



UNIONCAMERE



LEGAMBIENTE

# Viaggiare con la bici

La via italiana al cicloturismo

2023



***“Quando il morale è basso, quando il giorno sembra buio, quando il lavoro diventa monotono, quando ti sembra che non ci sia più speranza, monta sulla bicicletta e pedala senza pensare a nient’altro che alla strada che percorri”.***

**Sir Arthur Conan Doyle**

Il presente Rapporto è stato redatto da un gruppo di lavoro dell’Area per la valorizzazione degli ecosistemi turistici e culturali di ISNART composto da Jacopo Facen, Francesca Buttu e Leda Di Nuzzo, con il contributo di Mari-za Righetti ed Adriana Mari ed il coordinamento di Paolo Bulleri (Responsabile della ricerca).

Si ringraziano Antonella Fiorelli (ISNART) per la revisione concettuale del Rapporto; Sebastiano Venneri (Legambiente) e Alberto Bazzucchi (Agenzia per lo Sviluppo, azienda speciale della Camera di Commercio del Gran Sasso d’Italia) per le idee ed i preziosi suggerimenti forniti.

La riproduzione e/o diffusione parziale o totale delle informazioni e dei dati contenuti nel presente Rapporto è consentita esclusivamente con la citazione completa della fonte:

“Viaggiare con la bici 2023: 3° Rapporto sul cicloturismo”,  
a cura di ISNART/Legambiente.

**ISNART – Istituto Nazionale Ricerche Turistiche**

Via Lucullo, 8 - 00187 Roma  
06 2039891 - info@isnart.it - isnart@legalmail.it  
www.isnart.it

**Legambiente Onlus**

Via Salaria, 403 - 00199 Roma  
06 862681 - legambiente@legambiente.it - legambiente@pec.legambiente.it  
www.legambiente.it



<b>Introduzione</b>	<b>4</b>
<b>Nota metodologica</b>	<b>6</b>
<b>1. Il cicloturismo e le sue forme: un quadro concettuale</b>	<b>7</b>
1.1 Il ciclo-escursionista, il turista con la bicicletta e il cicloturista “puro”	9
<b>2. Il cicloturismo nel 2022</b>	<b>11</b>
2.1 Lo scenario del 2022: l’andamento del cicloturismo nel quadro della congiuntura turistica a livello nazionale	12
2.2 L’identikit del cicloturista “puro”	15
2.3 L’identikit del turista con la bicicletta	20
<b>3. La via italiana al cicloturismo</b>	<b>23</b>
3.1 Dalla crescita del mercato ad un nuovo paradigma di cicloturismo	27
<i>L’e-bike: un fenomeno in forte crescita</i>	29
3.2 Le politiche nazionali e la strategia europea	31
3.3 Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza: un’occasione da non perdere per il cicloturismo italiano	32
3.4 La “Cycling strategy” varata dal Parlamento Europeo: verso una nuova politica europea della bicicletta	34
<b>4. Focus di approfondimento</b>	<b>35</b>
4.1 Il diffondersi del cicloturismo nei territori del Sud Italia: un’occasione da non perdere	36
<i>Il cicloturismo itinerante in Basilicata. Connessioni territoriali e complementarità turistica</i>	37
<i>La ciclovia dei Parchi in Calabria: immersi tra natura, paesaggi e storia</i>	38
<i>Parco Nazionale dell’Alta Murgia</i>	40
<i>La ciclovia dell’Ofanto</i>	40
<i>Dal ciclo-escursionismo alla creazione di una destinazione cicloturistica: i servizi richiesti dai cicloturisti nella Costa dei Trabocchi</i>	41
4.2 Il cicloturismo alto di gamma	42
<i>Alcune esperienze nel cicloturismo di lusso</i>	44
4.3 In conclusione: un tentativo di analisi SWOT del prodotto cicloturismo per delineare un set di proposte	46
<i>Ringraziamenti</i>	52
<b>Allegati</b>	<b>53</b>

# Introduzione

“**Viaggiare con la bici 2023 – Terzo Rapporto Italiano sul Cicloturismo**” trova nel partenariato tra l’Istituto Nazionale Ricerche Turistiche e Legambiente la giusta coniugazione tra i valori economici, culturali ed ambientali che il cicloturismo rappresenta.

Nasce dall’intuizione prima e dalla comune consapevolezza ora del peso e dell’importanza dell’economia che ruota attorno al mondo della bicicletta e del cicloturismo.

Isnart, società consortile del sistema camerale che da trent’anni analizza e rilancia all’attenzione delle Camere di commercio i nuovi fenomeni che caratterizzano in chiave strategica il sistema turistico italiano, e Legambiente, condividono la stessa attenzione verso forme sostenibili di valorizzazione dei territori, delle produzioni enogastronomiche ed artigianali di qualità, di fruizione dei beni culturali, vedendo nel cicloturismo il “vettore” ideale di un nuovo modello “slow” di consumo turistico.

Quello che nel 2019 poteva sembrare un fenomeno di cui monitorare il divenire, si è in questi anni andato rapidamente consolidando, anche grazie ad uno dei pochi portati positivi del lungo periodo pandemico, facendo del cicloturismo uno dei “nuovi turismi” emozionali ed esperienziali a più rapida crescita.

L’importanza del cicloturismo è facilmente riassumibile in pochi dati: i 33 milioni circa di presenze generate nel 2022, pari al 4% di quelle totali registrate in Italia, per un impatto economico diretto di 4,1 miliardi di euro (stime Isnart, *Osservatorio sull’Economia del Turismo delle Camere di Commercio 2022*) e il record di 22 milioni di biciclette ed e-bike vendute in Europa nel 2021 (fonte: *Rapporto “European bicycle industry and market profile 2022” della Confederazione dell’industria europea di biciclette (Conebi)*).

Non è quindi un caso che questo Terzo Rapporto Italiano sul Cicloturismo fotografi un mercato oggi consolidato, caratterizzato da una domanda andata sviluppandosi verso forme di cicloturismo sempre più “pure” che, a propria volta, hanno innescato un’offerta ad alto valore aggiunto e posizionata nella fascia alta di mercato.

In questo scenario, ci è poi parso giusto dedicare un focus di approfondimento alla lenta ma



costante crescita di una nuova offerta di cicloturismo nel Sud del Paese, che va di pari passo con il progressivo diffondersi di nuove ciclovie e percorsi cicloturistici.

È questa certamente una importante occasione per un allungamento della stagionalità e di un maggior grado di internazionalizzazione dei flussi turistici verso il nostro Meridione, ma anche per aprire promettenti prospettive di valorizzazione delle aree interne e, non ultimo, volano per l'avvio di nuove iniziative imprenditoriali (alcune esperienze interessanti vengono brevemente raccontate nel Rapporto).

Nel complesso, appare evidente che quando si parla di cicloturismo in Italia non si parte certo da zero, ma da quella che in molte aree del Paese già oggi è un'eccellenza nel panorama della nostra offerta turistica.

Tuttavia, molto resta da fare, in termini di crescita culturale, di consolidamento di un'offerta di servizi specifici di alta gamma e, naturalmente, di ulteriore integrazione di nuove ciclovie nei sistemi di offerta locali del turismo, tanto in ambiente urbano che extraurbano.

In questo senso, un'occasione sicuramente importante e da non lasciarsi sfuggire è offerta dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza-PNRR che, nell'ambito di più missioni, ha destinato cospicue risorse finanziarie ad investimenti che al cicloturismo più o meno direttamente si riconducono.

A partire da questa consapevolezza, il Rapporto si pone l'obiettivo di mantenere sul fenomeno del cicloturismo l'attenzione che merita, a partire dalle diverse componenti del sistema camerale che proprio in questi mesi sono chiamate ad esercitare un forte ruolo di supporto agli Enti territoriali nella messa a terra delle progettualità del PNRR; nonché, di "rivendicare" al cicloturismo la già notevole valenza in termini di sviluppo e ricchezza dei territori, oltre che occasione importante di socializzazione e di benessere psico-fisico.

**Roberto Di Vincenzo**  
Presidente Isnart

**Stefano Ciafani**  
Presidente Legambiente

Per la redazione del Rapporto sono stati utilizzati i risultati delle indagini campionarie realizzate nell'ambito dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, al fine di monitorare la domanda turistica nazionale.

Le indagini, realizzate in modalità "face to face", sono state svolte nei periodi di maggior affluenza turistica (i ponti di primavera/Pasqua, agosto, dicembre ecc.), rivolte ad un campione di oltre 20 mila turisti, sia italiani che stranieri, che abbiano soggiornato almeno due notti in strutture alberghiere o extra-alberghiere nella località dell'intervista.

Il campionamento è stato stratificato, con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle venti regioni italiane. All'interno di ogni regione, sono state identificate le località di maggiore interesse per ogni singolo prodotto (sulla base del numero di arrivi e presenze).

Ai fini dell'analisi dati, il campione è stato poi riportato all'universo di riferimento attraverso un sistema di pesi, costruiti rapportando il numero di interviste effettuate per ogni provincia al totale delle presenze sul territorio (dati Istat).

Le domande del questionario miravano a rilevare: le caratteristiche strutturali del turista (età, provenienza, sesso, titolo di studio e professione), i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, organizzazione della vacanza, canali informativi e di prenotazione, attività svolte, valutazione del grado di soddisfazione per le principali componenti della vacanza) e l'importo della spesa individuale, per circa venti voci di spese turistiche dirette (viaggio, alloggio e pacchetto turistico) ed indirette (trasporti pubblici, taxi, parcheggi; ristoranti, pizzerie, bar, caffè, pasticcerie; cibi e bevande in supermercati; abbigliamento; calzature e accessori, gioielleria, bigiotteria; altro shopping; sigarette, giornali, guide; ingressi musei/mostre, cinema, discoteche, spettacoli teatrali/musicali; eventi sportivi; igiene personale e salute; altre spese).

I dati e le elaborazioni ai fini dell'analisi sui cicloturisti utilizzate per la redazione del Rapporto sono frutto di un'estrazione dal database della summenzionata indagine nazionale.

Nello specifico, per perimetrare e pesare la categoria dei cosiddetti "cicloturisti puri", sono stati selezionati i turisti che hanno dichiarato di aver scelto il nostro Paese proprio con la motivazione principale dell'andare in bicicletta.

Per la categoria dei "turisti con la bicicletta", sono stati selezionati i turisti che, durante la vacanza, hanno svolto anche attività legate al cicloturismo (non avendo, quindi, quella cicloturistica come propria motivazione principale).

Per entrambe le categorie di turisti sono state realizzate analisi e rielaborazioni ad hoc, al fine di conoscerne i comportamenti turistici e di consumo e per monitorarne i cambiamenti nel corso degli ultimi anni.





# **Il cicloturismo e le sue forme: un quadro concettuale**



## Il cicloturismo e le sue forme: un quadro concettuale

Il cicloturismo rappresenta una forma di turismo di difficile analisi e perimetrazione, potendosi svolgere con gradi molto diversi di “profondità”, in funzione dell’utilizzo più o meno intenso che il turista fa della bicicletta.

Proprio perché si tratta di un fenomeno sfuggente e variegato, definire il cicloturismo non è mai stata un’operazione semplice, neanche per gli addetti ai lavori. La più nota e sempre citata definizione ci viene fornita dall’ECF (*European Cyclists Federation*) che intende il cicloturismo come “*vista ed esplorazione dei luoghi a scopo ricreativo, di uno o più giorni, incentrata in modo prevalente e significativo sull’uso della bicicletta per finalità di svago*”.

Parliamo quindi di una **pratica sociale che appare profondamente legata ai territori** in cui l’utilizzo continuativo o episodico della bicicletta, su percorsi ciclabili urbani e/o extra-urbani di diversa natura, consente di mettere in relazione una pluralità di attività e attrattive turistiche. La forza del cicloturismo deriva proprio dalle **connessioni** che consente, essendo un’attività:

- **flessibile:** lo si può praticare in diversi contesti ambientali e territoriali e può quindi connettere mare, montagna e città;
- **trasversale:** unisce le generazioni, anche grazie all’avvento sul mercato dell’e-bike che ha reso la pratica sempre più accessibile;
- **sociale:** mette in connessione persone non solo di strati sociali diversi, ma anche creando occasioni di interazione e socializzazione tra utenza locale e turisti;

- **sostenibile:** il cicloturismo rientra a pieno titolo nel paradigma del turismo sostenibile, oltre che d’aiuto per decongestionare e de-stagionalizzare i flussi, veicolandoli anche in quei territori dove i flussi turistici sono rarefatti come le aree interne.

Ci appare, altresì, evidente come il cicloturismo debba essere sempre letto in una chiave di **complementarità con altri turismi**, così che si possa di volta in volta parlare di:

- **(ciclo)turismo naturalistico:** in bicicletta si possono scoprire fauna e flora in contesti paesaggistici molto eterogenei;
- **(ciclo)turismo culturale:** in bicicletta si possono visitare centri storici di città e borghi, raggiungere siti archeologici e musei, vivere un territorio con la possibilità di fare soste culturali durante il percorso;
- **(ciclo)turismo enogastronomico:** in bicicletta si possono scoprire i saperi e i sapori di un luogo, muoversi tra vigneti, oliveti e laboratori artigianali per vivere le tipicità a stretto contatto con le comunità locali;
- **(ciclo)turismo sportivo:** la bicicletta può essere integrata ad altre forme di sport e vacanza attiva, quali il *surf* (le biciclette con il porta surf), il *calisthenic* (che si è molto diffuso dopo la pandemia), l’arrampicata sportiva e le attività outdoor in generale.



1.1

## Il ciclo-escursionista, il turista con la bicicletta e il cicloturista “puro”

Fin dalla prima edizione di questo Rapporto, ISNART e Legambiente hanno scelto di dare rilevanza alla diversa “filosofia” che tende a polarizzare il cicloturista in due profili: da un lato, il turista che nel corso della vacanza utilizza “anche” la bicicletta; dall’altro il ciclista “puro” che fa turismo totalmente su due ruote.

Per avere chiara questa classificazione, bi-

sogna partire innanzitutto da una distinzione classica spesso utilizzata tra gli addetti ai lavori, cioè quella che distingue tra **escursionista e turista**. La differenza è innanzitutto temporale, perché l’escursionista resta “fuori” dal luogo di dimora abituale per meno di ventiquattro ore, mentre il turista trascorre almeno una notte nel luogo di destinazione.



Applicando questa distinzione al **cicloturismo**, è possibile delineare tre profili generici di utilizzo della bicicletta per scoprire una destinazione turistica:

- **il turista con la bicicletta:** è un turista che utilizza la bicicletta per spostarsi e conoscere il territorio, tendenzialmente noleggiando il mezzo sul luogo. L'uso della bicicletta può essere funzionale a contesti diversi: la visita del centro storico e la gita verso località limitrofe (borghi, vigneti, luoghi di culto ecc.) di particolare rilievo. Può anche avere complementari motivazioni legate alla pratica sportiva ed al tenersi in forma.
- **il cicloturista "puro":** si tratta prima di un ciclista e poi di un turista che ha la dimensione della vacanza in sella come propria motivazione principale; difficilmente si limita a passare le proprie notti in un unico esercizio ricettivo, ma più spesso svolge una vacanza itinerante a tappe.

A queste due figure, si aggiunge poi, in via residuale e meno coerente con le finalità e la filosofia del presente Rapporto, quella de:

- **il ciclo-escursionista:** utilizza la bicicletta per visitare un luogo non troppo distante dal suo domicilio abituale e godere del paesaggio. Si tratta di un escursionista che può aver raggiunto il luogo di visita utilizzando un mezzo di trasporto pubblico (es. treno, bus, navetta ecc.) o privato, oppure ancora, ad esempio, che sta svolgendo una crociera e noleggia una bicicletta nel luogo di sbarco.

A ben vedere, ciò che differenzia i **cicloturisti** non sta solo nelle caratteristiche soggettive, quali la passione per la bicicletta, il grado di allenamento fisico e la capacità di percorrere lunghe tappe tra diversi punti di interesse turistico; piuttosto, diventa fondamentale considerare quella che gli specialisti del settore chiamano **la motivazione allo spostamento:**

- nel **cicloturista "puro" la motivazione della vacanza è pedalare, e sa che lo farà prima ancora di partire.** L'attrattore

principale è l'attività ciclistica in sé, informandosi dettagliatamente sui percorsi, sull'offerta e in generale sulle infrastrutture correlate all'attività e pianificando come conciliare l'attività sportiva di suo interesse con le specificità e i punti di interesse della destinazione in cui verrà praticata.

- Per il **turista con la bicicletta la scelta di pedalare si concretizza sul luogo di vacanza e rappresenta una delle tante attività da poter svolgere durante la vacanza.** Godere in maniera lenta del paesaggio, visitare posti nuovi, arricchirsi dal punto di vista culturale, praticare altri sport ed il vivere tale esperienza in maniera più sostenibile rappresentano il vero attrattore turistico, il valore aggiunto associato all'utilizzo della bicicletta.





# Il cicloturismo nel 2022

## 2.1

## Lo scenario del 2022: l'andamento del cicloturismo nel quadro della congiuntura turistica a livello nazionale

Il turismo è certamente uno dei settori economici che più ha subito le conseguenze della pandemia. Il 2022 ha però segnato un'inversione di tendenza, con risultati confortanti, soprattutto grazie al più che positivo andamento della stagione turistica estiva, ed alla forte ripresa della componente straniera.

Gli ultimi dati elaborati da ISNART ci mostrano che nel 2022 le presenze turistiche – intese come il numero delle notti trascorse dai clienti, italiani e stranieri, negli esercizi ricettivi e nelle abitazioni private – hanno segnato un +16,7% rispetto all'anno precedente.

Anche dal punto di vista dell'impatto economico, è proseguito il recupero rispetto ai valori per molti versi eccezionali che erano stati registrati nel 2019, ultimo anno pre-pandemico; nonostante le tensioni geopolitiche e le spinte inflattive, infatti, i turisti sono tornati a spendere, facendo segnare un confortante +17,4% rispetto al 2021.

L'impatto economico del turismo in Italia è stato pari a 77 miliardi di euro nel 2022, con un gap tuttora esistente rispetto al 2019 (-9%), dato che non deve sorprendere alla luce degli ultimi difficili anni, che tuttavia potrebbe essere presto totalmente recuperato.

La pandemia ha certamente inciso nello scenario del turismo a livello globale, facendo emergere nuovi comportamenti turistici e rafforzando tendenze già in atto: la vacanza sta diventando sempre più attiva (se non proprio sportiva), declinata nella doppia dimensione dell'arricchimento culturale/esperienziale e della ricerca di un maggior contatto con la natura.

Sappiamo come il “fenomeno” del cicloturismo fosse già emerso prima della pandemia, ma senza dubbio dalla pandemia è venuta un'ulteriore, forte spinta. La voglia di stare a contatto con la natura, di vivere un'esperienza di turismo attivo, di conoscere territori inesplorati in una modalità socialmente “più distanziata”, sono in buona parte anche reazioni agli anni difficili che abbiamo vissuto.

Si tratta di una tendenza che trova puntuale riscontro nei dati, che segnalano come le presenze collegate ad un turismo attivo/sportivo siano aumentate del 12% dal 2019 al 2022.

