatica della Corsa Rosa

Il Giro d'Italia del 2018 è stato seguito per televisione in 198 Paesi del mondo con una audience complessiva di 818 milioni di persone mentre le visualizzazioni delle pagine web risultavano essere più di 65 milioni. In Italia, la RAI crea una giornata intera dedicata al giro sul canale Sport e non solo, raggiungendo le 626 ore di trasmissione. Per quanto riguarda altri mezzi di comunicazione in favore della 101° edizione della Corsa Rosa, vi erano un totale di 2.054 presenze così divise tra 1.534 giornalisti, 520 fotografi e 911 testate nazionali [RCS SPORT 2018].

I primi Giri d'Italia erano descritti dettagliatamente sulle pagine rosa della Gazzetta dello Sport con grandi foto rappresentative. Nel 1932, all'Arena di Milano, la radio nazionale mandò in onda la prima radiocronaca dell'arrivo, in cui il radiocronista, Nello Corradi, dovette inventarsi mille espedienti per rendere interessante il programma durante le ore di trasmissione, senza avere il supporto delle notizie della corsa. Per il Giro del 1946, la RAI si inventò una trasmissione serale intitolata "Il girino innamorato", oltre alle cronache sportive. Nel 1948, la Incom[15] proiettò su tutti gli schermi d'Italia una rievocazione della storia del Giro. Nel 1951 fu istituito il servizio Radio-Giro gestito dalla RAI[16] che permetteva di dare in tempo reale la situazione della gara. In via sperimentale, il Giro del 1953 è stato ripreso in diretta per la priva volta dalla televisione mentre alla Radio si ascoltava "Giringiro", un programma condotto da Silvio Gigli in collaborazione con Billi, Riva e Quartetto Cetra. Nel 1956 la televisione mise in onda il varietà "Giro a segno" con Tognazzi e Vianello che facevano concorrenza alla Radio che usciva con "L'Italia in bicicletta". Per il Giro del 1963, la RAI diede vita a una trasmissione nel dopo corsa, "Il processo alla tappa": fu un'innovazione importante che segnò un radicale cambiamento delle telecronache sportive. La partenza del Giro del 1966 avvenne a Montecarlo dove, alla presenza del Principe Ranieri e della Principessa Grace, la presentazione in notturna delle squadre fu trasmessa in Eurovisione. Durante la Corsa Rosa del 1974, la Bavaria Film girò un lungometraggio sulla vita e sugli aspetti del Giro e lo proiettò in tutto il mondo. Nel 1980 la televisione italiana ampliò il palinsesto dedicato al Giro. Dal 1954 al 1992 era presente la RAI a raccontare le avventure del Giro mentre nel 1993 fu sostituita dalla RTI[17]

[15] La sigla si riferisce a "La Settimana Incom" che è stato un cinegiornale italiano, distribuito di settimana in settimana nei cinema dal 1946 al 1965.
[16] In questo caso, con la sigla RAI ci si riferisce alla Radio Audizioni Italiane, in quanto fino al 1954 la società di servizio pubblico radiotelevisivo italiana era solo una radio.
[17] Società del Gruppo Mediaset.

che affidò a Italia1 la programmazione dell'evento. L'impulso dato da RTI segnò una svolta nell'interpretazione della gara ciclistica dal punto di vista televisivo. La RAI tornò al Giro d'Italia nel 1997 proponendo nuovi programmi, oltre al "Processo alla tappa" [GIRODITALIA.IT 2019 C].

La programmazione offerta da RAI è tipicamente quella che segue in *Tabella 3.2*.

Tabella 3.2 Programmi del Giro d'Italia su RAI Sport.

11.50 – 12.50	"Villaggio di Partenza"
12.50 – 14.00	"Prima Diretta"
14.00 – 14.30	"Viaggio nell'Italia del Giro"
14.30 – 15.00	"La Grande Corsa"
15.00 – 16.15	"Giro in Diretta"
16.15 – 17.15	"Giro all'arrivo"
17.15 – 18.30 ca	"Processo alla Tappa"
20.00 – 20.45 ca	"TGiro"
23.00 – 23.30 ca	"Giro Notte"

È importante sottolineare il programma "Viaggio nell'Italia del Giro" perché ogni giorno racconta i territori attraversati dalla Corsa Rosa mostrando storie e tradizione, paesaggi e cultura dei vari luoghi che incontra in tutta la penisola italiana.

Il 10 aprile 2019 si è svolta la conferenza stampa di presentazione della programmazione RAI per la Corsa Rosa. Il Giro può essere visto tutto in diretta, senza interruzioni, per 170 ore. Per la 102° edizione la Rai ha deciso di rinnovarsi puntando su una narrazione che per la prima volta mantiene il continuum temporale della tappa, dal villaggio di partenza alla linea d'arrivo, su RaiSport e su Rai 2, con la telecronaca di Andrea De Luca e Alessandro Petacchi con lo scrittore Fabio Genovesi. Urbano Cairo, Presidente di RCS Group, ricorda che la partnership con la RAI rende da sessantasei anni il Giro un grande spettacolo sempre più internazionale. La giornata televisiva si apre poco prima del via della tappa con il "Villaggio di partenza" e si chiude con lo storico "Processo alla Tappa", guidato da Marco Franzelli e Davide Cassani assieme ai protagonisti della corsa, tecnici e giornalisti. In serata, si rivivono gli highlights della giornata e le interviste fatte durante la corsa in TGiro e la sintesi delle emozioni della tappa giornaliera in Giro Notte [ESPOSITO 2019].

L'8 aprile 2019 si sono svolte le riprese di "Aspettando il Giro" condotto da Edoardo Camurri a Tortoreto Lido. La troupe della Rai ha registrato le bellezze del territorio tortoretano, tra cui anche la pista ciclopedonale percorsa da un gruppo di ciclisti che stavano collaborando con la RAI. Il programma cerca di aggiungere informazioni culturali [CARTASTAMPA.IT 2019].

Il Giro d'Italia viene trasmesso anche da molte emittenti straniere in tutto il mondo. Sono ancora tante le testate giornalistiche che racconta i successi della Corsa Rosa e in Radio, invece, si continua a fare la cronaca in diretta.

La promozione derivante dal Giro può essere infatti un'occasione importante per ottenere popolarità mediatica per le varie località turistiche. Ad esempio, la Giunta Regionale dell'Umbria chiedeva un impegno di RAI e RCS Sport ad attivare un piano di comunicazione televisiva e multimediale durante i Giri d'Italia nel triennio 2018-2020 con spot promozionali dell'Umbria a fini socio-culturali e turistici. L'audience media giornaliera del Giro è infatti di 2.020.000 utenti, con il 16,6% di share medio in tv [RCS SPORT 2018]. Le regioni del Centro Italia chiedono una finestra quotidiana in televisione durante le tappe per compensare l'immagine danneggiata dal sisma del 2016 e del 2017 [ZANINI 2017].

Per quanto riguarda i social networks rosa (*Figura 3.11*), il Giro d'Italia possiede varie pagine ufficiali sui diversi social networks. La pagina Facebook della Corsa Rosa aiuta l'organizzazione a comunicare non solo le avventure sportive dell'evento ma anche i territori che vengono percorsi durante le varie edizioni. Da aprile a maggio 2019, infatti, ogni giorno sono stati pubblicati vari post che riguardano brevemente le città di tappa, anche attraverso un'immagine. Inoltre, è stato inserito un link alle informazioni turistiche che sono già inserite sul sito web ufficiale del Giro d'Italia: In-Giro, infatti, è un dossier online che verrà approfondito nel paragrafo 4.3.1 come un'ottima iniziativa offerta da parte di RCS Sport e dalle numerose città che ospitano l'evento rosa. Inoltre, le pagine dei social networks hanno sempre aggiornato i followers riguardo le tappe previste per il 2019 ed i relativi risultati sportivi.
Molti visitatori utilizzano i social network per seguire il Giro: nel 2017, su YouTube era raggiunto da 700.000 persone mentre su Instagram gli appassionati della Corsa Rosa era 250.000 [ZANINI 2017]. A cinque giorni dalla conclusione del Giro, il profilo ufficiale di

Instagram è seguito 672.000 follower mentre quello di Facebook ha totalizzato 1.325.008 approvazioni.

Oltre all'hashtag ufficiale del Giro d'Italia di ogni anno, sul web nascono tante iniziative per condividere foto e commenti sulle varie tappe. Molte pagine Facebook invitano a condividere le foto del Giro; tra i più svariati esempi si indicano la pagina di Trentino Outdoor Camping e la pagina di "Turisti per caso" [ZANINI 2017].

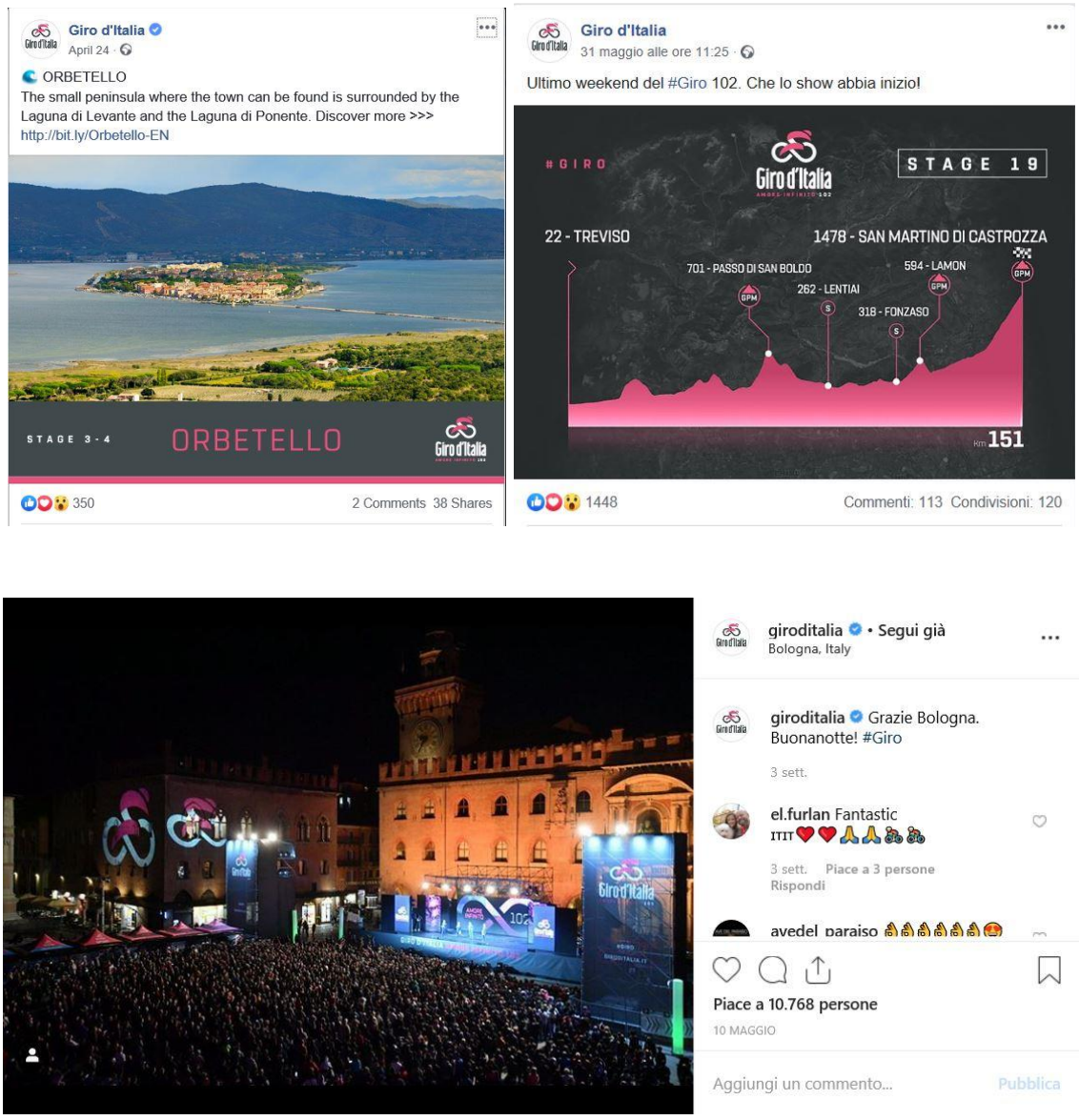

Figura 3.11 Dai profili ufficiali del Giro d'Italia su Facebook e su Instagram, un post riguardo Orbetello in inglese seguito dal post sull'altimetria della diciannovesima tappa e dal post sulla serata della Presentazione Squadre a Bologna.

Capitolo 4

I PROGETTI E GLI EVENTI COMPLEMENTARI DEL GIRO D'ITALIA

Si presentano i progetti e gli eventi che il Giro d'Italia e RCS Sport organizzano collaborando con altri enti, imprese ed associazioni del territorio italiano ed estero. Aiutano i professionisti a rispettare l'ambiente che li circonda durante tutto l'evento. Inoltre, coinvolgono non solo le persone appassionate di bicicletta a seguire la Corsa Rosa da prospettive alternative e spettacolari ma anche le persone che si approcciano per la prima volta al ciclismo, tra cui i bambini. Sono interessanti in quanto rendono il Giro conosciuto sia come evento sportivo sia come strumento di sviluppo locale. È importante quindi ricordare queste attività di completamento del Giro d'Italia in quanto coinvolgono moltissimi soggetti rispetto alla competizione nel Bel Paese, allo sport in bicicletta e alla crescita dei luoghi che lo ospitano.

4.1 GIRO CLUB, programma di ospitalità della Corsa Rosa

Il Giro d'Italia porta appassionati e ospiti al suo interno attraverso il GIRO CLUB che è il suo servizio di *Hospitality*. Si offre la possibilità di vivere ogni singola tappa da una prospettiva differente. Una tipica giornata "dentro" il Giro inizia accedendo all'Area *Hospitality* nella città di partenza simulando la cerimonia del foglio firma. Si può vivere poi ogni tappa attraverso il programma di "Race Experience". La conclusione invece avviene sempre da posizioni privilegiate al traguardo per godersi l'arrivo dei corridori in prima fila [GIRODITALIA.IT 2019 d].

Vi sono tre tipologie principali di pacchetti per usufruire della Area *Hospitality*: gli Start Packages, i Finish Line Packages e il Big Finish Hospitality.

Gli Start Packages riguardano l'esperienza che può essere vissuta nei villaggi di partenza del Giro, che ogni giorno nascono all'alba in una nuova località. Il villaggio di Partenza è il luogo di ritrovo degli atleti, degli sponsor e della direzione organizzativa prima del via alla tappa. I Finish Line Packages invece si svolgono sulla linea del traguardo dove per i corridori si conclude una giornata faticosa mentre attorno si respirano divertimento, gioia e intrattenimento. Nel villaggio di Arrivo (*Figura 4.1*), gli ospiti accedono alle aree *Hospitality* in cui trovano anche un servizio coffee e bar non-stop. Sugli schermi TV

possono seguire la corsa della tappa per poi assistere dal vivo all'arrivo dei concorrenti. Hanno l'opportunità di vivere in prima persona il momento tanto atteso anche da chi segue il Giro da casa e soprattutto di poter fotografare ed immortalare un attimo indimenticabile. Il Big Finish Hospitality somiglia per molti aspetti alla precedente tipologia ma la differenza principale si cela nel fatto che gli appassionati hanno la possibilità di essere presenti alla linea di traguardo più importante e soprattutto alla premiazione della Maglia Rosa dell'edizione in corso.

Figura 4.1 Aree *Hospitality* nella città di arrivo di una tappa di montagna (dal sito web SPORTSTOURSINTERNATIONAL.CO.UK).

Sono state create tre tipologie di Race Experience. L'ospite può vivere un'esperienza indimenticabile seguendo i corridori durante la tappa che più preferisce.

Il cliente più sportivo può approfittare del pacchetto Ride Experience che lo vede protagonista nel percorrere gran parte della tappa prima del passaggio dei corridori.

Una possibilità più confortevole è la Drive Experience che prevede di percorrere le strade a bordo di un'auto ufficiale del Giro. A guidare questa auto VIP è solitamente un ex corridore che può dare informazioni anche a livello sportivo sulla competizione in atto, sia seguendo la fuga che in prossimità del gruppo. Ogni auto ufficiale messa a disposizione

per questo pacchetto prevede 3 posti disponibili. La Chrono Experience è molto simile alla precedente ma si svolge solo nelle tappe cronometriche. Per i clienti con un budget di spesa elevato si offre anche la Fly Experience, che prevede l'aggiunta al servizio precedente il sorvolo della corsa in elicottero: una postazione privilegiata per seguire uno spettacolo mozzafiato. Tutte le proposte Race Experience includono i seguenti servizi e hanno le seguenti caratteristiche: l'accoglienza da parte dello staff Giro Club, il pass giornaliero, l'accesso all'Area *Hospitality* in Partenza con servizio bar non-stop, il box lunch, l'accesso in arrivo all'Area *Hospitality* con servizio bar non-stop, la visione della corsa live su schermi tv al plasma, un omaggio del Giro d'Italia e, su richiesta, l'eventuale rientro con navetta nella località di partenza.
Giovedì 9 maggio 2019 avviene la presentazione delle squadre che partecipano al 102° Giro d'Italia nella città di Bologna. I team sfilano davanti al grande pubblico in uno spettacolare *show* che appassiona la città della Grande Partenza.
Alcuni ospiti possono invece avere delle richieste speciali per vivere al meglio la loro esperienza all'interno del Giro d'Italia. I vari travel partner della Corsa Rosa sono pronti a fornire programmi su misura e soluzioni personalizzate che si adattano a realizzare i sogni dei clienti.

4.1.1 Tour operator ufficiali: focus su Musement

Molti sono i tour operator che si affiliano, attraverso il pagamento di una cifra[18], al Giro d'Italia e di conseguenza ad RCS Sport, come travel partner. Si occupano della vendita dei pacchetti offerti dal Giro Club per *Hospitality* e Race Experience. Vi sono vari tour operator stranieri mentre Musement[19] invece è l'unica azienda italiana, più precisamente una piattaforma che vende esperienze di viaggio (*Figura 4.2*).

È interessante sapere che nel 2018 Musement ha potuto raggiungere più target di clientela: non vi è un unico segmento (*Tabella 4.1*).

[18] Non può essere specificata per privacy.
[19] È stata fondata come *startup* da Alessandro Petazzi nel 2013 ed è stata acquistata a settembre 2018 dalla TUI Group che è il primo operatore turistico a livello mondiale. Si può approfondire al seguente link: https://www.musement.com/it/.

Tabella 4.1 Dati statistici dell'edizione 2018 del Giro Club, forniti da Musement.

SPESA MEDIA	175,00 €
PROVENIENZA	40% da Italia
ETÀ	Non si ha un dato preciso ma è in ribasso rispetto al passato.

Tutti i vari pacchetti non includono però il soggiorno e lo spostamento sul territorio italiano. Questo può essere un vantaggio e uno svantaggio per le città di tappa. Queste opzioni possono portare semplicemente alla presenza di escursionisti che partecipano all'evento e poi non rimangono nella città ma anche di persone che preferiscono soggiornare nelle località toccate dal Giro d'Italia e poi proseguire il loro viaggio all'interno della Corsa Rosa.

Figura 4.2 Insegna della sede centrale di Musement a Milano (foto personale).

4.1.2 Focus su Banca Mediolanum

Dal 2003 Banca Mediolanum è uno degli sponsor del Giro d'Italia, in particolare del Gran Premio della Montagna, contrassegnato dalla Maglia Azzurra [BANCAMEDIOLANUM.IT 2019]. Offre un pacchetto per seguire il Giro d'Italia sia per i clienti che per i propri lavoratori. Questo progetto rappresenta un'ottima occasione per creare momenti di incontro sia semplici che legati alla biciletta, accompagnati da vari testimonial come Francesco Moser, Gianni Motta, Maurizio Fondriest, Paolo Bettini e Alessandro Ballan. Il Giro d'Italia grazie a Banca Mediolanum può essere seguito sui social networks ufficiali come Twitter e Instagram, dove si possono scoprire tutti i racconti degli appassionati su #StorieDalGiro. Dal 2017 infatti Banca Mediolanum racconta diverse storie per diffondere a tutti le emozioni della Corsa Rosa. A margine del Giro d'Italia, sono varie le attività di relazione che Banca Mediolanum mette a disposizione della propria *community*: oltre trenta pedalate organizzate nelle località di partenza e di arrivo di tappa, vi sono sei pranzi sul percorso della gara, sedici Mediolanum Party, per far vivere l'emozione di una cena con i ciclisti di oggi e di ieri, alcune serate dedicate ai clienti in location esclusive e la possibilità di entrare nelle aree *Hospitality* di partenza e di arrivo. Inoltre, anche Banca Mediolanum offre la possibilità di seguire le tappe della Corsa Rosa con un'auto speciale. Nel 2016, per esempio, è stata organizzata una pedalata amatoriale per l'11 maggio, in occasione della quinta tappa del Giro d'Italia. Quasi cinquanta appassionati hanno avuto la possibilità di viverla anticipando di qualche ora i corridori, insieme ai campioni testimonial come Maurizio Fondriest e Francesco Moser [CARIDI 2016].

4.2 La Carovana rosa, programma di entertainment

La Carovana del Giro d'Italia è un progetto di entertainment, promozione e visibilità indirizzato ai partner commerciali e ai comuni presenti lungo il percorso della corsa [GIRODITALIA.IT 2019 e]. Si caratterizza attraverso momenti di festa precedenti al passaggio della gara. Fisicamente può essere descritta come un "serpentone" di automezzi colorati che precede il passaggio dei corridori di circa novanta minuti. Uno staff giovane e pieno di allegria distribuisce tanti gadget pubblicitari, così il pubblico che assiste diventa spettatore e protagonista. Il grande gruppo della Carovana si ritrova alla partenza alle 8.00 per il briefing giornaliero. Alle 9.30 circa, gli automezzi si allineano per la sfilata cittadina mentre alle 10.00 iniziano performance e coreografie presso il villaggio di partenza. La Carovana si avvia lungo il percorso dai tappa intorno alle 10.30 per poi permettersi alcune soste ufficiali e altri semplici *pit stop*, portando musica e balli anche nelle diverse località raggiunte dal Giro d'Italia. Negli ultimi anni, ha coinvolto più di 2.000.000 di persone e ha distribuito più di 500.000 gadget.

