

**UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA**

**UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE**

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANE E SOCIALI**

**CORSO DI LAUREA IN LINGUE, CULTURE E COMUNICAZIONE PER IL  
TURISMO MONTANO**

ANNO ACCADEMICO 2018/2019

**Il turismo sportivo come strumento di valorizzazione e  
promozione del territorio valdostano:  
il caso del Tor des Géants**

**DOCENTE 1° relatore:** Prof.ssa Anna Maria Pioletti **Anna Maria Pioletti**

**DOCENTE 2° relatore:** Prof.ssa Françoise Rigat

**STUDENTE:** Katya Chabloz

Matricola: 16 H01 001

*A tutte le persone che in questi difficili anni  
mi sono state vicine, sostenendomi e  
incoraggiandomi a non mollare mai.*

# INDICE

<b>INTRODUZIONE</b>	1
<b>CAPITOLO 1: IL TURISMO SPORTIVO: BREVE ESCURSUS</b>	6
<b>1.1 Dal turismo al turismo sportivo</b>	6
1.1.1 Il turismo: stato dell'arte	6
1.1.2 La nascita del turismo sportivo	10
<b>1.2 Dalla pratica sportiva agli sport di montagna</b>	15
1.2.1 La pratica sportiva in Italia	15
1.2.2 Gli sport di montagna: alcune riflessioni e prospettive future	17
1.2.2.1 Lo Skijöring	22
1.2.2.2 Il Canyoning	24
1.2.2.3 L'Hydrospeed	25
<b>1.3 Il turismo sportivo in Valle d'Aosta</b>	27
1.3.1 La nascita del turismo sportivo in Valle d'Aosta: lo sci	27
1.3.2 Gli eventi sportivi in Valle d'Aosta: uno strumento di promozione fondamentale	30
1.3.2.1 Il Trofeo Mezzalama	32
1.3.2.2 Le Gare di Coppa del Mondo	33
1.3.2.3 I Giochi Mondiali Militari	34
1.3.2.4 Le Alpiniadi	35
<b>CAPITOLO 2: IL TRAIL: EVOLUZIONE E DIFFUSIONE</b>	36
<b>2.1 Il trail: uno sport estremo</b>	36
2.1.1 Le definizioni e le classificazioni	36
2.1.2 I primi trail e trailer	42
<b>2.2 Il trail nelle Alpi</b>	45
2.2.1 L'Ultra-Trail du Mont-Blanc	47
<b>2.3 Il trail: uno sport tipicamente alpino?</b>	53
2.3.1 La rivista "Nature Trail": il richiamo alle Alpi	53
<b>CAPITOLO 3: LA GARA PER ECCELLENZA: IL TOR DES GÉANTS</b>	56
<b>3.1 Il Tor: storia e evoluzione della competizione</b>	56
3.1.1 La nascita dell'Associazione Valle d'Aosta Trailers	56
3.1.2 Il Tor e le competizioni	60

<b>3.2 Il Tor: dalla geografia alla montagna</b>	65
3.2.1 Il luogo e il paesaggio	65
3.2.2 Il percorso del Tor	70
<b>3.3 Il Tor: un evento in continua crescita</b>	77
3.3.1 I numeri del Tor: un evento internazionale di successo	77
<b>CONCLUSIONI</b>	93
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	97
<b>SITOGRAFIA</b>	99
<b>ALLEGATI</b>	101

# INTRODUZIONE

Il tema principale della tesi, il turismo sportivo, è stato da me scelto in quanto rappresenta un'opportunità di valorizzazione e sviluppo turistico di una località. Un tema a me caro in quanto sia lo sport che il turismo hanno sempre fatto parte della mia vita. Inizialmente, mi sono avvicinata al turismo grazie al Corso di Laurea in “Lingue e comunicazione per l’impresa e il turismo”. Dopo molti anni, ho poi deciso di approfondire le mie conoscenze turistiche grazie a questa Laurea Magistrale. A tal fine, ho potuto ampliare ed avere nuove visioni su questo ampio tema. Inoltre, lavorando in un albergo, sono ogni giorno a contatto con persone provenienti da ogni parte del mondo e mi considero a tutti gli effetti un’operatrice del turismo. Grazie alla mia disponibilità, preparazione e conoscenza del territorio, sono in grado di far vivere all’ospite che decide di soggiornare all’Hotel Milleluci una vera e propria vacanza esperienziale.

Da qualche anno, avendo una vita frenetica che si divide tra lavoro, studio, corsi di formazione e vari altri impegni di natura sociale, ho scoperto il trail, un bellissimo sport che mi permette di correre sui sentieri nella natura e di divertirmi allo stesso tempo. Essendo uno sport ancora poco valorizzato e a mio avviso con molto potenziale, ho scelto di analizzarlo meglio, concentrandomi successivamente sul Tor des Géants; esso è il più grande evento sportivo presente nella nostra regione, nonché uno strumento di valorizzazione e promozione del territorio.

Qui di seguito spiegherò come ho deciso di organizzare ciascun capitolo.

Nel *primo capitolo* affronterò dapprima il forte legame tra sport e turismo. Il turismo è considerato una leva per lo sviluppo economico, un mezzo per facilitare l’integrazione tra i popoli, una fonte di ricchezza e occupazione per la popolazione locale.

Fare turismo oggi è parte della nostra quotidianità, viaggiare per piacere è diventata la norma. Ci concediamo una vacanza perché ne avvertiamo la necessità.

D’altro canto, lo sport, come elemento componente dell’offerta turistica, sta ricevendo sempre più importanza in una società che concede sempre più spazio al relax, al divertimento e al benessere.

Successivamente, cercherò di dare una definizione di turismo sportivo.

Alcune riflessioni verteranno poi sulle tendenze della pratica sportiva in Italia e sul futuro degli sport definiti estremi, in questo particolare caso legati ad un territorio montano. Queste nuove pratiche sono un'importante forma di promozione turistica e un mezzo per rivalutare il territorio. Dopo varie considerazioni, per non evadere dal tema principale, ho deciso di descrivere brevemente tre nuove forme di turismo sportivo che a mio avviso potrebbero essere ampiamente diffuse in Valle d'Aosta.

Dopo aver fatto una panoramica generale del territorio nazionale, concentrerò il mio lavoro nel campo regionale. Vista l'ampiezza dell'argomento, ho scelto di analizzare soltanto le origini del turismo sportivo e i principali eventi che hanno dato visibilità alla Valle d'Aosta.

Amo tutti gli sport, ma in particolare adoro quelli invernali, specialmente lo sci. Proprio per questo motivo ho deciso di dedicare spazio soltanto a questi ultimi, tema che combacia perfettamente con la nascita del turismo sportivo nella nostra "dzenta Vallaye". Questa regione è favorita per la sua configurazione geografica per poter praticare gli sport invernali. Nel dopoguerra chi si occupava di sport non aveva una visione ambiziosa di prestigiosi risultati sportivi ma intravedeva in questa disciplina un'attività complementare per rilanciare il turismo.

L'incontro con Giuseppe Cuc, presidente dell'Associazione Valdostana Maestri di Sci (AVMS) e presidente del Collegio Nazionale Maestri di Sci (COLNAZ), è stato molto proficuo. Grazie alla sua disponibilità e professionalità ho potuto approfondire le mie conoscenze legate al mondo dello sci. Successivamente, sono stata negli uffici dell'ASIVA, dove mi è stato permesso di rilevare ulteriori informazioni sul mondo degli sport invernali.

Oltre alla bellezza naturalistica e alle nostre grandi montagne, anche altri spazi naturali si sono sviluppati e sono diventati protagonisti grazie alla pratica delle attività sportive e alla creazione di eventi; illustrerò quindi le principali manifestazioni della Valle d'Aosta che hanno attratto migliaia di turisti.

Nel *secondo capitolo* affronterò l'ampio argomento del trail.

Il trail è un nuovo sport emergente che in poco tempo è diventato uno dei più apprezzati

in tutto il mondo. Ho scelto questo argomento proprio perché mi piacerebbe in futuro iscrivermi a qualche lunga gara.

Camminare e correre in mezzo ad un bosco e su sentieri nella natura mi regalano un forte senso di benessere. Dopo ogni passeggiata o allenamento mi sento rigenerata. Il mio umore migliora e sento di possedere più energia. Entrare in contatto con la natura mi permette anche di staccare dalla quotidianità e mi regala un senso di libertà unico.

Questo capitolo apparirà più breve in quanto la letteratura di questo sport è praticamente inesistente. Da un lato, ho trovato molti libri che illustrano i benefici del trail running, l'abbigliamento e le scarpe da usare, l'attrezzatura necessaria per affrontare una competizione, le tecniche di corsa a seconda dei diversi programmi di allenamento, la dieta ideale, ecc. Dall'altro, storie di corridori che permettono di far rivivere la loro esperienza di gara.

Inizierò quindi facendo una presentazione generale del trail e delle sue classificazioni e successivamente dei principali ultra trail a livello mondiale.

Successivamente analizzerò brevemente l'Ultra-Trail du Mont-Blanc, l'ultra trail più conosciuto al mondo, che si svolge ai piedi del Monte Bianco.

La decisione di scrivere questo sotto capitolo nasce dall'amore che nutro per le Alpi.

Grazie ai corsi di "Frontiere del Turismo Montano" della professoressa Anna Maria Pioletti e "Linguaggi, storie, culture - Modulo II: Il territorio alpino: lingue, popoli, avvenimenti" del professor Gianmario Raimondi, il mio interesse per le Alpi è notevolmente aumentato.

Ho potuto cogliere il valore ambientale e culturale della montagna e soprattutto comprendere che essa offre grandi opportunità a chi è alla ricerca di nuovi modi di vivere e di lavorare. È stato interessante fare una ricerca sui vari trail proposti sulle Alpi, poiché mi ha permesso capire quanto sta prendendo piede questa nuova pratica sportiva.

Infine, analizzerò un articolo della rivista per appassionati di trail "Nature Trail", per capire se questo sport si possa considerare alpino.

Il *terzo capitolo* mirerà ad analizzare il Tor des Géants, il più grande evento sportivo in Valle d'Aosta.

Ho scelto di concludere la mia tesi con questo argomento per diversi motivi.

In primis, perché adoro la regione in cui vivo e le nostre montagne; inoltre, spesso se non so decidermi su quale escursione scegliere, mi capita di optare per un tracciato del Tor, scaricabile direttamente dal sito ufficiale. In questo caso avrò immediatamente i dati tecnici riguardanti il dislivello e l'intera mappa del percorso sempre sottomano; inoltre, un aspetto che può sembrare scontato ma che in realtà non lo è, sarò sicura che il sentiero sarà ben segnalato, in sicurezza e pulito (ossia privo di cespugli, erbacce rampicanti e pungenti, assenza di tratti che cedono, ecc.).

Inoltre, sfidare sé stessi e cercare di superare ogni limite, sono degli atteggiamenti che mi hanno sempre affascinato. Proprio per questo motivo, ho deciso di approfondire questo tema. Percorrere una gara tecnicamente così difficile dimostra che si deve avere un'ottima preparazione fisica ma soprattutto mentale, un aspetto che mi affascina molto.

Ogni anno inoltre noto con piacere che nelle diverse tappe sono presenti sempre più partecipanti; essi camminano per ore e ore per poter assistere alla competizione in angoli spettacolari, che, seppur in punti difficili da raggiungere, regalano dei panorami mozzafiato. Questo aspetto è molto interessante: una piccola regione come la nostra riesce ad attirare migliaia di persone, che scelgono la propria vacanza proprio per poter seguire il Tor. Durante quella settimana, in Valle non si parla d'altro: media, giornali, fotografi, turisti: tutti impazziscono per questo evento e monitorano la situazione dei loro conoscenti, amici o semplicemente idoli, facendo pronostici su chi sarà il nuovo Gigante.

Non è però una manifestazione che ha catturato solo il cuore dei valdostani. Lasciando da parte i concorrenti provenienti da qualsiasi parte del mondo, ogni anno sui sentieri sono presenti fotografi, giornalisti e reporter stranieri che documentano con foto e video questa grande competizione. In particolare, mi è capitato di notare sul tratto del percorso che dal centro di La Thuile porta al Rifugio Deffeyes, un gruppo di giapponesi che seguivano un loro atleta di punta correndo dietro a lui per riprendere ogni suo momento e incitandolo ad essere più veloce.

Mi ha colpito inoltre il numero di persone che si mette a disposizione come volontari per vivere in modo diverso questo importante evento. Sono migliaia le persone pronte ad aiutare il prossimo. Alessandra Nicoletti, direttrice della gara e presidente dell'associazione Valle d'Aosta Trailers, durante un nostro lungo incontro, mi ha confidato che una signora che vive in Giappone ogni anno torna in Valle per partecipare come volontaria. Questo rende l'idea di quanto sia bella l'atmosfera del Tor.

Per essere sicura che fosse l'argomento più adatto da presentare, ho inoltre incontrato Piergiorgio Barrel, presidente dell'Associazione dei Rifugi in Valle d'Aosta, che con la sua riservatezza e professionalità mi ha fornito diverse informazioni sulla soddisfazione dei gestori dei rifugi. È emerso che se all'inizio erano un po' restii all'evento, negli anni successivi sono riusciti ad organizzarsi al meglio. Il Tor, oltre che promuovere la Valle d'Aosta, promuove anche i rifugi, che hanno notevolmente aumentato le loro presenze grazie a questo lungo e tecnico endurance trail.

Infine, l'anno scorso si è svolto il Tor X ovvero la decima edizione del Tor des Géants. Per questa occasione, sono state create due nuove competizioni e non avendo avuto tempo di andare sul terreno a sondare la buona riuscita delle manifestazioni, ho deciso di informarmi meglio attraverso questo elaborato.

Inizierò quindi dando qualche informazione generale sull'associazione Valle d'Aosta Trailers, la quale organizza il Tor. Successivamente, spiegherò le origini di questa maestosa gara ed elencherò le diverse competizioni che sono oggi proposte sul territorio.

Seguirà in secondo luogo, l'illustrazione del percorso da un punto di vista geografico per evidenziare l'unicità di questo ultra trail.

Infine, proporrò un'analisi di alcuni dati della prima, quinta e decima edizione per capire la crescita di questa competizione e capire come avviene la promozione attraverso diversi canali di comunicazione.

# CAPITOLO 1: IL TURISMO SPORTIVO: BREVE ESCURSUS

## 1.1 Dal turismo al turismo sportivo

### 1.1.1 Il turismo: stato dell'arte

Per comprendere la relazione tra turismo e sport<sup>1</sup>, è necessaria una piccola introduzione generale sul turismo.

Il movimento turistico produce degli effetti sul mondo a diverse scale: locale, regionale, nazionale e globale; rispecchia stili di vita e pratiche sociali contemporanee e ha degli effetti nella sfera economica, culturale e ambientale.

Augusto Huescar, direttore del dipartimento statistico del WTO<sup>2</sup>, sostiene che il turismo sia l'industria più grande a livello mondiale. Nel 2000, ci sono stati circa 700 milioni di turisti internazionali, per un giro di affari intorno ai 476 US\$ miliardi. Il 2003 invece è stato il primo anno nella storia in cui gli arrivi di turisti nel mese di luglio sono stati superiori a quelli di agosto, per un aumento di 90 milioni di persone<sup>3</sup>.

Il turismo è un viaggio circolare intrapreso per motivi di svago che comporta uno spostamento temporaneo da un luogo ad un altro. La parola "turismo" è spesso associata alla parola "viaggio" o "vacanza". È inoltre considerato come una forma di fuga dalla quotidianità, una ricerca dell'esperienza del diverso e una ricerca dell'autenticità.

Una definizione dell'ONU, 1978, vede il turista come:

una persona che viaggia per divertimento, ragioni familiari, salute, riunioni, affari, studio (compresi gli studenti e le persone che studiano all'estero) ecc. e che soggiorna un periodo minimo di 24 ore in una nazione o regione diversa da quella in cui risiede normalmente<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> "Si intende per sport qualsiasi forma di attività fisica, che, attraverso una partecipazione organizzata o non, abbia per obiettivo l'espressione o il miglioramento della condizione fisica e psichica, lo sviluppo delle relazioni sociali o l'ottenimento di risultati in competizioni di tutti i livelli", Art. 2 della Carta Europea dello Sport, 1992.

<sup>2</sup> WTO, World Trade Organisation, è un'organizzazione nata nel 1995; si occupa di supervisionare accordi commerciali tra i 164 Paesi membri. Gli obiettivi principali sono quelli di controllare le leggi, creare un sistema commerciale mondiale che crei beneficio agli Stati membri e redigere accordi che eliminino i dazi. Dal sito: [www.wto.org](http://www.wto.org).

<sup>3</sup> Dati diffusi dal WTO in occasione dell'assemblea generale svoltasi a Dakar nel 2005.

<sup>4</sup> Dal sito: [www.wto.org](http://www.wto.org).

Come suggerisce l'Organizzazione Mondiale del Turismo<sup>5</sup>, il turista è una persona che viaggia in Paesi o località diverse da quello in cui ha la residenza abituale, per un certo periodo di tempo, il cui scopo sia diverso dal lavoro.

Numerosi studi hanno cercato di individuare il sistema motivazionale e gli atteggiamenti che le persone nutrono verso le diverse tipologie di turismo e verso le diverse località di vacanza. L'atteggiamento è definito come l'insieme delle credenze relative alle possibili vacanze e delle valutazioni positive e negative con cui le persone hanno connotato le possibili scelte, a partire dalla loro esperienza passata o da altri canali di informazione.

Charles R. Goeldner, Robert W. McIntosh e J. R. Brent Ritchie (1999), identificano gli atteggiamenti in quattro categorie:

- ricerca di relax verso ricerca di attività;
- viaggiare entro un ambiente familiare verso un ambiente totalmente nuovo;
- dipendenza completa dal gruppo di viaggio verso il viaggiare da soli;
- vacanza ordinata verso disordine.

Ci sono diverse motivazioni che stanno alla base del turismo: si fa turismo per piacere, per lavorare, ma anche per ragioni che possono riguardare la religione o la salute.

Monica Morazzoni riporta il pensiero di Cohen (1974); egli individua cinque generi di vacanza in relazione alle motivazioni: genere ricreativo (svago), genere diversivo (fuga dalla routine), genere esperienziale (ricerca di esperienze autentiche), genere sperimentale (ricerca di esperienze alternative), genere esistenziale (verso centri spirituali)<sup>6</sup>.

Jacob G. Beard e Mounir G. Ragheb (1983) hanno invece sottolineato quattro componenti motivazionali riguardanti il viaggio e il tempo libero:

- Una componente intellettuale che permette di scoprire qualcosa di nuovo; i turisti acquisiscono conoscenza e scoprono luoghi nuovi.
- Una componente sociale che permette di mantenere e costruire nuove relazioni sociali; i turisti incontrano nuove persone mai conosciute prima e instaurano nuovi rapporti relazionali.

---

<sup>5</sup> OMT, Organizzazione Mondiale del Turismo, promuove e sviluppa il turismo; grazie alle sue numerose iniziative contribuisce all'espansione economica.

<sup>6</sup> Per approfondimenti sul turismo si veda: Morazzoni M. (2003), *Turismo, territorio e cultura*, De Agostini.

- Una componente che riguarda le competenze che si acquisiscono; i turisti si immergono completamente nella cultura locale imparando tradizioni, cucina locale, lingua;
- Una componente che riguarda l'evitare ogni stimolo; i turisti si riposano e si rilassano, evitando situazioni stressanti.

Radzik (cit. in Maeran 1991, p. 13) indica quattro motivazioni che sottendono all'esperienza turistica: natura, cultura, divertimento, rapporti sociali. Secondo queste quattro classificazioni l'uomo viene sospinto alla pratica turistica da motivazioni che variano dal desiderio del puro piacere alla ricerca di significato e autenticità.

Secondo Gulotta invece le ragioni che fanno scegliere una vacanza sono: motivazioni fisiologiche, inerenti alla salute e allo sport, motivazioni culturali, motivazioni esplorative, una vacanza che favorisca il contatto interpersonale e il benessere psicologico della persona quale relax, tranquillità e svago e motivazioni sullo status, ovvero scelte che aumentano il prestigio e l'autostima del turista<sup>7</sup>.

Una prima riflessione sulla storia dello sviluppo del turismo<sup>8</sup>, ci aiuta a capire le attuali forme di turismo.

Pellegrinaggi medioevali e grandi scoperte geografiche furono intrapresi a partire dal XVII secolo. I primi grandi viaggi furono avviati da giovani membri della classe aristocratica europea, che viaggiavano per motivi di studio. Grazie al Grand Tour, inizia un periodo storico che cambia radicalmente la visione del turismo.

Contemporaneamente, emergono le prime località turistiche: queste si sviluppano attorno alle terme nell'entroterra, dove si recano persone che avevano bisogno di cure. I proprietari delle terme le pubblicizzano come luoghi esclusivi e istituiscono sale da concerto, per balli e teatri. Anche chi non avesse bisogno di cure, sceglieva questi luoghi poichè attratti dalla vita sociale.

Successivamente, alla fine del '600, il mare attira l'attenzione di medici professionisti; fare il bagno e bere l'acqua marina potevano in alcuni casi essere delle cure più efficaci di quelle offerte dalle terme dell'entroterra. Cambia quindi il modo di vedere la costa e

---

<sup>7</sup> Morazzoni M. (2003), *Turismo, territorio e cultura*, De Agostini: 17.

<sup>8</sup> La storia del turismo è un argomento che è stato ampiamente trattato negli anni. Per un approccio sistemico è bene prendere conoscenza del testo di Casari M. (2008), *Turismo e Geografia*, Hoepli.

iniziano a formarsi le prime stazioni balneari. Fare il bagno in mare diventa una moda che si diffonde dapprima nel Regno Unito, in Francia, Germania, Paesi Bassi e poi in Spagna e Italia. Prima, fare il bagno in mare era diffuso tra le classi meno agiate che sceglievano questa pratica per piacere e non per curarsi. Infatti, per molti anni, la costa era vista come luogo pericoloso, dove arrivavano i pirati, e, il mare era uno spazio da temere, misterioso, pieno di mostri e creature sconosciute.

All'inizio del XVIII secolo, con l'Illuminismo invece, si diffonde la teologia naturale secondo cui contemplare gli spettacoli naturali come il mare significava celebrare l'opera di Dio. Vi è un crescente interesse per le scienze come la geologia e la storia naturale e anche per la pratica balneare.

In realtà, solo alla fine del XVIII secolo, la montagna diventa oggetto di attenzione nuova. Con il Risorgimento si diffonde infatti l'idea del "pittresco"<sup>9</sup>, ossia del "bello" da vedere perché suscita emozioni. Nasce così l'interesse verso la montagna<sup>10</sup>.

Qualche anno più tardi, nel 1841, Thomas Cook<sup>11</sup>, organizzò un viaggio in treno di 11 miglia da Leicester a Loughborough. Il successo di questa iniziativa fu tale da spingere il fondatore a creare la prima agenzia di viaggio.

Con l'industrializzazione, il turismo di massa diventò più accessibile e, a partire dalla Seconda Guerra Mondiale, continuò a crescere sempre di più occupando un ruolo fondamentale nello sviluppo economico mondiale.

Si svilupparono così diverse forme di turismo, nate grazie ai molteplici cambiamenti sociali ed economici<sup>12</sup>.

Tra le tante, ho deciso di concentrarmi sul turismo sportivo: un fenomeno in continua crescita e di vaste dimensioni; esso rappresenta una vera e propria risorsa di sviluppo locale, in grado di aumentare l'offerta turistica di un territorio.

---

<sup>9</sup> L'idea del «pittresco» si sviluppa grazie alla letteratura alpestre. Il termine deriva dal sostantivo «pittore». Questo aggettivo è usato la prima volta nel 1658 nella locuzione "à la pittoresque" per indicare azioni create "à la manière des peintres" (Scarron, *A Monsieur Mignart ds Poésies diverses*, éM. Cauchie, t.2, p.330).

<sup>10</sup> L'interesse per la montagna nasce grazie alla nuova visione e rappresentazione delle Alpi. Nel XVII secolo i primi viaggiatori scoprono le montagne ed in particolari le Alpi. Le opere principali che hanno contribuito a diffondere l'immagine della montagna sono: "Die Alpen d'Albrecht von Haller" nel 1731, "La Nouvelle Héloïse di J.J. Rousseau nel 1761 e "Voyage dans les Alpes" di H. B. De Saussure nel 1786.

<sup>11</sup> Thomas Cook creò la prima agenzia di viaggio al mondo: la Thomas Cook's Travel, chiusa per fallimento lo scorso settembre 2019.

<sup>12</sup> Per approfondire l'argomento si veda Casarin F. (2007), *Il Marketing dei prodotti turistici*, G. Giappichelli Editori.

### 1.1.2 La nascita del turismo sportivo

Sport e turismo sono due fenomeni simili in quanto entrambi permettono di staccare dalla routine e di fuggire dalla quotidianità; il primo può essere interpretato come una valvola di sfogo dal lavoro o dallo studio, mentre il secondo è un'opportunità per scoprire nuovi luoghi.

Il turismo sportivo è un fenomeno originale, che costituisce un forte legame tra le attività turistiche e quelle sportive. Durante il soggiorno, il turista che sceglie questa tipologia di vacanza, da un lato vivrà un'esperienza sportiva e dall'altro potrà anche cogliere le diverse sfaccettature di un luogo (cultura, enogastronomia, tradizioni e folklore, ecc), immergendosi così in un soggiorno esperienziale a 360 gradi, come si può notare dal seguente grafico.

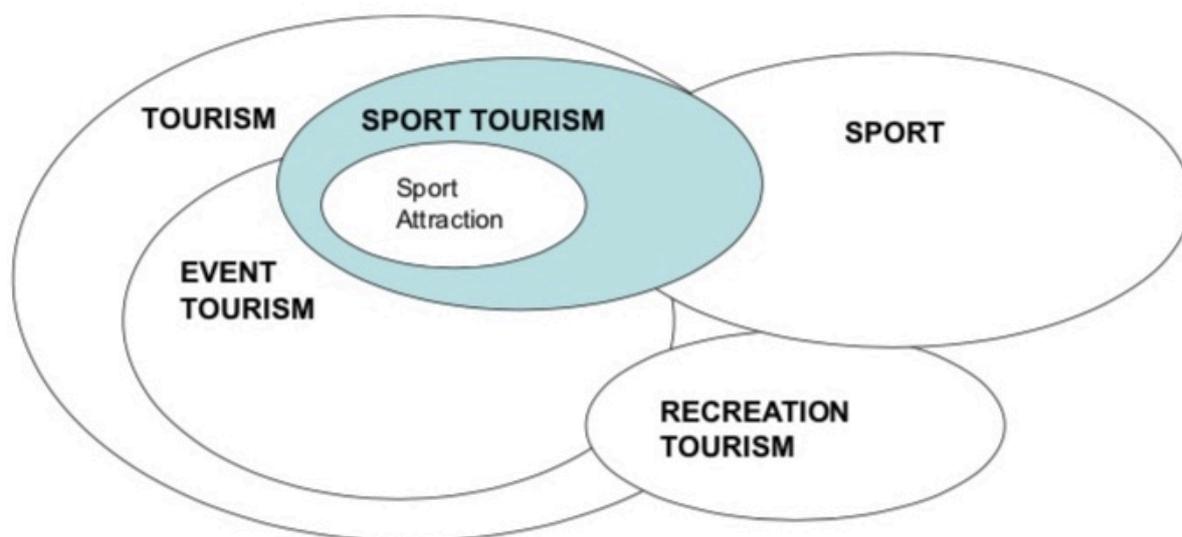


Figura 1 - Grafico tratto da Deery, Jago, Freedline, 2004, p. 241.

Il turismo sportivo rappresenta un nuovo prodotto, completa l'offerta turistica di un luogo e attrae investimenti, ricchezza e occupazione. Permette inoltre la costruzione di nuove infrastrutture e di riqualificare alcune aree territoriali, creando un'interazione tra la domanda sportiva e turistica. Esso si divide in due raggruppamenti principali: il primo

rappresentato dagli spettatori al seguito degli eventi; il secondo invece è dato dalle persone che scelgono di praticare sport lontano dalla propria residenza (in occasione o meno di eventi sportivi). L'OMT (Organizzazione Mondiale del Turismo) non lo considera del tutto indipendente rispetto ad altri fenomeni turistici; infatti esso appare all'interno della categoria di: "Tempo libero, relax e vacanza". Se prima era definito come una componente marginale dell'economia turistica, ora è un trend implicito costante, che allo stato attuale cresce ad un ritmo sostenuto in tutto il mondo (WTO 2014). Non si ha però ancora una definizione condivisa di questo fenomeno<sup>13</sup>.

La prima distinzione che notiamo è tra due termini in lingua inglese.

