



UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E POLITICHE

Corso di laurea triennale in Scienze dell'economia e della gestione aziendale

Tesi di Laurea

Turismo sportivo in Valle d'Aosta: potenzialità e nuovi scenari possibili per il periodo post
pandemia

Relatore:

Prof.ssa Katia Premazzi

Candidato:

Adriana Real

Matricola 07 C04 429 O

Anno accademico 2021/2022

“Due voci possenti ha il mondo: la voce del mare e la voce della montagna.”

William Wordsworth

Sommario

| | |
|---|----|
| INTRODUZIONE..... | 1 |
| Capitolo 1- TURISMO: DATI NAZIONALI E LOCALI..... | 3 |
| 1.1 LA SITUAZIONE NAZIONALE | 3 |
| 1.2 LA SITUAZIONE REGIONALE IN VALLE D’AOSTA | 6 |
| Capitolo 2- CONNUBIO TRA SPORT E TURISMO..... | 12 |
| 2.1 LO SPORT FA BENE ALLA SALUTE E NON SOLO | 12 |
| Capitolo 3. SCENARI FUTURI..... | 18 |
| 3.1 SPORT, TURISMO E INCLUSIVITA’ | 18 |
| 3.2 PROGETTI FUTURI | 20 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 24 |
| APPENDICE A:..... | 26 |
| APPENDICE B..... | 37 |

INTRODUZIONE

Oggi possiamo affermare che il turismo è diventato una vera e propria esperienza fatta su misura per il viaggiatore.

L'evoluzione nell'organizzazione, nell'offerta e nella varietà di modelli proposti ha visto in Italia una crescita esponenziale di questo business.

Non si può obiettare al fatto evidente che il nostro paese sia uno dei più ricchi e variegati in termini di offerta: mare, montagna, laghi, cultura, enogastronomia, non manca proprio niente; per questo piace da nord a sud passando per le isole, sia agli italiani che agli stranieri.

Certo, l'imponenza di questo settore economico si deve all'enorme patrimonio artistico e naturalistico italiano (musei, gallerie, monumenti, aree e parchi archeologici e oasi naturali). I Comuni italiani che ospitano almeno una struttura a carattere museale sono 2.371¹. Vi sono inoltre migliaia di luoghi di culto, borghi medievali, palazzi e residenze di interesse storico presenti su tutto il territorio nazionale, ad esempio la reggia di Caserta o la reggia di Venaria, Pompei, le antiche ville romane, la riserva naturale delle Cinque Terre, solo per citarne alcuni.

Ogni regione è naturalmente dotata di proprie peculiarità, grande o piccola che sia, ognuna al suo interno contiene elementi che la caratterizzano e, che, se accuratamente implementati e valorizzati possono diventare un volano economico per la regione intera.

A conferma di ciò, nel 2018, il comparto turistico nazionale ha generato direttamente il 5% del PIL e ha inciso indirettamente sul 13,2% dello stesso². Nello stesso anno il turismo ha rappresentato direttamente il 6% e indirettamente il 15% dell'occupazione totale³.

La Valle d'Aosta non fa eccezione: pur identificandosi come un territorio "piccolo", in termini di estensione, la valle presenta una grande varietà di ambienti, di storia e di cultura. La sua piccola dimensione non sminuisce certo le sue attrattive, ma soprattutto non deve scoraggiare dall'analisi delle sue potenzialità.

Negli ultimi anni, il turismo in generale e quindi anche il turismo montano hanno avuto una nuova crescita. La montagna è stata rivalutata come luogo di sport e relax, dove rigenerare il corpo e lo spirito.

¹ (<https://italiaindati.com/turismo-in-italia/>, 2020)

² (officina turistica /Andamento 2019, 2020)

³ (officina turistica /Andamento 2019, 2020)

Se torniamo indietro anche solo di un decennio, probabilmente la tendenza generale vedeva la stagione estiva più orientata verso il mare e quella invernale verso la montagna. Le vacanze estive erano associate più al bagno al mare, a nuotate e immersioni, oggi invece si sente parlare molto di più di salite in rifugio, arrampicate, passeggiate nei boschi e trekking.

I turisti della montagna sono forse quelli più motivati, sanno bene che non è tutto facile e tutto a portata di mano; se vuoi gli scenari più belli, devi salire in alto e il dislivello crea fatica, ti serve un'attrezzatura adeguata e in alcuni casi anche una guida.

L'intento di questa tesi, nella prima parte, è quello di dare un rapido cenno al turismo in Italia, ma più in particolare quello di osservare il settore turismo in Valle d'Aosta sia dal punto di vista economico, poiché rappresenta una voce importante del PIL interno, sia analizzandone i legami con le caratteristiche del territorio montano.

Nella seconda parte, il focus si sposta sul turismo sportivo, descrivendo cosa attira il turista in Valle d'Aosta e a quali eventi partecipa, quali sono le competizioni di alto livello e che richiamo di pubblico e partecipanti hanno, oltre alla risonanza mediatica che questi eventi hanno.

Nella terza parte, l'attenzione si sposta sulle potenzialità del territorio e sull'attrattiva della competizione, focalizzandosi però sul turismo inclusivo e considerando tutte le tipologie di atleti, normo dotati o diversamente abili.

Capitolo 1- TURISMO: DATI NAZIONALI E LOCALI

Secondo la definizione da manuale dell'enciclopedia Treccani ⁴, “il turismo è l'insieme di attività e di servizi a carattere polivalente che si riferiscono al trasferimento temporaneo di persone dalla località di abituale residenza ad altra località per fini di svago, riposo, cultura, curiosità, cura, sport, ecc. Il turismo è pertanto un trasferimento ciclico: partenza dal domicilio abituale, arrivo ed eventuale soggiorno nella località di destinazione, ritorno alla località di partenza”. La definizione da manuale si arricchisce poi di tutte le sfumature ad essa collegate: questo movimento di persone, che genera consumi che coinvolgono diversi comparti dell'economia, crea interdipendenza tra settori, e questo non può che rappresentare un contesto di sicuro interesse, meritevole di attenzione considerando anche le dinamiche evolutive che ha subito e che sta vivendo tutt'ora, sia da un punto di vista dell'offerta sia della domanda.

1.1 LA SITUAZIONE NAZIONALE

Per cercare di capire meglio la portata del settore del turismo dobbiamo guardare ai numeri, tenendo conto che non è così facile tracciare esattamente i confini di questo settore, poiché molto vario e variegato, coinvolge molteplici attori anche diversi fra loro. Per esempio, non è sempre facile distinguere cosa è acquistato per turismo e cosa no; ad esempio, quando si registrano dati di vendita di biglietti aerei, ferroviari o del trasporto locale, di ristoranti, o di uno spettacolo teatrale, in nessun caso viene richiesto di specificare la natura dell'acquisto (es. se per finalità turistiche o di altra natura).

Per cercare di delineare i contorni di questo fenomeno, possiamo utilizzare i dati indicati nella tabella Istat⁵ qui riportata (Figura 1.1), sez. “Economia e Finanza” del sito della Banca d'Italia⁶.

⁴ (<https://www.treccani.it/enciclopedia/turismo>, 2022)

⁵ (www.bancaditalia.it, 2020)

⁶ (www.bancaditalia.it, 2020)

Figura 1.1: Il valore aggiunto del turismo per branca di attività economica nel 2015

Tavola 1.1

| Valore aggiunto del turismo per branca di attività economica nel 2015 | | | | |
|--|------------------|----------------------------|-----------------------------------|--|
| <i>(milioni di euro e valori percentuali)</i> | | | | |
| BRANCA DI ATTIVITÀ ECONOMICA | VA complessivo | VA attribuibile al turismo | Incidenza sul VA turistico totale | Incidenza del turismo sul VA totale della branca |
| | (a) | (b) | (c) | (d)=(b)/(a) |
| Industrie turistiche | 190.193 | 62.729 | 71,4 | 33,0 |
| <i>Servizi alloggio visitatori (escluse seconde case)</i> | 14.829 | 14.662 | 16,7 | 98,9 |
| <i>Servizi alloggio associati alle seconde case</i> | 27.138 | 27.133 | 30,9 | 100,0 |
| <i>Ristorazione</i> | 33.727 | 7.061 | 8,0 | 20,9 |
| <i>Trasporto ferroviario passeggeri</i> | 3.937 | 2.222 | 2,5 | 56,4 |
| <i>Trasporto su strada passeggeri</i> | 3.538 | 1.105 | 1,3 | 31,2 |
| <i>Trasporto marittimo passeggeri</i> | 3.264 | 1.121 | 1,3 | 34,4 |
| <i>Trasporto aereo passeggeri</i> | 817 | 804 | 0,9 | 98,4 |
| <i>Noleggio attrezzature per trasporto</i> | 3.761 | 210 | 0,2 | 5,6 |
| <i>Agenzie di viaggio, operatori turistici e altro</i> | 1.852 | 1.764 | 2,0 | 95,3 |
| <i>Servizi culturali</i> | 6.806 | 691 | 0,8 | 10,2 |
| <i>Sport e ricreazione</i> | 6.636 | 633 | 0,7 | 9,5 |
| <i>Commercio al dettaglio</i> | 83.887 | 5.321 | 6,1 | 6,3 |
| Altre industrie | 1.294.893 | 25.094 | 28,6 | 1,9 |
| Totale | 1.485.086 | 87.823 | 100,0 | 5,9 |

Fonte: Istat, Conto Satellite del Turismo per l'Italia.

Fonte: Istat, Conto Satellite del Turismo per l'Italia; disponibile in “Banca d'Italia – Questioni di economia e finanza – Turismo in Italia: numeri e potenziale di sviluppo.”

Si può notare che, al di fuori di servizi alloggio, trasporto aereo e agenzie di viaggio (come è logico pensare), le altre voci hanno un'incidenza media pari a circa 18% sul settore⁷. Numeri ovviamente da considerare con le approssimazioni del caso.

Prima di dire a quanto ammonta l'incidenza sul PIL, è doveroso fare alcune precisazioni: i dati relativi al turismo sono stimati dal World Trade and Tourism Council (WTTC) utilizzando la metodologia del Conto Satellite del Turismo (CTS-settore Istat). Senza scendere nei dettagli, precisando che è molto difficile (per i problemi sopra elencati) dare numeri corretti, il CST viene costruito partendo dalla distinzione dei flussi turistici in:

- *inbound* (turisti che arrivano dall'estero);
- *outbound* (residenti in Italia che vanno all'estero);
- *domestici* (turisti che viaggiano tra posti diversi dell'Italia);

⁷ (www.bancaditalia.it, 2020)

e si ottengono poi il turismo interno (turismo *inbound* + turismo domestico) e il turismo nazionale (turismo domestico + turismo *outbound*).

Il risultato delle stime elencate proviene dalla distinzione tra:

- Impatto diretto, ovvero direttamente acquistato in funzione di utilizzo turistico;
- Effetto indiretto, “le ricadute sugli altri settori della spesa sostenuta dai comparti turistici per investimenti (ad esempio la costruzione di un nuovo hotel) o per acquisti di materie prime e servizi, nonché la spesa pubblica sostenuta per la promozione delle località turistiche in ciascun paese”⁸;
- Indotto, “PIL attivato dalla spesa delle persone occupate direttamente o indirettamente dal comparto turistico”.

L’impatto diretto del turismo così calcolato in Italia è pari a circa il 5.5% del PIL e il 6,5% dell’occupazione. È solo grazie al contributo indiretto e all’indotto che si arriva ad avere come incidenza del turismo sul PIL del 13% (Statistiche del 2018 della ricerca di Banca d’Italia sopra citata).

Sempre secondo Banca d’Italia, nel periodo dal 2010-2017⁹, l’Italia ha visto un aumento del 33.7%¹⁰ delle presenze di turisti in Italia; un ruolo importante lo hanno svolto le città d’arte e i luoghi di interesse culturale¹¹ ma anche il turismo balneare. Questi numeri sono stati resi noti dall’annuale report di Banca d’Italia in merito alle entrate generate dal mercato turistico italiano ed internazionale. L’intero flusso turistico ha generato introiti per oltre trentanove miliardi di euro, provenienti per circa 22 miliardi da paesi europei, tra cui Germania, Francia, Inghilterra e per il restante da paesi extra europei soprattutto da Russia, Cina e India. Una crescita importante considerato che nel 2010 gli introiti del turismo erano pari a ventinove miliardi circa.

⁸ (<https://financecue.it/turismo-incidenza-reale-economia-pil-italia/20784/>, 2020)

⁹ (www.bancaditalia.it, 2020)

¹⁰ (<https://www.truenumbers.it/quantit-turisti-italia/>, 2022)

¹¹ (Torrini_Rapporto_Turismo, 2018)

1.2 LA SITUAZIONE REGIONALE IN VALLE D'AOSTA

Tutto il movimento economico citato ha inevitabilmente impattato su tutto il territorio nazionale. In base ai dati raccolti dall'Osservatorio del Turismo VdA, ente il cui obiettivo è quello di fornire dati statistici e informazioni sul settore turistico, alle aziende che ne fanno parte, ma anche a tutti i portatori di interesse (*Stakeholder*), attraverso una costante raccolta di dati, rappresenta un valido supporto per le decisioni di manager e operatori del turismo.

