



# Publicazioni cicloturistiche di qualità per promuovere i territori

La guida-pubblicazione è un punto di arrivo oppure è solo la prima mossa per iniziare?

**3 incontri di approfondimento on line ore 21**

## Sintesi dei 3 incontri

*A cura di Marco Passigato, membro del Centro Studi FIAB e coordinatore didattico del corso di Esperto Promotore della Mobilità Ciclistica dell'Università di Verona*

**Il cicloturismo** è in forte espansione, realizzare pubblicazioni e guide cicloturistiche, in cartaceo o in digitale, è utile e strategico per promuovere i territori e far affluire nuovi cicloturisti.

**Gli obiettivi di questi incontri sono:**

- aiutare gli appassionati di cicloturismo, sia Fiab, che diplomati al corso di Esperto Promotore della Mobilità Ciclistica dell'Università di Verona, ma anche Amministratori, operatori economici, strutture di promozione turistica e DMO, a realizzare pubblicazioni di qualità che possano veramente valorizzare i territori e diventare lievito per il loro sviluppo;
- illustrare le complessità dei processi di crescita cicloturistica dei territori, e l'importanza della sinergia dei vari attori, le pubblicazioni come elemento del modello organizzativo;
- valorizzare gli enti gestori di ciclovie ed i portali integrati di promozione cicloturistica.

**In questa serie di 3 incontri**, ragionando con autori di guide ed esperti di pianificazione e gestione di ciclovie, analizzeremo le qualità e le utilità di queste pubblicazioni e soprattutto l'importanza dei processi di condivisione con il territorio. Mediante la formula di "intervista breve – una domanda da 5 minuti" riusciremo ad ascoltare tante esperienze qualificate.

**Il corso di Esperto Promotore della Mobilità Ciclistica** dell'Università di Verona, che in 11 anni ha diplomato circa 330 partecipanti, approfondisce questi aspetti formando esperti che hanno le competenze, la visione e le sensibilità per guidare i necessari processi di governance.

Per informazioni sul corso <https://corsoepmc.it/> iscrizioni al 13° corso in gennaio e febbraio 2026.

3 incontri online da [corsoepmc.it](https://corsoepmc.it)

# Guide cicloturistiche di qualità per promuovere i territori

La guida è un punto di arrivo oppure è solo la prima mossa per iniziare?

ONLINE

|        |                     |
|--------|---------------------|
| DATE   | 11, 18, 26 NOVEMBRE |
| ORA    | DALLE 21 ALLE 22.30 |
| DURATA | 1 ORA 30 MIN        |

A CURA DI MARCO PASSIGATO, MEMBRO DEL CENTRO STUDI FIAB E COORDINATORE DIDATTICO DEL CORSO DI ESPERTO PROMOTORE DELLA MOBILITÀ CICLISTICA DELL'UNIVERSITÀ DI VERONA

## Riepilogo sintetico del 1° incontro – martedì 11 novembre ore 21

### **Promozione del cicloturismo, la rete Bicalia ed EuroVelo**

#### **Trovate la registrazione su**

<https://univr.cloud.panopto.eu/Panopto/Pages/Viewer.aspx?id=075173ea-43e9-492b-abc9-b392016d6957>

Il Conduttore Marco Passigato, in apertura, ha ricordato gli obiettivi degli incontri, il gruppo organizzativo e il Corso di Esperto Promotore dell'Università di Verona che si attiverà anche nel 2026 con iscrizione a gennaio e febbraio <https://corsoepmc.it>.

La domanda generale è quale sono gli ingredienti e la ricetta per attivare il cicloturismo con successo nei vari territori; cercheremo di trovare la risposta incontrando circa 30 relatori nei 3 seminari programmati

#### **1° parte – (ore 21.00 – 21.45) come promuovere il cicloturismo e come raccontarlo**

***Quali sono le strategie per valorizzare i territori con il cicloturismo?***

***Il ruolo delle pubblicazioni al confronto con gli articoli su riviste, dei portali integrati e dei premi annuali.***

- **Susanna Maggioni** – Vicepresidente FIAB Italia e referente area Cicloturismo, EPMC e docente corso EPMC



Le strategie per il successo sono l'organizzazione e gli investimenti. Spesso i decisori politici non sono consapevoli del potenziale del cicloturismo. Bisogna misurare passaggi, ricadute economiche ecc. e saperli raccontare. È importante anche la gestione delle infrastrutture: manutenzione e promozione, con l'istituzione di un soggetto gestore grazie ad apposite leggi regionali. Il cicloturismo viene vissuto in modi diversi ed è importante rappresentare questa diversità, anche con autrici donne, in modo da attrarre un pubblico vasto, famiglie, inesperti, ecc. La bicicletta è il mezzo per scoprire e narrare il mondo. È importante avere anche una diversità nella narrazione del viaggio in bicicletta.

- **Antonio Dalla Venezia** – coordinatore del progetto Bicalia di Fiab e docente corso EPMC



Ricorda che già 30 anni fa in Fiab si diceva che un itinerario esiste se ha un nome, una segnaletica ed un ente gestore. Altrimenti non esiste! Deve essere riconoscibile, tenuto bene e valorizzato attraverso gli enti gestori che in Italia sono ancora pochissimi. La Regione Veneto li ha istituiti ed ora sono 3, in altri contesti ci sono le comunità montane o le DMO. Per il successo è essenziale che il territorio sia attraente!

***La Fiera del Cicloturismo che riunisce ogni anno operatori ed esperti provenienti da più di 25 Paesi, come può supportare i territori nel promuoversi in modo efficace sul mercato del cicloturismo?***

- **Pinar Pinzuti** – direttrice della Fiera del Cicloturismo, membro del Consiglio di Eurovelo e docente corso EPMC



Dal 2014 la redazione di Bikeitalia.it realizza ebook/guide cicloturistiche dedicate ai territori italiani ed europei, oggi oltre 30, tutte scaricabili gratuitamente. Dalla collaborazione con questi territori pronti ad accogliere viaggiatori in bici è nata nel 2020 la Fiera del Cicloturismo, oggi punto di riferimento per operatori e viaggiatori.

Dalla nostra esperienza, posso dire che è fondamentale rendere accessibili le informazioni pratiche per chi viaggia in bicicletta e dare voce alle esperienze di chi ha già percorso queste strade, attraverso incontri, presentazioni e racconti dal vivo.