- *Sport Tourism*: lo sport è la motivazione principale. È questo il caso di un turista che si reca in una località per assistere alle Olimpiadi, o a competizioni nazionali ed internazionali o semplicemente per sciare, fare escursioni, ecc.
- *Tourism Sport*: lo sport è una motivazione secondaria. Il turista si reca in una località per motivi non prettamente sportivi ma durante la vacanza può praticare diversi sport: mini-golf, bowling, fitness, sport e/o attività proposte nei villaggi turistici, ecc,

Altri autori hanno cercato di dare una definizione di turismo sportivo;

Gibson (1998 e 2002) scrive che:

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

De Knopp e Standeven (*Sport Tourism, Human Kinetics Europe, 1999*) invece sostengono che:

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

---

<sup>13</sup> Per approfondire si veda: Pigeaussou C. (2002), *Contribution to the definition of sport tourism. The interest lies in a marketing approach, based approach to the characterisation of sport tourism products. Case study of sport tourism offerings in French regions, Sport Tourism: Principles and Practice*; Leisure Studies Association, Eastbourne, University of Brighton, Publications n. 76.

Infine, Pigeaussou (2002) suddivide il turismo sportivo come una frangia del turismo basata su un'esperienza turistica, che ha un legame di subordinazione e nei confronti di un'attività principale che costituisce un'esperienza culturale nell'ambito dello sport. Queste tre definizioni fanno emergere che alla base del turismo sportivo c'è lo spostamento del turista che viaggia per voler partecipare o assistere ad un evento sportivo<sup>14</sup>. Fare turismo sportivo significa quindi viaggiare da una regione, nazione o stato verso un'altra località per assistere ad una manifestazione sportiva. Se questa nuova forma di turismo non è mai stata così diffusa, nell'ultima decade il numero delle persone che viaggia per seguire o praticare sport è nettamente aumentato.

La nascita del turismo sportivo ha origini antichissime. A partire dal 776 a.C. nascono le prime manifestazioni sportive che creano viaggi di persone che si muovono per assistere a grandi eventi sportivi come le Olimpiadi. Ancora oggi, i Giochi Olimpici, sono l'evento sportivo più grande al mondo. Città come Barcellona e Torino, che hanno ospitato le Olimpiadi estive del 1992 e quelle invernali nel 2006, hanno visto crescere la propria brand image grazie proprio a questo mega evento (Dansero, Puttilli, 2009).

Oggigiorno le manifestazioni sportive, dai grandi eventi mondiali a quelli più piccoli a livello locale, come potrebbe essere il Tor des Géants, danno la possibilità alla città che li ospita di essere un'attrazione turistica prima, durante e dopo l'evento, creando una forte brand image e un potenziale turistico immenso.

Anche se di origini così antiche, turismo e sport sono due fenomeni che sono stati oggetto di vari studi e ricerche recenti, verso metà degli anni '80 negli Stati Uniti e poi in Europa. Essi hanno permesso di identificare il turismo sportivo come un fenomeno di promozione.

Le prime riflessioni sul tema apparvero nel 1971 nell'International Council for Sport and Science and Physical Education (ICSSPE); nel 1983 invece ci fu la prima pubblicazione scientifica nel Journal of Sports Tourism; nel 2003 ci fu una svolta: l'Organizzazione Mondiale per il Turismo e il Comitato Internazionale Olimpico di Barcellona organizzarono la prima conferenza mondiale sul rapporto tra sport e turismo.

---

<sup>14</sup> Si veda: DANSERO E., PIOLETTI A., PUTTILLI M. (2011), *Eventi sportivi, turismo e territori: termini e prospettive di ricerca*. In: (a cura di) e Franco, Qualità Italia, *Contributi per l'analisi delle risorse turistiche*.

Nel marzo del 2008, l'Osservatorio Econstat<sup>15</sup> fornisce dei dati completi riguardo al valore, alla struttura, e a fattori competitivi relativi al mercato dei viaggi dedicati allo sport, siano essi viaggi per praticare (73% dei casi) o per assistere ad eventi (16%) o anche per accompagnare familiari impegnati attivamente (11%). Entrando nel dettaglio, gli italiani hanno speso per attività legate al turismo sportivo una somma pari a 7,3 miliardi di euro. Il mercato genera annualmente 10,7 milioni di viaggi l'anno, comporta soggiorni per 60 milioni di notti (circa il 10% del volume totale del settore turistico), ed una spesa media di 590 euro per viaggiatore. (Econstat, 2009).

Come si evince dalla relazione: "Sport e turismo sostenibile e lo sviluppo locale" di Anna Maria Pioletti, p. 6, nel 2009 è stato presentato il:

"1° Rapporto Sport e Società" realizzato dall'iniziativa congiunta di Coni e Censis. Dal Rapporto non si evince la valutazione delle spese ricadenti nel settore sportivo come anche la mancanza di una mappatura aggiornata degli impianti (ultimo censimento risale al 2003). Ciò impedisce di poter fare un bilancio sociale dello sport, delle sue ricadute in termini di capacità di attrazione ma anche di strumento per migliorare la qualità della vita dei residenti. Ciò che emerge tuttavia è che se la spesa media per il turismo è di 9000 miliardi una fetta consistente appartiene al turismo sportivo.

L'indagine evidenzia che il segmento sport ingloba oltre il 15% delle vacanze degli italiani. Il turismo sportivo rappresenta infatti uno dei settori in crescita sia per ciò che riguarda i viaggi per praticare sport (con una crescita al 76%) sia per assistere a un evento sportivo (24%).

Il turismo sportivo genera in Italia un giro di affari attorno ai 7-8 miliardi di euro con un aumento del 62,5% rispetto al 2003, corrispondente ai 6/7 sul totale della spesa per il turismo (Censis-Coni, 2008).

Secondo i dati ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) risulta che nel 2007 il 15,2% degli italiani ha praticato attività sportiva in vacanza e il 2,8% ha assistito a spettacoli sportivi. Eventi come la Maratona di Roma hanno avuto nel 2008 14500 iscritti (8800 italiani, 5700 partecipanti provenienti da 76 paesi diversi). Nell'anno precedente gli iscritti erano 12500 con un aumento rispetto al 2003 di 4500 unità e con un introito di 30 milioni di euro, con 45000 soggiorni nella città di Roma, 70000 biglietti di mezzi pubblici venduti oltre agli ingressi ai musei (Coni, Censis, 2009).

---

<sup>15</sup> Econstat è un ente di consulenza privato che da anni si occupa di studi di settore del turismo, dei viaggi e del tempo libero.

Secondo i dati di Confcommercio del 2011 invece la metà degli italiani pratica sport a livello amatoriale e il turismo è una delle fonti più redditizie del PIL e per l'occupazione nazionale.

Dai dati ONT (Osservatorio Nazionale del Turismo), presentati alla Borsa del Turismo Sportivo di Montecatini nel 2013, emerge che nel 2011 il turismo sportivo ha generato un giro d'affari di 6,3 miliardi di euro. Si registrano oltre 10 milioni di viaggi e oltre 60 milioni di pernottamenti in strutture ricettive italiane legate allo sport, dati dalla presenza del 10% di turisti italiani e il 9,5% di turisti stranieri sul territorio italiano. Riguardo i 27 milioni di connazionali che praticano sport, 20 milioni sono amatori, 6,5 milioni dilettanti ed oltre 10000 professionisti.

In conclusione, il turismo sportivo è un fenomeno in continua evoluzione. Ogni anno ha una crescita del 10% (Dati ONT). L'Italia è una nazione che potrebbe avere un'offerta turistica sportiva davvero rilevante e attraente ma purtroppo non si è ancora attribuito il valore che meriterebbe<sup>16</sup>; bisognerebbe proporre la qualità del prodotto offerto in modo efficace, raccontandolo bene e aggregare un evento per promuovere e migliorare la fruibilità del luogo. Il turismo sportivo inoltre, aumenta l'offerta e il tasso di occupazione e permette la destagionalizzazione della domanda e di conseguenza incentiva un aumento dei flussi nel mondo alberghiero.

---

<sup>16</sup> Per quanto riguarda la Valle d'Aosta, neppure l'Assessorato Turismo, sport e commercio della Regione ha a disposizione di banche dati relativi al turismo sportivo.

## 1.2 Dalla pratica sportiva agli sport di montagna

### 1.2.1 La pratica sportiva in Italia

Il turismo sportivo è un fenomeno che sta avendo sempre più rilevanza. Come già accennato precedentemente, le persone hanno molto tempo libero e per fuggire dalla quotidianità e decidono di prendersi del tempo per loro stessi e di praticare sport. La pratica sportiva è volontaria e ha come obiettivo l'equilibrio psicofisico. Moretti, nell'articolo "Turismo sportivo: la maratona come elemento di promozione del territorio" (2015: 5) sostiene che:

Lo sviluppo delle discipline sportive e il nuovo modo edonistico di vivere lo sport come piacere hanno concorso a sviluppare un'immagine positiva dello sport come attività fondamentale per il tempo libero.

Dai seguenti due grafici possiamo dapprima avere un riferimento della pratica sportiva italiana (Istat, 2015) e successivamente notare l'evoluzione della pratica sportiva a livello mondiale (Istat,1989).

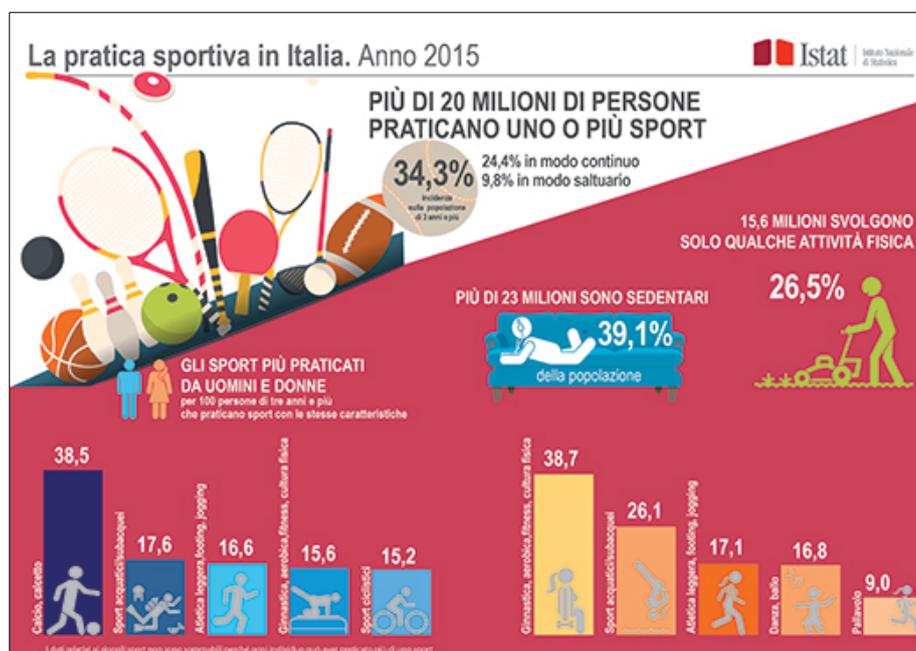


Figura 2 - Le principali discipline sportive in Italia (Istat, 2015).

<i>Anno</i>	<i>1959</i>	<i>1982</i>	<i>1985</i>	<i>1988</i>
<i>Uomini</i>	1187000	5228000	7850000	8276000
<i>Donne</i>	121000	2561000	3942000	3988000
<i>Totale</i>	1308000	8089000	11792000	12264000

Figura 3 - Indagine multiscopo sulla pratica sportiva (Istat,1989).

Dal rapporto ISTAT del 19 ottobre 2017, il più recente, si evince che nel 2015, sono stimate oltre 20 milioni le persone di tre anni e più che dichiarano di praticare uno o più sport con continuità (24,4%) o saltuariamente (9,8%). Tra gli uomini il 29,5% pratica sport con continuità e l'11,7% saltuariamente. Per le donne le percentuali sono più basse, rispettivamente 19,6% e 8,1%. La pratica sportiva continuativa cresce nel tempo per entrambi i generi e in tutte le età: dal 15,9% del 1995 al 22,4% nel 2010 fino al 24,5% nel 2015. La pratica dello sport è massima tra i ragazzi di 11- 14 anni (70,3%, di cui 61% in modo continuativo e 9,3% in modo saltuario) e tende a decrescere con l'età. La quota di praticanti è più elevata nel Nord-est (40,4%), seguono Nord-ovest (39,5%), Centro (35,3%), Sud e Isole (26,2%). Significative le differenze rispetto al livello di istruzione: pratica sport il 51,4% dei laureati, il 36,8% dei diplomati, il 21,2% di chi ha un diploma di scuola media inferiore e solo il 7,3% di chi ha conseguito la licenza elementare o non ha titoli di studio.

Fra gli sport più praticati sono da segnalare ginnastica, aerobica e fitness (25,2% degli sportivi, pari a 5 milioni 97 mila persone), il calcio (23%, 4 milioni 642 mila persone) e gli sport acquatici (21,1%, 4 milioni 265 mila persone). Il nuoto è lo sport più diffuso tra i bambini fino a 10 anni (43,1%), il calcio tra gli under 35 (33,6%), ginnastica, aerobica, fitness tra gli adulti fino a 59 anni e sopra i 60 anni (27,4%).

La categoria delle escursioni e delle passeggiate di almeno di 2km, rilevata in maniera esplicita per la prima volta nel 2015, è praticata da più di 1 milione 173000 persone. Lo sport viene esercitato per passione o piacere (60,3%), per mantenersi in forma (54,9%), per svago (49,5%) e per ridurre lo stress accumulato (31,6%). Circa la metà della popolazione di 3 anni e più non ha mai praticato sport (44,9%), una persona su cinque ha praticato uno sport che ha poi interrotto (20,2%). Non si pratica

sport per mancanza di tempo (38,6%) o di interesse (32,8%), per l'età (23,5%), per stanchezza/pigrizia (16,1%), motivi di salute (15,9%), motivi familiari (15,1%), motivi economici (13,8%). Il 26,5% della popolazione non pratica uno sport ma svolge attività fisica, come fare lunghe passeggiate a piedi o in bicicletta, giardinaggio, ecc. (15 milioni 640 mila persone). I sedentari, ossia coloro che dichiarano di non praticare alcuno sport o attività fisica nel tempo libero, sono oltre 23 milioni (39,1% della popolazione) e aumentano con l'età fino ad arrivare a quasi la metà della popolazione di 65 anni e più.

Questi dati evidenziano che lo sviluppo del turismo sportivo è la conseguenza di un interesse crescente per la pratica sportiva da parte della popolazione.

## 1.2.2 Gli sport di montagna: alcune riflessioni e prospettive future

Dalla seconda metà del XX secolo e l'inizio del XXI lo sport sta vivendo una nuova identità. Corrado, Dematteis e Di Gioia sostengono che:

I cambiamenti nella domanda e nell'offerta turistica sono una spia importante di un mutamento pragmatico più generale. La drastica riduzione delle forme tradizionali di domanda – in primis quella dello sci alpino su pista, che per di più di metà del secolo scorso ha trainato lo sviluppo economico della montagna interna – si accompagna ora a una varietà di nuove tendenze che si legano a quelle indotte dalla crisi: sobrietà, convivialità, responsabilità, consapevolezza, interesse per l'ambiente e la cultura locale, desiderio di avere esperienze e vivere emozioni a diretto contatto con i luoghi. Il tutto sostenuto dalle nuove tecnologie della comunicazione informatizzata, che intensificano i flussi di informazioni e i contatti degli utenti tra loro e con l'offerta. Dal punto di vista territoriale il risultato è il passaggio dalla grande concentrazione degli impianti sciistici e della crescita immobiliare a una diffusione che tende a interessare in forme discrete e sostenibili ogni parte del territorio, compresa la media montagna, quella che finora è stata esclusa dal grande business della neve, sia dallo sviluppo peri-urbano delle basse valli<sup>17</sup>.

Possiamo quindi dedurre che lo sport non è più vissuto in modo univoco e lascia spazio a una miriade di attività individuali e collettive che si collegano alla ricerca di un nuovo

---

<sup>17</sup> Corrado F., Dematteis G., Di Gioia A. (2014), *Nuovi Montanari: abitare le Alpi nel XXI secolo*, Franco Angeli, Milano:15.

rapporto con il proprio corpo e con l'ambiente, alla possibilità di legare le attività sportive a occasioni turistiche o alla salvaguardia della propria salute. Pivato (1994) sosteneva che il '900 era il secolo dello sport ma verso gli ultimi anni ha iniziato un grande mutamento. La fase dello sport moderno basato su organizzazione, selezione, competizione, punteggi si modifica e si passa ad uno sport postmoderno che anche in questo caso riporta il corpo al centro. Di conseguenza nascono nuove attività ludico-sportive che cambiano il modo di concepire il corpo, di abitare lo spazio e di relazionarsi con gli altri. Praticare una delle tante nuove attività è un modo per autorealizzarsi, un'occasione per sviluppare il proprio potenziale e la dimensione emozionale è messa al primo posto.

Saville (2008) conferma questo cambiamento e spiega ad esempio che nella pratica del parkour<sup>18</sup>, il rapporto con la paura è rivisitato in chiave positiva, è infatti un'esperienza che aumenta la propria creatività, la consapevolezza di sé e dell'ambiente.

Sulla base di queste affermazioni, dedichiamo ora spazio ad alcune riflessioni sugli sport di montagna, che sono il cuore dell'economia turistica per un territorio montano. Non molto tempo fa, questi sport erano associati all'immagine di sport estremi. Oggi invece, sono considerati originali e rispecchiano un'alternativa alla domanda sportiva contemporanea. Per capire come si è arrivati a questo, presenteremo brevemente le tappe più importanti dell'evoluzione del turismo montano e della sua domanda, che sono collegati al cambiamento delle attività sportive.

Il turismo montano è in piena evoluzione. La terza fase di sviluppo turistico, tra la metà degli anni '50 fino agli anni '80 del secolo scorso, è stata caratterizzata da un turismo di massa invernale ed estivo. È l'epoca della villeggiatura in montagna, della creazione di infrastrutture e impianti di risalita che intensificano un turismo standardizzato e di massa. Tra i primi anni '80 fino a metà anni '90 si consolida il turismo invernale mentre il turismo estivo entra in crisi, perché il semplice ammirare la montagna, il dedicarsi alle passeggiate e al sole non è più motivo di attrazione (Morazzoni, 2010). Oggi proporre "l'offerta sci" non è più possibile, il settore del turismo invernale è per vari

---

<sup>18</sup> Per approfondire la pratica sportiva del parkour in Italia, si veda Ferrero Camoletto, Sterchele e Genova (2015).

motivi in crisi<sup>19</sup>. Il cambiamento climatico<sup>20</sup> con inverni caldi e poca neve fa emergere nuove destinazioni turistiche in grado di proporre un'offerta più accattivante<sup>21</sup>. Di fronte a queste criticità diventa quindi indispensabile sviluppare nuove attività invernali ed estive, per cercare di rivitalizzare località esistenti<sup>22</sup>.

Progettare un rilancio turistico è opportuno: bisogna dunque partire da modalità che rafforzino l'identità locale e i legami sociali e sviluppare nuove forme di divertimento connesse a nuove attività sportive.

I nuovi sport compongono una vasta scelta di attività offerte a un pubblico sempre più versatile e sono in grado di rispecchiare facilmente la domanda attuale dei soggiorni corti ma più frequenti:

Il n'est pas indifférent de noter que les plus marquantes de ces activités nouvelles – ou rénovées – sont très souvent des pratiques estivales, ce qui témoigne d'un certain retour aux sources de l'histoire du tourisme alpin. (Bourdeau, 1998)

Lasciando da parte le stazioni esistenti per investire direttamente negli spazi naturali liberi<sup>23</sup>, queste nuove attività partecipano allo sviluppo di territori, dove l'intenzione è quella di dedicarsi a nuove forme di turismo. Esse sono legate al territorio e partecipano alla sua rinascita. Il caso più noto in Valle d'Aosta è nell'ampia vallata della Valpelline.

La Valpelline<sup>24</sup> fu una delle prime valli valdostane ad essere collegata da una strada carrozzabile ad Aosta e quando l'alpinismo prese piede, fu una delle destinazioni più apprezzate che attirò un gran numero di persone. Successivamente, la pratica degli

---

<sup>19</sup> La crisi della domanda del turismo montano è caratterizzata prevalentemente da: aumento della temperatura media combinata alla ricorrente scarsità di precipitazioni nevose; appannamento dell'immagine della montagna estiva; forte concorrenza di nuove destinazioni; influsso non favorevole dei media; innalzamento dell'età media della popolazione e la modifica di gusti e abitudini.

<sup>20</sup> Per approfondimenti si veda: WTO (2003). *Climate change and tourism, proceedings of the First International conference on climate change and tourism*, Djerba, Tunisia, 9-11 aprile 2003.

<sup>21</sup> Per un'analisi del potenziale sportivo si veda la relazione redatta dall'OMSA: "Le secteur marchand de l'encadrement sportif dans l'espace de montagne de la région Rhône Alpes".

<sup>22</sup> Per un excursus approfondito su questo tema si rinvia a Augustin J.P. (2002), *Géographie du sport: spacialités contemporaines et mondialisation*, Armand Colin.

<sup>23</sup> Su questo argomento, si veda Ecotour e Osservatorio Permanente sul turismo natura, (2005), *Terzo rapporto sul turismo natura*, Hoepli.

<sup>24</sup> La Valpelline è una vallata considerata incontaminata. Per approfondimenti si veda il caso studio nel libro di Corrado F., Dematteis G., Di Gioia A. (2014), *Nuovi Montanari: abitare le Alpi nel XXI secolo*, Franco Angeli.

sport invernali iniziò a espandersi in numerose località valdostane come ad esempio Courmayeur, Cervinia<sup>25</sup> e Pila, che si trasformano in grandi centri turistici con numerosi impianti di risalita. Contrariamente, la Valpelline si distingue da questi ultimi perché è sprovvista di impianti a fune ed è riuscita a conservare intatte le sue numerose cime da 4000 m, i suoi ghiacciai e i suoi laghi. Questa vallata è rimasta pressoché uguale a com'era un secolo fa e c'è tutto quello che si può definire montagna: dolci fiumi, azzurri torrenti, valli selvagge e un'incredibile varietà di paesaggi che si sviluppano tra i comuni di Bionaz, Doues, Ollomont, Oyace, Roisan e Valpelline.

I residenti della Valpelline sono coscienti che l'assenza di un turismo di massa è stato da sempre uno svantaggio; grazie però alla creazione dell'associazione NaturaValp<sup>26</sup>, i locali sono riusciti a trasformare questa carenza in un vantaggio o per meglio dire una fortuna; questa grande area è infatti una valle preservata dove le persone possono ancora trovare una montagna "pura" e non artificiale e vivere la natura in modo autentico. I residenti hanno quindi deciso di concentrarsi sulla qualità di turisti piuttosto che sulla quantità, cercando di sensibilizzare i visitatori a temi come la protezione dell'ambiente, la conoscenza di piccole aziende locali, l'acquisto dei prodotti a km 0, al contatto con la popolazione autoctona, con il fine di attirare un visitatore cosciente.

Questo esempio è stato espressamente presentato in quanto questa nuova forma di turismo alternativo permette a numerose valli di far rinascere la loro attività turistica valorizzandone il potenziale naturale e il prodotto turistico. Quest'ultimo è una combinazione di diversi elementi: di servizi (pernottamento, ristorazione, trasporti e servizi annessi al piacere), di oggetti culturali (patrimoni culturali e artistici, folklore, manifestazioni locali), di particolari geografici (luoghi e paesaggi) e molti altri elementi come l'ospitalità, l'ambiente, ecc.<sup>27</sup>. Inoltre, seppur non ancora citate, le pratiche sportive

---

<sup>25</sup> Ancora oggi le località turistiche di Courmayeur e Breuil-Cervinia sono luoghi con forte presenza di seconde case, acquistate da persone residenti in Lombardia.

<sup>26</sup> L'associazione NaturaValp è un'associazione per lo sviluppo e la promozione del turismo responsabile. Nata nel 2012, da vita a un progetto gestito da residenti (albergatori, artigiani, agricoltori, operativi turistici, ecc) che coinvolge i luoghi in cui vivono. Per maggiori informazioni si veda il sito ufficiale e Dislivelli.eu, n°42, novembre 2013 di D. Pielier, "NaturaValp in Valpelline".

<sup>27</sup> Per approfondire alcuni di questi temi si veda: CAMANNI Enrico, 2010, Città e montagna: due facce di un mondo solo. «Dislivelli» n° 11; SANGA, VIAZZO, 2014, *La cultura di miniera delle Alpi*. Rapporto di ricerca proposto da Fondazione Courmayeur Mont-Blanc e dal CENSIS (2017), Viticoltori di montagna: il racconto del vino valdostano; SGUAYZER Furio, 2015, Noùm, stranoùm e rässes. Il sistema di nominazione balmese (Prima parte). «Barmes News», 45: 3-10, online

montane, partecipano pienamente allo sviluppo socio-economico di queste realtà. Si tratta di sport adatti a tutti, ragazzi e adulti, che cercano un forte legame tra divertimento, attività sportiva e territorio.

Le analisi di Matzler, Fuller e Faullant (2007) hanno identificato diversi segmenti di persone: per alcune, solitamente giovani, è importante praticare sport ma anche avere tempo libero a disposizione; per altre invece, solitamente gruppi o famiglie, lo sport e la salute sono gli aspetti più rilevanti; infine poi ci sono turisti, solitamente pensionati o persone con maggiore disponibilità di tempo e spesa, che prestano attenzione alla qualità e ai servizi.

Naturalmente, oltre ai visitatori attivi che praticano le attività sportive, ci saranno anche visitatori passivi che si limitano ad osservare i diversi eventi, visitando musei o semplicemente rilassandosi nella natura. Un altro importante aspetto è legato a servizi offerti, quali i mezzi di trasporto, le possibilità di alloggio e ristorazione, negozi e attrazioni quali monumenti o esibizioni culturali (Priporas, Vassiliadis e Stylos, 2012). Inoltre, nella scelta di una vacanza in montagna, le attività legate agli sport che si possono praticare sulla neve giocano un ruolo fondamentale nella costruzione dell'immagine della destinazione.

Le nuove pratiche sportive sono le più varie: dallo snowboarding allo skateboarding, il rolleblading, la bmx, il parapendio, alle evoluzioni urbane di sport agonistici più classici, come lo street basket, lo street golf, lo street polo; dalle nuove pratiche che utilizzano esclusivamente il corpo come strumento motorio, come il parkour, il tricking, il bouldering, alle continue reinterpretazioni e ibridazioni di sport già esistenti grazie all'innovazione relativa all'attrezzatura tecnica utilizzata, come nel caso del kitesurf (Ferrero Camoletto 2005).

Nel paragrafo successivo, descriveremo brevemente tre nuovi sport, prettamente legati ad un territorio montano, ad oggi ancora poco conosciuti. Essi potrebbero diventare una nuova grande fonte di attrazione turistica sportiva in Valle d'Aosta, e di conseguenza rilanciare piccole realtà turistiche che, per poter sopravvivere, devono reinventarsi.

---

<http://www.comune.balme.to.it/ComRubriche.asp?R=1157>; VIOLA Lele, 2014, Storia e borgate a misura di alpeggio. In: Dislivelli, portale online, pubblicato il 30 maggio 2014 <http://www.dislivelli.eu/blog/storia-e-borgate-a-misura-di-alpeggio.html>.

Bisogna sottolineare che sono stati fatti numerosi studi<sup>28</sup> per quanto riguarda le pratiche sportive urbane ma per ora, manca il desiderio di analizzare quelle adatte ad un territorio montano.

I movimenti ecologisti hanno divulgato una forma di sensibilità verso la natura che ha permesso la diffusione di nuove pratiche sportive all'aria aperta. A seguito di questa affermazione le seguenti domande sorgono spontanee: “Quali potrebbero essere i nuovi sport praticabili durante l'inverno? Le nostre società e organizzazioni sportive sapranno cogliere questo spunto? Intercetteranno il mutamento della domanda sportiva? La proporranno nella propria offerta?”

Tra i nuovi sport invernali, prettamente legati e condizionati dalla presenza fondamentale della neve, possiamo trovare forme di turismo responsabile, che potrebbero sostituire l'Heliski. Tra questi troviamo il Balloon ski; esso consente di arrivare in cima al pendio grazie ad una mongolfiera. I più spericolati per affrontare la discesa, oltre all'uso degli sci freeride, possono divertirsi e scendere con una fat bike, una mountain bike con ruote molto larghe adatte alla neve, o con lo snowscoot, una BMX senza freni dotata di monosci.

Per chi viaggia con il proprio amico a quattro zampe e non vuole rinunciare allo sport, è nato lo Skijöring, una nuova pratica sportiva che a mio avviso potrebbe avere molto successo in Valle d'Aosta.