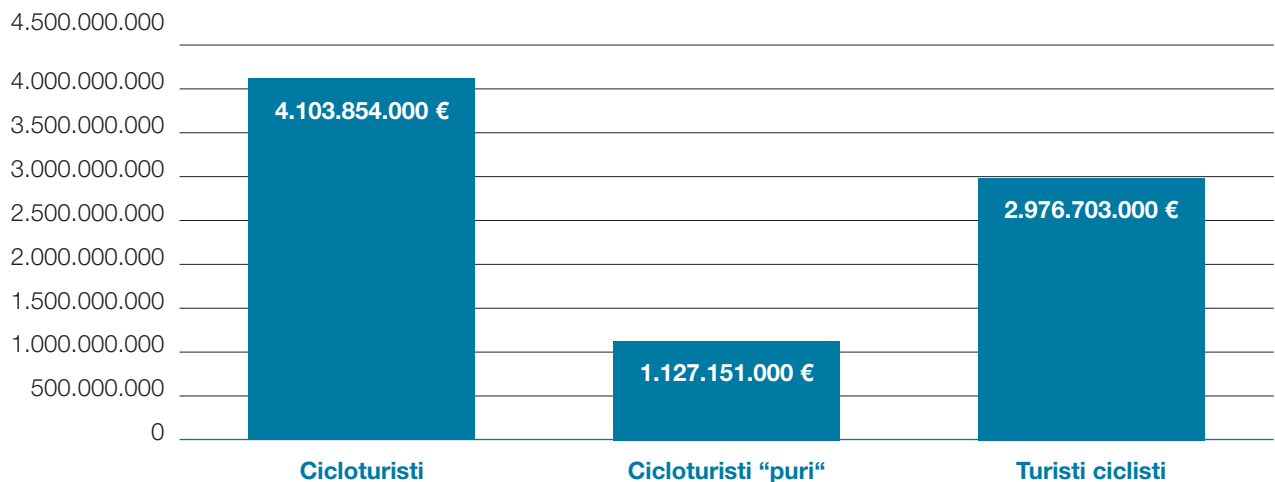
In questo contesto, **il cicloturismo in Italia sta vivendo una nuova fase** rispetto agli anni precedenti.

Sulla base delle stime più recenti elaborate da ISNART, **nel 2022 si sono registrate 33 milioni di presenze attribuibili al cicloturismo**, pari al 4,3% di quelle totali.

Coerentemente, aumenta anche **l'impatto economico del fenomeno cicloturistico**, con una spesa per consumi turistici nei luoghi di vacanza generata dai cicloturisti stimata, per il 2022, in **più di 4 miliardi**.



## ■ STIMA DELLE SPESE DEI CICLOTURISTI NEL 2022 (IN EURO)



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

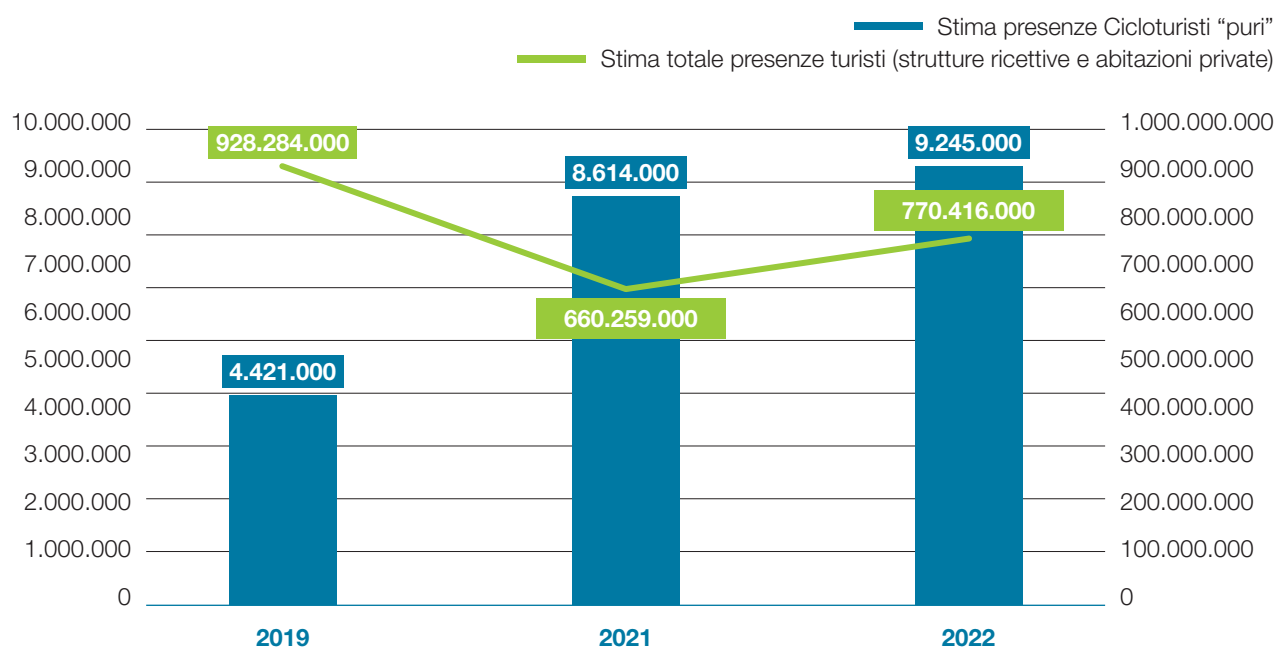
In particolare, emerge come:

- **le presenze di cicloturisti "puri" dal 2019 al 2022 risultino più che raddoppiate**, passando dai quasi 4 milioni e mezzo nel 2019, agli oltre 9 milioni registrati nel 2022 (+7% sul 2021);
- **appaiano viceversa diminuite le presen-**

**ze di turisti che utilizzano la bicicletta in vacanza**, passando da 50 milioni di presenze nel 2019 a 23 milioni nel 2022;

- **aumentino le presenze di turisti attivi** (+12% rispetto al 2019), ovvero coloro che hanno come principale motivazione della vacanza lo sport, che passano da 57 a 63 milioni.

## ■ L'ANDAMENTO DELLE PRESENZE STIMATE DAL 2019 AL 2022



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

C'è dunque la possibilità che il fenomeno si stia consolidando e stia – per così dire – maturando. Si può ipotizzare che, come succede per altri segmenti di prodotto, **anche il mercato cicloturistico si stia polarizzando** dal lato della domanda, verso la dimensione di un turista “pienamente e compiutamente” ciclista.

Come si è premesso, il cicloturista “puro” si caratterizza per essere un turista che o si muove con il proprio mezzo; o che tendenzialmente parte sapendo già dove noleggerà la bicicletta a destinazione, avendo pianificato di fare una vacanza pressoché totalmente in sella.

**La crescita esponenziale dei cicloturisti “puri” è un dato estremamente importante**, anche alla luce del loro crescente impatto economico, visto che si stima abbiano speso quest’anno nel nostro Paese **più di 1 miliardo di euro**.

Appare plausibile che ciò stia progressivamente ingenerando **un’offerta sempre più specializzata** e customizzata, che va coerentemente spostandosi verso una fascia a maggior valore aggiunto di servizi offerti.

Il “turista con la bicicletta”, invece, spesso matura la scelta di noleggiare il proprio mezzo sul luogo di vacanza, la sua scelta è più estemporanea ed è in rapporto diretto con la qualità dell’infrastrutturazione dedicata del territorio (ciclovie, corsie preferenziali) e dei servizi info-promozionali specifici che gli vengono offerti nella destinazione, essendo il pedalare una delle possibili modalità per vivere al meglio quei luoghi.

La tendenza ad una diminuzione dei turisti che utilizzino saltuariamente la bicicletta nel corso della vacanza, seppur dato che appare fortemente influenzato dalla pandemia, non può essere ignorata, perché ci riporta ai limiti dell’Italia come destinazione cicloturistica, che ci pare continuino a ruotare attorno a due questioni principali:

- **infrastrutturale, legata alla sicurezza stradale**. Il cicloturismo non è una pratica

che si possa immaginare di circoscrivere alle sole piste ciclabili e/o ciclovie. Il turista, infatti, cerca esperienze da vivere con tutta serenità a 360°, magari nelle strade secondarie di campagna, sui tornanti delle destinazioni montane, sulle strade costiere. In questo senso, l’infrastrutturazione italiana non è uniforme e non sempre permette di vivere appieno e serenamente l’esperienza cicloturistica, anche per alcuni limiti culturali che inficiano il rapporto tra automobilisti e cicloturisti (cfr. successivo cap. 3).

- **La qualità del sistema di accoglienza rivolto al cicloturismo**. Le strutture ricettive si dividono tra quelle bike friendly estremamente specializzate e quelle che non hanno la propensione ad investire e ad aprirsi al settore, perché non ne percepiscono ancora la necessità. In questo senso, l’Italia ha fatto recentemente importanti passi in avanti ma non ha ancora consolidato un’offerta uniforme. Quest’aspetto può essere fortemente limitante per il successo e l’immagine all’estero del Paese come mercato “*bike friendly*”.

Inoltre, gli operatori di mercato trovano difficoltà a reperire bike guide specializzate che conoscano le esigenze tecniche del target, e quindi che possano rendere più agevole attrarre cicloturisti provenienti anche da Paesi, dove il fenomeno è già più che consolidato ed il livello dell’utenza si caratterizza per le aspettative elevate.

Se per molti aspetti appare positivo che il mercato cicloturistico italiano si vada spostando verso il target dei cicloturisti “puri” fortemente motivati, lo è molto meno che il Paese appaia meno accessibile ed “appetibile” per la massa dei turisti che vanno “anche” in bicicletta, *in primis* per lo stato delle infrastrutture.

È ineludibile un forte investimento per dare anche al cicloturista meno esperto la possibilità di vivere il nostro Paese in bicicletta; pensiamo, ad esempio, agli investimenti che derivano dalla forte diffusione dell’*e-bike*, a partire dalla rete delle colonnine di ricarica.



In questo senso, le risorse messe a disposizione dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza rappresentano un volano fondamentale e come tale un'occasione certamente da non sprecare.

Appare altresì strategica, per entrambi i target, una crescita dal punto di vista culturale e del rispetto sociale nei confronti di chi va in bicicletta, visto che aumentando progressivamente

il numero di utenti, e quindi statisticamente l'incidentalità, **l'elemento della sicurezza si fa oggi sempre più stringente.**

Dalla crescita di queste due dimensioni, infrastrutturale e culturale, deriverà nel medio periodo la possibilità per il nostro Paese di cogliere appieno le enormi potenzialità, in termini di impatto economico, che il cicloturismo ancora ha da offrire.

2.2

## L'identikit del cicloturista "puro"

**Il cicloturista "puro", nel 2022, è un cluster in prevalenza maschile (nel 55,1% dei casi) trasversale a più generazioni:**

- maggioritaria la quota dei giovani, in particolare i *Millennials* (il 38,0% ha tra i 28 e i 41 anni d'età);

- segue, a poca distanza, la "Generazione di transizione" o "Gen. X" (il 33,0% ha tra i 42 e i 57 anni);

- emerge un interessante 17,3% di *Baby Boomers* (58-72 anni).

### IDENTIKIT DEL TURISTA CICLOTURISTA GENERAZIONE

— Baby bommers — Generazione X — Generazione Y — Generazione Z — Senior

#### Turista in bicicletta



#### Cicloturisti puri



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Questa tipologia “trasversale” di utenza offre al mercato la possibilità di creare una pluralità di offerte, accomunate dalla bicicletta come core della vacanza. Questo modo di intendere l’esperienza turistica su due ruote, ovvero l’espressione di una vacanza itinerante in costante movimento, diventa spesso uno *state of mind*, specialmente per le generazioni più in là con gli anni che possono fare turismo e mantenersi in forma al tempo stesso.

Da questo punto di vista, **la presenza di Baby Boomers supera non di poco il dato medio** del cluster “turista in bicicletta”.

Il cicloturista “puro” è diplomato (nel 54,0% dei casi), svolge già una professione (76,2%) e possiede un reddito medio (42,0%), il che lo rende un target ricercato; interessante un 16,1% di *medium-high spenders*, riconducibile a categorie tendenzialmente più abbienti proprio come i *Baby Boomers*.

## IDENTIKIT DEL TURISTA CICLOTURISTA (TITOLO DI STUDIO)

— Licenza elementare — Scuola media inferiore — Diploma scuola media superiore — Laurea

### Turista in bicicletta



### Cicloturisti puri



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

La varietà generazionale dei cicloturisti “puri”, si riflette anche in una **scelta variegata della compagnia di viaggio**:

- circa un terzo viaggia con il partner, prediligendo una vacanza di coppia (29,4%);
- significativa è la quota di chi si gode una vacanza in solitaria (22,0%);
- e poi quanti decidono di vivere un’esperienza turistica con gli amici (21,0%).

In generale, la bicicletta resta un mezzo di condivisione e socializzazione di un momento importante quale quello della vacanza: in sella si scambiano impressioni sui paesaggi attraversati con le persone care o gli amici, così da man-

tenere indelebile il ricordo di un viaggio lento, intenso ed emozionale.

Ciononostante, rispetto al 2021, **aumenta la quota dei vacanzieri che viaggiano soli (+3,0%)**, evidentemente alla ricerca di una forma più “intima” di turismo, che coniughi il viaggio attraverso un territorio con quello dentro sé stessi, entrando in connessione con l’ambiente circostante e vivendo l’ebbrezza di una vacanza in bici in piena libertà.

I dati del 2022 evidenziano anche **qualche cambiamento nelle motivazioni principali di vacanza**: se prima, al di là della bici in sé, il cicloturista “puro” era incuriosito in primo luogo



dall'enogastronomia tipica di un territorio, **ora è la natura a suscitare un forte interesse in lui (22,2%)**, richiamando un turismo all'aria aperta che ben si sposa con l'utilizzo della bicicletta.

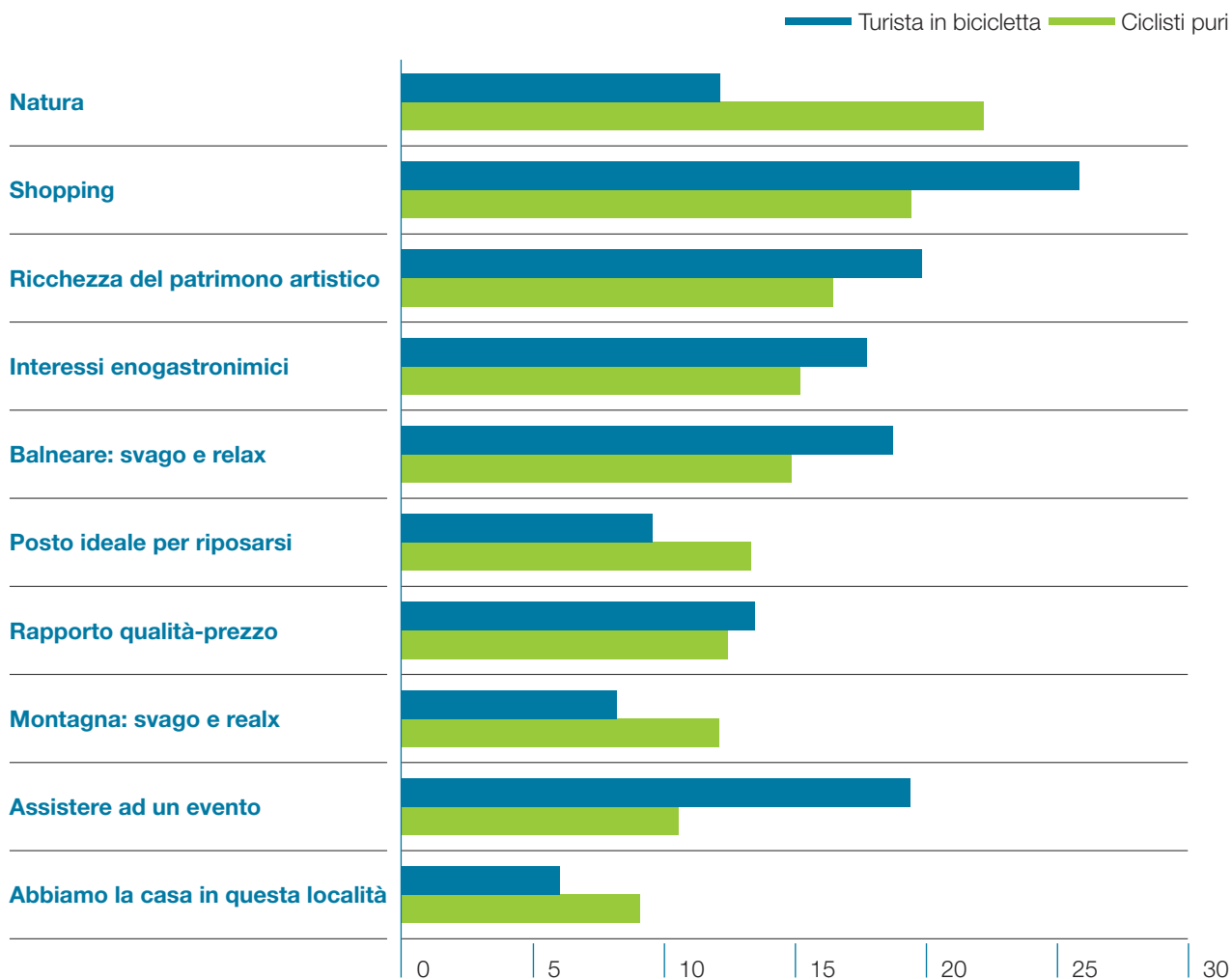
Viaggiare con la sola bici al seguito non significa però rinunciare, per motivi logistici, a un *souvenir* di vacanza: il 20,0% è interessato allo shopping, per avere al ritorno un ricordo tangibile dell'esperienza. Infine, significativo risulta anche l'interesse per la cultura (17,0%) ed il **buon cibo** (15,2%), seppur non prioritario.

Interessante appare poi una sorta di “dupli-

**cità naturalistica”**: apprezza il mare/lago (15,0%), richiamando il concetto di **“bike to coast”**, vale a dire una sana pedalata “vista mare” lungo le piste ciclabili del territorio, **così come la montagna** (12,1%).

Scendendo nel dettaglio, se i cicloturisti “puri” italiani dichiarano il proprio bisogno anche di rilassarsi, abbandonandosi al comfort, gli stranieri si mostrano più curiosi di conoscere attivamente il territorio, fare esperienze enogastronomiche ed entrare in contatto con le comunità locali, risultando, nel mentre, anche più propensi allo shopping.