Per il 2019, le soste ufficiali della Carovana rosa[20] sono state Località Usella in Val Di Bisenzio, Prato, Lamporecchio, Montaione, Manciano, Priverno, Isernia, Ortona, Busca, Revello, Viu, Malonno e Quinto di Treviso. In realtà, le fermate chiamate *pit stop* sono state molto più numerose: in media, gli automezzi pubblicitari si fermano 3 volte per ogni tappa. Questo comporta un forte coinvolgimento del pubblico e fa sì che il Giro d'Italia sia amato per tutte le strade che percorre (*Figura 4.3*).

Figura 4.3 La Carovana del Giro: gli automezzi a sinistra e la festa nel villaggio di Partenza a destra (dal sito web GIRODITALIA.IT).

[20] Sono descritte al seguente link: http://www.giroditalia.it/it/carovana/soste-ufficiali/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019). Si possono trovare i collegamenti ai siti web ufficiali dei singoli comuni, in maggioranza si fa riferimento a quelli di promozione turistica.

4.3 Vivi il Giro: esperienze speciali all'interno della Corsa Rosa

RCS Sport offre agli appassionati e non solo altre modalità per vivere esperienze uniche a contatto con il Giro d'Italia. Ci sono molteplici obiettivi legati a queste attività ma i più importanti sono la sostenibilità e la conoscenza della bellezza del territorio e del ciclismo da parte di tutti, dai più piccoli ai più grandi.

4.3.1 In-Giro, una guida turistica rosa

Il sito web ufficiale del Giro d'Italia propone una vera e propria guida online per ogni tappa e descrive le città e le località toccate dalla 102° edizione (*Figura 4.4* - *Figura 4.5*). Offrono varie informazioni turistiche non solo per i curiosi ma anche per chi vuole seguire la Corsa Rosa da vicino, apprezzando le bellezze italiane [GIRODITALIA.IT 2019 f]. Inoltre, va ricordato anche il Giro Goloso[21] che è sempre una pagina web del sito ufficiale della Corsa Rosa, dove vengono spiegate le ricette tipiche per ogni città di tappa.

Figura 4.4 In-Giro, la guida ufficiale online delle tappe del Giro (dal sito web GIRODITALIA.IT).

[21] Per approfondire si veda il seguente link: http://www.giroditalia.it/it/giro-goloso/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

Figura 4.5 Esempio di schermata sul sito ufficiale del Giro d'Italia (dal sito web GIRODITALIA.IT).

Inoltre, quasi ogni regione d'Italia possiede una pagina web sul sito ufficiale del Giro (*Figura 4.6*), dove può pubblicizzare il proprio territorio e le loro attrazioni turistiche con varie foto e informazioni [GIRODITALIA.IT 2019 g].

Figura 4.6 Collegamento alla pagina web delle Regioni coinvolte dal Giro (dal sito web GIRODITALIA.IT).

Sempre, in collaborazione con Musement, vengono venduti dei pacchetti per vivere al meglio le città del Giro. Gli appassionati e/o i cicloturisti possono scegliere l'attività che più fa caso alle loro esigenze, accendendo dal sito web della Corsa al sito di Musement. Vengono organizzati tour enogastronomici, corsi di cucina, tour a piedi, degustazioni in cantina, visite al mercato locale e tante altre proposte (*Figura 4.7*), non solo nel particolare giorno della tappa della Corsa Rosa ma anche nel resto dell'anno.

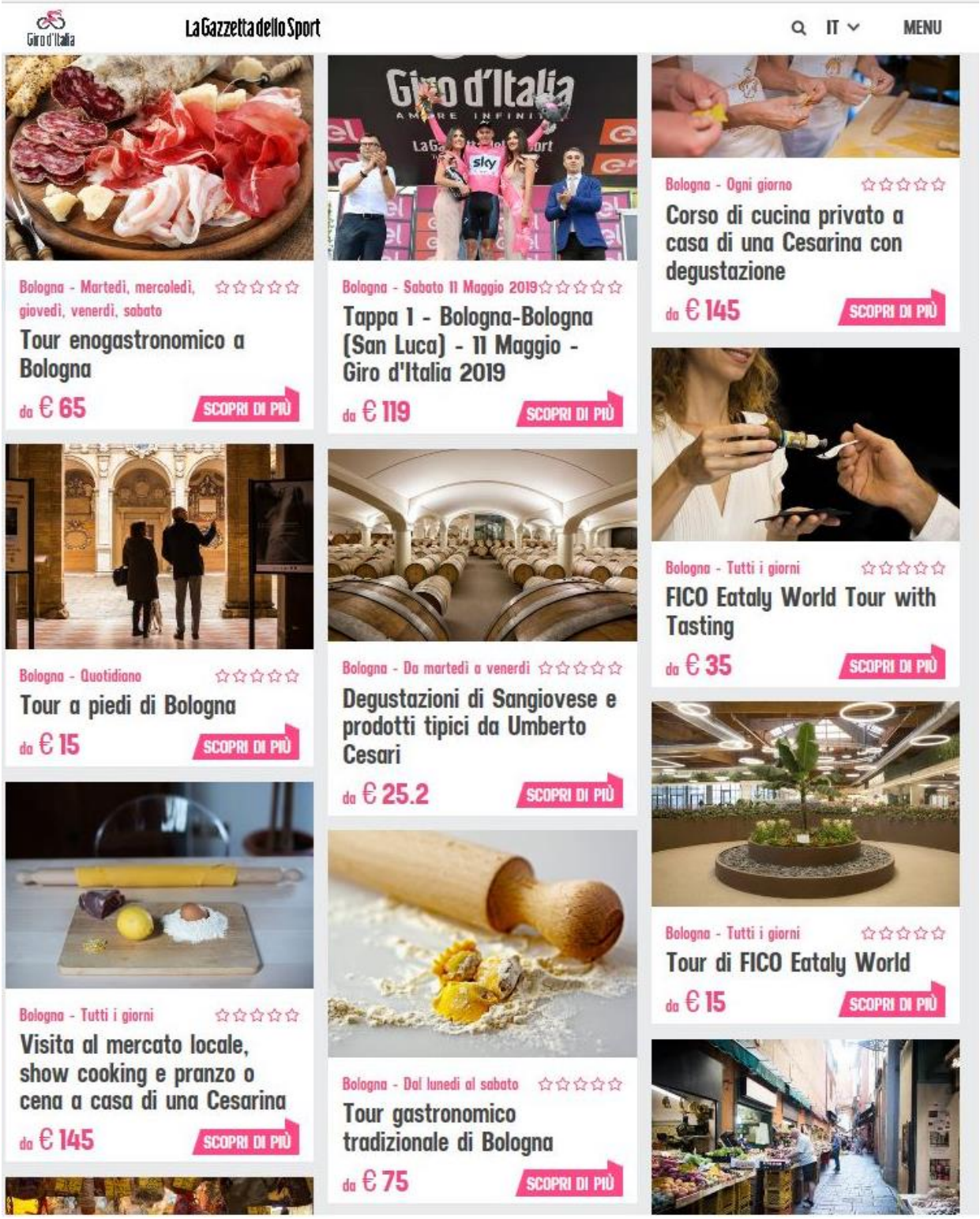

Figura 4.7 Proposte di Musement per la prima tappa del 102° Giro (dal sito web GIRODITALIA.IT).

4.3.2 Biciscuola, i bambini e la Corsa Rosa

Da diciotto anni, Biciscuola è il progetto educativo organizzato dal Giro d'Italia e coinvolge molti bambini della scuola primaria nelle zone interessate dal passaggio della Corsa Rosa (*Figura 4.8*) [GIRODITALIA.IT 2019 h]. L'obiettivo è far conoscere ai giovani il mondo e i valori del Giro ed avvicinarli alla cultura della bicicletta, al *fairplay*, trattando anche i temi della mobilità sostenibile, educazione alimentare e stradale. Le classi partecipano inviando i loro elaborati su uno dei temi proposti e i migliori lavori vengono premiati ad ogni tappa del 102° Giro d'Italia. In quella occasione, i bambini non solo partecipano alle attività del Pullman Azzurro, promosse dalla Polizia Stradale, ma giocano allo stand Biciscuola presso l'*open village* di ogni arrivo di tappa. In 17 anni i numeri di Biciscuola continuano ad impressionare: oltre 1.750.000 ragazzi coinvolti e oltre 29.000 bambini premiati al Giro.

Nel weekend prima della Corsa Rosa, il 4 e il 5 maggio 2019, molte città di tappa hanno ospitato una pedalata rivolta alle classi iscritte al progetto, alle famiglie e a tutti i cittadini appassionati. I relativi comitati sono stati coinvolti nell'organizzazione di questa pedalata: hanno organizzato un percorso dove si è iniziato ad assaporare l'imminente arrivo del Giro d'Italia nei vari territori.

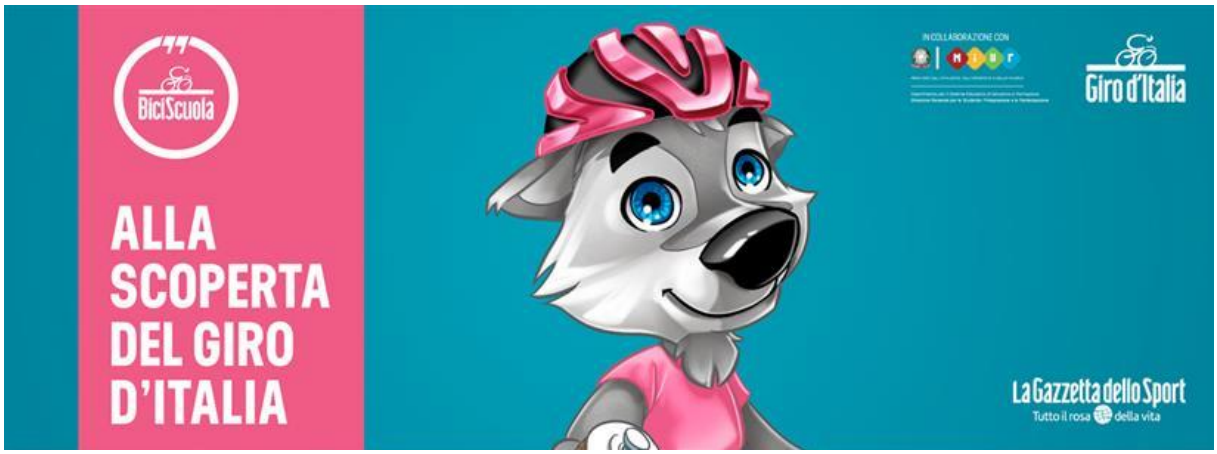

Figura 4.8 La mascotte del Giro e il progetto Biciscuola (dal sito web GIOVANILE.FEDERCICLISMO.IT).

4.3.3 Ride Green, il Giro attento all'ambiente

Ride Green è un progetto di RCS Sport dedicato alla salvaguardia dell'ambiente e alla sostenibilità dell'evento [GIRODITALIA.IT 2019 i]. Questo impegno concreto è nato in collaborazione con la Cooperativa Erica nel 2016 per rendere ecosostenibile il Giro d'Italia, invitando alla raccolta differenziata. I cittadini, gli addetti ai lavori e i media coinvolti vengono sensibilizzati sul riciclo. Il progetto intende veicolare un messaggio importante attraverso i canali mediatici che seguono la Corsa Rosa sul territorio, a livello nazionale ed internazionale. Sei sono gli obiettivi principali del progetto Ride Green: la raccolta differenziata, il riciclo dei materiali raccolti, l'*upcycle*, la misura delle performance, la sensibilizzazione e la comunicazione, la protezione dell'ambiente.

Durante la 101° edizione della Corsa Rosa, sono stati recuperati 75.758,12 kg di rifiuti, di cui il 90% è stato riciclato (*Figura 4.9*) [GIRODITALIA.IT 2018 b]. I Comuni più attivi nel campo dell'ecologia e della sostenibilità vengono sempre premiati in varie categorie. Per il 2018, le città di partenza che hanno raccolto il maggior quantitativo di rifiuti differenziati sono state: Abbiategrasso, Tolmezzo e Venaria. Invece, le città di arrivo migliori sono state Nervesa della Battaglia, Osimo e Bardonecchia. Il Comune di Roma Capitale era quello che aveva a disposizione il maggior numero di volontari che hanno coadiuvato l'attività di Ride Green durante la tappa finale del 101° Giro. Il Comune di Santa Ninfa è stato quello che ha meglio coinvolto la ditta di raccolta differenziata a supporto ed integrazione delle attività del progetto Ride Green.

Figura 4.9 Risultati del progetto Ride Green nel 2018 (dal sito web GIRODITALIA.IT).

Paolo Bellino, Direttore Generale di RCS Sport, ha dichiarato che un Giro sempre più ecosostenibile si lega a tutti i progetti di Social Responsibility che sono uno dei principali obiettivi di tutto il gruppo RCS. Roberto Cavallo, Amministratore Delegato E.R.I.C.A., ha

sottolineato come RCS Sport dimostra che con una buona pianificazione e organizzazione anche gli eventi complessi come il Giro d'Italia possono dimostrarsi sostenibili e raggiungere grandi obiettivi. La chiave del successo è sicuramente la comunicazione e il coinvolgimento dei partner e del pubblico. Lo sponsor Red Bull ha collaborato attivamente al progetto ecosostenibile Ride Green, con l'obiettivo di sensibilizzare le persone sull'importanza di una corretta raccolta differenziata[22].

L'edizione del 2019 per il progetto Ride Green è stata presentata in una conferenza stampa presso la sede di Corepla, il Consorzio Nazionale per la raccolta, il riciclo e il recupero degli imballaggi in plastica, il 18 aprile 2019 [GIRODITALIA.IT 2019 l]. Ride Green accoglie nuovi partner come la già citata Corepla, a cui è affidata la differenziazione delle bottiglie di plastica nelle aree *Hospitality*, e Greentire, società consortile che si occupa della corretta gestione degli Pneumatici Fuori Uso, che sensibilizza sull'importanza della raccolta degli pneumatici per l'ambiente e sulle possibilità di riciclo in un'ottica di economia circolare. È sempre presente Eurosintex, che produce gli oltre 1.200 contenitori per la raccolta differenziata e li invia a tutti i comuni che sono sede di tappa di partenza e arrivo. I contenitori, con il logo di Ride Green, vengono poi regalati alle amministrazioni e ditte di raccolta quale "eredità" del progetto. Inoltre, Novamont fornisce ai catering stoviglie e attrezzature compostabili per la somministrazione di cibo e bevande. Tutte gli eco-punti sono presidiati da oltre 250 volontari su tutto il territorio nazionale, reclutati dai comitati di tappa. Infine, come ogni anno, IMQ si occupa del bilancio di sostenibilità.

Roberto Salamini, Responsabile Marketing e Comunicazione di RCS Sport, ha sottolineato che il Giro d'Italia è sia un evento sportivo di portata internazionale che uno strumento di comunicazione che vuole trasmettere tutti i valori che esso rappresenta. Ride Green sta diventando una componente importante della Corsa Rosa perché sviluppa lo spirito di collaborazione di chiunque sia coinvolto durante la corsa, dai comuni agli sponsor, dai volontari a noi dell'organizzazione [GIRODITALIA.IT 2019 l].

[22] Grazie ad appositi contenitori e alla Mini Car Red Bull Recycle allestita con uno schiaccia lattine, ha favorito la raccolta delle 250.000 lattine realizzate in alluminio riciclabile al 100%, che sono state distribuite complessivamente in tutte le tappe toccate dal Giro d'Italia.

4.3.4 Giro E, corsa con le *e-bike*

Si tratta di una E-Bike Giro Experience[23] di tipo amatoriale riservata a dieci squadre che, dotate di bici elettriche, percorrono una parte del percorso delle tappe del Giro d'Italia del 2019, escludendo le tre cronometro (*Figura 4.10*). Le città di partenza sono in una località diversa da quella della Corsa Rosa e sono la prima fermata ufficiale della Carovana pubblicitaria. L'arrivo invece è sempre nella stessa città del Giro d'Italia per permettere così ai team di vivere l'emozione di passare sotto l'arco dei professionisti. La Corsa Rosa elettrica è sponsorizzata da Enel X. Ogni tappa è percorsa in condizioni di traffico aperto su strade urbane ed extraurbane dove vige il codice della strada. Solo eventuali tratti di percorso chiusi al traffico sono indicati prima della partenza di ogni tappa [GIRODITALIA.IT 2019 m]. Questo Giro speciale è partito la domenica 12 maggio 2019 da Cantagallo (Località Usella) ed è terminato il sabato 1 giugno a Croce D'Aune [GIROE.IT 2019].

Figura 4.10 Le bici elettriche del Giro E in viaggio (dal sito web GIROE.IT).

Tra le squadre partecipanti al Giro E, vi era quella legata allo sponsor Milano Cortina 2026 per dare luce alla candidatura dell'Italia ad ospitare le Olimpiadi Invernali. Il 2 giugno 2019, è stata accompagnata sul palco dell'Arena dal Presidente della Regione Veneto, Luca Zaia: ha annunciato che a breve si saprà il vincitore tra Italia e Svezia, come già accennato al paragrafo 2.2.

[23] Per maggiori informazioni si può consultare il seguente link: http://giroe.it/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

Capitolo 5

COME E PERCHÉ ESSERE CITTÀ DI TAPPA DEL GIRO D'ITALIA

Ogni anno il Giro d'Italia percorre la nostra penisola sia come un evento sportivo di grande spessore sia come un evento con lo scopo di mettere in risalto a livello globale le bellezze italiane. Questa è tra le motivazioni principali per cui molte città e località italiane chiedono di ospitare la Corsa Rosa. Il Giro d'Italia può essere infatti considerato un ottimo strumento di marketing territoriale, in quanto seguito da molte persone in tutto il mondo. È inoltre un modo per lanciare o rilanciare le varie destinazioni turistiche, cercando di attirare nuovi investimenti sul territorio. Per l'edizione del 2019, ad esempio, a L'Aquila si è manifestato molto entusiasmo nell'attesa dell'arrivo della settima tappa perché la presenza della Corsa Rosa è stata un grandissimo evento per tutto il territorio. Le amministrazioni hanno infatti dato piena disponibilità a sostenerlo. Attraverso il passaggio del Giro, al capoluogo abruzzese è stata data la possibilità di mostrare come sia una città in piena ricostruzione, dopo il terremoto che ha colpito l'area più di dieci anni fa [GIALANELLA 2018]. Si è assistito ad un ritorno dei visitatori in occasione della Corsa Rosa e questo può continuare ad avere effetti simili a lungo termine sul territorio.

5.1 Candidatura per diventare "Città di tappa"

Sul sito web ufficiale del Giro, è possibile candidare di anno in anno città, paesi e località per ospitare la partenza o l'arrivo di una tappa. Possono cominciare il percorso di selezione determinati soggetti come Comuni, Regioni e altri Enti promotori. Il modulo presente online (*Figura 5.1*) va compilato da un legale rappresentante che si propone. Il *form* sul sito del Giro richiede alcune informazioni: Paese, Località, Ente promotore, Cognome e Nome del rappresentante, Cellulare e/o Telefono, E-mail, Materiale turistico e Dossier e Planimetria dell'area [GIRODITALIA.IT 2019 n]. Gli elementi che RCS Sport

Figura 5.1 Collegamento al modulo online per candidatura a città di tappa (dal sito web GIRODITALIA.IT).

desidera dalle località candidate rendono la procedura semplice e difficile al tempo stesso. Il materiale turistico e il dossier sono facilmente reperibili per le grandi città ma per i paesi più piccoli talvolta bisogna costruire una rete con altre realtà dell'area circostante per ottenere maggiori attrattività turistiche. Molte volte, i luoghi candidati a città di tappa creano dei comitati che si occupano esclusivamente del sistema per ottenere la presenza della Corsa Rosa. Per ottenere la planimetria bisogna sicuramente avere il pieno sostegno degli enti pubblici territoriali.

Successivamente, RCS Sport contatta a sua volta le varie località che si sono candidate per iniziare l'iter organizzativo, in base alle esigenze tecniche del percorso che la direzione vuole costruire per i Giri d'Italia successivi. Solitamente, si inizia circa a febbraio dell'anno precedente a preparare il tracciato dell'edizione che verrà.

Il costo dell'accoglienza del Giro da parte di qualsiasi località non è per niente irrisorio. Non si incontrano molte informazioni a riguardo: grazie alla collaborazione e ad alcuni contatti con i comitati organizzativi delle città di tappa si possono conoscere alcune cifre esemplari. La Regione Veneto per le tappe che si sono svolte nell'ultima settimana del Giro di quest'anno ha speso più di 500.000 euro. La città di Como invece ha investito per l'arrivo della Corsa Rosa[24] un importo che si aggira sui 200.000 euro più IVA. L'Assessore al Turismo Rossotti ha descritto il Giro d'Italia come un evento di turismo in quanto in molti Paesi del mondo hanno l'occasione di vedere in diretta tv le bellezze di Como. Ha dato conferma del fatto che vale quindi la pena di investire su questo momento sportivo perché il numero di prenotazioni negli hotel della provincia per quel periodo era già elevato molti mesi prima. L'intenzione di portare la Corsa Rosa a Como era nata dalla necessità di dare visibilità alla città. L'impatto territoriale provocato dalla presenza del Giro non ha riguardato solamente la città ma è andato oltre i confini, creando effetti a medio-lungo termine [GIORNALEDICOMO.IT 2019].

Ogni anno, in concomitanza con la chiusura della corsa rosa, iniziano le anticipazioni sul Giro che verrà. Le grandi decisioni e le scelte importanti sul percorso dell'edizione successiva avvengono sempre nei giorni successivi all'ultimo giorno della Corsa Rosa. Il direttore del Giro d'Italia, Mauro Vegni, inizia infatti a sciogliere i nodi legati alla Grande Partenza e non solo.

[24] Tappa del 26 maggio 2019.