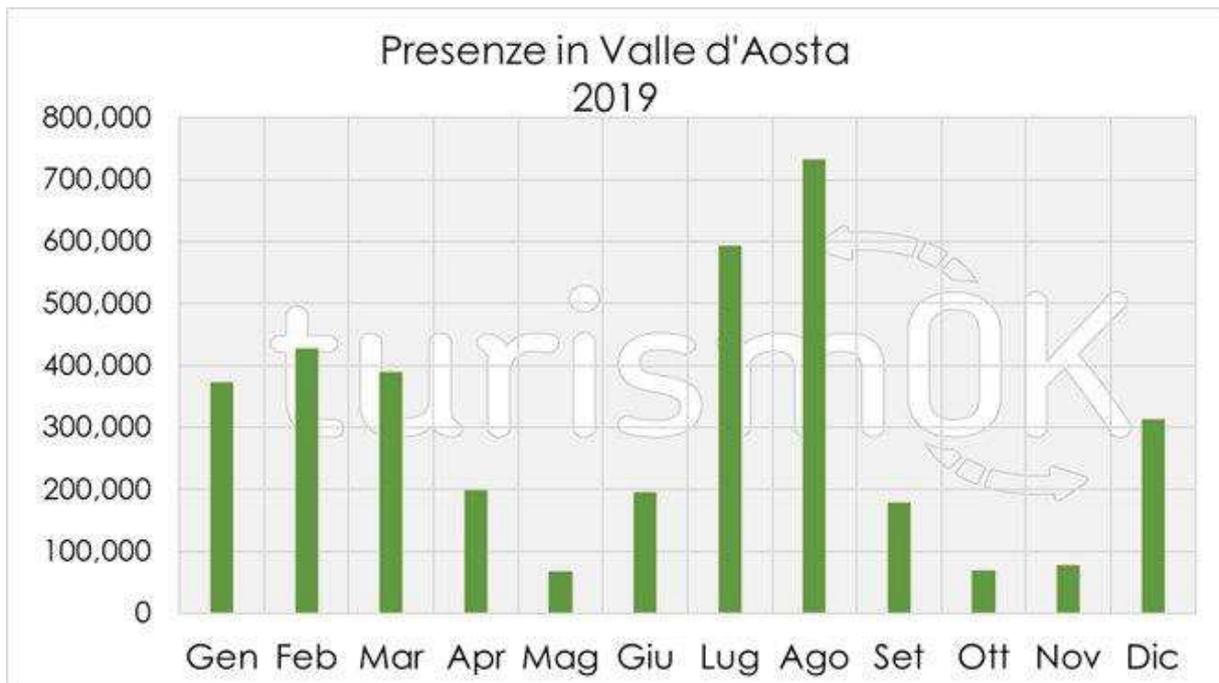
A marzo 2020 l'Osservatorio del Turismo Valle d'Aosta ha reso noti i dati relativi al 2019, confermando un bilancio positivo per il turismo valdostano: evidenziando la continua crescita in termini di presenze turistiche, calcolate sul numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari), ma evidenziando anche l'aumento degli arrivi turistici ovvero il numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari) nel periodo considerato.

I dati del 2019 sono stati pubblicati ad inizio 2020; nel momento in cui si è data diffusione dei dati la situazione emergenziale purtroppo stava per manifestarsi nella sua totalità, ma va considerato che l'analisi presentata riguardava i dati del 2019. Infatti, in linea con la tendenza nazionale, anche per la Valle d'Aosta sono emersi dati molto positivi in termini di presenze e di internazionalizzazione della clientela.¹²

Le tabelle a seguire forniscono una fotografia interessante di quanto vissuto dagli operatori turistici nel 2019. L'analisi riassume i risultati complessivi in termini di flussi turistici registrati nell'anno appena trascorso. Per meglio interpretare la situazione regionale, è utile vedere come si distribuiscono i turisti nelle diverse stagioni; il grafico (Figura 1.1) suddivide le presenze sui dodici mesi:

¹² (<https://www.osservatorioturisticovda.it/blog/dati-turismo-valledaosta-2019/>, 2020)

Figura 1.1 Arrivi e presenze nel 2019 in Valle d'Aosta

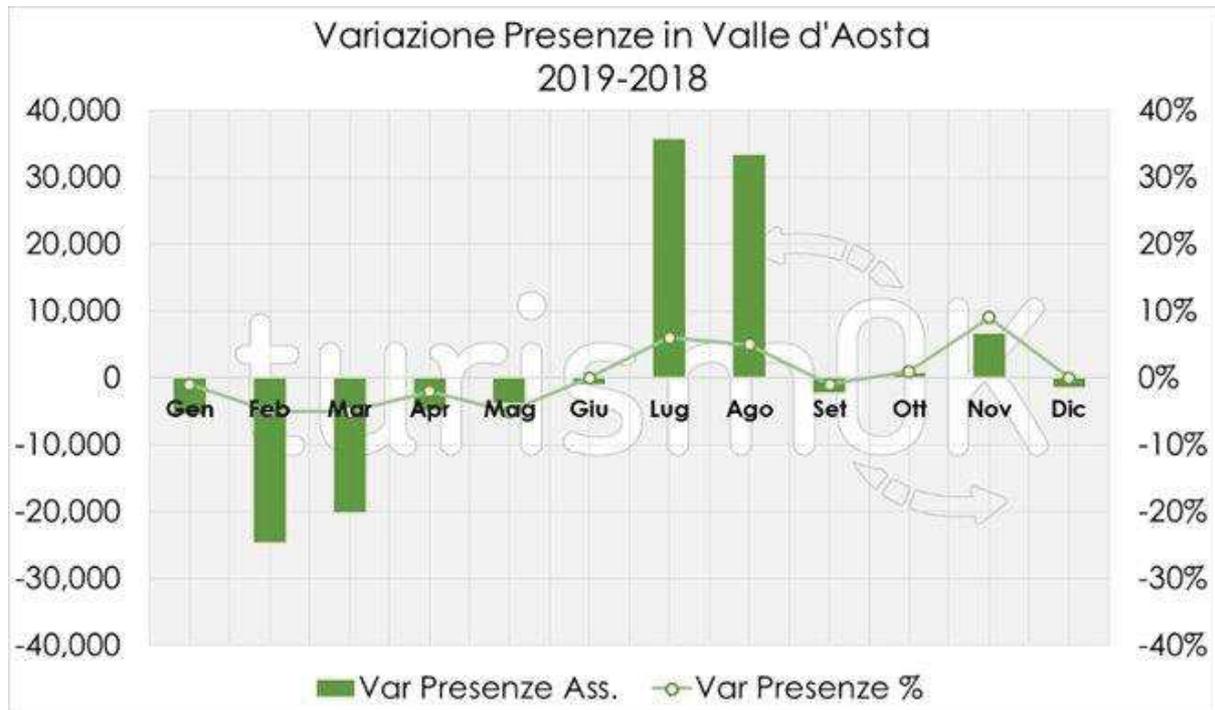


Fonte: Turismo Ok per Osservatorio turistico VdA

Il primo elemento che attira l'attenzione sono i mesi con maggior presenza di turisti; infatti, anche la Valle d'Aosta, come la maggior parte delle località turistiche montane, anche nel 2019 continua a caratterizzarsi per due stagioni forti che, singolarmente, rappresentano circa il 45% del totale. Se i flussi della stagione invernale sono distribuiti su quattro mesi, nell'estate questi si concentrano principalmente nei mesi di luglio e agosto. Hanno invece poca forza gli altri 6 mesi delle stagioni intermedie, che costituiscono l'11% circa delle presenze. Purtroppo, il mondo della montagna soffre in maniera particolare la stagionalità.

Nel raffronto 2019 vs 2018, emerge come nel 2019 i risultati positivi siano stati ancora di più di quelli del 2018, consideriamo il grafico qui sotto (Figura 1.2):

Figura 1.2: Variazione percentuale presenze anni 2019/2018



Fonte: Turismo Ok per Osservatorio turistico VdA

L'ultimo anno risulta il migliore degli ultimi 10 anni, sia in termini di presenze (oltre 3,6 milioni di presenze; +17%) che di arrivi (+37%). Questo risultato è stato possibile grazie alle presenze registrate in alcuni mesi quali luglio (+6% rispetto al 2018 con +35.726 presenze) agosto e novembre, che registrano nei confronti con l'anno precedente rispettivamente +5% e +9% (si veda la Figura 1.2). Al contrario, tra i mesi che hanno registrato un minor flusso di turisti è bene ricordare i dati negativi di febbraio, marzo e maggio con, rispettivamente, -24.557, -20.152 e -3.691 presenze in confronto al 2018. Passando alla ripartizione delle presenze per provenienza, anno 2018/2019 (Figura 1.3), è possibile notare una costanza della componente di ospiti stranieri che, nel 2019, con 1,5 milioni di ospiti hanno rappresentato circa il 42% del totale, dato leggermente in calo se confrontato con il 2018. Di poco inferiore, dunque, rispetto al passato il tasso di internazionalizzazione: negli ultimi 10 anni le presenze italiane sono aumentate dello 0,4%, mentre quelle straniere sono aumentate del 51% circa (54% del 2018).

Figura 1.3: Presenze in Valle d'Aosta nel 2019



Fonte: Turismo Ok per Osservatorio turistico VdA

Le principali regioni di provenienza dei turisti italiani rimangono Lombardia, Piemonte e Liguria che, da sole, spostano il 69% dei turisti italiani in Valle d'Aosta. Dall'analisi degli ultimi dati relativi a queste tre regioni di provenienza, emerge addirittura un aumento di oltre 25.000 presenze.

A livello di presenze straniere (Figura 1.4), da qualche anno la Valle d'Aosta rappresenta una meta interessante principalmente per Regno Unito, Francia, Svezia e Svizzera, mercati che pesano oltre il 52% del totale (1.512.524) – basti pensare che solo il Tour operator inglese Interski¹³, nella sola stagione invernale fa sciare sui comprensori valdostani circa 13.000 connazionali, che trascorrono qui la loro settimana bianca.

¹³ (<https://www.ansa.it/valledaosta/notizie/2022/04/09/turismo, 2022>)

Figura 1.4: Paesi di provenienza delle presenze in Valle d'Aosta

| PROVENIENZA | PRESENZE | peso % presenze |
|--------------------|-----------------|------------------------|
| REGNO UNITO | 337,804 | 22.3% |
| FRANCIA | 202,602 | 13.4% |
| SVEZIA | 135,797 | 9.0% |
| SVIZZERA | 116,684 | 7.7% |
| BELGIO | 87,464 | 5.8% |
| PAESI BASSI | 82,921 | 5.5% |
| GERMANIA | 70,691 | 4.7% |
| POLONIA | 47,987 | 3.2% |
| U.S.A. | 46,169 | 3.1% |
| RUSSIA | 43,739 | 2.9% |

Fonte: Turismo Ok per Osservatorio turistico VdA

Prendendo poi in esame le presenze dei singoli paesi stranieri rispetto al 2018 (Figura 1.5), si è potuto notare un aumento di circa 1.100 presenze degli ospiti tedeschi (+2% circa) e un aumento di quelli olandesi pari a circa 4.700 presenze (+6% circa), al contrario si nota una discreta diminuzione di quelli svedesi (-5.600 presenze circa, ovvero -4%) e una più marcata inflessione negativa degli ospiti britannici con oltre 42.000 presenze in meno (-11% circa).

Figura 1.5: Tasso di internazionalizzazione del turismo in Valle d'Aosta



Fonte: Turismo Ok per Osservatorio turistico VdA

Nel periodo dal 2010 al 2019, l'anno in cui il numero di ospiti internazionali ha avuto un primo considerevole balzo in avanti è stato il 2014, seguito da una leggera flessione negli anni a seguire, ma con una risalita di due punti percentuali nel 2018. Questo significa che quasi un ospite su due è straniero.

Dopo due anni di pandemia, chiusure e restrizioni, sono state rese note le stime della stagione 2020/2021, "l'Osservatorio sul turismo VdA" ha evidenziato come nel gennaio 2020 gli italiani in termini di arrivi erano il doppio degli stranieri (84.576 contro 42.632); due anni dopo i rapporti sono cambiati, dopo un dicembre 2021 che, in termini di presenze (-12,74%), si era avvicinato a quello 2019 - l'ultimo pre-pandemia – purtroppo il gennaio 2022 si distanzia più nettamente dalle cifre di due anni fa. A conferma di ciò i dati diffusi dall'Assessorato Regionale al Turismo, vede il numero di notti trascorse nelle strutture ricettive della Valle d'Aosta in calo del 25,36%. A pesare è soprattutto il calo degli stranieri (-42,93% di presenze e -41,68% di arrivi) mentre per gli italiani la diminuzione è meno netta (-8,87% di presenze e -14,43% di arrivi) ma comunque importante.