***Ciclovie in sede propria, percorsi cicloturistici su viabilità minore, tracciati con lunghi sterrati, che cosa desiderano i cicloturisti?***

- **Patrick Kofler** – ricercatore e pianificatore di nuovi comprensori cicloturistici, CEO di Helios, agenzia di comunicazione e docente corso EPMC



Esistono tanti cicloturismi, e molte community di utilizzatori, ognuno con i suoi desideri e specificità, l'importante è parlare alla community giusta. L'Italia è una grande montagna con poche pianure, è la morfologia del territorio che ti indirizza nel cercare la proposta cicloturistica, c'è spazio per tutti e ci vuole un marketing coraggioso per valorizzare i singoli bacini ciclistici. Bisogna dare messaggi chiari per ispirare il cliente – lettore e farlo desiderare quel luogo specifico che va attrezzato bene per attrarre nuovi mercati.

***Come selezionare 100 ciclovie nel vasto e variegato panorama italiano?***

- **Ilaria Fiorillo** – autrice del volume “100 ciclovie d'Italia”, bike influencer, EPMC e docente corso EPMC



Non è stato facile: le ciclovie italiane meritevoli sarebbero state molte di più. La parte più impegnativa è stata, a tutti gli effetti, capire cosa intendiamo per *ciclovie*: non solo una pista ciclabile in senso stretto, ma un itinerario continuo, riconoscibile e fruibile, capace di offrire un'esperienza di viaggio, oltre che di mobilità.

Chiarito questo punto, abbiamo cercato di fare ordine e di restituire una fotografia il più possibile fedele dell'esistente, partendo dalla realizzazione di una grande mappa nazionale. Ne emerge un panorama variegato, con regioni che offrono una rete più sviluppata e altre ancora in fase di crescita.

La selezione delle 100 ciclovie nasce dal desiderio di rappresentare questa varietà e, allo stesso tempo, di offrire al lettore informazioni chiare e utili per ogni percorso, così da aiutarlo a scegliere consapevolmente gli itinerari in cui riconoscersi di più.

***Il ruolo del “fuori porta” per mettere in sella le persone e favorire la loro salute e socialità; l'esperienza del gruppo Pedala Martesana; come possono muoversi “dal basso” i territori?***

- **Fabio Scalzotto** - <https://bikeforgood.it/>, Presidente dell'Associazione Esperti Promotori della Mobilità Ciclistica, EPMC



L'Associazione Pedala Martesana è nata per creare una comunità di persone, ora, dopo il Covid, è diventato un comitato che organizza pedalate a carattere sociale in rete con altre associazioni. Organizziamo varie escursioni per far conoscere il territorio con grandi soddisfazioni in quanto spesso la gente non li cosce e rimane stupida dalle bellezze che si possono trovare anche vicino casa. La gita fuori porta accompagnata è un ottimo strumento per iniziare le persone alla bicicletta.

**2° parte – (ore 21.45 – 22,30) coordinamento tra guide e il sito Bicalitalia*****Il sito Bicalitalia di Fiab; quali potenzialità per promuovere i territori?***

- **Antonio Dalla Venezia** - *coordinatore sito Bicalitalia di Fiab e autore di guide a carattere nazionale ed accompagnatore di bici viaggi*



In 25 anni abbiamo pensato e sognato l'Italia in bicicletta, abbiamo mappato 25 mila km, di percorsi, sia di Bicalitalia che i migliori percorsi disponibili a carattere locale, ma di lunghezza significativa. Cercheremo prossimamente di potenziare il sito spiegando meglio gli itinerari ed integrandolo con le informazioni di ospitalità e servizi presi anche da Albergabici, per farne un vero sito integrato; per fare questo lavoro abbiamo bisogno di collaboratori. Pur condividendo il fatto che il digitale è facilmente aggiornabile rispetto alla "carta", ciascuno di noi può trovare utile raccogliere le informazioni da varie fonti.

***Le ciclo-guide prodotte da Fiab, qual'è il risultato atteso e quali attenzioni per aggiungerlo?***

- **Giancarlo Cochis** - *Bici & Dintorni di Torino, co-autore di "Piemonte in bici" di Fiab*



È stato un lavoro a molte mani, nato nel contesto degli accompagnatori Fiab di Torino & dintorni e poi integrato con gli amici Fiab di altre città piemontesi. Personalmente ho curato lo schema di lavoro, distribuito e raccolto schede di itinerari. Rispetto alla precedente edizione abbiamo curato meglio le cartografie, inserito i QR code che rimandano alle tracce scaricabili. Il testo principale racconta il percorso e poi gli approfondimenti storico artistico si trovano in box dedicati. È importante che il titolo sia evocativo del contesto territoriale e "agganci" bene il lettore.

- **Valerio Montieri** - *Centro studi Fiab, co-autore di "Lombardia in bici" di Fiab*



Anche noi in Lombardia abbiamo lavorato in 3 persone ed abbiamo sviluppato 20 itinerari scegliendo i migliori effettivamente praticabili e consigliabili. Molti di questi si sviluppano lungo i fiumi che hanno attorno parchi regionali e in genere questi Enti si prendono cura dei percorsi. Si sono descritti gli itinerari finalizzati a visitare il territorio, parchi, abazie ma anche cave, aree umide, architetture e tutto il paesaggio rurale, scegliendoli tra quelli più recentemente realizzati. Sono collegati a tracce su Komoot. La casa editrice Capricorno è intenzionata a proseguire il lavoro con Fiab su altre regioni, e questo significa ha c'è interesse anche di mercato editoriale.

- **Corrado Marastoni** – *co-autore di "Aida est con Antoni Dalla Venezia e ovest con Michele Cremonesi"*



Il progetto della ciclovia Aida, che collega il Moncenisio con Trieste, circa 930 km, è nato da una chiacchierata tra Marastoni e Cremonesi che hanno immaginato di collegare Piazza del Duomo di Milano con Piazza Bra a Verona passando da Piazza della Loggia di Brescia. Poi l'idea è maturata e si è allungata ed il treno è sempre in affiancamento al percorso. L'obiettivo è passare dai centri delle città d'arte per goderle e mettere a sistema i percorsi che già esistono. Oltre ad essere raccontata nelle due guide Aida Est ed Aida Ovest, la ciclovia è stata segnalata con gli adesivi pagati con una raccolta fondi che ha avuto buon successo, 40.000 euro! Inoltre c'è il sito dedicato e l'app di servizio e si propone anche il Gran Tour Aida in collegamento con gli alberghi. Di fatto si configura come una spina centrale che attraversa l'alta Italia e innerva tutti i percorsi significativa che interseca.