A maggio 2018 non si sapeva ancora se la Corsa Rosa nel 2019 iniziasse in Italia o all'estero. Alcuni media olandesi e francesi pensavano che il Giro partisse dallo stadio Velodrome di Marsiglia. Vi erano anche altre possibilità: la prima riguardava la città di Matera mentre la seconda vedeva protagonista Roma, con la quale RCS Sport ha un accordo su base pluriennale. Il 29 maggio 2018 era stata lanciata una proposta dal Bici Club Matera che deteneva molti consensi, tra cui il sostegno di Salvatore Adduce, il presidente della Fondazione Matera-Basilicata 2019. Il *brand* Matera si stava facendo avanti perché la città dei Sassi rappresenta l'Italia nel mondo come Capitale Europea della Cultura 2019. Vi era la possibilità che il Giro d'Italia partisse da Matera o che comunque potesse diventare un'area percorsa nelle tappe della corsa[25]. Nel caso si fosse trattato di un arrivo, sarebbe stato posizionato sul belvedere per far ammirare a tutta la carovana del Giro il panorama mozzafiato degli antichi rioni Sassi [SASSILIVE.IT 2018].
La Corsa Rosa sarebbe partita da Roma per arrivare a Milano, dopo aver percorso tutta la penisola ma senza sbarcare in Sicilia e Sardegna. Tantissime sono le città che hanno avanzato la propria candidatura ma già sapevano che il Giro sarebbe tornato in Puglia, con almeno un paio di tappe. Risalendo lo Stivale, l'elenco delle candidature diventa sempre più ampio: Gualdo Tadino voleva rinnovare l'arrivo del 15 maggio 2018 mentre anche Ravenna era pronta a tornare, come lo erano Novi Ligure e Ivrea. Verona ha chiesto invece di ospitare la partenza di una tappa, sempre vicino all'Arena. Si sapeva che sarebbero tornate le vette della Valtellina, come il Mortirolo e lo Stelvio. Si supponeva che il Giro d'Italia del 2019 potesse transitare sul Fraiteve, nel cuore del comprensorio sciistico della Via Lattea [SASSILIVE.IT 2018].
Il 9 ottobre 2018, l'Assessore Regionale allo Sport della Valle d'Aosta, Claudio Restano, ha incontrato il Direttore della Corsa Rosa, Mauro Vegni, per consolidare le tappe valdostane nel Giro del 2019. Sono stati così programmati l'arrivo a Courmayeur e la partenza da Saint-Vincent [AOSTASERA.IT 2018].

Il 15 aprile 2019, RCS Sport ha invece comunicato che l'Ungheria ospiterà la Grande Partenza del Giro d'Italia nel 2020. Sarà poi il preludio per altre due tappe che si svilupperanno sul territorio ungherese [GIRODITALIA.IT 2019 o]. Non è la prima volta che la Corsa Rosa parte in un Paese diverso: è importante ricordarlo in quanto questo spostamento della Grande Partenza da modo di rendere l'Italia ancor più conosciuta ed

[25] L'ultima volta che il Giro ha toccato Matera fu il 2013.

ammirata in altri Stati[26]. Al 19 febbraio 2019, invece, per l'edizione del 2020, si sapeva che una delle tappe importanti partirà dalla sede del secondo stormo dell'Aeronautica Militare, a Rivolto in Friuli Venezia Giulia. In questa occasione, si celebrerà anche la 60° stagione acrobatica delle Frecce Tricolori. Ci fu già una collaborazione importante tra Regione Friuli Venezia Giulia, Aeronautica Militare ed RCS Sport sia nel 2009 che nel 2014, quando si esibirono anche le Frecce. Il Presidente delle Regione Friuli Venezia Giulia, Massimiliano Fedriga, ha dichiarato che nel 2018 ha assistito alla tappa dello Zoncolan ed ha espresso l'auspicio che il legame tra il Friuli Venezia Giulia e il Giro d'Italia potesse rafforzarsi nelle successive edizioni. Si deve essere consapevoli che l'unione tra il territorio della Regione e un *brand* mondiale come la Corsa Rosa possa rappresentare un binomio vincente in molteplici aspetti [GIRODITALIA.IT 2019 p].

Ivan Basso, corridore due volte in Maglia Rosa[27], sostiene la candidatura di Cassano Magnago per il 2020 in quanto la concorrenza è molto elevata e per il 2019 non si è aggiudicata nessuna tappa. Secondo il campione, l'arrivo di tappa è un'iniziativa che porta lustro alla città e il Giro d'Italia è un evento di aggregazione. Ad esempio, i bambini respireranno l'atmosfera di un giorno che si porteranno dentro per tutta la vita e ci saranno migliaia di persone che arriveranno da tutto il mondo per vedere il passaggio sotto l'arrivo. Se Cassano Magnago ottiene la candidatura ufficiale, si inizierà a lavorare per riempire il pre e il post Giro perché non deve finire tutto in un solo giorno in quanto il paese verrà conosciuto in tutto il mondo. Il comitato organizzatore coinvolge il Comune, le associazioni del territorio e gli sponsor. Inoltre, un sondaggio sul territorio ha già ottenuto importanti risposte in termini di sponsorizzazioni e consensi per ospitare il Giro, come valore aggiunto per la comunità. Il sindaco Nicola Poliseno ha svelato che le risorse guadagnate da questa opportunità potrebbero essere utilizzate a favore dell'attività giovanile. L'eredità del Giro sarà un circuito per bici attorno al futuro parco pubblico da 45000 mq [28], per dare la possibilità ai più piccoli di pedalare e di allenarsi in totale sicurezza [CERESA 2019].

---

[26] Sono tredici le volte in cui il Giro è iniziato all'estero prima del 2020: 1965 San Marino (Repubblica di San Marino), 1966 Montecarlo (Principato di Monaco), 1973 Verviers (Belgio), 1974 Città del Vaticano, 1996 Atene (Grecia), 1998 Nizza (Francia), 2002 Groningen (Olanda), 2006 Seraing (Belgio), 2010 Amsterdam (Olanda), 2012 Herning (Danimarca), 2014 Belfast (Irlanda del Nord), 2016 Apeldoorn (Olanda) e 2018 Gerusalemme (Israele).

[27] Ha vinto i Giri d'Italia del 2006 e del 2010.

[28] Al seguente link si può approfondire il progetto: https://www.malpensa24.it/parco-pedemontana-cassano-regala-a-cassano-un-parco-pubblico-da-16-milioni-di-euro/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

Un altro esempio importante riguarda una delle grandi isole italiane, la Sicilia. La Regione sta infatti ricominciando a proporsi all'attenzione di ogni settore, compreso quello dello sport agonistico. Per questo, con RCS Sport, ha siglato un accordo triennale che prevede l'organizzazione del Giro di Sicilia[29] dopo 42 anni, di almeno tre tappe del Giro d'Italia nel 2020 e, infine, della Grande Partenza della Corsa Rosa nel 2021. Il Presidente della Regione Sicilia, Nello Musumeci, ha dichiarato che riportare il Giro d'Italia sull'isola può fortificarne l'immagine all'esterno. L'accordo triennale con RCS Sport saprà certamente assicurare una forte visibilità e un'importante ricaduta in termini di presenze turistiche. Nel 2021, con la Corsa Rosa, l'isola potrebbe ricevere l'attenzione di milioni di appassionati della bicicletta, ai quali può offrire percorsi e panorami suggestivi come cornice degna per una manifestazione così importante per il Bel Paese. Paolo Bellino, Amministratore Delegato di RCS Sport, ha definito la Sicilia come una terra piena di tradizione, storia e cultura, arricchita dal mare e dall'ottimo cibo. Inoltre, la Sicilia è un luogo ideale per andare in bicicletta in tutte le stagioni e si potrebbero così proporre non solo corse per professionisti ma anche corse amatoriali. Da qui, il Giro d'Italia e, nel suo piccolo, il Giro di Sicilia sviluppano il turismo sull'isola e diventano volano per l'economia del territorio che li ospita [RCSSPORT.IT 2019 c].

RCS Sport considera poi tutte le candidature e sceglie poi le città che ospiteranno arrivi e partenze del Giro e/o che verranno percorse dai corridori che competono per la Maglia Rosa. Nei giorni successivi a queste decisioni organizza vari incontri per la preparazione dell'evento che vede ogni località altamente impegnata, in modo particolare meeting operativi e sopralluoghi.

Nel caso di Como, una prima riunione per organizzare il lavoro da fare in vista dell'arrivo di tappa del 26 maggio 2019 si è svolta l'11 novembre 2018. Gli Assessori Comunali di Como, Marco Galli e Simona Rossotti, hanno incontrato il Direttore del Giro d'Italia, Mauro Vegni. Durante questo meeting operativo, si è parlato del percorso e della logistica in città non soltanto per l'arrivo ma anche per quanto riguarda le attività collaterali. Il Giro, infatti, porta con sé una serie di iniziative che vanno gestite e organizzate, a partire dal villaggio della gara, che necessita di spazi importanti. In dicembre, per tutte le tappe, si svolge un incontro più tecnico nel quale viene analizzato metro per metro del percorso e un vero e proprio sopralluogo da parte di RCS Sport [MOSCARDI 2018].

[29] È una corsa ciclistica a tappe che si svolge interamente in Sicilia: la prima edizione risale al 1907.

5.2 Gli eventi e le promozioni organizzati durante il Giro d'Italia

Spesso le varie località che ospitano il Giro d'Italia creano iniziative per vivere al meglio l'atmosfera rosa che trasforma il Bel Paese. Permettono così di vedere da vicino sia la corsa sportiva che le numerose attrazioni culturali e naturali della penisola.

Per il 100° Giro del 2017, in Val di Fassa, le iniziative collaterali erano molte: per esempio, è stato fatto un tour sulla ciclabile da Canazei a Masi di Cavalese, sono state organizzate alcune gite in mountain bike per i bambini e l'attesa all'arrivo della Corsa Rosa a Canazei è stata accompagnata con concerti in piazza. Ci sono state poi esibizioni di campioni di parapendio, mostre fotografiche, come la "Storia del Giro d'Italia in Val di Fassa", e incontri sui libri dedicati al mondo della bicicletta. Sul sito Dolomiti.it erano elencate le offerte create dagli hotel nelle zone toccate dal Giro.

Anche la Regione Lombardia offriva proposte simili in quanto ha valorizzato l'opportunità data dalla Corsa Rosa, sviluppando un progetto di promozione marchiato #inLombardia, che seguiva la carovana per tutto il percorso lombardo del Giro. Andando nel dettaglio, sempre nel 2017, la Varese Sport Commission aveva varato un progetto chiamato "La Varese del ciclismo" e pubblicato l'opuscolo "Varese Bike Experience: su Due Ruote tra Laghi e Vallate Prealpine"[30] [ZANINI 2017]. La città di Varese si era posta l'obiettivo di intercettare la domanda dei cicloturisti come destinazione turistica creando un calendario ricco di eventi in quanto tuttora il turismo ciclistico in Europa e nel mondo è sempre più diffuso [AMBROSETTI 2017].

In Trentino, per chi voleva seguire il Giro passo dopo passo, una casa per ferie religiosa in Val di Sole offriva ai cicloturisti un pacchetto che includeva il soggiorno in camera doppia in formula di mezza pensione, un incontro con il campione del mondo Maurizio Fondriest, due uscite in bicicletta alla scoperta delle Valli di Non e di Sole e un'uscita in bicicletta lungo il percorso della tappa del Giro d'Italia con uno staff preparato al seguito [ZANINI 2017].

In occasione della tappa Saint Vincent – Courmayeur del 25 maggio 2019, lo Skyway Monte Bianco offre una proposta speciale per gli ospiti che vogliono assistere all'arrivo. Il biglietto Andata/Ritorno da Pontal a Punta Helbronner costa 49 euro ed è utilizzabile esclusivamente per il giorno in cui la Corsa Rosa percorre le montagne della Valle d'Aosta.

[30] Ha l'obiettivo di consacrare la città e l'intera provincia al turismo sportivo, in particolare a quello sulle due ruote, proponendo eventi in cui si coniugano agonismo, divertimento, scopo benefico e valorizzazione del territorio.

Inoltre, per celebrare l'evento, una cabina della funivia che collega Courmayeur al Pavillon è stata personalizzata in rosa già da dicembre: in *Figura 5.2* si può vedere la locandina dedicata all'iniziativa e alla tappa valdostana Giro d'Italia [COURMAYEURMONTBLANC.IT 2019].

Figura 5.2 La locandina creata da Riccardo Guasco in occasione del Giro d'Italia e una bicicletta rosa allo Skyway Monte Bianco di Courmayeur (dal sito web COURMAYEURMONTBLANC.IT e dalla pagina ufficiale Facebook dello Skyway Monte Bianco).

5.3 Gli eventi che precedono il Giro d'Italia

Vi sono tante iniziative che le varie città di tappa organizzano prima del Giro d'Italia. L'obiettivo di questi eventi è quello di mettere già sotto i riflettori i territori che la Corsa Rosa toccherà. Si vuole far conoscere ai cittadini locali, agli appassionati del ciclismo e alle persone più curiose le attrazioni di ogni area che verrà percorsa dai corridori nel mese di maggio.

Riccione accoglierà i suoi ospiti con una vasta varietà di eventi. Sabato 13 aprile 2019 si è svolto il "Molecole Show, La Primavera del Giro", un progetto creato dall'Assessorato al Turismo per inaugurare un anno speciale dedicato allo sport. Un allestimento colorato con pois colorati a terra, sfere, palloni, ma anche installazioni fatte di maxi-biglie coinvolge per circa due mesi alcune vie importanti come Viale Dante, Viale Ceccarini, Viale Gramsci e Viale Tasso, gli ingressi della città, la zona del porto e due piazze di Riccione. Inoltre, si alternano anche degli spettacoli urbano-balneari in tutto il periodo nella città [HOTELRICCIONE.TRAVEL 2019].

A 102 giorni rispetto alla partenza del Giro d'Italia del 2019, le città di tappa hanno voluto presentare il loro legame con la Corsa Rosa, illuminando i monumenti, le piazze, le vie e i luoghi particolari che le rappresentano [GIRODITALIA.IT 2019 q]. Il progetto di comunicazione a cui si lega questo evento è "L'Italia in Rosa". Si vuole riportare un esempio artistico di questa manifestazione: la città di Riccione ha deciso di illuminare gli elementi sempre presenti in spiaggia, simbolo di un territorio che da sempre basa il proprio destino sull'orizzonte del mare (*Figura 5.3*). Con questi segni, l'artista Andrea Zonzini in arte "Perry Colante"[31] vuole raccontare il fuori stagione che vede il lido di Riccione carico di suggestione e bellezza [HOTELRICCIONE.TRAVEL 2019].

[31] È un grafico e fotografo, che vive e lavora per un'azienda di San Marino. Una curiosità interessante è il fatto che in alcuni scatti l'artista ha scelto di appoggiare alla cabina due simboli straordinari, le protagoniste indiscusse della storia di questo sport: le bici originali di Francesco Moser e di Marco Pantani.

Figura 5.3 La spiaggia di Riccione illuminata di rosa (dal sito web SPORT.SKY.IT).

Tutte le città di tappa hanno partecipato a questa iniziativa e la *Tabella 5.1* vuole essere un riassunto dei vari simboli che si sono illuminati di rosa il 30 gennaio 2019.

Tabella 5.1 Elenco simboli in rosa (dal sito web GIRODITALIA.IT).

1° TAPPA	Bologna – Bologna (San Luca)	Palazzo del Podestà
2° TAPPA	Bologna – Fucecchio	Fondazione Montanelli Bassi
3° TAPPA	Vinci – Orbetello	Museo Leonardiano nel Castello dei Conti Guidi Mulino di via della Diga
4° TAPPA	Orbetello – Frascati	Monumento ai Caduti
5° TAPPA	Frascati – Terracina	Tempio di Giove
6° TAPPA	Cassino – San Giovanni Rotondo	Rocca Janula Croce Obelisco di Renzo Piano nella Chiesa di San Pio
7° TAPPA	Vasto – L'Aquila	Statua di Gabriele Rossetti Palazzo dell'Emiciclo

8° TAPPA	Tortoreto Lido – Pesaro	Torre dell'Orologio Torre Panoramica
9° TAPPA	Riccione – San Marino	Cabine della spiaggia Tre Torri
10° TAPPA	Ravenna – Modena	Mausoleo di Teodorico Ghirlandina del Duomo
11° TAPPA	Carpi – Novi Ligure	Palazzo dei Pio Museo dei Campionissimi
12° TAPPA	Cuneo – Pinerolo	Via Roma Torre del Palazzo Comunale
13° TAPPA	Pinerolo – Ceresole Reale	Diga del Lago Serrù
14° TAPPA	Saint Vincent – Courmayeur	Arco di Augusto
15° TAPPA	Ivrea – Como	Palazzo Municipale Tempio Voltiano
16° TAPPA	Lovere – Ponte di Legno	Accademia di Belle Arti Tadini Piste da sci
17° TAPPA	Commezzadura – Anterselva	Campo di gara Coppa del Mondo di Mtb Poligono di tiro Stadio del Biathlon
18° TAPPA	Valdaora – Santa Maria di Sala	Museo di Plan de Corones Villa Farsetti
19° TAPPA	Treviso – San Martino di Castrozza	Porta San Tommaso Baita Segantini
20° TAPPA	Feltre – Croce d'Aune (Monte Avena)	Castello e Fontana di Piazza Maggiore Monumento a Tullio Campagnolo
21° TAPPA	Verona (Fiera) – Verona (Arena)	Entrata Cangrande di Verona Fiere Arena di Verona

Tutte le varie tappe del 102° Giro d'Italia sono state presentate ufficialmente il 31 ottobre 2018 negli studi RAI di Milano[32]. Dalle 16.45 c'è stata una diretta sul canale Rai 2 condotta dai giornalisti Alessandra De Stefano e Alessandro Fabretti. In sala erano presenti i campioni di ieri e di oggi come Adorni, Motta, Moser, Saronni, il vincitore del 101° Giro Chris Froome ed Elia Viviani, che originario da Verona è il corridore più vincente della stagione 2018. Oltre ai corridori, vi erano Gianni Moscon e Renato Di Rocco, il presidente della Federciclismo italiana [GAZZETTA.IT 2018]. Tra le varie dichiarazioni durante la cerimonia, Mauro Vegni, Direttore del Giro d'Italia, ha voluto sottolineare che nel viaggio della Corsa Rosa attraverso il nostro meraviglioso Paese si può mostrare non solo la sfida sportiva ma anche il patrimonio culturale e turistico dell'Italia [GIRODITALIA.IT 2018 c].

Ogni città di tappa e/o regione ha poi l'opportunità di mostrare nei dettagli il tratto del territorio che la Corsa Rosa toccherà. Ad esempio, il 6 marzo 2019, la città di Como ha iniziato a prepararsi ad accogliere il Giro in quanto la quindicesima tappa, come già detto nel capitolo 3, si svolge da Ivrea a Como. È stata illustrata durante una cerimonia in onore della Corsa Rosa a Villa Olmo[33]. Da parte della giunta cittadina si è dimostrata grande soddisfazione per il ritorno dopo 32 anni del Giro in città, in quanto è una straordinaria opportunità in termini di marketing e turismo per il territorio. Il 26 maggio 2019 è una domenica non soltanto sportiva perché vi sono in programma anche le Elezioni Europee e il "Concorso d'Eleganza" di Cernobbio. Il Comune lavora su diversi fronti: dalla viabilità all'ordine pubblico, per arrivare alla logistica e all'organizzazione per la domenica che si annuncia molto impegnativa. Il Sindaco di Como, Mario Landriscina, ha garantito che si attiva una proposta alla mobilità sostenibile: si vuole incoraggiare i visitatori ad utilizzare i mezzi pubblici su gomma, i treni e i battelli del Lago [DOLCI 2019].

Il Comune di Pont Canavese con la Provincia di Torino per aspettare il Giro d'Italia ha organizzato per il 7 aprile 2019 una biciclettata enogastronomica e culturale[34] (*Figura 5.4*). All'interno dell'iniziativa era prevista una visita guidata alla scoperta dei luoghi

[32] Ci si riferisce agli studi che ospitano la trasmissione di Fabio Fazio "Che tempo che fa". Erano le Officine aeronautiche di Taliedo, a pochi chilometri dall'area dove oggi c'è l'aeroporto di Linate. L'ingegnere trentino Giovanni Caproni costruì dal 1915 quella cittadella del volo che ha segnato la storia dell'aviazione italiana. Taliedo è diventata via Mecenate e quei capannoni, simbolo dell'archeologia industriale, sono diventati studi televisivi.

[33] È una villa neoclassica dell'Ottocento nei pressi del Lago di Como. Quello che segue è il sito ufficiale del restauro: http://www.villaolmocomo.it/# (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

[34] Al seguente link si possono trovare maggiori informazioni: http://canaveselab.com/event/biciclettata-gastronomica-e-culturale-a-pont-canavese/ (data di ultima consultazione: 24/05/2019). È stata poi rinviata al 5 maggio 2019.

caratteristici dedicati a grandi ciclisti professionisti e amatori del territorio [COMUNE.PONTCANAVESE.TO.IT 2019].

Figura 5.4 Volantino della bicicletta di Pont Canavese (dal sito web EVENTA.IT).

5.4 Le strutture alberghiere della città di tappa e i Bike Hotels

È stata svolta una ricerca per monitorare i prezzi di alcune strutture alberghiere per ogni città di tappa del Giro d'Italia del 2019 nel giorno precedente al passaggio dei corridori. Questo esperimento risale agli ultimi giorni di dicembre 2018 e prende principalmente in considerazione una camera matrimoniale per due persone in tutti i vari hotels, che sono caratterizzati dalla presenza di un parcheggio ampio e da una classificazione a 3 o 4 stelle. L'idea iniziale era quella di riscontrare un aumento di prezzo causato dalla presenza del Giro sui vari territori rispetto alle giornate in cui non vi il passaggio della Corsa Rosa. In realtà, in alcune zone d'Italia, si è potuto verificare che le strutture alberghiere erano già al completo. Di conseguenza, attraverso questa indagine, si può affermare che, specialmente nelle località più piccole come quelle montane, il Giro d'Italia porta un alto tasso di occupazione delle strutture alberghiere. Queste ultime vengono sicuramente occupate dall'organizzazione della Corsa Rosa e della Carovana ma anche dai turisti appassionati di ciclismo che amano seguire da vicino questo grande evento sportivo.
Nell'Appendice A, si può trovare il file Excel creato appositamente per questa ricerca: al suo interno, vi sono due fogli tra cui uno specifico sulla città e sulla provincia di Verona.