Capitolo 2- CONNUBIO TRA SPORT E TURISMO

Lo sviluppo ed il rinnovamento delle forme sportive, il nuovo modo edonistico di vivere lo sport come piacere adrenalinico oppure come richiamo alla natura, piuttosto che la ricerca di nuove forme di turismo sostenibile, tutti questi fenomeni hanno concorso a sviluppare un'immagine positiva dello sport come attività fondamentale per il tempo libero. Un tempo libero in aumento, che offre ogni giorno nuove possibilità di utilizzo ed introduce nuove richieste che la società dei consumi cerca di orientare e soddisfare.

La passione per lo sport, in tutte le sue sfaccettature, sia nella sua componente più concreta legata al business, sia a quella più “sana e pura”, crea un mix perfetto per il turismo sportivo. La bellezza del territorio intrisa nelle sue caratteristiche geografiche e paesaggistiche, nelle sue dotazioni materiali ed immateriali, sono un forte punto di attrazione; infatti, essi contribuiscono ad apportare fattori sostenibili di crescita ed evoluzioni nelle località frequentate.

2.1 LO SPORT FA BENE ALLA SALUTE E NON SOLO

Il “turismo sportivo” unisce due fenomeni ad alto potenziale sociale ed economico, ovvero l'aspetto sportivo (la sfida con se stessi, il raggiungere di un obiettivo) e la dinamicità di quello turistico che, integrandosi, determinano un segmento di mercato dalle caratteristiche uniche. Il turista sportivo ha diverse anime, talvolta conviventi, fatte di chi pratica uno sport in maniera dilettantistica o agonistica, e di chi si sposta ovunque per seguire, da tifoso, la propria squadra o il proprio atleta preferito. Il turista sportivo è l'appassionato che si presta anche a lunghi spostamenti, disposto a spendere, anche molto, in riviste specializzate e in attrezzature per una vacanza all'insegna del suo sport preferito. Cerca luoghi particolari, posti speciali per poter raccontare quanto valore abbiano le “sue imprese”, in diretta sui propri canali social, una volta rientrato dalle vacanze.

Da un punto di vista di territorio, la Valle d'Aosta vanta innumerevoli opzioni per i vacanzieri dello sport. Nella versione invernale si può scegliere tra sci di discesa e sci di fondo, Helisky, freeride, sci alpinismo, sentieri dedicati alle ciaspole, pareti naturali di arrampicata su ghiaccio, percorsi per bici da neve. In estate le opzioni disponibili includono gite in rifugio, *rafting*, escursioni più o meno in quota, arrampicata in parete, percorsi di *downhill*. La versatilità del territorio permette di praticare quasi tutte le attività in versione invernale ed estiva.

Tra i fattori che maggiormente hanno contribuito all'allargamento delle pratiche sportive, soprattutto quelle più dure ed estreme, uno è certamente rappresentato dalla risonanza data dai social media su alcuni eventi in particolare. Soprattutto nell'ultimo decennio, la comunicazione di massa e il marketing hanno spinto molto sul settore sport e benessere, tanto che regioni come la Valle d'Aosta hanno visto nascere molti gruppi sportivi/associazioni che organizzano gare di corsa in montagna su tracciati diversi, non solo le gare professionistiche ma anche dilettantistiche. La partecipazione e la richiesta da parte di un numero sempre maggiore di persone, spinge gli organizzatori ad incrementare sia il numero di gare sia a diversificarne i percorsi e la difficoltà.

Uno degli eventi che richiama in particolar modo l'attenzione sulla regione Valle d'Aosta è il Tor des Géants, la gara per eccellenza, che attraversa il territorio di 34 comuni ed è considerata uno dei dieci *Trail* più duri al mondo, percorre i sentieri delle Alte vie n. 1 e 2 della Valle d'Aosta, con partenza ed arrivo a Courmayeur. Il tracciato è un anello che misura circa 330 km per un totale di 24.000 metri di dislivello positivo. La prova si svolge in una sola tappa, a velocità libera e in un tempo limite di 150 ore (ovvero 6,25 giorni), in regime di semi-autosufficienza, l'atleta infatti deve portare con sé l'indispensabile per la sussistenza e può rifornirsi unicamente presso dei punti di assistenza prestabiliti. Il numero massimo di partecipanti per motivi di organizzazione e di sicurezza è stato fissato a 1100 atleti.

Nel decennale del 2019 lo stesso circuito del Tor des Géants ha ampliato l'offerta, arrivando ad introdurre altre 4 gare¹⁴ facenti parte dello stesso circuito del Tor X: il Tor des Glaciers (450km), TOR30 Passage au Malatrà (30km) e TOR130 Tot Drét (130km), che portano ad un totale complessivo di iscritti di 2037 persone. In queste competizioni sono rappresentate oltre 70 nazioni diverse, con i *runners* che in 190 ore percorreranno, in tutto 940 km di strada per un dislivello complessivo di 70.300 metri.

Per capire meglio la portata dell'evento, ho intervistato la sua fondatrice e Presidente: Alessandra Nicoletti (Appendice A), alla quale ho chiesto come si è evoluta nel tempo questa competizione e come si è arrivati a questi numeri.

Questa competizione negli anni ha sempre riscosso un crescente interesse, sia perché è una gara altamente sfidante, sia perché gare di questo genere ce ne sono poche altre al mondo; infatti, già al momento dell'apertura delle iscrizioni si percepisce il fermento che questo evento crea, basti pensare che le iscrizioni si aprono e chiudono in poche ore. Per avere un'idea ancora più

¹⁴ (<https://skialper.it/tor-des-geants-i-numeri-del-decennale/>, 2022)

precisa, nell'ultima edizione 2021 del Tor des Glaciers (450km), che rappresenta una delle quattro gare del circuito TOR X, le preiscrizioni alla gara si sono chiuse in 3 minuti, parliamo di 200 posti disponibili ad un prezzo medio intorno ai mille euro. Questo fa ben comprendere la portata dell'evento. Questa gara però ha una duplice valenza: anzitutto, è una calamita per gli appassionati delle sfide estreme, ma al tempo stesso è anche un catalizzatore di clientela che permette alla stagione estiva di allungarsi fino alla terza settimana di settembre. La gara vede la sua partenza la seconda domenica di settembre, per una durata complessiva di dieci giorni. La prima edizione si è svolta nel 2010 e contava 350 partecipanti e una sola gara. Negli anni i numeri sono costantemente aumentati fino al 2018, in cui la proposta si è arricchita di ulteriori quattro gare, il Tor 130, Passage a Malatrà, Tor des Glaciers e il Tot Dret, arrivando a creare un complessivo di iscritti di 2030 persone.

Il periodo scelto per questo tipo di competizione non è casuale: la scelta degli organizzatori è stata strategica, sia da un punto di vista meteorologico perché nel mese di settembre il tempo è ancora stabile (o fa tanto bello, o fa tanto brutto) ma in questo periodo si evitano i temporali estivi e, tenendo conto che la gara si svolge quasi tutta al di sopra dei 2000 metri di altitudine, a settembre si riduce la possibilità di trovare ancora dei nevai sul percorso, quindi anche un elemento di sicurezza in più. Da un punto di vista della stagione turistica estiva, grazie a questa competizione si è registrato un allungamento delle presenze negli alberghi del comune di Courmayeur fino almeno alla terza settimana di settembre; tutti i rifugi o almeno quelli toccati dal Tor sono aperti, questo è un aspetto di non poco conto se pensiamo che prima di questa gara la stagione si chiudeva tra fine agosto ed inizio settembre.

Questa competizione ha un'economia che supera il milione e mezzo di euro, di questi oltre il 90% ricade sull'economia della Valle d'Aosta, il 60% è generato dall'estero, del restante 40% da fuori valle, a parte pochi servizi che vengono forniti da fuori, tutto il resto viene acquistato sul territorio.

Il primo dato che ci fa capire il radicamento sul territorio riguarda proprio la società del Tor, con sede ad Aosta, che vede sei persone impiegate a tempo pieno, che lavorano tutto l'anno in funzione di questa competizione. Ci sono poi gli acquisti delle derrate alimentari per le basi vita/punti ristoro, anch'esse fornite da aziende valdostane; i servizi di soccorso (ambulanze del 118, medici e infermieri sono tutti forniti dall'Ausl della Valle d'Aosta), oltre ad un gran numero di volontari, circa 3.000. A tutti questi aspetti si aggiunge il fatto che molti partecipanti arrivano dall'estero e soggiornano in valle anche per tutto il mese di agosto; arrivano molto prima per prepararsi alla gara, per provare il percorso e solitamente sono accompagnati almeno

da due componenti della famiglia. Soprattutto tra gli europei molti dedicano parte delle vacanze alle settimane verdi per allenarsi e testare la loro preparazione. Per cui l'effetto economico che ne deriva non è solo strettamente legato ai 10 giorni di gara ma comprende un periodo ben più ampio.

Tra gli effetti indiretti di cui beneficia tutta la regione Valle d'Aosta, c'è il ritorno pubblicitario che l'evento crea. Ogni anno arrivano televisioni e giornalisti di diversi paesi che seguono gli atleti sul percorso e ne fanno dei veri e propri reportage, come nel caso della televisione nazionale giapponese, che nel 2016 ha seguito un gruppo di connazionali durante tutta la competizione ed ha documentato questa esperienza nei minimi dettagli, creando poi un approfondimento di circa un'ora che è stato trasmesso sui canali nazionali giapponesi appunto. Un aneddoto raccontato durante l'intervista ha visto protagonista un maestro di sci di Courmayeur che si è recato a Tokyo e, appena sbarcato, in uscita dal "gate" si è trovato davanti un maxischermo con il video del Tor des Géants, con le immagini più suggestive e con tutti i riferimenti del luogo dove si svolge. Per la Valle d'Aosta questo determina un ritorno pubblicitario di fatto a costo zero, che però porta con sé una visibilità internazionale molto importante. Se ipotizziamo in un solo giorno quante persone arrivano e partono dall'aeroporto di Tokyo, magari anche solo un 5% ha visto il video e un 1% visita il sito, moltiplichiamo questo numero su più giorni e otteniamo un effetto moltiplicativo rilevante.

La pubblicità maggiore è certamente fatta dai corridori che hanno partecipato, questi diventano i più importanti Ambassador.

Come in tutti gli sport, anche il Tor è fatto da chi ha passione, per cui sarà l'appassionato che andrà a leggere libri o riviste che parlano di questo tipo di competizioni; in questo caso è possibile leggere dei campioni che scrivono delle loro imprese oppure leggere le avventure di chi lo ha provato. Durante l'intervista mi sono stati mostrati due libri appena ricevuti, uno scritto in cinese e l'altro in tedesco, a prova che la letteratura di questo sport spazia davvero in tutto il mondo.

Nell'offerta sportiva valdostana esiste sì il Tor des Géants, che è considerata la gara principe, ma esistono anche una moltitudine di gare più piccole, di minor rilievo e minor impatto mediatico, che occupano però grande spazio sul calendario agonistico.

La stagione da aprile ad ottobre è ricca di eventi che contribuiscono alla riscoperta della montagna e del territorio. Un esempio di competizione più a portata di tutti è rappresentata dai Trail, che sono gare più o meno lunghe (dai 15km ai 50km) che si sviluppano su un dislivello di

1500/2000 metri, si svolgono in giornata e danno la possibilità ad una platea anche meno allenata di partecipare.

In parallelo, una rapida evoluzione l'hanno avuta anche le gare di Vertical ¹⁵, gare di lunghezza massima di dieci o dodici chilometri che sviluppano un dislivello positivo variabile tra i mille e duemila metri.

L'obiettivo sia dei Trail che dei Vertical è quello di rendere fruibile e accessibile una competizione anche a chi la pratica in forma amatoriale; l'obiettivo è trascorrere una giornata di sport all'aria aperta, in compagnia, scoprendo magari nuovi percorsi, in località diverse.

Riguardo queste tipologie di gare, ho intervistato uno sportivo valdostano, Xavier Chevrier (Appendice B), atleta semi professionista, che fa parte anche dell'organizzazione del Vertical di Fénis, la sua specialità è l'atletica leggera abbinata alla corsa in montagna.