### 1.2.2.1 Lo Skijöring

Il termine “Skijöring” deriva dal norvegese e si traduce in “guidare in linea” (snøre kjöring).

È uno sport alternativo che mette in relazione la complicità tra uomo e animale. Praticare Skijöring significa farsi trascinare con gli sci da un animale lungo un percorso. Esso può essere praticato con cani o con cavalli. Per i principianti è consigliata una pista da sci di fondo, in quanto gli anelli sono più sicuri rispetto ad un percorso non battuto.

---

<sup>28</sup> Si veda: Cirillo D., Dansero E., Pioletti A. M. (2016), *Per una geografia dello sport a Torino*, in Bondonio P.V., Dansero E., Genova P. (a cura di); Pioletti A.M. (1996), *La geografia dello sport e il calcio in Italia*. GEOTEMA, vol. 4; Moretti M., *Turismo sportivo: la maratona come elemento di promozione del territorio*.

Anticamente era una modalità di trasporto artico per affrontare meglio i lunghi inverni scandinavi; successivamente lo skjöring equestre si è evoluto in uno sport molto concorrenziale. Può infatti essere sia ricreativo che competitivo, praticato a breve o lunga distanza. Ad oggi, la Kelevala è una delle gare più lunghe di skjöring al mondo: si svolge in Russia e la distanza da percorrere è di 440 km.

In Italia, lo Skijöring tradizionale, ovvero la versione con il cavallo, si tiene per esempio in Alta Badia, a Compatsch sulle Alpi di Siusi, a Selva in Val Gardena, ad Avelengo, Curon, Genesisio e Sarentino. Le competizioni si tengono annualmente nella stagione invernale e richiamano molti spettatori. Le squadre formate da cavalli e sciatori raggiungono in gara tra neve e ghiaccio circa i 55 km/h. (Fonte: portale turistico Alto Adige e Tirolo: <https://www.altoadige-tirolo.com/Skijoering/>).

Nella versione con il cane, la persona è munita di sci da fondo ed è assistito da uno o più cani, massimo tre. Il fondista fornisce la forza con gli sci e i bastoncini, mentre il cane aggiunge ulteriore potenza, tirando la persona. Lo sciatore indossa un'apposita imbragatura da skjöring, mentre il cane indossa una cintura ed un imbrago da sleddog. Lo skjöring è adatto ai cani di taglia grande, che pesano dai 35 kg in su. L'animale deve essere atletico, forte ed ubbidiente. Le razze più propense sono quelle da pastore, Setter, Siberian e Alaskan Huskies, Malamute, Samoiedo, Golden Retriever, Terrier.

L'amico a quattro zampe deve essere motivato a correre, poiché l'obiettivo principale è quello di farlo divertire; allo stesso tempo però deve seguire i comandi del proprietario, che decide la direzione. Il cane deve sempre rimanere davanti all'uomo, senza intralciare il percorso o fermarsi ad annusare qualche traccia. I comandi utilizzati dal padrone sono simili a quelli usati per lo sleddog e solitamente sono: destra, sinistra, fermo, vai. L'allenamento deve essere graduale e l'affiatamento di coppia essenziale. La sfida principale è che il cane non faccia cadere il conduttore.

Durante le competizioni invece bisogna cercare di essere più veloci delle altre squadre e fare in modo che l'animale non porti fuori pista lo sciatore.

I seguenti due sport sono invece un'ulteriore fonte di ricchezza per un territorio montano. Essi sono praticati durante i mesi più caldi, ma sono importanti perché offrono alternative durante la stagione estiva in quanto si possono praticare indicativamente da

aprile a ottobre, a seconda delle condizioni metereologiche. A differenza dello skijöring, essi sono già presenti sul territorio valdostano.

### 1.2.2.2 Il Canyoning

Il Canyoning è uno sport moderno che combina le tecniche alpinistiche all'attività acquatica; consiste nel seguire una discesa di piccoli torrenti che scorrono all'interno di stretti canali rocciosi. Lo scopo è quello di superare con tecniche specifiche gli ostacoli che si incontrano, che possono essere piccole cascate, salti di roccia, scivoli naturali, calate su corda in torrenti, ecc. Conosciuto anche come torrentismo, è un'attività sportiva che consente lo stretto contatto con la natura selvaggia e la scoperta di luoghi inusuali e abitualmente non frequentati.

Le attrezzature necessarie sono una muta in neoprene, imbragatura e casco. L'attività si svolge accompagnati da una guida alpina professionista, che insegna le tecniche per effettuare l'escursione con la massima tranquillità e sicurezza e indica e valuta i percorsi più adatti da seguire.

La storia del torrentismo è recente se si pensa a questa attività in senso ricreativo, esplorativo e sportivo. Nasce in Europa, più precisamente in Francia, e Alfred Martel, uno speleologo francese, ne è il precursore. Nel giugno del 1888 Martel svolge la sua prima esplorazione speleologica nelle grotte dell'Abime de Bramabiau. Successivamente, assieme ad altri sette compagni, in quattro giorni affrontò, la discesa integrale del fiume Verdon, utilizzando una sorta di zattera. Sulla scia di questa esperienza tra il 1888 e il 1914 Martel sviluppò, in giro per l'Europa, un totale di circa 1500 siti sotterranei. Contemporaneamente, Lucien Briet, un altro speleologo francese, si dedicò ad altre attività esplorative in Spagna: esplorò i Barrancos della Sierra De Guara ed altre regioni dei Pirenei spagnoli.

Per quanto riguarda l'Italia, le prime discese di torrenti di cui si è a conoscenza sono state realizzate a partire dal 1958 in Carnia, sulle pendici del monte Cucco e su "Le Codule" e i "Bacu" della Sardegna orientale.

Il canyoning inteso come sport è presente dalla seconda metà degli anni '80, sempre praticato da speleologi. Negli anni '90 invece si avvicinano a questa attività

persone che praticavano sport legati alla montagna, come alpinismo, canoa, ecc. Il 1998 è l'anno della svolta: nasce l'Associazione Italiana Canyoning (AIC).

A partire dai primi anni del 2010, questo sport si è diffuso su tutto il territorio nazionale; oggi conta circa 3.000 praticanti assidui<sup>29</sup>.

Tutte le regioni d'Italia dispongono di percorsi di canyoning, concentrati maggiormente nell'Italia settentrionale e centrale.

La Valle d'Aosta offre agli appassionati di questo sport tantissimi percorsi dalle caratteristiche differenti.

### 1.2.2.3 L'Hydrospeed

L'Hydrospeed è uno sport d'acqua viva, capace di regalare forte adrenalina.

Le persone si appoggiano ad un "bob" galleggiante inaffondabile che si manovra durante la discesa con la forza delle proprie braccia e il busto. Le pinne invece permettono di muoversi con efficacia in fiume.

Per praticare questa attività in totale sicurezza, bisogna indossare un casco, giubbotto salvagente, una muta speciale in neoprene con imbottiture protettive che proteggono dal freddo dell'acqua del fiume e delle pinne da subacqueo. La durata della discesa è di circa due ore, oltre ad assecondare le linee d'acqua del fiume bisogna attenersi alle indicazioni della guida.

Le basi per affrontarla sono: essere in buona salute, saper nuotare bene, avere forza muscolare e avere una buona resistenza aerobica.

Da un punto di vista storico l'hydrospeed vero e proprio, così come lo conosciamo noi, è una scoperta recente. I mezzi utilizzati fin dall'antichità per scendere o attraversare fiumi erano costituiti da zattere, mentre il nuoto in acqua mossa con o senza l'ausilio di sostegni galleggianti era praticato solo per risolvere situazioni di emergenza. Tuttavia, una prima forma di hydrospeed, già era presente nell' antichità. Esistono, infatti, bassorilievi antichi dove sono raffigurati guerrieri che utilizzano vesciche di animali gonfie d'aria per attraversare corsi d'acqua.

---

<sup>29</sup> Informazioni tratte dal sito Canyoning Madmad: <https://www.canyoning-italy.com>.

In anni più recenti, in particolare nel 1970, i francesi Claude Puch, Pierre Simon e Maurice Tiveron scesero un torrente su una ciambella.

Questo momento segna la nascita dell'hydrospeed che evolvendosi ha introdotto l'utilizzo del galleggiante: esso consente, a chi si aggrappa, di contrastare gli urti contro le rocce e garantisce sempre appoggio e possibilità di manovra.

In Italia l'8 settembre 1991 è la data di inizio di questo sport: viene infatti creata l'Associazione Italiana Hydrospeed (A.I. Hydro) che raggruppa associazioni sportive, turistiche e naturalistiche.

Attualmente in Valle d'Aosta l'hydrospeed si può praticare nel centro "Adventure Center", situato a La Salle, nel "Rafting Republic", a Aymavilles e nel "Rafting Adventure - Rafting Avventure H2O", a Châtillon.

In conclusione, il divertimento è alla base di ognuna di queste nuove pratiche sportive, anche se la sicurezza deve essere sempre messa al primo posto. lo stesso discorso va fatto per gli sport invernali: i principianti dovrebbero praticare le discipline sportive in spazi appositi come piste dedicate o snowpark; i più trasgressivi invece sono invitati ad adottare maggiori protezioni fisiche, come caschi e protezioni per schiena, braccia e gambe, munirsi dell'ARVA<sup>30</sup> ed imparare a rispettare i divieti di accesso come ad esempio il fuori pista in zone pericolose o ad alto rischio valanghe.

---

<sup>30</sup> L'ARVA è uno strumento elettronico utile per la ricerca delle persone travolte da una valanga. Grazie all'uso di questa ricetrasmittente di segnale a breve raggio molte vite sono salvate.

## 1.3 Il turismo sportivo in Valle d'Aosta

### 1.3.1 La nascita del turismo sportivo in Valle d'Aosta: lo sci

Il turismo sportivo in Valle d'Aosta nasce grazie alle prime imprese alpinistiche<sup>31</sup>. Tutti concordano sul fatto che l'ascensione alle maggiori vette coincise con l'inizio del turismo sportivo. Nel 1786 Michel Gabriel Paccard e Jacques Balmat scalano per la prima volta il Monte Bianco, una prima scalata spettacolare che apre le porte ad altre importanti ascensioni, tra cui successivamente la conquista del Cervino nel 1865.

Per quanto riguarda lo sci, in Valle d'Aosta, questo sport invernale prende piede grazie alle penne nere che nel 1905, a La Thuile, organizzano il primo corso per "skiatori", in cui i militari del Battaglione Aosta dovevano imparare il Telemark<sup>32</sup>. Sempre a La Thuile, ci furono altri corsi militari nel 1910 seguiti da esami finali e selezioni per le gare reggimentali; nel 1915, invece, si tennero i corsi di guerra a La Thuile, Courmayeur e Breuil Cervinia.

In quegli anni nacquero le prime società sciistiche: nel 1911 la "Società Ski Guide Valtournenche" e nel 1912 lo "Sci Club Monte Bianco". Nel 1915 furono creati lo "Sci Club Rutor" a La Thuile e lo "Sci Club Lyskamm" a Gressoney, mentre lo "Sci club Cogne" venne alla luce nel 1921. È quindi chiaro che se si vuole parlare di sport in Valle d'Aosta si deve parlare per forza dello sci.

Dunque, grazie allo sci e ai suoi praticanti, questa regione ha iniziato ad essere conosciuta come meta interessante ed avere un forte incremento turistico. Questo impulso è stato possibile anche grazie a due particolari associazioni. La prima è l'ASIVA, l'Associazione Sport Invernali Valle d'Aosta, creata nella stagione 1947/1948 a cui erano affiliate altre sette società: lo Sci Club Cervino, Monte Bianco, Aosta, Rutor, Lyskamm, Gran Paradiso, Maestri e Guide del Cervino. Gli iscritti erano 129, numero che rappresentò un solido punto di partenza. Nella stagione seguente ebbe inizio il lavoro dell'attività amministrativa del Comitato Valdostano della FISCI e dell'ASIVA, che fondendo lo sport con la passione, sono riuscite a dare un impulso al settore turistico.

---

<sup>31</sup> Si veda Cuaz M. (1994), *Valle d'Aosta storia di un'immagine: le antichità, le terme, la montagna alle radici del turismo alpino*, Laterza.

<sup>32</sup> Sci definito "a tallone libero".

Romano Busa, Presidente della FISI/ASIVA nel 1997/1998, nel discorso per i 50 anni di vita dell'ASIVA sostiene che:

grazie alla passione e alla dedizione degli atleti, tecnici e di tutti gli appassionati, il Comitato Valdostano si è affermato come solida realtà sportiva e sociale in ambito nazionale, al cospetto di Comitati che possono disporre di un bacino di utenza ben più ampio. Un lungo periodo che ha visto le gesta di uomini e donne che hanno fatto della passione per la montagna e per lo sport la loro ragione di vita, realizzando un nuovo e più intimo rapporto con la natura. La crescita degli sport invernali ha permesso a tanti giovani di scoprire una nuova cultura sociale e di identificarsi con essa. Una cultura come la solidarietà, il senso del dovere, lo spirito di gruppo vanno di pari passo con il sacrificio e la sofferenza di uno sport che sfida la natura nella sua stagione più ospitale<sup>33</sup>.

Oggigiorno il numero generale dei tesserati FISI della stagione agonistica 2019/2020 è di 3509 persone. Il numero è comprensivo di: soci adulti che praticano attività agonistica (persone che partecipano alle competizioni), soci adulti che non praticano nessuna attività agonistica (dirigenti, simpatizzanti, genitori di atleti, ecc.), soci bambini (fino ai 10 anni di età) che praticano attività agonistica<sup>34</sup>.

Tutti questi numeri sono dovuti anche grazie alle vittorie di vari atleti valdostani, che hanno permesso alla Valle d'Aosta di avere molta visibilità. Tra i vari campioni è giusto ricordare per lo sci di fondo Marco Albarello, vincitore di cinque medaglie olimpiche e Campione del Mondo per quattro volte, oltre ad aver vinto dieci titoli italiani. Potremmo inoltre ricordare la tragica vicenda del discesista Leonardo David<sup>35</sup>, campione valdostano, che perse la vita quando era ancora giovane. Dopo aver conquistato la Coppa Europa, esordì in Coppa del Mondo a soli diciotto anni e fu capace di lasciarsi alle spalle campioni come Igmarr Stenmark.

Un importantissimo traguardo fu quello degli atleti di slittino, definiti come “sportivi operai” in quanto non essendo sponsorizzati, come avviene oggi, dovevano

---

<sup>33</sup> Op. Cit : *ASIVA (1998) 50 ans de sport*, Musumeci Editeur. La sede ASIVA si trova ad Aosta, in via Monte Pasubio 2/4.

<sup>34</sup> Questi dati sono stati forniti dall'ASIVA, che si è resa disponibile ad incontrarmi e a farmi sfogliare vari libri che sono stati fatti nei vari decennali del Comitato.

<sup>35</sup> A lui è dedicata la Weissmatten di Gressoney Saint-Jean, una delle più belle piste nere d'Italia. Alberto Tomba dichiarò di ispirarsi a lui e al suo modo innovativo di sciare.

lavorare per potersi pagare le trasferte e tutto il materiale necessario, dedicandosi allo sport soltanto nel tempo libero<sup>36</sup>. Nonostante queste difficoltà, ebbero buoni risultati che meritano di essere ricordati perché a quei tempi la Valle d'Aosta non era una meta conosciuta per lo "sport de la luge". Damiano Lugon nel 1974 si classifica secondo ai Campionati Italiani Juniores e apre le porte alla sua carriera vincendo nelle gare di Coppa del Mondo: una medaglia d'oro e tre d'argento e 6 medaglie in Coppa Europa (due d'oro, tre argenti e un bronzo).

Ancora oggi, la visibilità di campioni valdostani come Federica Brignone<sup>37</sup>, Federico Pellegrino, Hervé Barmasse<sup>38</sup>, Franco Collé aiuta a rafforzare l'immagine del territorio.

Un altro punto fondamentale per il turismo sportivo è stato ed è tutt'ora l'Associazione Valdostana Maestri di Sci (AVMS)<sup>39</sup>. Nei mesi scorsi, interessante è stato l'incontro con Giuseppe Cuc, presidente dell'Associazione Valdostana Maestri di Sci (AVMS) e presidente del Collegio Nazionale Maestri di Sci (COLNAZ). Egli, ha voluto sottolineare la figura essenziale e cruciale del maestro da sci per il turismo sportivo, in quanto, oltre che ad essere un insegnante, è un vero e proprio operatore turistico. Cuc, ha inoltre evidenziato come la promozione turistica di un territorio dipenda il più delle volte da questi istruttori, e non necessariamente dal personale degli alberghi. Infatti, la maggior parte delle strutture ricettive situate in località sciistiche tende ad assumere personale stagionale e quasi sempre non valdostano; la promozione di un territorio, e in questo caso della Valle d'Aosta verrà fatta molto più probabilmente sulle piste da sci.

L'associazione è attiva da più di 50 anni e attualmente in Valle d'Aosta sono presenti 23 scuole di sci situate nei maggiori comprensori sciistici valdostani. Sul nostro territorio sono presenti 1804 maestri che esercitano la loro professione nelle discipline dello sci

---

<sup>36</sup> La pratica dello slittino era considerata una "disciplina povera", nata in valle da un "gruppo di patiti", attirando l'attenzione e la simpatia di tutti i valdostani.

<sup>37</sup> È la sciatrice italiana più vincente di sempre con una medaglia olimpica, una medaglia mondiale e 15 vittorie di Coppa del Mondo. Nella stagione 2019/2020, ha conquistato la Coppa del Mondo Generale, quella di slalom gigante e quella di combinata alpina ed è al terzo posto nella classifica del parallelo e di discesa libera, e al secondo posto nella classifica di supergigante. Federica ha peraltro battuto lo storico record di punti conquistati dal campione Alberto Tomba (1378 contro i 1362 messi insieme da Tomba nella stagione 1991- 1992).

<sup>38</sup> Hervé Barmasse, noto alpinista valdostano, ha aumentato la sua visibilità e quella della sua amata patria Valtournenche, grazie alle molte apparizioni televisive. L'ultima è stata il 1° marzo 2020, nella trasmissione Kilimangiaro di Rai 3.

<sup>39</sup> Nel 1949 l'Associazione Valdostana Maestri di Sci contava 33 maestri abilitati. Interessante è sapere che i primi esami per diventare maestro di sci si svolsero a Clavière nel 1932; si presentarono ottantadue persone ma solo ventiquattro furono selezionati, tra i quali i valdostani: Bron Ottone di Courmayeur e Jean Pellissier e Daniele Pellissier di Valtournenche.

alpino, sci di fondo e snowboard. Inoltre, più di 100 maestri di sci sono abilitati nella specializzazione del Telemark.

Sebbene in Valle d'Aosta siano praticati molti sport invernali, come sci di fondo, freestyle, snowboard, bob, sci alpinismo, lo sci alpino rimane sempre al primo posto. Grazie ai suoi 800 km di piste da sci la bellezza naturale della regione viene più volte esaltata e sarà sempre una meta molto ambita dagli appassionati sportivi.

### 1.3.2 Gli eventi sportivi in Valle d'Aosta: uno strumento di promozione fondamentale

Prima di analizzare gli eventi sportivi legati al territorio valdostano, il mio lavoro di tesi si occuperà di dare una definizione di eventi, e in particolare di evento sportivo. Con questo termine si intendono tutti quegli avvenimenti, programmati o non, che hanno una durata limitata e nascono con una specifica finalità (AIEST, 1987).

Getz (1991) definisce un evento come un avvenimento che ha una durata limitata nel tempo<sup>40</sup>. Per il fruitore, sarà un'esperienza di piacere, sociale o culturale, al di fuori della quotidianità.

Goldblatt (1997) sostiene che l'evento è:

riconoscibile in uno specifico momento temporale per l'intenzione e per i rituali svolti al fine di soddisfare bisogni<sup>41</sup>.

Secondo McDonnell (1999), gli eventi sono invece:

rituali specifici o celebrazioni che sono consciamente programmate e realizzate per rimarcare occasioni in qualche modo speciali<sup>42</sup>.

---

<sup>40</sup> Getz sostiene che la durata limitata nel tempo è l'elemento che caratterizza gli eventi. Ogni evento è unico, poiché, anche se ripetuto nel tempo, non avrà mai le stesse caratteristiche. Per approfondimenti si veda: Getz D. (1991), *Festivals, Special Events and Tourism*.

<sup>41</sup> Goldblatt J. (1996), *Special events: best practices in modern event management*.

<sup>42</sup> McDonnell I. (2002), *Festival and special Event Management*.

A seguito di queste affermazioni possiamo affermare che un evento è una forma di promozione turistica in quanto crea visibilità e diffonde un'immagine positiva ed è in grado di rivitalizzare e rafforzare la comunità locale migliorandone la sua immagine e la qualità della vita. Inoltre, genera cambiamenti culturali e numerosi benefici, che portano risvolti positivi in termini economici.

A questo punto, è interessante tener conto del rapporto tra turismo ed evento sportivo.

Gratton offre una classificazione di eventi sportivi tenendo conto delle loro caratteristiche e degli impatti turistici ed economici. Distingue così:

- gli eventi irregolari, ossia quel tipo di celebrazioni che generano importanti flussi turistici di spettatori e partecipanti, un significativo impatto economico e un alto interesse dei mass media;
- gli eventi regolari; questi presentano un grande numero di spettatori che sanno generare una significativa attività economica ed un buon interesse mediatico; tuttavia in questo caso la partecipazione degli atleti è più contenuta;
- gli eventi irregolari caratterizzati da un modesto livello di attività economica;
- gli eventi regolari con un impatto poco significativo in termini turistici ed economici.

Emerge poi che la maggior parte degli eventi sportivi hanno benefici sul territorio. Non si tratta però solo di impatti economici positivi; un evento sportivo permette anche di riqualificare alcune infrastrutture e parti della città altrimenti lasciate al degrado. Inoltre, essi sono un importante fattore di attrazione turistica che mobilita atleti con i rispettivi entourage, spettatori, giornalisti, delegati delle federazioni sportive, tecnici, ecc. (Deery, Jago, Fredline, 2004).

Nel caso specifico della Valle d'Aosta, questa regione negli ultimi anni ha ampliato i suoi flussi turistici grazie ad alcuni importanti eventi.

Di seguito troviamo i principali che hanno dato visibilità alla regione<sup>43</sup>.

---

<sup>43</sup> Gli eventi elencati sono legati all'inverno in quanto la neve è da sempre stata una forte attrazione turistica per la Valle d'Aosta.

### 1.3.2.1 Il Trofeo Mezzalama

Il Mezzalama è il primo grande evento sportivo organizzato in Valle d'Aosta in un'epoca in cui nascevano i primi impianti di risalita. Definita la maratona dei ghiacciai, è la competizione evento più alta delle Alpi, basata sugli sci da alpinismo.

In ricordo di Ottorino Mezzalama, grande pioniere dello sci alpinismo, nella primavera 1933 ci fu la prima edizione del Trofeo Mezzalama. Come avviene ancora oggi, la gara si organizza con squadre di tre persone, che devono competere sul percorso che da Breuil Cervinia arriva a Gressoney. È una traversata classica che un tempo i gruppi di alta montagna percorrevano abitualmente in due giorni, con tappa al rifugio Quintino Sella.

Il percorso, parte dal Col Teodulo, raggiunge il lago Gabiet, passando per il Colle del Breithorn (3950), il Colle di Verra (3861 m), la punta del Castor (4230 m), il colle di Felik (4068), il rifugio Sella (3620), il passo del Naso del Lyskamm (4100 m), il ghiacciaio del Lys, il rifugio Gnifetti (3647 m), il rifugio Linty (3047 m), le Alpi Indren (2615 m), scendendo poi verso il comprensorio sciistico di Gressoney La Trinité (1627 m). Il percorso odierno si svolge sui ghiacciai attraversando tre quattromila: la vetta del Castore (4126 m), il Naso dei Lyskamm (4275 m) e la Roccia della scoperta (4177 m). Questa competizione si svolge ogni due anni e nel 2019 sono state ammesse 300 squadre per un totale di 900 atleti<sup>44</sup>.



Figura 4 - Fotografia di una squadra di concorrenti in competizione durante un'edizione del Trofeo Mezzalama negli anni '30<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> Quando si pensa a queste competizioni bisognerebbe sempre tenere conto della preparazione atletica dei concorrenti; la maggior parte delle persone che vi partecipano sono appassionati e non fanno parte di Gruppi Sportivi Militari o Corpi dello Stato.

<sup>45</sup> Foto tratta da: *ASIVA 40 ans de sport* (1988), Musumeci Editeur.

### 1.3.2.2 Le Gare di Coppa del Mondo

A partire dal 1976 fino al 2006 sono state presenti diverse gare di Coppa del Mondo in Valle d'Aosta. Cogne e Brusson sono state le principali località per lo sci nordico, mentre per lo sci alpino le gare hanno avuto luogo a Courmayeur, Pila e Breuil-Cervinia.

Dopo diversi anni di assenza, la Valle d'Aosta torna ad ospitare le nuove tappe di Coppa del Mondo. Dopo quelle di Coppa del Mondo di sci femminile nel 2016 e Telemark nel 2017, la pista n. 3 Franco Berthod di La Thuile ha ospitato nuovamente il 29 febbraio 2020 una nuova gara di Coppa del Mondo. Un importante appuntamento per gli sci stretti è stato invece quello a Cogne, tenutosi il 16 e 17 febbraio 2019, che dopo 12 anni ha riconfermato la tappa grazie all'ottima organizzazione e alla presenza di oltre 25000 spettatori.

Breuil-Cervinia per la terza volta ha fatto da protagonista con la gara di Coppa del Mondo di Snowboard Cross – SBX.

Bisogna ricordare che comunque ogni anno in Valle d'Aosta sono organizzate gare ASIVA, FIS, FISU, gare di Coppa Europa e campionati italiani di diverse discipline<sup>46</sup>.



Figura 5 - Podio del Super-G di La Thuile, 29 febbraio 2020; Federica Brignone è seconda a un centesimo dall'austriaca Nina Ortlieb; terza Corinne Suter.

<sup>46</sup> È stato impossibile trovare il numero totale delle gare, in quanto ogni Associazione ha un proprio circolo e metodo di raccolta dati diverso.

### 1.3.2.3 I Giochi Mondiali Militari

Courmayeur ha ospitato la prima edizione di Giochi Mondiali Militari Invernali. Dal 20 al 25 marzo 2010 il Conseil International du Sport Militaire ha assegnato 27 titoli in diverse discipline: sci alpino (con slalom gigante maschile, slalom gigante femminile, slalom speciale maschile, slalom speciale femminile), sci di fondo (maschile, femminile), biathlon (maschile, femminile, Patrol), short track (500 m, 1500 m), free climbing, sci alpinismo, sci orientamento. Sono stati sicuramente un mezzo importante per dare rilevanza alla Valle d'Aosta, regione che ha dimostrato di essere capace ad organizzare grandi eventi e soprattutto di coniugare sport, turismo e territorio. A questo evento hanno infatti partecipato oltre 900 atleti provenienti da 40 paesi diversi.



Figura 6 - Logo ufficiale dei Giochi Mondiali Militari Invernali del 2010.

Il fiocco di neve ricorda l'inverno mentre il tricolore rappresenta il cappello dell'alpino.

### 1.3.2.4 Le Alpiniadi

Per la Valle d'Aosta gli Alpini sono un importante punto di riferimento<sup>47</sup>. Sono volontari sempre presenti per la comunità, impegnati a promuovere iniziative di vario genere: dall'annuale Corvée, una giornata di lavoro sul territorio dove puliscono e sistemano strade e sentieri per locali e turisti, alle Operazioni di vendita di Stelle Alpine e alle singole iniziative di raccolta fondi da destinare a situazioni di svantaggio sociale<sup>48</sup>. I gruppi Penne Nere si occupano inoltre di organizzare ogni quattro anni le Alpiniadi, i campionati italiani dell'ANA (Associazione Nazionale Alpini). Quest'anno si sono svolte dal 13 al 16 febbraio in Valle d'Aosta. Una manifestazione di successo che ha portato in questa regione 1500 atleti e più di 2500 accompagnatori. I campionati sono stati così organizzati: sci alpinismo a La Thuile, sci nordico a Cogne, sci alpino a Pila e una pista alternativa di biathlon in neveplast in Piazza Chanoux. In totale, erano presenti cinquanta sezioni con rappresentazioni dal Nord Italia ma anche dal Lazio e dalla Sicilia.

In conclusione, gli eventi sportivi sono un pilastro fondamentale per la valorizzazione della Valle d'Aosta. Oltre a celebrare l'abilità sportiva dei partecipanti e a raccontare un territorio, essi sono una grande opportunità per attirare potenziali turisti. La presenza dei media dà inoltre la possibilità di avere una maggiore visibilità, sia a livello nazionale che internazionale.

