



● reach/notoriety  
○ propensione (certamente lo farò/l'ho già fatto + probabilmente sì)

Le strade e gli itinerari del turista sportivo sono soprattutto le ciclovie, i percorsi di cicloturismo e gli eventi di running tourism come le maratone e mezza maratone che costellano la Penisola da nord a sud; una spina dorsale che connette idealmente amatori, semi-professionisti o semplici appassionati alla scoperta di una dimensione in cui fatica, competizione o semplice evasione si compenetrano.

È l'Italia di eventi ormai consolidati nella tradizione come la Stramilano, che da oltre cinquant'anni raccoglie a inizio primavera decine di migliaia di appassionati nel capoluogo lombardo, della mezza maratona della Roma-Ostia Half Marathon che dalla città si spinge al litorale, o ancora della Romeo & Giulietta Half Marathon che si snoda per le vie di Verona: tre manifestazioni che occupano un posto stabile e rilevante nell'immaginario di notorietà e conoscenza. Tra gli altri luoghi e itinerari legati all'attività sportiva che sono stati mappati e testati dalla nostra ricerca, le ciclovie e i percorsi di cicloturismo meritano un'attenzione particolare: arterie che si sviluppano tra città, colline, montagne, ambienti naturali e che tratteggiano una cartografia inedita del nostro paese.

Nel nord Italia si registrano gli itinerari di cicloturismo più conosciuti al pubblico, segno di un'attività di costruzione del brand e dell'immagine avviata nel tempo: la Ciclabile Valsugana, che dal Lago di Caldonazzo in Trentino raggiunge Bassano del Grappa, in provincia di Vicenza, la Ciclabile della Valtellina in Lombardia o la Garda by bike, percorso ciclabile di 140 km che costeggia il lago di Garda a cavallo tra Lombardia, Veneto e Trentino.

Tra Italia centrale e meridionale, troviamo invece percorsi che stimolano la propensione alla visita e alla pratica, indice di un potenziale "aspirazionale" tutto da esplorare: è il caso della Via Verde dei Trabocchi, nel tratto lungo l'omonima costa che collega Ortona a Vasto, della Ciclovie del Santerno che attraversa per 44 km sei comuni della provincia bolognese, o ancora della ciclabile della Via Silente, nel cuore del Cilento, in Campania.

