

COMUNICATO STAMPA

**“Italia in bici: scenari, protagonisti e indotto”
Repower e IULM raccontano il cicloturismo e le sue grandi
potenzialità**

Ciclovie e marketing territoriale: istruzioni per l'uso. Presentato il nuovo report Repower, realizzato in collaborazione con l'Università IULM, che stila il decalogo della ciclovia “perfetta”, tracciando una roadmap per gli stakeholder, pubblici e privati, che vogliono potenziare la propria offerta nel cicloturismo e quindi il successo delle proprie destinazioni

Milano, 17 marzo 2022 - Uno dei trend del momento e una delle più grandi opportunità destinate a segnare il presente e il futuro turistico del nostro Paese: il **cicloturismo** come **alternativa di mobilità sostenibile** è al centro della **prima edizione del report “Italia in Bici: scenari, protagonisti e indotto”**, realizzato da Repower e Università IULM, e presentato oggi alla presenza del Rettore, professor Gianni Canova, e dell'AD Repower Italia Fabio Bocchiola. **Gruppo attivo nel settore energetico e della mobilità sostenibile**, Repower da anni edita un altro report che è diventato un punto di riferimento nel suo settore: il **“White Paper sulla Mobilità Sostenibile”**, la cui sesta edizione sarà presentata a giorni.

Nell'ultimo biennio Repower ha focalizzato la sua **attenzione nei confronti della mobilità dolce**, concentrandosi in particolare sulla dinamica del cicloturismo e delle ciclovie: da qui è nato **DINAclub**, il **primo network di ricarica per e-bike**, con il quale Repower punta ad elettrificare le principali dorsali ciclabili d'Italia.

Quella della bicicletta non è una semplice moda, e l'impennata del settore coincide con il picco della pandemia ha accelerato un processo ormai in corso da anni: **la crescita della bicicletta come alternativa di mobilità sostenibile**, e la sua definitiva esplosione come **esperienza centrale del prodotto turistico di destinazioni grandi e piccole**, in Italia e in tutti i paesi considerati destinazione turistica. Un movimento dal forte impatto culturale quanto economico, e quanto mai meritevole di un'analisi approfondita proprio in vista delle opportunità che il Piano Nazionale di Ripartenza e Resilienza (PNRR) potrà offrire alle destinazioni che vorranno cambiare il volto della loro accoglienza per una categoria di visitatori che, fra veri e propri turisti in bici e coloro che scelgono la bici per vivere esperienze in loco, rappresenta una fascia sempre più ampia ed economicamente rilevante.

“Presentare uno studio del genere ci permette di mettere in evidenza e avere conferma di alcune intuizioni che abbiamo maturato durante la pandemia. La prima e più importante è che il fenomeno del cicloturismo non è affatto passeggero e rappresenta una grande opportunità, in primis per mettere a sistema le risorse locali in chiave turistica.” Ha dichiarato **Fabio Bocchiola**, country manager Repower Italia. *“Con questa analisi Repower non rilancia solo il proprio impegno per elettrificare le ciclovie d'Italia, ma si mette a disposizione degli stakeholder di settore per supportarli nel potenziare i propri strumenti di marketing territoriale.”*

In questa prospettiva si colloca il report elaborato dal CECOMS - Centro per la Comunicazione strategica dell'Università IULM, di cui la professoressa Stefania Romenti è Direttore scientifico. Il Rettore dell'Ateneo, professor Gianni Canova, ha commentato così la relazione: *“Questo report può essere una chiave della ripartenza ecologica e dolce del Paese in vista dell'estate dopo i due anni di pandemia che abbiamo vissuto. Su tutto il territorio italiano ed europeo esistono numerose ciclovie, alcune delle quali premiate perché spiccano su altre per alcuni criteri, come la viabilità, il rispetto per l'ambiente, la valorizzazione turistica e del territorio. Questo lavoro del CECOMS va proprio a inserirsi nell'ottica dell'attenzione che l'Università IULM pone da anni al tema della sostenibilità, anche all'interno del Campus, con il coinvolgimento dei suoi studenti e con l'offerta formativa”*.

Cicloturismo e impatto economico: chi pedala vince

Prima della pandemia di COVID-19, nel 2018, il movimento dei viaggiatori in bici in Europa produceva un **impatto economico stimato in 44 Miliardi di euro**, già superiore al comparto delle crociere: un dato impressionante che certamente ha trovato ulteriore impulso nell'ultimo biennio, anche grazie all'ingresso di nuove fette di utenti in questa forma di turismo.