Il Vertical di Fénis inizialmente nasce come gara di paese, nata con l'intento di organizzare un evento ad inizio della stagione primaverile (la data fissata per il 1° maggio, quindi in un giorno sempre festivo), con l'obiettivo di far riscoprire un po' i sentieri della zona, dando la possibilità a diverse tipologie di sportivi di partecipare. Infatti, oltre a due lunghezze (cinque chilometri e mezzo e sette chilometri) e due dislivelli (mille metri e mille e cinquecento metri), è previsto anche il Minitrail di otto chilometri per le famiglie.

Nella prima edizione di sette anni fa i posti erano 300 in totale, negli anni la crescente domanda li ha portati ad arrivare fino ai 650 di questa edizione. Principalmente i partecipanti sono valdostani per il 75% e un 25% arriva dalle province piemontesi e lombarde. Chi arriva da fuori valle nella maggior parte dei casi arriva al mattino e rientra la sera, però ci sono partecipanti che preferiscono arrivare il giorno prima e fermarsi una notte in albergo per essere già presenti sul posto il mattino dopo.

Questa competizione nasce certamente con un obiettivo sportivo/competitivo, oltre a dare rilevanza ad atleti professionisti di fuori valle e visibilità del territorio all'interno del circuito gare, ma certamente l'intento di questa competizione sottintende un obiettivo più ambizioso. Attraverso un ampliamento della partecipazione all'attività sportiva, lo sport può diventare quel collegamento attraverso cui passa il concetto di sviluppo del territorio e di inclusione sociale. Nello specifico, quest'anno l'organizzazione del Vertical di Fénis ha stipulato una convenzione con l'Hotel Comtes de Challant che è diventato un albergo etico, promuove l'accoglienza e

¹⁵ (https://it.wikipedia.org/wiki/Vertical_Kilometer#Descrizione, 2022)

l'accessibilità, oltre che integrare e far crescere professionalmente persone con disabilità. Proprio attraverso un sistema di convenzioni con le strutture del paese, l'idea è quella ampliare le collaborazioni non solo con le società sportive, ma anche con le onlus che si occupano di disabilità come, ad esempio, con il Progetto Special Olympics¹⁶ di Genova, con cui l'atleta è in contatto, che accompagna i ragazzi con disabilità sia fisica che mentale, a camminate e attività in montagna; l'obiettivo è sviluppare nuove forme di cooperazione. L'idea è quella di invitare questa Onlus (e altre in futuro) a partecipare al minitour, attribuendo un pacco gara ad ogni partecipante che include dei voucher ospitalità, ovvero delle convenzioni con le strutture del paese, piuttosto che pizzerie e ristoranti e quindi favorire un turismo locale anche solo di poche notti. Questo permetterebbe di amplificare un ritorno economico dato dalla gara, nei giorni a seguire. Il pacchetto ospitalità potrebbe includere la visita al castello di Fénis o la visita alla città di Aosta oppure altre attività ludico sportive. L'intento è diventare quindi inclusivi utilizzando sfruttando il fattore sport e montagna. Esistono progetti come il Tour Trail Valle d'Aosta¹⁷ che nasce con l'obiettivo di avvicinare la categoria amatori alla pratica della corsa in montagna, unendo un aspetto di goliardia amalgamata alla sana competizione. Quanto però raccontato da Xavier obbliga una riflessione in tema di sport, turismo, economia e inclusione, se, come è noto dai libri di economia, l'imprenditore è un visionario che vede possibilità là dove gli altri vedono limiti, allora possiamo immaginare che sport, montagna e progetti sociali possano coesistere.

¹⁶ (<https://www.specialolympics.it/liguria/>, 2022)

¹⁷ (<https://www.tourtrailvda.com/italiano/tourtrail-vda/>, 2022)

Capitolo 3. SCENARI FUTURI

Nei paragrafi precedenti è stato messo in evidenza come lo sport possa avere una forte valenza economica, in questo capitolo aggiungiamo un tassello a questa analisi, ovvero avviciniamo lo sport e la montagna all'impegno sociale, come una miscela di evoluzione sociale ed economica. Partiamo dalle olimpiadi svoltesi l'anno scorso. Nell'estate 2021 si sono tenute le olimpiadi e le paralimpiadi di Tokyo 2020, le olimpiadi sono mediaticamente l'evento sportivo più seguito, purtroppo un po' meno è il ritorno mediatico generato dalle paralimpiadi. Detto ciò, durante la messa in onda delle gare lo spettatore non può che restare affascinato dalla determinazione e dalla bravura degli atleti, siano essi normo dotati o diversamente abili. Un impatto emotivo molto forte è dato proprio dalle paralimpiadi dove, non solo emerge la volontà dell'atleta, ma emerge chiaramente l'intento di non fermarsi al problema ma di rielaborarlo attraverso la disciplina sportiva, adattandola a condizioni fisiche diverse. Questo elemento può aiutarci a ragionare su schemi e logiche di sviluppo future anche per il turismo sportivo montano in Valle d'Aosta.

3.1 SPORT, TURISMO E INCLUSIVITA'

Nelle tante evoluzioni subite dal settore turismo e anche dal turismo sportivo, si parla sempre di più inclusività, ovvero permettere a persone con caratteristiche particolari di inserirsi in contesti sportivi diversi.

Chiediamoci prima quanto vale il turismo accessibile?¹⁸ Volendo dare qualche numero di riferimento, parliamo di:

- 127 milioni di persone con "Access Needs" in Europa, di cui 10 milioni in Italia
- Fattore moltiplicatore x2 (questi clienti non vanno mai in vacanza da soli, ma sono accompagnati da parenti, amici e compagni di viaggio)
- Fanno ogni anno più di una vacanza di oltre dieci giorni
- Potenziale incremento del 20% del fatturato annuale (PIL nazionale/fatturato aziendale)

¹⁸ (<https://projectforall.net/quanto-vale-il-turismo-accessibile-i-numeri/>, 2022)

Ma quali categorie raggruppano? Si parla di ciechi e ipovedenti, sordi e ipoudenti, persone con necessità alimentari specifiche, disabilità psico fisiche. Queste sono certamente solo una parte delle categorie che necessitano di un'offerta adatta e specifica per esigenze diverse.

Le aziende che comprendono e modificano le strutture in base a queste esigenze speciali diventano pioniere verso un settore importante e verso un'evoluzione sociale ed economica sempre più inclusiva. Si pensi che, a partire dal 2007,¹⁹ la formazione dei maestri di sci in Valle d'Aosta si è ulteriormente specializzata nell'insegnamento dello sci da discesa e dello snowboard a disabili e ipovedenti. Dal 2007 ad oggi anche in Valle d'Aosta si sono moltiplicate le opzioni offerte a questa clientela "particolare".

Un esempio di turismo inclusivo è arrivato dal comprensorio Courmayeur Mont Blanc: durante questa stagione invernale (2021/2022) il comprensorio ha ospitato Alice Leccioli²⁰, una ragazza ventenne in sedia a rotelle, a cui nel 2019 è stato donato un esoscheletro, ovvero un supporto che le permette di mantenere la posizione eretta. La storia di Alice e di questo regalo inaspettato, ricevuto in forma anonima, era stata raccontata dal programma televisivo Mediaset "Le Iene"²¹. Partendo da questo supporto ludico-riabilitativo, l'esoscheletro, il maestro di sci di Courmayeur Andrea Borney ha inventato il BASS (Borney adapted snowboard system):²² ha quindi ideato uno *snowboard* che consente alle persone con gravi limitazioni funzionali (tetraparesi spastica, emiplegia, atassia) di praticare lo *snowboard* in posizione eretta con l'ausilio di un maestro. La giovane attivista è stata la prima con la sua disabilità a poter sperimentare così il suo "battesimo delle piste", condividendo un momento di spensieratezza oltre che di forte emozione. Durante il suo soggiorno ha inoltre testato l'accessibilità delle strutture del territorio e delle funivie Courmayeur Mont Blanc. Tutto questo a dimostrazione che lo sport può essere inclusivo a 360°. Courmayeur, come altre realtà valdostane, punta a costruire una proposta turistica per tutti, la montagna intesa come opportunità e non come un ostacolo.

Un altro esperimento di inclusività e sport che negli ultimi due anni ha fatto molto parlare di sé in Valle d'Aosta e non solo, è il progetto denominato "Tor in Gamba"²³ (Le Tour De La Vallée D'Aoste For Amputee), nato nel 2020. Il tutto è partito dall'idea di due amici, entrambi amputati ma accomunanti da un grande sogno, ovvero quello di partecipare al Tor Des Géant, al motto

¹⁹ (<https://www.montagna.tv/6324/vda-dieci-maestri-di-sci-per-i-disabili/>, 2022)

²⁰ (<https://www.comunicati-stampa.net/com/la-montagna-per-tutti-html>, 2022)

²¹ (Viviani, 2019)

²² (Pontecorvo, 2022)

²³ (<https://www.toringamba.it>, 2022)

di: Secondi A Nessuno – Anche Noi Possiamo²⁴, hanno deciso di creare una versione di Tor più a misura alle loro esigenze. Hanno quindi raggruppato una decina di persone anch'esse amputate e, supportati da volontari, amici e accompagnatori qualificati, hanno dato vita alla prima staffetta non competitiva che segue esattamente gli stessi percorsi del Tor des Géants per 330 chilometri, raggiungendo un traguardo personale importante.

A seguito dall'ottima risposta mediatica data da questa prima edizione, è nata un'altra proposta riservata a persone con disabilità ma anche normo dotate, denominata Tor d'Antan.²⁵ La durata sarà di cinque giorni, ogni giorno vedrà una tappa diversa con anche soste lungo i percorsi per visitare luoghi di interesse, il tutto sotto la supervisione di accompagnatori qualificati.

Sempre la stessa organizzazione ha dato vita ad una competizione sulle piste da sci durante la stagione invernale, a controprova che l'intento di questo gruppo è davvero quello di vivere la montagna in tutte le sue versioni.

3.2 PROGETTI FUTURI

Certamente questo modo di intendere la vita, lo sport e la disabilità apre le porte a iniziative future di grande interesse. Quelle che sono sempre state considerate delle barriere adesso possono essere interpretate e progettate come nuove opportunità.

Volendo puntare su iniziative sportive inclusive, la Valle d'Aosta attraverso imprenditori e società sportive, potrebbe avviare campi scuola sportivi, piuttosto che settimane verdi sia per bambini che per adulti oppure, come ipotizzato nell'intervista di Xavier Chevrier, sfruttare un evento o una gara per allargare le categorie coinvolte, e allo stesso tempo coinvolgere un territorio nel suo insieme. Gli esempi citati nel paragrafo precedente lasciano intuire le potenzialità, non solo nelle stagioni estive e invernali, ma soprattutto l'alto potenziale delle stagioni intermedie. Se ipotizziamo una settimana verde nel mese di maggio, quando buona parte dei sentieri sono già liberi dalla neve, si può pensare di ideare percorsi di trekking diversi ogni giorno, alternati ad attività con le guide naturalistiche, oppure creare settimane di allenamento con l'obiettivo a fine settimana di partecipare ad una delle tante competizioni in calendario, magari con la predisposizione di percorsi più brevi o meno impegnativi adatti a tipologie "particolari" di sportivi. Così facendo si andrebbe a diversificare l'offerta in mesi notoriamente poco frequentati, ipotizzando di ampliare le attività su più comuni, si permetterebbe a località più piccole di beneficiare di soggiorni e introiti maggiori. Ovviamente, sia che l'iniziativa parta da un

²⁴ (<https://www.toringamba.it>, 2022)

²⁵ (<https://www.toringamba.it>, 2022)

privato piuttosto che da una società sportiva, serve uno studio delle potenzialità dei vari territori e una pianificazione puntuale delle attività. Sicuramente oggi lo scenario valdostano offre competenze e operatori qualificati a supporto di una clientela che necessita di attenzioni maggiori. Manca probabilmente una rete organizzativa che dia un punto di partenza a questa tipologia di offerta.

CONCLUSIONI:

Negli ultimi due anni, siamo stati catapultati in una dimensione surreale, molto lontana dal nostro pensiero, ma soprattutto dal nostro stile di vita. In poche settimane, la vita di ognuno di noi ha subito delle modifiche più o meno importanti e tanti progetti in corso sono stati bruscamente interrotti, tutti in qualche modo abbiamo dovuto riprogrammare la nostra vita.

Certamente questo caos non ha esentato nessun settore dell'economia italiana, ma tra i settori che hanno maggiormente risentito della situazione, quello del turismo è sicuramente uno dei primi della lista. Un settore importante che ha dovuto sospendere la sua attività per mesi, un settore che, negli ultimi anni ha visto un crescendo di viaggiatori, un rinnovato interesse per le bellezze italiane, i turisti sia italiani che stranieri alla conquista del Bel paese, ad un tratto si è trovato a dover frenare molto bruscamente, un po' come quando in macchina ci si trova davanti un ostacolo.