## ■ OLTRE IL PEDALARE: LE MOTIVAZIONI DI VACANZA COMPLEMENTARI DEI CICLOTURISTI (& SUL TOTALE TURISTI, POSSIBILI RISPOSTE)



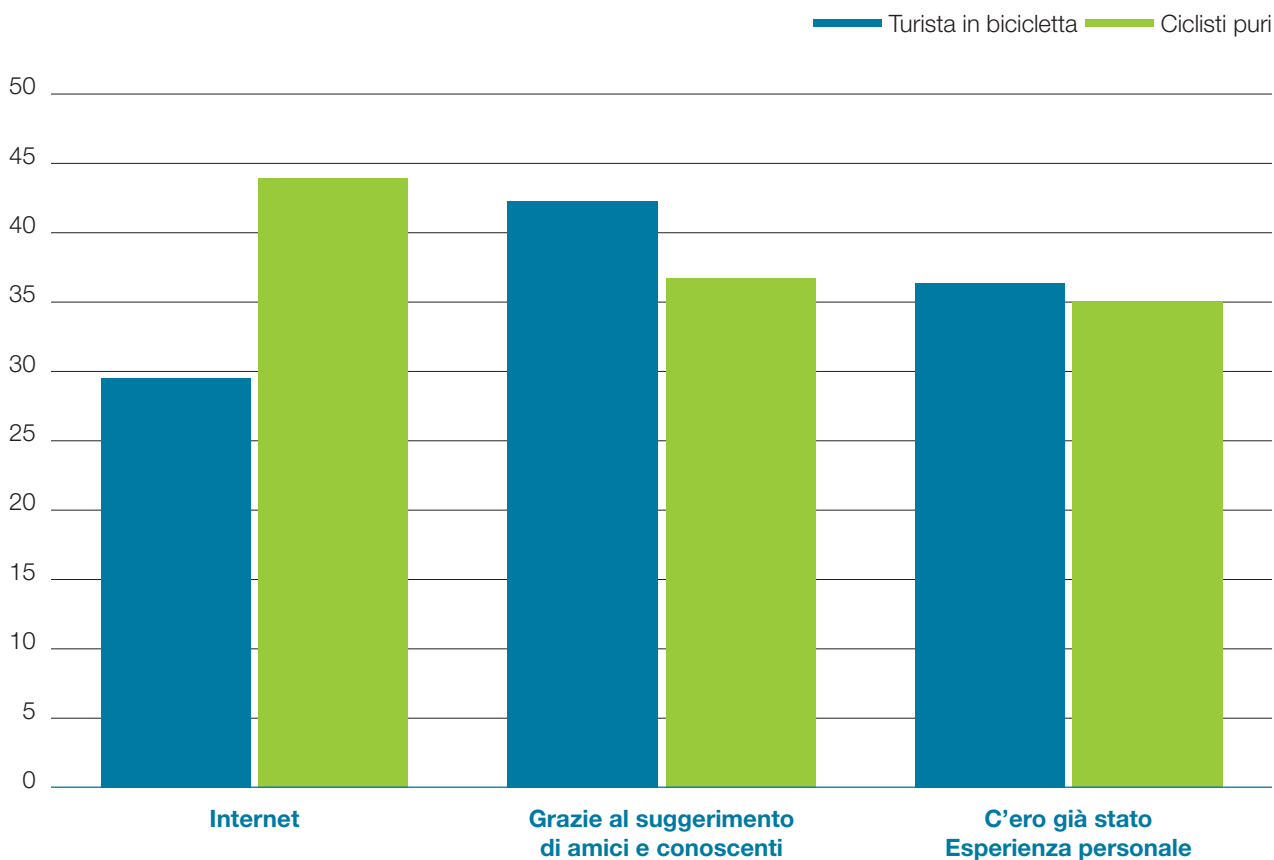
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Complice la componente giovane a livello generazionale, **il cicloturista “puro” trova nel web il canale naturale su cui informarsi e per la scelta del soggiorno (nel 44,0% dei casi).**

**Importante il dato dei repeaters (35%),**

cioè coloro che tornano al luogo di destinazione scelto a seguito di una precedente vacanza esperienziale ed emozionale. Il fenomeno del *repeating*, ovviamente, caratterizza di più gli italiani, mentre gli stranieri, anche probabilmente per una questione di lontananza geografica, preferiscono visitare ogni volta un posto nuovo.

**CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUENZANO I CICLOTURISTI (& SUL TOTALE TURISTI, POSSIBILI RISPOSTE)**



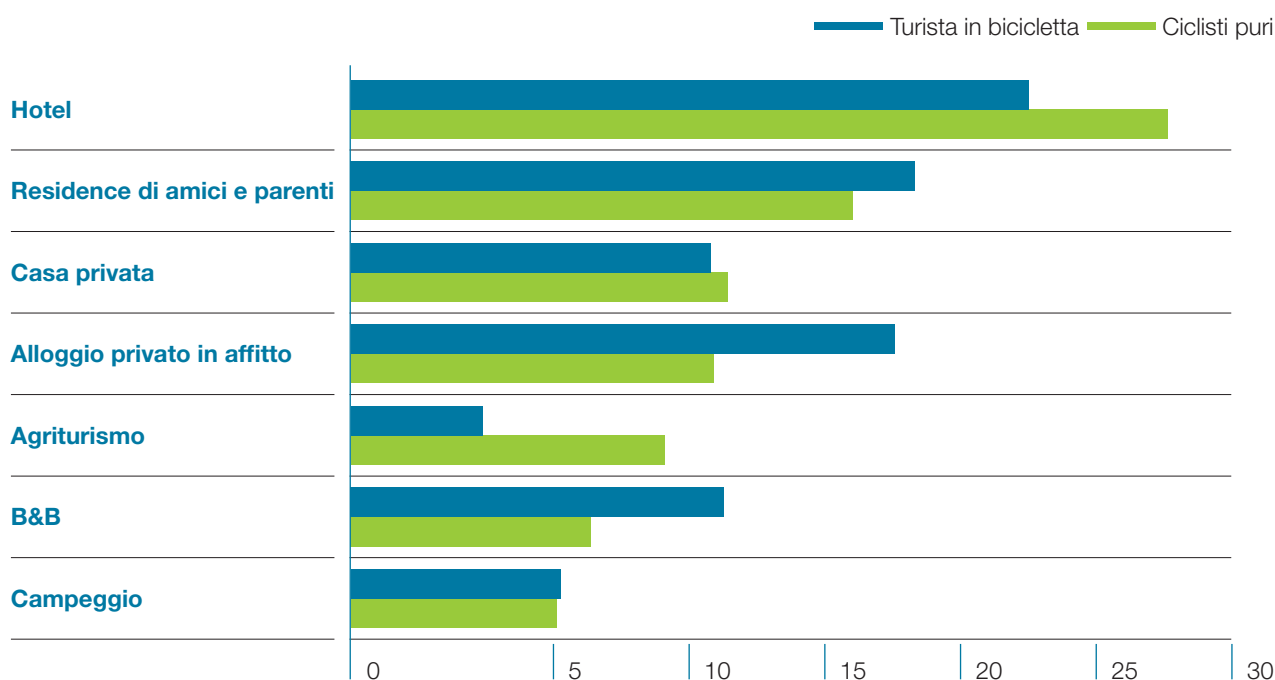
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Una volta a destinazione, il cicloturista “puro” si dedica ad **escursioni (79,0%), gite al mare e/o lago in sella alla bici (40,2%)** e degustazioni di prodotti locali (18,0%). Nonostante una motivazione iniziale anche culturale, **solo il 4,2% visita monumenti e siti archeologici a destinazione;** un dato che deve far riflettere sull'attuale offerta di pacchetti e circuiti ciclabili che puntino sull'integrazione con il patrimonio

artistico-culturale sui territori attraversati in bicicletta.

Quanto all'ospitalità, **pernotta principalmente in hotel (28,0%),** ma anche in agriturismi (11,0%) e *camping* (7,0%), entrambe soluzioni che appaiono affini ad una forma di turismo che è per sua natura open air.

## PRINCIPALI TIPOLOGIE DI ALLOGGIO PER I CICLOTURISTI



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

La **permanenza media del cicloturista puro appare più alta della media**: il 44,5,0% soggiorna tra le 7 e le 13 notti, contro il 37% della media di permanenza del turista generico; ed il dato medio di notti trascorse si attesta a 9.

A fronte dell'esperienza vissuta, il suo giudizio è nel complesso buono (voto 8,2 su 10): apprezza la qualità del mangiare e del bere, la cortesia e l'ospitalità della gente (8,2), e la ristorazione (8,0); migliorabile appare il giudizio invece in relazione al costo dell'alloggio (7,3) ed all'offerta culturale (7,5).

**La sua spesa media giornaliera procapite si attesta sui 69,7 euro.** Quella per il viaggio A/R è di 163,5 euro, quella per l'alloggio è di circa 53 euro. Entrando nel dettaglio spesa, spiccano:

- un 21,7% che spende 19 euro in noleggio attrezzature sportive;
- un 20,8% che ne spende 18 per scuole e lezioni sportive;
- un 15,7% che ne spende 11,5 presso im-

pianti sportivi.

I cicloturisti stranieri spendono tendenzialmente di più degli italiani, non solo (comprendibilmente) per le spese di viaggio – si parla di una differenza di 142,7 euro – ma anche per l'alloggio, in media 15 euro in più.

**Il 65% dei cicloturisti "puri" ha scritto o scriverà recensioni online sull'esperienza di vacanza**, naturalmente utilizzando i Social:

- l'83,3% dichiara di utilizzare Facebook, condividendo con la propria cerchia di amici ciò che ha vissuto e provato;
- il 52% utilizza Instagram, facendo leva sull'impatto visivo delle foto scattate durante il soggiorno;
- il 38% TripAdvisor, commentando in modo articolato la propria esperienza a livello ricettivo ed enogastronomico.

Non sorprende, infine, l'emergere dell'utilizzo del Social attualmente di maggior tendenza tra i giovani, TikTok (5,2%).



2.3

## L'identikit del turista con la bicicletta

Anche il turista con bicicletta, nel 2022, è prevalentemente di sesso maschile (53,0% dei casi) ma, rispetto ai cicloturisti “puri”, **la componente femminile appare un po' più presente** (47,4% cioè un **+2,5%**). Le donne trovano la bicicletta un mezzo efficace per ottenere benefici a livello psicofisico: la bici permette di rilassarsi all'aria aperta e di recuperare tonicità

al tempo stesso. Per unire l'utile al dilettevole, e massimizzare così tali benefici, spesso le donne rendono la bicicletta parte integrante della propria vacanza; un rapporto più “soft” con questo mezzo, rispetto al cicloturismo “puro”, ma che permette ugualmente di sfruttarne e goderne le potenzialità.

### IDENTIKIT DEL TURISTA CICLOTURISTA (SESSO)



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

**Oltre alla componente femminile, si registra un “peso” maggiore anche di quella giovanile:**

- i Millennials rappresentano il 44,0% del totale flussi (+6,2%);
- cui si affianca un 13,1% di *Centennials*, ovvero gli *under 27*.

Come il “puro”, il turista con bicicletta è diplomato (nel 57,0% dei casi), svolge già una professione (78,0%) e possiede un reddito medio (31,0%), medio-basso (27,3%); dato questo che si lega ad una presenza più marcata della Generazione Z, spesso ancora impegnata negli studi.

Un 17,0% è *medium-high spender*, a fronte



della *Generation X* (31,0%) che vanta una vita lavorativa consolidata.

La scelta della compagnia per la vacanza è variegata:

- rispetto ai “puri”, **hanno maggior peso le coppie (37%, +7,4%)** che decidono di includere un giro in bicicletta nel loro programma di vacanza;
- si registra un medesimo “peso” dei vacanzieri in solitaria e delle famiglie con bambini (18,1%), che rende questo cluster “targetizzabile” con pacchetti diversi offerti;
- si affiancano, altresì, quanti viaggiano in compagnia degli amici (18,0%).

Parlando di motivazioni principali di vacanza,

si registra un cambiamento sul 2021: anziché allo sport, **il turista con bicicletta si mostra più interessato a shopping (26,0%)** e cultura (20,0%). Oltre poi ai prodotti “mare/lago” (19,0%) ed “enogastronomia” (18,0%), che condivide con il “puro”, il turista con bicicletta mostra più attenzione **gli eventi (19,4%) e ad un’offerta di intrattenimento ampia e variegata (9,1%)**, complice il maggior peso della componente giovanile. Eventi e località esclusive sono di interesse per gli italiani, sebbene non rifuggano occasioni di relax magari raggiungendo il bagnasciuga in bici; gli stranieri, invece, si orientano maggiormente su natura e cultura.

**Il passaparola è il canale di comunicazione che influenza di più il turista con**

**bicicletta (42,3%)**, seguito dal web (30,0%), soprattutto nel caso del segmento young. Anche in questo caso, complici le potenzialità del turismo open air a livello esperienziale-emozionale, si registra una quota elevata di repeaters (36,4%).

Una volta a destinazione, il turista con bicicletta si comporta come il “puro”:

- si dedica ad escursioni (64,4%);
- fa gite al mare e/o lago (48,4%);
- degusta prodotti enogastronomici locali (17,0%);
- e, come già evidenziato, partecipa ad eventi tradizionali e folkloristici (13,0%).

**Pernotta principalmente in hotel (23,1%)**, oppure si fa ospitare da amici e parenti (19,2%) o ancora pernotta in B&B (13,0%).

La permanenza, anche in questo caso, è lunga: **il 38,2% di vacanzieri sosta per 1-2 settimane, per 9,6 notti trascorse in media.**

A fronte dell'esperienza vissuta, il giudizio è nel complesso buono (voto 8,1 su 10): apprezza la cortesia e l'ospitalità della gente (8,2), e la qualità del mangiare e del bere (8,0); migliorabile, anche in questo caso, è il giudizio sul costo dell'alloggio (7,3).

**La sua spesa media giornaliera è superiore a quella del cicloturista “puro”: 73,9 euro**, complice una vacanza non impostata in partenza sul solo ciclismo. La spesa per il viaggio A/R è di 130,9 euro, quella per l'alloggio è di 50,6 euro. Gli italiani spendono di più degli stranieri (30 euro al giorno, +4 euro); questi ultimi destinano un budget più alto al viaggio A/R (54 euro, +6 euro), per ovvi motivi di distanza geografica.

Il 66,0% dei turisti con la bicicletta ha scritto, o scriverà, delle recensioni *online* sull'esperienza di vacanza, principalmente sui Social: oltre a Facebook e Instagram, risulta molto utilizzato **Booking (36,0%)** per recensire la propria esperienza di soggiorno.

Merita evidenziare, a questo proposito, come il **cicloturista tenga molto a lasciare una “traccia” online della propria esperienza**, certamente in proporzione maggiore del turista generico (meno di 4 su 10 scrivono recensioni); oltre a condividere impressioni ed emozioni, è questo un modo di fornire informazioni utili ai “collegli” cicloturisti, aiutandoli a muoversi sul territorio nel modo migliore e ottimizzando, così, la loro vacanza turistica.





## La via italiana al cicloturismo

# La via italiana al cicloturismo

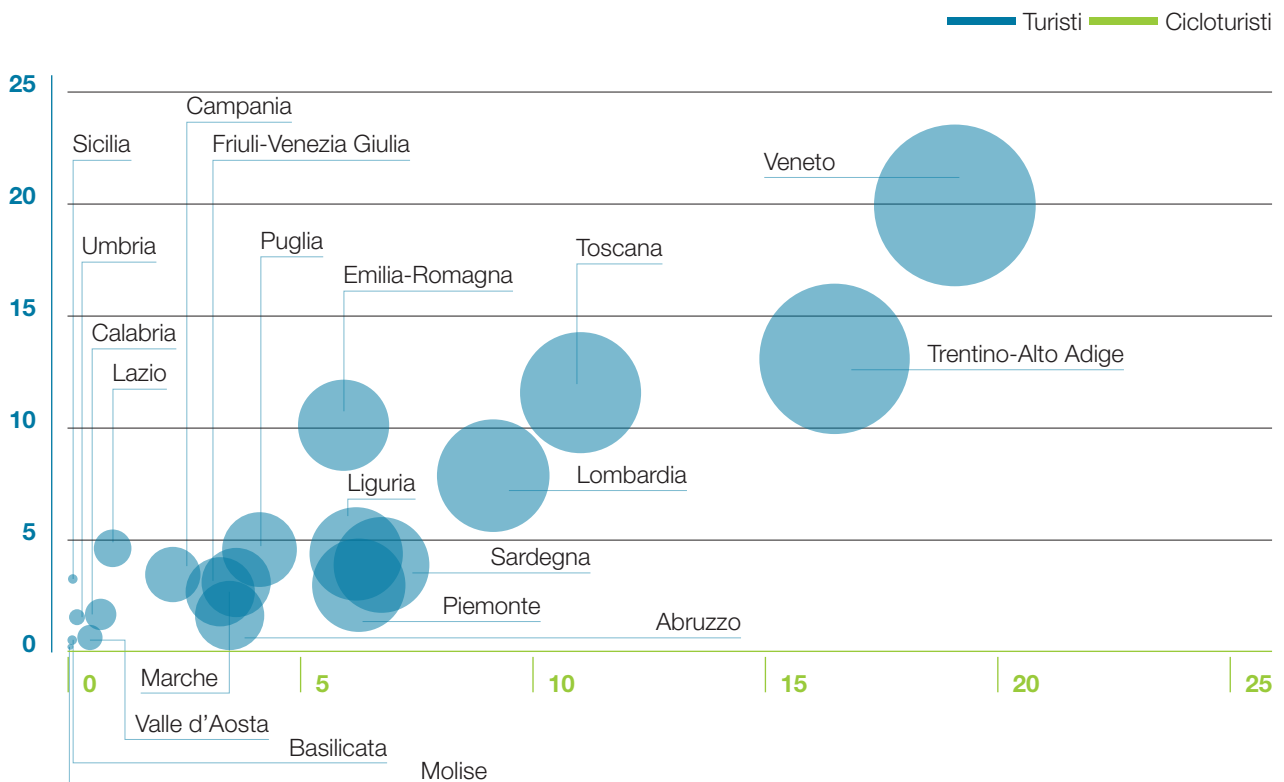
Passiamo ad analizzare più approfonditamente come è andato evolvendo il cicloturismo nel nostro Paese, anche grazie alla prospettiva temporale che la ripetitività nel tempo di questa indagine inizia a rendere possibile.

L'Italia ha visto esplodere più di recente il fenomeno rispetto alle regioni europee settentrionali, dove la cultura della bicicletta è più diffusa e il mezzo è più utilizzato.

Com'è noto, l'offerta di mercato si è concentrata e consolidata prima in alcune regioni rispetto ad altre e larga parte del Sud d'Italia rappresenta ancora una novità come destinazione da vivere in bicicletta.

Il grafico che segue mette in relazione la quota di turisti e la quota di cicloturisti nelle regioni italiane.