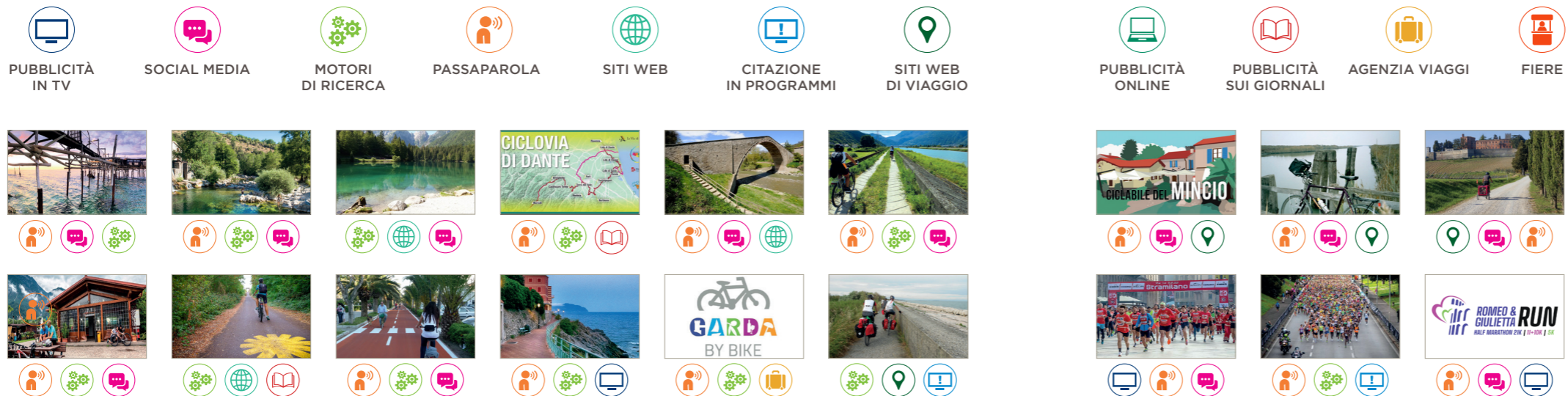
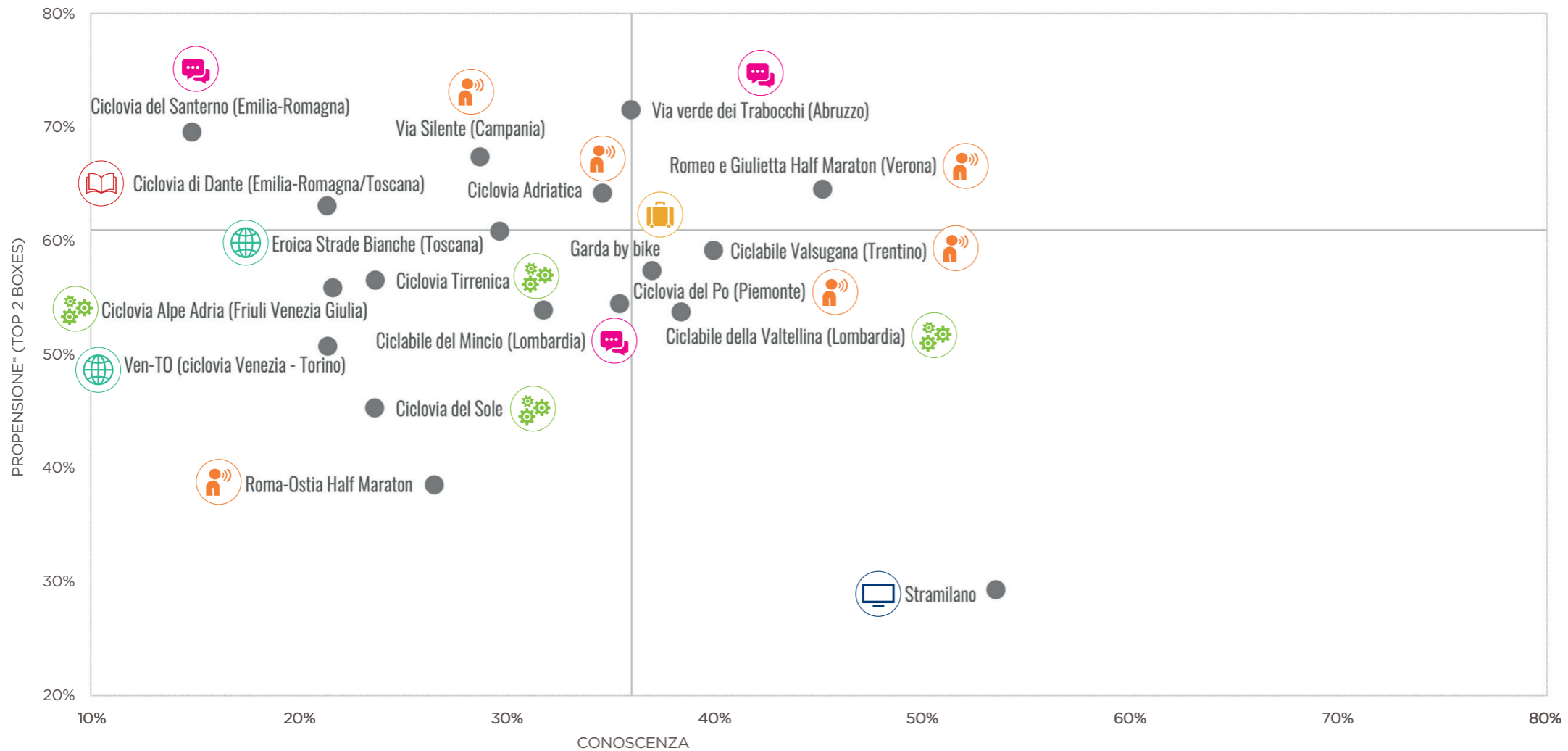
Altri itinerari importanti dal punto di vista dell'immagine sono la Ciclovie di Dante che collega le due città del celebre poeta (Ravenna, dove è sepolto, e Firenze), l'Eroica Strade Bianche, legata alla corsa ciclistica professionistica che si svolge nel mese di marzo nella provincia di Siena, e la Ciclovie Alpe-Adria, brand che travalica i confini nazionali collegando Trieste e Salisburgo, in Austria.