### **Quale strategia del Centro Studi FIAB per elevare il livello di competenza delle Associazioni?**

- **Massimo Gaspardo Moro** – *Coordinatore del Centro Studi di Fiab e Consigliere Nazionale Fiab*



Il centro studi di Fiab è composto da esperti in più settori. Abbiamo iniziato con i temi tecnici, segnaletica, infrastrutture, codice della strada, analisi degli incidenti, per poi espandersi agli aspetti giuridici, degli spazi pubblici ed anche del cicloturismo. La finalità è aiutare i soci delle nostre associazioni a dialogare bene con i loro amministratori ed anche noi dialogare con i Ministeri sui temi di attualità sui tavoli e nei momenti nei quali è possibile. Per decidere servono informazioni e dati e confronti con le altre nazioni e le politiche che loro sviluppano per vedere in che modo svilupparle nei nostri contesti, in quanto il “taglia – incolla” con codici della strada differenti e sensibilità politiche e sociali differenti trasferire le esperienze non è per niente automatico. Nello specifico del cicloturismo è importante capire come mettere più persone in bicicletta capendo le loro paure ed i loro bisogni. Ci vorrebbe una guida per gli amministratori locali per aiutarli a gestire i processi di trasformazione cicloturistica dei territori.

### **Conclusione**

Si è confermato che le pubblicazioni cartacee sono ancora uno strumento utile e strategico per la fase di ispirazione del cliente che nelle prime righe deve poter cogliere gli elementi che lo coinvolgono e lo fanno procedere nella lettura alla ricerca delle informazioni più dettagliate da approfondire sulle piattaforme informatiche citate nel documento.

L'implementazione di piattaforme informatiche ove vedere e scaricare tutte le tracce evidenziate su mappe dinamiche si conferma come prospettiva da sviluppare.

## 2° incontro – martedì 18 novembre ore 21

### Guide cicloturistiche ed animazione dei territori

Link di registrazione su

<https://univr.cloud.panopto.eu/Panopto/Pages/Viewer.aspx?id=bba77259-6dcc-42b3-bb6b-b399016f9df8>

Il Conduttore Marco Passigato, in apertura, ha ricordato gli obiettivi degli incontri e il Corso di Esperto Promotore dell'Università di Verona che si attiverà anche nel 2026 con iscrizione a gennaio e febbraio <https://corsoepmc.it>.

La domanda generale di questo incontro è quanto conta e come e se si riesce ad attivare la relazione con il territorio

Passigato introduce il prof **Federico Schena**, direttore del corso EPMC per i saluti iniziali.

- **Il prof Schena** è *Presidente del collegio didattico di Scienze Motorie dell'Università di Verona e Presidente della Conferenza dei corsi di studio in Scienze motorie.*



Sono veramente felice che l'iniziativa presa dall'Università molti anni fa assieme a Marco Passigato e con la collaborazione di Fiab porti così tanti frutti e tante riflessioni. Il corso EPMC nasce per creare professionalità qualificate e la qualità è la chiave per far crescere il settore. L'Università di Verona con questo corso vuole raccogliere gli stimoli che il territorio lancia riguardo ad un nuovo settore della nostra economia che valorizza la salute delle persone.

Prima di iniziare Passigato invita **Patrik Kofler**, già ospite dell'incontro precedente, ad una breve riflessione sul **"Customer Journey Travel"**, ossia sul percorso mentale che fa il cliente prima di scegliere un viaggio, ispirazione → informazione → decisione / acquisto biglietti → esperienza → condivisione successiva al rientro e poi la nostalgia del ricordo piacevole motiva una nuova ispirazione.



Patrik sostiene che la guida – pubblicazione non agisce nella fase di ispirazione, ma in quella informativa. L'ispirazione oggi nasce soprattutto dai contenuti condivisi dagli utenti (social, foto, esperienze), pertanto le destinazioni devono, con la loro comunicazione, "andare dove sono i cicloturisti", non solamente aspettare che arrivino. Devono usare la comunicazione, social ecc. in modo mirato sui target che vogliono raggiungere e non con una comunicazione generica "a pioggia" che potrebbe essere poco efficace. Inoltre, è essenziale accompagnare il viaggiatore lungo tutto il percorso, fino alla condivisione finale.



**1° parte – (ore 21.00 – 21.45) Che cosa curare particolarmente? Come scegliere i percorsi? Difficoltà e complessità del prodotto editoriale. Dialogare con i territori.**

***Le guide cicloturistiche ai tempi dell'intelligenza artificiale. Sconfitta od opportunità?***

- **Albano Marcarini** – urbanista, cartografo, viaggiatore a piedi e in bicicletta e autore di numerose guide e pubblicazioni anche a carattere nazionale



Marcarini viene dalla scuola delle guide del Turing Club Italiano, e già l'avvento di Internet aveva modificato la modalità di accesso alle informazioni turistiche, e si pensava che le guide sarebbero scomparse, invece non è stato così. Ora la novità ce la presenta l'intelligenza artificiale. L'IA produce testi generici: la guida di qualità deve fare l'opposto; caratteristiche fondamentali di una guida devono essere: profondità dei contenuti, precisione, affidabilità, stile curato. La guida deve spiegare i perché del territorio, non solo descriverlo.

***Qual è la vostra mission e che cosa chiedete ai vostri autori per realizzare guide di qualità? Quali sono le motivazioni muovono gli autori? Avete riscontro delle ricadute sui territori dei vostri prodotti editoriali?***

- **Vittorio Anastasia** - amministratore della casa editrice Ediciclo



Il mercato editoriale è molto competitivo, anche con i materiali che si trovano su Internet. L'autore ideale è curioso, deve sapere a che si vuole rivolgere, conosce il territorio, sa scrivere, è preciso e competente, sa ascoltare; elemento di pregio è la relazione con gli attori locali che si deve cogliere nel testo. Il futuro è nella narrazione, più che nella guida tecnica, e per questo serve capacità di scrittura.

- **Chiara Seminari** - Casa editrice Terre di Mezzo



Le guide hanno ancora un forte valore simbolico: "il viaggio inizia quando compro la guida" e ci vogliono autori capaci di scrivere. La guida aiuta a orientarsi in un mare di informazioni online; conta molto la credibilità e l'affidabilità dell'editore. Importante è valorizzare la componente narrativa. Le guide contribuiscono a creare un circolo virtuoso tra progetto, territorio e pubblico.

***Percorsi multi-giornalieri; quali relazioni avete provato a costruire con i territori attraversati?***

- **Manuela Lapenta** - coautrice di 2 guide "la ciclovía dei Boschi Sacri e la ciclovía dei 2 mari" e della cartografia cicloturistica della Basilicata ed EPMC



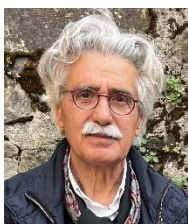
Le guide nascono dal basso e servono a dialogare con il territorio ed a far comprendere al territorio le sue possibilità. Il lavoro editoriale diventa strumento per sensibilizzare i Comuni, creare rete, far emergere l'ospitalità locale. La Basilicata ha un reticolo di strade senza traffico e questo è un piacere per i cicloturisti. Il Basilicata Bike Trail, che organizziamo direttamente, ha reso "tangibile" il cicloturismo per i territori ed i territori iniziano a rispondere ed a chiederci ulteriori interventi di promozione. La guida serve anche a valorizzare un popolo splendidamente ospitale.