Concludendo possiamo affermare che un evento, anche se di piccole dimensioni, è uno strumento efficace per comunicare una località, per fare spettacolo e attirare nuove persone.

---

<sup>47</sup> Si veda Cuaz M. (2005), *Le Alpi*, Il Mulino;

<sup>48</sup> Carlo Bionaz (Presidente dell'ANA di Aosta) nell'Annuale Assemblea tenutasi a Fénis il 1° marzo 2020, ha ricordato come il Marché Vert de Noël, grazie alle offerte libere date in cambio di Vin Brulé e succo di mela Renetta, abbia permesso di regalare tre assegni, dal valore complessivo di 23000 euro, ad associazioni bisognose.

## CAPITOLO 2: IL TRAIL: EVOLUZIONE E DIFFUSIONE

### 2.1 Il trail: uno sport estremo

#### 2.1.1 Le definizioni e le classificazioni

Sentieri e strade sono da sempre stati indispensabili per i viaggi e per il turismo, nonché essenziali per gli spostamenti del passato e del presente.

Gli antropologi spiegano che i nostri progenitori sono sopravvissuti perché hanno continuato nel tempo ad aumentare la propria capacità di percorrere lunghe distanze a piedi. A un certo punto, la camminata inframmezzata dalla corsa è diventata il metodo principale per spostarsi. Prima di sviluppare strategie per cacciare, e successivamente coltivare la terra e allevare gli animali, i nostri antenati vagabondavano per foreste e pianure.

Quanto più terreno riuscivano a percorrere, maggiore era la probabilità di trovare cibo. Superando i propri limiti fisici, i nostri progenitori sviluppavano adattamenti fisiologici e meccanici per continuare ad andare avanti. Le sfide poste da sentieri e tracciati hanno stimolato lo sviluppo del cervello umano. Il nostro sistema mente-corpo reagisce alle sfide: quando si incontrano delle rocce è normale fermarsi, correggere il passo e apportare piccoli aggiustamenti.

La corsa richiede il mantenimento di uno stato di prontezza volto a evitare di inciampare o cadere in una buca, oltre che l'equilibrio e la capacità di proiettare lo sguardo in avanti per individuare gli sguardi successivi.

Gli scienziati hanno notato che quando corriamo i pensieri tendono a svilupparsi nel lobo frontale, sede della mente conscia.

Quando corriamo su un sentiero ritorniamo quindi alle nostre origini. Come i nostri progenitori, siamo programmati per muoverci da un punto a un altro lungo il sentiero<sup>49</sup>.

Negli ultimi anni, i sentieri si sono affermati come componente base dell'offerta ricreativa turistica della maggior parte dei territori montani. Inoltre, per vari motivi già spiegati nel capitolo precedente, quest'ultimi sono sempre più praticati, prevalentemente da corridori. Questo ha dato origine a quello che oggi noi definiamo trail running.

Esso è definito come sport estremo in quanto chi lo pratica deve disporre di una grande preparazione fisica e tecnica per affrontare lunghi e difficili percorsi con elevati metri di dislivello positivo. Di seguito, analizziamo il concetto di estremo.

---

<sup>49</sup> Galloway J. (2016), *Trail running*, Erregiemme Printing Srl: 11.

Bessy (2005), nell'articolo: "Sociologie des pratiquants de l'extrême. Le cas de figure des participants au Grand Raid de la Réunion"<sup>50</sup>, evidenzia come l'estremo si è diffuso negli anni. A partire dalla fine degli anni '80, questo nuovo modo di pensare si è sviluppato grazie alle ricerche di diversi sociologi e antropologi.

C. Pociello (1987: 97) è il primo che fa emergere l'importanza dello spirito d'avventura nella pratica sportiva:

aussi surprenant que cela puisse paraître, dans une société réputée confortable, l'aventure est dans l'air du temps. (...) Si l'aventure n'est pas un genre nouveau, ce qui paraît inédit, c'est sa nouvelle configuration et son influence considérable sur les pratiques de loisirs sportifs et touristiques tout comme dans les divers secteurs de la culture de masse.

A questo proposito, A. Ehrenberg (1991: 25) aggiunge che:

au destin d'une élite se substitue une histoire possible pour tous. L'aventure est désormais potentiellement à la portée de tout un chacun.

In aggiunta, D. Le Breton (1991: 11) condivide lo stesso punto di vista e sostiene che:

en quelques années seulement l'aventure est devenue une figure d'excellence, un nouveau modèle de référence, qui montre également combien le risque, même imaginaire, exerce une fascination sur les acteurs des sociétés modernes.

P. Yonnet (1998 :236) sviluppa poi la nozione di "estremo di massa", che secondo lui:

déborde complètement la catégorie dite des sports extrêmes, mouvante, essentiellement liée à l'idée de pratique décalée, risquée et quelque peu foldingue – elle l'inclut comme type particulier et la rend intelligible.

Che sia attraverso i concetti di avventura o di estremo, questi autori sviluppano l'idea che è nato un nuovo mondo di pratica sportiva, che si è culturalmente imposto facendo oggi parte dell'immaginario sociale, come dimostra di seguito P. Yonnet (1998:222):

---

<sup>50</sup> Bessy O. (2005), *Sociologie des pratiquants de l'extrême. Le cas de figure des participants au Grand Raid de la Réunion*, Staps, 2005/3 (n°69) : 57-72.

il ne s'agit pas d'un concept forgé par le sociologue puis plaqué sur une réalité sociale mais au contraire d'une notion fournie par la pratique sociale et qui s'avère d'une réelle fécondité pour appréhender sociologiquement certaines pratiques sociales.

P. Yonnet (1998:238-239) differenzia poi il concetto tra avventura e estremo, scrivendo che:

dans l'aventure, l'environnement est un but ; on devrait dire 'était' tant cette époque paraît révolue ; dans l'extrême, il est un usage social et individuel. (...) L'homme de l'extrême ne nourrit pas l'ambition de rencontrer d'autres d'hommes, sinon furtivement ou occasionnellement. L'homme de l'extrême se donne d'abord rendez-vous à lui-même.

Nel trail running, l'estremo è quindi messo al primo posto; il runner cerca infatti di correre contro il tempo per cercare di battere un record, di lottare per la vittoria o di raggiungere un buon piazzamento, affrontando sé stesso e altre persone, lungo percorsi non conosciuti. In tal senso, sempre P. Yonnet (1998: 238) precisa che:

dans l'extrême d'aventure est posée la question de l'adaptation d'un individu à un environnement qu'il s'agit de d'explorer dans des circonstances inconnues.

Possiamo quindi a questo punto collegarci all'articolo "L'allenamento per la corsa di endurance in condizioni di elevata difficoltà"<sup>51</sup>, in cui Piero Colangelo sostiene che:

correre una gara di endurance in condizioni di difficoltà significa soprattutto affrontare un'impresa che presenta situazioni a volte sconosciute ed impreviste e che pone il corridore nell'esaltante condizione di sfidare in primo luogo sé stesso, inducendolo a toccare sino in fondo i propri limiti psicofisici<sup>52</sup>.

Da questo emerge dunque che esplorare i propri limiti è diventato un mezzo simbolico per valorizzarsi, vivendo allo stesso tempo un'esperienza unica e identitaria.

---

<sup>51</sup> Articolo tratto dal famoso portale web per appassionati di trail running "Non solo trail", pubblicato il 27 ottobre 2015, <https://www.nonsolotrail.it/lallenamento-per-la-corsa-di-endurance-in-condizioni-di-elevata-difficolta-parte1/>.

<sup>52</sup> La sfida contro sé stessi è una delle motivazioni principali che spingono una persona ad iscriversi al Tor. È davvero difficile essere lucidi in tutto il percorso. L'episodio più tragico del Tor è stata la morte del corridore cinese Yang Yuan che durante la discesa dal Col Crosatie è scivolato e ha riportato un trauma cranico fatale.

Analizziamo ora invece il significato di *trail running*. Questo termine è composto da due parole: trail rimanda al sentiero mentre il termine running alla corsa. Si presuppone quindi che la disciplina sia la capacità di una persona di correre in spazi naturali.

La definizione di “Nature trail” sul dizionario Cambridge invece appare in questo modo:

a path through an area of the countryside that is intended to attract the walker's attention to interesting plants, animals, and other “features”.

Da queste semplici parole si può dedurre che il trail running è una vera e propria forma di turismo. È chiara l'importanza del rapporto con la natura, che avvolge e cattura l'attenzione del corridore, che decide di affrontare sentieri montani che attraversano dei paesaggi con notevole bellezza naturale.

Se volessimo ripercorre l'evoluzione di questa disciplina, ci renderemmo conto che nel corso degli anni sono state avanzate diverse definizioni di Trail Running. In particolare, il primo tentativo di definire il trail avvenne grazie ad un congresso organizzato a Courmayeur il 3 settembre 2012<sup>53</sup>. Da qui ebbe origine la nascita dell'associazione ITRA (International Trail Running Association); in quell'occasione, vennero inoltre definite per la prima volta in Italia le varie tipologie di trail a seconda delle distanze da percorrere.

Si individua così:

- Trail: un percorso con chilometraggio inferiore ai 42 km;
- Ultra Trail Medium (M): un percorso con chilometraggio tra i 42 e 69 km;
- Ultra Trail Long (L): un percorso con chilometraggio tra i 70 e 99 km;
- Ultra Trail XLong (XL): un percorso con chilometraggio più di 100 km.

---

<sup>53</sup> La “Prima Assise internazionale del trail” è stata organizzata il 3 settembre 2012, 150 appassionati di trail provenienti da 18 Paesi del mondo si sono riuniti a Courmayeur. Gli obiettivi principali del convegno erano quelli di garantire sicurezza e salute dei corridori e organizzatori dei trail e definire, preservare e difendere i valori del trail.

A seguito di questa segmentazione, l'Associazione ITRA ha definito inoltre diversi coefficienti; ha creato delle tabelle valutative dei tracciati gara, elaborato le tracce GPS e i tempi massimi di percorrenza per poter misurare la difficoltà di un trail.

I tre coefficienti stabiliti sono: “coefficiente endurance” ottenuto dalla distanza più il dislivello in positivo/100; il “coefficiente montagna” che indica la difficoltà tecnica e si ottiene attraverso un algoritmo che tiene conto del rapporto distanza/dislivello complessivi, della lunghezza delle principali salite e della quota altimetrica media del percorso; il “coefficiente finisher”, dove ogni atleta capisce la fattibilità della gara in base al suo index di riferimento rilasciato dal tracciato calcolato con il proprio personale.

Bisogna tener conto che il passo fondamentale che ha permesso di avere la definizione ufficiale, è stato fatto quando la disciplina del Trail Running è entrata a far parte della famiglia dell'Atletica leggera grazie al riconoscimento della IAAF (International Association of Athletics Federation), nel Convegno mondiale tenutosi a Bejin in Cina il 19 agosto 2015.

Nel 2016, è stato aggiunto al regolamento iniziale l'articolo n° 252<sup>54</sup> che evidenzia che:

- le gare trail si svolgono su una varietà di terreni (tra cui strade sterrate, sentieri forestali) all'interno di un ambiente naturale in aperta campagna (come montagne, deserto, foreste o pianure), principalmente off-road;
- tratti di asfalto o cemento sono accettati, ma non dovranno superare il 20% della distanza totale della gara. Non ci sarà alcun limite sulla distanza, quota, dislivello positivo e negativo;
- gli organizzatori, prima della gara, dovranno dichiarare la distanza ed il dislivello positivo e negativo, che dovrà essere misurato, fornendo la mappa e profilo dettagliato del percorso, unitamente alla descrizione difficoltà tecniche che si potranno incontrare durante la gara;
- logicamente la gara dovrà rappresentare occasione per la scoperta del territorio coinvolto;

---

<sup>54</sup> Si veda il: “Regolamento per definizione trail running”, estratto dal regolamento ufficiale IAAF 2016 – 2017 n° 252.

- il tracciato gara dovrà essere segnalato in modo che gli atleti possano percorrerlo senza essere deviati da esso e portarlo a termine senza problemi.

Successivamente anche la FIDAL<sup>55</sup> (Federazione Italiana di Atletica Leggera) si è messa a disposizione degli organizzatori di trail, modificando il proprio statuto.

Essa condivide le normative del regolamento della AIAF, focalizzandosi anche sulle regole relative alla sicurezza della gara.

Un discorso a parte va fatto per lo skyrunning, una disciplina sportiva di corsa in montagna, con dislivelli meno significativi e distanze più brevi rispetto agli ultra trail. La ISF<sup>56</sup> (International Skyrunning Federation) dal 2008 ha definito differenti competizioni:

- *Skyrace:*  
competizione di almeno 20 km con un dislivello minimo positivo di 1200 m; il primo concorrente dovrà stare entro le 3 ore di percorrenza.
- *Skymarathon:*  
competizione superiore ai 30 km con un dislivello minimo positivo di 2000 m; il primo concorrente dovrà stare entro le 5 ore di percorrenza.
- *Ultra Skymarathon:*  
competizione superiore ai 50 km con un dislivello minimo positivo di 2500 m; il primo concorrente dovrà stare entro le 5-12 ore di percorrenza.
- *Ultra Skymarathon XL:*  
competizione superiore ai 50 km con un dislivello minimo positivo di 5000 m; il primo concorrente dovrà stare entro le 5-12 ore di percorrenza.

---

<sup>55</sup> La FIDAL è una federazione sportiva che ha il compito di promuovere la pratica dell'atletica leggera e coordinarne le attività dilettantistiche ed agonistiche in Italia. Ho cercato di ottenere varie informazioni riguardo al numero di iscritti in Valle d'Aosta però purtroppo, dopo varie sollecitazioni, non ho mai ricevuto riscontro.

<sup>56</sup> La ISF è una federazione che fa parte della FSA (Federation Skyrunning Association), creata nel 1995 e precorritrice della corsa in natura ad alta quota.

- *Vertical Kilometer:*  
competizione non superiore ai 5 km con un dislivello minimo positivo di 1000 m.
- *Skytrail:*  
competizione su sentieri che supera i 2000 m, che deve avere meno del 10% di asfalto e con distanza di almeno 15 km.

### 2.1.2 I primi trail e trailer

Prima di avvicinarci alla scoperta del Tor des Géants, elenchiamo i principali ultra trail presenti a livello mondiale.

Si può affermare che il trail nasce negli Stati Uniti negli anni '70. Nel 1974 Gordy Ainsleigh decise di correre a piedi la Tevis Cup, un percorso di 100 miglia originariamente riservato ai cavalli, quella che divenne poi la famosa Western States. Questa prima competizione diede il via al format delle gare con un percorso dalla lunghezza di 100 miglia<sup>57</sup>.

Di seguito descriviamo brevemente alcuni dei più famosi ultra trail presenti in varie parti del mondo.

- *La Rock and Ice Ultra Race;*  
questa competizione si svolge nel Nord del Canada ed è molto tecnica. I partecipanti dovranno percorrere una lunghezza totale di 280 km con le racchette di neve ai piedi e affrontare temperature inferiori a 48 gradi sottozero. La gara si svolgerà in varie giornate, pertanto ogni giorno dovranno essere percorsi 45 km.

---

<sup>57</sup> Gli anni 2000 hanno visto l'esplosione del numero di corse dei 1000 miglia nell'America del Nord. Basti pensare che nel 2000 c'erano circa 20 ultra trail e nel 2012 già 90.

- *L'Ultra;*

l'Ultra è una gara con 333 km di lunghezza che si svolge verso la metà di agosto in Himalaya. La partenza sarà nella vallata di Nubra mentre il punto di arrivo nella Morey Plains. L'altitudine massima prevista è di circa 5.200 metri s.l.m. Sono tre le gare proposte ai partecipanti: la prima della lunghezza di 111 km, la seconda della lunghezza di 222 km e la terza della lunghezza di 333 km, poiché comprende le due gare sopra citate. La durata massima prevista per quest'ultimo percorso è di 72 ore.

- *L'Ultra-Trail Mt Fuji;*

l'UTMF è un ultra trail di 161 km con un dislivello positivo di 7580 m. È uno degli ultra trail più apprezzati in Giappone, terra ricca di montagne e nota per le maratone e le corse a piedi in montagna<sup>58</sup>. La prossima edizione si svolgerà dal 24 al 26 aprile 2020 e i partecipanti ammessi sono 2400. Il tempo limite per poter concludere la gara è di 46 ore. La prima edizione si è svolta nel 2012 e per realizzare questa spettacolare gara ci sono voluti tre anni. Essa, è una delle gare create dell'Ultra Trail du Mont-Blanc<sup>59</sup>.

- *La Drago Back Race;*

la Drago Back Race si svolge nel Galles e il percorso segue la catena montuosa dal Castello di Conwy a Carreg Cennen Castle, raggiungendo l'altitudine massima di 3.823 metri. La gara prevede una durata massima di cinque giorni e prevede che i corridori affrontino una distanza totale di circa 315 km per un totale di 15800 metri di dislivello.

- *L'Ultra Tour del Monte Rosa;*

l'Ultra Tour del Monte Rosa (UTMR) è sicuramente uno dei più importanti ultra trail presenti sulle Alpi. Esso segue il tracciato del trail del "Tour del Monte Rosa"<sup>60</sup> e propone tre diverse competizioni. L'UTMR 4-STAGE RACE, è una

---

<sup>59</sup> Si veda il sotto capitolo riservato all'UTMB. Per informazioni si consulti: <https://utmbworld.com>.

<sup>60</sup> Il Tour del Monte Rosa è un trail di lunga distanza che si svolge sul Monte Rosa (4634 m), la seconda montagna più alta d'Europa dopo il Monte Bianco.

nuova gara che si svolgerà per la prima volta nel 2020. Il percorso da scoprire è di 170 km per un dislivello positivo di 11300 m. La sua peculiarità è che si dividerà in quattro tappe: le prime due in Svizzera, più precisamente a Grächen la prima e la seconda a Zermatt, e le successive in Italia partendo da Gressoney La Trinité e nell'ultima fase da Macugnaga. La seconda gara, 170 km Ultra Tour, propone lo stesso tracciato della competizione appena citata, sempre con partenza prevista a Grächen, ma con la differenza di dover percorrere tutto in una sola tappa; il livello tecnico è più alto e il percorso completo molto duro. La terza invece, UTMR 100 km Ultra Trail 3 Passes, possiede la caratteristica di essere meno tecnica rispetto alle altre due; in questo percorso, i corridori dovranno comunque percorrere 100 km per un dislivello positivo di 6420 m, partendo questa volta da Gressoney-La-Trinité. La competizione si svolge durante la prima settimana di settembre<sup>61</sup>.

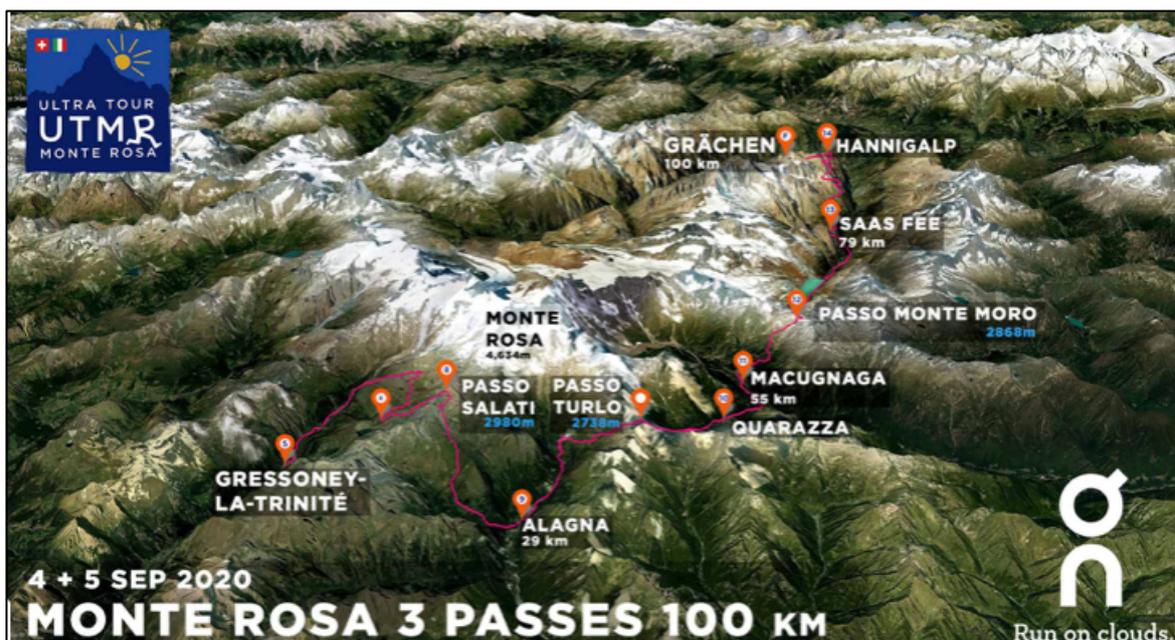


Figura 7 - Percorso dell'Ultra Tour del Monte Rosa, competizione da 100 km con 6420 D+.

In conclusione, si può dedurre che le gare appena riportate si svolgono tutte in alta montagna e hanno la caratteristica di possedere una lunga distanza e molti metri di dislivello positivo.

<sup>61</sup> Gli organizzatori degli ultra trail scelgono il periodo di svolgimento della competizione tenendo in considerazione le condizioni atmosferiche per far sì che la sicurezza dei concorrenti sia sempre messa al primo posto. Il mese di settembre è un giusto compromesso in quanto solitamente non fa troppo caldo e le precipitazioni nevose ad alta quota sono rare.

## 2.2 Il trail nelle Alpi

In questo paragrafo presenterò invece alcuni trail che si svolgono sulle Alpi<sup>62</sup>. È bene ricordare che le Alpi racchiudono otto nazioni (Italia, Francia, Principato di Monaco, Svizzera, Austria, Germania, Lichtenstein, Slovenia)<sup>63</sup>. I confini nazionali che si estendono all'interno delle Alpi sono stati tracciati nel '700 seguendo la dottrina dello spartiacque. I fiumi che nascono al di là o al di qua della linea vanno a finire nel loro territorio. Interessante è sottolineare che l'unico fiume che non segue questa regola è il Ticino, che appartiene alla Svizzera sebbene si trovi in Italia.

Oggi giorno la suddivisione delle Alpi si rifà alla cosiddetta Classificazione SOIUSA (sistema orografico internazionale delle Alpi); un sistema di classificazione delle Alpi, che si sostituisce al vecchio sistema "Macongranpenalerecagiu" (Marittime, Cozie, Graie, pennine, Lepontine, Retiche, Carniche e Giulie". La Classificazione SOIUSA non tiene conto della dottrina dello spartiacque, ma rispetta la conformazione orografica delle Alpi. Rispetta inoltre la natura dell'insediamento alpino e la strutturazione socio-economica del territorio nelle Alpi; secondo questa suddivisione, un confine non potrebbe mai tagliare a metà una certa montagna, perché l'insediamento del mondo alpino è sempre un'intersecazione tra fondo valle e alpeggio, dove sono presenti tre livelli: centri di fondo valle, maggenghi e alpeggi. (Marazzi, 2005). Nel 2008 ben 5867 comuni sono considerati alpini e la superficie totale delle Alpi è di 190959 km<sup>2</sup> (Ruffini, 2004)<sup>64</sup>; le nazioni principali sono l'Austria e l'Italia che occupano il 55% del territorio e assieme alla Francia rappresentano i 3/4 totali. Questo dovrebbe far riflettere sull'importanza delle Alpi nel territorio italiano e di come possa essere colto per attirare turismo. Nel 2015, è emerso che 17 milioni di persone vivono nelle Alpi<sup>65</sup>. Questo dato dimostra che c'è un forte ritorno alla montagna e una consistente ripresa demografica rispetto al passato, in quanto nei censimenti del 2011 il numero di popolazione era di 4,3 milioni (Dematteis, 2014).

---

<sup>62</sup> Per approfondimenti sulle Alpi si veda: Club Alpino Italiano (CAI).

<sup>63</sup> Informazioni tratte da: Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi (CIPRA): <https://www.cipra.org/it/cipra>.

<sup>64</sup> Si veda Ruffini F.V, Streifender T., Giulietti S., (2007), *Lo sviluppo demografico nell'Arco alpino - un'analisi delle recenti tendenze a scala comunale*.

<sup>65</sup> Fanno parte del territorio alpino non solo le città incluse dentro le Alpi, ma anche l'insieme di città che sono nate in funzione delle Alpi, come ad esempio in Italia: Torino (fondata per mettersi in relazione con lo sbocco delle valli), Milano, Biella, Varese, Como, Lecco, Bergamo, Brescia, Vicenza.

La montagna, oltre ad attirare nuovi abitanti<sup>66</sup>, attrae anche molti ultra trailer, che viaggiano tra i vari paesi da ogni parte del mondo per partecipare ad una competizione sportiva di elevata difficoltà.

Interessante è stato scoprire che nell'arco alpino la pratica del trail running è ampiamente diffusa. Dopo essermi documentata sui vari trail<sup>67</sup>, ho deciso di descrivere il più importante ultra trail dell'intero arco alpino: l'Ultra Trail du Mont-Blanc (UTMB).

Prima di analizzare l'UTMB, focalizzeremo l'attenzione su due gare che si svolgono in due località turistiche molto conosciute: la prima nelle Alpi settentrionali Salisburghesi, la seconda nelle Alpe Giulie. Nel primo percorso la competizione si svolge a Salisburgo, con partenza nella famosa piazza di Residenzplatz<sup>68</sup>, classificata come Patrimonio Culturale dell'Unesco, mentre la seconda a Tolmin, nel Parco Nazionale del Triglav<sup>69</sup>.

- *Mozart 100*;

competizione che inizia e termina nella città di Salisburgo, più precisamente nella piazza Residenzplatz, dov'è situata la famosa fontana della Resistenza.

Dai 13 ai 103 km si può scegliere il trail giusto per ogni persona.

La caratteristica che più mi ha colpito è che il sito ufficiale, <https://www.mozart100.com>, propone quattro diverse lingue: l'austriaco, il tedesco, il giapponese e il cinese. Le lingue appena citate fanno emergere un dato curioso: l'ultra trail è un fenomeno internazionale.

- *Soca Outdoor Festival*;

competizione che si tiene a Tolmin, una piccola città situata all'estremo occidentale della Slovenia, sulle Alpe Giulie. È una gara che si svolge su sentieri che accostano i fiumi e che permette ai partecipanti di godere della natura incontaminata, dei colori smeraldo del fiume Soča e delle splendide viste sulle alte montagne.

---

<sup>66</sup> A questo proposito si rimanda a: Corrado F., Dematteis G., Di Gioia A. (2014), *Nuovi Montanari: abitare le Alpi nel XXI secolo*, Franco Angeli.

<sup>67</sup> Si vedano i volumi 1 e 2 della rivista Nature Trail, hors-série spécial course, *Les 100 trails que l'on rêve de faire une fois dans sa vie*.

<sup>68</sup> L'antica residenza dei Principi-Vescovi di Würzburg è uno dei palazzi più importanti dell'epoca barocca e appartiene al patrimonio culturale dell'UNESCO dal 1981.

<sup>69</sup> È l'unico parco nazionale della Slovenia che si estende su 880 km<sup>2</sup>, il 4% del territorio della Slovenia; è uno dei più antichi parchi in Europa e prende il nome della montagna più alta (2864 m) nel parco e della nazione.

I percorsi proposti sono adatti a tutti, i concorrenti potranno scegliere tra diversi trail:

- 10 km con dislivello positivo di 200 m;
- 15 km con dislivello positivo di 400 m;
- 25 km con dislivello positivo di 780 m;
- 45 km con dislivello positivo di 2000 m.

Ora, invece presenteremo l'ultra trail più importante dell'Arco Alpino.

### 2.2.1 L'Ultra-Trail du Mont-Blanc

La Francia è sicuramente una delle prime nazioni ad aver aperto le porte al trail running. La prima competizione sportiva infatti che assomigliava ad un trail è stata “la Course de la Croix de Haute – Savoie”, svoltasi l'8 agosto 1897. Si tratta di una corsa di velocità in montagna creata per testare l'agilità e l'esperienza alpina delle guide di Chamonix. Il percorso consisteva nell'andata e ritorno da Chamonix<sup>70</sup> fino alla cima del Brévent, con un dislivello totale di 1475 m.