## REGIONI DI DESTINAZIONE DEI TURISTI E DEI CICLOTURISTI (% SUL TOTALE)



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

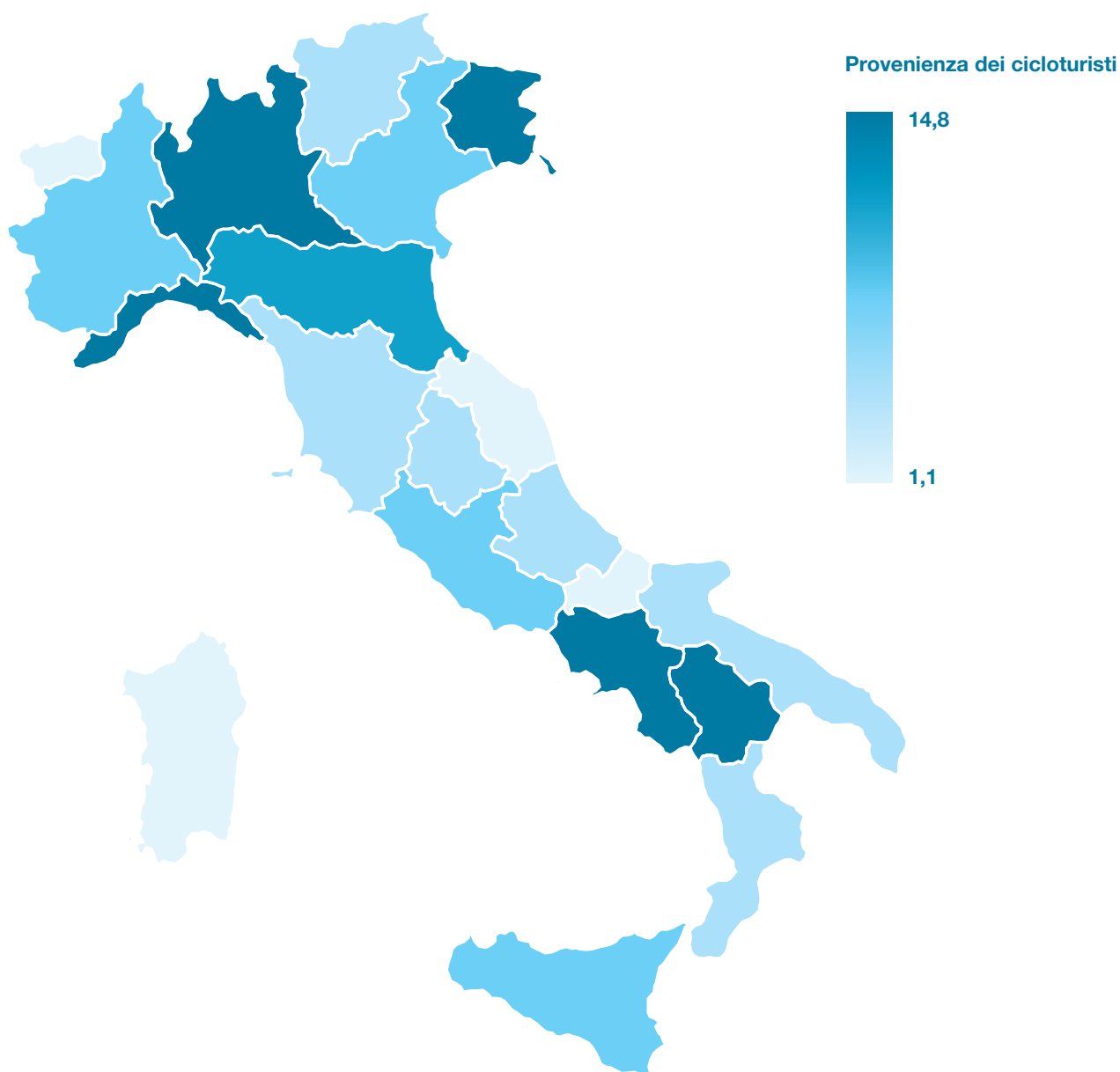
Come è facilmente intuibile, il mercato è ancora piuttosto polarizzato: tre Regioni, **Veneto** (19,0% di cicloturisti), **Trentino-Alto Adige** (16,5%) e **Toscana** (11,4%) **hanno da sole attratto il 47% del flusso di cicloturisti nell'ultimo anno.**

Tuttavia, se andiamo a ricalcolare questi stessi dati in termini di specializzazione turistica regionale (ossia rapportando la percentuale di cicloturisti sul totale dei turisti attratti), emerge

una fotografia del fenomeno più frastagliata e per certi aspetti sorprendente, in termini di diffusione oltre "le rotte" classiche del cicloturismo italiano.

Infatti, **Abruzzo, Piemonte e Sardegna, attraggono una quota di cicloturisti percentualmente maggiore sul totale dei turisti per regione**, seguite da Liguria, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia e Lombardia.

### ■ DA DOVE VENGONO I CICLOTURISTI ITALIANI?







Questo dato ci porta a dire che **il cicloturismo italiano va progressivamente diffondendosi**, e non sorprenderà quindi la scelta di dedicare un approfondimento al cicloturismo al Sud in questo Rapporto. Scelta che va nella direzione non soltanto di riconoscere il buon lavoro di infrastrutturazione della rete di nuove ciclovie ed individuazione di nuovi percorsi cicloturistici fatto negli ultimi anni; bensì di evidenziare come già oggi siano venuti alla luce **“nuovi giacimenti”** di un cicloturismo meridionale, i cui margini di ulteriore sviluppo e “sfruttamento” sono certamente ancora ampi.

Coerentemente con la consolidata dinamica delle provenienze dei flussi turistici che caratterizzano il Paese, quando italiano, il cicloturista “puro” proviene più spesso dal Nord, in particolare Lombardia ed Emilia-Romagna; mentre, per quanto concerne il Sud, spicca la Campania.

I cicloturisti “puri” stranieri sono in prevalenza tedeschi (47,0% del totale degli stranieri giunti

in Italia per fare cicloturismo), seguiti a distanza dai **cicloturisti statunitensi e francesi**.

L'Italia, quindi, si sta progressivamente affermando come destinazione turistica dei cicloturisti in senso stretto, attirando una domanda proveniente dai Paesi affini culturalmente alla bicicletta, e consolidando la propria capacità di attrazione sul mercato tedesco anche per questo specifico cluster.

Peraltro, i flussi tedeschi e francesi, comuni ad entrambe le categorie di cicloturisti, non sono legati al solo turismo in bicicletta, figurando queste nazionalità ai primi due posti del ranking di provenienza straniera del turismo *tout court*.

Interessante appare poi la quota dei turisti inglesi (9%), dato che non sorprende visto che il nostro Paese è risultato nella Top 3 delle destinazioni turistiche preferite secondo un sondaggio ai britannici presentato all'evento *“World Travel Market 2021”* a Londra<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Travellairs, “L'Italia tra le mete preferite dai turisti del Regno Unito”, <https://travellairs.it/notizie/italia-tra-mete-preferite-turisti-regno-unito/>, 24 gennaio 2022

3.1

## Dalla crescita del mercato ad un nuovo paradigma di cicloturismo

Secondo un'analisi di *Fortune Business Insights*, il mercato globale della bicicletta, che valeva 65,4 miliardi di dollari nel 2019, ha avuto con la pandemia un'accelerazione ed è lievitato fino a 97,2 miliardi nel 2020, con una crescita vicina al 50%.

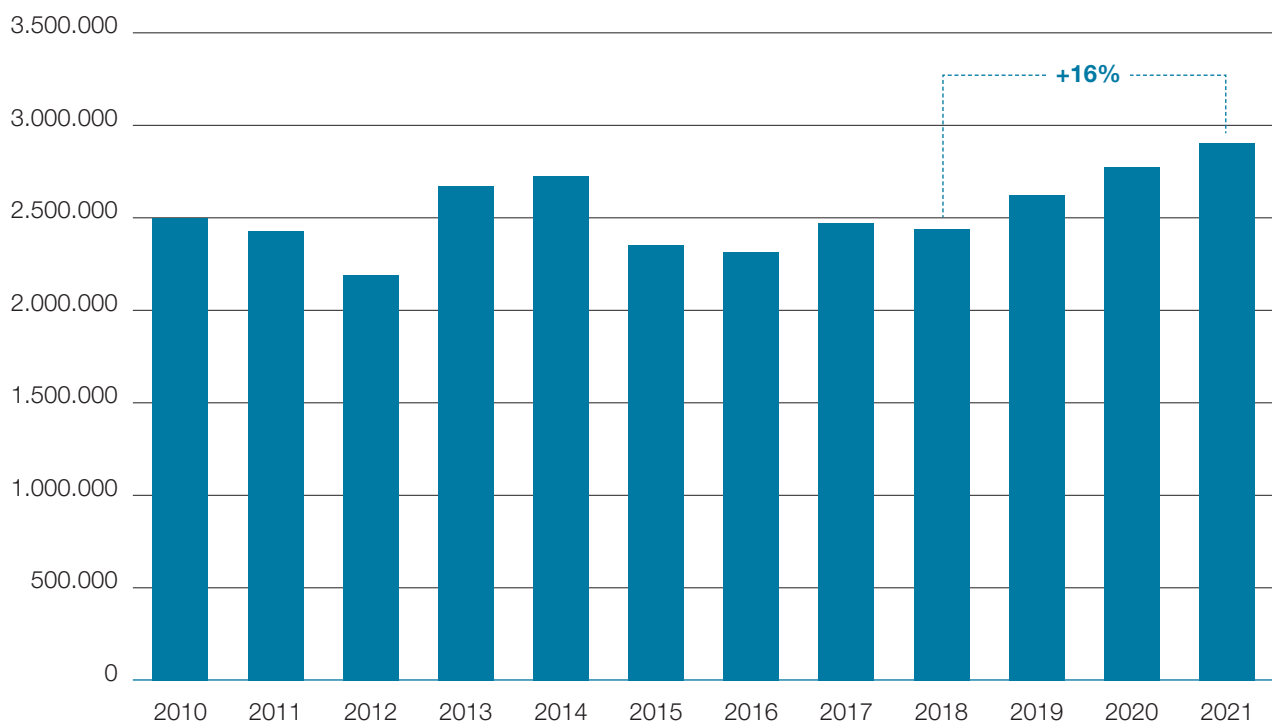
Anche se con ritmi meno sostenuti, il mercato continuerà ad allargarsi, secondo le proiezioni dell'analisi, fino ai 147,2 miliardi del 2027, con una crescita media annua di poco superiore al

6%.

In Europa nel 2021 sono state prodotte 13,5 milioni di biciclette, con una crescita dell'11% rispetto al 2020. **Nel 2021 l'Italia ha prodotto poco meno di 3 milioni di biciclette** (+16% tra il 2018 ed il 2021) e la filiera produttiva ciclistica italiana è un'eccellenza a livello continentale che vede 3.418 imprese registrate dare lavoro a 8.943 addetti<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Fonte Infocamere, registro imprese. Fabbricazione, produzione e noleggio di biciclette nel 2022. Codici ATECO: 3092, 30921, 30922, 772101 e 952902.

### SERIE STORICA: PRODUZIONE DI BICILETTE IN ITALIA



Fonte: ANCMA, 2021

Ci pare che la crescita del mercato segnali ed accompagni un passaggio di paradigma.

La bicicletta è stata a lungo vissuta, nell'immaginario collettivo, come un «mezzo povero», che scontava, peraltro, una condizione culturale di difficile convivenza con l'automobile che spesso si concretizzava anche nei termini di una strisciante mancanza di educazione civica verso il ciclista.

Oggi ci troviamo in uno scenario nuovo, caratterizzato dal diffondersi di una coscienza ambientalista ed una maggiore sensibilità verso forme di mobilità sostenibile.

All'uso della bicicletta viene riconosciuto un maggior valore sociale, a cui fa seguito un nuovo fascino *glamour*.

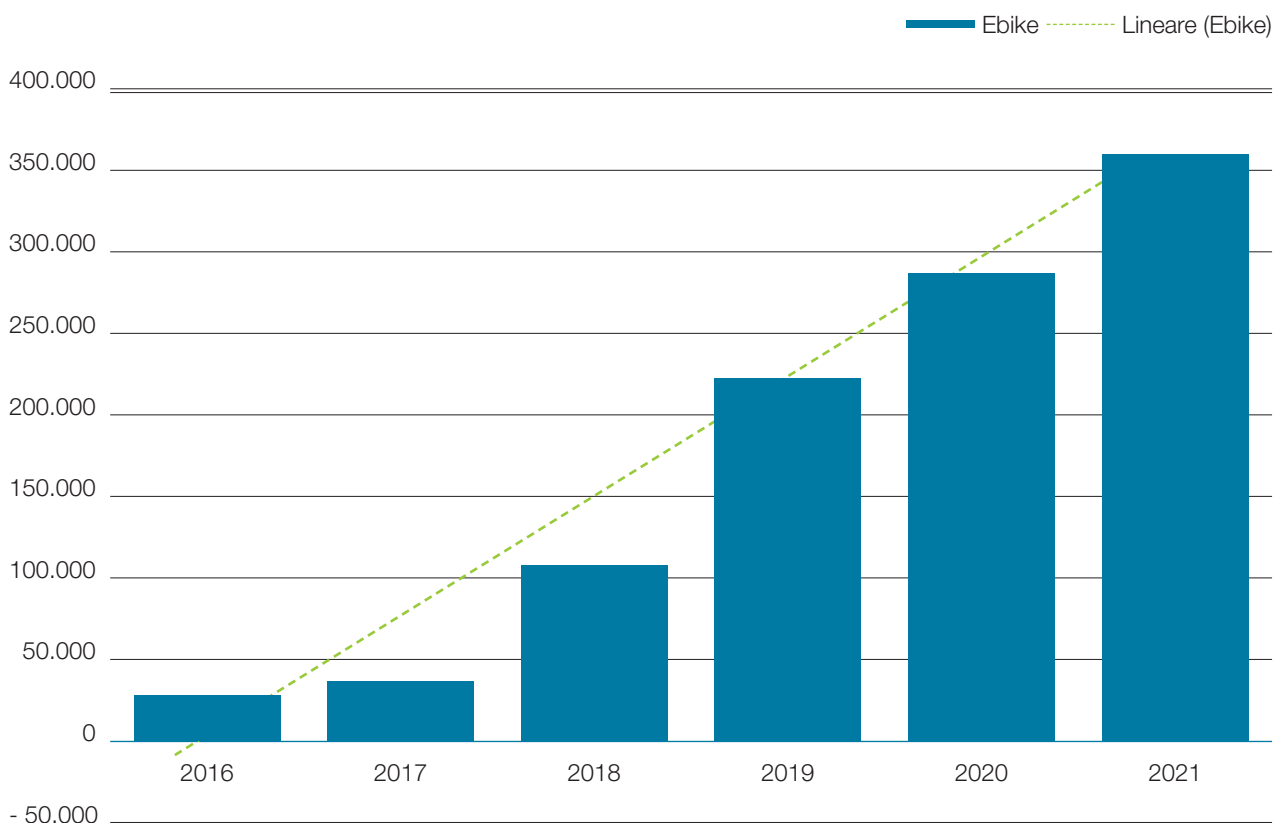
Con 3 milioni di pezzi venduti nel 2021 (+ 7% sul 2020), l'Italia è risultato il mercato più florido a livello europeo; sono cresciute le vendite nel segmento delle bici di alta gamma, quando non di lusso; **e si è registrata una vera e propria esplosione nella vendita delle e-bike (330mila pezzi, + 25% sul 2020)<sup>1</sup>.**

Non sorprende, quindi, che siano già poco meno di 5mila, pari al 38% del totale, le agenzie e gli operatori turistici che oggi offrono pacchetti dedicati alla domanda cicloturistica; e che oltre 4500 alberghi abbiano qualche forma di servizio specifico per questa tipologia di utenza.

Tutti elementi che confermano come il cicloturismo stia diventando pratica sempre più diffusa anche nel nostro Paese.

<sup>1</sup> Fonte: "Ecosistema della bicicletta", Banca Ifis.

## ■ PRODUZIONE DI E-BIKE IN ITALIA



Fonte: ANCMA, 2021



In uno scenario che appare per molti versi positivo, permane un dibattito che possiamo considerare “storico” nell’ambito del cicloturismo italiano: quello che vede contrapposti quanti vorrebbero “confinare” l’esperienza nelle piste e negli itinerari “strettamente” ciclabili (sia urbani che extraurbani); rispetto a quanti hanno una visione più “libertaria” del fenomeno, per cui il cicloturista deve avere l’opportunità di avventurarsi e vivere appieno i territori italiani, venendo messo nelle condizioni ideali per godere di questa esperienza in piena sicurezza, indipendentemente dal contesto attraversato: dalle vie dei centri storici ai grandi viali delle nostre città, dalle strade provinciali alle strade secondarie montane o di campagna, fino ai lungomari delle nostre coste.

Il cicloturismo – come altri sport e pratiche amatoriali e/o sportive – è un fenomeno trasversale e libero, che può riguardare una pluralità di turisti con caratteristiche differenti. Proprio per questo la logica di intervento dovrebbe inevitabilmente considerare e distinguere tra fasce diverse di utenza, più o meno esperta, offrendo ad ognuno le migliori condizioni di contesto.

Come autori di questo Rapporto, non possiamo non abbracciare la visione più ampia del cicloturismo, assertori come siamo del considerarlo leva “trasversale” di valorizzazione turistica e territoriale che naturalmente porta con sé, come già detto, una chiara esigenza di messa in sicurezza delle nostre strade, che inevitabilmente richiede – a propria volta – una *policy* organica a livello nazionale.

Peraltro, gli *stakeholder* di settore coinvolti nei focus di approfondimento organizzati da

Isnart hanno convenuto nella considerazione che, sui territori, non servano poi così grandi investimenti materiali per rendere sicura e allo stesso tempo godibile l’esperienza cicloturistica.

Piuttosto, viene evidenziato da più voci all’interno del settore come spesso sia sufficiente prevedere e realizzare accorgimenti materiali, quali ad esempio limiti di velocità, applicazione dei rallentatori, semaforica e segnaletica dedicata, senza naturalmente tralasciare l’aspetto della manutenzione se non rifacimento del manto stradale.

Questa istanza avanzata dagli operatori di mercato specializzati e, più in generale, dal mondo degli amanti della bicicletta, può assolutamente trovare nel pieno e migliore utilizzo delle risorse del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (cfr. paragrafo successivo), l’occasione per un salto di qualità nell’infrastrutturazione dedicata del Paese, così da rafforzarne il potenziale ed il posizionamento come destinazione cicloturistica a livello europeo.

A ciò crediamo debba essere affiancata **un’azione di sensibilizzazione culturale** che immaginiamo debba partire già dalla scuola, coinvolgendo le diverse istituzioni e l’associazionismo sui territori; nonché – raccordando le esigenze degli operatori di mercato con le diverse strategie promozionali sui territori – una **forte azione di comunicazione** delle potenzialità del cicloturismo italiano gestita a livello centrale, con il fine di restituire al mercato internazionale, ai tour operator e soprattutto ai cicloturisti esteri un’immagine unitaria, ma anche originale ed accattivante, della nostra offerta.

## L’e-bike: un fenomeno in forte crescita

La crescita impetuosa del segmento dell’e-bike, ed in questo scenario la derivata del servizio di *bike sharing* che sull’utilizzo delle biciclette elettriche in gran parte si basa, hanno senza dubbio un impatto potenzialmente significativo anche in termini di cicloturismo.

Le esperienze in e-bike sono una chiave fondamentale per avvicinare i turisti “non sportivi”: l’uso della e-bike, infatti, consente anche a principianti ed a persone per nulla o poco allenate di fare esperienze di fruizione turistica su due ruote, generalmente di durata giorno-

liera, e come tale è occasione ideale per allargare la platea di potenziali cicloturisti.

Emergono una serie di elementi strategici per ben declinare le esperienze cicloturistiche in modalità *e-bike*:

- **l'importanza di proporre servizi integrati coinvolgendo stakeholder diversi sui territori:** risulta evidente che le esperienze di successo sono quelle che puntano sull'integrazione di più elementi: la proposta di itinerari e percorsi caratterizzati da diversi livelli di difficoltà e ben mantenuti; la disponibilità sempre assicurata di sistemi di ricarica; strutture di noleggio con materiali ben mantenuti e tecnicamente all'altezza; l'offerta di esperienze complementari (ad es. gastronomiche e culturali).
- **La strategicità di un adeguato modello di gestione:**
  1. un sistema di info-prenotazione efficiente ed una gestione professionale della comunicazione e delle informazioni al turista attraverso piattaforme digitali dedicate;
  2. adeguata rete di stazioni di ricarica: la gestione delle infrastrutture di ricarica è a carico di enti territoriali (quali parchi naturalistici) o punti di interesse (quali rifugi, alberghi, punti di noleggio). Un sistema efficiente (ad es. coperto, protetto, capace di accogliere più mezzi, interconnesso con la rete del trasporto pubblico) è fondamentale per rendere l'offerta di quel territorio competitiva. Peraltro, il tempo della ricarica può essere occasione per offrire al cicloturista informazioni per fare esperienze complementari.
- **il ruolo del trasporto pubblico:** l'interconnessione con il trasporto pubblico è strategica anche per l'offerta di esperienza di turismo in *e-bike*, in particolare per coprire parti dell'itinerario (o offrendo deviazioni e ricongiungimenti rispetto allo stesso) e/o per connettere tra loro punti d'interesse diversi parte del sistema di itinerari sul territorio (ad. es., permettendo di raggiungere in funivia percorsi per *mountain bike* o *downhill*).