- **Giovanni Guarneri** – autore di 2 guide “Sicily Divide e il periplo della Sicilia” ed EPMC



L'autore oggi è anche promotore, facilitatore, punto di riferimento per il territorio, il risultato si alimenta se l'autore diventa anche il gestore della governance del percorso, se vive sul posto ed interagisce continuamente con tutti i portatori di interesse privati e pubblici. Le guide pertanto sono strumenti di conoscenza e sviluppo economico. Il dialogo con gli enti è complesso, ma fondamentale, e su questo anche l'editore può avere un ruolo.

- **Giovanni Cardinali** – *ingegnere, Centro Studi FIAB, responsabile collana edizioni ASKA per le guide dedicate alle Strade Consolari romane e coautore – Via Cassia e via Flaminia*



Le nostre guide sono pensate anche come strumenti educativi per le scuole, in modo che gli insegnanti possano usarle per fare escursioni e lezioni all'aperto con gli studenti. È importante un forte legame culturale e storico con il territorio cercando di rimanere nel corridoio ideale del tracciato romano e cercando di andare a vedere i resti archeologici e le opere d'arte rimaste. Importante è anche coinvolgere associazioni e amministrazioni sia prima che dopo la pubblicazione, noi ad esempio abbiamo fatto numerose conferenze e ciclo escursioni pubbliche per coinvolgere gli abitati attorno al tracciato.

***Sarebbe possibile realizzare buone cartografie digitali affidabili che riportino solo e tutti i percorsi meritevoli e possibilmente agganciati a portali web integrati con i servizi e con descrizioni di qualità?***

- **Davide Benvenuti** – *tecnico Gis e cartografo, esperto di cartografie cicloturistiche di area vasta, ed EPMC*



Non esiste un portale unico e completo per le ciclovie, è un peccato che chi finanzia interventi infrastrutturali e di promozione importanti poi non si preoccupi di inserirli in una banca dati cartografica unitaria. Open Street Map è lo strumento più affidabile e aggiornabile ed è gestito dalla comunità degli appassionati che lo aggiornano; è stato scelto anche dal Cai e dalla Protezione Civile come base dati di riferimento. La cartografia digitale richiede competenze e manutenzione costante ed offre molte potenzialità, si possono, ad esempio, usare dei tag che consentono di agganciare a dei percorsi dei riferimenti a siti Web, a guide cartacee, dei testi integrativi e delle foto per implementare la descrizione dell'itinerario. Si può inserire

anche la tipologia del sedime e i segnaletici cicloturistici, pertanto aggiungere informazioni utili sia al ciclista che al manutentore.

## **2° parte – (ore 21.45 – 22,30) Pianificare con i territori, comunicazione e partecipazione; costruire ambasciatori entusiasti dei propri territori. Le informazioni on line, un caso di successo.**

### ***Pianificare, condividere e realizzare una rete cicloturistica regionale, come organizzarsi?***

- **Cristina Fabrizio e Ottavio Castelletti** – *Regione Piemonte, Gestione ed attuazione di piani e programmi di investimento relativi alle reti ed infrastrutture per la ciclabilità, ed EPMC*



La Regione deve avere a disposizione persone che conoscono il territorio, noi ci siamo appoggiati a Fiab che anni fa aveva proposto una rete cicloturistica regionale. Da questa rete abbiamo realizzato il Piano Regionale che serve a creare la visione d'insieme e coordinare i Comuni per definire dei corridoi che negli anni si precisano meglio con i dettagli. Il Piano ciclabile è uno strumento strategico per coordinare i comuni, noi lo stiamo facendo costruendo un geoportale per ora utilizzando le strade a basso traffico con l'obiettivo sia cicloturistico che trasportistico per la mobilità ciclistica quotidiana sostitutiva dell'auto anche su relazioni intercomunali. La Regione aiuta i comuni per costruire aggregazioni con modalità partecipata anche con i gestori del Trasporto Pubblico per portare le bici sui mezzi e fare i ciclo parcheggi alle fermate. Il territorio deve diventare un sistema che funziona assieme. Abbiamo avviato una collaborazione stretta con FIAB per mappatura e verifica degli itinerari, per capire criticità e pregi e carichiamo le tracce sul portale della Regione. Queste cose non accadono da sole, ci vuole tanta competenza e passione da parte dei tecnici regionali.

### ***Come relazionarsi con tanti comuni e tanti soggetti? Quali servizi per i cicloturisti?***

- **Jacopo Spatola** – *ideatore di percorsi territoriali e transfrontalieri, gestore di 2 bici grill in Piemonte ed EPMC*



Parlo della mia esperienza in Val di Susa ove ho proposto itinerari di valle e transfrontalieri, siamo partiti dal basso con più di 20 comuni per fortuna già riuniti in una Associazione di Comuni che ha fatto propria l'idea e la realizzazione; nei piccoli Comuni è più efficace dialogare con i tecnici che con i politici che sono presi da molte attività anche piccole e quotidiane.

I servizi per cicloturisti devono essere utili anche ai residenti, spesso i comuni piccoli sono poveri di servizi propri e la nuova attività deve servire a tutti, anche per dare sostenibilità economica alla nuova azienda e creare identità nel territorio che utilizza le nuove strutture come punti di aggregazione che prima erano assenti; in sintesi le strutture devono diventare hub sociali del territorio.

### ***Quali linguaggi e quali approcci per motivare e coinvolgere operatori, residenti e potenziali utilizzatori vicini e lontani?***

- **Elisa Gallo** – *Consigliera Nazionale Fiab, esperta in comunicazione*



Non esiste un linguaggio unico, ogni territorio ha caratteristiche diverse, serve farsi pertanto tantissime domande, non ultima a chi ci stiamo rivolgendo se ad amministratori, associazione, operatori, cicloturisti. Il linguaggio cambia se mi rivolgo a ciclisti che abitano vicini o lontani, se devo proporre un percorso breve o plurigiornaliero, se lo suggerisco a cicloturisti con bici da strada o gravel, oppure se invece va benissimo anche per famiglie. Si deve capire inoltre il territorio per chi è pronto, per viaggiatori singoli, per comitive, se offre percorsi dedicati e con segnaletica, oppure viabilità ordinaria a basso traffico. Dobbiamo intervistare gli operatori per capire come sono organizzati, se hanno bisogno di formazione e che cosa possono offrire oltre al tracciato, quali aspetti naturalistici o storici degni di nota. Riassumendo

serve ascolto, analisi del target e coerenza tra racconto e realtà per evitare disallineamenti tra la promozione e la qualità effettiva dell'esperienza. Il racconto deve proseguire nel tempo in quanto non c'è solo la fase di avvio, ma anche quella di consolidamento e di rinforzo.