Rapidamente seguirono altre competizioni. Nel 1904 nasce nei Pirenei “le Trophée du Vignemale”, un percorso di 52 km e 2363 m di dislivello positivo. Nel 1951 fu indetta per la prima volta “la Sainte Lyon”, una corsa invernale pedestre di 60 km, organizzata da cicloturisti che non potevano pedalare a causa delle condizioni meteo avverse. Successivamente, nel 1989 nascono la Plagne et la Grand Raid de la Réunion. Nel 1995 les Templiers, nel 2000 la Fortiche de Maurienne. Nel 2003 prende il via l'edizione ufficiale dell'UTMB. Ad oggi le competizioni più ambiziose in Francia<sup>71</sup> sono: Grand Trail de la Réunion, Grand Raid des Pyrénées, Grand Raid Dentelles Ventoux, Trail Verbier Saint- Bernard, Endurance Trail, Ultra Trail du Beaufortin e ovviamente l'UTMB (Ultra-Trail du Mont-Blanc), una delle gare più conosciute al mondo e il primo ultra trail in Francia di queste dimensioni.

Questo trail è stato posto al centro del nostro lavoro perché oltre ad essere molto conosciuto, è l'esempio d'eccellenza di come una piccola località come Chamonix-Mont-

---

<sup>70</sup> Si veda Cuenot S. (2011), *Chamonix d'Antan*, HC éditions.

<sup>71</sup> Per approfondimenti sugli ultratrail in Francia si veda Millet G., *Ultra-Trail: plaisir, performance et santé*, Outdoor-edition: 288.

Blanc riesca ad attirare tantissimi spettatori e di come un evento sportivo sia uno strumento di valorizzazione e promozione turistica. Uno dei motivi principali per cui questo ultra trail è così tanto famoso è sicuramente per il paesaggio. Chamonix è considerata la capitale alpina della Francia, nonché la città dove nacque la visione romantica della montagna e dell'alpinismo<sup>72</sup>. La particolarità del percorso dell'UTMB è che attraversa tre nazioni: la Francia, l'Italia e la Svizzera. Il tracciato si sviluppa in un itinerario ai piedi di molte cime che superano i 4000 m di altitudine. Le principali, nonché quelle più conosciute, sono: ovviamente il Monte Bianco, l'Aiguille de Bionnassay, la Noire de Peuterey, la Dent du Géant, les Grandes Jorasses, il Mont Dolent, l'Aiguille Verte e i Drus. Correre intorno a queste montagne significa superare sé stessi, vivere un'esperienza unica ma allo stesso un'avventura interiore, sfidare i propri limiti sia fisici che mentali e riuscire a tagliare la linea del traguardo. Gli appassionati di montagna per svolgere il percorso di 170 km, con dislivello positivo di 1000 m, impiegano circa una settimana. I trailers invece lo terminano correndo in un tempo massimo che comprende le 20/40 ore.

Frédéric Berg, nella rivista di Nature Trails n°8, Luglio /Agosto 2015, nella rubrica «Trail Héros» descrive in questo modo la famosa competizione:

un ultra qui défie tous les superlatifs. L'Ultra-Trail du Mont-Blanc (UTMB) est un mythe qui tient au travail de passionnées, au prestigieux hôte de la course, le Mont-Blanc, et peut-être aussi au hasard.

L'UTMB<sup>73</sup> è una competizione suddivisa in varie gare che si differenziano a seconda della lunghezza e della difficoltà. Bessy (2013) afferma che in 13 edizioni questo evento è passato da 1 a 5 gare, da 7 a 15 comuni percorsi, da 750 a 7500 iscritti, da 8 a 82 nazioni di provenienza, da 5000 a 50000 persone presenti.

Oggi giorno invece, le competizioni proposte sono le seguenti:

---

<sup>72</sup> Il 1741 è considerato uno dei primi importanti anni per la storia del turismo, a seguito dell'arrivo a Chamonix degli inglesi Pococke e Whindham. L'escursionismo e l'alpinismo nacquero qualche decennio più tardi grazie alle prime scalate e alla conquista del Monte Bianco nel 1786.

<sup>73</sup> Numerosi libri sono stati scritti sull'UTMB. Tra i tanti, si predilige: Berg A. e F. (2016), *Grand Trail: A Magnificent Journey to the Heart of Ultrarunning and Racing*, Velopress; (2012), *The North Face Ultra-Trail du Mont-Blanc*, Le Petit Montagnard; Hulin V. (2015), *Coureur de l'extrême*, Éditions de l'Onde.

- 1) *La PTL – La Petite Trotte à Léon;*  
300 km per 26000 m di dislivello positivo, il tempo limite è di 138 ore.
- 2) *L'UTMB – L'Ultra-Trail du Mont-Blanc;*  
170 km per 10000 m di dislivello positivo, il tempo limite è di 46 ore.
- 3) *La TDS – Les Traces des Ducs des Savoie;*  
145 km per 9100 m di dislivello positivo, il tempo limite è di 44 ore.
- 4) *La CCC – La Courmayeur – Champex – Chamonix;*  
101 km per 6100 m di dislivello positivo, il tempo limite è di 26 ore.
- 5) *L'OCC – L'Orsières – Champex – Chamonix;*  
55 km per 3500 m di dislivello positivo, il tempo limite è di 14 ore e 30 minuti.
- 6) *La MCC – La Martigny – Combe – Chamonix;*  
40 km per 2300 m di dislivello positivo, il tempo limite non è indicato.

La competizione si svolge ogni anno nell'ultima settimana di agosto<sup>74</sup> e la capitale francese alpina, centro di partenza, attira migliaia di persone appassionate di trail. Dai dati del sito ufficiale<sup>75</sup> emerge che:

- 10000 corridori prendono parte alle sette diverse competizioni proposte;
- 2000 volontari provengono da 15 paesi esteri e da 18 comuni francesi, italiani e svizzeri;
- 20000 supporters vengono ad incoraggiare i loro cari;
- 50000 spettatori partecipano alle varie animazioni in tutti i paesini intorno al Monte Bianco.

Diversamente dal Tor des Géants, le partecipazioni alle competizioni dell'UTMB è vincolata dalla certificazione di alcuni punteggi necessari per accedere alla competizione<sup>76</sup>.

---

<sup>74</sup> Quest'anno, dal 24 al 30 agosto 2020, si svolgerà la diciassettesima edizione dell'UTMB.

<sup>75</sup> Il sito ufficiale dell'Ultra-Trail du Mont-Blanc è: <https://utmbmontblanc.com/it/home>.

<sup>76</sup> Questo parametro accerta la preparazione fisica di un corridore. Vedere la sezione "Calcolare il numero di punti" su: <https://utmbmontblanc.com/it/page/427/calcolando-il-numero-di-punti.html>.



Figura 8 - La partenza dell'UTMB a Chamonix nel 2019. (Fonte: Profilo Instagram UTMB).

O. Bessy sostiene inoltre che dal 2010 al 2012 sono state fatte diverse ricerche e nel 2013 espone alcuni dati riguardanti l'UTMB. Più precisamente, sono stati effettuati cinquanta colloqui semi-direttivi ad alcuni trailers e sono state poi sottoposte tre micro-inchieste chiedendo a cento finisher dell'UTMB, 50 finisher della CCC e 50 finisher della TDS, di dire spontaneamente le cinque prime parole che venivano in mente appena dopo aver tagliato la soglia del traguardo. Di seguito elenchiamo i risultati, che possiamo raggruppare in diverse categorie:

- *La categoria dell'estremo;*

il primo dato che emerge è che su 100 corridori e 500 parole chiave, i termini più citati si trovano all'interno del gruppo "estremo", con termini citati ben 156 volte. Tra questi troviamo: duro (45), sfida (12), esigente (5), endurance (5) lungo (4) challenge (4), estremo (4), esausto (4), morto (3), stanco (3), terribile (3), sofferenza (3), exploit (2), gigantesco (2), fuori controllo (2), follia (2), immenso

(2), fragile (1), ultra (1), sforzo (1), grande (1). Inoltre, bisogna aggiungere altre 25 parole in riferimento alle condizioni metereologiche come: caldo, freddo, pioggia, neve, e 23 termini in riferimento al cambiamento del percorso come: asfalto, dislivello positivo, Martigny.

- *La categoria del piacere;*

in questo caso, le parole di questa categoria sono state citate 125 volte. Esse sono: felicità personale (58), serenità (15), piacere (12), felice (10), gioia (7), emozione (5), super (3), da rifare (3), gioco (2), vita (1).

- *La categoria dell'estetica;*

i seguenti termini sono stati citati 80 volte: bello (30), magnifico (14), paesaggi (12), montagna (7), natura (4), luci (3), colorato (2), selvaggio (2), incantevole (2), maestoso (2), meraviglioso (2), rilevato (1), ineffabile (1).

- *La categoria della relazione con l'altro;*

qui invece emergono 62 citazioni: ambiente (15), accoglienza (12), simpatia (5), amicizia (5), condivisione (5), volontariato (5), solidarietà (5), convivialità (3), spirito di squadra (3), caloroso (1), incontro (2), fervore (1), amore (1).

- *La categoria della valorizzazione di sé;*

i seguenti termini sono stati citati 45 volte e sono: fierezza (25), soddisfazione (15), raggiungimento (2), eccellenza (1), orgoglio (1).

- *La categoria dell'avventura;*

in questa categoria sono state pronunciate 32 volte le seguenti citazioni: avventura (8), viaggio (6), scoperta (5), esperienza (4), magia (4), sogno (2), eccezionale (1), incredibile (1), indimenticabile (1).

- *La categoria della sicurezza;*

i seguenti termini sono stati citati 30 volte e sono: organizzazione (17), sicurezza (5), segnalato (3), assistenza (3), rifornimento (2).

- *La categoria delle qualità personali;*

in questa categoria emergono invece le seguenti 12 citazioni: mentale (6), pazienza (2), tenacia (1), perseveranza (1), perfezione (1), solidità (1).

- *La categoria della competizione;*

In questo caso sono 5 le parole citate: vittoria (3) e podio (2).

- *La categoria della famiglia;*

Le seguenti citazioni sono state citate 4 volte: famiglia (2), a mio figlio (1), a mia madre (1).

Da questi dati emerge come l'UTMB sia un fenomeno in grado di produrre tantissime emozioni diverse. Sosteniamo inoltre che tutti i termini utilizzati sono positivi, tranne alcuni relativi all'estremo, come ad esempio la parola "morte". Inoltre, l'entusiasmo crescente è dimostrato dal fatto che più una prova genera difficoltà e emozioni più essa lascia un forte ricordo. Inoltre, più potente è la sua resa simbolica in termini di identità e più diventa attraente per i trailers.

Visto l'enorme successo dell'ultra trail in Francia, il format UTMB è stato esportato in altri continenti. Esso sarà ad ottobre presentato in Thailandia, mentre sono già state approvate altre diverse gare: Panda Trail by UTMB e Gaoligong by UTMB si svolgeranno sulle montagne patrimonio UNESCO della Cina, Oman by UTMB invece in uno dei luoghi più belli della penisola araba e Val d'Aran by UTMB attraverserà i Pirenei in Spagna.

In conclusione, possiamo affermare che ad oggi, l'UTMB è l'evento più conosciuto in tutto il mondo. Inoltre, esso ha la capacità di generare dei grandi flussi turistici e a differenza di altri trail/eventi, le persone soggiornano a Chamonix per l'intera durata della competizione.

## 2.3 Il trail: uno sport tipicamente alpino?

### 2.3.1 La rivista “Nature Trail”: il richiamo alle Alpi

In questo paragrafo farò un’analisi sulla rubrica “Escapade” di Nature Trail, una rivista bimestrale francese<sup>77</sup> che pubblica contenuti su diversi argomenti legati alla disciplina del trail running.

Il termine “escapade”, tradotto in italiano con la parola “fuga”, rappresenta una sezione di articoli che dedicano ampio spazio ad un determinato luogo. Quest’ultimo non è visto solo come un possibile percorso per l’allenamento, ma anche come appetibile meta turistica. Gli articoli infatti vogliono al tempo stesso far conoscere una località per i trailer e promuovere e raccontare gli aspetti culturali di una destinazione.

Ci siamo concentrati su due articoli, tratti dalla rubrica “Escapade”:

- “*Sur les sentiers d’Alsace*” (numero 17, gennaio–febbraio 2017)
- “*Alpes suisses en mode découverte*” (numero 25, maggio–giugno 2018)

Le due località proposte sono diverse tra loro; il primo articolo promuove Mittlach, un villaggio nel cuore dell’Alsazia, a pochi km di distanza da Munster e da Colmar. Il secondo invece descrive la vallata di Evolène in Svizzera, situata nella Val d’Hérens<sup>78</sup>, a pochi km da Sion. Per capire se il trail è effettivamente uno sport tipicamente alpino, analizziamo l’articolo: “*Sur les sentiers d’Alsace*” (numero 17, gennaio–febbraio 2017).

Quest’ultimo (allegato 1) si presenta con un’ampia immagine presa dall’alto della tranquilla vallata di Munster situata nel Parco Regione dei Ballon da cui emerge subito il fatto di essere ai piedi del Massiccio dell’Hohneck<sup>79</sup>. Osservando le prime due pagine si colgono, attraverso la foto, i primi elementi che saranno poi i temi principali descritti nell’articolo; lo sguardo del lettore si concentra subito sui colori dell’autunno dei gialli

---

<sup>77</sup> Nature Trail è una rivista che si occupa della pratica del trail e della corsa in montagna. L’ultimo numero, il 35 di gennaio-febbraio 2020, è stato dedicato al Tor des Géants.

<sup>78</sup> La Val d’Hérens ha molte caratteristiche geografiche e aspetti culturali simili alla Valle d’Aosta. Interessante è conoscere lo stretto legame che unisce queste due vallate grazie alle Batailles de Reines. L’Espace Mont-Blanc, inoltre, è un’iniziativa di cooperazione transfrontaliera che unisce le aree attorno al Monte Bianco (Valle d’Aosta, Savoie, Haute Savoie, Valais).

<sup>79</sup> L’Honeck è il terzo rilievo per altezza della catena montuosa dei Vosgi.

vitigni, sulla bellezza della natura evidenziata dai fitti boschi, sui tratti culturali della località, con le sue case con il tetto a capanna, e sullo sfondo si notano delle dolci colline. Questa zona è molto apprezzata dagli amanti della montagna, ed in particolare dai trailers, in quanto troveranno suggestivi i paesaggi e sentieri adatti per il loro allenamento.

Lo scopo principale dell'articolo è rendere una zona con lievi pendii una papabile meta per gli appassionati di ultra trail, innamorati ed abituati a vivere ed allenarsi sulle Alpi. Il richiamo alle Alpi e all'ambiente alpino è ripreso diverse volte. Infatti, il titolo «*Sur les sentiers d'Alsace, des Alpes en miniature*» richiama subito l'attenzione. Il giornalista è cosciente di essere in un territorio privo di alte montagne; tuttavia evita di evidenziare lo svantaggio, per incitare il lettore a capire come sia possibile riconoscere delle piccole Alpi in un territorio dai tratti pianeggianti.

Se la frase «*monter sur des sentiers alpins paraît être plus insolite*» sorprende, essendo l'Alsazia un'area completamente diversa rispetto alle Alpi, in «*..Le massif du Hohneck réserve un terrain de jeu surprenant*» l'interesse verso l'alta montagna è più evidente grazie al richiamo alla famosa opera: "The Playground of Europe", del noto critico letterario, filosofo e alpinista Leslie Stephen.

Il sottotitolo «*Une montagne au milieu des collines*» sollecita nuovamente il concetto di montagna; lo scrittore, citando nuovamente la montagna, definisce poi "montagnettes" i Vosgi. Successivamente, un sentiero tecnico è descritto come "sentiero alpino" ed è poi promosso come terreno d'allenamento ideale per le persone che preparano "une course alpine". Si evidenzia quindi di nuovo il fatto che la località propone un tracciato con difficoltà che richiamano i lunghi dislivelli positivi, simili a quelli che si possono trovare nelle Alpi. Da notare a pagina 24 la foto di un camoscio, un animale prettamente diffuso sui pendii montuosi delle Alpi italiane, francesi, svizzere e anche, un po' a sorpresa nei Vosgi. Questo è un ulteriore punto a dimostrazione del fatto che si possono trovare animali abituati a vivere in alta montagna in una località tutt'altro che alpina. Successivamente, alla fine del testo leggiamo:

*je comprends parce que les Vosgiens affirment que ce lieu est le plus alpin de leur contrée: la pente est assez verticale et la forêt disparaît vite au profit de pelouses et rocailles.*

Il limite superiore della foresta, ovvero dove gli alberi non riescono più a crescere, è un altro tratto caratteristico delle Alpi.

La parola “*ascension*” è un altro esempio di richiamo all’alpinismo. Il termine ascensione è solitamente collegato ad “ascensione alpinistica” e al mondo dell’arrampicata; bisogna sottolineare che molti ultra trail prevedono tracciati su ferrate, come ad esempio nell’Ultra Marathon del Mont Fallère<sup>80</sup>.

Per enfatizzare l’altitudine della cima raggiunta, i protagonisti del racconto fingono di intravedere prestigiose vette, come ad esempio il Kilimangiaro (5895 m) e il Monte Bianco (4810 m), entrambe cime molto ambite dagli appassionati di montagna. Spostandosi poi verso Mittlach, i protagonisti del racconto alludono di nuovo ad una specialità della corsa in montagna: “*le seul Kilomètre Vertical des environs... Enfin, le presque KV*”. Il KV, ossia il Kilometer Vertical<sup>81</sup>, è una disciplina sportiva che si svolge con un dislivello positivo minimo di 1000 m, mentre il tracciato francese da loro creato ne prevede soltanto 800.

In conclusione, si può dire che l’articolo cerca di rendere più appetibile il percorso/territorio evidenziando le similitudini tra l’Alsazia e l’ambiente alpino. Descrivendo la regione francese come una località delle Alpi, il giornalista riesce a catturare meglio l’attenzione del lettore e a rendere la meta più attraente.

Dobbiamo inoltre considerare che prima di avviare un trail su questi territori, il sentiero era poco frequentato e considerato troppo tecnico dai corridori. Grazie all’iniziativa del trail running, questa località ha incominciato a poco a poco ad essere affollata da sportivi. Questo è un ulteriore esempio di come il turismo sportivo ed in particolare il trail running riescano a promuovere e valorizzare un territorio.

---

<sup>80</sup> UTM TMF è una corsa che mette a dura prova i concorrenti con dure salite e tecniche discese, in un lungo percorso che prevede arrampicate su creste rocciose.

<sup>81</sup> Uno dei KM più conosciuti in assoluto è quello che si svolge a Fully, in Svizzera. Il percorso è famoso in quanto si sviluppa su una rotaia dismessa. Il 20 ottobre 2018 il valdostano Henry Aymonod vinse la gara, portandola al termine in 30 minuti e 48 secondi.

## **CAPITOLO 3: LA GARA PER ECCELLENZA: IL TOR DES GÉANTS**

### **3.1 Il Tor: storia e evoluzione della competizione**

#### 3.1.1 La nascita dell'Associazione Valle d'Aosta Trailers

Il Tor des Géants nasce dall'idea di un gruppo di appassionati che avevano come obiettivo quello di promuovere e organizzare attività sportive all'aria aperta.

È importante sottolineare questo fondamentale passaggio perché si può affermare che la nascita del trail in Valle d'Aosta<sup>82</sup> corrisponda proprio alla creazione dell'Associazione Valle d'Aosta Trailers, fondata nel 2006. Alessandra Nicoletti, presidente dell'associazione, durante il nostro incontro ha confidato di aver intrapreso questa carriera professionale, dopo aver lasciato la sua precedente attività. Si è così dedicata completamente a questa nuova associazione, che è oggi composta da otto persone, e all'organizzazione del Tor<sup>83</sup>.

All'inizio, diversi appassionati di montagna hanno deciso di entrare a far parte di quest'associazione sportiva. Il loro obiettivo era quello di garantire l'organizzazione dell'UTMB della parte italiana e, a partire dal 2007, di creare diverse competizioni. Tra queste ricordiamo:

- *Arrancabirra;*

una delle manifestazioni più apprezzate in Valle d'Aosta. Una gara goliardica di 19 km con dislivello di 1410 m, dove il divertimento è messo al primo posto. Si parte dal municipio di Courmayeur, si sale a La Suche e poi a Curru; da qui si giunge al Col Sapin e alla Tête de la Tronche, per poi intraprendere la discesa che porta prima al rifugio Bertone, successivamente al Parco Pollino per ritornare nuovamente a Courmayeur.

---

<sup>82</sup> Il trail è uno sport recente che sta prendendo piede in tutto il mondo. Nel caso particolare della Valle d'Aosta, non esiste un "registro" del trail valdostano. Il circuito Tour Trail Valle d'Aosta raccoglie alcune gare di trail e vertical ma spesso i trail sono organizzati da privati. Non è stato quindi possibile risalire a informazioni storiche rilevanti.

<sup>83</sup> L'organizzazione di un evento delle dimensioni del Tor è davvero molto difficile da organizzare. La sicurezza deve essere messa al primo posto e componenti come ad esempio le condizioni metereologiche incidono notevolmente sulla buona riuscita della gara. Nel 2012, la gara è stata interrotta a causa della troppa neve e del ghiaccio creatosi lungo il percorso.

Il tempo limite per concludere la gara è di 8 ore. Ogni anno il tema è diverso e i partecipanti devono rispettare questo criterio. Ogni anno, infatti, oltre al classico podio, viene premiata la maschera più originale. Al posto delle basi vita presenti solitamente in tutti i trail, nell'Arrancabirra sono invece allestiti sei punti ristoro dove i concorrenti potranno riposarsi, rifocillarsi e bere solo una lattina di birra,<sup>84</sup> che sarà registrata sui pettorali. In effetti, la particolarità di questo trail, è che chi non beve la birra, non può continuare la gara. Vince quindi la persona più veloce (a correre e a bere la birra). Interessante è sapere che si può partecipare anche con il proprio cane, questa gara è la CCC, ossia “concorrente con cane”. Da qualche anno inoltre è stata creata una corsa dedicata ai ragazzi dai 7 ai 13 anni; in questo caso i punti ristoro propongono bibite analcoliche e acqua e i km sono notevolmente inferiori. A seconda dell'età, i partecipanti sono suddivisi nelle categorie di: scoiattoli, leprotti e cerbiatti, animali che si possono intravedere durante la gara, che si sviluppa nei bellissimi boschi a pochi passi da centro di Courmayeur<sup>85</sup>.

- *Arrancaslimba;*

considerata la versione invernale dell'Arrancabirra, è una competizione notturna che si svolge sul percorso battuto dello sci nordico nella località di Flassin, a Saint-Oyen. Per poter partecipare a questa simpatica gara bisogna essere in cordata e in coppia.



Figura 9 - Coppia di partecipanti alla seconda edizione dell'Arrancaslimba 2020.

---

<sup>84</sup> Da qualche anno le birre proposte sono del marchio: “Les bières du Grand Saint Bernard”; interessante sapere che oltre che ad essere di produzione locale, il prodotto “Napea in lattina” da 33cl è 100 % riciclabile.

È la competizione più recente organizzata da Valle d'Aosta Trailers: l'8 febbraio 2020 infatti si è svolta la seconda edizione. Si definisce una competizione alternativa in quanto, come nella gara precedente, il divertimento è messo al primo posto. La partenza è prevista alle 18:30 e il percorso da percorrere è di circa 6 km con dislivello totale di 300 m positivi. La gara si può svolgere con sci da alpinismo, racchette da neve o ramponi. Come per l'Arrancabirra, ogni anno è presente un tema diverso: per il 2020 è stato promosso lo "ski d'antan".

- *Winter Vertical Courmayeur;*

un'altra gara in notturna ma questa volta sulle nevi di Courmayeur, con un percorso di circa 13 km. La partenza è a Dolonne e si svolge lungo le piste del comprensorio sciistico di Courmayeur. Sono due le competizioni proposte: la Winter 1000 che consiste in un tracciato di 5 km con dislivello positivo di 1050 m, e per i più pigri la Winter 500, di 3 km con dislivello positivo di 500 m. Il tempo massimo per concludere entrambe le gare è di un'ora e mezza. La prima edizione, chiamata "Winter Eco trail Courmayeur" apparve nel 2015 e fu vinta da Dennis Brunod<sup>86</sup>.

- *Gran Trail Valdigne;*

organizzato dal 2007 al 2012, è stato il primo trail running con più di 80 km interamente sul territorio italiano. Essa si svolgeva nell'alta Valle, più precisamente nei comuni di Courmayeur, Pré-Saint Didier, La Thuile e La Salle. Tre gare competitive da 100 km per 5300 dislivello positivo, 55 km per 3700 m di dislivello positivo e 18 km per 1000 m di dislivello positivo. Inoltre, contemporaneamente ad esse, si svolgeva: il Trekking Valdigne, una marcia non competitiva sul tracciato dei 18 km. Per motivi non resi noti non è più stata proposta.

- *Gran Trail Courmayeur;*

una competizione di 30, 55 o 100 km, che si svolge a luglio tra la Valdigne e la Valle del Monte Bianco, passando per Pré Saint Didier e La Thuile. È considerata l'evoluzione del Gran Trail Valdigne. La novità del 2020 è che la gara dei 100 km sarà qualificante per

---

<sup>86</sup> Noto atleta valdostano che pratica la corsa in montagna ma anche sci alpinismo e sci nordico. Sono numerosi i suoi palmares nelle diverse discipline appena citate.

poter partecipare al Tor des Géants. Nel 2021 infatti saranno messi a disposizione cento pettorali per chi termina la gara. Inoltre, i punti ITRA<sup>87</sup> sono 5. Il tempo massimo per concludere la gara è di 33 ore.

Anche sul territorio italiano, non mancano iniziative di trail. Nella tabella sotto riportata possiamo vedere le principali competizioni.

<b>Data</b>	<b>Corsa</b>	<b>Km/D+</b>	<b>Luogo</b>
Inizio giugno	<i>The Abbots Way</i>	125 km 5550 m	Pontremoli (MS)
Metà-giugno	<i>Trail 3V</i>	160 km 9000 m	Brescia
Fine giugno	<i>The North Face Lavaredo</i>	120 km 6000 m	Cortina d'Ampezzo (Bl)
Metà luglio	<i>Marathon Trail Lago di Como</i>	102 km 5900 m	Como
Metà luglio	<i>Gran Trail Valdigne</i>	100 km 5600 m	Morgex (AO)
Fine luglio	<i>Adamello Supertrail</i>	160 km 9100 m	Val Camonica (BS)
2' settimana di settembre	<i>Tor des Géants</i>	330 km 24000 m	Courmayeur (AO)
Inizio ottobre	<i>Morenic Trail</i>	109 km 2280 m	Ivrea (TO)
Metà ottobre	<i>Magredi Mountain Trail</i>	162 km 7000 m	Vivaro (PN)

Figura 10 - I principali ultra trail che si svolgono in Italia<sup>88</sup>.

<sup>87</sup> L'ITRA propone una certificazione dei percorsi e di valutazione delle difficoltà dei trail. Questo servizio certifica la distanza, il dislivello positivo e negativo di un trail e fornisce una valutazione delle difficoltà della gara, attribuendo diversi punti.

<sup>88</sup> Quelli presenti in Valle sono entrambi organizzati dall'associazione Valle d'Aosta Trailers. Fonte: Millet G., *Ultra-Trail:plaisir, performance et santé*, Outdoor-edition.

Osservando la tabella, possiamo notare che il Tor des Géants è in testa a tutte le altre iniziative per il più alto dislivello positivo. Inoltre, i trail valdostani sono considerati tra i migliori proposti sul territorio italiano.

Concludiamo questa breve presentazione dell'associazione tenendo in considerazione che gli eventi organizzati dall'associazione Valle d'Aosta Trailers sono molto conosciuti sia a livello locale che a livello internazionale. In effetti, sono migliaia gli atleti<sup>89</sup> che ogni anno raggiungono la nostra regione e che decidono di trascorrere le loro giornate in montagna creando un interessante esempio di turismo sportivo.

### 3.1.2 Il Tor e le competizioni

Concentriamo ora il nostro lavoro sul Tor des Géants, del quale intendiamo fare una breve presentazione.

Il Tor des Géants è una delle competizioni più dure al mondo. La sua distanza è di circa 330 km e il dislivello positivo<sup>90</sup> che i partecipanti dovranno affrontare è di circa 24000 m.

La scelta del nome “Tor des Géants” non è casuale: esso sottolinea la difficoltà che i corridori dovranno fronteggiare durante la gara. *Tor* è termine che deriva dal dialetto valdostano e che in italiano significa giro, mentre per *Géants* si intende la parola giganti. Il “*Giro dei Giganti*” è un percorso ad anello che attraversa tutta la Valle d'Aosta, passando per l'Alta Via n°1 e l'Alta Via n°2.