In particolare, si ricorda che, come i tour operator organizzano pacchetti per gli ospiti del Giro, anche alcuni Bike Hotels italiani creano delle offerte sul loro territorio per vivere la Corsa Rosa in prima persona e come spettatori.
Con l'espandersi del cicloturismo in Italia, sono nati i Bike Hotels ovvero strutture ricettive ad hoc per i turisti che amano la bicicletta, che dispongono solitamente di un servizio di noleggio bici, di guide o accompagnatori per tour organizzati e di un'area per l'assistenza meccanica. Questi hotels hanno quindi una clientela specifica e creano varie modalità per vivere esperienze uniche in sella a bici elettriche o a bici da veri professionisti e per sperimentare le varie tappe della Corsa Rosa, senza dover rinunciare al comfort e all'accoglienza di una struttura alberghiera. Di seguito, vengono descritti degli esempi significativi tra i molti che si possono trovare in internet: due strutture del gruppo Riccione Bike Hotels e il Garda Bike Hotel con gli alberghi collaboratori.

RICCIONE BIKE HOTELS[35]

I Riccione Bike Hotels hanno creato delle offerte per vivere le tappe dell'Italia centrale. In modo particolare, si sono concentrati sulla Wine Stage del 2019 e sul passaggio sul Gran Sasso durante la settima tappa [RICCIONEBIKEHOTELS.IT 2019].

L'Hotel Dory & Suite offre una settimana di ciclismo tra la Costa Adriatica ed il massiccio più maestoso della catena appenninica al seguito del Giro d'Italia: dall'11 maggio al 18 maggio 2019, sei giornate in bicicletta vissute insieme ad appassionati da tutto il mondo con le nostre guide professionali e tutti i servizi bike a partire da 1.244 euro. Organizza tre escursioni nell'entroterra romagnolo lungo alcuni itinerari e tre appassionanti tappe di montagna sul massiccio. L'arrivo dell'ultima tappa è nella città di L'Aquila dove si assiste all'arrivo della settima tappa del Giro d'Italia.

L'Hotel Fedora offre il pacchetto "Giro d'Italia 2019: l'emozione fa tappa in Romagna" dal 10 maggio al 25 maggio 2019. L'offerta comprende i servizi riportati in *Tabella 5.2*.

Tabella 5.2 Servizi compresi nel pacchetto offerto dall'Hotel Fedora di Riccione.

Pernottamento in camera SPORT BIKE con balcone vista mare con formula Mezza Pensione.
19 maggio: escursione a San Marino in bici con le guide (e in pullman per chi non pedala) per assistere alla salita del Giro d'Italia. A seguire, ristoro e festa in Fattoria al Podere Colli del Cerreto a Coriano.
Deposito biciclette in hotel ed officina attrezzata per riparazioni, con assistenza specializzata e servizio soccorso minibus; inoltre, lavaggio indumenti ed accessori sportivi gratuito.
Mappe a disposizione con percorsi dettagliati: tour ciclistici differenti in base al livello di preparazione. Guide esperte per uscite giornaliere in bicicletta.
Servizio Navetta da/per Rimini Airport / Riccione Station con servizio biciclette.

Con questo pacchetto si possono fare 7 giorni a partire da 450 euro a persona in camera doppia o 5 giorni a partire da 350 euro a persona in camera doppia.

[35] Maggiori informazioni si trovano al sito http://www.riccionebikehotels.it/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

GARDA BIKE HOTEL[36]

Il 2019 è il sesto anno che questo hotel propone un'esperienza per vivere il Giro d'Italia. Il pacchetto offerto da Garda Bike Hotel prevede un soggiorno minimo di 8 notti, dal 26 maggio al 3 giugno. I proprietari e gli accompagnatori degli hotels sono molto disponibili a condividere con gli ospiti e gli amici la passione per la bicicletta e per il Giro d'Italia. Sono previsti strutture alberghiere di qualità, transfer e partecipazione all'arrivo delle tappe della Corsa Rosa da una posizione privilegiata (*Figura 5.5*). Vi è inoltre la possibilità di presenziare alla cerimonia di premiazione per ogni tappa, specialmente a quella finale presso l'Arena di Verona. Le biciclette che possono essere noleggiate e che sono incluse nel pacchetto sono delle Pinarello Dogma F10 con Di2 e freni a disco. I vari pernottamenti sono programmati in cinque strutture diverse dell'Italia settentrionale. Si inizia sul Lago di Como per seguire la quindicesima tappa e pernottare solo una notte. La domenica 26 maggio si pedala percorrendo il Muro di Sormano e Ghisallo per raggiungere Bormio, dove ci sono le montagne più importanti del Giro. Dopo due notti nella località montana, si vivono varie avventure sulle Dolomiti ad Ortisei e a Moena. Per le notti del 2 giugno e del 3 giugno è previsto il soggiorno al Garda Bike Hotel sul Lago di Garda, precisamente a Peschiera. Alla Festa della Repubblica si partecipa all'arrivo della cronometro scaligera. Il costo del pacchetto per persona è di 4.599 euro: comprende molti servizi come la mezza pensione e il packet lunch per le tappe, il lavaggio dei capi da ciclismo, l'accompagnamento da parte di guide locali, il supporto di un minibus e il cycling kit del Garda Bike Hotel. Inoltre, per chi non può prendere parte alla prima offerta, è stato creato un pacchetto weekend in cui si partecipa alla partenza della tappa a Treviso e, specialmente, alla cronometro a Verona. Il soggiorno minimo è di 4 notti, dal 30 maggio al 3 giugno. Il programma è riportato nella *Tabella 5.3*, il costo per persona in camera doppia è 1.464 euro [GARDABIKEHOTEL.COM 2019 a].

[36] Per avere maggiori informazioni consultare il sito web https://www.gardabikehotel.com/en (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

Figura 5.5 Arrivo a Verona (Arena) per gli ospiti del Garda Bike Hotel e foto di gruppo con le ombrelline (dalla pagina ufficiale Facebook del Garda Bike Hotel).

Tabella 5.3 Programma Weekend con Garda Bike Hotel (dal sito web GARDABIKEHOTEL.COM)[37].

30.05	Arrivo e transfer al Garda Bike Hotel di Peschiera del Garda. Welcome drink, lo staff prepara le bici per la prima corsa.
31.05	Si partecipa alla partenza del Giro a Treviso. Si pedala poi tra le colline della terra del Prosecco Superiore.
01.06	L'escursione in bici prevede un'importante giornata tra Lago di Garda e Valpolicella, attraverso i vari vigneti.
02.06	Si parte in bici da Peschiera per arrivare in centro storico a Verona e per percorrere lo stesso percorso che fanno i ciclisti. Infine, festeggiare in Arena il vincitore del 102° Giro d'Italia.
03.06	Dopo la fine del Giro, si può salutare con il transfer oppure continuare la vacanza al Garda Bike Hotel.

[37] Per approfondire si segua questo link: https://www.gardabikehotel.com/en/giro-italia-verona-2019 (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

5.5 Vantaggi e svantaggi dell'essere città di tappa al Giro d'Italia

Al paragrafo 5.1 con cui si apre questo capitolo, che vuole essere una sorta di *vademecum* alla candidatura a città di tappa, si parla di questa fase come una procedura non troppo complicata che può essere affrontata da qualsiasi soggetto. È importante però che ci sia una comunione di intenti da parte dei diversi enti che si incontrano in un territorio, dal settore pubblico al settore privato.

Oggi l'organizzazione del Giro d'Italia è sempre più internazionale perché la sua macchina organizzativa è globale e coinvolge una struttura logistica fatta di oltre 1000 persone. Queste ultime devono gestire la "carovana" in movimento ogni giorno da una regione all'altra o da una nazione all'altra: ad esempio, nel 2018, da Israele dove la Corsa Rosa ha avuto inizio si sono poi spostati in Italia. Servono quindi ponti aerei, accordi con carriers e compagnie aeree, hotel e comuni che talvolta non recepiscono l'importanza di ospitare o far transitare nel proprio territorio una manifestazione sportiva per quanto riguarda l'indotto [MEZZO 2018].

Vale la pena investire gli importi che richiede un arrivo o una partenza della Corsa Rosa ed è interessante come tante località italiane chiedono di ospitare il Giro creando degli accordi importanti con RCS Sport. In provincia di Bergamo, l'associazione Promoeventi Sport da anni organizza almeno una tappa nel territorio in piena collaborazione con i vari comuni, della Provincia e della Regione Lombardia. La motivazione principale è legata al fatto che l'area ne ha risentito in positivo: molti appassionati vengono a provare le salite e le discese più percorse dalla Corsa Rosa.

Certamente, gli effetti positivi non riguardano solo lo sviluppo del turismo ma anche la crescita a livello locale. Per ospitare un evento come il Giro d'Italia si devono preparare al meglio le strade con una nuova asfaltatura per la sicurezza dei corridori, delle loro auto chiamate ammiraglie e della Carovana rosa. Questo però è un investimento a medio-lungo termine che porta beneficio anche alla località ospitante.

Ciononostante, si creano anche dei disagi momentanei che possono essere considerati degli svantaggi. Si può fare infatti riferimento a Bologna dove le vie percorse dal Giro sono state asfaltate il 29 e il 30 aprile, cioè a circa due settimane prima dell'inizio della Corsa Rosa: la città è rimasta praticamente bloccata per due giorni consecutivi. Inoltre, il percorso della seconda tappa che è partita da Bologna è stato cambiato nella zona di Sasso Marconi perché a causa di una frana il tracciato programmato non era agibile.

Spesso nella città di partenza di ogni tappa, tutte le scuole di ogni ordine e grado e molti luoghi di lavoro vengono chiusi per l'intera giornata o per lo meno anticipano l'orario di uscita.

È interessante riportare un episodio riferito al passaggio del Giro d'Italia a Verona e provincia nel 2013, che spesso può essere una spesa per i comuni coinvolti. Umberto Chincarini, che è stato Sindaco di Peschiera del Garda dal 2009 al 2014, aveva inoltrato la richiesta di 5.000 euro all'organizzazione della Corsa Rosa in quanto il paese lacustre ha dovuto dispiegare in servizio molti agenti di polizia locale per filtrare il traffico nell'ora di chiusura parziale della Strada Regionale 11 e per garantire la sicurezza di tutti gli attraversamenti. Inoltre, i dipendenti comunali hanno invece lavorato per la collocazione e la rimozione delle transenne nei punti strategici perché Peschiera doveva badare anche ai rapporti con i turisti che non erano interessati alla corsa ma solo alle bellezze del Lago di Garda. Erano state fatte delle riunioni in Prefettura per trovare le migliori soluzioni con lo scopo di contenere le ripercussioni sul territorio, già considerato altamente trafficato durante il fine settimana [STOPPELE 2013].

Inoltre, va riconosciuto che i tempi tra la candidatura e l'eventuale conferma effettiva da parte di RCS Sport possono essere veloci o richiedere più riflessioni perché i criteri di scelta e selezione non sono solo di natura tecnica. La direzione della Corsa Rosa lega le pedalate giornaliere anche ad avvenimenti storici e ad eventuali fattori culturali, cercando di rinnovare il percorso mantenendo le tappe obbligate e dando la possibilità a tante località, in certo senso nuove, di ospitare il Giro.

Essere città di tappa è quindi una forte opportunità di marketing territoriale che può lanciare una nuova località, far rinascere una città o aumentare la fama di una già rinomata destinazione turistica. Un evento come il Giro d'Italia è conosciuto in tutto il mondo ed è una delle manifestazioni sportive che tra i propri valori si pone come obiettivo la valorizzazione del Bel Paese.

Un esempio può essere la città di Verona che, nonostante sia famosa in tutto il mondo, ha ospitato la tappa finale del Giro il 2 giugno 2019 perché con la Corsa Rosa voleva sensibilizzare turisti e residenti al vivere la città in bicicletta. Lovere, invece, ha ottenuto notorietà a livello mondiale in quanto il tappone più importante del Giro d'Italia è partito da questa cittadina sul Lago d'Iseo. Entrambi i casi vengono discussi, approfonditi e confrontati nel sesto capitolo di questa tesi.

Capitolo 6

VERONA E LOVERE: DUE ESEMPI DIVERSI DI CITTÁ DI TAPPA

Qui di seguito si vogliono approfondire due casi particolari di città di tappa della 102° edizione del Giro d'Italia. L'obiettivo è confrontare una piccola cittadina montana come Lovere con la città di Verona, sede del Grande Arrivo 2019.

Lovere è conosciuta per le terme e per il Lago di Iseo ma, sicuramente, dopo la partenza della Corsa Rosa del 28 maggio 2019, otterrà maggiore notorietà. Verona, invece, ha ospitato il Giro d'Italia per affermare anche la sua immagine di città della bicicletta, nonostante sia già famosa per essere tra le città dell'amore più importanti al mondo. In *Figura 6.1*, si mostrano i loghi che contraddistinguono le tappe che interessano questo capitolo: quello di Verona è stato creato appositamente dalla Fiera in collaborazione con il Comune: il simbolo raffigura un'Arena stilizzata parzialmente in rosa che poggia su una corona di bicicletta.

Figura 6.1 I loghi di Verona e Lovere come città di tappa del 102° Giro d'Italia (dal sito web COMUNE.VERONA.IT e dal sito web GIRO.PROMOEVENTISPORT.IT).

6.1 Verona, la città dell'amore diventa la città della cronometro finale

La città di Verona aveva già ospitato il Giro d'Italia in diverse occasioni in passato: l'Arena si era infatti trasformata nella passerella finale nel 1981, nel 1984 e nel 2010. Il rapporto tra la città veneta e la Corsa Rosa ebbe inizio però nel 1924, quando l'undicesima tappa finì a Verona mentre la dodicesima tappa partì dalla città scaligera. Inoltre, Gino Bartali lasciò il segno l'8 giugno 1940, scattando sulle Torricelle e trionfando poi all'arrivo in via Farinata degli Uberti. Nel 1985 Francesco Moser ha ottenuto la Maglia Rosa a Verona nella cronometro iniziale. Il 3 giugno 1997, il Giro aveva testato quello che poi sarebbe diventato il percorso del Mondiale che comprendeva il passaggio sulle Torricelle come Gran Premio della Montagna. Il 24 maggio 2008, invece, Piazza Brà ha ospitato la partenza per Pampeago. Nel 2013, infine, Verona e provincia sono state percorse dai corridori durante la diciassettesima e la ventunesima tappa del Giro d'Italia [GIRODITALIA.IT 2019 c].

Quest'anno la Corsa Rosa è tornata nella città scaligera il 2 giugno portando con sé moltissimi eventi in onore della cronometro finale.
Tutta la città si è impegnata preparando le vetrine addobbate e alcuni menù a tema grazie ad un'iniziativa nata in collaborazione con Confcommercio. Un esempio può essere dato da un negozio di ottica di Via Cappello[38], che per l'occasione ha promosso un paio di occhiali tecnici Oaklay utilizzati dagli atleti del Giro e molto ambiti dai ciclisti appassionati [NORO 2019].
Dal 2 maggio 2019, a un mese dall'arrivo del Giro d'Italia a Verona, il cosiddetto "Trofeo Senza Fine" è stato esposto nell'androne del palazzo della Gran Guardia per poi essere consegnato al vincitore della Maglia Rosa. Era presente anche un cronometro che scandiva il count down del tempo che mancava al grande evento sportivo rosa [VERONANETWORK.IT 2019].
Sempre in Gran Guardia, sabato 1 giugno 2019, il corridore veronese Damiano Cunego ha festeggiato il quindicesimo anniversario della sua vittoria al Giro d'Italia del 2004, presentando in questa cornice la sua autobiografia titolata "Purosangue" e anticipando così la tappa finale della 102° edizione della Corsa Rosa [VINCENZI 2019].
Come già citato al paragrafo 5.3, anche nel centro storico veronese, sono stati illuminati numerosi monumenti e edifici importanti come l'anfiteatro Arena, la Gran Guardia, il

[38] Via Cappello è tra le vie cittadine più famose in quanto vanta la presenza della presunta Casa di Giulietta.

Palazzo Barbieri, l'Orologio della Bra, la Torre dei Lamberti e le Mura di Gallieno[39]. In provincia di Verona, alcuni enti pubblici e privati e alcune istituzioni hanno ulteriormente pubblicizzato l'arrivo del Giro d'Italia. La Funivia Malcesine – Monte Baldo[40] ha celebrato la straordinaria conclusione della Corsa Rosa, colorando a tema una delle sue nuove cabine (*Figura 6.2*). Inoltre, è stata uno dei protagonisti del Villaggio del Giro allestito davanti al Pala Expo di Veronafiere. Negli spazi aperti al pubblico, infatti, vi erano una storica cabina della funivia, utilizzata fino al 2001 per portare in vetta sia sportivi che turisti, e un grande gonfiabile nel quale si potevano trovare tutte le informazioni per vivere una straordinaria esperienza in alta quota. Il Museo Nicolis di Villafranca[41], invece, ha organizzato una mostra dedicata all'Italia del Giro e ai campioni che hanno fatto la storia [VERONASERA.IT 2019].

Figura 6.2 La Funivia Malcesine-Monte Baldo tinge di rosa una delle nuove cabine (dal sito web VERONASERA.IT).

Il 2 giugno, la cronometro individuale, realizzata su un tracciato di 17 chilometri, si è svolta anche sul rinomato circuito delle Torricelle. Il percorso dell'intera tappa finale viene mostrato dalla *Figura 6.3*. Il primo corridore è scattato dalla Fiera alle 13.40. A

[39] Sono le mura originali di età romana che si trovano dietro l'anfiteatro Arena: sono state costruite dall'imperatore Gallieno nel 265 d.C. per difendere al meglio la città dalle invasioni dei popoli barbari.
[40] Per avere maggiori informazioni sulla Funivia Malcesine – Monte Baldo si può consultare il seguente sito: https://funiviedelbaldo.it/it/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).
[41] Per approfondire e ottenere informazioni riguardo il Museo Nicolis di Villafranca si veda il seguente link: http://www.museonicolis.com/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

partire dalle 10.20, era aperto il villaggio delle due ruote che per l'occasione dell'arrivo della Corsa Rosa era stato allestito all'esterno del Palaexpo. All'interno del quartiere fieristico, invece, erano visibili al pubblico i paddock delle squadre in attesa della partenza. Entrambe le zone erano accessibili al pubblico con ingresso gratuito. In Arena erano stati lasciati a disposizione 9.000 posti gratuiti per assistere all'arrivo dei corridori sulla passerella rosa e alla premiazione finale del Giro d'Italia, gratuitamente per le gradinate e attraverso uno speciale accredito per la platea [MENINI 2019].

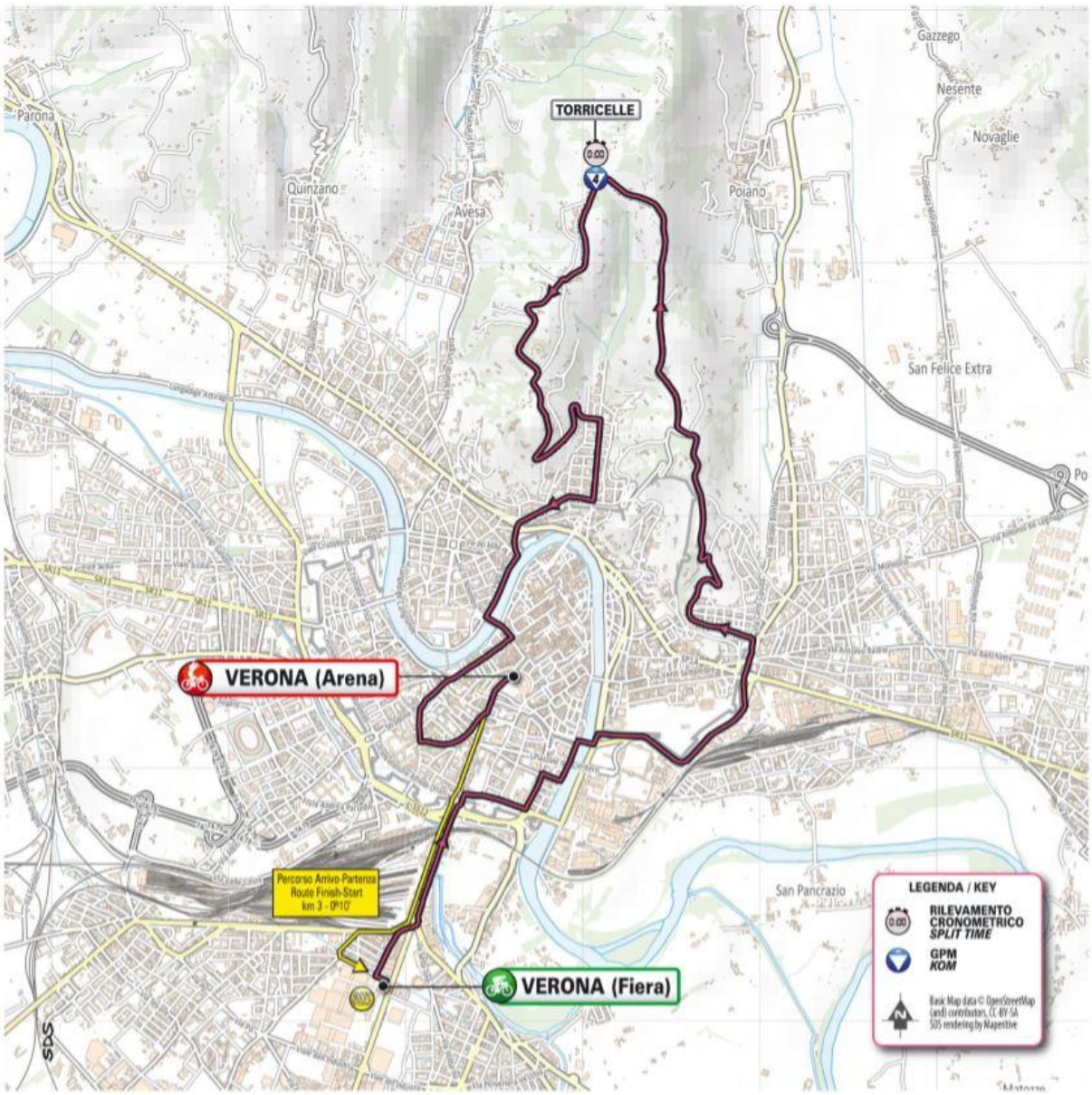

Figura 6.3 Percorso della cronometro finale del Giro d'Italia a Verona (dal sito web COMUNE.VERONA.IT).