- **Monica Fontanive** – *Consigliera Nazionale Fiab, Mental Coach ed EPMC*



È importante rilevare che la promozione del cicloturismo è nata in forma di volontariato con Fiab ed ora anche attraverso il corso di Esperto Promotore della Mobilità Ciclistica sta diventando una attività svolta da professionisti. La Mental Coach è un professionista che assiste un'altra persona nel suo percorso di apprendimento, innovazione e cambiamento cercando di incrementarne la fiducia e la motivazione, ed anche in questo senso la bicicletta è strumento di crescita personale e culturale. È importante coinvolgere i giovani e lavorare su fiducia, motivazione, esperienza diretta aiutandoli nella mobilità urbana, anche cicloturistica ad acquisire nuove competenze ed abilità sia organizzative che di relazione sociale per attivare nei giovani l'ispirazione e la voglia di stare assieme. La Mental Coach pertanto ha la capacità di far scoprire soprattutto nei più giovani

quel fuoco interiore che gli permetta di avviarsi nel mondo della bicicletta per tornare a casa felici. Il corso EPMC consente di sviluppare un cambiamento e di aiutare altri a trovare soddisfazioni nell'andare in bicicletta.

### **Lavorare con gli operatori del territorio. Come organizzare la governance e cos'è un prodotto turistico?**

- **Diego Gallo** - *direttore del programma Turismo di Etifor, consulente cicloturistico per amministrazioni e DMO, e docente corso EPMC*



Il mercato cerca prodotti turistici omogenei, cioè una sintesi di servizi che rendano l'esperienza fruibile e garantita. L'esperienza in bicicletta è particolare in quanto ottiene dal territorio tutte le sfaccettature che lo caratterizzano e lo diversificano dagli altri territori; per questa ragione ci vogliono professionisti che siano in grado di mettere d'accordo la domanda con l'offerta. Anche la differenza dei mezzi bicicletta complica l'organizzazione e la proposta.

Altro elemento critico è la governance del prodotto turistico; il prodotto lo si tira fuori dal territorio ed è un insieme di servizi. L'organizzazione turistica deve essere capace di

fare le sintesi tra i servizi per rendere attrattivi e competitivi i territori.

La bicicletta è un motore di innovazione e cambiamento per il turismo, in quanto il turismo territoriale, bicicletta e cammini, rendono il turismo diverso da territorio a territorio, e questa deve essere la giusta e nuova leva di crescita turistica nel nostro paese che aiuterebbe a gestire ed evitare i noti conflitti derivanti dall'overtourism; per fare questo ci vuole coordinamento e professionalità.

### **Le guide promuovono i territori, oppure sono gli operatori i veri "motori" del territorio?**

- **Ilaria Fiorillo** – *Bike influencer ed EPMC*



Non si tratta di un'alternativa, ma di un sistema che funziona solo se tutte le componenti dialogano tra loro. Alla base c'è l'itinerario, senza il quale non esiste un'offerta reale. Le guide — cartacee o digitali — contribuiscono a raccontarlo e a renderlo leggibile e accessibile a un pubblico più ampio, mentre gli operatori sono fondamentali per trasformarlo in esperienza, attraverso servizi, accoglienza e proposte sul territorio. È dall'incontro di questi elementi che un territorio può davvero attivarsi e crescere.

### ***Come attivare dei portali web integrati tra percorsi, destinazioni e servizi? Un caso di successo***

- **Giovanni Martinelli** - ideatore e realizzatore del cicloturistico <https://varesedoyoubike.it/> un portale integrato che illustra itinerari e punti di interesse, consultabile attraverso filtri per tipologia di bici, allenamento, lunghezza e propone servizi vari oltre a dove mangiare e dove dormire



Varesedoyoubike è un esempio di portale integrato che ha trasformato un territorio in destinazione turistica, e che organizza itinerari, servizi, noleggi, strutture ricettive, punti di interesse. Il portale funziona perché è nato dal basso, da un lavoro territoriale profondo e condiviso, poi la Camera di Commercio lo ha fatto proprio individuando delle professioni che ci lavorano. Sono stati coinvolti fin da subito 80 operatori dall'accoglienza ai servizi specifici, e poi sono stati fatti bandi a supporto dello sviluppo di questi operatori. Il portale è arrivato alla fine di questo processo / progetto, e si è strutturato per dare risposte alle domande del cicloturista che cerca le specificità sia dei tracciati che della cultura che dei paesaggi che dell'accoglienza. Pertanto, si possono trovare gli alberghi partendo da tracciati, oppure trovare i tracciati ed i punti di interesse partendo dagli alberghi o dai noleggi ecc. Abbiamo formato 50 guide, sono disponibili oltre 100 bici da noleggiare, sono stati implementati numerosi nuovi servizi.

### **Conclusione**

Questo incontro ha raccolto circa 13 esperienze personali molto diverse raccontate da professionisti che in genere vivono lavorando sul cicloturismo, e questo dimostra che per il cicloturismo si è usciti dal mondo del volontariato per entrare in quello delle professioni.

Gli interventi hanno messo in luce un messaggio chiave: la guida cicloturistica non è solo un prodotto editoriale, ma un tassello di un sistema complesso fatto di territorio, comunità, servizi, narrazione e governance.

I partecipanti sono stati mediamente un centinaio e 87 fino alla fine.

## 3° incontro – mercoledì 26 novembre ore 21

### **Valutazione preliminare, ricadute economiche, promozione e gestione di una ciclovia**

Link di registrazione su

<https://univr.cloud.panopto.eu/Panopto/Pages/Viewer.aspx?id=2ac03db6-b64a-4b55-acd1-b3a1017018cb>

Il Conduttore Marco Passigato, in apertura, ha ricordato gli obiettivi degli incontri e il Corso di Esperto Promotore dell'Università di Verona che si attiverà anche nel 2026 con iscrizione a gennaio e febbraio <https://corsoepmc.it>.

La domanda generale di questo incontro è se un certo percorso che qualcuno propone si riempirà di ciclisti, oppure se rimarrà poco utilizzato, quali ricadute economiche potrà avere e come gestirlo e promuoverlo negli anni per evitare che vada dimenticato e cada nell'oblio della cattiva manutenzione.