Infine, non vanno dimenticate due ciclovie "parallele" che scorrono lungo le due coste italiane e consentono di pedalare lungo il mare: la Ciclovie Adriatica, percorso cicloturistico che unisce Trieste e Santa Maria di Leuca per oltre 1.500 km, e la Ciclovie Tirrenica, che da Ventimiglia scende fino a Latina attraversando Liguria, Toscana e Lazio per quasi 600 km.

**COME LEGGERE LA CARTINA**  
A partire da un'ampia mappatura di luoghi, itinerari e destinazioni italiani relativi alle forme di turismo esperienziale non convenzionale, abbiamo selezionato un campione di 90 items (18 per ciascuna macro-area di esperienza turistica); tali luoghi sono stati sottoposti tramite questionario al panel degli intervistati per verificarne la notorietà (la conoscenza anche solo "per sentito dire") e la propensione alla scoperta. I valori riportati sulla cartina indicano rispettivamente la notorietà del luogo e, in seconda battuta, la capacità di generare attrattività calcolata su coloro che hanno dato una risposta positiva alla domanda sulla conoscenza del luogo.



# Social media e siti tematici: la conoscenza degli itinerari passa dalla ricerca



I media digitali rappresentano la prima fonte d'ispirazione e notorietà delle mete di carattere sportivo: una narrazione funzionale alle esigenze di un pubblico che ama cercare e scoprire personalmente storie, racconti e informazioni su luoghi e itinerari da praticare attraverso attività outdoor.

Sebbene il passaparola e la narrazione da persona a persona rimangano uno strumento particolarmente significativo (l'esperienza sportiva è anche un continuo e proficuo scambio tra appassionati), social media, siti web dedicati al viaggio e siti ufficiali di manifestazioni e ciclovie sono citati dai viaggiatori esperienziali come spazi naturali per conoscere dettagli dei luoghi; è il caso, per esempio, dell'Eroica Strade Bianche, l'iniziativa collegata alla più celebre corsa ciclistica professionistica, che è stata particolarmente promossa su siti dedicati al viaggio e al turismo, oppure di diverse ciclovie che, grazie a una vivace attività social, si sono ritagliate uno spazio nel ricordo dei viaggiatori consolidandosi poco alla volta come veri e propri brand qualificati: la Via Verde dei Trabocchi, la Ciclovia del Santerno o la Ciclovia del Po.

La Ciclovia Alpe-Adria mostra, invece, un dato significativo sul versante dei podcast, effetto anche dell'essere stata protagonista della prima puntata del podcast Cicloturismo360, dedicata a viaggi e viaggiatori in bicicletta.

La forte propensione dei luoghi sportivi a una conoscenza originata dalla curiosità e dalla scoperta dell'utente è testimoniata anche dall'elevata risonanza dei motori di ricerca, strumenti che caratterizzano la notorietà di molti itinerari come la Via Silente in Campania, la Ciclabile della Valtellina in Lombardia, la Ciclovia Tirrenica o due percorsi del nord come Garda by Bike e la Ciclovia della Valsugana.

Tra i luoghi del running tourism, spicca la Stramilano, unica ad essere debitrice della propria notorietà primariamente alla pubblicità trasmessa in tv, mentre per la corsa veronese della Rome & Giulietta Half Marathon sono sempre i social media a svilupparne la fama.

Da segnalare, infine, destinazioni note anche per citazioni in programmi televisivi come la ciclabile Ven-TO e la Roma-Ostia Half Marathon.