Quanto al **bike sharing**, si tratta di un fenomeno sempre più diffuso, tanto che il nostro Paese risulta al quarto posto, su 50 nazioni prese in esame, per numero di sistemi attivi (cfr.: classifica stilata da *Medding Map Report Mid 2021*) 4

Sono oramai moltissime le città italiane, di tutte le dimensioni, che hanno messo a disposizione il servizio, sia in una logica di intermodalità, ovvero la possibilità di utilizzare più mezzi di trasporto, integrandoli tra di loro, per spostamenti all'interno della fascia urbana, sia per utilizzi per tragitti più lunghi.

Anche in questo segmento la pandemia ha dato una spinta notevole: ulteriore approfondimento lo offrono i dati del ["6° Rapporto Nazionale sulla Sharing Mobility"](#) 5osiddetti "a flusso libero" (4,6 milioni nel 2021, +56%); che in quelli "station-based" (3,4 milioni, +22%).

Risulta in netta crescita anche il dato delle iscrizioni dei cittadini a servizi di *bike sharing* (+60%): un trend particolarmente visibile a Roma e Milano, dove gli affitti risultano aumentati, rispettivamente, del 90% e del 157% da gennaio a giugno 2022. Peraltro, l'*European shared mobility index*, tracciato da Fluctuo, segnala proprio Milano come prima città europea in termini di veicoli in modalità condivisa per abitante.

Quanto ai costi, essi variano in base al fornitore e alla modalità del servizio: secondo quanto segnalato dall'Osservatorio Nazionale sulla *Sharing Mobility*, il prezzo di un abbonamento annuale a un servizio di bici condivisa va da un minimo di 15 euro a Siena a un massimo di 300 euro per il servizio sperimentale di *Bike Sharing free-floating* a Parma.

Il costo medio di un viaggio di 20 minuti su una bicicletta in condivisione in modalità *free-floating* è di circa 1,2 euro, mentre scende a 50 cent per il *Bike Sharing* in modalità *station-based*.

Infine, un elemento da non sottovalutare è quello che vede **la bici condivisa presentare un tasso di incidentalità del 35% inferiore a quello della bicicletta privata (1)**, grazie a precise scelte di design, ad una struttura più robusta capace di reagire meglio alle irregolarità dei manti stradali e ad un impianto frenante mediamente più evoluto rispetto alle bici da passeggio *entry level*.

### 3.2

## Le politiche nazionali e la strategia europea

La maggior consapevolezza e capacità di mobilitazione, anche politica, del movimento “bike” italiano, ha portato le stesse Istituzioni a porre più attenzione ed impegno nei confronti della mobilità ciclistica, sia dal punto di vista della tutela normativa dei praticanti, sia ai fini dell'apertura di nuove ciclovie e tracciati, entrambi elementi fondamentali per continuare a far crescere il fenomeno del cicloturismo nel nostro Paese.

Il tema della sostenibilità è da qualche tempo al centro del dibattito e dei programmi della politica contemporanea, così come quello della mobilità sostenibile che può di fatto contribuire a ridurre l'impatto di fenomeni correlati al cambiamento climatico.

Già a gennaio 2018, al fine di favorire lo sviluppo del cicloturismo, era stata approvata la Legge n. 2 **“Disposizioni per lo sviluppo della mobilità in bicicletta e la realizzazio-**

**ne della rete nazionale di percorribilità ciclistica”**.

Si tratta della prima Legge Quadro in materia di mobilità ciclistica e si pone l'obiettivo di promuovere l'uso della bicicletta come mezzo di trasporto, sia per le esigenze quotidiane che per le attività turistiche e ricreative.

Questo nell'ottica di migliorare l'efficienza, la sicurezza e la sostenibilità della mobilità urbana, tutelare il patrimonio naturale e ambientale, accrescere e sviluppare l'attività turistica, in coerenza con il piano strategico di sviluppo del turismo.

A fine 2021, il Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità sostenibili (MIMS) ha pubblicato il **Piano Generale della Mobilità Ciclistica urbana e extraurbana 2022-2024**. Nel Piano si sono definite le linee programmatiche della mobilità ciclistica sia urbana che turistica. Tra gli



obiettivi strategici fissati nel Piano si intendeva accelerare in maniera omogenea su tutto il territorio nazionale la **modifica del Codice della strada in materia di ciclabilità**, con il fine di favorire la transizione verso un nuovo modello di mobilità ciclistica.

Sempre il Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità sostenibili, in modo trasversale, ha poi stabilito diversi obiettivi nell'ambito del **Piano Straordinario della mobilità turistica**, ed in particolare:

- accrescere l'accessibilità ai siti turistici per rilanciare la competitività degli operatori;
- valorizzare le infrastrutture di trasporto;
- promuovere modelli di mobilità turistica sicuri e sostenibili dal punto di vista dell'ambiente ed energetico.

Gli interventi identificati nel Piano sono molteplici:

- l'adeguamento delle infrastrutture e dei servizi di mobilità;
- l'integrazione tra i servizi di mobilità ed i servizi turistici;
- l'integrazione tra mobilità ciclo-pedonale e modi di trasporto convenzionali (ad es. bici in treno);

- la mobilità in sicurezza per i viaggiatori che si spostano a piedi e in bicicletta.

Infine, il **Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022**, redatto dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, ha stabilito le linee guida per uno sviluppo del turismo più consapevole e sostenibile. Il documento prevede la necessità di realizzare interventi mirati alla valorizzazione dei territori, finalizzati ad ampliare l'offerta delle destinazioni turistiche in chiave di sostenibilità e autenticità, con la proposta di nuovi "tematismi".

Il Piano stabilisce le principali esigenze per una piena integrazione delle destinazioni nell'offerta turistica nazionale, nell'ottica di uno sviluppo di attività sostenibili dal punto di vista ambientale, economico e sociale e dell'attenzione alla riduzione degli impatti sulle risorse naturali, nonché della veicolazione verso target selezionati (cicloturisti, turismo attivo, turismo emozionale).

In questo quadro, il **cicloturismo è ormai considerato un prodotto turistico a tutti gli effetti** e come tale anche le strategie nazionali in materia di turismo ne riconoscono le potenzialità e stabiliscono precisi obiettivi per incentivarlo.

### 3.3

## Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza: un'occasione da non perdere per il cicloturismo italiano

Come già menzionato, il **Piano Generale della Mobilità Ciclistica 2022-2024**, approvato il 3 agosto 2022 dalla Conferenza Unificata in accordo con il Ministero del Turismo, offre l'occasione concreta di finanziare la costruzione e l'implementazione di ciclovie turistiche, con un investimento di 400 milioni (da spalmare nell'arco temporale che va dal 2021 al 2026), per un

totale di 1.235 chilometri di nuovi percorsi (oltre alla manutenzione di tratte già esistenti).

L'iniziativa, finanziata nell'ambito della **missione M2C2 del PNRR "Energia rinnovabile, idrogeno, rete e mobilità sostenibile"**, rientra nelle azioni governative orientate alla promozione dello sviluppo turistico nell'ottica

di una crescita indirizzata alla sostenibilità, in piena coerenza con uno dei due macro-obiettivi che la Commissione Europea si è data con il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza stesso.

Ai 400 milioni di euro di finanziamenti, se ne aggiungono poi ulteriori 200, destinati all'edificazione di 565 chilometri di piste ciclabili urbane e metropolitane che possano consolidare gli allacciamenti logistici tra le università e le stazioni ferroviarie.

È evidente come anche la realizzazione di nuove vie urbane per la circolazione in bicicletta - seppur non indirizzate apertamente a fini turistici - contribuisca alla qualificazione ed allo sviluppo turistico dei territori.

Esistono poi ulteriori missioni del PNRR che, in maniera indiretta, possono contribuire al rafforzamento della rete infrastrutturale e di servizi in un'ottica di qualificazione dell'offerta cicloturistica del Paese.

La **missione M1C3 “Turismo e cultura”**, nella parte che riguarda gli investimenti per l'attrattività dei borghi, per un investimento pari a 1,02 miliardi di euro, e quella per la tutela e valorizzazione del paesaggio rurale, dal valore totale di 600 milioni, sostengono lo sviluppo delle aree rurali, periferiche e i borghi, contesti ideali per una fruizione lenta e sostenibile quale quella del viaggio in bicicletta.

Anche la **misura M2C1 “Agricoltura sostenibile ed economia circolare”**, nei suoi punti “Isole verdi” – per un investimento di 200 milioni di euro- e “Green Communities” – per un investimento pari a 140 milioni di euro - punta alla costruzione di piste ciclabili e/o al loro possibile adattamento.

Un altro intervento confacente al caso è quella della misura **M5C2 “Infrastrutture sociali, famiglie, comunità e terzo settore”**, in particolare al punto “Sport e inclusione sociale”, al quale sono rivolti 700 milioni di euro da attribuire al recupero delle aree urbane attraverso gli impianti sportivi. Oltre ad avere un rilevante impatto economico con la sua impiantistica e

le numerose attività che vi ruotano attorno, per la società italiana lo sport rappresenta una delle reti di aggregazione sociale più importante, in cui il cicloturismo, letto nella sua componente ludico-sportiva, ben si colloca.

Infine, gli Enti territoriali potranno trovare un'ulteriore opportunità di investimento anche nella missione **M5C3 “Interventi speciali per la coesione territoriale”**, parte della “Strategia nazionale per le aree interne”, per un investimento di 830 milioni di euro, orientati a incrementare l'attrattività delle aree interne al fine di risolvere al contempo problemi di disagio sociale, grazie all'erogazione di servizi di accessibilità ai territori e di collegamenti con i centri urbani.

Alla grande occasione di adeguamento infrastrutturale servita dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, si aggiungono poi i Fondi europei che offrono (o forse dovremmo dire “offrirebbero”, vista la cronica incapacità mostrata dal nostro Paese nello sfruttare e mettere pienamente a terra le risorse di cofinanziamento comunitario) la possibilità di finanziare progetti anche di piccole dimensioni a livello locale, anche in aree rurali, che rappresenterebbero occasione per rivitalizzare i territori marginalizzati, spopolati e a basso flusso turistico o addirittura abbandonati.

## 3.4

## La “Cycling strategy” varata dal Parlamento Europeo: verso una nuova politica europea della bicicletta

Nello scorso mese di febbraio, il Parlamento Europeo ha approvato la “**Cycling strategy**”, risoluzione che invita gli Stati membri ad aumentare significativamente gli investimenti nella costruzione di infrastrutture ciclabili e a sostenere politiche industriali per l'intero comparto.

Si tratta, a ben vedere, di un forte riconoscimento da parte del Parlamento Europeo del valore dell'industria ciclistica nel tessuto economico, manifatturiero e tecnologico europeo.

La **Strategia Europea della Ciclabilità**, articolata in 18 punti, assegna alla Commissione Europea e agli stati membri una serie di obiettivi per sviluppare l'utilizzo e l'economia della bicicletta in tutti i Paesi europei. Il primo e più ambizioso è quello di raddoppiare in Europa il numero di chilometri percorsi in bicicletta entro il 2030, da raggiungere attraverso una serie di azioni:

- lo sviluppo della ciclabilità attraverso una migliore connettività tra le aree suburbane e i centri urbani con le “**cycle highways**”;
- lo sviluppo della multi-modalità, ossia la messa in connessione della bicicletta con altri mezzi di trasporto (ad esempio, aumentando la disponibilità di spazi per le biciclette sui treni ed i incrementando le aree di parcheggio e scambio presso stazioni e centri di mobilità);
- una politica di sostegno allo sviluppo dell'industria europea delle due ruote per una produzione di biciclette e componenti “**Made in Europe**”, incentivando la creazione di posti

di lavoro di alta qualità, la creazione di poli ciclistici e il miglioramento della formazione professionale legata alla filiera;

- una politica a sostegno del *reshoring* delle produzioni<sup>1</sup>, riportando in Europa la catena produttiva per superare le difficoltà della *supply chain* (emerse prepotentemente nel corso della pandemia).

La Commissione viene poi sollecitata a varare una politica di finanziamenti ad hoc e incentivi fiscali.

Punto cardine della strategia è la sollecitazione ai Paesi membri per la **riduzione dell'Iva sulle biciclette**. Decisione già assunta dal governo portoghese nel novembre scorso, tagliando l'Iva dal 23 al 6%.

**Ridurre l'imposta sul valore aggiunto non solo per gli acquisti di biciclette, ma anche per il noleggio e la riparazione darebbe una spinta importante a tutto il settore.**

<sup>1</sup> In Italia la Bianchi ha fatto da apripista con un piano complessivo di reshoring da 40 milioni di euro e l'apertura di nuovo stabilimento produttivo.





## Focus di approfondimento

## Focus di approfondimento

Questa sezione del Rapporto mira ad un approfondimento di tipo qualitativo su alcune dinamiche che vanno caratterizzando la crescita del segmento del cicloturismo italiano e che ci sono parse di interesse, se non pienamente attuale, certamente potenziale.

Il capitolo è stato redatto sulla base di una

preliminare analisi desk, per poi fare ricorso ad un set articolato di interviste qualitative ad un panel di testimoni e *stakeholder* privilegiati, selezionati sia nell'ambito delle Istituzioni pubbliche (in particolare Regioni ed Enti territoriali), che tra gli operatori lato offerta di servizi (agenzie specializzate, tour operator, attori dell'accoglienza, consorzi di servizi e reti di impresa).

### 4.1

## Il diffondersi del cicloturismo nei territori del Sud Italia: un'occasione da non perdere

Il cicloturismo appare come un prodotto con enormi potenzialità di sviluppo nel Sud del Paese, occasione imperdibile per **allungare la stagione turistica estiva**.

Infatti, i dati e le informazioni raccolte da ISNART confermano che i periodi di vacanza preferiti dai cicloturisti sono quelli di settembre e ottobre, in cui si riprende l'attività o si avvia la preparazione invernale; ed il periodo primaverile (aprile, maggio e giugno).

Sono stagionalità ideali per pedalare al sud, perché le temperature permettono di praticare con tutta serenità l'attività e perché le **destinazioni** – lontani dai picchi di affluenza della stagione estiva e dai relativi fenomeni di *overtourism* – **sono meno sature e le strade meno trafficate**.

In particolare, non va sottovalutato che i cicloturisti internazionali oramai conoscono i periodi di vacanza degli italiani e scelgono di pedalare in bassa stagione, per una certa fascia di mercato anche alla ricerca di offerte, sia di viaggio che di pernottamento, che rendano la vacanza meno dispendiosa.

La grande capacità attrattiva del Paese e la sua incredibile bellezza, si scontrano però con il dato reale di *competitor* internazionali sempre più agguerriti, pronti a diversificare l'offerta e a fare concorrenza al ribasso.

Questa potenzialità di mercato, dunque, deve essere colta rapidamente, per sviluppare e posizionare strategicamente un'offerta qualificata anche in quest'area del Paese in cui il fenomeno cicloturistico è ancora poco diffuso,

seppure in crescita.

Se il cicloturismo può rappresentare una grande opportunità per l'intero **Sud Italia** in termini di maggior visibilità ed apertura ai mercati internazionali, esso lo è proporzionalmente di più in termini **di sviluppo delle aree interne del nostro Meridione**.

Se infatti il sud ha una grande capacità attrattiva nel periodo estivo, grazie al turismo balneare, il cicloturismo rappresenta non solo un'ulteriore possibilità di espansione nel tempo dei flussi turistici, ma altresì nello spazio, "allontanandolo" dalle coste e generando nuove sinergie nell'offerta turistica tra aree costiere e aree interne.

La capacità del cicloturismo di valorizzare le zone attraversate, anche quelle che risultano marginali rispetto alle migrazioni turistiche di massa, esercitando ricadute positive sull'eco-

nomia locale e favorendo la nascita di iniziative imprenditoriali turistiche locali, può avere una eccezionale valenza nelle aree meridionali.

Questo non significa dover snaturare le caratteristiche dell'offerta di quei territori, ma solo l'opportunità di organizzare e qualificare un'offerta integrativa, in grado di attrarre, soddisfare e accrescere il numero di esperienze già sperimentabili dai turisti.

Il lavoro da fare nei prossimi anni è quindi quello di promozione del 'prodotto cicloturismo' al sud, valorizzando le migliori prassi già avviate sul lato dell'offerta. È il caso della **Basilicata**, dove l'*Agenzia di Promozione Territoriale* da alcuni anni ha avviato plurime attività di promozione territoriale, tra le quali l'applicazione interattiva per smartphone e tablet "Basilicata free to move" che geolocalizza e permette di conoscere ventuno itinerari cicloturistici per 1.729 km complessivi.

## Il cicloturismo itinerante in Basilicata. Connessioni territoriali e complementarità turistica

La Basilicata offre una moltitudine di percorsi e di itinerari, percorribili da *bikers* di diversa tipologia e gusti. Tutti i percorsi si differenziano per i gradi di difficoltà e di allenamento che richiedono. Alcuni, più accessibili, sono alla portata dei meno allenati, permettendo di percorrere varianti brevi da svolgersi in una o più giornate dedicate.

Altri, invece, sono itinerari per cicloturisti "puri", caratterizzati da lunghezze e pendenze importanti, che richiedono un'attenzione maggiore ma che restituiscono esperienze vive (per il paesaggio) e immersive (soprattutto per cultura e natura) di grande pregio.

Ogni itinerario è poi pensato come complementare con altre forme di turismo. È il caso, per esempio, dell'itinerario ad anello di Venosa che attraversa colline, vigneti e le cantine dell'Aglianico DOC, oliveti e frantoi a contatto con i saperi locali e l'enogastronomia del territorio, ma anche i siti archeologici e i centri storici medioevali.

Altri esempi sono il percorso della collina materana alla scoperta dei borghi, oppure quello che corre dal Parco Regionale Gallipoli Cognato alle spiagge della Costa Ionica.

In questo senso, lo sforzo dell'Agenzia Promozione Territoriale della Basilicata di disegnare percorsi che permettono di vivere più turismo in ambientazioni uniche, dai borghi ai boschi, passando per i musei e arrivando alle spiagge sabbiose, emerge come una delle migliori prassi a livello nazionale.



La ciclovia da Matera alle Dolomiti Lucane rappresenta in modo emblematico la forza e la potenzialità del cicloturismo al Sud. Premiata con menzione speciale agli *Italian Green Road Award 2021*, si tratta di un itinerario che rappresenta in pieno la bellezza dell'offerta cicloturistica della regione.

Si parte da Matera – capitale della cultura europea 2019 e patrimonio UNESCO – e si arriva alle Piccole Dolomiti Lucane – passando per il Parco delle Chiese Rupestri, il parco della Murgia Materana, attraversando il parco di Gallipoli Cognato e costeggiando la Riserva regionale San Giuliano (oasi WWF). Questi meravigliosi 114 km di ciclovia sono consigliati ai cicloturisti esperti che possono anche decidere di percorrerli in più tappe.