#### **1° parte – (ore 21.00 – 21.45) elementi di successo di un percorso cicloturistico e sue ricadute economiche**

##### ***Come valutare preventivamente se un percorso si riempirà di ciclisti e valorizzerà il territorio?***

- **Marco Passigato** - Centro studi FIAB e coordinatore didattico del corso EPMC.



Il metodo di valutazione preliminare che viene esposto è stato pensato durante molte escursioni in bici in Italia ed Europa, mi chiedevo come mai alcuni percorsi risultano pieni di ciclisti ed altri vuoti; se si tratta solo di promozione oppure anche da caratteristiche intrinseche del percorso.

Si descrive pertanto un metodo di valutazione ex ante che esamina tre categorie di elementi ed assegna dei punteggi per arrivare, per i percorsi migliori, ad assegnare un massimo di 100 punti. Il metodo consente una valutazione preliminare per capire se un percorso cicloturistico che viene proposto avrà alto o basso successo ed in questo modo andare a finanziare le infrastrutture che garantiscono maggiore interesse.

**Fattori che dipendono dal progetto** (sicurezza e % di sede propria, traffico sulle zone promiscue, segnaletica, qualità pavimentazioni, lunghezza, pendenza/dislivelli ecc) — assegnabili fino a 40 punti;

**Fattori che dipendono dal luogo** (contesto paesaggistico vario, patrimonio storico-artistico visitabile, prossimità a centri abitati/vacanza, connessioni treno+bici, accessibilità autostradale, clima favorevole per molti mesi) — assegnabili fino a 44 punti;

**Fattori che dipendono dall'imprenditorialità locale** (ospitalità, servizi, noleggio bici, trasporto bagagli, siti/mappe/cartografie digitali) — assegnabili fino a 16 punti.

La somma dei punteggi darà il punteggio di attrattività risultante (<25 debole; 25–50 sufficiente; 50–70 di richiamo; >70 forte) che offre un quadro comparativo utile a orientare scelte e finanziamenti.

Emerge che il successo di un percorso è dato dalla somma di alcuni driver importanti: appoggio a destinazioni turistiche, accessibilità multimodale (treno/aereo/auto), durata su più giorni (che incrementa la spesa locale), paesaggio variabile e clima favorevole, attrazioni fruibili (musei, castelli) e ospitalità attrezzata (mangiare, dormire, servizi bici). L'esempio delle valli alpine con tratti in discesa e treno di ritorno mostra come la combinazione di infrastruttura, servizi e paesaggio generi percorsi "di successo" con punteggi alti (70–75) rispetto a itinerari di pianura con paesaggi più monotoni che forniscono valutazioni medio / basse.

### Investimenti e ritorni economici, quali strategie e quali potenzialità?

- **Paolo Ruffino** - Centro studi FIAB, economista e pianificatore strategico di mobilità ciclistica, esperto a carattere internazionale.

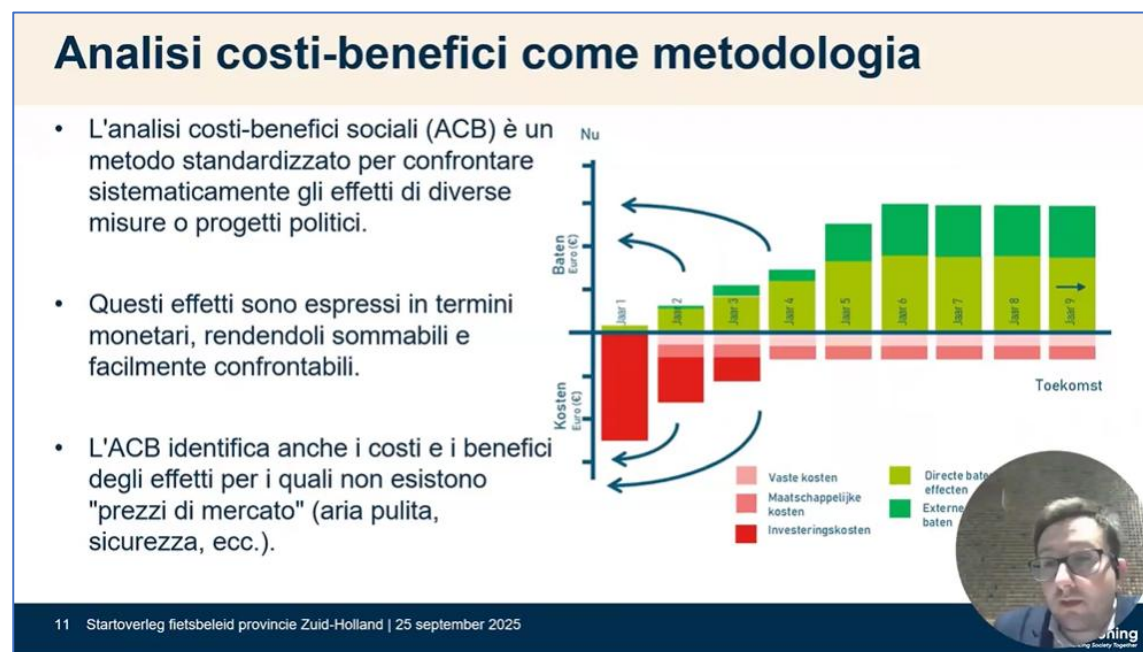


Ruffino illustra un approccio evidence-based alla programmazione delle reti ciclabili, sviluppatosi storicamente nei Paesi Bassi: dall'evoluzione dagli interventi sporadici alla logica di piano di rete (urbana e provinciale), capace di attrarre risorse e integrare la ciclabilità nelle politiche settoriali (salute, abitare, economia).

Ruffino ricostruisce i quadri finanziari della provincia olandese di Delft (piani 2008 e 2016, risorse disponibili e fabbisogni stimati al 2028–2040), spiegando come l'ambizione di espandere la rete e puntare su dorsali per il pendolarismo (anche con e-bike, target 15 km) richieda scelte mirate data la scarsità di risorse. Da qui la necessità di collegare la bicicletta alle grandi tematiche di policy (salute,

invecchiamento, turismo, transizione energetica) per ottenere "effetti leva" e rendere complementari gli interventi su ciclabilità, viabilità e trasporto pubblico.

Al centro dell'intervento c'è la valutazione costi-benefici (CBA) e l'uso di dati e modelli di traffico: una rete di >1000 punti di conteggio alimenta modelli multimodali che consentono di testare scenari e giustificare interventi ambiziosi (dorsali ciclabili in vie principali con ridisegno della sosta) spesso osteggiati politicamente. La CBA misura coerenza tra progetto, effetti e politiche (prosperità/benessere), combinando analisi quantitative e qualitative quando la monetizzazione non è possibile, per produrre ranking di priorità e scelte basate su evidenze.