Nei giorni precedenti alla festa rosa veronese, il Sindaco Federico Sboarina ha definito il Grande Arrivo del Giro d'Italia un appuntamento unico e straordinario che avrebbe avuto un fortissimo impatto sulla visibilità della città. Per un'intera giornata, infatti, la città e i suoi luoghi più suggestivi sono stati ripresi dalla telecamere di tutto il mondo, in occasione di una grande festa dello sport internazionale. Va ricordato che l'evento è giunto a Verona anche grazie alle importanti sinergie create con la Regione Veneto, facendo in particolare riferimento alla figura del presidente Luca Zaia. L'accordo stipulato tra il governatore veneto ed RCS Sport ha permesso lo sviluppo di alcune tappe sul territorio veneto e soprattutto della cronometro finale con arrivo all'interno dell'anfiteatro Arena [VERONASETTEGIORNI.IT 2019].

L'Assessore allo Sport Filippo Rando ha affermato che la città ha compreso il grande valore dell'evento sportivo che è stato ospitato. La macchina organizzativa infatti può essere definita un esempio di sistema che ha permesso a Verona di ottenere la massima visibilità grazie all'importante occasione rosa. Secondo Maurizio Danese, il presidente di Veronafiere, per organizzare il Giro d'Italia, si sono rafforzati i legami di collaborazione tra istituzioni, città e provincia in un'ottica di marketing territoriale del cosiddetto "sistema Verona". A Febbraio 2019, il CosmoBike Show, considerato il Festival Nazionale della Bici e visitato da 32.000 persone, ha visto la cooperazione dell'ente Fiera con RCS Sport e la Gazzetta dello Sport [VERONASETTEGIORNI.IT 2019]. Inoltre, il 27 maggio 2019, il presidente della Fiera di Verona ha aggiunto che Veronafiere è stata coinvolta nell'organizzazione della tappa finale della Corsa Rosa e nella conseguente valorizzazione del territorio. Questo impegno aveva l'obiettivo di sottolineare il ruolo di Verona quale capitale italiana delle due ruote, durante la manifestazione del CosmoBike Show, che si svolge ogni anno nei padiglioni fieristici scaligeri [UFFICIOSTAMPA.COMUNE.VERONA.IT 2019].

È importante sottolineare che sono stati attivati un'ampia serie di provvedimenti per garantire la sicurezza e la regolarità della mobilità cittadina anche durante la gara. Sul fronte della viabilità, per garantire il controllo di tutto il circuito di gara, erano presenti 120 agenti della Polizia municipale e 130 tra militari e volontari della protezione civile per il coordinamento della manifestazione. Oltre all'ente fieristico veronese e al Comune, la grande macchina organizzativa comprendeva le seguenti società: AGSM, AGEC, AMIA e Acque Veronesi [VERONASETTEGIORNI.IT 2019]. Per quanto riguarda i trasporti, sono stati attivati servizi straordinari. Il 2 giugno, infatti, AMT e ATV hanno messo a disposizione delle navette gratuite, le quali dal parcheggio del quartiere dello Stadio hanno trasferito

fino al centro città i numerosi visitatori giunti con pullman privati. Un altro percorso effettuato dalle navette andava dalla Fiera alla Camera di Commercio in Corso Porta Nuova [VERONASERA.IT 2019]. In molte vie e piazze della città di Verona è stato istituito il divieto di sosta con rimozione di tutti i veicoli, compresi cicli e motocicli, specialmente nel centro storico, dalle ore 7 di sabato 1 giugno alle ore 24 di domenica 2 giugno. Inoltre, è stato istituito il divieto di transito nelle suddette vie sempre dalle ore 7 di sabato 1 giugno alle 24 di domenica 2 giugno. Un altro cambiamento logistico riguarda l'area di sosta Taxi presente in Piazza Brà che a causa del Giro d'Italia è stata spostata in Corso Porta Nuova ai Giardini Pradaval. Per entrare e uscire dalla città con un qualsiasi veicolo, è stato data la possibilità di percorrere le vie percorribili dalle ore 12 alle ore 13 di domenica 2 giugno. Dopo questo orario, durante la gara, i veicoli e i pedoni non potevano immettersi nel percorso interessato dal transito dei corridori per recarsi altrove né attraversare la strada. Dalle ore 9 alle 18 della domenica sono stati istituiti anche alcuni sensi unici e altri obblighi di svolta in prossimità del percorso di gara. La Polizia Locale e le Forze di Polizia avevano la facoltà di vietare o consentire il transito e la sosta dei veicoli in deroga alla normativa in atto per le particolari esigenze che lo richiedano [VERONASETTEGIORNI.IT 2019]. Inoltre, sono stati effettuati alcuni interventi straordinari di sistemazione e di asfaltatura di alcune strade della città, inserite nel percorso della Corsa Rosa. I cantieri hanno avuto un costo complessivo di circa 450.000 euro ma porteranno numerosi vantaggi anche per tutti i veronesi, non solo per i ciclisti [VERONANETWORK.IT 2019].
Nell'Appendice B, si può trovare il documento redatto dal Coordinamento Sport e Tempo Libero - Servizio Manifestazioni del Comune di Verona e approvato dal Consiglio Comunale. Questo indica maggiori dettagli riguardo la co-organizzazione della tappa finale del Giro d'Italia tra l'ente territoriale veronese e RCS Sport.

A Verona, le celebrazioni commemorative della Festa della Repubblica sono state svolte eccezionalmente in Piazza dei Signori per evitare il sovraffollamento in Piazza Brà durante la mattinata, in quanto quest'ultima era già destinata ad ospitare il percorso di gara e il quartiere generale RAI. All'interno della Gran Guardia, invece, era già stata allestita l'area dedicata alla sala stampa. Il cambio della location per i festeggiamenti della Festa della Repubblica non ha creato problemi o discussioni tra l'Amministrazione Comunale e i cittadini interessati: la nuova cornice ha dato sicuramente una nuova positiva veste all'importante evento evocativo.

Il 26 maggio 2019, la squadra di calcio veronese Hellas Verona era passata alla finalissima che si è svolta sempre il 2 giugno a partire dalle 21.15 allo Stadio Bentegodi. È stata infatti posticipata perché le operazioni conclusive del Grande Arrivo del Giro d'Italia si potessero svolgere al meglio e in piena sicurezza.
La città di Verona ha superato in maniera egregia l'intesa giornata grazie alla preziosa collaborazione della Polizia Locale, della Polizia Stradale e di altre Forze dell'Ordine, ma soprattutto grazie anche ai cittadini veronesi ben informati.

Erano previste 200.000 presenze per la giornata della Festa della Repubblica a Verona, la quale si è trasformata nella festa rosa prima e nella festa gialloblù dopo, a conclusione della partita Hellas Verona – Cittadella che ha portato la squadra veronese a conquistare nuovamente la Serie A. L'obiettivo stimato è stato sicuramente raggiunto e lo confermano i quotidiani locali come L'Arena del 3 giugno 2019: in città si è manifestato il tutto esaurito grazie ad entrambi gli eventi sportivi. In modo particolare, numerosissimi erano i tifosi ecuadoriani che, per sostenere il corridore Richard Carapaz già in Maglia Rosa poi vincitore del Giro d'Italia, sono giunti da molte città italiane come Lodi, Lecco, Genova e Vicenza (*Figura 6.4*) [VERNAZZA 2019].

Figura 6.4 I numerosi tifosi ecuadoriani all'interno dell'Arena di Verona (foto personale).

Dal punto di vista economico, i locali del centro storico sono stati affollati da turisti e visitatori fin dalle prime ore del mattino per mangiare o semplicemente per bere, visto che il 2 giugno 2019 è stata una giornata molto calda e assolata. Come esempio, si può riportare uno dei più bei salotti di Piazza Brà ovvero il Liston 12, che si è trasformato in una specie di "tribuna privilegiata" davanti alla linea del traguardo. Per quanto riguarda le strutture ricettive, invece, non è stato registrato un grande incremento di pernottamenti anche se l'organizzazione, le squadre e i giornalisti hanno soggiornato in periferia o in provincia. Si presume che abbiano occupato molti degli hotel collocati in zona Fiera, a sud del centro storico veronese. Il Presidente degli Albergatori di Confcommercio, Giulio Cavara, insieme a molti commercianti ha comunque confermato

che un evento sportivo come la Corsa Rosa è un ottimo strumento di pubblicità per la città, anche a medio-lungo termine [TREVISANI 2019].

6.2 Lovere, una partenza in una località montana

Dal 2003, la cittadina di Lovere è considerata uno dei Borghi più belli d'Italia[42]: il 28 maggio 2019 ha ospitato la partenza della sedicesima tappa del Giro nella cornice del Lago d'Iseo (*Figura 6.5*). Era il tappone più atteso di tutto il percorso della 102° edizione perché, come già detto nel paragrafo 3.1.1, inizialmente prevedeva due importanti Gran Premi della Montagna: il Gavia e il Mortirolo.

Figura 6.5 Le bandiere del Giro d'Italia sventolano in Lungolago a Lovere (foto di Lisa Melotti).

Lovere si è preparata al meglio ad accogliere gli atleti e i tecnici delle squadre partecipanti, gli organizzatori di RCS Sport, i giornalisti e tutti coloro che danno il loro contributo per la sicurezza e per lo svolgimento della Corsa Rosa. Al fine di permettere lo svolgimento dell'evento, infatti, nei mesi precedenti, si sono svolti diversi incontri, sia a livello comunale che con il coordinamento degli Enti superiori, che hanno portato alla definizione di modifiche alla viabilità e alla sosta dei veicoli, nonché ad altri

[42] Si trovano maggiori informazioni riguardo tutti i Borghi più belli d'Italia al seguente link http://borghipiubelliditalia.it/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).

provvedimenti come la chiusura di tutte le scuole. Il 9 aprile 2019, in vista del tanto atteso appuntamento ciclistico, si era svolta la riunione di coordinamento presso la Prefettura di Bergamo per definire gli ultimi dettagli legati alla Tappa. A questo incontro erano intervenute alcune figure importanti a livello organizzativo come Marco Nardoni che è il Responsabile della squadra di RCS Sport per la partenza di ogni tappa, Mirella Pontiggia che è la dirigente della Polizia stradale di Bergamo, e Giovanni Bettineschi che è il presidente di Promoeventi Sport. Va ricordato che Marco Nardoni ha illustrato gli aspetti tecnici della tappa ai vari soggetti che si sono impegnati nella manifestazione, oltre ai comuni e agli organizzatori. È importante ricordare che i corridori non sono gli unici protagonisti del Giro ma nel dietro le quinte lavorano a stretto contatto tra loro molti altri soggetti. Nel caso di Lovere e della sedicesima tappa, hanno cooperato i funzionari della Polizia Locale, la Guardia di Finanza, i Vigili del Fuoco, la AREU, la Protezione Civile, l'ANAS e la FCI Bergamo. Infatti, avevano parlato a quella riunione anche Francesco Accetta della Questura di Bergamo, il Maggiore dei Carabinieri Giuseppe Regina e il Luogotenente della Guardia di Finanza Salvatore Guglielmo. Moltissima attenzione è stata data alla questione sicurezza perché il richiamo che il Giro d'Italia esercita su tutto il territorio bergamasco è elevato e alla chiusura delle strade prima del passaggio della carovana e dei ciclisti. Mirella Pontiggia, già sopracitata, aveva spiegato come le pattuglie di Bergamo vanno a integrare un servizio di scorta già in atto e prestabilito nella macchina del Giro. La Provincia di Bergamo e l'ANAS hanno svolto degli interventi, invece, sui tratti più critici della viabilità, tramite il rifacimento dei tratti stradali particolarmente critici e l'implementazione di guardrail [MYVALLEY.IT 2019].

Molti sono stati i visitatori che hanno partecipato agli eventi organizzati a Lovere: gli ospiti infatti hanno potuto godere dell'ospitalità e dell'accoglienza dei cittadini che si sono resi disponibili per la buona riuscita della manifestazione, nonostante qualche inevitabile disagio rispetto alla routine quotidiana. Il Sindaco di Lovere, Giovanni Guizzetti, prima dell'arrivo del Giro d'Italia, aveva affermato che la tappa più attesa del 2019 avrebbe portato una buona dose di notorietà non solo alla cittadina lacustre ma anche all'intera Vallecamonica. Questa partecipazione alla Corsa Rosa come città di tappa è stata frutto della collaborazione tra le attività produttive del territorio e Bim Oglio come sponsor, il Comitato di tappa, le Associazioni Sportive, le associazioni di volontariato e i dipendenti

comunali. In modo particolare, Promoeventi Sport[43] ha creato un accordo importante con RCS Sport fin dal 2004, quando una tappa arrivò al Passo della Presolana ed ebbe il maggior numero di audience televisiva, segnando un ritorno alla popolarità delle due ruote nell'area coinvolta. Il rapporto tra la città e la provincia di Bergamo e il Giro d'Italia dura quindi da 15 anni, in particolare, perché la zona è fondamentale per la corsa in quanto vi sono importanti salite e discese nelle Alpi lombarde. Tanti sono stati gli eventi organizzati a Lovere in attesa della tappa più lunga del 102° Giro d'Italia: si veda la *Tabella 6.1*. Sono stati occasioni nelle quali sia i cittadini che i visitatori della località lacustre hanno potuto apprendere molti aspetti legati al mondo del ciclismo e soprattutto a quello della Corsa Rosa, non solo aspettando la partenza di Lovere ma anche attraverso spettacoli, momenti di festa e conferenze. Tutte le sere, dal 20 aprile al 2 giugno, i seguenti edifici loveresi sono stati illuminati scenograficamente con proiezioni dedicate alla Corsa Rosa: l'anfiteatro di Piazza Tredici Martiri, Palazzo Tadini (*Figura 6.6*), Piazza Garibaldi e Piazza Vittorio Emanuele II.

Tabella 6.1 Programma degli eventi a Lovere prima e per la partenza della tappa [GIRO.PROMOEVENTISPORT.IT 2019].

29.04	Teatro Crystal	Serata di presentazione ufficiale della tappa Lovere-Ponte di Legno con Giacomo Agostini, Felice Gimondi, Ivan Gotti e Paolo Savoldelli.
11.05	Teatro Crystal	Spettacolo teatrale "Gino Bartali. Eroe silenzioso." rappresentato dalla compagnia "Luna e GNAC Teatro".
25.05	Piazza Tredici Martiri	Concerto dell'Orchestra "Casanova Venice Ensemble" con musiche "Rondò Veneziano".
	Lungolago	Spettacolo pirotecnico sul lago.
26.05	Promenade Montagu	Performance "White Stage" del Silence Teatro.
	Piazza Tredici Martiri	Concerto del Complesso Filarmonico Lombardo.
27.05	Piazza Tredici Martiri	Davide Cassani[44] presenta il suo libro "Le salite più belle d'Italia".

[43] Dal 2002 è un'associazione senza scopo di lucro con il fine di sostenere e organizzare manifestazioni sportive nel territorio bergamasco. Da sempre, voleva portare il Giro d'Italia nella provincia lombarda. Si possono trovare maggiori informazioni al seguente link: https://www.promoeventisport.it/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).
[44] Commissario Tecnico della Nazionale di Ciclismo.

	Palazzo Bazzini	Spettacolo teatrale "Gimondi. Una vita sui pedali." di Paolo Aresi.
28.05	Piazzale Marconi	Partenza della 16° tappa del Giro d'Italia del 2019. Parata di imbarcazioni della Canottieri Sebino Lovere e dell'Associazione Velica Alto Sebino.

Figura 6.6 L'Accademia delle Belle Arti Tadini illuminata di rosa (dal sito web BERGAMOESPORT.IT).

Inoltre, sempre per dare luce al Giro d'Italia in territorio bergamasco, hanno avuto luogo anche altre iniziative collaterali.

Dal 18 maggio al 28 maggio era presente un'esposizione delle biciclette storiche ed originali di Felice Gimondi in Piazza Tredici Martiri. Dal 20 aprile al 2 giugno, sul lungolago Stoppani, Roberto Abbiati[45] espone invece le sue illustrazioni con tema "Mai primi, mai vinti". La domenica 26 maggio, l'Associazione "Pedale Vintage" ha presentato in Piazza Tredici Martiri una serie di biciclette d'epoca.

I negozi facenti parte dell'As.Ar.Co. Lovere[46] sono invitati a partecipare a "Vetrine in tema", addobbando di rosa le loro attività. Le "Donne dei fiori" di Lovere invece hanno creato allestimenti floreali nel borgo antico. Infine, l'Aido Provinciale di Bergamo ha

[45] È un attore, musicista e illustratore, nato a Seregno nel 1958. Per avere maggiori informazioni si può vedere il suo sito ufficiale: http://www.robertoabbiati.it/ (data di ultima consultazione: 17/06/2019).
[46] Associazione Artigiani, Commercianti e Terziario di Lovere.

collocato due installazioni in alluminio in Piazza Tredici Martiri: una caffettiera e, naturalmente, una bici [GIRO.PROMOEVENTISPORT.IT 2019].

Il 28 maggio, i ciclisti e tutta la Carovana Rosa sono partiti da Lovere alle 10.30 per arrivare a Ponte di Legno, dopo aver scalato il Passo della Presolana, la Croce di Salven e il Mortirolo. Va ricordato che era programmato anche il Passo Gavia ma non è stato percorso dai concorrenti in quanto nelle settimane precedenti era ancora coperto di neve (*Figura 6.7*). È stata aggiunta una salita inedita da Cedegolo a Cevo attraverso la Valsaviore, un'ascesa che neppure i corridori conoscevano [FEBBRARI 2019]. È stata una tappa seguita ed entusiasmante anche a causa del tempo atmosferico avverso che ha messo a dura prova i corridori. Tutti i paesi delle provincie di Bergamo e Brescia erano comunque addobbati a tema Giro d'Italia e pronti ad accogliere la corsa.

Figura 6.7 Il Passo Gavia non percorso dai corridori a causa della presenza di muraglioni nevosi (dal sito web OASPORT.IT).

Il cambio del tragitto per la tappa Lovere – Ponte di Legno è stato programmato quando il Giro d'Italia era già alla seconda settimana ed è segno di un'ottima cooperazione tra enti ed istituzioni.

Nell'ambito turistico e sportivo, la collaborazione tra Valcamonica e Valtellina ha permesso di installare al passo del Mortirolo una nuova struttura al servizio dei ciclisti attesa da tempo da migliaia di appassionati che ogni anno risalgono in bicicletta i due

versanti della montagna, conosciuta in tutto il mondo grazie al Giro d'Italia. Un container è stato riadattato ed è stato dotato di un bagno e di uno spogliatoio: è stato poi presentato nel weekend precedente alla sedicesima tappa. È quindi un servizio che gli enti camuni e valtellinesi offrono ai turisti e alle loro comunità perché essi stanno investendo nello sviluppo turistico e in particolare nel settore ciclistico, che negli ultimi anni ha permesso loro di ricevere un premio per la più bella ciclabile d'Italia, la Tonale-Po [FEBBRARI 2019].

Secondo quanto riferito dall'Ufficio di Informazione e di Accoglienza Turistica[47], alla partenza della tappa, nonostante il tempo incerto, il Lungolago di Lovere è stato colorato da tutta la Corsa Rosa e dai tifosi dei corridori. Il centro storico era completamente pedonabile ma i visitatori sono comunque accorsi numerosi (*t 6.8*). Tante sono state le chiamate ricevute dall'Ufficio IAT per assicurarsi lo svolgimento della manifestazione, così come tante sono state le presenze negli esercizi commerciali e nelle strutture alberghiere[48]. Alcuni degli eventi programmati nei giorni precedenti alla gara sono stati annullati o spostati in un luogo coperto, se previsti in piazza. In ogni caso, Lovere è stata popolata sia di turisti italiani che di turisti stranieri per tutto il fine settimana rosa.

t 6.8 Il Lungolago di Lovere colorato dal Villaggio di Partenza della sedicesima tappa (foto di Marco Quaranta, fotografo locale).

[47] A tal proposito, è stato contattato l'Ufficio IAT il 04/06/2019, a distanza di una settimana dalla tappa, per avere informazioni riguardo l'afflusso di persone che hanno raggiunto Lovere, in occasione del Giro d'Italia.
[48] Non è reperibile il dato preciso.

6.3 Verona e Lovere a confronto

Verona e Lovere hanno entrambi uno stretto legame con il ciclismo e con il Giro d'Italia da molti anni. Sono sicuramente due casi differenti per molteplici aspetti ma l'obiettivo comune è quello di promuoversi come ottime destinazioni turistiche al mondo che segue la Corsa Rosa e di ottenere un riconoscimento come mete cicloturistiche.

Nelle due località, le presenze in occasione del Giro sono state numerose e aumentate rispetto all'anno 2018. Le strutture ricettive hanno avuto infatti un'elevata occupazione in tutta l'area d'appartenenza, in quanto le prenotazioni sono state fatte molto tempo prima degli eventi: ne dà conferma la ricerca già citata nel paragrafo 5.4.

È importante sottolineare che sia Verona che Lovere hanno sopportato il passaggio del Giro senza avere eccessive problematiche. A Lovere, ad esempio, la chiusura delle scuole ha aiutato certamente la buona riuscita dell'evento e, allo stesso tempo, ha dato la possibilità anche ai più piccoli di assistere alla Corsa Rosa. Talvolta, la formula Ride Green, progettata da RCS Sport e dal Giro d'Italia, viene rispettata solo all'interno delle aree relative all'*Hospitality* mentre al di fuori la località può risentire dalla presenza sovraccaricata di persone e, di conseguenza, di molti rifiuti ingestiti. A Verona, questa è comunque una situazione che si riscontra per tutta la stagione di concerti in Arena e su questo dovranno lavorare ad una soluzione il Comune di Verona e AMIA, l'Azienda Multiservizi di Igiene Ambientale.

Il Giro d'Italia porta moltissimi appassionati a seguire i propri idoli sulle strade italiane ma soprattutto mostra sempre le bellezze della penisola grazie alle trasmissioni RAI, come già accennato più volte. Queste sono le principali motivazioni per cui ogni città vorrebbe ospitare la Corsa Rosa. Per esempio, la Regione Veneto ha un forte rapporto con RCS Sport perché ogni anno molti Gran Premi della Montagna veneti offrono la possibilità al Direttore del Giro d'Italia Mauro Vegni e alla Commissione Tecnica di programmare molte tappe nella regione o nell'Italia nordorientale. Lo stesso vale per la Regione Lombardia e, in modo particolare, le Provincie di Bergamo e Brescia; senza dimenticare che la Corsa Rosa per moltissime edizioni si è conclusa a Milano.