La **Regione Calabria** sta lanciando la terza edizione del bando per il miglioramento dell'offerta turistica in prossimità della ciclovia dei Parchi (con un massimo di 5 km di distanza dal percorso), con l'obiettivo di sostenere i progetti di miglioramento dell'offerta cicloturistica, potenziando i servizi, l'accoglienza, la ricettività e l'innovazione dei processi anche strategici e organizzativi intorno alla ciclovia.

Lungo gli itinerari ciclabili sono nati servizi innovativi di successo. È il caso, per esempio, de La "Catasta", un geosito Unesco, il primo hub turistico e della cultura dedicato del Parco Nazionale del Pollino. Struttura di legno dal grande pregio architettonico, si caratterizza come luogo polifunzionale, tra cui anche punto di sosta

e di servizio per cicloturisti (noleggio bici, officina, ricarica e-bike, lavanderia per i cicloturisti, lavaggio bici).

Interessante è anche l'esperienza della rete di imprese **Destinazione Sila**: avviata nel 2017, la rete opera sul territorio del Parco Nazionale della Sila favorendo il dialogo e la collaborazione tra operatori privati ed enti pubblici per realizzare un modello di governance turistica territoriale *bottom-up*.

La progettazione, sviluppo e manutenzione di percorsi per mountain bike di ogni grado di difficoltà, è uno dei punti qualificanti dell'offerta di Destinazione Sila, diventata in breve tempo un attrattore turistico per l'intera area.

## La ciclovia dei Parchi in Calabria: immersi tra natura, paesaggi e storia

La ciclovia dei Parchi in Calabria è costituita da 545 chilometri su terra battuta ed asfalto con una pendenza media dello 0,3%, attraversa l'intera dorsale appenninica della Regione, da Laino Borgo a Reggio Calabria, ed interessa un'area protetta di 350.000 ettari tra l'Aspromonte, la Sila, il Pollino e le Serre.

Questa infrastruttura consente di connettere le aree interne calabresi e quindi di mettere a sistema la loro attrattività turistica attraverso un'infrastruttura sostenibile, in una logica di continuità e spettacolarità.

I paesaggi e i panorami eterogenei tra borghi, fortezze e chiese sono vivibili con grande tranquillità e lentezza anche dai meno esperti, caratterizzati da percorsi con volumi di traffico inferiori ai 50 veicoli all'ora. Gli itinerari permettono di vivere appieno la pratica cicloturistica, accompagnata con altre attività immersive: dal birdwatching all'enogastronomia,

passando per la fruizione culturale di musei e siti archeologici.

Nel dettaglio i percorsi della ciclabile si articolano come segue:

#### **Parco Nazionale del Pollino**

La Ciclovia dei Parchi parte dal Parco Nazionale del Pollino in cui si delineano tre itinerari. Il primo parte da Laino Borgo e arriva a Morano Calabro (34 km), uno dei borghi più belli d'Italia noto come il "presepe del Pollino". Il secondo itinerario continua tra la flora e la fauna del Parco, nelle ambientazioni montane di Lungro e arriva fino alla Chiesa di San Giovanni Battista ad Acquaformosa (34 km). Il terzo parte da San Sosti (dove si trova il Santuario del Pettoruto) tra i boschi di castagno e costeggia i fiumi di Rosa ed Esaro e prosegue per Tarsia, dove si trovava il campo di concentramento di epoca fascista più grande d'Italia ed oggi il Museo della memoria.

#### **Parco Nazionale della Sila**

La Ciclovia dei Parchi prosegue con i quattro itinerari del Parco Nazionale della Sila. Il primo parte da Bisignano e, tra paesi ricchi di storia e ridenti vigneti, raggiunge il Lago Cecita. Da qui, inizia il secondo itinerario che termina a Silvana Mansio, l'incantevole villaggio di legno. Questo itinerario, dall'incredibile paesaggio, costeggia il Lago di Ariamacina e passa per la Riserva naturale dei "Giganti di Fallistro" – silenzioso bosco di pini secolari. Il terzo percorso parte da Rovale, affacciandosi poi sul Lago Arvo e arrivando fino al Villaggio Mancuso, villaggio turistico fatto di baite di legno sorto nei primi del Novecento. Infine, la ciclovia prosegue da Taverna in un territorio ricco di storia e natura; e si chiude con Tirolo, precisamente nel punto panoramico dal quale si possono vedere i due mari e persino le Isole Eolie.

#### **Parco naturale Regionale delle Serre**

La Ciclovia dei Parchi continua con il Parco naturale Regionale delle Serre. Il primo itinerario parte da Caraffa e raggiunge Torre di Ruggero. Il secondo va in direzione di Serra San Bruno, dove ci si spinge fino a Monterosso e nelle vicinanze del Lago Angitola. Infine, l'ultimo itinerario parte da San Nicola da Crissa, costeggia a tratti il fiume Ancinale e, superato il Santuario di Santa Maria del Bosco, si conclude nella storia con Mongiana, il paese della fabbrica d'armi voluta da Ferdinando IV di Borbone e del Museo delle Reali Ferriere Borboniche, attraversando un fitto bosco di abeti bianchi.

#### **Parco Nazionale dell'Aspromonte**

La Ciclovia dei Parchi si conclude con i tre itinerari del Parco Nazionale dell'Aspromonte. Si parte dai frutteti di Fabrizia e si prosegue in scenari suggestivi come quello dei Dossoni della Melia, per arrivare al borgo di Canolo. Proprio da qui si prosegue con il secondo itinerario verso i Piani dell'Aspromonte. L'area SIC di Piano Abbruschiato, le cascate di Mundu e Galasia, i canyon e i salti d'acqua, giganteschi monoliti come quello di Pietra Cappa, il Mausoleo di Garibaldi concedono ai cicloturisti una grande esperienza immersiva. L'ultimo itinerario parte da Gambarie e termina a Reggio Calabria, luogo del Museo archeologico nazionale che ospita i celebri bronzi di Riace.

La Puglia per la grande bellezza paesaggistico-naturale, le affascinanti risorse architettoniche ed il territorio tutto sommato pianeggiante,

rappresenta una meta ideale nella mappa del cicloturista, più o meno esperto.

La Regione sta riservando molta attenzione al cicloturismo, con uno sforzo di progettazione che mira a costruire una nuova “destinazione bike” in collaborazione con i Comuni, le associazioni e gli operatori, anche attraverso l’organizzazione di tante iniziative legate allo sport.

Una prima esperienza interessante si è avuta con la sigla del “Patto di Mattinata” al fine di accrescere e migliorare la qualità dei servizi offerti e di incentivare la nascita di nuova imprenditorialità. Questa iniziativa, che ha visto l’unione di 80 comuni della zona del Gargano, ha consentito una prima definizione uniforme delle attività a supporto della *bike economy* sul territorio

regionale.

Attualmente, la Regione ha siglato un Protocollo d’intesa con tutti i Comuni, al fine di collaborare per lo sviluppo di nuovi servizi, la qualificazione dei percorsi e per il coordinamento delle azioni di marketing.

Avviato un percorso per la definizione degli standard da garantire ai viaggiatori in bici di provenienza nazionale e internazionale, si sta ora lavorando alla promozione delle aree interne facendo leva sulla fruizione turistico-sportiva del territorio per destagionalizzare i flussi e diversificare l’offerta.

## Parco Nazionale dell’Alta Murgia

Avviato nel 2008, con una prima mappatura strutturata d’itinerari ciclo-escursionistici, il **Progetto Ciclomurgia** si propone di valorizzare il patrimonio naturalistico e culturale dell’Alta Murgia attraverso la promozione e la gestione di servizi per il cicloturista lungo dieci percorsi nel territorio del Parco Nazionale.

Nell’ambito del progetto, è stata costituita una Rete tra gli imprenditori locali per sviluppare un “Marchio di Qualità” dei servizi offerti al cicloturista. Le imprese consorziate (aziende ricettive, agriturismi) hanno usufruito della formazione sui fondamenti di ciclo-meccanica, al fine di garantire al turista un’adeguata assistenza tecnica, e sono state dotate di punti di servizio per la manutenzione delle biciclette.

Successivamente, con il progetto “Transmurgiana”, è stato strutturato un itinerario integrato con la parte più autentica del patrimonio culturale ed enogastronomico della regione, fuori dalle rotte del turismo classico, con delle attività laboratoriali incluse nel programma, al fine di favorire la relazione tra il viaggiatore e la gente del posto.

Durante l’itinerario a pedali i viaggiatori possono “fare la spesa”, visitando piccole botteghe di paese, mercati rionali e le aziende agro pastorali murgiane.

## La ciclovia dell’Ofanto

L’itinerario della Ciclovia dell’Ofanto segue il corso di uno dei principali fiumi del Meridione, attraversando tre regioni: Campania, Basilicata e Puglia di cui rappresenta l’unico vero fiume. In Campania ed in Basilicata l’itinerario non è ancora strutturato. Esso coinciderà inizialmente con quello della Ciclovia dei Borboni dalle sorgenti fino a Lioni, per poi sovrapporsi a quello della Ciclovia dell’Acquedotto Pugliese da Lioni a Calitri. Sempre a Lioni, inoltre, un itinerario di collegamento funge da bretella fra le due ciclovie dell’acqua, l’Ofanto e le sorgenti dell’acquedotto a Caposele.



La parte pugliese della Ciclovía dell'Ofanto, invece, è attualmente in fase di sviluppo da parte del Parco Naturale Regionale Fiume Ofanto. Essa comprende un itinerario nord, della Daunia, a partire da Rocchetta Sant'Antonio ed un itinerario sud, della Puglia Imperiale, che da Spinazzola (snodo con la Ciclovía dell'Acquedotto Pugliese), segue il torrente Locone, principale affluente dell'Ofanto; i due itinerari si congiungono a metà strada nei pressi del Ponte Romano sulla Via Traiana tra Cerignola e Canosa. Un'app scaricabile riassume tutti i servizi per il cicloturismo e numerosi percorsi ad anello consentono visite tematiche.

La ciclovía ha ottenuto la **menzione speciale di Legambiente all'edizione 2022 degli Oscar del Cicloturismo.**

## Dal ciclo-escursionismo alla creazione di una destinazione cicloturistica: i servizi richiesti dai cicloturisti nella Costa dei Trabocchi

Tra le regioni meridionali, l'Abruzzo rappresenta la Regione con la più alta specializzazione in materia di cicloturismo.

Un'esperienza già consolidata e di successo, che sicuramente ha fatto da volano all'intero sistema del cicloturismo abruzzese, è quella portata avanti dal **GAL "Costa dei Trabocchi"** che già da alcuni anni svolge un ruolo sinergico e di concertazione tra istituzioni, mercato e comunità locali per la qualificazione e promozione della omonima ciclovía quale attrattore turistico, nella prospettiva della costruzione di una vera e propria destinazione cicloturistica.

La ciclovía offre la possibilità di pedalare in una moltitudine di percorsi "a pettine" con diversi gradi di difficoltà: dalla costa ai percorsi interni, immersi in meravigliosi paesaggi a contatto con la natura.

Nell'estate del 2022 ISNART ha svolto una innovativa indagine pilota proprio rivolta agli utenti dei percorsi ciclabili della Costa dei Trabocchi, con l'obiettivo di studiare la domanda e l'offerta cicloturistica sul territorio<sup>1</sup>.

L'indagine ha coinvolto centoventi imprese ricettive del territorio e cinquecento cicloturisti nei percorsi.

Dal lato dell'offerta sono emersi diversi aspetti di interesse, che possono favorire spunti di riflessione e possibili confronti per operatori del mercato e istituzioni attive anche in altri territori. L'indagine rivolta alle imprese, infatti, ha mostrato quali sono i servizi più richiesti dai cicloturisti alle imprese, ovvero:

- il portabici davanti alla struttura ricettiva;
- i punti informativi lungo il percorso;
- il *bike shop* convenzionato.

<sup>1</sup> Ulteriori progetti e attività legati ai percorsi ciclabili si possono ottenere nella pagina ufficiale del GAL Costa dei Trabocchi (<https://galcostadeitrabocchi.it/>)

A seguire, i cicloturisti cercano servizi quali: la ciclofficina per le riparazioni ed i pezzi di ricambio, la cartografia, le informazioni geolocalizzate lungo il percorso. Inoltre, alle imprese è stato chiesto di valutare su una scala con quattro gradi di giudizio (ottimo, sufficiente, carente e assente) la presenza dei servizi cicloturistici sul territorio, così da valutare quanto l'offerta complessiva lungo la Costa dei Trabocchi sia, o meno, adeguata. Tra le aree di miglioramento, è stata evidenziata l'importanza di avere dei presidi di sicurezza nei percorsi ciclabili (kit di emergenza e punti di primo soccorso), ma anche servizi di base, assolutamente indispensabili, i punti di rifornimento di acqua potabile. Non ultima, è emersa chiara l'importanza dei servizi di collegamento tra trasporti pubblici in una logica di intermodalità.

Infine, è stata svolta una dettagliata analisi sui percorsi che ha consentito di comprendere quali fossero i percorsi più battuti dai cicloturisti. Questa informazione è importante, perché nello studio non si è limitato a evidenziare in quali periodi dell'anno i cicloturisti frequentano la Costa de Trabocchi; ma anche a come questi si distribuiscono nel territorio, a partire dai diversi punti di ingresso della ciclovia, informazione basilare per organizzare e pianificare l'offerta turistica.

Sono state poi indagate anche le motivazioni dei cicloturisti, in particolare i motivi che hanno spinto i cicloturisti a scegliere determinati percorsi rispetto ad altri.

Ne è emerso che i cicloturisti tendevano a scegliere un percorso in base alla buona presenza e alla qualità dei servizi (igienici, aree di sosta, ecc.); ma anche dando importanza allo stato di manutenzione del percorso ed alla sicurezza complessiva dell'esperienza di cicloturismo.

Questi risultati hanno confermato una volta di più come al cicloturista non basti pedalare in un contesto ambientale e naturale di pregio, obiettivamente facile da trovare nei territori italiani, ma come diventi basilare mettergli a disposizione dei servizi di qualità, per poter godere della vacanza sulle due ruote nel modo più sicuro e sereno possibile.

## 4.2

### Il cicloturismo alto di gamma

Per raccontare l'evoluzione in corso nel segmento del cicloturismo italiano e per contribuire a cambiare il comune sentire che associa l'uso della bicicletta ad un tipo di vacanza prettamente *low cost*, in questa edizione del Rapporto si è deciso di dedicare un approfondimento al segmento del **cicloturismo alto di gamma**.

Con questa locuzione si vuole intendere un cicloturismo in cui l'elevata capacità di spesa della domanda, prettamente internazionale, sta creando un'offerta non solo di fascia alta, ma caratterizzata da servizi altamente specializzati e personalizzati.



Si parla di turisti internazionali, perché in questo caso il cicloturista è un alto spendente che si muove liberamente su scala globale, spesso proveniente dal mondo anglofono (nord americani, australiani, neozelandesi e inglesi) ed in percentuali minori dai mercati russo, arabo ed orientale.

Altre caratteristiche dell'identikit del cicloturista di lusso sono: il viaggiare in coppia, o gruppi di coppie ed amici (anche se inizia a prender piede un target famiglia, in particolare con figli

adolescenti); un'età spesso attorno i cinquanta/cinquantacinque anni, mentre i genitori delle famiglie sono invece più giovani, sui quarant'anni; un elevato profilo sociale (professionisti, imprenditori e pensionati appassionati) che hanno a fattor comune il desiderio di fare una vacanza attiva che coniughi il tenersi in forma con il vivere esperienze e contesti di esclusività.

Quando si parla di *target* lusso si tende a pensare erroneamente che queste persone siano interessate a chiudersi dentro i *resort* nei





*comfort* più sfrenati.

In realtà, il cicloturista alto-spendente che sceglie l'Italia, se è sempre più orientato a rifiutare il paradigma del turismo di massa, non è per questo meno interessato a scoprire i paesi, le tradizioni, il modo di vivere e produrre delle comunità locali, vivendo esperienze personalizzate, diverse da quelle che è solito fare.

Certamente desidera servizi di alta gamma se non di esclusività (dall'ospitalità, ai trasporti, dallo shopping alle visite culturali), ma i *comfort* e i momenti di *relax* rimangono sullo sfondo di una vacanza attiva, tipici di un turista appassionato, se non addirittura un vero e proprio turista sportivo.

Il cicloturista alto-spendente sceglie di visitare una precisa regione, chiedendo di conoscerne in profondità l'enogastronomia, la cultura, il territorio e i saperi locali, attraverso un set di esperienze esclusive (l'ascesa sulle montagne del Giro d'Italia guidati dall'ex ciclista professionista; la degustazione dallo chef stellato; la presentazione dell'enologo dell'azienda vitivinicola famosa nel mondo; la visita alle botteghe

artigiane di qualità, ecc.).

Come spesso avviene nel sistema del turismo, è questa una grande opportunità di mercato e di ricchezza per i territori, che porta con sé un relativo rischio di spettacolarizzazione e/o banalizzazione delle comunità visitate e delle tradizioni approcciate, da tenere a bada per non perdere l'autenticità dell'esperienza.

In questa contraddizione, anche la fascia altospendente del mercato cicloturistico guarda all'*homo faber* delle comunità locali con grande curiosità, seppur non sempre in grado di capirlo. In questo senso, i saperi locali rappresentano per l'Italia un'importante risorsa attrattiva anche nel *target* lusso, quando invece sono stati spesso erroneamente etichettati come elementi arcaici e premoderni da "nascondere" agli occhi del turista.

In definitiva, questo nuovo profilo di offerta ci mostra come anche il cicloturismo possa oggi essere considerato non esclusivamente alla stregua di una mera pratica escursionistica, bensì di un vero e proprio prodotto turistico che, come tale, è segmentabile in molteplici fasce di mercato.

## Alcune esperienze nel cicloturismo di lusso

In Italia ci sono diverse esperienze imprenditoriali impegnate nel fornire servizi cicloturistici al target di altospendenti con la passione per la bicicletta.

Un buon esempio di servizi per il cicloturismo alto di gamma, in questo caso in ambiente montano, è quello offerto da **Dolomite Mountains** che ha nel cycling solo una delle offerte di pacchetti di turismo attivo (assieme allo sci, all'*hiking* ed al *trekking*). L'azienda organizza diverse tipologie di vacanze in bicicletta – dalla singola giornata alla vacanza itinerante – sia in estate che in inverno, comprensiva di servizi di trasporto in elicottero, ove richiesti.

Dolomite Mountains offre il noleggio di bici esclusivamente in carbonio, mentre l'ospitalità è organizzata in pacchetti di soggiorno in *boutique* hotel a partire dalle quattro stelle, spesso in strutture a conduzione familiare.

Un'offerta innovativa è poi quella di **Luxury Bike Hotels**, nata con l'ambizione di riunire l'offerta cicloturistica di lusso in un unico network.

Oggi il sito offre una rete certificata di *luxury bike hotels* che si trovano in gran parte nel Nord e nel centro Italia (purtroppo, sono ancora poche le strutture al Sud).

I *luxury bike hotels* sono hotel a quattro o cinque stelle, *resort*, ville, *chalet* ma anche agriturismi, purché di lusso, che forniscono servizi *bike friendly* e permettono dunque di vivere un'esperienza cicloturistica completa. Le strutture ricettive che entrano a far parte del *network* devono soddisfare i seguenti tre requisiti cicloturistici minimi:

- il noleggio interno o esterno di biciclette;
- una guida dei percorsi che si possono effettuare nei dintorni;
- una ciclofficina per le piccole manutenzioni;
- un luogo sicuro dove poter custodire le biciclette;
- la connotazione di *bike friendly*.