Schema dell'analisi costi - benefici

Passigato raccoglie le idee emerse in questa prima parte e ricorda come nei grandi sistemi e programmi, tecnici, economisti e sociologi devono lavorare assieme; servono dati certi e analisi multi-criteri (quantitativo + qualitativo) per motivare scelte e ottimizzare risorse scarse, costruendo politiche basate sulle evidenze.

**2° parte – (ore 21.45 – 22,30) promozione, gestione e manutenzione di un sistema / percorso cicloturistico – 3 casi a confronto**

***Cosa fare, come promuovere, con quale governance, che cosa rilevare, che cosa rendicontare, con quante risorse umane ed economiche; con quali professionalità?***

- **Maria Claudia Crivellaro** – *Federazione dei Comuni del Camposampierese, Soggetto Gestore della ciclovia Treviso-Ostiglia, ed EPMC*



Viene presentata l'esperienza della Federazione dei Comuni del Camposampierese come soggetto gestore della Ciclovia Treviso–Ostiglia (ex ferrovia, direttrice NE–SW, oggi ~110 km, con tratto gestito di ~60 km). La legge regionale veneta del 2019 ha istituito la figura di soggetti gestori con funzioni su manutenzione (ordinaria e parte straordinaria) e promozione turistica, lasciando ampia flessibilità ai territori (modelli pubblici, privati o misti). Attualmente i soggetti gestori riconosciuti in Veneto sono tre: la Federazione dei Comuni del Camposampierese (Treviso–Ostiglia), la Provincia di Padova (Anello dei Colli Euganei) e IPA per l'area dei Berici, ciascuno con modalità e soggettività diverse ma funzioni comuni di manutenzione e promozione.

La ciclovia Treviso Ostiglia attraversa più province e circa 16 comuni, con proprietà frammentate e una fitta rete di stakeholder (enti turismo, OGD, progetti strategici come “Green Tour”), che impone un coordinamento robusto: ogni incontro operativo può coinvolgere decine di interlocutori (sindaci, assessori a infrastrutture/turismo, tecnici comunali). Per mettere ordine, il soggetto gestore ha sviluppato un Piano di gestione che chiarisce chi fa cosa e quando: numero di sfalci, interventi di manutenzione, competenze per la straordinaria, modalità di convivenza tra attori e obiettivi di crescita a 3–5 anni. L'approccio integra operatori e comunità residente (dimensione sociale), definendo obiettivi su governance, infrastruttura, prodotto turistico e dimensione sociale, e stabilendo uniformità di intervento e comunicazione lungo tutta la ciclovia.

Sul fronte promozione, il gestore ha curato immagine coordinata, mappe, sito unico con operatori nel buffer di 2 km per lato, podcast di racconto del territorio, e una mappa dei servizi (nei primi 60 km: ~100 strutture ricettive, 5 punti ristoro, 5 noleggi bici, 4 aree camper). Il monitoraggio passa dai contapassaggi (in crescita) e da indicatori di tempo di risposta alle segnalazioni; in termini economici, stima € 2.000/km per l'ordinaria manutenzione, mentre la promozione è finanziata con contributi regionali (non numerosi) e compartecipazione dei comuni secondo un coefficiente che bilancia km attraversati e popolazione; c'è la prospettiva di introdurre l'imposta di soggiorno per alleggerire i bilanci comunali. In futuro si punta anche su comarketing con aziende.

Il Team di lavoro è composto da 2 figure tecniche, una per la promozione turistica e una per il coordinamento della manutenzione, più una figura di ambito amministrativo a part-time. L'ufficio è in costante dialogo con gli operatori turistici, le guide, con Fiab e tutti gli esperti; nei 5 punti ristoro, in alta stagione, ci sono circa 35 dipendenti complessivi.

Da qualche anno è stato attivato anche un festival che distribuisce lungo il percorso molti eventi che contribuiscono ad attrarre persone e aumentare l'attrattività della ciclovia.

## IL PIANO DI GESTIONE DELLA CICLOVIA

Strumento chiave del Soggetto Gestore:



- Strumento di dialogo con tutte le amministrazioni ed Enti coinvolti
- Analisi del contesto regionale (REV e reti ciclabili)
- Descrizione puntuale dei tratti e loro criticità / opportunità
- Schede operative per manutenzione e promozione
- Procedure, standard, cronoprogrammi
- Sistema di monitoraggio

“La bussola operativa dell’intera governance”.

## OBIETTIVI SPECIFICI

### GOVERNANCE

- Individuazione funzioni e responsabilità.
- Consolidamento del ruolo e del modello di governance



### INFRASTRUTTURA

- Manutenzione regolare e conservazione
- Miglioramento sicurezza e accessibilità

### PRODOTTO TURISTICO

- Migliorare qualità e riconoscibilità dei servizi
- Connessione della ciclovia con i territori e dei territori con la ciclovia

### DIMENSIONI SOCIALE E AMBIENTALE

- Infrastruttura al servizio della cittadinanza
- Ciclovia come spazio pubblico (socialità)

## ATTIVITA' DI PROMOZIONE TURISTICA

In sintesi:

- Comunicazione online e offline
  - gestione e aggiornamento sito web
  - gestione delle pagine social
  - edizione della newsletter
  - comunicazioni interne agli operatori
  - gestione posta ordinaria e richieste e-mail
- Marketing istituzionale
  - partecipazione a fiere di settore
  - sviluppo di un piano di destinazione
  - promozione su riviste e video
  - creazione immagine coordinata
  - gestione rapporti con giornalisti e troupe TV
  - educational e press tour

- Comunicazione coordinata con Regione Veneto

- edizione di mappe e pubblicazioni

- Gestione interoperativa

- collaborazione con uffici turistici  
- utilizzo della piattaforma DMS

- Attività di animazione territoriale

- organizzazione di eventi tematici  
- collaborazione con operatori locali



Organizzazione del soggetto gestore della ciclovia Treviso - Ostiglia

- **Jacopo Spatola** – *gestione e manutenzione preventiva della ciclovia Francigena della Valle di Susa, ed EPMC*



Viene illustrato un modello di gestione e manutenzione preventiva per una ciclovia in Val di Susa attivata dall'Unione Montana, (<35 km oggi, espansione verso 70 km), finanziato nell'ambito "Green Community" per costruire una sensibilità di patrimonio collettivo della comunità. Obiettivi: prevenire/mitigare rischi (vandalismi, fondo, segnaletica), attivare presidio di comunità e costruire un sistema flessibile tra ente pubblico e operatore privato. La logica è anticipare il problema, con ispezioni periodiche di vigilanza e controllo (settimanali con oscillazioni stagionali), micro-interventi immediati (cartelli storti, piccole sistemazioni del fondo), attivazione tempestiva delle ditte incaricate, spesso aziende agricole del territorio, assistenza alla RUP per facilitare contatti e affidamenti e proposte per espansione della rete dei percorsi.