In un attimo, senza averne piena consapevolezza, siamo entrati in una realtà fatta di incertezza, paura e disorientamento. Ovviamente due anni di restrizioni e chiusure non hanno giovato all'economia dell'Italia, tanto meno alla libertà personale; infatti, in questo periodo abbiamo avuto modo di apprendere molto bene il concetto di libertà limitata, inattività e isolamento. Forse prima questa libertà ci sembrava molto scontata, mentre ora siamo sicuramente più consapevoli che lo sport, il movimento, la condivisione, la socialità, sono fattori essenziali per il nostro benessere sia fisico che mentale. Non è necessario essere dei velocisti della corsa, ma molto spesso è sufficiente una passeggiata al parco in compagnia.

Una citazione di Charles R. Swindoll ²⁶recita: “la vita è per il 10% cosa ti succede e per il 90% come reagisci”, la parola reagire sta a significare una replica ad un'azione esterna, rispondere a stimoli esterni, probabilmente mai come in questo momento è d'obbligo una reazione, in questo momento siamo ancora in una fase di confusione e paura, ma, è assolutamente necessario riprendere da dove abbiamo interrotto, le persone hanno bisogno di socialità e movimento così come ne ha bisogno l'economia.

Se è vero che la condivisione, lo sport sono elementi fondanti di una parte del sistema economico, ecco allora che la Valle d'Aosta ha l'opportunità di fare un salto in avanti nella

²⁶ (www.bing.com/images/frasi+motivazionali, 2022)

diversificazione della sua offerta, aprendosi a quei target di mercato forse un po' troppo trascurati nel tempo e mettendo in comunicazione parti di quella socialità totalmente annullata.

Purtroppo, non si possono azzerare gli ultimi due anni, ma è auspicabile cercare di riappropriarsi di una normalità, soprattutto bisogna tornare a progettare e ideare nuove forme di turismo. Come spesso si legge nei manuali di economia è nel momento di crisi che si gettano le basi per la ripartenza.

BIBLIOGRAFIA

- Citazioni.* (2022, Aprile 9). Tratto da www.ohga.it.
- Conto Satellite del Turismo di ISTAT.* (2018). Tratto da www.istat.it.
- Corso di economia aziendale. (2006). In Pivato/Misani/Ordanini/Perrini, *Corso di economia aziendale*. Egea.
- <https://financecue.it/turismo-incidenza-reale-economia-pil-italia/20784/>. (2020, Luglio 27).
Tratto il giorno Aprile 02, 2022 da <https://financecue.it/turismo>.
- https://it.wikipedia.org/wiki/Vertical_Kilometer#Descrizione. (2022, Aprile 16). Tratto da wikipedia .
- <https://italiaindati.com/turismo-in-italia/>. (2020). Tratto da www.italiaindati.com.
- <https://projectforall.net/quanto-vale-il-turismo-accessibile-i-numeri/>. (2022, Aprile 05).
Tratto da www.projectforall.net.
- <https://skialper.it/tor-des-geants-i-numeri-del-decennale/>. (2022, Marzo 30). Tratto da www.skialper.it.
- <https://www.ansa.it/valledaosta/notizie/2014/03/20/Turismo-Interski>. (2022, Aprile 20).
Tratto da www.ansa.it.
- <https://www.ansa.it/valledaosta/notizie/2022/04/09/turismo>. (2022, Aprile 09). Tratto da www.ansa.it .
- <https://www.comunicati-stampa.net/com/la-montagna-per-tutti-html>. (2022, Aprile 15). Tratto da www.comunicati-stampa.net/com/la-montagna-per-tutti.
- <https://www.montagna.tv/6324/vda-dieci-maestri-di-sci-per-i-disabili/>. (2022, Aprile 05).
Tratto da www.montagna.tv.
- <https://www.osservatorioturisticovda.it/blog/dati-turismo-valledaosta-2019/>. (2020). Tratto da www.osservatorioturisticovda.it.
- <https://www.specialolympics.it/liguria/>. (2022, Aprile 21). Tratto da www.specialolympics.it.
- <https://www.toringamba.it>. (2022, Aprile 18). Tratto da www.toringamba.it.
- <https://www.tourtrailvda.com/italiano/tourtrail-vda/>. (2022, Aprile 20). Tratto da [/www.tourtrailvda.com/](http://www.tourtrailvda.com/).
- <https://www.treccani.it/enciclopedia/turismo>. (2022, Aprile). Tratto da www.treccani.it.
- <https://www.truenumbers.it/quantit-turisti-italia/>. (2022, Aprile 15). Tratto da www.truenumbers.it.
- officina turistica /Andamento 2019.* (2020, Gennaio 14). Tratto da www.officinaturistica.com.
- Pontecorvo, P. (2022, Aprile 22). <https://www.rainews.it/tgr/vda/video/2022/04/vda->
- Regione Valle d'Aosta.* (2022, Aprile 5). Tratto da www.regione.vda.it.

Torrini_Rapporto_Turismo. (2018). https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/collana-seminari-convegni/2018-0023/Torrini_Rapporto_Turismo. *Il turismo per vacanze degli stranieri in Italia*, (p. 6/7/8).

Tripodi, C. (2008). Le condizioni di successo delle imprese alberghiere . In C. Tripodi. Egea.

Viviani, M. (2019, Marzo 26). iene.mediaset.it/video/robot-alice-regalo-esoscheletro-donatrice_360219.shtml.

Wikipedia . (2022, Aprile 5).

www.bancaditalia.it. (2020, Luglio 27). Tratto da Banca d'Italia -Categoria Economia e Finanza.

www.bing.com/images/frasi+motivazionali. (2022, Aprile 30). Tratto da frasi+motivazionali.

www.isnart.it/turismo_sportivo/report_2019. (2022, Aprile 5). Tratto da www.isnart.it.

www.istat.it. (s.d.). Tratto da www.istat.it/turismo.

APPENDICE A:

Intervista ad Alessandra Nicoletti Presidente di VDA Trailers

Data: 20/04/2022

Adriana: Buongiorno Alessandra, grazie per aver accettato quest'intervista

Adriana: Alessandra, quando e com'è iniziata questa avventura del Tor des Géants?

Alessandra: Il Tor è nato nel 2010, prima edizione 2010,

Adriana: quanti erano alla partenza?

Alessandra: 350 partecipanti ad una sola gara

Adriana: e come è nata questa idea far partire questi pazzi per farsi tutti questi chilometri?

Alessandra: noi organizzavamo già una parte dell'Ultra Trail Mont Blanc e il Grand Trail Val-digne che è stata la prima gara lunga importante in Italia con più di 70 km in un'unica tappa e niente semplicemente durante una riunione avevamo la cartina della Valle d'Aosta sul tavolo, c'erano assegnati due percorsi delle alte vie che di fatto in quel periodo... lì parliamo del 2008, non erano ancora collegate cioè la prima partiva da Gressoney a Courmayeur e la seconda da Courmayeur a Champorcher, mancava il collegamento tra Champorcher e Gressoney, la regione stava facendo i lavori sui sentieri per fare il collegamento e da subito è parso talmente tanto evidente, perché lo vedi cioè vedi la Valle d'Aosta e vedi questo tracciato, faccio il giro...ovviamente sulla carta sembrava sì fattibile ma non eravamo certamente sicuri, abbiamo provato a fare misurazioni su quanto doveva essere lunga perché nessuno sapeva quanti chilometri ci fossero e ci abbiamo studiato. Abbiamo pensato dove mettere i ristori, il concetto di base vita che è un concetto innovativo non esiste nessun'altra gara. La base vita come facciamo noi... avete visto che la gente si ferma, mangia, dorme, fa la doccia... non esisteva quel concetto e a che distanza mettere i ristori, che tempi di percorrenza tra ristori l'altro quindi tempi massimi tempi minimi, insomma tutte queste cose qua. L'abbiamo presentato alla regione in quel momento l'assessore al turismo era Marguerettaz, lo abbiamo invitato prima a vedere la partenza delle gare che organizzavamo già e dopodiché verrà presentato questo progetto e ovviamente essendo un progetto molto ambizioso aveva bisogno di un appoggio importante da parte

dell'amministrazione pubblica perché coinvolgere tutti gli enti, praticamente appoggio almeno politico importante per poter far partire questa macchina qua sì anche perché ok partire in 350.

Adriana: adesso tra tutte le gare sono più di 2000 i partecipanti; quindi, giustamente bisogna anche preoccuparsene in termini di sicurezza

Alessandra: sì, esatto, questa è proprio garantita dal piano di sicurezza che noi facciamo che abbiamo messo appunto negli anni ma che deriva la nostra esperienza precedente cioè come dislocare i punti di soccorso, già soltanto i ristori sono 52 punti tra basi vita, colli e quant'altro presidiati dal personale volontario, da gente che sta lì h 24, che aspetta che passi e aspetta che passi l'ultimo segna un passaggio di Adriana di Paola di Alessandra, inizialmente era su un foglio adesso con un sistema di cronometraggio via Gps nostro e già lì hai la prima il primo concetto di sicurezza.

Adriana: non scappi a nessuno, se non arrivi vengo a cercarti,

Alessandra: i sentieri sono aperti a tutti e sono sentieri escursionistici, non c'è niente di difficile. La Valle d'Aosta ha un patrimonio di sentieri e sono tutti sentieri molto ben tenuti soprattutto da quando appunto c'è il Tor il percorso del Tor des Géant e quindi le alte vie sono tenuti veramente molto bene perché le arterie esistono dagli anni 70 e sono sempre state un po' trascurate, cioè poco frequentati. Facevano alpinismo ma sennò allora negli anni 70 non c'era come adesso l'abitudine di andar per rifugi, si facevano tanti cammini, l'escursionismo in generale è un po' andato a scemare, c'è sempre meno persone che facessero la normale passeggiata fino al rifugio. Con il TOR, come tutte le altre gare che noi facciamo, hanno come scopo anche quello di rispolverare questi percorsi e di far ritornare la gente ad andare in montagna e successivamente proprio perché tanta gente è tornata a camminare. Le Alte vie inizialmente non erano così belle come sono adesso. C'erano magari i sentieri ben tracciati che ti fanno arrivare al rifugio tale ma dal rifugio in poi, per arrivare al punto successivo, magari no, per cui la regione ha fatto un grosso lavoro di risistemazione e manutenzione dei sentieri, e soprattutto è stato riscoperto questo modo di andare in giro, ad andare in montagna, anche dagli stessi valdostani per cui anche durante la settimana durante c'è tanta gente che scappa e questo ovviamente a beneficio di tutti: del rifugio e del bar che c'è in paese, a beneficio di tutti quanti.

Adriana: mi ha detto che il TOR è una conseguenza quasi naturale di una parte dell'UTMB e di un'altra gara, però come lo avete pubblicizzato? avete usato gli stessi canali che si usano per l'ultra-Trail, i partecipanti di uno partecipano anche all'altro?

Alessandra: sì allora diciamo che il TOR è uscito nel momento giusto. La gara più lunga in quel momento e la più importante ma attualmente ancora la più importante che ci sia nel mondo è lo UTMB di 168 km quindi esattamente la metà rispetto al Tor. Il TOR è uscito nel momento giusto cioè fare questo Trail era diventato ormai un obiettivo raggiungibile ai più, cioè fare una gara 168 km quindi 100 miglia diventava raggiungibile per i professionisti, mentre il TOR è un 200 miglia e quindi è uscita nel momento in cui non c'erano altre gare di questa lunghezza. Adesso qualcun'altra c'è, ma era chiaro che proporre qualcosa di ancora più sfidante rispetto alle 100 miglia sarebbe stata una carta vincente, quindi siamo usciti nel momento giusto, tramite nostri canali ne abbiamo fatto una promozione neanche tanto pazzesca perché comunque non è che avessimo dei grossi canali di comunicazione, però comunque eravamo già conosciuti nel mondo per le altre gare che organizzavamo. In quel momento era un mondo molto più piccolo rispetto a quello che c'è adesso, c'erano soltanto 350 iscritti ma non ce ne sarebbero stati di più in quel momento, perché comunque era un mondo molto più piccolo, più ridotto, e a questi noi siamo arrivati direttamente, cioè avevamo il contatto diretto con queste persone qua. Quando l'abbiamo fatto nel 2009, quindi l'anno prima della prima edizione, abbiamo fatto l'edizione Test del Tor, abbiamo fatto un rilevamento preciso nel percorso con il GPS quindi tracciato per conoscere il giusto dislivello e le distanze, abbiamo fatto un video e delle fotografie e li abbiamo raccolti in un DVD. A dicembre del 2009 abbiamo aperto le iscrizioni, tutte le nostre iscrizioni sono sempre fatte online quindi abbiamo aperto delle prescrizioni dando evidenza su forum, su riviste di settore che aprivamo le preiscrizioni. Chi era interessato a preiscriversi ha pagato 50 € quindi ed ha in cambio ricevuto il dvd di presentazione di questa gara. Veramente al buio e in men che non si dica si sono preiscritti in 50, quindi noi già da subito lì abbiamo avuto sentore dell'interesse che poteva esserci e poi, come di consuetudine, prima di febbraio avevamo aperto le iscrizioni, quelli che erano preiscritti ovviamente 50 € avevano già pagate, hanno pagato la restante quota d'iscrizione e siamo arrivate 350

Adriana: negli anni a seguire il numero dei partecipanti è sempre salito?