L'atmosfera del Tor è unica e ogni persona che supera la soglia del traguardo è definita un “Gigante”. Christophe Le Saux<sup>91</sup> esprimendo il suo pensiero sul Tor, racconta che:

cette course reste pour moi la plus belle que j'ai faite jusque-là, on y retrouve vraiment l'esprit que je recherche dans le trail : montagne, convivialité, entraide est un parcours très technique et magnifique. C'est la seule épreuve où on l'appelle tous les finishers un par un lors de la remise

---

<sup>89</sup> Tutte le informazioni relative ai dati dell'Associazione Vda Trailers si possono consultare su <https://www.100x100trail.com/en>.

<sup>90</sup> Per dislivello positivo si intende la differenza di quota tra la quota inferiore di partenza e la quota superiore del punto di arrivo, o viceversa per il dislivello negativo.

<sup>91</sup> Christophe Le Saux è un famoso ultra trailer francese, riconoscibile grazie alla sua folta chioma di ricci biondi. Ha partecipato per sei volte al Tor, salendo per quattro sul podio.

des récompenses pour les faire monter sur le podium. Et ça me touche vraiment, il n'y a pas des premier ni des derniers, tout le monde est à la même échelle.

L'idea di creare la competizione del Tor nasce quasi per caso. Nicoletti ci confida che nell'aria si sentiva la necessità di voler organizzare una nuova gara in quanto le altre erano diventate, nella panoramica mondiale, un po' banali e scontate; è bene ricordare che le persone che praticano ultra trail amano sfidare lo stessi e sono sempre alla ricerca di nuove sfide per riuscire a superare i propri limiti<sup>92</sup>. Fu così che diverse persone si sono riunite attorno ad un tavolo. Osservando la cartina della Valle, un percorso ad anello ha subito attirato l'attenzione. Ci sono voluti ben due anni prima di poter avviare la prima edizione. Proprio per capire se fosse stato possibile realizzare questo ultra trail, nel 2010 è stata creata un'edizione zero. Lo scopo era quello di verificarne la fattibilità<sup>93</sup> raccogliendo informazioni di vario genere. Nel settembre 2009 il percorso fu così testato da quattro persone che avevano l'obbligo di spostarsi sempre in un gruppo, in un tempo massimo di 150 ore. I primi "tester" furono: Roberta Peron, Ornella Gabrielli, Claudio Bastrentaz e Pietro Trabucchi, scelti in quanto rappresentavano il genere maschile e femminile, avevano un'età tra i quaranta e i cinquant'anni ed erano fisicamente preparati ad affrontare una gara di trail così tecnica e ricca di dislivelli così ampi. Il risultato è stato inaspettato: essi sono riusciti a concludere l'itinerario stabilito e l'anno successivo, dal 12 al 19 settembre 2010, si svolse la prima edizione del Tor des Géants.

Interessante è sapere che il Centro interuniversitario di ricerca in bioingegneria e scienze motorie di Rovereto e la Facoltà di scienze motorie dell'Università di Verona, hanno partecipato all'edizione di prova, occupandosi della ricerca scientifica, coordinata dal professore Federico Schena<sup>94</sup>. Quattro ragazzi hanno monitorato diversi parametri relativi alla deprivazione da sonno e all'affaticamento<sup>95</sup>. I risultati della ricerca sono stati

---

<sup>92</sup> George Patton sosteneva che "l'uomo è fatto di carne ed ossa e di una fibra miracolosa detta coraggio".

<sup>93</sup> Gli interrogativi principali erano quelli sui tempi di percorrenza, la sicurezza del percorso, la situazione del tracciato, il fabbisogno di assistenza, ecc.).

<sup>94</sup> Direttore del Centro di ricerca "Sport, Montagna e Salute", Delegato del Rettore per il Comitato Sport di Ateneo, Direttore Vicario del Dipartimento di Neuroscienze, Biomedicina e Movimento. Socio fondatore, Segretario Presidente della Società Italiana di Scienze Motorie e Sportive, Presidente della Conferenza dei corsi di studio in Scienze Motorie. Attualmente coordina due distinti gruppi di ricerca a Verona ed Rovereto composti da oltre quindici ricercatori e collaboratori alla ricerca ed è responsabile di quattro laboratori di sport performance and exercise evaluation.

<sup>95</sup> In particolare, sono stati monitorati: assunzione di calorie e liquidi, ore di sonno, modificazioni nelle capacità cognitive, spesa metabolica, andamento della forza isometrica massima prima del riposo notturno e subito dopo.

esposti in occasione del congresso internazionale Mountain, Sport and Health, dal nome “Cognitive and physiological responses in a simulated endurance ultratrail competition: Tor des Géants “zero” edition”<sup>96</sup>.

Il Tor des Géants è organizzato principalmente da:

- l’associazione Valle d’Aosta Trailers, per quanto riguarda l’organizzazione logistica della gara. Essa gestisce inoltre il sito ufficiale del Tor e il marketing, mentre i social network sono gestiti in collaborazione con l’ufficio stampa.
- la Regione Autonoma Valle d’Aosta, come principale finanziatrice dell’evento. È stata il primo soggetto al cui è stato presentato il progetto. Ha svolto un ruolo importante in quanto si è occupata di fare la ricognizione del percorso, capire effettivamente quanti km fossero, progettare l’impianto di sicurezza e di assistenza del percorso che collabora con il Soccorso Alpino, ecc. Oggigiorno si occupa inoltre di promuovere il territorio e del mantenimento dei sentieri e della sentieristica<sup>97</sup>.

Un ulteriore aiuto proviene dai rifugi che aprono le loro porte ai corridori e supporter, dai comuni coinvolti<sup>98</sup> e soprattutto dai volontari. Nell’ultima edizione sono state circa 3000 le persone che hanno partecipato alla buona riuscita di questo evento. Essi sono riconoscibili grazie alla maglietta gialla ma anche dalla loro solarità e disponibilità verso il prossimo. Essi sono una vera e propria figura di riferimento per l’atleta che molte volte arriva nelle base vita stremato. I volontari sono in grado di far respirare un’aria festosa e di amicizia. Per confermare questo, è stata creata una pagina Facebook, chiamata “Volontor”; inoltre, qualche mese dopo la chiusura della competizione la maggior parte dei volontari si riunisce in una cena per festeggiare la buona riuscita dell’evento.

---

<sup>96</sup> La ricerca è stata presentata da Trabucchi P., Bertolazzo S., Squizzato L., Brighenti A., Schena F.

<sup>97</sup> I rapporti con la Regione Valle d’Aosta si sono un po’ interrotti a causa delle polemiche per l’organizzazione del 4K endurance trail, organizzato nel 2016 dalla Regione e dal Forte di Bard.

<sup>98</sup> Il percorso si sviluppa lungo 34 comuni valdostani. Essi mettono a disposizione spazi e attrezzature, garantendo un importante supporto sia operativo che logistico.

Elenciamo di seguito le diverse competizioni del Tor, che gli appassionati del trail running potranno scegliere a seconda della propria preparazione tecnica, fisica e mentale<sup>99</sup>.



Figura 11 - Le diverse competizioni del Tor des Géants organizzate nel 2019. (Foto tratta dal sito ufficiale del Tor des Géants).

- *Tor 330 – Tor des Géants;*

Tor des Géants, la gara di punta valdostana. Dal 13 al 20 settembre 2020 si svolgerà l'undicesima edizione. I futuri *Giganti* partiranno da Courmayeur come d'abitudine alle 12:00 e dovranno concludere la competizione in un tempo massimo di 150 ore.

<sup>99</sup> Le incognite di questa gara sono infinite. Franco Collé, il trail runner valdostano di punta, nel 2019, nonostante fosse primo durante tutta l'intera corsa, ha dovuto ritirarsi a causa del freddo che gli ha causato un problema agli occhi.

Per festeggiare la decima edizione, accanto alla parola *Tor*, è stata aggiunta una “X”. Questo nuova veste grafica è stata molto apprezzata e Valle d’Aosta Trailers ha deciso di riconfermarla. La “X” rappresenta appieno il Tor grazie alle seguenti tre parole: *eXperience*, *eXtraordinary*, *eXtreme*. Le preiscrizioni per poter partecipare alla prossima edizione si sono aperte il 1° febbraio 2020; in sole quarantotto ore, ben 1277 persone, con provenienza da 64 Paesi diversi, hanno inviato la loro domanda di partecipazione<sup>100</sup>. Vista l’elevata richiesta di preiscrizioni, da molti anni un software apposito sorteggia in autonomia i numeri delle domande; per motivi di sicurezza e organizzazione, il numero di corridori è limitato<sup>101</sup>.

Il percorso, la crescita e il successo della gara li approfondiremo successivamente.

- *Tor 450 – Tor des Glaciers*;

Tor des Glaciers è un endurance trail ancora più impegnativo rispetto al Tor. L’itinerario si svolge lungo le Alte vie dimenticate n°3 e n°4. Una competizione che, grazie al successo dello scorso anno, avrà la sua seconda edizione. I partecipanti cercheranno di superare ogni limite sfidando loro stessi in un tracciato ad anello di 450 km. Vista la difficoltà della gara, i concorrenti selezionati sono 200. A differenza delle basi vita, i rifugi messi a disposizione sono un punto cruciale per il riposo del trailer e grazie a questa nuova competizione la promozione della Valle d’Aosta sarà ulteriormente valorizzata. Piergiorgio Barrel, presidente dell’Associazione Rifugi Valle d’Aosta e proprietario del rifugio Bezzi, situato in Valgrisenche, ha confermato che i gestori dei rifugi si sono dimostrati entusiasti dell’evento e sottolinea l’importanza del trail in Valle d’Aosta<sup>102</sup>.

La partenza è prevista venerdì 11 alle ore 20 per concludersi il 19 settembre con tempo massimo di 190 ore. Secondo Alessandra Nicoletti: “Il Tor des Glaciers è il futuro del trail running mondiale”.

---

<sup>100</sup> Dati forniti personalmente da Alessandra Nicoletti, presidente di Vda Trailer.

<sup>101</sup> La curiosità che contraddistingue il Tor è che i partecipanti non devono disporre di punti ITRA, ma essi sono selezionati attraverso un sorteggio. Nel 2018, partecipò alla gara Remo Dalbard, un allevatore valdostano che decise di voler percorrere le Alte Vie della Valle d’Aosta e che portò a termine il Tor.

<sup>102</sup> Durante il nostro incontro, Piergiorgio Barrel ha confidato che molte persone scelgono di fare un’escursione proprio perché sono a conoscenza che quel percorso è un sentiero del Tor.

- *Tor 130 – Tot Dret;*

una gara di 130 km e 12000 m di dislivello positivo. Una competizione per chi ama il Tor ma non ha ancora la preparazione fisica e mentale per affrontare quel tipo di gara, o per chi vuole allenarsi per un ultra trail in vista. Il Tot Dret è un'ottima alternativa al Tor in quanto la corsa si svolge sui sentieri dell'Alta Via n° 1, ovvero il secondo tratto del percorso del Tor. Una gara comunque molto impegnativa che parte in questo caso da Gressoney e arriva a Courmayeur. La gara si svolge in una sola tappa e il tempo limite per concluderla è di 44 ore. Al momento nessun valdostano è mai riuscito a vincere questa competizione.

- *Tor 30 – Passage au Malatrà;*

quest'anno si terrà la seconda edizione anche per questa nuova gara. Si tratta della competizione più semplice, dal momento che sono previsti 30 km. Il Tor 30 attraversa uno dei colli più conosciuti e più amati del Tor: lo stretto passaggio del Col Malatrà, a 2925 m.

In questo caso la gara partirà da Saint-Rhémy en Bosses<sup>103</sup> il 19 settembre, con partenza alle ore 10, con tempo massimo per concludere la gara di 8 ore. A poche ore dall'apertura dell'iscrizione, tutti i posti disponibili sono terminati.

In conclusione, tutte le competizioni appena elencate dispongono di caratteristiche tecnicamente e paesaggisticamente uniche. Nicoletti ci confida che le piacerebbe esportare il Tor anche all'estero, facendolo così diventare un marchio sempre più riconosciuto internazionalmente.

## **3.2 Il Tor: dalla geografia alla montagna**

### **3.2.1 Il luogo e il paesaggio**

Se il Tor des Géants fosse stato creato in un altro luogo, avrebbe avuto lo stesso successo?

---

<sup>103</sup> Saint-Rhémy en Bosses è la località valdostana dove viene prodotto il Jambon de Bosses DOP.

Partendo da questa domanda, cercherò di analizzare il percorso del Tor 330 per dimostrare l'unicità di questa competizione.

Prima però, una breve incursione nel mondo della geografia è necessaria per riflettere sui concetti di *luogo* e di *paesaggio*<sup>104</sup>, che assieme a quello di *città* sono gli elementi chiave per l'analisi geografica del territorio.

Le persone conoscono un *luogo* perché ci vivono e si relazionano; è quindi uno spazio della quotidianità, dell'appartenenza e dell'identità, ma esso possiede dei confini incerti<sup>105</sup>.

Lo stesso esempio si può fare per un *paesaggio*: tutti possono parlarne e tutti possono ammirarlo. Anche in questo caso, il paesaggio non ha contorni definiti, in quanto si sposta a seconda del punto di osservazione.

Il mondo in cui viviamo è ricco di *luoghi* e riguarda tutti. Il suo concetto è delicato e nel tempo ci sono state diverse interpretazioni.

Farinelli (1992) sostiene che il *luogo* è lo spazio della memoria, degli affetti, dell'appartenenza; un concetto che descrive ciò che vediamo al mattino quando ci svegliamo, che non possiede una dimensione prefissata. Secondo lui inoltre, lo spazio è definito grazie alle mappe e alla cartografia.

Cresswell invece afferma che i geografi debbano riflettere sul fatto che sia una nozione aperta a diverse visioni:

'place'... is not the sole property of human geographers. We are, however, in a unique position to both examine our own use of concept and to cast a critical eye on the many ways place appears as a concept in everyday life. This can only add to the common-sense way in which geography is about places<sup>106</sup>.

Una svolta importante nella riflessione del termine *luogo* avviene grazie alla geografia umanistica. Fino ad allora, era visto come un oggetto da trattare in modo oggettivo, dove venivano fatte lunghe descrizioni delle caratteristiche morfologiche e climatiche dei luoghi, ma mai definito in modo teorico<sup>107</sup>. Viene dunque definito come

---

<sup>104</sup> "Luogo" e "Paesaggio" sono i pilastri concettuali per la geografia. Si veda: Minca C. Colombino A. (2012), *Breve manuale di geografia umana*, CEDAM.

<sup>105</sup> Lo spazio ha confini incerti in quanto è legato alla soggettività individuale e a quella collettiva.

<sup>106</sup> Cresswell T. (2004), *Place: A short introduction*, Blackwell Publishing: 123

<sup>107</sup> La svolta umanistica avviene grazie alle opere di Yu- Fu Tuan (1974a, 1974b, 1976, 1977).

una porzione non ben delimitata di superficie terrestre nella quale è presente un gruppo di persone.

Tuan (1974a, 1974b, 1976, 1977) spiega che:

il luogo è importante per la geografia perché è investito dalle persone di significati profondi che hanno a che fare sia con il loro quotidiano, ma anche con le loro geografie degli affetti e delle emozioni.

La sua definizione è la prima che apre le porte ai legami umani e alle emozioni. Oltre a ciò, secondo Tuan, è fondamentale che un *luogo* possieda un “senso del luogo”<sup>108</sup> ed esso gode di due componenti primarie: la personalità, ovvero quello che rende unico un luogo e lo spirito, ossia quello che determina l’importanza di un *luogo*. Suggerisce inoltre una prima differenziazione di “tipi luoghi”, divisi in “public symbols” e “fields of care”.

Dopo diversi approcci e interpretazioni<sup>109</sup>, Massey (1994 e 1997) mette al centro la relazione tra *luogo* e globalizzazione, invitando a riflettere sul “senso di luogo”, che secondo lui è cambiato a causa dei mutamenti sociali avvenuti a seguito all’intensificarsi dei cambiamenti globali. Oltre a questo, afferma che i luoghi sono il frutto di interazioni tra persone che si muovono in modi diversi per motivi diversi. In aggiunta, sostiene che:

it is a sense of place, an understanding to ‘its character’ which can only be constructed by linking that place to places beyond. A progressive sense of place would recognize that, without being threatened by it. What we need, it seems to me, is a global sense of local, a global sense of place<sup>110</sup>.

Analizzeremo di seguito il concetto di *paesaggio*.

Eugenio Turri (2001) descrive il *paesaggio* come un palinsesto di significati. Esso riflette il sedimentarsi nel tempo e il complesso lavoro umano sul territorio.

---

<sup>108</sup> Tuan definisce l’affermazione “sense of place” come un attaccamento emotivo molto forte; è una caratteristica degli esseri umani composta da una conoscenza profonda che include l’attaccamento emotivo, l’apprezzamento estetico, la localizzazione e la concettualizzazione del luogo stesso.

<sup>109</sup> Per approfondimenti si vedano: Relph E. (1978), *Place and Placelessness*; Casey E. (1996), *How to Get some Space to Place in a Fairly Short Stretch of Time*; Harvey D. (1996), *From space to place and back again*.

<sup>110</sup> Massey D. (1997), *A global sense of place*: 323.

Franco Farinelli (1994) ricorda invece che il termine *paesaggio* è l'unico che indica contemporaneamente un oggetto e la sua rappresentazione, ossia denota sia le forme reali del territorio, sia il modo di guardare e apprezzare le stesse forme nel loro insieme. Per capire il *paesaggio* bisogna quindi saperlo osservare.

Lo studio del *paesaggio* è stato per molti anni materia di studio nella geografia umana e oggi i geografi lo suddividono secondo tre diversi approcci:

- *Il paesaggio come modo di vedere;*

Secondo Cosgrove<sup>111</sup> il paesaggio è un concetto connesso al “modo di vedere”, legato alla vista e alla visione. Esso afferma che è una:

rappresentazione artistica e letteraria del mondo visibile, lo scenario (alla lettera che è visto) che è osservato da uno spettatore. Ciò implicava una sensibilità particolare, un modo di sperimentare ed esprimere sentimenti nei riguardi del mondo esterno, naturale ed artificiale, un'articolazione del rapporto umano con esso. Tale sensibilità era strettamente connessa con una crescente dipendenza dalla facoltà del vedere, come un mezzo attraverso il quale la verità doveva essere ottenuta: “vedere è credere”<sup>112</sup>.

Cosgrove sostiene inoltre che il paesaggio e la cartografia siano stati gli strumenti che hanno permesso di legittimare il diritto e lo status dei proprietari terrieri.

Successivamente la pittura paesaggistica sviluppa la tecnica della prospettiva<sup>113</sup>. Cosgrove (1985:48) scrive ulteriormente che la prospettiva era un modo di vedere alla base di una nuova forma di realismo, una vera e propria ideologia fondata sull'idea di dipingere il paesaggio in modo corretto – cioè usando la tecnica della prospettiva lineare appunto – non rispecchiasse semplicemente un modo di vedere il mondo, bensì il modo giusto e vero di vederlo.

- *Il paesaggio come testo;*

In questo caso, il paesaggio è interpretato come se fosse un sistema formato da segni scritti e letti da diversi attori sociali. Da un lato, gli attori producono un paesaggio dando

---

<sup>111</sup> Denis Cosgrove è considerato il geografo più noto al mondo per il suo lavoro sul paesaggio.

<sup>112</sup> Cosgrove D. (1990), *Realtà sociali e paesaggio simbolico*: 29.

<sup>113</sup> La pittura paesaggistica fu iniziata da Brunelli F. e teorizzata da Alberti L. B. Per approfondire si cerchino i pensieri di Bonazzi (2002) e Farinelli (1994) e (2003).

un loro significato e dall'altro, i lettori interpretano i significati incorporati nei segni che compongono il paesaggio stesso<sup>114</sup>.

Oltre al resto, Crosgow illustra che:

a landscape is a cultural image, a pictorial way of representing structuring or symbolizing surroundings. This is not to say that landscapes are immaterial. They may be represented in a variety of materials and on many surfaces – in paint on canvas, in writing on papers, in earth, stone, water and vegetation on the ground.

A landscape park is more palpable but no more real, nor less imaginary, than a landscape or poem<sup>115</sup>.

- *Il paesaggio come pratica;*

I geografi si sono concentrati per molto tempo sulla vista, ma successivamente nasce un nuovo interesse per una dimensione materiale dell'esperienza dei luoghi e dei paesaggi. Essi si concentrano sulla pratica: ciò che è visto è messo in secondo piano e l'importante è ciò che viene fatto<sup>116</sup>.

Questo concetto è stato poi associato alla geografia del turismo. In questo particolare caso, è dimostrato che quando una persona si reca presso un sito turistico reagisce, a volte anche inconsciamente, seguendo certi comportamenti; in effetti, una persona visita un sito ma allo stesso tempo cammina, fotografa, parla, ricorda, ecc. Camminare, ad esempio, è una pratica che facciamo ogni giorno e possiamo affermare che un paesaggio è quindi formato da diverse pratiche specifiche, collegate anche all'esperienza turistica.

In conclusione, possiamo definire il paesaggio come un prodotto culturale. Le persone, che vivono nel paesaggio, esigono di un equilibrio tra cultura e rispetto di esso. Dovremmo imparare a tutelare il paesaggio, innanzitutto riconoscendolo e successivamente valorizzandolo.

---

<sup>114</sup> Per approfondimenti si vedano: Barnes T., Duncan J., Ley D. (1993), *Place, Culture and Representation* e le analisi di Barnes T., Duncan J. (1992), raccolte in *Writing Worlds*.

<sup>115</sup> Cosgrove D. (1988), *Iconography of Landscape*: 1.

<sup>116</sup> Si vedano: Crouch 2004 e 2005; M. Crang 2004 e 2003; Lorimer e Lund 2004.

### 3.2.2 Il percorso del Tor

Il Tor des Géants è una delle competizioni più amate al mondo. Esso si sviluppa lungo le Alte Vie n° 1 e n° 2 della Valle d'Aosta, che si snodano su un percorso ad anello. Oltre a panorami mozzafiato, il Tor dà la possibilità ai corridori di ammirare poderosi massicci che rendono questa regione unica.

Troviamo di seguito una breve spiegazione della posizione geografica della nostra regione, utile per capire meglio, successivamente, il percorso del Tor.

La Valle d'Aosta è situata a nord-ovest dell'Italia, al confine con la Francia ad ovest e con la Svizzera al nord. Possiamo affermare che non ci furono dubbi su come definire le frontiere: il limite della regione è stato infatti determinato dalla linea di divisione dello spartiacque. A sud, i limiti valdostani sono formati dal gruppo del Gran Paradiso e dalle catene che rilegano ad ovest la Punta Galizia e ad est raggiungono la Dora Baltea. Le cime più importanti di questo gruppo sono la Rosa dei Bianchi (3163 m) e il Mont Mars (2755 m). Questa linea separa i bacini del Savara, della Grand Eyvia e dell'Ayasse, le vallate del Canavais percorse dagli affluenti dell'Orco e del Chiusella. Essa è interrotta da passaggi un tempo frequentati: il Col du Nivolet (2641 m)<sup>117</sup>, il Col dell'Arietta (2939 m) e il Col de Bardoney (2832 m), il Col de la Nouva e Larissa.

Ad ovest, invece i limiti della regione sono costituiti dalla cresta che separa i bacini delle Dore di Rhêmes, di Valgrisenche, del Verney e della Val Veny e del bacino dell'Isère<sup>118</sup>. Partendo da questa cresta, dove l'altitudine media è di circa 3200 m., si possono notare diverse cime, circondate da vasti ghiacciai: la Punta Galizia (3345 m), la Granta Parey (3387 m), la Grande Sassièr (3672 m), il Mont Ormelune (3252 m), il massiccio del Ruitor (3486 m) e la Punta Lescaud (3127 m). Ad un certo punto quattro colli interrompono la cresta: il Col di Rhêmes, a monte di La Thuile (2188 m) e il Col de la Seigne, sopra la Val Veny (2514 m)<sup>119</sup>.

A nord, i massicci più importanti di tutta la catena montuosa delle Alpi limitano la regione: il Monte Bianco (4810 M), il Massiccio di Velan (3708 m), il gruppo della

---

<sup>117</sup> Un bellissimo colle che divide la Valle d'Aosta dalla Val Soana. È facilmente raggiungibile dalla località di Pont, a Valsavarenche.

<sup>118</sup> Una delle riviere più importanti della Francia del Sud.

<sup>119</sup> Nella preistoria alcuni di questi colli permisero il passaggio dalla Val d'Isère alla Valle d'Aosta. Il Cromlech, situato nel Colle del Piccolo San Bernardo, ne è la testimonianza.



Per capire meglio cosa vuol dire affrontare 333 km di distanza con un dislivello così impegnativo in sole 150 ore, analizzeremo ora il lungo percorso che si svolge su ben 25 colli al di sopra dei 2000, passando accanto a 30 laghi alpini. Quest'ultimo, svolto da semplici appassionati di montagna, richiederebbe un tempo di percorribilità pari alle due settimane circa, calcolando anche la permanenza nei rifugi. La maggior parte dei corridori del Tor, riesce invece a percorrere l'anello in sole 150 ore, camminando per giorni interi, riposandosi raramente e concedendosi soltanto dei micro-sonni<sup>123</sup>.

All'interno del tracciato sono previste sette diverse tappe. Sono inoltre presenti sedici rifugi<sup>124</sup>, di cui quindici in Valle d'Aosta, e uno solo in Piemonte<sup>125</sup>.

Paola Pignatelli scrive:

cos'è un rifugio di montagna? Un luogo dell'anima, prima di tutto. Un punto di approdo, una meta.

Un nido. È un posto dove ci si sente a casa.

Una sensazione che prova non solo chi vi giunge dopo aver camminato per decine e decine di chilometri (come fanno i concorrenti del Tor des Géants). Ma anche i semplici escursionisti. Perché in alta quota il gestore che accoglie gli ospiti diventa un padrone di casa che apre le porte del suo mondo. Si entra con il proprio zaino e le proprie scarpe ai piedi, ma il resto è tutto in comune. Compreso l'amore per gli spazi aperti, per i silenzi pieni di pensieri, per la fatica, per la pioggia sul viso. Chi cammina lungo i sentieri del Tor sperimenta un'accoglienza che non ha nulla a che vedere con la semplice cortesia. Veri e propri guardiani delle montagne, i gestori dei rifugi diventano padri di una grande famiglia, che è unita non da vincoli di sangue ma da passioni comuni<sup>126</sup>.

Essenziali dunque sono le diverse zone messe a disposizione come punti di ristoro, riposo e soccorso, consentendo ai Giganti di nutrirsi, trovare le loro sacche con all'interno i ricambi, riposarsi e dormire<sup>127</sup>.

Troviamo quindi:

---

<sup>123</sup> La media dei pernottamenti dei partecipanti nei rifugi è di due ore al giorno. Si legga l'articolo "La micro-sieste, on teste?" della rivista Nature Trail n° 33; settembre – ottobre 2019: 68.

<sup>124</sup> Il Tor des Glaciers, essendo più lungo e tecnico, vede la presenza di 24 rifugi.

<sup>125</sup> Il rifugio Coda si trova a Pollone. È un punto strategico per la tappa che da Donnas sale verso Gressoney, uno dei tratti più difficile da percorrere, a causa dell'elevato numero di dislivello positivo.

<sup>126</sup> Pignaelli P. per i testi, Parussolo M. per le illustrazioni (2012), *Tor des Géants. Valle d'Aosta - Un racconto fotografico di Stefano Torriente*, Simbe Books.

<sup>127</sup> Il volontario è una figura di vitale importanza nelle basi vita. I massaggiatori, definiti *MassaggiaTor*, ad esempio fanno turni massacranti di 14 ore senza fermarsi un attimo.

- *Punti di soccorso e di controllo;*  
sono un punto logistico fondamentale in quanto sono luoghi di assistenza, di controllo del passaggio del corridore e di chiamata per il soccorso. Ogni trailer è dotato di un braccialetto munito di chip, in modo da poter monitorare la corsa in ogni momento<sup>128</sup>. Ogni passaggio deve essere cronometrato e registrato<sup>129</sup>.
- *Punti di ristoro;*  
punti dove i futuri Giganti possono nutrirsi. Gli alimenti forniti sono cibi complementari alla dieta del trailer<sup>130</sup>. La dislocazione dei vari punti è strategia in quanto è studiata da poter garantire un facile approvvigionamento.
- *Basi vita;*  
qui, i runner possono riposare. Medici e infermieri forniscono assistenza e cure di ogni tipo e per ogni emergenza. A volte, già dopo la prima tappa alcune persone non riescono più a proseguire a causa di dolori fisici<sup>131</sup>. Un aspetto essenziale è quello di utilizzare scarpe adatte al terreno per poter affrontare un percorso così tecnico<sup>132</sup>.
- *Sicurezza e trasporti;*  
Punti di controllo di passaggio dei concorrenti. Un collegamento radio è organizzato tra i vari punti di controllo e la centrale operativa<sup>133</sup>, al fine di monitorare l'andamento dei concorrenti ed avvisare le diverse basi vita dell'imminente arrivo. Se un corridore dovesse ritirarsi, sarà

---

<sup>128</sup> Dal sito ufficiale è possibile vedere l'andamento della gara dei diversi Giganti.