Entrambi gli esempi riportati in questa tesi, Verona e Lovere, vogliono essere punti di riferimento e casi diversi per dimensione e collocazione geografica da poter seguire, sapendo che dal Giro d'Italia hanno ottenuto numerosi benefici sia a livello economico che a livello di visibilità mediatica.

CONCLUSIONI

Con questa tesi magistrale, si è voluto sostenere che i grandi eventi sono uno strumento di comunicazione efficace per il turismo e per il territorio. Attraverso il marketing territoriale, infatti, una qualsiasi destinazione turistica, nota o meno nota, può comunicare ai potenziali ospiti o ai potenziali *stakeholders* quanto possa diventare una scelta vincente. In questo caso, si è concentrato lo sguardo sul ruolo degli eventi sportivi, riflettendo più dettagliatamente sul Giro d'Italia.

La Corsa Rosa trascina con sé corridori professionisti, i loro tecnici, i giornalisti, le tv nazionali come RAI e quelle private, la Carovana pubblicitaria. Tutte queste persone che partecipano e lavorano al Giro d'Italia compiono un viaggio itinerante lungo la penisola italiana per tre settimane. Per questo motivo, molte strutture ricettive risultano essere pienamente occupate con almeno sei mesi di anticipo, in particolare dalle stesse squadre partecipanti. Tanti sono i tifosi e i visitatori che raggiungono le città di partenza, il percorso di gara e le città di arrivo per osservare da vicino i ciclisti. Inoltre, è fondamentale il ruolo della Carovana pubblicitaria che vede un centinaio di giovani animare le piazze attraverso varie coreografie e la consegna dei gadget, prima del passaggio del Giro d'Italia e del Giro E.

Sarebbe bene concentrarsi in futuro sull'impatto che la Corsa Rosa ha sulle strutture alberghiere attraverso uno studio più approfondito: infatti, l'esperimento fatto in questa tesi richiedeva molto più tempo per essere svolto al meglio ma ha permesso di capire che un effetto tra Giro d'Italia e l'ospitalità nelle città di tappa è rilevante dal punto di vista economico.

È chiaramente prevedibile che gran parte dei visitatori che si recano nelle città di tappa per seguire i corridori sono amanti o praticanti delle due ruote. Candidarsi per ospitare la Corsa Rosa per qualsiasi località si può quindi trasformare in un'opportunità per dimostrare che il territorio può accogliere anche i turisti appassionati della bicicletta.

Secondo uno studio di Isnart-Unioncamere e Legambiente [FRANZOSO 2019], il cicloturismo è un fenomeno turistico in grande espansione. Nel 2018, infatti, oltre 6 milioni di persone hanno utilizzato la bicicletta durante la loro vacanza. Le presenze di turisti italiani e stranieri nelle strutture ricettive e nelle abitazioni private sono risultate 77,6 milioni per un valore economico pari a 7,6 miliardi di euro l'anno. Dal 2013 al 2018

i cicloturisti in Italia sono aumentati del 41% e sicuramente l'impatto economico del cicloturismo andrà a migliorare.
Vi sono due modi per vivere la propria vacanza cicloturistica: sempre secondo i dati del 2018, vi sono circa 1,85 milioni di turisti che percorrono in bicicletta tutto il loro itinerario di viaggio mentre circa 4,18 milioni di persone portano le due ruote al seguito o si rivolgono a servizi di noleggio. Non vanno certamente dimenticati i 700.000 ciclisti urbani che utilizzano la bicicletta come mezzo di spostamento o semplicemente per svago.
Tra le regioni italiane considerate destinazioni principali dai cicloturisti figurano Campania, Lazio, Toscana, Emilia-Romagna, Lombardia, Trentino e Veneto. I mercati esteri di origine dei flussi interessati alla vacanza attiva sono generalmente Germania, Francia, Stati Uniti e Regno Unito.
Secondo PRINCIPATO 2019, il Sistema Nazionale delle Ciclovie Turistiche deve essere parte integrante della pianificazione delle infrastrutture prioritarie del Paese. Il governo attuale ne ha infatti confermato la realizzazione e il finanziamento con lo stanziamento di 361,78 milioni di euro. Si vuole creare un'infrastruttura diffusa che promuove la mobilità dolce e il turismo sostenibile, disciplinando la progettazione e la realizzazione delle opere, stabilendo dei requisiti e standard tecnici. Molti progetti finanziati dal governo in collaborazione con le Regioni e i Comuni sono parte di un "Piano generale della mobilità ciclistica", che prevede la realizzazione di nuove piste ciclabili e ciclovie a lunga percorrenza, l'attivazione di servizi di bike sharing e la costruzione di depositi di biciclette. Inoltre, il Sistema Nazionale delle Ciclovie Turistiche potrebbe favorire la riscoperta di zone meno frequentate del nostro Paese, incentivare il turismo sportivo e avere ricadute positive sulla salute delle persone.
È bene sapere che il cicloturista tipico ha solitamente una buona capacità di spesa e, di conseguenza, il territorio potrebbe ottenere delle entrate consistenti. Se le destinazioni ospitano il Giro d'Italia, il cicloturista è sicuramente attratto dalla presenza della manifestazione e successivamente può scegliere di tornare a soggiornare più a lungo a seguito dell'evento. Se un cicloturista segue invece la competizione in televisione o online attraverso il sito ufficiale e le pagine sui social networks, ha la possibilità di organizzare una vacanza in una data località, conosciuta grazie alla Corsa Rosa.
Va quindi analizzato in modo approfondito il cicloturismo legato al Giro d'Italia, per poi creare innumerevoli offerte per attrarre nuovi potenziali ospiti in un territorio. Il Lago di

Garda, ad esempio, creando la Ciclovia del Garda[49], ospiterà sempre più cicloturisti che richiederanno servizi e strutture adatte all'attività ciclistica. I Bike Hotels infatti potrebbero essere un investimento su cui costruire un'offerta solida per una domanda che sta crescendo in modo interessante.

Investire sulla bicicletta, sia come offerta turistica che come passaggio del Giro d'Italia, per un qualsiasi territorio può diventare una risorsa importante per mantenere vivo il suo essere destinazione turistica, o in questo caso destinazione cicloturistica, sia per i turisti che per i residenti. Il *brand* del Giro d'Italia può essere la chiave per entrare nel mondo del cicloturismo perché la Corsa Rosa è seguita da molte persone, sia da appassionati di ciclismo che da quelli che lo guardano per vedere le bellezze italiane. Con la vittoria di Richard Carapaz il 2 giugno 2019, anche l'America Latina si potrebbe movimentare nel raggiungere l'Italia per vivere una vacanza, in quanto il Giro d'Italia resta la "Corsa più dura del mondo nel Paese più bello del mondo".

[49] Sarà un percorso ciclopedonale che passerà lungo il Lago in ogni punto per un totale di 140 kilometri in tre regioni diverse.

BIBLIOGRAFIA

ADCGROUP.IT 2018, *Bea Festival. Monitor 2018, Finzi (AstraRicerche): il mercato degli eventi e della live communication in Italia vale 884 milioni di euro (+3,8%). Un miliardo entro due anni*, reperibile all'indirizzo web https://www.adcgroup.it/e20-express/data-center/monitor-eventi/bea-festival-monitor-2018-finzi-astraricerche-mercato-eventi-e-live-communication-in-italia-vale-884-milioni-di-euro.html (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

ADCGROUP.IT 2010, *Eventi sportivi come chiave di successo per il turismo*, reperibile all'indirizzo web http://www.adcgroup.it/e20-express/data-center/ricerche/eventi-sportivi-come-chiave-di-successo-per-il-turismo.html (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

AMBROSETTI S. 2017, *La "Varese Bike Experience" pronta a partire. Il turismo sportivo rilancia il nostro territorio*, reperibile all'indirizzo web http://www.laprovinciadivarese.it/stories/Economia/la-varese-bike-experience-pronta-a-partire-il-turismo-sportivo-rilancia-il-no_1239299_11/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

AOSTASERA.IT 2018, *Giro d'Italia, Valle d'Aosta tratta per arrivo a Courmayeur e partenza da Saint-Vincent*, reperibile all'indirizzo web https://aostasera.it/notizie/sport/giro-ditalia-valle-daosta-tratta-per-arrivo-a-courmayeur-e-partenza-da-saint-vincent/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

BANCAMEDIOLANUM.IT 2019, *Giro d'Italia 2019*, reperibile all'indirizzo web https://www.bancamediolanum.it/giro2019/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

BELLO F. 2015, *Turismo sportivo: Venezia e la Venicemarathon*, Tesi di Laurea Magistrale in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici, Anno Accademico 2014/2015, Università Ca' Foscari di Venezia.

CARA G. 2018, *Il marketing dei territori in pillole*, reperibile all'indirizzo web https://marketingdelterritorio.info/index.php/it/notizie/3234-a-che-cosa-serve-il-

marketing-il-marketing-dei-territori-in-pillole (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

CARIDI 2016, *Giro d'Italia 2016: Banca Mediolanum organizza la pedalata amatoriale con i testimonial*, reperibile all'indirizzo web http://www.sportfair.it/2016/05/giro-ditalia-2016-banca-mediolanum-organizza-la-pedalata-amatoriale-con-i-testimonial/366811/ (data di ultima consultazione 12/06/2019).

CAROLI M. G. 2011, *Marketing territoriale e governo del territorio*, in CAROLI M. G. (a cura di), *Il marketing territoriale: idee ed esperienze nelle regioni italiane*, FrancoAngeli, Milano, pp. 83-91.

CENTROSTUDITURISTICIFIRENZE.IT 2016, *Toscana SporTurismo. Il Turismo sportivo in Toscana: numeri e considerazioni*, reperibile all'indirizzo web http://centrostudituristicifirenze.it/wp-content/uploads/2016/03/TURISMO-SPORTIVO_Pisa-rel.-Tortelli-1.pdf (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

CERESA G. 2019, *L'obiettivo di Ivan Basso: «Portare il Giro d'Italia a Cassano nel 2020»*, reperibile all'indirizzo web https://www.malpensa24.it/lobiettivo-di-ivan-basso-giro-italia-a-cassano-nel-2020/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

CERTASTAMPA.IT 2019, *A Tortoreto si gira...aspettando il Giro d'Italia*, reperibile all'indirizzo web https://certastampa.it/attualita/31607-a-tortoreto-si-gira-aspettando-il-giro-d-italia.html (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

CHERUBINI S. 2007, *Gli eventi come nuovo fenomeno socio-economico: un'opportunità per il marketing e la comunicazione*, in Cherubini S., Pattuglia S. (a cura di), *Comunicare con gli eventi. Riflessioni e casi di eccellenza*, Milano, pp. 13-35.

COMUNE DI RICCIONE 2019, *Riccione. God Save The Wine Stage Riccione – San Marino*, reperibile all'indirizzo web http://giornalediriccione.com/riccione-god-save-the-wine-stage-riccione-san-marino/ (data di ultima consultazione: 11/06/2019).

COMUNE.PONTCANAVESE.TO.IT 2019, *Aspettando il Giro d'Italia - Il 5 maggio biciclettata gastronomica e culturale*, reperibile all'indirizzo web http://www.comune.pontcanavese.to.it/it-it/appuntamenti/aspettando-il-giro-d-italia-il-7-aprile-biciclettata-gastronomica-e-culturale-67653-1-03c97808a33e77b6e794bd88f43f9573 (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

COURMAYEURMONTBLANC.IT 2019, *3 giorni di divertimento per festeggiare il ritorno del Giro d'Italia a Courmayeur*, reperibile all'indirizzo web https://www.courmayeurmontblanc.it/it/giro-ditalia-2019 (data di ultima consultazione:

DE LEONARDIS L. 2014, *Marketing Territoriale: promuovere prodotti tipici e birre artigianali*, reperibile all'indirizzo web http://www.argoserv.it/marketing-territoriale-prodotti-tipici (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

DOLCI V. 2019, *La città si prepara al Giro d'Italia 2019. La presentazione della tappa comasca con partenza da Ivrea*, reperibile all'indirizzo web https://www.espansionetv.it/gate/2019/03/06/la-citta-si-prepara-al-giro-ditalia-2019-la-presentazione-della-tappa-comasca-con-partenza-da-ivrea/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

ESPOSITO E. 2019, *Ciclismo, Giro d'Italia: 170 ore "narrate" in diretta sulla Rai. Cairo: "Unisce il Paese"*, reperibile all'indirizzo web https://www.gazzetta.it/Ciclismo/10-04-2019/ciclismo-giro-d-italia-170-ore-narrate-diretta-rai-cairo-unisce-paese-330640143916.shtml (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

FEBBRARI L. 2019, *Arriva il Giro e il Mortirolo è più accogliente*, reperibile all'indirizzo web https://www.bresciaoggi.it/territori/valcamonica/arriva-il-giro-e-il-mortirolo-è-più-accogliente-1.7362814 (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

FERRARI S., ADAMO G. E. 2004, *Eventi, marketing territoriale ed immagine delle città*, presentato in occasione del Convegno dell'Associazione Italiana di Sociologia "*Governo della città e trasformazione urbana"*, Dipartimento di Scienze Aziendali, Università della Calabria.

FRANZOSO E. 2019, *L'Italia a vocazione ciclabile per un turismo felice*, reperibile all'indirizzo web https://www.marketingdelterritorio.info/index.php/it/notizie/3458-l-italia-a-vocazione-ciclabile-per-un-turismo-felice (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GARDABIKEHOTEL.COM 2019 a, *Special cycling holiday package to enjoy the 102 °Giro d'Italia. Giro d'Italia 2019, a "Boutique" Cycling Experience*, reperibile all'indirizzo web https://www.gardabikehotel.com/en/giro-italia-cycling-package (data di ultima consultazione 12/06/2019).

GARDABIKEHOTEL.COM 2019 b, *Be a part of the final stages of the Giro. The final weekend of the Giro d'Italia*, reperibile all'indirizzo web https://www.gardabikehotel.com/en/giro-italia-cycling-package (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GAZZETTA.IT 2018, *Giro d'Italia 2019, questo pomeriggio la presentazione con re Froome e Viviani*, reperibile all'indirizzo web https://www.gazzetta.it/Giroditalia/31-10-2018/nasce-giro-italia-2019-re-froome-viviani-31036960727.shtml (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIALANELLA L. 2018, *Il Giro torna all'Aquila, 10 anni dopo. Per celebrare la rinascita*, reperibile all'indirizzo web https://www.gazzetta.it/Ciclismo/17-12-2018/giro-torna-all-aquila-10-anni-dopo-celebrare-rinascita-3101338313628.shtml (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIBSON H. J. 2002, *Sport Tourism at a Crossroad? Considerations for the Future*, in GAMMON S., KURTZMAN J., *Sport Tourism: Principles and Practice,* Leisure Studies Association, Eastbourne.

GIORNALEDICOMO.IT 2019, *Il Giro d'Italia 2019 a Como il 26 maggio: arriva l'evento sportivo che strizza l'occhio al turismo*, reperibile all'indirizzo web https://giornaledicomo.it/attualita/il-giro-ditalia-2019-a-como-il-26-maggio-arriva-levento-sportivo-che-strizza-locchio-al-turismo/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRO.PROMOEVENTISPORT.IT 2019, *Il Tappone parte da Lovere*, reperibile all'indirizzo web https://giro.promoeventisport.it/wp-content/uploads/2019/04/brochure-Giro2019.pdf (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2018 a, *Giro d'Italia 2019: il racconto di uno stile italiano*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/giro-2019-il-racconto-di-uno-stile-italiano/ (data di ultima consultazione: 11/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2018 b, *Ride Green, un Giro d'Italia sempre più ecosostenibile*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/ride-green-un-giro-ditalia-sempre-piu-ecosostenibile/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2018 c, *Presentazione Giro d'Italia 2019: le dichiarazioni dei protagonisti*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/presentazione-giro-

ditalia-2019-le-dichiarazioni-dei-protagonisti/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 a, *Giro d'Italia 2019, svelate le nuove maglie*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/giro-ditalia-2019-svelate-le-nuove-maglie/ (data di ultima consultazione: 11/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 b, *Elenchi degli Sponsor*, reperibili all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/sponsor/ (data di ultima consultazione: 11/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 c, *Archivio Giro. Edizioni precedenti*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/edizioni (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 d, *Giro Club*. *Programma Hospitality*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/giroclub/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 e, *Carovana Rosa*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/carovana/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 f, *In-Giro*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/musement/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 g, *Regioni del Giro*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/regioni/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 h, *Biciscuola*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/biciscuola/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 i, *Ride Green*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/ridegreen/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 l, *Al Giro 102 la sostenibilità sarà di casa con Ride Green*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/al-giro-102-la-sostenibilita-sara-di-casa-con-ride-green/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 m, *Tutto pronto per il Giro E*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/tutto-pronto-per-il-giro-e/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 n, *Diventa città di tappa*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/candidatura-tappa/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 o, *Il Giro d'Italia 2020 partirà dall'Ungheria*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/il-giro-ditalia-2020-partira-dallungheria/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 p, *Con le Frecce Tricolori si vola già verso il Giro d'Italia 2020*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/con-le-frecce-tricolori-si-vola-gia-verso-il-giro-ditalia-2020/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIRODITALIA.IT 2019 q, *Le città del Giro 102 si illuminano di rosa*, reperibile all'indirizzo web http://www.giroditalia.it/it/news/le-citta-del-giro-102-si-illuminano-di-rosa/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

GIROE.IT 2019, *Cos'è il Giro E*, reperibile all'indirizzo web http://giroe.it/cose-il-giro-e/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

HOTELRICCIONE.TRAVEL 2019, *Riccione in Rosa: tutto pronto per il Giro d'Italia 2019!*, reperibile all'indirizzo web https://www.hotelriccione.travel/eventi-news/sport/wine-stage/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

LA ROCCA R. A. 2008, *Dall'evento all'impatto: Expo e mobilità urbana*, in *TeMA – Trimestrale del Laboratorio Territorio Mobilità e Ambiente*, volume I, numero 2, Dipartimento di Pianificazione e Scienza del Territorio, Università degli Studi di Napoli "Federico II", pp. 31-46.

MACCHI D. 2014, *Grandi eventi dello sport, grandi occasioni per il turismo*, reperibile all'indirizzo web https://www.webitmag.it/grandi-eventi-dello-sport-grandi-occasioni-per-il-turismo_3003/ (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

MENINI M. 2019, *Giro d'Italia, via agli accrediti per l'accesso in Arena*, reperibile all'indirizzo web https://veronanetwork.it/news/giro-ditalia-via-agli-accrediti-per-laccesso-in-arena/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

MEZZO F. 2018, *I grandi eventi sportivi tra organizzazione, sponsor e indotto*, reperibile all'indirizzo web http://www.qualitytravel.it/i-grandi-eventi-sportivi-tra-organizzazione-sponsor-e-indotto/59402 (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

MONTANARI A. 2002, *Grandi eventi, marketing urbano e realizzazione di nuovi spazi turistici*, in *Bollettino della Società Geografica Italiana*, serie XII, volume VII, Roma, pp. 757-782.

MOSCARDI M. 2018, *Programmazione del Giro 2019 a Como, primo incontro con Rcs Sport. Presto il sopralluogo sul tracciato*, reperibile all'indirizzo web https://www.corrieredicomo.it/programmazione-del-giro-2019-a-como-primo-incontro-con-rcs-sport-presto-il-sopralluogo-sul-tracciato/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

MYVALLEY.IT 2019, *Passaggio del Giro d'Italia, si lavora per la sicurezza*, reperibile all'indirizzo web https://myvalley.it/2019/04/passaggio-del-giro-ditalia-si-lavora-per-la-sicurezza/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

NORO I. 2019, *Poco rosa in vetrina. Ma il Giro d'Italia smuove affari*, nel quotidiano *L'Arena* di Domenica 2 Giugno 2019, Anno 154, Numero 150, Verona, p. 12.

OSTILLIO M. C. 2000, *La comunicazione territoriale*, in Valdani E., Ancarani F. (a cura di), *Strategie di marketing del territorio. Generare valore per le imprese nell'economia della conoscenza*, EGEA, Milano, pp. 157-177.

PATTUGLIA S. 2007, *L'evento sugli eventi: le nuove frontiere della comunicazione "relazionale"*, in Cherubini S., Pattuglia S. (a cura di), *Comunicare con gli eventi. Riflessioni e casi di eccellenza*, Milano, pp. 36-55.

PRINCIPATO T. 2019, *Ministero dell'Ambiente, in arrivo 500 milioni per l'Italia che pedala*, reperibile all'indirizzo web https://www.marketingdelterritorio.info/index.php/it/notizie/3448-ministero-dell-ambiente-in-arrivo-500-milioni-per-l-italia-che-pedala (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

RCS SPORT 2018, *Giro d'Italia. Amore infinito 102*, Brochure per il 2019 di RCS Sport, Milano.

RCSSPORT.IT 2019 a, *Mission di RCS Sport*, reperibile all'indirizzo web www.rcssport.it/chi-siamo/mission?lang=it (data di ultima consultazione: 11/06/2019).

RCSSPORT.IT 2019 b, *Metodo di RCS Sport*, reperibile all'indirizzo web www.rcssport.it/chi-siamo/metodo?lang=it (data di ultima consultazione: 11/06/2019).

RCSSPORT.IT 2019 c, *Dopo 42 anni torna il Giro di Sicilia*, reperibile all'indirizzo web http://www.rcssport.it/news/dopo-42-anni-torna-il-giro-di-sicilia (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

RICCIONEBIKEHOTELS.IT 2019, *Giro d'Italia 2019 a Riccione: le migliori Offerte Bike*, reperibile all'indirizzo web http://www.riccionebikehotels.it/giro-ditalia-2019-a-riccione-le-migliori-offerte-bike (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

RIZZI P., SCACCHERI A. (a cura di), *Promuovere il territorio. Guida al marketing territoriale e strategie di sviluppo locale*, FrancoAngeli, Milano.