Altri servizi offerti sono, poi, quelli di alimentazione (menù sportivo, a partire dalla prima colazione, fino agli integratori); quelli di lavaggio e manutenzione della bicicletta; quelli di guida, accompagnamento e messa a disposizione delle tracce gpx dei percorsi; quelli per lo shopping di abbigliamento sportivo, pezzi di ricambio ecc.

**BikePlus**, nata nel 1972 dall'intuizione di una coppia italo-americana, opera in maniera continuativa dal 1985, con due aziende tour operator, una con base in Italia e l'altra con base negli USA. Ha accompagnato migliaia di viaggiatori tra l'Italia, l'Europa ed il Sud America, offrendo servizi su misura per gruppi e privati.

L'offerta di servizi varia dalle gite giornaliere a vacanze in biciclette, a piedi, in kayak e altre attività, disegnate per vivere esperienze uniche. L'azienda fornisce biciclette premium in titanio, e-bike top di gamma, e-mountain bikes, una vasta infrastruttura di furgoni per il trasporto di biciclette, servizi di organizzazione tour ed eventi di turismo attivo.

Anche al sud d'Italia vanno diffondendosi interessanti iniziative imprenditoriali.

**HITINERO** è un'azienda di Rende (Cosenza) che opera nel settore del turismo esperienziale ed ecologico, selezionando le mete più belle e suggestive presenti in Calabria per offrire esperienze uniche, lungo itinerari personalizzabili che permettano di venire a contatto con la cultura, la storia e la tradizione dei luoghi. Le attività spaziano in tutto il settore outdoor, anche se Hitinero utilizza prevalentemente la bicicletta per i propri tour guidati, fornendo tutta l'attrezzatura necessaria, comprese e-bike con pedalata assistita corredate da un carrellino (*bike trailer*), per consentire anche alle famiglie con bambini piccoli di partecipare.

**Puglia Cycle Tours**, invece, nasce da un gruppo di amici con un'inguaribile passione per la bicicletta. La loro esperienza pluriennale lungo le strade di Puglia è diventata una professione: organizzare viaggi in bicicletta (e viaggi a piedi con l'azienda gemella Puglia Hiking Tours) offrendo servizi d'alta qualità, itinerari personalizzabili e un parco bici di alto livello.

Sempre in Puglia, **4cycling 'n trek** attiva all'interno del Parco Nazionale dell'Alta Murgia, offre ai propri clienti un parco bici di alta gamma, dotato di mezzi muscolari e a pedalata assistita, ed esperienze di viaggio che uniscono gli acquisti di prodotti km 0 di alta qualità, la preparazione dei cibi usando delle cucine da campo, con l'ospitalità sotto le stelle in tende da *glamping* dotate di ogni comfort. Una forma di turismo responsabile in un'area protetta candidata a diventare GeoParco UNESCO.

L'agenzia offre alla propria clientela, esclusivamente internazionale (ed in particolare americana), esperienze originali e di qualità da affiancare a quelle in bici: escursioni in barca a vela, passeggiate con asinelli, corsi di cucina in masseria, raccolta delle olive, laboratori di artigianato e danze popolari locali.

Se volessimo, infine, portare un esempio di offerta cicloturistica unica e peculiare, nel contesto italiano e nel *target* lusso, l'offerta sartoriale di **Southern Vision Travel** sarebbe certamente una tra le più interessanti nel settore. Tour operator specializzato in vacanze in bicicletta, si caratterizza per offrire un'esperienza di viaggio elegante e raffinata, dedicata a clienti esclusivi che non hanno limiti di budget.

Southern Vision Travel prepara scrupolosamente la vacanza – anche cinque o sei mesi prima dell'arrivo del cliente - con la capacità e la flessibilità di rispondere alle sue esigenze e richieste, anche le più particolari.

Nell'ambito di una vacanza che dura mediamente una settimana, due o tre giornate sono dedicate all'esperienza in bicicletta, cosicché il cicloturismo diventa una delle tante componenti immersive e suggestive della vacanza di lusso, naturalmente vissuto su una bicicletta in fibra di carbonio ed accompagnati da guide di grande esperienza, spesso ex ciclisti professionisti.

#### 4.3

## In conclusione: un tentativo di analisi SWOT del prodotto cicloturismo per delineare un set di proposte

Il cicloturismo è già da alcuni anni un prodotto in costante crescita nel panorama dell'offerta turistica italiana, un trend che ha trovato piena conferma anche nei dati di presenza che, già raddoppiati tra il 2019 e il 2021, sono cresciuti di un ulteriore 7% nel 2022 (per un totale di 9.245.000 presenze tra i cosiddetti "cicloturisti puri")

Si tratta di una crescita per nulla scontata, essendo stato il 2022 un anno ancora inficiato dal permanere delle preoccupazioni legate alla pandemia, nonché caratterizzato da crescenti tensioni internazionali e da una complessa congiuntura economica a livello globale.

Alla luce di questi numeri, se finora avevamo sempre associato al cicloturismo il concetto di "mercato a forte potenziale di crescita", appare oggi necessario iniziare a considerare il fenomeno nei termini di un progressivo consolidamento.

Il diffondersi di una forte sensibilità per la sostenibilità e la salvaguardia ambientale e la crescita della voglia di forme di turismo attivo a stretto contatto con la natura, trovano ideale "messa a terra" nella "riscoperta" della bicicletta, non solo ai fini della mobilità sostenibile e della pratica sportiva, ma anche per forme sem-



pre più evolute di turismo.

Questo scenario positivo trova una serie di ulteriori elementi che possono corroborare ed irrobustire il trend in atto, ed in particolare:

- **le risorse finanziarie destinate nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza,**
- una cornice normativa nazionale che si è concretizzata nel **Piano Generale della Mobilità ciclistica urbana ed extraurbana 2022-2024;**
- **un'augmentata sensibilità** nelle istituzioni competenti, ora più disponibili ad investire in politiche dedicate, tanto a livello centrale che a livello territoriale.

Il consolidarsi della domanda sta premian-  
do gli operatori specializzati che hanno saputo  
“annusare l'aria” offrendo prima di altri propo-  
ste e servizi di qualità: il 38% delle imprese che  
operano esclusivamente nel segmento d'offerta  
legata al cicloturismo ha registrato nell'ultimo  
anno ricavi in crescita, contro solo il 13% degli  
altri operatori turistici.

Non stupisce, quindi, la forte attenzione che  
mostra il mercato, che va organizzandosi con  
proposte di qualità e progressivamente più *cu-  
stomizzate* dal lato dell'offerta e che registra  
una grande attenzione al prodotto cicloturistico  
italiano dal lato della domanda, a partire dall'in-  
teresse dei grandi **tour operator esteri**. Non  
a caso, tra i pacchetti più venduti/prenotati per  
il 2023 risultano tour cicloturistici non solo di  
Regioni oramai consolidate in questo prodot-  
to, come per esempio la Toscana, ma anche di

realità meridionali emergenti quali la Puglia e la  
Basilicata.

Analogamente, **i tour operator italia-  
ni settorialmente specializzati si dicono  
molto positivi sulle prospettive di ulteriore  
crescita del mercato per il 2023:** ben il 90%  
di essi prevede un incremento del proprio giro  
di affari. Sono gli stessi operatori che, media-  
mente, hanno visto crescere il proprio fatturato  
fino a quasi triplicarlo nell'ultimo triennio, anche  
sfruttando - in questo caso positivamente - gli  
esiti della pandemia.

Proprio la sensibilità degli operatori, in parti-  
colare di quelli intervistati ai fini della redazione  
di questo Rapporto, ci spinge ad essere ottimi-  
sti rispetto alle ulteriori prospettive di crescita di  
questo segmento di offerta, che appare ancora  
lontano dal saturare le proprie potenzialità, con  
particolare riferimento al target dei turisti di fa-  
scia più elevata ed alto spendente.

Naturalmente, come abbiamo cercato di  
mettere in evidenza in più punti del Rapporto,  
molta strada resta da fare per rendere il ciclotu-  
rismo italiano un prodotto finalmente maturo e  
con pari dignità rispetto alle modalità di fruizio-  
ne turistica più tradizionali che caratterizzano il  
nostro Paese.

Proprio per provare a riassumere in una vi-  
sta sinottica lo stato attuale e le prospettive di  
ulteriore qualificazione e crescita dell'offerta ci-  
cloculturistica italiana, abbiamo ritenuto utile qui  
proporre un'analisi di tipo SWOT evidenziando  
punti di forza e di debolezza, minacce e oppor-  
tunità legate al settore.

## PUNTI DI FORZA (Strengths)

- Percezione diffusa dell'Italia come “luogo di  
vacanza ideale”, con un'articolata caratte-  
rizzazione geografica e paesaggistica (mari-  
no costiera, pianeggiante rurale, collinare e  
montana);
- diffusa e diversificata presenza di attrattori  
naturali e paesaggistici di rara bellezza, ar-  
cheologici, storico culturali ed esperenziali di  
particolare rilievo e significatività;
- trend crescente nella domanda internazio-  
nale;
- clima che ben si adatta alla pratica del ciclo-  
turismo per larga parte dell'anno;
- un'offerta di infrastrutture per il cicloturismo

e di servizi qualificati già di medio-alta qualità, seppur concentrati prevalentemente in alcune aree del Paese;

- amplissima presenza di strade provinciali, comunali, a bassa intensità di traffico, bian-

che, interpoderali, ecc., che attraversano il variegato e straordinario paesaggio italiano, facilmente trasformabili in percorsi ciclabili o a prevalenza ciclabile.

## PUNTI DI DEBOLEZZA (Weaknesses)

---

- Insufficiente visibilità internazionale dell'offerta cicloturistica nazionale, con pochi itinerari ciclabili e/o ciclovie realmente iconiche a livello globale;
- itinerari cicloturistici non ancora articolati ed offerti in una rete
- integrata di assi nazionali con diramazioni territoriali caratterizzate da forti identità specifiche;
- maggioranza dei percorsi ciclabili disponibili solo su sede promiscua, con livelli di sicurez-

za, di segnaletica di indirizzamento e specifica decisamente migliorabili;

- offerta di servizi dedicati, in particolare per la fascia di utenza alta di gamma, non uniforme sul territorio nazionale;
- servizi di trasporto pubblico in logica di intermodalità deficitari, in particolare nelle aree interne;
- integrazione del prodotto cicloturismo in pacchetti d'offerta turistica che, in molti territori, appare certamente migliorabile.

## OPPORTUNITA' (Opportunities)

---

- Crescita del segmento di turismo attivo sia a livello internazionale che nazionale;
- grande potenziale del cicloturismo nella prospettiva di diversificazione dell'offerta turistica e per internazionalizzare e destagionalizzare i flussi turistici;
- aumentato interesse e sensibilità in larghi strati della popolazione per forme di turismo più sostenibili, attive, sane e rispettose dell'ambiente;
- Istituzioni pubbliche a livello europeo, nazionale e regionale che si mostrano sensibili allo sviluppo di politiche di sostegno alla mobilità in bicicletta, e ben disposte ai relativi investimenti;
- abbondanza di risorse per investimenti messe a disposizione degli Enti Locali nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza;
- esperienze e buone prassi dal lato dell'offerta già consolidate a livello nazionale dalle quali attingere per impostare politiche di sviluppo del cicloturismo;
- un interessante fermento di una nuova offerta di percorsi, itinerari e servizi per il ciclo-

turismo nel Sud del Paese da sostenere e valorizzare;

- presenza di numerose aree interne di particolare pregio collegate da arterie minori a basso impatto veicolare e di tracciati di ferrovie dismesse ancora da valorizzare;
- presenza di un *milieu* di imprese (anche *start up*) che sviluppano ed offrono servizi e soluzioni specifiche per la mobilità cicloturistica;
- presenza di un tessuto associativo ed amatoriale sensibile ed appassionato, che può essere coinvolto in percorsi di progettazione, animazione e gestione di ciclovie ed itinerari che prevedano l'uso della bicicletta a fini turistici;
- enormi potenzialità ancora da cogliere per fare del cicloturismo uno strumento di rigenerazione a basso impatto e ad alta potenzialità economica di tante aree del Paese.



## MINACCE (Threats)

- Consapevolezza ancora poco diffusa del valore strategico e del potenziale economico del cicloturismo;
- crescente concorrenza internazionale, non solo da Paesi da sempre “culturalmente” pionieri e leader nell’offerta di servizi dedicati (Austria, Germania, Svizzera, Paesi del nord Europa), ma anche da parte di Paesi più direttamente *competitor* (si pensi alla Spagna);
- permanere di un diffuso atteggiamento culturale meno tollerante nei confronti dei cicloamatori e dei cicloturisti, rispetto a Paesi nostri *competitor*;
- esigenza di un maggior coordinamento delle azioni e degli investimenti tra i diversi livelli di governo (tra i Ministeri competenti, a livello centrale, ma anche tra Ministeri e Regioni e tra Regioni, altri Enti locali e *stakeholder* vari a livello locale);
- tempi lunghi di realizzazione delle ciclovie e scarsa sensibilità su quanto gli aspetti della governance e della manutenzione *ex post* delle stesse siano elementi essenziali almeno quanto la realizzazione dell’infrastruttura (da presidiare con capacità gestionali e risorse adeguate);
- un dibattito sulle priorità dell’ulteriore infrastrutturazione a fini cicloturistici del Paese a volte ideologizzato e paralizzante;
- insufficiente presenza di personale qualificato nella pianificazione e gestione della specifica offerta di servizi; incapacità di raccordare tale offerta con le più generali politiche di costruzione di pacchetti integrati di promozione turistica dei territori.



Sulla base di tale analisi, si è ritenuto opportuno formulare alcune proposte, senza alcuna pretesa di esaustività, che Isnart e Legambiente, sulla base della propria azione di monitoraggio ed analisi dello sviluppo del fenomeno cicloturistico nell'ultimo quadriennio, si sentono di proporre alla comune riflessione:

## LE PROPOSTE

### 1. POLITICA FISCALE PER LA FILIERA DEL CICLO ITALIANA:

valutare l'opportunità di accogliere la sollecitazione del Parlamento Europeo ai Paesi membri per la riduzione dell'Iva sugli acquisti di biciclette e sui servizi connessi (noleggio, riparazione ecc.). Decisione che certamente, come già avvenuto in Portogallo, darebbe una spinta importante a tutto il settore.

### 2. IMPORTANZA DI UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE SPECIFICA E COORDINATA:

appare utile dare continuità ad una strategia promozionale di sistema per valorizzare il cicloturismo italiano sui principali mercati internazionali, con un focus particolare rivolto al target dei turisti attivi alla ricerca di esperienze esclusive.

### 3. SELEZIONE E MESSA A FATTOR COMUNE DELLE MIGLIORI PRASSI:

l'obiettivo maggior esperienza di alcune Regioni italiane nella programmazione e sviluppo di strategie per la valorizzazione dei territori attraverso il cicloturismo, dovrebbe essere messa a disposizione di quelle aree del Paese che stanno avviando in questa fase analoghi investimenti. E questo non soltanto per la diffusione delle migliori prassi in termini di progettazione e sviluppo di nuove ciclovie e percorsi, ma anche per le indispensabili scelte gestionali (si pensi al tema strategico della manutenzione); per quelle relative alla progettazione e sviluppo dei pacchetti turistici, centrati sull'esperienza *bike*, ma in grado di valorizzare tutte le eccellenze del territorio; e del relativo posizionamento sui mercati internazionali.

### 4. QUALITÀ E SICUREZZA INFRASTRUTTURALE:

non va certamente sottovalutata l'importanza di un continuo investimento che assicuri un livello adeguato di qualità e sicurezza del complesso del sistema viario nazionale, sia che si tratti di ciclovie sia che si tratti di percorsi cicloturistici in sedi promiscue. Buona qualità e adeguata sicurezza delle infrastrutture restano i migliori incentivi all'utilizzo della bicicletta e allo sviluppo del cicloturismo.



## 5. SVILUPPO DI NUOVI PERCORSI CICLABILI SECONDO UN DISEGNO ORIGINALE CHE CARATTERIZZI IL PRODOTTO ITALIANO:

l'Italia, a differenza di altri Paesi europei, può vantare una capillare rete di infrastrutture viarie a bassa intensità di traffico che collegano piccoli centri delle aree interne che custodiscono vere e proprie eccellenze turistiche. Queste piccole arterie, complice il processo di spopolamento che ha interessato nel corso degli anni questi territori, potrebbero facilmente diventare delle “ciclovie di fatto”, andando a costituire il grosso di un’offerta cicloturistica originale tipica italiana, capace di colmare il divario con quei paesi del centro Europa che possono contare da anni su una solida rete di ciclovie dedicate. Con investimenti limitati, da realizzarsi prevalentemente sulla segnaletica, su punti di servizio specializzati (ciclofficine, servizi di trasporto bagagli, aree di sosta e punti ricarica per le *e-bike*) e pochi altri elementi, si renderebbero rapidamente fruibili all’utenza cicloturistica nuovi territori ed aree interne, contribuendo significativamente al loro sviluppo.

## 6. ANALISI DELLA QUALITÀ DEL SISTEMA DI OFFERTA, CON PARTICOLARE RIFERIMENTO ALLE SITUAZIONI DI MISMATCH IN TERMINI DI PROFESSIONALITÀ:

appare evidente come la qualità media dell’offerta specifica per il settore possa essere ulteriormente qualificata, per renderla coerente con le esigenze di una domanda che va aumentando e segmentandosi. In questo senso, anche il segmento del cicloturismo rischia di soffrire per la mancanza di professionalità specifiche (quali *bike marketing manager*, designer di esperienze, guide esperte ecc.), indispensabili per offrire servizi sempre più customizzati ed a valore aggiunto.

## 7. AZIONE DI OSSERVAZIONE DEL FENOMENO:

Isnart e Legambiente si offrono di allargare la propria “tradizionale” azione di monitoraggio ed analisi del fenomeno, attualmente prettamente rivolta all’andamento del mercato (dal lato della domanda e dell’offerta), andando a monitorare gli elementi strategici sopra richiamati: esigenze in termini di nuove professionalità specifiche; migliori prassi in termini di modelli di *governance* e gestionali delle infrastrutture sviluppate e nei nuovi servizi offerti alla clientela.

Siamo convinti che questa strumentazione potrebbe essere d’aiuto a sostenere l’ulteriore sviluppo del cicloturismo nel Paese, accrescerne la visibilità e l’appetibilità sui mercati internazionali, rendendolo - ancor più di quanto già sia - occasione per integrare l’offerta turistica e di sviluppo *tout court* dell’economia del Paese.