Alessandra: sì, come numero è sempre salito, fino a adesso. Oggi siamo al numero massimo che possiamo accettare sul Tor, perché comunque siamo ai 1100 iscritti che è il numero massimo che accettiamo e che vogliamo accettare anche perché è difficile gestire più persone, più corridori di 1100 in una gara con queste caratteristiche, ma soprattutto con le basi vita che hanno dei posti limitati e quindi ci sono delle difficoltà oggettive organizzative. Alcune strutture a cui ci appoggiamo sono piccole, avessimo un palazzetto dello sport ad ogni base vita, sarebbe già diverso e poi c'è un altro aspetto, come tu sai, le cose più sono irraggiungibili e più sono

appetibili, infatti c'è grande corsa all'iscrizione; quindi, più il numero è limitato più la cosa diventa interessante.

Adriana: vedevo che adesso avete aggiunto il Tor X, Tor 130, Passage a Malatrà Tor des Glacier, alla fine ne fate 2000/2030 persone; quindi, sono numeri importanti e concentrati poi sostanzialmente in una settimana?

Alessandra: 10 giorni, 10 giorni la più lunga che è il 450 parte venerdì arriva il sabato quindi sono 8 giorni

Adriana: tempo massimo per il Tor sono 150h, direi che devi correre ..

Alessandra: si deve camminare di buon passo e facendo molto affidamento sulle basi vita, allora, per fare questo tipo di gara ti devi dimenticare a casa l'orologio, perché comunque non esiste più il giorno la notte, pranzo, cena, colazione, le ore di sonno non esistono più, tu entri in una sorta di lunga giornata nella quale ti devi gestire i chilometri, quindi devi cambiare concettualmente ritmo di marcia, di riposo, tutto è sballato, tutto trasformato e difatti anche questa è una di quelle cose che fa la differenza tra quelli che lo finiscono e quelli che non lo finiscono, perché comunque, è una sorta di mondo parallelo nel quale entri, sostanzialmente le categorie poi diventano due poi.

Adriana: i runners professionisti probabilmente che lo fanno tanto di professione, sono molto allenati, magari invece chi si avvicina a questo tipo di competizione, non voglio dire di dilettante, potrebbe incorrere in crisi di sonno maggiori, quando li incroci il sabato mattina quasi prossimi all'arrivo credo che effettivamente non vedano l'ora di arrivare a Courmayeur e passare il traguardo:

Alessandra: ci sono quelli che non vedono l'ora di arrivare perché così almeno è finito, ma ci sono anche quelli invece che arrivano a pochi metri dal traguardo e non vogliono più arrivare, non vogliono oltrepassarlo il traguardo.

Adriana: perché?

Alessandra: perché finisce, perché veramente tu vivi un'esperienza totale al di fuori del mondo quindi non hai più la problemi, la famiglia, sei completamente distaccato dalla realtà e passare il traguardo vuol dire ritornare nella realtà e quindi ritornare con i figli che fanno i capricci, il lavoro e le cose impegni doversi svegliare la mattina per andare in ufficio, invece vorresti andare a correre invece devi andare a lavorare, e poi ma una cosa che dicono tutti dal super atleta all'ultimo che arriva, è che comunque una volta fatto il Tor, ogni giorno della tua vita successiva

..tu ogni giorno un pensiero al TOR lo devi fare, ogni singola cellula vive funziona in funzione di, e ci sono quelli che lo ricordano con odio perché magari lo hanno vissuto male o si sono fatti male e si sono dovuti ritirare, però la tua testa è lì.

Adriana: credo che l'impatto emotivo sia molto forte, poi ognuno a modo suo elabora questa sfida, magari ti prepari, parti convinto poi ti capita la settimana che fa sempre brutto non vedi un raggio di sole..

Alessandra: esatto oppure becchi una storta o ti viene mal di pancia

Adriana: In che periodo si svolge il Tor?

Alessandra: di seconda domenica di settembre, questa data è scelta di proposito proprio per non essere troppo vicino all'UTMB (Ultra Trail du Mont Blanc) che si svolge a fine agosto, per noi che siamo anche nell'organizzazione dell'UTMB, per cui avevamo quell'impegno lì e avevamo bisogno di una settimana/quindici giorni di tempo per spostarci per i preparativi del TOR, anche perché parte dei materiali, quindi i bivacchi, alcuni materiali sono in comproprietà con l'organizzazione UTMB, alcune cose nostre le prestiamo noi all'organizzazione dell'UTMB, quindi poi bisogna smontare da una parte e rimontare dall'altra parte. Quindi ci servivano questi quindici giorni di tempo tra le due gare, e poi c'è un altro motivo che ci ha fatto propendere per settembre, perché a settembre e anche la fine agosto, ma settembre soprattutto, comunque tu hai ancora un tempo atmosferico stabile, o fa sempre bello o fa sempre brutto, cioè non hai temporali, avremmo potuto farlo a luglio però è chiaro che un tempo più instabile, in più siccome si sta praticamente sempre molto in alta quota, al di sopra dei 2000mt a settembre non c'è più il rischio di trovare nevali, oramai tra fine agosto a settembre i nevali si sono praticamente tutti sciolti, e quindi è stata una scelta ponderata. Dopodiché c'è un aspetto di non poca importanza, la stagione estiva non finisce a fine agosto, i rifugi, e noi ne tocchiamo parecchi, questi normalmente chiudevano a fine agosto o il primo weekend di settembre, mentre invece così tengono tutti aperti almeno fino al terzo week end di settembre, prima il 30 di agosto sparito, tutto chiuso, invece adesso almeno fino alla terza settimana sono aperti, fino almeno alla chiusura dell'evento, per cui perlomeno c'è anche un po' di allungamento della stagione.

Adriana: quante nazionalità partecipano a questa gara?

Alessandra: quest'anno sono circa 65; sono arrivati fino a 80 nel 2019 sono stati un'ottantina, quest'anno tra Covid e guerra e problemi vari sono un po' di meno

Adriana: vuol dire che gli atleti, ad esempio, chi arriva dal Giappone, dalla Cina piuttosto che... si organizzano la loro bella vacanza, arrivano almeno qualche giorno prima e vanno via qualche giorno dopo?

Alessandra: ci sono alcuni che arrivano e addirittura si fanno tutto il mese d'agosto, tutta l'estate qua e poi fanno la gara e poi rientrano a casa, diventa già interessante, loro devono essere a Courmayeur il sabato prima della partenza (quest'anno il 10/09) e già il venerdì per chi fa il percorso più lungo, e poi rimangono fino alla domenica successiva, eh diciamo che con la conclusione di tutto poi per la ripartenza almeno 10 giorni. quelli che sono più vicini diciamo gli europei stanno 15 giorni, gli extra europei ovviamente devono mettere in conto il ritorno.

Adriana: una curiosità, qualche anno fa se non ricordo male, ci fu un giornalista o della Rai VDA o non escludo potesse essere anche un giornalista del TOR, che intervistò un giornalista giapponese che seguiva una comitiva di giapponesi appunto che partecipava al Tor, e questa persona disse sì che accompagnava in questa esperienza i suoi connazionali, proprio perché scriveva per una rivista giapponese specializzata in sport estremi, e quindi poi avrebbe fatto un resoconto puntuale di tutto quello che è il Tor

Alessandra: i giapponesi anche nel 2016 è venuta la televisione nazionale giapponese ed è stata qua per tutta la durata, hanno prodotto un documentario di un'ora che è andato in onda più volte sulla televisione nazionale giapponese e lo hanno ritrasmesso più volte in televisione, dopodiché questo video è stato diffuso e utilizzato tanto per dire, un esempio, parlando un giorno con un amico di Courmayeur maestro di sci che era andato a Tokyo mi raccontò che arrivato in aeroporto uscito dal gate si è trovato davanti uno schermo con la pubblicità del TOR. Vediamo televisioni di svariati paesi, piuttosto che sponsor, la North Face l'anno scorso ha fatto tutto un servizio su Stephanie Case, che è questa atleta canadese che ha vinto il Tor des Glacier arrivando terza assoluta, fra l'altro, e ha fatto un video su di lei appunto, i cinesi anche fanno parecchi servizi sia per la carta stampata per cui non ce n'è solo uno ce ne sono tanti giornalisti e ed essendo una gara così in particolare, guarda, oggi ci è arrivato questo (un libro scritto tutto in tedesco, piuttosto che una altro scritto in cinese), e queste pubblicazioni sono in parte scritte da chi ha fatto il TOR e vuole raccontare un'esperienza.

Adriana: quindi sostanzialmente non c'è neanche bisogno di fare una grande pubblicità, è pubblicizzato soprattutto da chi partecipa:

Alessandra: è ovvio che la pubblicità ti serve perché hai dei partner commerciali, degli sponsor, che ti chiedono il comunicato stampa ecc., e fare tutto questo comunque alimenta il mito,

l'interesse e l'attenzione sul tuo evento, però la pubblicità maggiore è fatta dai corridori che hanno partecipato alla fine sono i tuoi più importanti Ambassador. Come tutti gli sport, lo sport è fatto da chi ha passione, per cui se ti piace il calcio vai a leggerti delle cose che parlano di calcio, se ti piace il nuoto idem, se ti piace il Trail stessa cosa, ed in genere tutti i racconti e le cose vengono scritte da chi fa il tuo stesso sport, normalmente vai a leggere i racconti dei campioni oppure vai a leggere racconti delle avventure no?! e quindi questi qui sono le avventure sono i racconti mitici, anche perché il Tor è considerato una delle dieci gare mito nel mondo.

Adriana: io sono affascinata dal tipo di competizione e obiettivamente sono anche affascinata dalla quantità dei percorsi che avete ideato e penso che gestire tutto/i sia sicuramente impegnativo, in quanto valdostana apprezzo quando incontro i corridori sui sentieri, li vedi passare con i loro pettorali e comunque sai che stanno compiendo un'impresa, ma soprattutto che quell'impresa si svolge sulle montagne di casa mia (qui in valle), genera sicuramente orgoglio:

Alessandra: un amico che ha partecipato dalla prima edizione , era un senatore, (che sono quelli hanno partecipato e finito la gara sin dalla prima edizione), lui vive in Francia ma era originario di Cuorné, la sua famiglia originale di Cuorné, lui ha sempre vissuto in Francia, cresciuto in Francia ma è molto legato al suo paese di origine e alle Alpi, non era tanto convinto di fare il Tor anche perché aveva avuto dei problemi di cuore, aveva già una certa età, quasi settantenne già alla prima edizione, per cui non era convinto, perché dice non posso correre non ce la faccio, e io dicevo guarda Max che una persona come te (lui è uno che partiva tutti gli anni da Sallanches in Francia e arrivava a Cuorné a piedi) è perfettamente in grado di fare il Tor, però lui non era convinto, alla fine la moglie di nascosto lo ha iscritto, finito il Tor mi ha scritto una lettera bellissima nella quale mi diceva: quello che io ho trovato di particolare in questa gara, che non c'è in nessun'altra gara al mondo, (e lui è una persona che di gare ne ha fatte tante anche in giro per il mondo) è che noi attraversavamo questi paesi alpini, questi posti e incontravano delle persone magari in giro per i sentieri così, o gente di montagna qui valdostane, gente del posto magari che era in alpeggio con le mucche, la gente di montagna riconosceva in noi il fatto che noi siamo gente di montagna e quindi dice.. la condivisione della fatica della difficoltà del vivere, del lavorare, dello stare in montagna ci univa in maniera indissolubile, diciamo che il Tor ha tirato fuori lo spirito migliore dei valdostani, cioè hanno riscoperto l'amore per il proprio territorio, chi vive in montagna sa cosa significhi la fatica di stare in montagna, perché anche se vivi qua comunque l'inverno è lungo, ci sono molte più difficoltà con la neve, non è come stare a Milano in qualsiasi momento hai la metropolitana e vai dove vuoi,

è complicato, per fare la spesa devi prendere la macchina, non puoi uscire andare sotto casa per prendere il pane difficilmente, quindi queste difficoltà in più ti fanno prendere coscienza

Adriana: è molto bello vedere la Valle piena di queste persone, stranieri o locali, penso ad amici che lo hanno fatto, ecco è bello vederli e bello vederlo attraverso i loro occhi ma fammi dire, è bello anche che si parli di noi, perché a volte ho l'impressione che ci dimentichiamo che esistiamo anche noi, credo che questa cosa sia un po' il difetto del paese Italia cioè ci dimentichiamo troppo spesso chi siamo.