SASSILIVE.IT 2018, *Matera protagonista al Giro d'Italia 2019 con partenza della corsa o una tappa: piace la proposta del Bici Club Matera*, reperibile all'indirizzo web http://www.sassilive.it/sport/altri-sport/ciclismo/matera-protagonista-al-giro-ditalia-2019-con-partenza-della-corsa-o-una-tappa-piace-la-proposta-del-bici-club-matera/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

STANDEVEN J., DE KNOP P. 1998, *Sport Tourism*, Human Kinetics, Leeds.

STOPPELE L. 2013, *Il Giro arriva a Verona e la città si blocca: tutti i provvedimenti e le variazioni alla viabilità*, reperibile all'indirizzo web http://www.veronasera.it/cronaca/giro-italia-verona-storia-percorso-viabilita-ztl-autobus-peschiera-richiesta-contributo-25-maggio-2013.html (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

SUCCI L. 2019, *Turismo sportivo in Italia: un po' di numeri*, reperibile all'indirizzo web http://www.officinaturistica.com/2019/03/il-turismo-sportivo-in-italia-i-numeri/ (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

TAFÀ R. 2019, *Eventi sportivi e turismo, perché l'accoppiata funziona?*, reperibile all'indirizzo web https://rtrsports.com/blog/sponsorizzazioni-sportive/eventi-sportivi-turismo/ (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

TAGLIAFERRI S. 2014, *Gli eventi come strumento di comunicazione e promozione di una destinazione turistica: il caso dell'Unione Montana Acquacheta*, reperibile all'indirizzo web http://turismoepsicologia.padovauniversitypress.it/system/files/papers/2014_1_03.pdf (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

TREVISANI M. 2019, *Ristoranti e bar, un assalto pacifico*, nel quotidiano *L'Arena* di Lunedì 3 Giugno 2019, Anno 154, Numero 151, Verona, p. 18.

UFFICIOSTAMPA.COMUNE.VERONA.IT 2019, *Tanti eventi per la crono rosa in arrivo a Verona Domenica 2 Giugno*, reperibile all'indirizzo web https://ufficiostampa.comune.verona.it/nqcontent.cfm?a_id=9561&id_com=24470 (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

VERNAZZA S. 2019, *Verona e Quito: è qui la (doppia) festa*, nel quotidiano *La Gazzetta dello Sport* di Lunedì 3 Giugno 2019, Anno 123, Numero 129 Milano, p. 35.

VERONANETWORK.IT 2019, *Si avvicina il Giro d'Italia, il trofeo esposto in Gran Guardia*, reperibile all'indirizzo web https://veronanetwork.it/news/si-avvicina-il-giro-ditalia-il-trofeo-esposto-in-gran-guardia/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

VERONASERA.IT 2019, *Tanti eventi a Verona per l'arrivo del Giro d'Italia in Arena con la cronometro rosa*, reperibile all'indirizzo web https://www.veronasera.it/eventi/eventi-giro-italia-ciclismo-arrivo-cronometro-verona-arena-2-giugno-2019-.html (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

VERONASETTEGIORNI.IT 2019, *Giro d'Italia a Verona, il 2 giugno viabilità modificata*, reperibile all'indirizzo web https://veronasettegiorni.it/attualita/giro-ditalia-a-verona-il-2-giugno-viabilita-modificata/ (data di ultima consultazione: 12/06/2019).

VILLA S. 2018, *Olimpiadi Invernali 2026: le quattro candidate e le avversarie di Milano-Cortina. Le favorite e la data di assegnazione dei Giochi*, reperibile all'indirizzo web https://www.oasport.it/2018/10/olimpiadi-invernali-2026-le-quattro-candidate-e-le-avversarie-di-milano-cortina-le-favorite-e-la-data-di-assegnazione-dei-giochi/ (data di ultima consultazione: 10/06/2019).

VINCENZI N. 2019, *«Il Giro è qui, la mia festa è perfetta»*, nel quotidiano *L'Arena* di Domenica 2 Giugno 2019, Anno 154, Numero 150, p. 46.

WINENEWS.IT 2019, *Giro d'Italia 2019, l' "enotappa" sarà la "Sangiovese Wine Stage", crono tra Riccione e San Marino*, reperibile all'indirizzo web https://winenews.it/it/giro-ditalia-2019-lenotappa-sara-la-sangiovese-wine-stage-crono-tra-rimini-e-san-marino_388282/ e *"Il Giro è un'eccellenza italiana che racconta i territori, è normale che il vino sia protagonista"*, Commento di Mauro Vegni, reperibile all'indirizzo web

https://winenews.it/it/il-giro-e-uneccellenza-italiana-che-racconta-i-territori-e-normale-che-il-vino-sia-protagonista_388286/ (data di ultima consultazione: 11/06/2019).

ZANINI L. 2017, *La bicicletta volano del turismo: tutti pazzi per il Giro d'Italia (e i tifosi che lo seguono ovunque)*, reperibile all'indirizzo web https://www.corriere.it/extra-per-voi/2017/05/10/bicicletta-volano-turismo-tutti-pazzi-il-giro-d-italia-tifosi-che-seguono-ovunque-068ad420-357f-11e7-ae5c-ac92466523f8.shtml (data di ultima consultazione: 11/06/2019).

Appendice A

RICERCA E MONITORAGGIO DEI PREZZI PER UNA CAMERA MATRIMONIALE PRESSO ALCUNI HOTEL NELLE CITTÀ DI TAPPA

BOLOGNA (TAPPA 1 - 2) Crono + Partenza 2 NOTTI					
Nome	Suite Hotel Elite	Hotel Cosmopolitan Bologna	Holiday Inn Express Bologna Fiera	Aemilia Hotel Bologna	Hotel Maggiore
Località	Bologna	Bologna	Bologna	Bologna	Bologna
Stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Quality	Camera Superior Matrimoniale	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Superior	Camea Comfort Matrimoniale
Prezzo Sito Web 03-05.05	172,00 €	129,60 €	210,00 €	278,35 €	190,00 €
Prezzo Booking 03-05.05	172,00 €	146,00 €	210,00 €	293,00 €	185,20 €
Prezzo Sito Web 10-12.05	202,00 €	230,00 €	332,00 €	587,10 €	228,00 €
Prezzo Booking 10-12.05	202,00 €	291,00 €	160,00 €	618,00 €	198,00 €
Prezzo Sito Web 17-19.05	192,00 €	129,60 €	274,00 €	340,10 €	190,00 €
Prezzo Booking 17-19.05	192,00 €	146,00 €	210,00 €	358,00 €	178,00 €

FUCECCHIO (TAPPA 2) Arrivo + VINCI (TAPPA 3) Partenza					
Nome	Hotel Vedute	Hotel La Campagnola	Hotel Alexandra	Hotel Il Sole	Hotel Monna Lisa
Località	Fucecchio	Fucecchio	Vinci	Empoli	Vinci
Stelle	4 stelle	3 stelle	3 stelle	3 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Superior Matrimoniale	Camera Superior Matrimoniale	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Standard	Camera Classic Matrimoniale
Prezzo Sito Web 05-06.05	-	82,00 €	-	93,00 €	-
Prezzo Booking 05-06.05	124,00 €	82,00 €	83,00 €	99,00 €	84,00 €
Prezzo Sito Web 12-13.05	-	82,00 €	-	93,00 €	-
Prezzo Booking 12-13.05	124,00 €	82,00 €	PIENO	99,00 €	PIENO
Prezzo Sito Web 19-20.05	-	82,00 €	-	93,00 €	-
Prezzo Booking 19-20.05	124,00 €	82,00 €	83,00 €	99,00 €	PIENO

ORBETELLO (TAPPA 3 - 4) Arrivo + Partenza					
Nome	San Bagio Relais	Hotel Villa Smeraldo	Hotel Villa Domizia	Hotel Ristorante Vecchia Maremma	A Point Porto Ercole Resort & SPA
Località	Orbetello	Orbetello	Porto Santo Stefano	Orbetello	Orbetello
Stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle	3 stelle	5 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Superior	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Balcone Vista Mare	Camera Matrimoniale Superior	Camera Superior Matrimoniale
Prezzo Sito Web 06-07.05	89,00 €	-	180,00 €	-	177,56 €
Prezzo Booking 06-07.05	89,00 €	120,00 €	184,00 €	120,00 €	193,00 €
Prezzo Sito Web 13-14.05	119,00 €	-	180,00 €	-	177,56 €
Prezzo Booking 13-14.05	119,00 €	120	184,00 €	120,00 €	227,00 €
Prezzo Sito Web 20-21.05	89,00 €	-	180,00 €	-	117,56 €
Prezzo Booking 20-21.05	89,00 €	120	184,00 €	120,00 €	193,00 €

FRASCATI (TAPPA 4 - 5) Arrivo + Partenza					
Nome	Hotel & SPA Villa Mercede	Hotel Poggio Regillo	Villa Tuscolana Park Hotel	Hotel Roma Sud	Locanda dello Spuntino
Località	Frascati	Frascati	Frascati	Frascati	Grottaferrata
Stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matriomoniale Superior	Camera Matrimoniale	Camera Deluxe Matrimoniale	Camera Matrimoniale Superior	Camera Matrimoniale Comfort
Prezzo Sito Web 07-08.05	151,05 €	94,00 €	84,00 €	75,65 €	150,00 €
Prezzo Booking 07-08.05	159,00 €	94,00 €	84,00 €	89,00 €	155,00 €
Prezzo Sito Web 14-15.05	113,05 €	99,00 €	PIENO	109,00 €	150,00 €
Prezzo Booking 14-15.05	119,00 €	104,00 €	PIENO	109,00 €	155,00 €
Prezzo Sito Web 21-22.05	113,05 €	94,00 €	84,00 €	75,65 €	150,00 €
Prezzo Booking 21-22.05	119,00 €	94,00 €	84,00 €	89,00 €	155,00 €

TERRACINA (TAPPA 5) Arrivo + CASSINO (TAPPA 6) Partenza					
Nome	Albergo Mediterraneo	Grand Hotel L'Approdo	Best Western Hotel Rocc	Myres Hotel Residence	Forum Palace Hotel & SPA
Località	Terracina	Terracina	Cassino	Cassino	Cassino
Stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Standard	Camera Matrimoniale	Camera Queen Standard	Camera Matrimoniale	Camera Superior Matrimoniale
Prezzo Sito Web 08-09.05	95,00 €	118,00 €	140,00 €	-	82,00 €
Prezzo Booking 08-09.05	99,00 €	118,00 €	141,00 €	65,00 €	82,00 €
Prezzo Sito Web 15-16.05	95,00 €	PIENO	Tipologia camera non disponibile.	-	PIENO
Prezzo Booking 15-16.05	99,00 €	PIENO	Tipologia camera non disponibile.	65,00 €	PIENO
Prezzo Sito Web 22-23.05	95,00 €	118,00 €	140,00 €	-	82,00 €
Prezzo Booking 22-23.05	99,00 €	118,00 €	141,00 €	65,00 €	82,00 €

SAN GIOVANNI ROTONDO (TAPPA 6) Arrivo + VASTO (TAPPA 7) Partenza					
Nome	Hotel Excelsior	Hotel Rio	Martur Resort	Gabri Park Hotel	Hotel Mistral
Località	Vasto	Vasto	Termoli	Termoli	San Salvo
Stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Vista Mare	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Vista Mare
Prezzo Sito Web 09-10.05	-	-	-	-	100,00 €
Prezzo Booking 09-10.05	124,00 €	58,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Prezzo Sito Web 16-17.05	-	-	-	-	100,00 €
Prezzo Booking 16-17.05	PIENO	PIENO	PIENO	PIENO	100,00 €
Prezzo Sito Web 23-24.05	-	-	-	-	100,00 €
Prezzo Booking 23-24.05	124,00 €	58,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €

L'AQUILA (TAPPA 7) Arrivo + TORTORETO LIDO (TAPPA 8) Partenza					
Nome	Hotel Villa Elena	Grand Hotel Don Juan	Hotel 900	Breaking Business Hotel	Hotel Sporting
Località	Tortoreto Lido	Giulianova	Giulianova	Mosciano Sant'Angelo	Teramo
Stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Silver	Camera Matrimoniale Comfort Vista Mare Parziale	Camera Classic Matrimoniale	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Deluxe
Prezzo Sito Web 10-11.05	68,00 €	84,00 €	78,00 €	92,00 €	-
Prezzo Booking 10-11.05	68,00 €	84,00 €	81,00 €	83,00 €	110,00 €
Prezzo Sito Web 17-18.05	PIENO	Tipologia camera non disponibile.	78,00 €	Tipologia camera non disponibile.	-
Prezzo Booking 17-18.05	PIENO	Tipologia camera non disponibile.	81,00 €	Tipologia camera non disponibile.	PIENO
Prezzo Sito Web 24-25.05	68,00 €	84,00 €	78,00 €	92,00 €	-
Prezzo Booking 24-25.05	68,00 €	84,00 €	81,00 €	83,00 €	110,00 €

PESARO (TAPPA 8) Arrivo + RICCIONE (TAPPA 9) Partenza di Crono Scalata					
Nome	Hotel Bristol	Hotel Majorca	Hotel Des Nations	Hotel Alexander	Hotel Love Boat
Località	Pesaro	Riccione	Riccione	Riccione	Riccione
Stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle	3 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Vista Mare	Camera Matrimoniale Balcone	Camera Matrimoniale Balcone Vista Mare	Camera Matrimoniale Balcone	Camera Matrimoniale Comfort
Prezzo Sito Web 11-12.05	75,00 €	62,00 €	114,00 €	59,00 €	89,00 €
Prezzo Booking 11-12.05	79,00 €	82,60 €	126,00 €	62,60 €	102,60 €
Prezzo Sito Web 18-19.05	-	62,00 €	133,00 €	69,00 €	89,00 €
Prezzo Booking 18-19.05	69,00 €	83,00 €	146,00 €	73,00 €	103,00 €
Prezzo Sito Web 25-26.05	-	62,00 €	PIENO	59,00 €	95,00 €
Prezzo Booking 25-26.05	69,00 €	82,60 €	PIENO	62,60 €	108,60 €

SAN MARINO (TAPPA 9) Arrivo di Crono Scalata + RAVENNA (TAPPA 10) Partenza 2 NOTTI					
Nome	NH Ravenna	Grand Hotel Mattei	Hotel Cube	Hotel Mosaico	Hotel Classensis
Località	Ravenna	Ravenna	Ravenna	Ravenna	Classe
Stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	3 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Standard Matrimoniale	Camera King Deluxe Accesso Spa	Camera Executive Matrimoniale	Camera Superior Matrimoniale	Camera Matrimoniale Comfort
Prezzo Sito Web 12-14.05	235,60 €	238,00 €	230,00 €	150,10 €	124,55 €
Prezzo Booking 12-14.05	260,00 €	250,00 €	230,50 €	166,00 €	139,10 €
Prezzo Sito Web 19-21.05	269,97 €	PIENO	790,00 €	PIENO	214,80 €
Prezzo Booking 19-21.05	301,00 €	PIENO	763,00 €	PIENO	234,00 €
Prezzo Sito Web 26-28.05	228,95 €	238,00 €	230,00 €	150,10 €	151,62 €
Prezzo Booking 26-28.05	253,00 €	250,00 €	230,50 €	166,00 €	167,60 €

MODENA (TAPPA 10) Arrivo + CARPI (TAPPA 11) Partenza						
Nome	PHI Hotel Canalgrande	Hotel Principe	Best Western Premier Milano Palace Hotel	Hotel Carpi	Hotel Gabarda	Hotel President
Località	Modena	Modena	Modena	Carpi	Carpi	Correggio
Stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Superior	Camera Matrimoniale Superior	Camera King Classic	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Superior
Prezzo Sito Web 14-15.05	134,00 €	229,00 €	311,00 €	128,00 €	89,00 €	91,50 €
Prezzo Booking 14-15.05	140,00 €	235,00 €	315,00 €	128,00 €	118,00 €	98,50 €
Prezzo Sito Web 21-22.05	154,00 €	229,00 €	311,00 €	PIENO	89,00 €	PIENO
Prezzo Booking 21-22.05	160,00 €	235,00 €	315,00 €	PIENO	118,00 €	PIENO
Prezzo Sito Web 28-29.05	154,00 €	229,00 €	311,00 €	128,00 €	89,00 €	91,50 €
Prezzo Booking 28-29.05	160,00 €	235,00 €	315,00 €	128,00 €	118,00 €	98,50 €

NOVI LIGURE (TAPPA 11) Arrivo + CUNEO (TAPPA 12) Partenza					
Nome	Cristal Hotel	Best Western Plus Royal Superga Hotel	Cuneo Hotel	Hotel Principe di Piemonte	Hotel The Orignals Palazzo Lovera
Località	Cuneo	Cuneo	Cuneo	Cuneo	Cuneo
Stelle	3 stelle	3 stelle	3 stelle	4 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Superior	Camera Matrimoniale Deluxe	Camera Matrimoniale	Camera Deluxe
Prezzo Sito Web 15-16.05	-	109,00 €	-	147,00 €	135,00 €
Prezzo Booking 15-16.05	91,00 €	115,00 €	78,00 €	151,00 €	143,00 €
Prezzo Sito Web 22-23.05	-	PIENO	-	160,00 €	PIENO
Prezzo Booking 22-23.05	91,00 €	PIENO	PIENO	164,00 €	PIENO
Prezzo Sito Web 29-30.05	-	109,00 €	-	147,00 €	135,00 €
Prezzo Booking 29-30.05	91,00 €	115,00 €	78,00 €	151,00 €	143,00 €

PINEROLO (TAPPA 12 - 13) Arrivo + Partenza					
Nome	Hotel Villa Glicini	Hotel Cavalieri	Hotel Barrage	Tenuta La Cascinetta	Hotel Regina
Località	Pinerolo	Pinerolo	Pinerolo	Buriasco	Pinerolo
Stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle	4 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Deluxe	Camera Matrimoniale Deluxe	Camera Superior Matrimoniale	Camera Matrimoniale Superior	Camera Matrimoniale
Prezzo Sito Web 16-17.05	87,00 €	-	90,00 €	100,00 €	-
Prezzo Booking 16-17.05	87,00 €	85,00 €	90,00 €	100,00 €	90,00 €
Prezzo Sito Web 23-24.05	PIENO	-	PIENO	Tipologia camera non disponibile.	-
Prezzo Booking 23-24.05	PIENO	PIENO	PIENO	Tipologia camera non disponibile.	PIENO
Prezzo Sito Web 30-31.05	87,00 €	-	90,00 €	100,00 €	-
Prezzo Booking 30-31.05	87,00 €	85,00 €	90,00 €	100,00 €	90,00 €

CERESOLE REALE (TAPPA 13) Arrivo + SAINT-VINCENT (TAPPA 14) Partenza					
Nome	Relais Du Foyer	Parc Hotel Billia	Bijou	Paradise Hotel & Wellness	La Rocca Sport & Benessere
Località	Saint Vincent	Saint Vincent	Saint Vincent	Saint Vincent	Saint Vincent
Stelle	4 stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Superior Balcone	Camera Comfort Matrimoniale Accesso Spa	Camera Matrimoniale	Camera Standard Matrimoniale	Camera Matrimoniale
Prezzo Sito Web 17-18.05	119,00 €	179,00 €	Poche camere disponibili per Congresso di Magia.	-	87,40 €
Prezzo Booking 17-18.05	121,00 €	197,00 €	99,00 €	150,00 €	97,00 €
Prezzo Sito Web 24-25.05	PIENO	179,00 €	59,00 €	-	73,10 €
Prezzo Booking 24-25.05	PIENO	197,00 €	59,00 €	Tipologia camera non disponibile.	81,00 €
Prezzo Sito Web 31.05-01.06	84,00 €	168,00 €	99,00 €	-	73,10 €
Prezzo Booking 31.05-01.06	86,00 €	185,00 €	99,00 €	PIENO	81,00 €

COURMAYEUR (TAPPA 14) Arrivo + IVREA (TAPPA 15) Partenza					
Nome	Hotel La Villa	Hotel Crystal Palace	Hotel Gardenia	Hotel Arcadia	Relais Castello San Giuseppe
Località	Ivrea	Banchette	Romano Canavese	Scarmagno	Chiaverano
Stelle	3 stelle	4 stelle	3 stelle	3 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Deluxe	Camera Matrimoniale Deluxe	Camera Matrimoniale Business	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Classic
Prezzo Sito Web 18-19.05	70,00 €	93,00 €	100,00 €	-	150,00 €
Prezzo Booking 18-19.05	70,00 €	93,00 €	100,00 €	65,00 €	138,00 €
Prezzo Sito Web 25-26.05	PIENO	PIENO	PIENO	-	150,00 €
Prezzo Booking 25-26.05	PIENO	PIENO	PIENO	PIENO	138,00 €
Prezzo Sito Web 01-02.06	PIENO	97,00 €	100,00 €	-	150,00 €
Prezzo Booking 01-02.06	PIENO	97,00 €	100,00 €	65,00 €	150,00 €

COMO (TAPPA 15) Arrivo + LOVERE (TAPPA 16) Partenza 2 NOTTI					
Nome	Hotel Lovere Resort & SPA	Cocca Hotel Royal Thai SPA	Araba Fenice Hotel	Hotel Miralago	Albergo Al Milano
Località	Lovere	Sarnico	Iseo	Bossico	Bossico
Stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	3 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Standard	Camera Matrimoniale Vista Lago	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Comfort	Camera Matrimoniale
Prezzo Sito Web 19-21.05	188,34 €	288,00 €	250,00 €	-	136,00 €
Prezzo Booking 19-21.05	258,00 €	288,00 €	293,50 €	200,00 €	140,00 €
Prezzo Sito Web 26-28.05	1.314,00 €	288,00 €	267,00 €	-	-
Prezzo Booking 26-28.05	1.800,00 €	288,00 €	300,00 €	Tipologia camera non disponibile.	PIENO
Prezzo Sito Web 02-04.06	224,84 €	303,00 €	Tipologia camera non disponibile.	-	136,00 €
Prezzo Booking 02-04.06	308,00 €	303,00 €	Tipologia camera non disponibile.	200,00 €	140,00 €