## RINGRAZIAMENTI

*Per il focus di approfondimento sugli itinerari nei territori del Sud si ringraziano*

*I Dirigenti e Funzionari delle Istituzioni:*

Giovanni Aramini - Dirigente del settore Parchi ed Aree Naturali, Regione Calabria

Francesco Pititto - Direttore Parco Naturale Regionale delle Serre

Antonio Nicoletti - Direttore APT Basilicata

Ottavia Grossi - Funzionario Puglia Promozione

*Gli operatori turistici:*

Simona Ridolfi – La Via Silente

Francesco Ippolito – Madonie Travel Service

Carlo Cascione – Salento Bici Tour

Daniele Donnici – Presidente Rete di imprese Destinazione Sila

Giovanni De Meco – Sila Sports Adventure, guida mountain bike

Eugenio Aiello Hitinero – tour operator bike - events & experiences

Daniela Reda – Tour Searcher tour operator

Antonio Guzzo – Chiosco Rosso bike point/bike sharing

Giovanni Gagliardi Catasta Pollino – Hub culturale, punto servizi integrati

Angelo Napolitano – Tour Operator I Viaggi dell'Arca

Ferriero Marco – Slow Active Tours Puglia

Ettore Ruggiero – Tourism experience Puglia

*Per il focus di approfondimento sul cicloturismo del lusso si ringraziano*

*Gli operatori turistici:*

Monica Price – Co-Founder BikesPlus

Silvia Livoni – Marketing Strategist Luxury Bike Hotels

Federica Bandini – Sales Director Dolomite Mountains

Antonello Losito – President & Founder Southern Visions Travel

### © Credit fotografici

copertina, pag. 4, 50, 66 - photoflorenzo, it.123rf.com

pag. 11 - fbxx, it.123rf.com

pag. 3, 7 - umoser, it.123rf.com

pag. 53 - Nicola Scalzitti





**Allegati**



## ■ CICLOTURISTI “PURI” IDENTIKIT DEL TURISTA (%)

Sesso	Italiani	Stranieri	Totale
Maschio	49,5	60,4	55,1
Femmina	50,5	39,6	44,9
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Età	Italiani	Stranieri	Totale
Baby Boomers	12,7	21,7	17,3
Generazione X	35,5	30	32,7
Generazione Y	39,3	36,5	37,8
Generazione Z	12	7,8	9,8
Senior	0,6	4	2,4
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Titolo di studio	Italiani	Stranieri	Totale
Licenza elementare	0,3	-	0,1
Scuola media inferiore	14,4	16,5	15,5
Diploma scuola media superiore	55,3	52,7	54
Laurea	30	30,8	30,4
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Professione	Italiani	Stranieri	Totale
Occupato	80,2	72,4	76,2
Ritirato	2,8	11,7	7,4
Disoccupato/inoccupato	5,3	3,4	4,3
Casalinga	5,4	6,7	6,1
Studente	6,3	5,8	6,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Situazione economica dichiarata	Italiani	Stranieri	Totale
Molto Alta	0	1,2	0,6
Alta	1	0,9	1
Medio alta	17,2	15	16,1
Media	40	43,7	41,9
Medio bassa	24,4	12,3	18,2
Bassa	16,7	26,9	22
Molto bassa	0,7	-	0,3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## ■ CICLOTURISTI “PURI” - LA COMPAGNIA DEL SOGGIORNO (%) TOTALE 2021-2022

	Italiani	Stranieri	Totale
Sono da solo/a	19,6	23,4	21,6
In coppia (senza bambini)	35,4	23,8	29,4
Con la famiglia (inclusi i bambini fino a 6 anni)	18,5	19,2	18,9
Con la famiglia (inclusi i bambini oltre i 6 anni)	5,7	9,6	7,7
Sono con amici	19	21,9	20,5



	Italiani	Stranieri	Totale
Sono con colleghi di lavoro/viaggio di lavoro	1,4	2,1	1,8
Sono con un gruppo organizzato	0,2	0	0,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### ■ CICLOTURISTI “PURI” - ALTRE MOTIVAZIONI PER LA SCELTA DEL SOGGIORNO. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Natura	19,5	24,9	22,2
Shopping	12,9	25,6	19,5
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	14,1	18,7	16,5
Interessi enogastronomici/prodotti agroalimentari tipici locali	13,6	16,7	15,2
Balneare: svago e relax	15,3	14,5	14,9
Posto ideale per riposarsi	19,9	7,1	13,3
Rapporto qualità-prezzo	10,8	13,9	12,4
Montagna: svago e relax	13	11,3	12,1
Assistere ad un evento	12,2	9	10,6
Abbiamo la casa in questa località	7,8	10,3	9,1
Ristorazione di eccellenza	5,9	11,6	8,8
Visitare amici e parenti	10,9	6,4	8,6
Località esclusiva	9	6,3	7,6
Per vedere luoghi/svolgere attività uniche, presenti solo in questo posto	7,2	7	7,1
Il desiderio di vedere un posto mai visto	6,2	6,8	6,5
Facilità di raggiungimento grazie alla buona offerta di collegamenti	6,8	5,3	6
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	4,5	5,3	4,9
Stile di vita italiano	3	6,6	4,9
Per il gusto dell'avventura	1,8	7,6	4,8
Per la vicinanza rispetto all'origine del viaggio	6	3,6	4,8
Ho i parenti/amici che mi ospitano	8,1	1,6	4,8
Benessere, beauty farm, fitness	5,7	2,3	3,9

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### ■ CICLOTURISTI “PURI” - CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUENZANO LA SCELTA DEL SOGGIORNO. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Internet	34,3	53,1	44
Informazioni su Internet	49,7	52,3	51,3
Social Network	29,8	20,8	24,2
Offerte su Internet	16,3	18,9	17,9
Recensioni on line (Tripadvisor, Booking, Expedia, ecc.)	5,2	14,8	11,2
Grazie al suggerimento di amici e conoscenti	44,9	29,1	36,7
C'ero già stato/esperienza personale	45	25,6	35

	Italiani	Stranieri	Totale
Guide turistiche	7,8	14,1	11
Consiglio dell'agenzia di viaggi	6,9	9,8	8,4
Pubblicità	4,5	5,8	5,1
Non ho scelto io/hanno deciso altri	3,5	4,2	3,9
Attrazioni/eventi cultural	5	2,1	3,5
Attrazioni/eventi musical	4,3	1,8	3

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### ■ CICLOTURISTI “PURI” - NUMERO DI NOTTI TRASCORSE (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Da 1 a 3 notti	12,8	2,7	7,6
Da 4 a 6 notti	32,2	28,6	30,3
Da 7 a 13 notti	42,1	46,7	44,5
Da 14 a 30 notti	12,5	22	17,4
Oltre 30 notti	0,3	-	0,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Permanenza media totale</b>	<b>8,1</b>	<b>9,8</b>	<b>9</b>

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### ■ CICLOTURISTI “PURI” - TIPOLOGIA DI ALLOGGIO UTILIZZATA PER IL SOGGIORNO. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Totale alberghi	19,3	36	27,9
1 stella	5,4	2,3	3,4
2 stelle	15,5	9,6	11,6
3 stelle	65	63,9	64,3
4/5 stelle	14	24,2	20,8
Casa privata	15,9	9,9	12,9
Alloggio privato in affitto	14,1	10,7	12,4
Residenze di amici e parenti	21,3	13,2	17,1
Agriturismo	7,2	14	10,7
B&B	11,2	5,4	8,2
Campeggio	6,5	7,5	7
Villaggio turistico	1,2	2,3	1,8
Residence	0,9	0,4	0,6
Altro	2,6	0,5	1,5

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## ■ CICLOTURISTI “PURI” - ATTIVITÀ SVOLTE. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Escursioni e gite	76,6	81,1	78,9
Attività sportive	48,3	40	44
Sono andato al mare/lago	39,9	40,5	40,2
Degustazione prodotti enogastronomici locali	14,9	20,8	17,9
Ho fatto shopping	18	14	15,9
Ho visitato il centro storico	11,6	14,5	13,1
Ho assistito a spettacoli musicali	12,5	13	12,8
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	7,8	14,9	11,4
Partecipazione ad eventi tradizionali e folkloristici	13,1	5,7	9,3
Partecipazione ad eventi enogastronomici	10,6	6,5	8,5
Visita di musei e/o mostre	8,8	6,2	7,5
Ho pescato	2,7	7,3	5,1
Sono andato in centri benessere (saune ecc.)	4,2	5,5	4,8
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	5,6	2,9	4,2
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	3,5	4	3,8

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## ■ CICLOTURISTI “PURI” - GIUDIZIO MEDIO SUL SOGGIORNO (DOVE 1 È IL MINIMO E 10 IL MASSIMO)

	Italiani	Stranieri	Totale
Giudizio sull'offerta turistica nel complesso	8,1	8,2	8,2
La qualità del mangiare e del bere	8,2	8,2	8,2
Cortesia e ospitalità della gente	8,2	8,2	8,2
La ristorazione	7,9	8,2	8
Informazioni turistiche	8	8,1	8
Qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio	7,9	8,1	8
L'efficienza dei trasporti locali	7,6	7,9	7,8
L'organizzazione del territorio (collegamenti, orari di apertura e chiusura, ecc)	7,8	7,6	7,7
L'offerta di intrattenimento	7,6	7,7	7,7
Il costo dei trasporti locali	7,5	7,8	7,7
Il costo della ristorazione	7,6	7,7	7,7
L'offerta culturale (musei, monumenti)	7,6	7,4	7,5
Il costo dell'alloggio	7,4	7,3	7,3

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio



### ■ CICLOTURISTI “PURI” - HA SCRITTO O SCRIVERÀ RECENSIONI ONLINE O FATTO RACCONTI SU QUESTA VACANZA?

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	59,3	70,3	64,9
No	40,7	29,7	35,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### ■ CICLOTURISTI “PURI” - DOVE SCRIVERÀ LE RECENSIONI POSSIBILE PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI CHE SCRIVERANNO RECENSIONI

	Italiani	Stranieri	Totale
Facebook	87	80,3	83,3
Instagram	49,1	54,3	52
Tripadvisor	35,4	39,7	37,8
Twitter	27,9	40,4	34,9
Booking o altre OTA	29,2	27,4	28,2
Google	30,6	20,9	25,2
AirB&B	6,7	5,9	6,3
Tik Tok	3,3	6,8	5,2
Altro	0	0,3	0,2

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### ■ CICLOTURISTI “PURI” - SPESA SOSTENUTA PER IL VIAGGIO E L'ALLOGGIO DAI TURISTI. (SPESA MEDIA A PERSONA IN EURO)

	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio A/R (media a persona)	92,44	234,71	163,5
Alloggio (media giornaliera a persona)	44,78	59,97	53,14
Spesa media giornaliera a persona	71,12	68,46	69,74

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## TURISTI CON LA BICICLETTA. IDENTIKIT DEL TURISTA (%)

Sesso	Italiani	Stranieri	Totale
Maschio	54,2	50,7	52,6
Femmina	45,8	49,3	47,4
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Età	Italiani	Stranieri	Totale
Baby Boomers	8,3	12,2	10,1
Generazione X	31	31	31
Generazione Y	44,4	43,5	44
Generazione Z	13,9	12,3	13,1
Senior	2,5	1	1,8
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Titolo di studio	Italiani	Stranieri	Totale
Licenza elementare	0,2	3,1	1,5
Scuola media inferiore	15	4,7	10,1
Diploma scuola media superiore	58,8	53,9	56,5
Laurea	26,1	38,3	31,9
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Professione	Italiani	Stranieri	Totale
Occupato	77,3	78,1	77,7
Ritirato	5,6	10,7	8
Disoccupato/inoccupato	3,1	2,9	3
Casalinga	5,4	4,6	5
Studente	8,6	3,7	6,3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Situazione economica dichiarata	Italiani	Stranieri	Totale
Molto Alta	0,3	0,5	0,4
Alta	2,1	4,9	3,4
Medio alta	17,1	16,9	17
Media	39,3	21,8	31
Medio bassa	25,2	29,6	27,3
Bassa	15,9	26,3	20,9
Molto bassa	0,2	0	0,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## TURISTI CON LA BICICLETTA - LA COMPAGNIA DEL SOGGIORNO (%)

	Italiani	Stranieri	Totale
Sono da solo/a	20	16	18,1
In coppia (senza bambini)	35,1	38,6	36,8
Con la famiglia (inclusi i bambini fino a 6 anni)	22	13,9	18,2
Con la famiglia (inclusi i bambini oltre i 6 anni)	7,5	8,9	8,2
Sono con amici	14,3	22	17,9
Sono con colleghi di lavoro/viaggio di lavoro	0,3	0	0,1

	Italiani	Stranieri	Totale
Sono con un gruppo organizzato	0,8	0,6	0,7
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### TURISTI CON LA BICICLETTA - MOTIVAZIONE PRINCIPALE DEL SOGGIORNO. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Shopping	22,1	30	25,9
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	18,6	21,3	19,9
Assistere ad un evento	22	16,6	19,4
Balneare: svago e relax	20,7	16,6	18,7
Posto ideale per praticare un particolare sport	15,7	21,2	18,3
Interessi enogastronomici/prodotti agroalimentari tipici locali	17,6	17,9	17,8
Il desiderio di vedere un posto mai visto	9,5	19	14
Rapporto qualità-prezzo	11,6	15,6	13,5
Natura	10,8	13,7	12,2
Posto ideale per riposarsi	12,1	6,7	9,6
Per i divertimenti che offre	7,5	10,8	9,1
Montagna: svago e relax	7,4	9	8,2
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	6,9	8,1	7,5
Facilità di raggiungimento grazie alla buona offerta di collegamenti	8,1	6,6	7,4
Ho i parenti/amici che mi ospitano	7,1	6,8	7
Abbiamo la casa in questa località	11,3	0,2	6
Ristorazione di eccellenza	5,9	5,2	5,6
Stile di vita italiano	2,8	7,5	5
Località esclusiva	1,5	8,6	4,9
Per vedere luoghi/svolgere attività uniche, presenti solo in questo posto	2,9	6,8	4,7
Visitare amici e parenti	4,4	4,2	4,3
Per il gusto dell'avventura	1,7	7	4,2
Benessere, beauty farm, fitness	4,3	3,2	3,8
Partecipare a seminari/workshop tematici	2,7	3,6	3,1
Posto adatto per le persone anziane	1,4	4,7	3

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### TURISTI CON LA BICICLETTA - CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUENZANO LA SCELTA DEL SOGGIORNO. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Grazie al suggerimento di amici e conoscenti	35,5	49,9	42,3
C'ero già stato/esperienza personale	45,6	26,2	36,4
Internet	28,7	30,4	29,5
Informazioni su Internet	10,8	13,8	12,2
Social Network	6,1	4,8	5,5



	Italiani	Stranieri	Totale
<i>Recensioni on line (tripadvisor, booking, expedia, ecc.)</i>	3,8	6,8	5,2
Offerte su Internet	10	14,5	12,2
Consiglio dell'agenzia di viaggi	5,5	9,2	7,2
Guide turistiche	3,4	7,9	5,5
Aver mangiato in un ristorante italiano tipico	1,6	4,7	3,1
Pubblicità	2,8	3	2,9
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	0,8	3,8	2,2
Non ho scelto io/hanno deciso altri	4	0	2,1

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### ■ TURISTI CON LA BICICLETTA - CANALI DI COMUNICAZIONE CHE INFLUENZANO LA SCELTA DEL SOGGIORNO. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Da 1 a 3 notti	11,34	4,87	8,27
Da 4 a 6 notti	30,21	28,57	29,43
Da 7 a 13 notti	35,53	41,15	38,2
Da 14 a 30 notti	22,48	23,6	23,01
Oltre 30 notti	0,43	1,81	1,08
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Permanenza media totale</b>	<b>9,27</b>	<b>9,93</b>	<b>9,58</b>

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

### ■ TURISTI CON LA BICICLETTA - TIPOLOGIA DI ALLOGGIO UTILIZZATA PER IL SOGGIORNO. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Totale alberghi	25,2	20,8	23,1
1 stella	4,9	2,9	4,1
2 stelle	13,2	3,7	9,2
3 stelle	58	67,8	62,2
4 stelle	21,3	25,5	23,1
5 stelle	2,5	-	1,5
Casa privata	21,5	2	12,3
Alloggio privato in affitto	14	23,6	18,5
Residenze di amici e parenti	18,4	20,2	19,2
B&B	10,7	15	12,7
Campeggio	3,2	11,5	7,1
Residence	1,9	0	1
Villaggio turistico	1,5	0,8	1,2
Agriturismo	3,3	5,8	4,5
Altro	0,3	0,6	0,4

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## TURISTI CON LA BICICLETTA - ALTRE ATTIVITÀ SVOLTE. POSSIBILI PIÙ RISPOSTE; % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI

	Italiani	Stranieri	Totale
Escursioni e gite	62,9	66,1	64,4
Sono andato al mare/lago	44,4	52,8	48,4
Degustazione prodotti enogastronomici locali (in generale)	14,9	18,6	16,7
Ho fatto shopping	19,7	11,5	15,8
Partecipazione ad eventi tradizionali e folkloristici	6,3	20	12,8
Ho visitato il centro storico	14,3	10,7	12,6
Ho assistito a spettacoli musicali	8,2	14,1	11
Visita di musei e/o mostre	7,7	12,7	10,1
Partecipazione ad eventi enogastronomici	8,7	11,2	9,9
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	5,5	9,7	7,5
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	4,9	8	6,3
Ho fatto escursioni di pesca-turismo	3,5	6,5	5
Ho pescato	3,6	5,9	4,7
Sono andato in centri benessere (saune ecc.)	4	3,2	3,6
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	3	2,6	2,8
Ho assistito ad eventi religiosi	2,7	1,9	2,3

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## TURISTI CON LA BICICLETTA - GIUDIZIO MEDIO SUL SOGGIORNO (DOVE 1 È IL MINIMO E 10 IL MASSIMO)

	Italiani	Stranieri	Totale
<b>Giudizio sull'offerta turistica nel complesso</b>	<b>8,2</b>	<b>8,1</b>	<b>8,1</b>
Cortesìa e ospitalità della gente	8,2	8,1	8,2
La qualità del mangiare e del bere	8	8	8
Il costo della ristorazione	7,9	8	7,9
L'offerta di intrattenimento	7,8	7,9	7,9
Il costo dei trasporti locali	7,9	7,8	7,8
L'organizzazione del territorio (collegamenti, orari di apertura e chiusura, etc)	7,8	7,8	7,8
Informazioni turistiche	7,8	7,8	7,8
L'offerta culturale (musei, monumenti)	7,8	7,8	7,8
La ristorazione	7,8	7,8	7,8
L'efficienza dei trasporti locali	7,7	7,6	7,7
Qualità e accoglienza nelle strutture di alloggio	7,9	7,4	7,7
Il costo dell'alloggio	7,5	7,2	7,3

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## TURISTI CON LA BICICLETTA - HA SCRITTO O SCRIVERÀ RECENSIONI ONLINE O FATTO RACCONTI SU QUESTA VACANZA?

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	61	71,3	65,9
No	39	28,7	34,1
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## TURISTI CON LA BICICLETTA - DOVE SCRIVERÀ LE RECENSIONI POSSIBILE PIÙ RISPOSTE, % CALCOLATA SUL TOTALE TURISTI CHE SCRIVERANNO RECENSIONI

	Italiani	Stranieri	Totale
Facebook	81,9	90,1	86,1
Instagram	54,9	45,6	50,1
Google	44,5	34,3	39,2
Tripadvisor	32,4	43,2	37,9
Twitter	27,9	43,6	36
Booking o altre OTA	25,6	21,7	23,6
AIRB&B	3,8	11,1	7,5
Tik Tok	2,8	1,1	1,9
Altro	0	0,7	0,3

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

## TURISTI CON LA BICICLETTA - SPESA SOSTENUTA PER IL VIAGGIO E L'ALLOGGIO DAI TURISTI. SPESA MEDIA A PERSONA IN EURO

	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio A/R (media a persona)	91,65	173,09	130,95
Alloggio (media giornaliera a persona)	55,51	46,78	50,62
Spesa media giornaliera a persona	77,48	70,12	73,95

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