Alessandra: un'altra cosa interessante è che magari si sono trovati nell'alpeggio sopra Issime, si sono trovati a incrociare il mondo, italiani giapponesi cinesi, perché passano persone di più di 60 nazioni diverse, e quindi senza muoversi il mondo è arrivato da loro; quindi, se tu non puoi andare fuori, il mondo viene da te.

Non c'è soltanto l'aspetto sociale, il Tor ha un'economia che supera il milione di euro, di questo oltre un milione di euro oltre il 90% di ricade sull'economia della Valle, a parte per alcuni servizi per cui ci appoggiamo a professionisti che vengono da fuori valle, tutto il resto viene acquistato qua VDA e quindi ricade direttamente qua se siete fortunate son l'alimentari, anche semplicemente la nostra società noi siamo in sei che lavoriamo qua a tempo pieno e dobbiamo viverci, questo milione di euro arriva per il 60% dall'estero del restante il 90% e più arriva da fuori valle, tra l'altro noi continuiamo a fornire informazioni agli stagisti, ma ci piacerebbe avere come ritorno un metodo per calcolare l'indotto, ci piacerebbe che qualcuno calcolasse l'indotto che questa competizione genera sulla valle, se noi spendiamo un milione e mezzo di euro qui in realtà qual è l'indotto reale? si tratterebbe di mettersi a fare solo questo e cominciare a battere da porta a porta praticamente tutti, ristoranti rifugi alberghi bar e tirare su numeri.

Ieri parlavamo con presidente dell'institut Agricole che così diceva che normalmente si applica un moltiplicatore di 6,5, cioè se noi abbiamo 1000euro da un corridore ne rientrano sul territorio 6.500 € però è una stima, lui lo riferiva in termini di skipass staccati, noi come Tor sappiamo che comunque il valore di ogni partecipante (€ 1000) lo moltiplichiamo le presenze per 2.25/ 3 persone, cioè ogni corridore è accompagnato da mediamente 2 o 3 persone, poi c'è quello che non ha nessuno quello che mi arriva con 5 persone, la media è più o meno quella quindi se tu vendi una notte per un corridore sai che insieme a quella si aggiunge la notte per altre due se non tre accompagnatori, quindi se una notte in albergo mi costa mediamente 55/ 60 € hanno la moltiplicare due o tre.

Probabilmente poi bisognerebbe potrebbe anche fare per settori, non so, un anno possiamo contare i ristoratori, oppure i rifugi, a quanto pare con la persona che segue l'osservatorio del turismo della Valle d'Aosta, hanno comunque faticato di darci dei numeri rilevanti, a parte le e presenze, che sì sono dati ufficiali, ti fa vedere proprio che la stagione si allunga, noi sappiamo quantificare più o meno la quantità di persone che portiamo, non sappiamo però cosa genera questa invasione in termini di denari spesi in valle.

Adriana sicuramente qualche numero in più andrebbe studiato anche perché adesso in Valle d'Aosta gare di Trail /Verical ne abbiamo tante e coprono anche tutta la stagione

Alessandra: sì attenzione , ci sono tante gare di Trail, ci sono anche tanti vertical però bisogna vedere chi partecipa a quelle gare, qual è il bacino di utenza, perché ce ne sono tante, ma tante ma hanno un utenza valdostana, al limite piemontese, per cui non è che ti sposti con la famiglia, hanno un valore ma sicuramente valgono meno, certo non possono competere con il neozelandese che viene qua magari per un mese e spende valuta qui in valle, faccio le vacanze me le faccio in quel posto dove devo fare la gara ma spesso sono percorsi tosti, c'è chi per il TOR si fa le settimane verdi o weekend allungati e poi alla fine si fa lo sparone finale e poi torno a casa felice.

Alessandra: sono sempre numeri, ma è per far capire quanto esclusivo sia l'evento, che poi alla fine rimane grande evento a livello mondiale, per dire la prima ed. Tor des Glaciers del 2019 edizione la quota di iscrizione sono 1.000 € che devi mettere giù, sulla prima edizione 2019 , i 100 posti disponibili sono andati esauriti in tre minuti, tra l'altro siamo dovuti andare in ordine di transazioni della banca, tracciare il pagamento per metterli in ordine perché comunque erano oltre il numero massimo, però 100 persone che hanno messo lì 1000€ subito, è tanta roba perché comunque fa capire che il territorio regala emozioni, l'evento c'è però c'è anche il territorio che lo sostiene.

Adriana: ho partecipato a qualche edizione dell'Arrancabirra

Alessandra: tu pensa che l'Arrancabirra nata per noi che organizzavano tutte gare serissime, appunto UTMB e...e per di più l'Arrancabirra è nata come l'anti gara, nell'idea iniziale era destinata a noi, cioè gruppo di amici /organizzatori e volontari di Courmayeur che si sono sbattuti per tutta l'estate, ci facciamo la nostra garetta, ce la godiamo tra di noi e boh basta si chiude la stagione, gara catartica. Peccato che il primo anno erano 180 iscritti, tutti felici, una festa della miseria, ci siamo divertiti caspita, e adesso abbiamo 1300 iscritti e c'è gente che fa la fila e si mena per riuscire ad iscriversi e aspetta che qualcuno rinunci all'ultimo secondo, e niente

anche lì diciamo che è nata per prendere in giro tutta sta gente che si prende troppo sul serio, facciamoci una roba più divertente che altro però fatemi dire che comunque il percorso è di tutto rispetto e alla fine è diventata talmente partecipata e sentita, tanto che anche la gente di Courmayeur, quindi gli amici tutte le persone che ci girano intorno, hanno cominciato ad andare in montagna per prepararsi per l'Arranca birra, quindi per dire qual è la forza e il valore sociale di una gara di ultra trail ma anche dell'Arracabirra, anche se magari meno impegnative, comunque ti porta la gente a fare attività sportiva e poi ti porta in giro su dei percorsi belli che hai lì sopra casa e che magari non hai mai visto, gente di Courmayeur che non era mai andata al rifugio Bertone, perché comunque tanto ce l'hai lì.

Adriana: quanti sono i volontari del TOR?

Alessandra: I volontari sono 3000 fra volontari e professionisti, cioè alla fine sono volontari e professionisti, oltre ai volontari ci sono 26 medici, una roba come 40 e più infermieri più gli operatori del 118 che non sono gratis, sono pagati però comunque mettono a posto i loro turni in ospedale e quant'altro per venire a fare assistenza al Tor, diciamo che i professionisti del settore sono pagati, c'è l'accordo con l'Usl secondo il tariffario Intramoenia, i medici le ambulanze e gli infermieri sono hanno un tariffario su cui poi l'Usl fa fattura. In valle per questo tipo di competizioni devi avere un piano di sicurezza, siamo obbligati a presentare un piano che dev'essere approvato convalidato dall'USL, che si fa carico di applicarlo, per cui la commissione di sicurezza del Tor, dove siamo io che sono un direttore di gara, c'è Oscar Taiola che è il nostro responsabile della soccorso e poi c'è il direttore della struttura semplice di emergenza Dott. Cavoretto ci mettiamo intorno ad un tavolo e prendiamo il piano di sicurezza dell'anno precedente diciamo sì va bene, non va bene modifichiamo, dove ci vogliono più persone e dove ne servono meno, questo piano dettagliato così viene ufficialmente presentato all'Usl che lo approva e lo valida e si fa carico di garantirti servizio sanitario, è un servizio che al TOR costa, non è gratis. Il ns sistema di organizzazione della sicurezza, a livello internazionale esiste la Trail running Association, delegata dalla World Athletics che è l'associazione internazionale di atletica leggera facente capo al CEO per il settore del trail running, io sono tra i soci fondatori di questa associazione internazionale nel 2013, perché nel mondo della dello sport internazionale non esisteva per il mondo di trail e quindi era necessario fare mettere in piedi delle norme che garantissero, tutelassero, queste discipline sportive, perché vuoi o non vuoi fra tutte le varie cose che ci sono anche le linee guidate destinate agli organizzatori in diversi campi, più importante quello della sicurezza, quindi tutti abbiamo costituito un comitato di sicurezza di cui facevo parte anch'io io e abbiamo stilato le linee guida in tema di sicurezza e di soccorso,

quindi , si intende l'intervento nel momento della chiamata cioè da quando tu per dire in città da quando tu chiami l'ambulanza deve essere sul posto entro 15min ovviamente in città è una cosa possibile e fattibile in montagna no, o meglio le cose cambiano le condizioni sono diverse, per cui la necessità di garantire un intervento nei tempi più brevi possibili e tutto questo deve obbligatoriamente essere messo per iscritto, perché se no se tu ti trovi a organizzare la mia gara in Toscana e non esiste una regola che ti dice sì è vero devi essere sul posto nel miglior breve tempo possibile ma non sono i 15 minuti dell'ambulanza in città rischi poi tu organizzatore di non riuscire ad essere preparato ad intervenire nel caso succeda il pasticcio.

Adriana: certo a livello giuridico devi poi spiegare e giustificare che sapevi, hai seguito quei protocolli e se non li sapevi perché non li sapevi, ormai di facile e improvvisato non può esserci c'è più niente

Alessandra: comunque giusto per dire, non tanto per vantarsi anche come organizzazione siamo tra le più preparate. Abbiamo comunque nella nostra storia, siccome siamo tra i primi In Italia ma in Europa che hanno comunque messo in piedi un'organizzazione professionale di un certo tipo, siamo comunque un punto di riferimento a livello internazionale perché non è soltanto il Tor, c'è anche un riconoscimento reale a livello internazionale.

Adriana: credo che il nostro territorio (Valle D'Aosta) aiuti molto anche a fare giurisprudenza come si dice, è un territorio ricco di variabili, anche abbastanza difficile, cioè vai via terra, mandi un elicottero piuttosto che mandi una squadra, ma hai tempo di mandare qualcuno? se deve intervenire l'elicottero ti serve una certa logistica.

Adriana: Alessandra ti ringrazio per questa intervista, sapevo che c'era tanto lavoro dietro questa competizione ma non pensavo così tanto.

Alessandra: grazie a te per questa chiacchierata.

APPENDICE B

Intervista a Xavier Chevrier - Atleta e organizzatore del Vertical di Fénis

Data: 21/04/22

Adriana: Buonasera Xavier e grazie per questa intervista

Xavier: si figuri

Adriana: Xavier, tu sei un atleta professionista, è corretto?

Xavier: sono un atleta semiprofessionista, correre non è la mia professione principale ma è comunque parte integrante. Io lavoro in Svizzera, in un negozio di articoli sportivi, di un valdostano, Jean Pellissier... sono già tre anni, anzi quattro a settembre di questo.

Adriana: quindi nei momenti liberi ti dedichi al tuo sport, qual è la tua specialità?

Xavier: la mia specialità è la corsa in montagna /atletica leggera in estate e in inverno su strada, di durata di un'ora e mezza, non percorsi di lunga durata

Adriana: partecipi a gare nazionali ed internazionali?

Xavier: sì esatto, sia nazionali che internazionali. Ho iniziato da allievo nel 2006, quindi avevo 16 anni e adesso sono uno dei più anziani, ne ho già 32 anni, Sono oramai uno dei veterani, adesso stanno arrivando i millennial (i ragazzi nati nel 2000) e noi cerchiamo di resistere. Sì, tutti gli anni abbiamo i campionati europei, di Coppa del mondo e anche nazionali. Corro per una squadra bergamasca.

Adriana: non c'è una squadra valdostana?

Xavier: ci sarebbero ma patiscono molto il confronto, a livello finanziario e gestionale se pensi io corro per la squadra di Leffe, Henri Aymonod corre per una della Val Camonica, Omar Bouamer corre per una squadra toscana, qui in Valle ci vorrebbe qualcuno che un giorno abbia tanta passione e voglia di investire su qualche squadra, ad esempio la Sant' Orso, che abbia un po' di budget, che possano permettersi di pagarci la trasferta e di darci un piccolo compenso, parliamo di cifre molto ridicole. Le nostre squadre vivono grazie ai grossi sponsor che sono dietro, di solito sono l'edilizia e i prodotti per lo sport oppure l'industriale che ha una passione per questo sport.

Adriana: le risorse per questo tipo di sport le abbiamo qui in valle:

Xavier: esattamente la Valle potrebbe avere una squadra autoctona di soli valdostani, abbiamo sportivi che vanno forte su tutto (Catrine Bertone, Cheraz..). Io vorrei avere tanti soldi da poter fare una squadra con cui valorizzare un po' questa cosa qui però, però purtroppo qui in valle non si è mai riusciti a farlo, per questo dobbiamo emigrare verso squadre di fuori valle. Chissà, magari un domani

Adriana: un settore che sta crescendo e sta evolvendo tantissimo e molto velocemente negli anni? ...sono aumentate le gare sono aumentati i Trail i Vertical, sia le tipologie che le lunghezze e le difficoltà, adesso coprono tutta la stagione (da aprile a ottobre).