<sup>129</sup> Durante il Tor del 2014, Francesca Canepa, nota atleta valdostana, è stata accusata di aver preso un passaggio in auto e fu squalificata. È stata una vicenda molto triste che ad oggi la vede innocente.

<sup>130</sup> Per informazioni sulla dieta di un trail runner si veda: Galloway J., *Trail running* (2016), Erregiemme Printing Srl: 172; l'articolo "Le petit déjeuner presque parfait du traileur" della rivista *Nature Trail* n° 8; luglio -agosto 2015: 56.

<sup>131</sup> Si veda l'articolo "*Le trail, c'est le pied*", della rivista *Nature Trail* n° 35; gennaio - febbraio 2020: 68.

<sup>132</sup> Si veda: Galloway J. (2016), *Trail running*, Erregiemme Printing Srl.

<sup>133</sup> La centrale operativa si trova ad Aosta nella sede di Vda Trailers, in via Trottechien 35c. Nicoletti ed altri organizzatori rimarranno lì durante l'intero evento (tranne durante la partenza e al momento dell'arrivo dei primi Giganti).

accompagnato nella base vita più vicina e successivamente a Courmayeur. Questo servizio è inoltre disponibile a pagamento anche per gli accompagnatori dei trailer, un incentivo per far utilizzare i mezzi di trasporto dei comuni al posto dell'auto privata.

Di seguito troveremo una tabella che ci mostra la difficoltà della competizione. Il punto più basso della gara è a Donnas, situato ad un'altitudine di 308 metri s.l.m., mentre quello più alto è a 3299 metri s.l.m. al Col Lauson, nella vallata di Cogne.

TAPPE TDG	DISTANZA	DISLIVELLO POSITIVO
1) Courmayeur - Valgrisenche	49 km	3996 D +
2) Valgrisenche – Cogne	56 km	4141 D +
3) Cogne – Donnas	44 km	3348 D +
4) Donnas - Gressoney Saint Jean	53 km	4107 D +
5) Gressoney Saint Jean - Valtournenche	39 km	2601 D +
6) Valtournenche - Ollomont	44 km	2702 D +
7) Ollomont – Courmayeur	48 km	2880 D +
<b>Totale</b>	<b>333 km</b>	<b>23775 D +</b>

Figura 13 - Le sette tappe del Tor. (Rielaborazione personale dal sito ufficiale Tor des Géants).

Come già accennato in precedenza, i Giganti devono percorrere le Alte Vie n°1 e n° 2 della Valle d'Aosta. Esse nacquero ufficialmente nel 1981 e nel 2009 furono rese percorribili grazie al collegamento tra le due<sup>134</sup>.

L'Alta Via n° 2 è quella con partenza da Courmayeur e arrivo a Donnas. Essa è denominata "via naturalistica" in quanto buona parte del suo percorso si estende nei Territori del Parco Nazionale del Gran Paradiso (PNGP)<sup>135</sup> e del Parco Naturale del Mont

<sup>134</sup> L'anello è stato completato nella parte tra Champorcher e Gressoney-Saint-Jean attraverso il vallone della Legna, toccando in questo modo il territorio dei comuni di Pontboset, Donnas, Fontainemore, Issime e Gaby, per risalire lungo la Valle del Lys.

<sup>135</sup> È il Parco Nazionale più antico di Italia.

Avic<sup>136</sup>. Il mese ideale per percorrerla è quello di luglio, il periodo migliore per ammirare la ricca flora e fauna.

Sono 14 le tappe dell'Alta Via n°2; esse richiedono dalle 3 alle 5 ore di marcia ognuna. I sentieri sono ben percorribili e si trovano abitualmente sui 2000 metri di quota. Da Courmayeur, il tracciato sale verso La Thuile; da qui si raggiunge il rifugio Deffeyes; durante il tragitto è consigliato ammirare le bellissime cascate del Ruitor<sup>137</sup>. Dopo la salita al Col de la Crosatie, si prosegue in direzione Planaval<sup>138</sup>, a Valgrisenche. Superata poi la dura salita verso il Col Entrelor, nella vallata di Rhêmes Notre Dame, si continua fino a raggiungere il rifugio Sella<sup>139</sup>, situato nel cuore del Parco Nazionale del Gran Paradiso. Superando poi la lunga traversata ricca di colli, suggestivi paesaggi e alpeggi, si raggiunge il bellissimo lago di Miserin<sup>140</sup>, nel Parco Naturale del Mont Avic. Successivamente si inizia una lunghissima discesa fino al borgo medievale di Donnas<sup>141</sup>.

L'Alta via n°1, invece parte da Donnas e arriva a Courmayeur. Essa è composta da 17 tappe. Quest'ultime sono adatte a tutti<sup>142</sup> e richiedono normalmente dalle tre alle cinque ore di marcia. L'Alta Via n°1 è denominata anche *Alta Via dei Giganti*, in quanto si snoda ai piedi delle più imponenti montagne d'Europa: il Monte Rosa in primis, il Monte Cervino poi ed infine il Monte Bianco. Essa si trova ad un'altitudine media di circa 2000 metri, anche se a volte si sfiorano addirittura i 3000 metri<sup>143</sup>.

Da Donnas inizia una lunga salita fino a Gressoney Saint Jean, attraversando i comuni di Perloz, Issime, Fontainemore e Gaby. La tappa successiva è quella che da Gressoney<sup>144</sup> porterà ai piedi della Gran Becca<sup>145</sup>, attraversando la Val d' Ayas. Successivamente, dopo

---

<sup>136</sup> Il Parco Naturale del Mont Avic occupa i comuni di Champdepraz e di Champorcher. A differenza del PNGP, i cani possono accedere nel Parco, al guinzaglio e solo lungo i sentieri segnalati.

<sup>137</sup> Dalla frazione La Joux di La Thuile in un'ora e mezza si raggiungono le tre cascate del Ruitor. Esse sono le cascate più imponenti dell'intera Valle d'Aosta e prendono il nome dal maestoso ghiacciaio.

<sup>138</sup> Nota meta di partenza per diverse escursioni estive, ma scelta anche dagli appassionati di sci alpinismo.

<sup>139</sup> Il Sella è un rifugio molto conosciuto e apprezzato dalle famiglie. La caratteristica dei sentieri è quella di essere lastricati o a gradini, in quanto fatti costruire dal re Vittorio Emanuele II per poter praticare la sua passione per la caccia.

<sup>140</sup> È il più esteso lago della Valle d'Aosta. Ogni anno, il 5 agosto si celebra la processione al Santuario "Notre Dame de la Neige", facilmente raggiungibile in un'ora dall'ultimo parcheggio di Champorcher.

<sup>141</sup> Nato lungo la strada romana delle Gallie, è molto suggestivo.

<sup>142</sup> Oltre ad essere ben segnalati, questi sentieri hanno una larghezza di 80 cm.

<sup>143</sup> Il bellissimo Col del Malatrà, il colle più amato dagli appassionati di montagna, raggiunge i 2925 m.

<sup>144</sup> Questa zona è caratterizzata dalle tradizioni costruzioni della cultura Walser. Per poter assistere a questa tappa del Tor, si consiglia di raggiungere Steina (Gressoney St Jean), risalire il vallone di Loo, per poi raggiungere il Col Lazoney; è un'escursione di circa tre ore e mezza.

<sup>145</sup> La "Gran Becca" è come i valdostani definiscono il Cervino.

aver fatto una piccola sosta a Torgnon<sup>146</sup>, si passerà nel bellissimo vallone di Saint – Barthélemy; accanto al rifugio Cunéy, si trova il Santuario dedicato a Notre Dame des Neiges, che è il più alto d'Europa (2696 m). Da qui, i Giganti inizieranno ad intravedere il traguardo anche se il percorso davanti a loro sarà ancora lungo perché dovranno ancora attraversare i comuni di Oyace, Ollomont e Saint-Rhémy en Bosses. L'ultima tappa si avvicina e dal rifugio Frassati si raggiunge il punto più fotografato di tutti: il Col Malatrà. Da qui, si scende passando per i rifugi Bonatti e Bertone per poi arrivare alla linea di traguardo a Courmayeur.



Figura 14 - Passaggio al Col Malatrà. (Foto di Stefano Jeantet).

In conclusione, possiamo affermare che il percorso del Tor è davvero unico principalmente per due motivazioni; dapprima grazie alla difficoltà tecnica che un corridore deve affrontare e in secondo luogo grazie ai luoghi che attraversa che sono caratterizzati da paesaggi unici al mondo.

---

<sup>146</sup>Torgnon è la località ideale per famiglie, in quanto molto soleggiata e ricca di attività per bambini.

### 3.3 Il Tor: un evento in continua crescita

#### 3.3.1 I numeri del Tor: un evento internazionale di successo

In questo paragrafo capiremo come il Tor sia diventato importante in questi anni. Per comprendere al meglio l'evoluzione della competizione, è stato scelto di analizzare alcuni dati della prima edizione nel 2010, la quinta nel 2014 e la decima nel 2020.

Nel primo anno in cui si è svolto il Tor des Géants, ossia dal 12 al 19 settembre 2010, gli iscritti erano 332. Essendo un'edizione che ha fatto “da cavia” molti residenti erano restii ed alcuni proprietari di rifugi si stupirono quando videro arrivare i primi atleti. Essi erano increduli e non avrebbero mai pensato che qualcuno, a detta loro, fosse così pazzo da poter compiere una corsa così faticosa.

La particolarità della prima edizione, fu che non ci furono preiscrizioni e quindi, tutte le persone che decisero di partecipare, furono selezionate. L'unico vincolo era quello di avere un'età superiore ai vent'anni.

Illustrando alcuni numeri, si evince che i volontari furono circa 500, dislocati nelle sette basi vita. I finisher furono invece 179, di cui 15 donne e 164 uomini. Interessante è notare come già dalla prima edizione i finisher provenivano da sedici nazioni diverse, segno chiaro di come l'ultra trail sia una pratica conosciuta e praticata in tutto il mondo. Di seguito la suddivisione degli iscritti in base alla nazione di provenienza: Italia: 141; Francia: 68; Spagna: 20; Belgio: 20; Stati Uniti: 8; Svizzera: 8; Canada: 5; Germania: 3; Finlandia: 2; Regno Unito: 2; Lussemburgo: 1; Portogallo: 1; Austria: 1; Sud Africa: 1; Guyana francese: 1 e Giappone: 1<sup>147</sup>. Da ciò, si può dunque affermare che la prevalenza di atleti è stata di nazionalità italiana, ma già in quell'occasione non mancò un'ottima rappresentativa internazionale. Rimanendo nell'ambito dell'internazionalità, gli sponsor principali furono la Tecnica e la Grivel<sup>148</sup>.

Il vincitore della prima edizione del Tor fu Ulrich Gross, all'epoca 38enne altoatesino, che concluse la gara in 80 ore, 27 minuti e 23 secondi<sup>149</sup>. Secondo lo spagnolo

---

<sup>147</sup> I dati sono stati forniti dall'ufficio stampa del Tor.

<sup>148</sup> La Grivel è l'unica azienda valdostana che produce attrezzatura per l'alpinismo e articoli sportivi per la montagna.

<sup>149</sup> In altre parole, in soli tre giorni e otto ore.

Salvador Calvo Redondo, 86:47:54, e terzo il francese Guillaume Millet<sup>150</sup>, 87:17:37. Quarta assoluta la prima donna, nonché sorella del vincitore, Anne Marie Gross, che concluse il percorso in 91:31:13. Il sesto posto fu ottenuto dal primo valdostano, Abele Blanc<sup>151</sup>, con il suo ottimo tempo di 96:44:1, per il primo ultra trail della sua vita. Una menzione particolare merita Gigi Riz, ultimo concorrente in gara che ha tagliato il traguardo allo scoccare della centocinquantesima ora. Lo spirito del Tor è magico e questo lo possiamo affermare ricordando gli ultimi sforzi di Gigi Riz: i fratelli Gross hanno deciso di percorrere l'ultimo chilometro con l'atleta per rendergli onore.

Per partecipare alla quinta edizione del Tor, svoltasi dal 7 al 14 settembre 2014, ci furono 2114 domande di preiscrizione. Per motivi di sicurezza e anche organizzativi, sono stati sorteggiati “soltanto” 773 atleti. Furono 444 i Giganti che tagliarono la soglia del traguardo, 44 donne e 400 uomini<sup>152</sup>. Il vincitore fu Franco Collé che concluse la gara in 71 ore e 41 minuti, che migliorò il suo tempo di 16 minuti, rispetto all'anno prima che arrivò sul terzo gradino del podio. Due anni prima invece arrivò quinto e nel 2018 vinse nuovamente il Tor. Sugli altri due gradini del podio invece salirono: Nickademus Hollon, 76:29:38, e con il tempo di 79:02:29 Antoine Guillon e Christophe Le-Saux. La classifica generale delle donne fu: Emilie Lecomte prima, 85:53:14, Lisa Borzani seconda, 98:27:16 e Denise Zimmermann terza, 98:27:16.

Di seguito, possiamo notare che il Tor des Géants divenne un evento maggiormente conosciuto all'estero. Infatti, soltanto cinque anni dopo dalla prima edizione, oltre alle sedici nazioni citate precedentemente, parteciparono corridori provenienti anche da: Cina, Carolina del Nord, Indonesia, Portogallo, Paesi Bassi, Russia, Brasile, Svezia; Messico; Turchia; Polonia; Nuova Caledonia; Danimarca; Repubblica Slovacca, Ucraina, Malaysia, Perù, Serbia e Montenegro, Réunion, Croazia, Corea del Sud, Slovenia, Norvegia, Irlanda, Bulgaria, Argentina, Hong Kong e Lituania.

---

<sup>150</sup> Ultra trailer francese che ha scritto i volumi: Millet G., *Ultra-Trail:plaisir, performance et santé*, Outdoor-edition; Millet G., *Réussir son UTMB*, Outdoor-edition.

<sup>151</sup> Abele Blanc è un famoso alpinista valdostano. Ha ottenuto il record di salita e discesa dal Gran Paradiso in 2:28:25. Ha scalato oltre 14 vette sopra gli 8000 m (tra cui nel 2010 l'Everest senza ossigeno) e compiuto diverse salite solitarie invernali su vari 4000 italiani. È guida alpina, maestro di sci di fondo, istruttore nazionale di sci alpinismo, delle guide alpine e istruttore regionale di soccorso alpino. Bisogna sottolineare il risultato ottenuto nella partecipazione del Tor in quanto aveva 56 anni.

<sup>152</sup> Dati forniti dalla segreteria di Valle d'Aosta Trailers.



Figura 15 - Arrivo al traguardo di Franco Collé<sup>153</sup> che conquista la sua prima vittoria.

(Foto di Andrea Vallet).

Nel 2019, ossia l'ultima edizione denominata Tor X svoltasi dall'8 al 15 settembre, i corridori sorteggiati sono stati 950. Il numero delle preiscrizioni è stato di 2733 richieste. 61 donne e 504 uomini hanno concluso questo endurance trail per un totale di 565 finisher. Le nazioni di provenienza erano 80. Di seguito le nazioni per ogni paese di provenienza con prima il numero di preiscrizioni e dopo il numero di persone ammesse alla gara: Italia: 946 e 339; Belgio: 65 e 19; Francia: 488 e 135; Svizzera: 77 e 24; Germania: 46 e 15; Spagna: 140 e 42; Cina: 86 e 26; Ungheria: 5 e 3; Stati Uniti: 63 e 20; Giappone: 134 e 40; Regno Unito: 68 e 20; Canada: 63 e 18; Singapore: 11 e 6; Grecia: 12 e 5; Taiwan: 8 e 4; Réunion: 4 e 3; Polonia: 13 e 5; Australia: 10 e 4; Bulgaria: 6 e 3; Austria: 15 e 6; Portogallo: 25 e 9; Romania: 18 e 7; Slovenia: 5 e 3; Norvegia: 7 e 3; Croazia: 2 e 2; Irlanda: 12 e 5; Corea: 4 e 2; Argentina: 21 e 8; Ecuador: 1 e 1; Paesi Bassi: 14 e 5; Svezia: 7 e 4; India: 1 e 1; Hong Kong: 21 e 8; Filippine: 2 e 2; Finlandia: 4 e 3; Brasile: 12 e 5; Danimarca: 7 e 4; Russia: 16 e 5; Malaysia: 6 e 4; Estonia: 1 e 1; Indonesia: 1 e 1; Turchia: 2 su 2; Kenya: 2 e 2; Senegal: 3 e 3; Costa Rica: 3 e 2; Ucraina: 4 e 3; Nuova Zelanda: 3 e 3; Messico: 5 e 3; Sud Africa: 5 e 2; Israele: 2 e 1; Repubblica

<sup>153</sup> Primo uomo a vincere per due volte il Tor des Géants, è l'orgoglio di tutti i valdostani, come si nota dallo striscione sullo sfondo "Gressoney ringrazia il suo Gigante".

Ceca: 5 e 3; Serbia: 9 e 4; Guernsey: 1:1; Zimbabwe: 1 e 1; Perù: 1 e 1; Slovacchia: 4:1; Kuwait: 1 e 1; Macau: 1 e 1; Thailandia: 4 e 3; Malta: 2 e 2; Islanda: 3 e 3; Guyana francese: : 1 e 1; Gabon: 1 e 1; Andorra: 2 e 2; Emirati Arabi: 3 e 3; Vietnam: 2 e due; Sudan del sud: 1:1; Lituania: 1 e 1; Lebanon: 1 e 1; Jersey: 2 e 2; Colombia: 2 e 2; Madagascar: 1 e 1; Monaco: 1 e 1; Liechtenstein: 1:1; Nuova Caledonia: 1 e 1. Oltre a queste, dobbiamo includere sette atleti residenti in Giordania, Oceania, Isola di Man, Guyana francese e Cile che hanno inviato la domanda di preiscrizione ma non sono stati selezionati.

L'undicesima edizione del Tor, si svolgerà dal 13 al 20 settembre 2020.

Grazie alle informazioni cercate sul sito ufficiale del Tor X<sup>154</sup>, abbiamo appreso che anche per questa nuova edizione, le preiscrizioni provengono da tantissime nazioni diverse. Per essere più precisi, per il Tor 130 e il Tor 30 le nazioni di provenienza sono 27; per il Tor 450 invece 37; il Tor 330 rimane sempre la competizione più ambita e il totale in questo caso è di 77 Paesi, così suddivisi: Italia: 966; Francia: 422; Giappone: 145; Spagna: 137; Regno Unito: 101; Svizzera: 86; Stati Uniti: 75; Cina: 71; Germania: 60; Belgio: 49; Grecia: 25; Portogallo: 25; Canada: 25; Paesi Bassi: 22; Taiwan: 19; Argentina: 18; Polonia: 18; Hong Kong: 18; Australia: 16; Romania: 15; Russia: 12; Danimarca: 11; Malaysia: 10; Brasile: 10; Irlanda: 10; Singapore: 9; Austria: 8; Thailandia: 7; Turchia: 7; Norvegia: 7; Sud Africa: 6; Messico: 6; Ucraina: 6; Svezia: 6; Repubblica Ceca: 5; Réunion: 5; Corea: 5; Nuova Zelanda: 5; Slovenia: 5; Repubblica Slovacca: 4; Bulgaria: 3; Finlandia: 3; India: 3; Cile: 3; Lussemburgo: 3; Filippine: 2; Costa Rica: 2; Guernsey: 2; Senegal: 2; Mauritius: 2; Nuova Caledonia: 2; Serbia: 2; Indonesia: 2; Perù: 2; Andorra: 2; Vietnam: 2; Polinesia francese: 1; Colombia: 1; Moldavia: 1; Guyana: 1; Jersey: 1; San Marino: 1; Macedonia: 1; Giordania: 1; Cipro: 1; Sudan del Sud: 1; Guatemala: 1; Bahrain: 1; Kuwait: 1; Croazia: 1; Kazakhstan: 1; Algeria: 1; Repubblica Democratica del Laos: 1; Lituania: 1; Venezuela: 1; Islanda: 1; Monaco: 1.

Dai dati delle diverse edizioni, emerge un notevole aumento di presenze di concorrenti provenienti da ogni parte del Mondo. In particolare, l'aumento di iscritti dalle nazioni della Nuova Zelanda, della Turchia e dell'India.

---

<sup>154</sup> Il sito ufficiale del Tor des Géants è: <https://www.tordesgeants.it/it>.

La domanda che sorge spontanea quindi è: “Come fanno ad essere a conoscenza del Tor des Géants, persone provenienti da così da lontano?”

Di seguito troviamo delle possibili risposte che ci permettono di capire come il Tor sia promosso all'estero.

Iniziamo la nostra analisi osservando il risultato di motore di ricerca, visionando il posizionamento nella pagina dei diversi risultati. Digitando “Tor des Géants”<sup>155</sup> appare subito il sito ufficiale e questo dimostra che questo canale è facilmente reperibile. Successivamente, troviamo il sito web di Wikipedia<sup>156</sup>, seguito da YouTube. Il quarto posto è occupato dalla pagina del social network Facebook e in seguito, appaiono diversi articoli di blog per appassionati di trail e molto altro ancora.

Riteniamo opportuno analizzare il primo canale di comunicazione, ossia il sito web ufficiale della competizione.

Entrando nella Home Page possiamo affermare che il tempo di caricamento della pagina è molto veloce, il contenuto generale è esaustivo e ben curato ed il logo del Tor è presente e in primo piano, affiancato da una bellissima foto di un concorrente che ammira l'ampia vista delle montagne valdostane all'alba<sup>157</sup>. Già da questo, si può notare l'intenzione di promuovere la Valle d'Aosta. Inoltre, il menù di navigazione è semplice ed intuitivo e il sito è visionabile attraverso diverse lingue: l'italiano, il francese e l'inglese. Ciò dimostra che è un mezzo di comunicazione moderno e aggiornato, nonché ricco di varie informazioni che aiutano la valorizzazione della regione più piccola d'Italia; ad esempio si possono scaricare le varie tappe del percorso e visionare tantissime foto che mostrano, oltre alle persone, immagini che esaltano la bellezza naturale della nostra regione. Oltre a ciò, possiamo dichiarare che i contenuti sono di ottima quantità in quanto, oltre alle informazioni generali sulle diverse competizioni, classifiche, iscrizioni, regolamento, ecc. In particolare, nella sezione “Storie di Tor”, ci sono argomenti di buona qualità; questa parte dedica spazio agli atleti, alle loro emozioni e alle loro esperienze, consigliando libri sul Tor e incuriosendo il visitatore del sito dandogli informazioni aggiunte. Questo è un aspetto interessante in quanto possiamo affermare che è una parte insolita per un sito che

---

<sup>155</sup> La prova è stata fatta attraverso una pagina con modalità privata, quindi le ricerche effettuate in precedenza non sono state tenute in considerazione.

<sup>156</sup> Questa pagina è stata aggiornata fino al 2018, per questo motivo non la esamineremo.

<sup>157</sup> La scelta delle foto è molto importante. È provato che le foto con tramonti e albe, sono quelle più apprezzate in quanto catturano maggiormente attenzione rispetto ad altre.

promuove una competizione. Per di più, gli approfondimenti e le risorse aggiuntive sono abbondanti, ricchi di contenuti facili da trovare. Nella sezione “Valle d’Aosta”, ad esempio, le caratteristiche geografiche e morfologiche della regione sono esaltate; inoltre sono molto utili i diversi link per capire come arrivare a Courmayeur, utilizzando diversi mezzi di trasporto. Oltre a ciò, la formattazione della pagina è curata e gradevole e ampio spazio è dedicato agli sponsor. Anche in questo caso, la valorizzazione della regione è messa al primo posto. Ne è l’esempio la partnership con il Parco Nazionale del Gran Paradiso. Cliccandoci sopra, appare subito una descrizione delle caratteristiche del Parco e sono evidenziati i tre centri visitatori. Accanto al testo, si vedono diverse immagini che esaltano ancora una volta la bellezza naturale ed incontaminata dei sentieri del Tor. L’unica nota negativa è che manca un collegamento con le strutture ricettive; questo, sarebbe una parte molto utile e apprezzata da parte dei concorrenti che provengono dall’altra parte del mondo, in quanto dopo molte ore di aereo devono avere il tempo di ambientarsi, prima di affrontare una competizione come il Tor.

In conclusione, possiamo attestare che vista l’ottima qualità percepita, il sito è da prendere come esempio e garantisce un elevato stimolo a tornare a visionarlo.

Un altro canale molto importante per la promozione e la valorizzazione della Valle d’Aosta è sicuramente la piattaforma di YouTube. La pagina del Tor è stata creata il 21 marzo 2011. Ad oggi sono stati caricati più di 200 video, gli iscritti al canale sono 4060 e le visualizzazioni sono di 1114283, si tratta di numeri sorprendenti. Il logo è quello del Tor X, che appare in ogni piattaforma sociale: un chiaro segno di continuità della mission<sup>158</sup>.

Quello che risulta dalla maggior parte dei video visionati è nuovamente il fatto che si voglia valorizzare il territorio; quest’ultima dichiarazione, possiamo affermarla grazie alla visione delle ampie riprese dall’alto: la natura è messa di nuovo al centro e i luoghi suscitano diverse emozioni. Le alte montagne, i fiori alpini<sup>159</sup>, gli animali selvatici, le lunghe vallate e i grandi laghi racchiudono quello che è la Valle d’Aosta. Alla base di

---

<sup>158</sup> Nel mondo dei social network è essenziale avere lo stesso logo e la stessa immagine di copertina in ogni piattaforma sociale.

<sup>159</sup> In Valle d’Aosta sono quattro i giardini botanici dove poter ammirare il patrimonio floristico alpino. Essi sono Chanousia al Colle del Piccolo San Bernardo; Saussurea alla stazione Pavillon della Skyway Monte Bianco; Paradisia a Cogne e il giardino di Castel Savoia a Gressoney-Saint-Jean.

tutto ciò, emerge un messaggio promozionale di fondo: quello di valorizzare e promuovere il territorio della Valle d'Aosta. Inoltre, si notano molti richiami culturali, come ad esempio immagini della cucina locale<sup>160</sup>, le mucche<sup>161</sup> negli alpeggi che richiamiamo la tradizione contadina, i costumi dei "Lé Beuffon"<sup>162</sup> che accompagnano i concorrenti all'inizio e all'arrivo della competizione, le abitazioni con i tetti in losa<sup>163</sup>, i monumenti romani, l'uso delle campane per incoraggiare i concorrenti.

I social network sono un potente mezzo di comunicazione odierno e proprio per questo motivo il Tor des Géants ha deciso di iscriversi su Facebook e Instagram.

Quella di Facebook, è una pagina business<sup>164</sup> gestita dall'associazione Valle d'Aosta Trailers<sup>165</sup>. Ben 70420 persone hanno messo il *like* alla pagina, 72129 sono *fan* e 2345 persone si sono registrate. Il maggior successo di questo social è durante la gara; i *followers* possono assistere a diverse *dirette* che mostrano vari momenti nelle basi vita; inoltre, la situazione della competizione è aggiornata e vengono fatte diverse interviste ai concorrenti. L'arrivo di Franco Collé a Courmayeur nel 2018 ha avuto un picco di 73336 visualizzazioni<sup>166</sup>. In aggiunta, l'interazione con il pubblico è molto alta: ogni due giorni viene aggiunta una foto o caricato un video.

Inoltre, sempre su Facebook, è stato creato un gruppo pubblico<sup>167</sup> chiamato "330 K 24000 D+ Tor des Géants, la grande sfida e tu?". Quest'ultimo è dedicato alle persone che aspirano a partecipare al Tor; ci sono molti post di richiesta di consigli tecnici o su quanto tempo e in quali punti dormire, condivisione di esperienze di chi è riuscito a terminare la gara, inviti a partecipare a camp trail e inoltre molti altri temi. È stato creato l'8 novembre 2013 e ad oggi sono ci sono 14000 iscritti. In più, sono postati circa 10 post alla settimana, segno che al Tor si pensa tutto l'anno.

---

<sup>160</sup> La Valle d'Aosta è ricca di piatti tipici, i più rappresentativi sono: la Seupa à la Valpelinente, la Favò, il Civet di selvaggina, senza dimenticare i salumi e i formaggi DOP.

<sup>161</sup> Le mucche valdostane si dividono in: Valdostana Pezzata Rossa, ossia la mucca ricca di latte, e Valdostana Pezzata Nera e Castana, ovvero le mucche Regine protagoniste durante le Batailles de Reines.