PONTE DI LEGNO (TAPPA 16) Arrivo + COMMEZZADURA (TAPPA 17) Partenza					
Nome	Hotel Garni Pegrà	I tre Magli	Hotel Casa del Campo	Lady Maria Hotel Wellness & Resort	Hotel Milano
Località	Ponte di Legno	Dimaro	Madonna di Campiglio	Fondo	Fondo
Stelle	3 stelle	3 stelle	4 stelle	3 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Balcone Vista Montagna	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Spaziosa	Camera Matrimoniale Deluxe	Camera Matrimoniale
Prezzo Sito Web 21-22.05	74,00 €	-	-	-	-
Prezzo Booking 21-22.05	74,00 €	83,00 €	124,00 €	103,00 €	95,00 €
Prezzo Sito Web 28-29.05	PIENO	-	-	-	-
Prezzo Booking 28-29.05	PIENO	83,00 €	124,00 €	103,00 €	95,00 €
Prezzo Sito Web 04-05.06	74,00 €	-	-	-	-
Prezzo Booking 04-05.06	74,00 €	83,00 €	124,00 €	103,00 €	95,00 €

ANTERSELVA (TAPPA 17) Arrivo + VALDAORA (TAPPA 18) Partenza					
Nome	Hotel Koflerhof Wellness & SPA	Hotel Bad Salomonsbrunn	Hotel Alpenhof	Hotel Goldene Rose	Hotel Andreas Hofer
Località	Rasun di Sopra	Alterserlva di Mezzo	Rasun di Sotto	Brunico	Brunico
Stelle	3 stelle	3 stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Standard	Camera Matrimoniale Classic	Camera Matrimoniale Comfort	Camera Matrimoniale	Camera Tirol
Prezzo Sito Web 22-23.05	129,00 €	122,00 €	-	-	140,00 €
Prezzo Booking 22-23.05	132,40 €	131,40 €	182,20 €	113,40 €	154,20 €
Prezzo Sito Web 29-30.05	249,00 €	Tipologia camera non disponibile.	-	-	140,00 €
Prezzo Booking 29-30.05	252,00 €	Tipologia camera non disponibile.	182,00 €	PIENO	154,00 €
Prezzo Sito Web 05-06.06	139,00 €	115,00 €	-	-	140,00 €
Prezzo Booking 05-06.06	142,40 €	124,40 €	182,00 €	PIENO	154,00 €

SANTA MARIA DI SALA (TAPPA 18) Arrivo + TREVISO (TAPPA 19) Partenza					
Nome	Hotel Carlton	Hotel Continental	Hotel Ca' Del Galletto	Hotel Maggior Consiglio	Hotel Villa Marcello Giustinian
Località	Treviso	Treviso	Treviso	Treviso	Mogliano Veneto
Stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale Comfort	Camera Matrimoniale Vasca Idromassaggio	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Superior	Camera Matrimoniale
Prezzo Sito Web 23-24.05	133,60 €	119,00 €	120,00 €	119,00 €	79,00 €
Prezzo Booking 23-24.05	134,00 €	117,60 €	123,60 €	122,60 €	83,60 €
Prezzo Sito Web 30-31.05	133,60 €	119,00 €	120,00 €	119,00 €	64,00 €
Prezzo Booking 30-31.05	134,00 €	129,00 €	124,00 €	123,00 €	84,00 €
Prezzo Sito Web 06-07.06	133,60 €	119,00 €	92,00 €	119,00 €	79,00 €
Prezzo Booking 06-07.06	134,00 €	129,00 €	96,00 €	123,00 €	84,00 €

SAN MARTINO DI CASTROZZA (TAPPA 19) Arrivo + FELTRE (TAPPA 20) Partenza					
Nome	Hotel Doriguzzi	Hotel Casagrande	Albergo Ristorante Sagittario	Hotel Europa Executive	Park Hotel Villa Carpenada
Località	Feltre	Feltre	Feltre	Belluno	Belluno
Stelle	3 stelle	3 stelle	3 stelle	4 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Superior Matrimoniale	Camera Matrimoniale Vista Montagna	Camera Matrimoniale	Camera Deluxe	Camera Superior Matrimoniale
Prezzo Sito Web 24-25.05	120,00 €	-	-	129,00 €	119,00 €
Prezzo Booking 24-25.05	122,00 €	96,00 €	87,00 €	146,00 €	123,00 €
Prezzo Sito Web 31.05-01.06	PIENO	-	-	129,00 €	PIENO
Prezzo Booking 31.05-01.06	PIENO	PIENO	PIENO	146,00 €	PIENO
Prezzo Sito Web 07-08.06	PIENO	-	-	167,00 €	119,00 €
Prezzo Booking 07-08.06	PIENO	PIENO	PIENO	188,00 €	123,00 €

CROCE D'AUNE (TAPPA 20) Arrivo + VERONA (TAPPA 21) Crono
Si veda la tabella specifica per la destinazione VERONA.

VERONA				
Nome	Hotel Milano & Spa	Hotel Mastino	Montresor Hotel Tower	Hotel Centro Turistico Gardesano
Località	Verona	Verona	Bussolengo	Bussolengo
Stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle	3 stelle
Tipologia Camera	Camera Executive Matrimoniale	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale
Prezzo Sito Web 25-26.05	226,00 €	225,00 €	80,00 €	71,00 €
Prezzo Booking 25-26.05	235,00 €	228,00 €	107,00 €	80,10 €
Prezzo Sito Web 01-02.06	221,00 €	179,00 €	120,00 €	PIENO
Prezzo Booking 01-02.06	224,00 €	182,00 €	159,00 €	PIENO
Prezzo Sito Web 08-09.06	221,00 €	187,00 €	80,00 €	71,00 €
Prezzo Booking 08-09.06	214,00 €	190,00 €	107,00 €	80,00 €

Nome	Hotel Saccardi & SPA	Hotel Valpolicella International	Parc Hotel	Enjoy Garda Hotel
Località	Caselle di Sommacampagna	San Pietro In Cariano	Peschiera del Garda	Peschiera del Garda
Stelle	4 stelle	3 stelle	4 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Matrimoniale	Camera Matrimoniale Deluxe	Camera Matrimoniale Balcone	Camera Matrimoniale
Prezzo Sito Web 25-26.05	100,00 €	101,00 €	118,00 €	PIENO
Prezzo Booking 25-26.05	102,00 €	106,00 €	121,30 €	PIENO
Prezzo Sito Web 01-02.06	95,00 €	127,00 €	PIENO	PIENO
Prezzo Booking 01-02.06	97,00 €	132,00 €	PIENO	PIENO
Prezzo Sito Web 08-09.06	100,00 €	127,00 €	PIENO	PIENO
Prezzo Booking 08-09.06	102,00 €	132,00 €	PIENO	PIENO

Nome	Hotel Catullo Verona Est	Best Western Hotel Turismo	Best Western CTC
Località	San Martino Buon Albergo	San Martino Buon Albergo	San Giovanni Lupatoto
Stelle	4 stelle	4 stelle	4 stelle
Tipologia Camera	Camera Deluxe Matrimoniale	Camera Matrimoniale Classic	Camera Matrimoniale Classic
Prezzo Sito Web 25-26.05	74,00 €	67,00 €	PIENO
Prezzo Booking 25-26.05	83,40 €	70,00 €	PIENO
Prezzo Sito Web 01-02.06	118,00 €	91,00 €	125,00 €
Prezzo Booking 01-02.06	131,80 €	94,00 €	133,00 €
Prezzo Sito Web 08-09.06	74,00 €	67,00 €	82,95 €
Prezzo Booking 08-09.06	83,00 €	70,00 €	87,00 €

Appendice B

RELAZIONE PRESENTATA ALLA GIUNTA COMUNALE DAL COORDINAMENTO SPORT E TEMPO LIBERO – SERVIZIO MANIFESTAZIONI

Comune di Verona

L'Assessore allo Sport e Tempo Libero

All'Amministrazione Comunale

S E D E

OGGETTO: Giro d'Italia 2019. Tappa di Verona del cronometro individuale il 2 giugno 2019. Co-organizzazione.

Il giorno 2 giugno 2019 Verona ospiterà la 21^ tappa cronometro individuale del 102° Giro d'Italia. Il Giro è organizzato da RCS Sport S.p.A., società con sede a Milano, emanazione della RCS Quotidiani, editrice della Gazzetta dello Sport e, naturalmente, richiede, per la sua complessità, la co-organizzazione da parte dell'Amministrazione comunale di Verona. Questa edizione vede, inoltre, la partecipazione attiva dell'Ente VeronaFiere, che si farà carico di alcune incombenze organizzative e dell'erogazione di un contributo economico a RCS.

Da tempo si sono svolti contatti, anche operativi, tra gli organizzatori e la Direzione Sport Tempo Libero con la supervisione dell'Area Servizi Sociali, che hanno coinvolto, oltre ai Settori interessati, in special modo la Polizia Municipale, la Direzione Mobilità e Traffico, la U.O. Tributi Accertamento Riscossione, la Direzione Acquisti Contratti Utenze, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, l'Ufficio Stampa e Web, mentre è già stata definita la convenzione che regolerà i rapporti tra RCS, il Comune e VeronaFiere, prevedendo anche una adeguata promozione del Comune da parte di RCS.

È chiaro che la gara ciclistica è destinata a rappresentare non solo un grande avvenimento sportivo e, come tale, un'occasione promozionale dell'attività sportiva in generale e di quella ciclistica in particolare, ma anche una significativa occasione per la più ampia

valorizzazione, a livello nazionale e internazionale, del patrimonio culturale di Verona, data la straordinaria presenza dei mass media al seguito dell'evento.

È altresì certo che verrà favorita la conoscenza del territorio veronese e che vi sarà un incremento dell'afflusso turistico, con conseguente beneficio per l'economia locale.

Di seguito si riporta l'organizzazione della corsa e il supporto di massima richiesto agli Uffici.

PARTENZA h. 13,40 circa dalla Fiera di Verona
ARRIVO h. 17,15 circa in Arena

PERCORSO:
Fiera-via Giovanni Scopoli-viale della Fiera-Stradone S. Lucia-rotatoria sotto Viale del Lavoro-rampa immissione viale Piave-sottopasso ferrovia (ultimo a dx)-Circonvallazione Raggio di Sole-via del Fante-via dei Montecchi-Lungadige Capuleti-Lungadige Porta Vittoria-viale dei Partigiani (contromano)-via Torbido(contromano)-via Bassetti-via Baranavia Cipolla(contromano)-via Caroto-via Torricelle-via S. Giuliana-rotatoria viale dei Colli-viale deiColli-via Marsala-via Nievo-via D'Annunzio-Lungadige Matteotti (contromano)-via DiazCorso Cavour-Corso Castelvecchio-Stradone Porta Palio-via Carmelitani Scalzi (contromano)-via Valverde-piazza Pradaval (contromano)-Corso Porta Nuova-Piazza Bra Arena.

ORGANIZZAZIONE

Curata interamente da RCS, prevede, in sintesi:

✓ 176 corridori

✓ Circa 200 automezzi tra camion, furgoni, auto e moto ufficiali (stampa, televisione, radio, cineoperatori, fotografi, squadre etc.)

✓ Occupazione Gran Guardia per quartier generale e stampa

✓ Occupazione piazza Bra per villaggio commerciale

Nello specifico:

ALLESTIMENTO PARTENZA in VERONAFIERE

✓ Villaggio di partenza aperto

✓ Villaggio di partenza riservato

✓ Podio Partenza;

✓ Ritrovo Partenza;

✓ Parcheggio delle auto direzione corsa

✓ Area Magazzino

OCCUPAZIONI SUOLO PUBBLICO

✓ Area adibita a parcheggio di via Enrico Fermi, in prossimità dell'hotel Ibis dalle ore 10,00 del 1.6.19 alle ore 13,00 del 2.6.19

ALLESTIMENTO QUARTIER TAPPA E SALA STAMPA (Gran Guardia):

✓ Sala Polifunzionale dal 29 maggio

✓ Piano Nobile dal 29 maggio

✓ Sala Convegni 1 e 2 giugno

✓ Disallestimento il 3 e 4 giugno

ALLESTIMENTO ARRIVO IN PIAZZA BRA

Occupazione di Piazza Bra, dove verrà allestito il "Villaggio del Giro" (c.a. 1.500 mq, con allestimento dalle ore 10,00 del 1 giugno alle ore 24,00 del 2 giugno), così distribuito:

- L'area soprastante il vallo sarà dedicata alla produzione televisiva che prevede l'occupazione con i mezzi della RAI riservati alla regia, satellite, gruppo elettrogeno e container tecnici di supporto RAI.
- All'inizio di via Roma verrà allestito un maxischermo e una tenda "giro store".

- Nell'area “Liston” dedicata all'arrivo, verranno installati una tribuna denominata “Raffaello” da 186 posti, una tenda riservata ai disabili, un'area riservata ai mezzi cucine, l'hospitality “Dante”, gruppi elettrogeni,il foto finish, il podio premiazioni, hospitality “Leonardo”, hospitality “Caravaggio”, bagni chimici, un gonfiabile “maglia rosa”, foto finish, la press unit,, due tende riservate ai giornalisti, due tende riservate all'area team, una tenda per vendita gadget.
- Nell'area antistante al Palazzo della Gran Guardia, nell'area antistante a Palazzo Barbieri (lato giardini) e sul lato della scalinata di Palazzo Barbieri verrà allestita “l'area commerciale” dove troveranno posto i truck e le tende degli sponsor, un maxischermo, e un'area raccolta rifiuti.
- L'area taxi sarà occupata da un truck e due tende c.d. “Giro store” e da due tende dedicate a “Bici Scuola”, concorso dedicato alle scuole. Una cinquantina di ragazzi, vincitori del concorso, verranno trasportati dalla “zona partenza” del Giro, presso “VeronaFiere”, da un pullman della Polizia di Stato, alla zona di arrivo del Giro, troveranno posto sulla tribuna, assisteranno all'arrivo dei ciclisti e quindi verranno premiati.
- Nell'area retrostante Palazzo Barbieri, negli stalli riservati a parcheggio, saranno parcheggiati tre camper per l'antidoping e un van UCI (Unione Ciclistica Internazionale).

ANFITEATRO ARENA

Passerella per la sfilata degli atleti

Il parcheggio dei mezzi pesanti per l’allestimento della zona Arrivo è previsto sul retro dell’Arena.

Il parcheggio dei mezzi a servizio della Gran Guardia sarà il seguente:

✓ 2 furgoni davanti alla Gran Guardia;

✓ 8 furgoni in via Interrato Torre Pentagona.

Da parte del Comune di Verona è richiesto:

a) fornire a RCS tutto l’aiuto utile per l’espletamento delle eventuali pratiche amministrative a livello locale indispensabili alla riuscita e al successo dell’Evento;

b) portare a buon compimento tutte le disposizioni contenute nel Rapporto Tecnico di RCS;

c) assicurare a RCS tutta la libertà di movimento necessaria durante la preparazione e lo svolgimento dell'Evento;

d) prendere tutte le misure di polizia locale sul suo territorio per:

- garantire il rispetto delle misure necessarie al buon svolgimento dell'Evento;
- vietare la circolazione e la sosta di mezzi sulle vie e piazze utilizzate dall'Evento per regolamentarle sulle vie adiacenti;
- vietare l'affissione di striscioni e di pannelli se non di quelli utilizzati dall'organizzazione;
- vietare le vendite "abusive" nelle zone delimitate da RCS; § acquisire il parere della Soprintendenza;

e) fornire a RCS l'organigramma del Comitato Locale dove vengono menzionati i nomi e i dati dei responsabili abilitati dall'ENTE per trattare le varie questioni relative all'accoglienza del Giro d'Italia: organizzazione, logistica, amministrazione, marketing e comunicazione;

f) non richiedere agli spettatori un pagamento per l'accesso alla manifestazione, eccetto, eventualmente, per i parcheggi auto e per gli eventuali eventi collaterali alla manifestazione;

g) sostenere le spese per i lavori stradali ed altri indicati nel Rapporto Tecnico di RCS per la sicurezza degli atleti e per l'installazione delle strutture del Giro d'Italia;

h) installare, a proprie spese, i collegamenti necessari alla fornitura di elettricità e/o d'acqua nei vari luoghi della manifestazione secondo le necessità indicate nel Rapporto Tecnico di RCS;

i) mettere a disposizione dei contenitori per rifiuti, onde assicurare al meglio la protezione dell'ambiente nei luoghi occupati dal GIRO D'ITALIA;

j) procedere, a proprie spese, alla raccolta dei rifiuti e alla pulizia dei luoghi occupati dal Giro d'Italia;

k) sorvegliare o far sorvegliare a proprie spese, le strutture di RCS durante la notte antecedente la tappa;

l) assumere a proprio carico i costi relativi ai servizi necessari all'organizzazione della tappa, in particolare:

- i costi comunali relativi ai servizi di polizia locale;

- i costi relativi ai servizi di pulizia delle aree interessate pre e post gara;
- i costi relativi all'allestimento del QuartierTappa e gli eventuali costi di noleggio dei locali escluse eventuali spese di catering;
- transennatura supplementare, senza pubblicità, ai lati della strada, ove necessaria, nei limiti del materiale disponibile da parte dell'Ente;
- i costi per i collegamenti necessari alla fornitura di elettricità e/o d'acqua nei vari luoghi della manifestazione secondo le necessità indicate da RCS;
- i servizi di soccorso e i mezzi sanitari di intervento e di evacuazione per il pubblico;
- servizi igienici per il pubblico;
- la concessione gratuita della Gran Guardia come di seguito specificato:

• Sala Polifunzionale dal 29 maggio

• Piano Nobile dal 30 maggio

• Sala Convegni 1 e 2 giugno

• Stesse Sale per disallestimenti fino al 4 giugno

✓ L'allestimento gratuito di piante ornamentali nelle sale della Gran Guardia e in particolare del Piano Nobile,
✓ La fornitura e il trasporto gratuiti di n. 450 sedie e 250 tavoli per l'allestimento del Quartier Tappa;
✓ La fornitura e il trasporto gratuiti di n. 30 pannelli divisori per l'allestimento della Gran Guardia;

Il Suolo pubblico sarà concesso a titolo gratuito alle attività d'informazione e a quelle di intrattenimento, mentre sarà richiesto il canone OSAP (con applicazione della tariffa agevolata, con riduzione del 50%, come previsto dal Regolamento per l'occupazione del suolo ed aree pubbliche) alle attività commerciali e pubblicitarie.

PER LA MIGLIORE RIUSCITA DELL'EVENTO SI PROPONE:

✓ La chiusura al traffico di tutto il percorso interessato dalle ore 8,30 fino alle ore 18,00 del 2 giugno, tenuto conto della necessità di effettuare al mattino le prove sul percorso;

✓ Lo spostamento delle aree taxi;

✓ La sospensione dei plateatici lungo tutto il percorso ad eccezione del plateatico presente sul Liston fino alla delimitazione dei tendoni;

✓ La concessione dei parcheggi Stadio A, B, C, dove verranno ospitati i mezzi dell'organizzazione, dove verranno fatti confluire gli spettatori provenienti da fuori città e da dove partiranno i bus navetta per il centro;

✓ La definizione di collaborazioni con AMIA per la pulizia delle strade e delle aree di allestimento;

✓ La definizione di collaborazioni con ATV per la deviazione delle linee di trasporto pubblico e per l'attivazione del servizio di bus navetta dallo Stadio al centro città;

✓ La richiesta di collaborazione a Società Autostrade per le informazioni utili ai visitatori (uscite, parcheggi, bus navetta etc.);

✓ La collaborazione delle Circoscrizioni per le informazioni utili sui pannelli digitali;

✓ La sospensione del servizio WiFi nelle aree interessate dagli allestimenti per evitare interferenze con le apparecchiature elettroniche.

Visto l'interesse generale alla buona riuscita dell'evento, si propone che tutti i Settori comunali interessati collaborino per quanto di competenza e in particolare:

✓ la Direzione Polizia Municipale per gli adempimenti relativi alla viabilità, al controllo, alla sicurezza, allo spostamento delle barriere in piazza Bra;

✓ la Direzione Mobilità Traffico per le ordinanze relative alla viabilità, ai parcheggi, alla segnaletica, per l'approntamento della segnaletica, per lo spostamento dei taxi lungo il percorso e in piazza Bra;

✓ la Direzione Edilizia Monumentale Civile Impiantistica per il supporto tecnico necessario;

✓ la Direzione Commercio Attività Produttive per la concessione dell'occupazione di suolo pubblico e dei permessi di competenza, la soppressione temporanea dei plateatici;

✓ l'U.O. Tributi Accertamento Riscossioni per l'individuazione e la concessione della tariffa agevolata degli spazi pubblicitari e la gratuità del suolo pubblico;

✓ la Direzione Acquisti e Contratti Utenze per la fornitura e il trasporto di 450 sedie e 250 tavoli per l'allestimento del Quartiertappa nel Loggiato della Gran Guardia, nonché delle transenne disponibili;

✓ L'Ufficio Stampa e Redazione Web per la promozione e la comunicazione, per la stampa di un congruo numero di volantini informativi e promozionali, per la disattivazione del servizio WiFi;

✓ L'U.O. Ufficio Relazioni con il Pubblico per la comunicazione e l'apertura straordinaria l'1 e il 2 giugno mattina degli uffici;

✓ L'U.O. Decentramento per la fornitura e il trasporto gratuiti di n. 30 pannelli divisori per l'allestimento della Gran Guardia;

✓ L'U.O. Manifestazioni per la concessione gratuita della Gran Guardia nei termini sopra evidenziati;

✓ L'U.O. Personale per valutare la previsione di un eventuale fondo per il pagamento degli straordinari del personale comunale impiegato e per fornire allo stesso i buoni pasto,

✓ La Direzione Servizi ai Cittadini per la verifica e lo spostamento di eventuali cerimonie civili e religiose previste presso siti lungo il percorso.

Tali incombenze potrebbero non essere esaustive, data la complessità dell'evento e la possibilità che si verifichino situazioni di emergenza, pertanto si chiede di invitare tutti i Settori comunali a collaborare, se richiesti, in via generale alla buona riuscita.

Si informa che gli uffici stanno predisponendo un conteggio delle spese presunte e, non appena ultimato, si chiederà, tramite la deliberazione di approvazione della convenzione con RCS e la Fiera, un prelievo dal Fondo di Riserva.

Si invia all'Amministrazione per le decisioni di competenza.

Comune di Verona
Direzione Sport e Tempo Libero – Edilizia Sportiva
Largo Divisione Pasubio 6 – 37121 VERONA Italia
Tel.045/8078688-8521 Telefax 045/807852
Mail: sport@comune.verona.it – sport@pec.comune.verona.it ; Web: www.comune.verona.it
Partita IVA 00215150236; Codice Univoco Ufficio: Q3BICP