Xavier: sì adesso va un po' a mode, in certi periodi si organizzano gare molto lunghe, che però sono più difficili da gestire, tutte le gare lunghe sono state smezzate, ti danno la possibilità sullo stesso percorso di fare lunghezze diverse (8/15/25/35/42 km)

L'idea di fare un Trail è un'idea appetibile un po' per tutti, l'idea che hai un tempo di arrivo di magari tre o quattro ore, facilita chi non ha uno spirito competitivo ma semplicemente vuole godersi la giornata, fare un certo percorso, invece se pensiamo al mondo delle Martze a più il concetto è proprio diverso, è una tipologia di gara in cui arrivare in meno tempo possibile quindi devi spingere da subito, devi allenarti di corsa, si basa proprio sulla velocità applicata in pochi chilometri quindi vai più verso l'atletica leggera, impone certi tipi di allenamento.

Il Trail ha molta più partecipazione, poi c'è il concetto di Finisher; quindi, finito il giro non importa il tempo che hai impiegato, sei arrivato hai la tua maglietta, e sei comunque contento. Qualcuno negli anni ha pensato che ad organizzare tante gare ci potesse essere un ritorno economico, il problema sono i piccoli numeri, certo l'organizzazione del Tor guadagna ma le piccole gare al massimo arrivano in pari giusto per poter riconfermare per l'anno dopo i pacchi gara, il servizio di quella mensa e basta. Sinceramente quello che ci tiene a galla è se la giornata è bella e se la gente e gli atleti si fermano al dopo gara.

Adriana: oltre ad essere sportivo, avere un impiego in Svizzera, sei anche nell'organizzazione del Vertical di Fènis, esatto?

Xavier: sì, siamo nati 7 anni fa, abbiamo saltato un'edizione quella del 2020 per ovvi motivi. L'idea era di ripartire ad inizio stagione, dopo la stagione invernale c'è voglia di ripartire, potevamo offrire 2 dislivelli (K1 e K2) e il minitrail per la famiglia, poi negli anni abbiamo dovuto ridimensionare il percorso, perché il punto di arrivo del K2 si trova in un punto dove la

possibilità di trovare ancora neve era ben probabile, perché è esposto tutto a nord e quindi per una questione di sicurezza abbiamo preferito fermarci un po' prima a 1500mt di dislivello, che va benissimo, così sono tutti contenti, se è necessario intervenire si può arrivare un mezzo non abbiamo bisogno dell'elicottero e nel caso facesse brutto abbiamo un punto d'appoggio coperto. La vista e il panorama sono comunque pazzeschi: da una parte il Cervino e poi comunque dopo devi scendere quindi in ogni caso anche 1500 metri ha il suo valore.

Negli anni ci siamo spinti a cercare una data che andasse sempre bene, ed effettivamente il 1° maggio è sempre festa quindi in linea di massima la gran parte della gente è a casa.

Adriana: Da quali numeri siete partiti come partecipanti?

Xavier: questa è nata come gara di paese, però ci piacerebbe poi arrivare a farla inserire nel circuito dei campionati italiani. Nella prima edizione siamo partiti con un tetto massimo di 300 persone suddivise in 180 per il k1 e 120 per il K2 + 100 persone per il minitrail dedicato alle famiglie, non sapevamo se questi numeri sarebbero stati raggiunti; invece, in pochissimo tempo sono stati esauriti tutti i posti, non c'era la lista d'attesa che adesso c'è. Negli anni i numeri sono gradatamente cresciuti aggiungendo 50/100 posti fino al 2019 in cui siamo arrivati a 650, quindi raddoppiato, però le richieste erano quelle.

Nel direttivo siamo in 7 +1 il Patron dell'evento che si rende disponibile nell'organizzazione, pulizia dei sentieri, lui è un po' un coordinatore per tutti i volontari.

La pubblicità viene fatta solo tramite social, passa parola e soprattutto le piattaforme d'iscrizione che ogni anno rimandano una mail per ricordare che la gara si farà quel giorno piuttosto che l'invio di gift card per chi si iscrive prima...

Adriana: anche voi in queste competizioni dovete redigere un piano di sicurezza?

Xavier: sì assolutamente, la nostra fortuna è avere nel direttivo Alessandro Gal che lavora nei vigili del fuoco, che ha un po' in mano le redini dell'organizzazione, ci mette veramente un impegno enorme e infatti questo periodo è un po' fuso, perché ci sono veramente tante cose da fare, autorizzazioni del comune / sicurezza / covid non Covid. L'anno scorso ci siamo dovuti fermare una settimana prima, perché avevano decretato di nuovo la zona rossa e quindi non ci siamo sentiti di rischiare perché c'era troppa gente.

Io mi occupo più della gestione degli atleti. Sin dall'inizio la mia idea era di portare sì numeri ma anche atleti. Ci tengo che partecipino l'élite degli atleti, il top. Volevo dare risalto a magari campioni italiani, un po' per spirito di amicizia e un po' per dare visibilità a questi atleti.

Purtroppo, non abbiamo grandi disponibilità di budget, diamo un rimborso spese ma non possiamo ancora permetterci un montepremi. Quest'anno sono felicissimo perché riusciamo ad esaudire quello che era un mio sogno, ovvero quello di radunare tutti assieme al Ristorante Hotel Conte di Challant che è diventato un albergo etico quindi ci lavorano ragazzi disabili e quindi ci tenevo veramente, ci fanno una sponsorizzazione, ci fanno un prezzo agevolato dove diamo una mezza pensione a questi atleti élite che sono una quindicina.

Adriana: comunque non sono pochi..

Xavier: no, infatti, non sono pochi. I nomi sono grandi, e quindi saremo tutti lì. La nostra idea con questa gara è proprio di far lavorare tutto il paese di Fénis.

Adriana: quindi gli atleti sono principalmente valdostani oppure avete partecipazioni anche da fuori valle?

Xavier: gli iscritti sono principalmente valdostani (un 75%), ed un 25% che arriva dalle province Piemontesi e lombarde. Più passano gli anni e più la nostra idea è quella di creare un pacchetto week end a Fénis, soprattutto per chi arriva da fuori per fare la gara magari decide di arrivare il giorno prima di fare un giro, di visitare il castello, con una convenzione in quanto partecipante alla gara può sfruttare la possibilità del week end e, nel frattempo, l'idea è che non si limita solo alle 3 o 4 ore di gara ma di riuscire a dare una circolarità anche in un periodo dell'anno non particolarmente frequentato, in cui la gente si muove poco, quindi un paese che lavora. Abbiamo tanti casi di appartamenti / case vacanze, facciamo un prezzo unico, una convenzione, così da poter dire a chi viene da fuori che sono disponibili sistemazioni a prezzo agevolato, creare una 2 gg di evento.

Adriana: questo 25% atleti che viene da fuori quindi province lombarde, viene accompagnato dalla famiglia o dagli amici?

Xavier: Se arrivi da Milano o da Torino parti presto il mattino e ce la fai. Qualcuno sale il giorno prima proprio per essere già qui. Ovvio che se riusciamo a mettere in piedi un sistema che agevola l'atleta e invoglia a visitare la valle, ne beneficia tutta un'economia, un po' l'idea del Tour Trail Vda che permette di portare gente. Un domani bisognerà puntare anche tanto su questi pacchetti. Noi facciamo parte della sezione delle salite, mi sembra ci siano sei o sette tappe nel circuito del Tour Trail, c'è un po' tutta la valle. A me piacerebbe gemellare la nostra gara con una gara al mare, ad esempio, quando da noi non fa ancora caldo si corre al mare e quando al mare è troppo caldo si sfrutta la regione.

Adriana: arrivano sportivi dalla Francia o dalla Svizzera?

Xavier: quest'anno è un anno di ripescaggio quindi ripartiamo dalle iscrizioni che abbiamo bloccato nel 2020 abbiamo congelato tutte le iscrizioni fatte e quest'anno, certi che avremmo potuto svolgere la competizione, abbiamo chiesto conferma che tutti gli iscritti confermassero la loro partecipazione. Abbiamo avuto delle disdette ma le abbiamo prontamente sostituite con un "click day". Ancora in questi giorni ci chiedono se qualcuno rinuncia o se ci sono ancora posti; quindi, oltre le nostre aspettative non abbiamo avuto problemi a completare i posti disponibili. Abbiamo dei posti riservati per i maggiori sponsor e per tre persone del gruppo del Tor in Gamba e per un altro ragazzo che fa parte del Progetto Special Olympycs che accompagna i ragazzi con disabilità sia fisica che mentale, a camminate e attività in montagna.

Adriana: proprio come dici tu Xavier sarebbe bello vedere un'un'attenzione anche nei confronti di un gruppo di persone che ha delle disabilità o dei problemi, questo può diventare uno spunto per cui uniamo il bello dello sport in un contesto come quello della Valle e facciamo qualcosa di socialmente utile, anche perché quello che ha lasciato la pandemia è un qualcosa di terrificante a maggior ragione per chi ha problemi di disabilità di qualsiasi genere, magari prima era supportato da un gruppo di amici o da un gruppo sportivo, magari anche solo la parrocchia che la sosteneva, da un momento all'altro si è trovato solo, non solo lui ma anche la famiglia .

Xavier: ero stato ad alcuni corsi per riguardo l'autismo ed effettivamente qui a Fenis hanno in progetto la casa per i ragazzi autistici vicino al castello, e visto che il tracciato della gara passa proprio da lì, sarebbe bellissimo un domani riuscire a organizzare un percorso per loro, da lì sviluppare dei tracciati in sicurezza dove poter camminare in ogni momento.

Oppure studiare con le varie associazioni delle settimane sportive, in cui vengono su con la famiglia, vedono Fénis o altri posti e li coinvolgi in attività sportive. Il motto di Francis Desandre è proprio questo: "non ci sono limiti".

Lui ha dato il via ad un progetto, un progetto molto bello di cui si sta parlando anche molto, e che continua a crescere. Certo per noi poi se i progetti diventano più grandi, diventa già più difficile gestirli. Non siamo un'associazione ma ci appoggiamo allo sci Club Tersiva, quindi le autorizzazioni le hanno loro, noi siamo solo un comitato che organizza il vertical, se lo sci club ci dicesse di no, noi non potremmo fare niente. Infatti, tutta la gestione dei pasti e la gestione fiscale ce l'ha lo sci club. Anche il discorso del piano di sicurezza lo abbiamo creato

noi grazie ad un collega che lavora nei Vigili del Fuoco però poi lo presentiamo allo sci club e alla regione che lo devono approvare.

Adriana: I costi che sostenete quali sono?

Xavier: paghiamo il medico e il 118 e la sosta dell'ambulanza. Ai volontari viene ovviamente pagato il pranzo e regalata la maglietta. Abbiamo anche la fortuna che parecchie persone tra i volontari hanno fatto il corso oltre che di primo soccorso anche per il defibrillatore e quindi queste persone sono dislocate nei vari punti, abbiamo una mappa di volontari sì un centinaio di persone che sono tantissimi. Il comune di Fénis è sempre stato un grande esempio di comunità, io mi sono trasferito per amore, ma quello che emerge in maniera molto forte è questa solidarietà di paese, c'è proprio un forte senso di comunità genere a livello di volontariato. Può sembrare banale ma dopo questa gara ci saranno dei tornei di calcio, gare di motocross e queste sono possibili anche grazie ai volontari, a Fénis che questo servizio di Pedibus per i bambini che vanno a scuola e tutte le mattina 2 persone su ogni frazione passano a prendere e accompagnano i bimbi a scuola. Noi è vero che per sei mesi all'anno ci troviamo per organizzare la gara ma se non avessimo il supporto della proloco sarebbe difficile gestire tutto questo.

Adriana: la pubblicità per la gara è di fatto tutto via social e passa parola?

Xavier: ogni volta che si registrano di anno in anno ricevono le news, inoltre il giorno della gara ci sono diversi gazebo di gare partner che pubblicizzano la loro gara, quindi una collaborazione anche da quel punto di vista, nulla vieta un domani anche di ospitare un mercatino di sponsor di prodotti sportivi. Stiamo inoltre lavorando ad un video di un minuto /minuto e mezzo dove passano le riprese più belle della gara, un breve video di presentazione è quello che ha maggior impatto, anche sui social ottiene riscontro e visualizzazioni in breve tempo.

Un'altra idea era quella di far creare ai bambini delle scuole i pettorali per la gara; alla gente piace anche vedere il proprio nome sul pettorale. Le idee sono tante, infatti, stiamo già pensando già all'anno prossimo, visto che i numeri ci sono si possono sviluppare nuove idee.

Adriana: Xavier grazie per questa bella chiacchierata