La vigilanza ordinaria viene esternalizzata, garantendo elasticità stagionale e capacità di intervento. Si sperimenta una relazione fiduciaria con l'ente pubblico, nella quale l'operatore privato attiva direttamente aziende e dialoga con gli uffici tecnici comunali, alleggerendo la burocrazia e lasciando all'ente le azioni strategiche. Strumenti utili sono il geoportale/GIS condiviso, i conta passaggi mobili da rendere fissi, il supporto a eventi/viaggi studio anche di scolaresche. I risultati del primo anno (106 uscite, 33 micro-interventi, numerose segnalazioni) e del secondo (50 uscite, segnalazioni quasi azzerate) mostrano un efficientamento con diminuzione di atti vandalici grazie alla risposta rapida, identificazione di aree bersaglio, riduzione dei tempi persi e presidio sociale più forte, con cittadini che segnalano/instradano i problemi e percepiscono che la ciclovia è viva e curata; la relazione con gli abitanti e fruitori abituali del percorso è fondamentale, in quanto la ciclovia è un ecosistema sociale, non solo un'infrastruttura.

- **Paola Antonelli** – *Project Manager presso SEVAT Servizi Valle Trompia SCARL, ed EPMC*



La Greenway della Val Trompia in provincia di Brescia riguarda un sistema ampio di territorio e non solo un percorso lineare di valle, comprendendo anche percorsi MTB di media montagna. Si tratta di un contesto non turistico (valle industriale, "dei metalli"), ma con punti di forza come l'accesso dalla città di Brescia (treno Milano–Venezia, bici gratuita in metropolitana), ombreggiamento estivo e una ciclabile di fondovalle di circa 40 km lungo il fiume. I punti critici riguardano la brevità del percorso, non è una valle turistica e ha pochissime strutture di accoglienza, ha presenza di infrastrutture impattanti e la frammentazione (18 comuni) con livelli di manutenzione difformi. Un bando Fondazione Cariplo (2016) ha permesso di implementare l'infrastruttura, creare un brand e avviare una gestione associata tramite la Comunità Montana, che coordina manutenzione e promozione per conto dei 18 comuni. Con questi interventi i locali hanno riscoperto il fiume e le sue

sponde sia per MTB che per bici da corsa. È stato creato un sito internet con tracce, punti di ristoro, noleggi e tutto quanto di interesse.

La strategia è la centralizzazione: contributi comunali (pesati per abitanti, lunghezza e tipologia del tratto: il fondovalle dedicato è più costoso rispetto ai percorsi MTB ed a quelli promiscui su strada), apporto della Comunità Montana, bandi per grandi opere (ponti, nuovi rami di ciclabile, dissesti), e sponsorizzazioni. Il budget annuale (circa €100.000 euro) finanzia **un Manager della Greenway** (figura dedicata, ciclista, con skill di comunicazione/eventi), un tecnico per la manutenzione (gestione ditta locale con appalto quadriennale, pianificazione sfalci/interventi), e ruotano intorno altre due figure per turismo e comunicazione; con queste 4 figure dedicate si riesce a gestire bene la struttura ed ogniuna di esse è fondamentale. La manutenzione ordinaria ha raggiunto una "velocità di crociera" dopo 2–3 anni; la straordinaria si finanzia con bandi. La promozione avviene con sito, social, fiere in partnership (Visit Brescia, Comune capoluogo), giornate FIAB e corsi (MTB). Inoltre si sta normando l'accesso con ordinanze di apertura/chiusura centralizzate, per evitare confusione.

Un salto di qualità è arrivato con il Bike Festival, abbiamo dialogato molto con le poche strutture di accoglienza e le abbiamo formate e fornito loro tanto materiale, prima edizione concentrata in un weekend al passo Maniva tra Val Trompia e Val Sabbia (location con strutture adeguate), seconda edizione ampliata nel tempo e nello spazio, con presenze raddoppiate (570 ufficiali, stima ~2.500 complessive) e main sponsor soddisfatto e riconfermato. Scelta strategica: rallentare la promozione della ciclabile di fondovalle durante anni di cantieri (autostrada, metanodotto, acquedotto, opere ciclabili), spingendo invece su MTB; una promozione “onesta” evita disallineamenti tra aspettativa e fruibilità reale e tutela la reputazione della greenway.



Schema di gestione associata della Comunità Montana per la Greenway della Val Trompia

## Chiusura e messaggio finale

In conclusione, con ancora 70 persone collegate, Marco Pastigato sintetizza il cambiamento di paradigma: dalla parola d'ordine “fare ciclabili” a “gestire ciclabili”. Il successo passa da governance stabile, uffici dedicati (lavori, eventi, sito, comunicazione, amministrazione), figure professionali (manager della ciclovie/greenway), finanziamenti mix (comuni, bandi, sponsor, imposta di soggiorno), monitoraggio e promozione coerente. Solo infrastrutture di qualità, mantenute e comunicate in modo integrato generano soddisfazione per utenti e territori e prospettive di sviluppo durature



### Alcune frasi di sintesi per fissare gli argomenti

1. Tante guide per tanti cicloturismi, evidenziare e raccontare le specificità dei tracciati.
2. Costruire le pubblicazioni con gli operatori per aggregare tutti gli attori del territorio.
3. Scegliere tracciati di valore che diano una “posizione” alta alla proposta turistica.
4. E' determinare in via preliminare il “posizionamento” di una ciclovia?
5. Un tempo si puntava a costruire le Ciclovie, ora l'urgenza è gestirle.
6. Gestire e promuovere una ciclovia non è solo fare manutenzione, ma creare un “clima amico”, un senso di comunità con il territorio che riconosce la Ciclovia come bene comune.
7. Favorire le aggregazioni di più comuni per realizzare percorsi o reti multi-comunali e più attrattivi.
8. Escursioni giornaliere o plurigiornaliere, quali danno più ricadute economiche?
9. Le escursioni “fuori porta” per la salute e la socialità dei residenti.
10. Rilevare i transiti e monitorare i benefici per determinare il “valore” della singola ciclovia.
11. Realizzare buone guide che convergano in siti web integrati con i servizi per valorizzare i territori.
12. Realizzare buone cartografie digitali affidabili che riportino solo e tutti i percorsi meritevoli filtrabili per le varie categorie di utenti.