<sup>162</sup> Maschere simbolo del Carnevale di Courmayeur. Sono un'interpretazione ironica di una divisa militare.

<sup>163</sup> Inconfondibili coperture in pietra dei tetti valdostani. Si veda l'Associazione Iosisti della Valle d'Aosta.

<sup>164</sup> A differenza del profilo Facebook, è uno strumento di marketing che consente di avere dei fan.

<sup>165</sup> Analizzare i dati Insight è un'operazione che richiede vari mesi di tempo. L'associazione non si occupa nello specifico di ricercare questo tipo di informazione, che è possibile rilevare solo se si gestisce la pagina Facebook.

<sup>166</sup> La media è dalle 116 alle 3500 visualizzazioni per ogni diretta.

<sup>167</sup> Un gruppo pubblico è un gruppo dove il contenuto è visibile a tutti.

L'account Instagram invece dispone di 396 *post* e 196000 *followers*. La pagina è ben presentata e aggiornata, ogni giorno una foto è postata<sup>168</sup>. L'ultimo video ha avuto 4238 visualizzazioni<sup>169</sup>. Diversamente da Facebook, in questo social network si possono caricare solo foto e video e come didascalia dell'immagine appaiono diversi *hashtag*; quelli più ripetuti sono: #TOR330, #TOR, #TORX, #TOR130, #TOR450, #tordesgeants, #tordesglaciers, #passageaumatrà, #endurancetrail, #trailrunninglife. Oltre a questo, l'aspetto più interessante è quello di poter vedere la geolocalizzazione di ogni foto e i *tag* inseriti da altre persone<sup>170</sup>. È curioso vedere come migliaia di persone non italiane abbiano postato immagini del Tor, e quindi di conseguenza della Valle d'Aosta. Ad esempio, in qualsiasi periodo dell'anno i Giganti postano i loro ricordi di gara con didascalie di questo genere "Mis momentos de placer. Hacer 13 k con 2300 acumulados para llegar lugar como este"; "Some high-altitude running at 3300 m. Col du loson @tordesgeants"; "Summer memories on @tordesgeants trails in my favorite place in the world"; "We are totally crazy... and we enjoy it!!". Inoltre, in una foto appaiono le braccia di due trail runner. Il primo braccio ha un orologio tatuato con all'interno il tempo in cui ha terminato la gara del Tor, mentre nel secondo braccio appare tatuato il logo del Tor X; la didascalia in questo caso è "Dos gigantes y una carrera". O ancora, dopo essersi preiscritti, futuri corridori scrivono che sognano di poter partecipare nuovamente alla competizione scrivendo: "Dreaming of being back on these trails! Whos's with me?! Can anyone name the rifugio on the Tor course close to this view?"; "It's like a dream to me"; in aggiunta, in una foto si nota un corridore seduto che sta mangiando una pizza; il post viene così presentato: "If you face the @tordesgeants, you deserve a good recovery, right?". L'internazionalità di questa competizione è data da tutte queste foto che ancora una volta dimostrano quanto sia importante questo evento e di come la Valle d'Aosta venga promossa continuamente.

---

<sup>168</sup> La particolarità di Instagram è quella di migliorare le proprie foto grazie all'applicazione di alcuni filtri. Le foto postate dalla pagina Instagram del Tor sono talmente belle che quest'ultimi non sono mai stati applicati.

<sup>169</sup> Lo stesso video su Facebook ha avuto 68304 visualizzazioni.

<sup>170</sup> Questo permette di condividere le proprie esperienze con altri utenti.



Figura 16 - La foto scelta per rappresentare il Tor: presente nella Home page del sito web, nell'immagine di copertina di Facebook e anche su Instagram.

Un altro potente mezzo di promozione avviene sicuramente attraverso le riviste specializzate di ultra trail. Tra queste, portiamo alla nostra attenzione “Dans l'intimité du Tor des Géants”, articolo tratto dalla rivista Nature Trail n°35.

Esso si apre con un'impetuosa immagine del Monte Bianco, primo evidente simbolo di promozione. Considerata l'Ottava Meraviglia del Mondo, è una fonte di attrazione turistica della Valle d'Aosta<sup>171</sup>.

Alexis Berg, autore e fotografo dell'articolo, lo definisce così:

C'étaient les dix ans, en septembre dernier, de ce monument de l'ultra – distance. Le Tor, c'est un défi colossal devenu légendaire : 356 km et 27 300 m de dénivelé positif sur les hautes routes du Val d'Aoste. Pour être déclaré finisher, il faut affronter plus de 25 cols et revenir à Courmayeur en moins de 150 heures<sup>172</sup>.

---

<sup>171</sup> La costruzione della SkyWay ha aumentato notevolmente i flussi turistici. Dopo varie tappe intermedie, essa permette di arrivare sulla terrazza panoramica di Punta Helbronner.

<sup>172</sup> Tratto dalla rivista Nature Trail n° 35; gennaio - febbraio 2020: 104.

Analizziamo ora alcune foto dell'articolo sopra citato che promuovono un evento ma anche la valorizzazione di un territorio.



Figura 17 - Un corridore sotto la pioggia del borgo di Donnas. (Foto di Alexis Berg).

Questa foto è stata scelta per rappresentare la copertina del n° 35 della rivista Nature Trail. È stata probabilmente scelta in quanto l'ultra trail è uno sport difficile; le condizioni metereologiche se non sono favorevoli comportano maggiori criticità in luoghi in cui si trovano sentieri. Bisogna tenere conto del fatto che in montagna le condizioni metereologiche possono cambiare all'improvviso. I corridori possono trovarsi a percorrere nello stesso giorno tratti di percorso in pieno giorno con temperature intorno ai 18/20 °C, mentre di notte potrebbero trovare neve e ghiaccio su sentieri molto tecnici e temperature sotto lo zero.

In questa prima foto vediamo un corridore camminare sotto la pioggia. Indossa la giacca antipioggia, che è uno degli oggetti inclusi nell'equipaggiamento obbligatorio per

affrontare il Tor<sup>173</sup>. In mano tiene i bastoncini da trail running, che per un corridore sono un grande aiuto nelle salite più ripide. Essi sono molto leggeri e possono essere pieghevoli. Ad esempio, se un corridore è su un tratto esposto con forti temporali, deve ripiegarli e metterli all'interno dello zaino. Se invece si trova in cima ad una cresta e c'è molto vento, i corridori dovranno accovacciarsi a terra, cercando di non rischiare la propria vita.

Ritornando al soggetto ripreso dal fotografo Berg, essendo all'interno del borgo di Donnas, ossia un tratto in piano su asfalto ideale per riprendere il fiato, il corridore non ha la necessità di usare i bastoncini. Per di più, si notano anche i tape<sup>174</sup> sui quadricipiti, segno indiscusso che ha avuto dei crampi o problemi muscolari durante la prima metà della gara. Inoltre, questa foto è suggestiva perché racchiude tre elementi chiave per la Valle d'Aosta: le volte in pietra, i borghi antichi e il legno. Proprio in quel borgo, in inverno si celebra la famosa Foire de Donnas. Essa è anche denominata "Petite Foire" e precede la millenaria Foire de Saint Ours<sup>175</sup> di due settimane. Inoltre, essa è considerata dai valdostani la vera fiera di artigianato. Grazie alla Veillà, le cantine del borgo aprono le loro porte. Essa è una festa che si svolge la sera prima della Fiera; le principali cantine dei borghi sono aperte e in ciascuna si possono gustare diverse specialità del territorio, il tutto accompagnato da musica folkloristica. In aggiunta, questo centro medievale è nato lungo la strada romana delle Gallie, che collegava Roma alle Valli del Rodano. Donnas, è uno dei punti più caratteristici dell'intera Via, in quanto, nel comune della Bassa Valle, è lunga 221 metri ed è stata intagliata nella roccia viva. Per di più, il borgo un tempo era un luogo frequentato dai commercianti, successivamente invece è diventato un punto di riferimento per i pellegrini che decidono di percorrere la Via Francigena<sup>176</sup>.

---

<sup>173</sup> La lista di equipaggiamento obbligatorio è davvero lunga se si pensa che i runner dispongono di zaini leggerissimi.

<sup>174</sup> I tape sono delle fibre di cotone e nylon che aiutano a ridurre il dolore, drenare il gonfiore, migliorare la performance sportiva, risolvere un'infezione, ecc.

<sup>175</sup> La Foire de Saint Ours si svolge ogni anno il 30 e 31 gennaio. Gli artigiani espongono le loro opere in tutto il centro di Aosta.

<sup>176</sup> La Via Francigena in Valle si snoda in cinque diverse tappe. Essa inizia nella Valle del Gran San Bernardo a 2.450 metri di altitudine; il cammino scende poi lungo la vallata omonima fino a raggiungere Aosta (580 m); successivamente attraversa la valle centrale fino a Pont-Saint-Martin, dove esce dalla regione valdostana per proseguire il cammino in Piemonte.



Figura 18 - Il massiccio del Gran Paradiso. (Foto di Alexis Berg).

In questa foto ammiriamo un sentiero della tappa n°2 Valgrisenche – Cogne. Più precisamente, è l'ultimo tratto di questa lunga traversata. Da Eaux Rousses di Valsavarenche si raggiunge la località di Lavionaz Desot sino a salire fino al Col Loson, per poi scendere fino al rifugio Sella e proseguire fino a Valnontey, con l'obiettivo di raggiungere il centro di Cogne. Dopo un centinaio di metri di dislivello sopra il villaggio di Eaux Rousses<sup>177</sup>, si aprirà una balconata sul Gran Paradiso (4061 m), che è la montagna più alta del massiccio omonimo e che osserviamo nella foto. Esso è uno dei 4000 m più conosciuto in Italia. Esso richiama migliaia di alpinisti che ogni anno scalano la sua vetta. Esso è situato tra i comuni di Cogne e Valsavarenche, dove si trova il Parco Nazionale del Gran Paradiso. Quest'ultimo si estende su 70000 ettari di territorio di alta montagna;

---

<sup>177</sup> Eaux rousses, così definito per il tipo di acqua ferruginosa della zona, è una località di partenza per molte escursioni. È un'area molto amata in quanto ci sono degli alpeggi molto caratteristici ed è una zona molto panoramica ricca di flora e fauna. Per gli appassionati di architettura si veda il villaggio di Nex.

comprende le località valdostane di Cogne, Rhêmes-Notre Dame, Valsavarenche e la Val Soana, in Piemonte. Il simbolo del Parco è uno stambecco.



Figura 19 - Uno dei panorami che si possono ammirare durante il Tor. (Foto di Alexis Berg).

In questa terza foto non è chiara la località ma possiamo comunque intuire di essere al di sopra dei 2000 m in quanto non ci sono né alberi né fiori e la vegetazione è praticamente tutta uguale.

Racchiude inoltre un senso di libertà, di appagamento, d'incitazione a raggiungere l'obiettivo. Possiamo affermare che ha un valore promozionale immenso. Per gli amanti della montagna non c'è cosa più bella di vedere il sorgere del sole dietro una montagna. La Valle d'Aosta è una regione bellissima e riuscirebbe ad attirare turisti soltanto promuovendo immagini di montagne all'alba e al tramonto. Inoltre, alcuni sentieri del Tor sono percorribili anche in Mountain bike, offrendo un ulteriore appiglio per il turismo

sportivo. Il messaggio finale implicito è chiaro: “In Valle d’Aosta potrai trovare questi panorami” o “Se decidete di iscrivervi al Tor, avrete di un bellissimo panorama sulle Alpi italiane”.



Figura 20 - Un corridore in procinto di raggiungere il traguardo. (Foto di Alexis Berg).

Questa foto è tratta dall’ultima tappa che i trail runner devono percorrere se vogliono raggiungere l’obiettivo, ossia la tappa n° 7 Ollomont – Courmayeur. Possiamo notare che una persona sta correndo perché cosciente di essersi lasciato alle spalle più di 300 km. Contrariamente da prima, riconosciamo facilmente il luogo grazie al maestoso Monte Bianco, che assieme alle Grandes Jorasses<sup>178</sup> fa da cornice all’ultimo tratto del Tor. Sicuramente il trailer ha appena superato il Col de Malatrà, l’ultimo dei 25 colli del

---

<sup>178</sup> Esse sono un gruppo di montagne granitiche che si trovano nella parte settentrionale del Monte Bianco. È vivamente consigliato il percorso della pista da sci nordico per ammirarne la bellezza, situata nella Val Ferret.

percorso e definito come il vero premio della competizione. Accanto al corridore, notiamo una forma triangolare: è la bandierina gialla che indica i sentieri del Tor<sup>179</sup>. In Valle d'Aosta è scontato camminare ai piedi di montagne imponenti, ma in altri continenti non avviene e l'unicità del territorio emerge grazie anche a questa foto che fa capire quanto la montagna sia più grande rispetto all'uomo.



Figura 21 - Tifosi nelle vie di Courmayeur. (Foto di Alexis Berg).

In questa foto appaiono persone di diverse fasce d'età. Sono tutti intenti ad ammirare i corridori, così veloci da non essere catturati completamente dall'obiettivo. Dalle loro espressioni appare un senso di stupore ma anche di solidarietà verso persone che non conoscono ma che allo stesso ammirano ed incoraggiano. Da questo emerge che

---

<sup>179</sup> Le bandiere del Tor sono facilmente riconoscibili: esse sono di colore giallo con scritto sopra "TDG"; inoltre sono presenti tutto l'anno sui sentieri dell'endurance trail.

una delle caratteristiche dei valdostani, e più in generale degli italiani, è l'arte dell'ospitalità.

Possiamo quindi concludere sostenendo che il Tor sia un evento affermato. Questa breve analisi ci ha permesso di ripercorrere l'evoluzione di una delle competizioni più amate al mondo. È emerso che, negli ultimi anni, questo evento sportivo ha conosciuto non solo un aumento nel numero di trailers, ma anche una partecipazione sempre più internazionale. L'evento sportivo ha avuto così la peculiarità di mettere sotto gli occhi di centinaia di persone il luogo dove la manifestazione si svolge: grazie al Tor Valle d'Aosta è diventata una meta ambita in tutto il mondo e ogni anno migliaia di persone soggiornano in questa regione per partecipare, accompagnare o sostenere un corridore.

## CONCLUSIONI

Questo elaborato ha cercato di comprendere se il turismo sportivo, ed in particolare il Tor des Géants, siano effettivamente uno strumento di valorizzazione e promozione del territorio. A tal fine, troviamo di seguito diversi risultati.

Innanzitutto, è emerso che la relazione tra turismo e sport è essenziale. Il turismo sportivo infatti favorisce lo sviluppo della società e il suo benessere. Oggi, rispetto ad un tempo, le persone hanno più tempo libero da concedere allo svago e ogni giorno si dedica qualche ora allo sport preferito. Inoltre, negli ultimi anni il concetto di vacanze è cambiato: nella media, esse sono diventate più brevi ma più frequenti. Andare in vacanza è quindi un mezzo che ci permette di esprimere la nostra identità sociale e la scelta della nostra destinazione turistica ci consente di capire chi siamo. Tra le tante ferie, abbiamo quindi scoperto che le persone prediligono sempre più una vacanza all'insegna dello sport. In aggiunta, l'immagine finale della vacanza è influenzata dalle esperienze emotive provate durante il soggiorno, che sono molto importanti. In tal senso, possiamo in aggiunta affermare che il divertimento e il superamento di sé stessi sono alla base della scelta del turismo sportivo. In una società fatta di lavoro, sedentarietà e stress si cerca sempre più di evadere dalla propria zona di comfort, alla ricerca di emozioni forti: stare all'aria aperta infatti rigenera il corpo e l'adrenalina che scaturisce da un'attività fisica fa rinascere l'uomo.

In seguito, abbiamo appreso che la crescita degli sport invernali ha accordato, assieme alla pratica di attività sportive legate alla montagna, un forte incremento turistico, senza dimenticare i vantaggi economici dati dallo sviluppo di tutte queste attività. La neve è da sempre stata un elemento base per la nostra regione. Tuttavia, a fronte delle forti criticità ambientali, come ad esempio l'emergenza del turismo sciistico e il cambiamento della domanda, è bene che ogni località punti su un turismo di montagna responsabile. Ossia, si dovrebbe passare ad un turismo "estensivo" per avere una maggiore durata della stagione turistica, minore impatto sul territorio, maggiore autosufficienza rispetto agli interventi pubblici, minor impatto sul turismo sociale ed economico delle comunità ospiti. A mio avviso, le forme di turismo sportivo, naturalistico, escursionistico, enogastronomico e culturale sono le componenti di successo per un turismo di montagna.

Il presente studio ha per di più permesso di apprendere che l'organizzazione degli eventi è uno degli strumenti di marketing più efficaci per promuovere un territorio, attraendo di conseguenza persone e risorse. La mobilità internazionale rafforza il carattere mondiale dei luoghi investiti: gli eventi e le competizioni sportive che si svolgono accrescono la loro attrattività e la loro visibilità, grazie anche alla partecipazione di media e delle televisioni. Eppure, nella nostra regione l'importanza del marketing degli eventi legato alla promozione turistica non viene ancora sufficientemente compresa e le opportunità di sviluppo legato ad essa non vengono colte in modo adeguato. Una raccomandazione futura sarebbe perciò di riuscire a stabilire degli investimenti a lungo termine, migliorando in primis la viabilità, che è un elemento essenziale, e successivamente costruire nuove infrastrutture in grado di attrarre nuovi turisti. Detto ciò, possiamo quindi affermare che lo sport non è solo un mezzo di promozione, ma esso è anche un veicolo di cambiamenti di tipo sociale e culturale, che permette innovazione. L'intento del turismo sportivo è inoltre quello di migliorare una località con l'aiuto e la consapevolezza dei suoi abitanti. Ad esempio, i residenti sono i primi che dovrebbero capire l'importanza di un evento, cogliendo tutti i benefici della manifestazione; oltre a questo, dovrebbero rendersi conto che la Valle d'Aosta è una regione bellissima e che può essere ancor più valorizzata attraverso il turismo sportivo.

Abbiamo poi analizzato insieme la pratica sportiva del trail running. Da questo capitolo è emerso che grazie a questo nuovo sport, l'estremo è diventato un modello di riferimento che si è ampiamente diffuso nella società odierna. In aggiunta, è bene sottolineare che la ricerca dell'estremo non è più riservata soltanto a specialisti ma bensì a tutte le persone che si dedicano allo sport o che decidono di vivere un'esperienza non ordinaria. Possiamo dunque dedurre che chi pratica il trail running cerca di scappare dal quotidiano urbano e dalla monotonia della società, alla ricerca di una natura selvaggia e avventurosa. Ulteriormente, possiamo affermare che partecipare ad un ultra trail costituisce prima di tutto una grande sfida contro sé stessi, ma anche con la natura che a volte è complice e a volte avversaria. Questa ricerca di esperienza corrisponde a delle aspettative, in quanto i trailers si augurano di vivere una vera e propria avventura. Inoltre, dobbiamo precisare che durante una lunga competizione i trail runner percorreranno diversi luoghi e attraverseranno diversi paesaggi, immergendosi completamente in essi. Per di più, camminando o correndo nella notte, il rapporto con la natura si modificherà;

bisogna infatti precisare che i contrasti della luce rendono la gara ancora più bella, misteriosa e a volte anche angosciante. Un'altra caratteristica del trail running, sempre dal punto di vista di chi lo pratica, è sicuramente lo sconvolgimento delle sensazioni del corpo. Il corridore infatti entrerà in una dimensione a sé, che modifica lo spazio, il tempo e anche il corpo, a causa di sofferenze fisiche e mentali come la fatica, il dolore e lo stress.

Il Tor des Géants è il caso studio scelto in quanto a mio avviso è l'esempio per eccellenza di come un evento sportivo possa generare importanti introiti turistici e allo stesso tempo promuovere e valorizzare la Valle d'Aosta.

Dopo aver fatto emergere l'unicità del percorso, che è alla base della valorizzazione turistica di un territorio, l'analisi dei dati della prima, quinta e decima edizione del Tor ha rilevato che questo endurance trail è a tutti gli effetti un evento di promozione del territorio, che, come tutti gli eventi sportivi che occupano un luogo, è uno strumento di valorizzazione che crea attrazione; il fatto che i corridori provengano da tutti e cinque i continenti ne è la dimostrazione.

Possiamo concludere sostenendo che il Tor des Géants è a tutti gli effetti uno strumento sia di valorizzazione che promozione della Valle d'Aosta. Tuttavia, però la promozione potrebbe migliorare. Basti pensare al fatto che sul sito ufficiale non vengano mai fatti rimandi ad attività in montagna per famiglie o a strutture ricettive. Alcuni partecipanti del Tor sono infatti padri o madri. Un'idea potrebbe essere quella di offrire alternative per questa categoria di clienti, organizzando attività dedicate o workshop in attesa dell'arrivo dei genitori. Inoltre, si potrebbero ad esempio coinvolgere le strutture ricettive dando informazioni su dove alloggiare. Le persone che partecipano alla competizione, non sono quasi mai sole e proprio per questo sarebbe interessante mettere a disposizione informazioni relative a campeggi, Bed & Breakfast e alberghi.

Uno degli aspetti che conferma invece la valorizzazione della Valle d'Aosta, è che l'analisi dei mezzi di promozione della competizione ha portato alla luce una tendenza a promuovere non solo l'evento sportivo in sé ma anche il territorio stesso. Ovviamente anche in questo caso, il lavoro da fare è ancora lungo. La Regione, in quanto amministrazione pubblica, dovrebbe sfruttare meglio i canali promozionali per far conoscere meglio questa realtà.

In conclusione, abbiamo appreso che lo sport non è soltanto un'attività sociale collegata all'uso del tempo libero, ma è anche un'attività economica che crea rapporti con

molteplici economie; in particolare, in questo elaborato è stata presa in considerazione la relazione con il turismo e con gli eventi sportivi. L'amministrazione pubblica è quindi chiamata a sfruttare meglio la promozione di un evento sportivo per far conoscere anche e soprattutto il proprio territorio.

## BIBLIOGRAFIA

- Augustin J.P. (2002), *Géographie du sport : spacialités contemporaines et mondialisation*, Armand Colin;
- Berg A. e F. (2016), *Grand Trail: A Magnificent Journey to the Heart of Ultrarunning and Racing*, Velopress;
- Bessy O. (2012), *The North Face Ultra-Trail du Mont-Blanc*, Le Petit Montagnard;
- Casari M. (2008), *Turismo e Geografia*, Hoepli;
- Casarin F. (2007), *Il Marketing dei prodotti turistici*, G. Giappichelli Editori;
- Ceccarelli D., Remondaz C. (1996), *Famiglia, imprese e occupazione: uno studio qualitativo sul mercato del lavoro turistico della Valle d'Aosta*, Franco Angeli;
- Cerutti A.V. (1995), *Le Pays de la Doire et son Peuple*, Musumeci Editore;
- Cirillo D., Dansero E., Pioletti A. M. (2016), *Per una geografia dello sport a Torino*, in Bondonio P.V., Dansero E., Genova P. (a cura di);
- Corrado F., Dematteis G., Di Gioia A. (2014), *Nuovi Montanari: abitare le Alpi nel XXI secolo*, Franco Angeli;
- Creswell T. (2004), *Place: A short introduction*, Blackwell Publishing;
- Cuaz M. (2005), *Le Alpi*, Il Mulino;
- Cuaz M. (1994), *Valle d'Aosta storia di un'immagine: le antichità, le terme, la montagna alle radici del turismo alpino*, Gius. Laterza.
- Cuenot S. (2011), *Chamonix d'Antan*, HC éditions;
- Dansero E., Pioletti A., Putilli M. (2011), *Eventi sportivi, turismo e territori: termini e prospettive di ricerca*. In: (a cura di) e FRANCO, QUALITA' ITALIA, *Contributi per l'analisi delle risorse turistiche*.
- Ecotour e Osservatorio Permanente sul turismo natura, (2005), *Terzo rapporto sul turismo natura*, Hoepli;
- Galloway J. (2016), *Trail running*, Erregiemme Printing Srl;

- Goldblatt J., *Special events: best practices in modern event management*.
- Hulin V. (2015), *Coureur de l'extrême*, Éditions de l'Onde;
- Matto M. (2004), *Il ruolo dell'escursionismo nel rilancio del turismo montano*, Grafica Santhiatiense.
- Millet G., *Ultra-Trail:plaisir, performance et santé*, Outdoor-edition;
- Minca C., Colombino A. (2012), *Breve manuale di geografia umana*, CEDAM;
- Monge F. (2000), *Strategie e marketing del territorio*, Gippichelli Editore;
- Morazzoni M. (2003), *Turismo, territorio e cultura*, De Agostini;
- Moretti A. (2015), *Turismo sportivo: la maratona come elemento di promozione del territorio*.
- Peroni G. (2008), *Fondamenti di marketing territoriale*, Franco Angeli;
- Torrione S. (2013), *Tor des Géants Valle d'Aosta*, Sime Books – Torrione publishing.

## RIVISTE:

- Rivista Geotema, vol. 4; Pioletti A. (1996), *La geografia dello sport e il calcio in Italia*;
- Rivista Nature Trail n°8; luglio -agosto 2015;
- Rivista Nature Trail n°17; gennaio -febbraio 2017;
- Rivista Nature Trail n°25; maggio – giugno 2018;
- Rivista Nature Trail n°33; settembre – ottobre 2019;
- Rivista Nature Trail n°35; gennaio - febbraio 2020;
- Rivista Nature Trail (Hors-série spécial courses) : les 100 trails que l'on rêve de faire une fois dans sa vie ! - Carnet de voyage 1 e 2 ;
- Rivista Philosophie (Hors-série) : marcher avec les philosophes.

## SITOGRAFIA

- ASSOCIAZIONE NAZIONALE ALPINI <https://www.ana.it>
- CLUB ALPINO ITALIANO <https://www.cai.it>
- COMMISSIONE INTERNAZIONALE PER LA PROTEZIONE DELLE ALPI:  
<https://www.cipra.org/it/cipra>
- CONI <http://www.coni.it> , <https://www.coni.it/it/coni/i-numeri-dello-sport.html>,  
[http://coniservizi.it/images/documenti/Rapp\\_CNEL\\_maggio\\_2004.pdf](http://coniservizi.it/images/documenti/Rapp_CNEL_maggio_2004.pdf)
- DISLIVELLI (Torino): <http://www.dislivelli.eu/blog/>
- ECONSTAT <http://www.econstat.it>
- EUROSTAT <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>
- FEDERAZIONE ITALIANA DI ATLETICA LEGGERA <http://www.fidal.it>
- INTERNATIONAL ASSOCIATION OF ATHLETICS FEDERATION  
<https://www.worldathletics.org/home>
- INTERNATIONAL TRAILRUNNING ASSOCIATION <https://itra.run>
- INTERNATIONAL SKYRUNNING FEDERATION  
<https://www.skyrunning.com>
- ISTAT <https://www.istat.it/it/archivio/204663>,  
<http://www.istat.it/it/archivio/turismo>,  
"http://www.istat.it/it/archivio/turismo;%A0HYPERLINK%20%22http://dati.istat.it/%22dati.istat.it"; "http://www.istat.it/it/archivio/turismo;%A0HYPERLINK%20%22http://dati.istat.it/%22dati.istat.it" dati.istat.it (sezione Servizi/Turismo)
- JOURNAL OF ALPINE RESEARCH <https://journals.openedition.org/rga/2251>
- MADMAD CANYONING <https://www.canyoning-italy.com>
- MOZART 100 <https://www.mozart100.com/en/>
- OSSERVATORIO NAZIONALE DEL TURISMO <http://www.ontit.it/ont/>
- OSSERVATORIO TURISTICO DELLA VALLE D' AOSTA  
<https://www.osservatorioturisticovda.it>

- SITO UFFICIALE DELLA REGIONE VALLE D’AOSTA  
<https://www.regione.vda.it>
- SITO UFFICIALE DEL TURISMO VALLE D’AOSTA  
<http://www.lovevda.it/it>
- SOCA OUTDOOR FESTIVAL <https://soca-outdoor.com/en/home/>
- TOR DES GÉANTS <https://www.tordesgeants.it/it>
- TROFEO MEZZALAMA <http://www.trofeomezzalama.it>
- TURISMOK <https://www.turismok.com>
- ULTRA-TRAIL DU MONT-BLANC <https://utmbmontblanc.com/it/home>
- ULTRA TOUR DEL MONTE ROSA <https://www.ultratourmonterosa.com/it/>
- WORLD TOURISM ORGANIZATION <http://www.unwto.org>
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL <http://www.wttc.org>

## **ALLEGATI**

- ALLEGATO N°1: Rivista Nature Trail n°17; gennaio -febbraio 2017.