Il fenomeno della **e-Bike**, con il suo **+44% di vendite in Europa nel 2020** in confronto all'anno precedente, è senz'altro uno dei principali driver di questo processo, dando ulteriore impulso ad un mercato di settore che fa registrare cifre da sogno, a dispetto delle sfide rappresentate dalle difficoltà della supply chain. L'altra faccia di questa medaglia l'esigenza delle aziende di tornare a controllare più da vicino la filiera produttiva, e quindi l'inizio di un processo di rientro di competenze dal Far East all'Europa (o all'Italia, come nel recente caso di Bianchi), riportando nel vecchio continente ulteriore valore e lavoro.

L'impatto del boom della bicicletta non è quindi solo culturale e sociale, ma anche economico, e le sue opportunità, anche in vista delle risorse del PNRR, dovranno essere al centro delle strategie di sviluppo delle località, e della visione dei player economici, a cominciare dai singoli imprenditori del turismo.

Centrale è la creazione e lo sviluppo delle cosiddette **ciclovie, itinerari ciclabili a medio-lunga percorrenza**, frutto tanto del disegno di nuove e recupero di vecchie direttrici dismesse. Alle ciclovie si legano logiche di design dell'esperienza, manutenzione e comunicazione correlate al marketing territoriale, di cui itinerari ciclabili di successo come il percorso de L'Eroica, la Via Francigena e molti altri sono eccellente espressione. Oltretutto, le ciclovie e le ciclabili diventano oggi la scelta dei **nuovi pendolari** che hanno scelto di abbandonare le quattro o le due ruote a motore per abbracciare la bici.

I benefici delle ciclovie: non solo salute

Quali sono e come si misurano i vantaggi di una ciclovie? I fattori da considerare sono molteplici, ma i macro-indicatori sono già eloquenti.

Secondo i dati del report *“The Benefits of Cycling (2018)* dell'ECF (European Cyclists' Federation) un maggiore utilizzo della bicicletta condurrebbe a un risparmio in spese sanitarie fino a 110 miliardi di euro e di 3 miliardi di litri di carburante annui e altrettanti grazie alla riduzione di inquinamento ambientale e acustico. Le ciclovie decongestionano anche le strade trafficate, con un **risparmio stimabile in 6,8 miliardi di euro l'anno**.

A questo si affianca il tema del **marketing territoriale**, che nel caso del cicloturismo va a coinvolgere non solo le destinazioni più blasonate, ma favorisce lo sviluppo anche di aree meno

frequentate. Secondo le stime FIAB, ogni euro investito in ciclovie ne restituisce 3,5 al territorio, e a progetto ultimato ogni chilometro di percorso genera un indotto annuo sulla zona attraversata di 110.000 euro.

Una rete strutturata e ben diffusa di ciclovie potrebbe portare, sempre secondo FIAB, **2 miliardi di euro annui nelle casse italiane.**

Il decalogo delle ciclovie e la strada verso un paese ciclabile

Nell'ordinamento italiano manca una definizione normativa di ciclovia, ma l'analisi delle esperienze di successo, in Italia e in Europa, ha consentito a Repower e IULM di delineare **il framework di una ciclovia competitiva** sullo scenario dell'offerta turistica: un **decalogo di caratteristiche essenziali**, una vera e propria checklist per guidare chi vuole credere e investire nel cicloturismo.

Il report conduce nell'analisi dei **diversi profili di ciclisti**, delle loro **caratteristiche** e soprattutto delle **tre macroaree chiave - interesse del percorso, sicurezza e fruibilità** - e nell'individuazione di target specifici per i progetti di sviluppo, basandosi tanto sulle caratteristiche dei luoghi quanto sui flussi di clientela da intercettare. Questa analisi parte da un dato di fatto: la **forte digitalizzazione del cicloturista e del ciclista**, indubbiamente una grande opportunità in termini di offerta turistica e comunicazione profilata.

Se, infatti, **l'83% dei cicloturisti dichiara una curiosità diffusa per il territorio in cui soggiorna**, che soddisfa tanto con esperienze in bicicletta che non, esiste una nutrita fascia di utenti che non viaggia in bicicletta, ma la sceglie volentieri per vivere specifiche esperienze sul territorio, aprendo la porta ad ulteriori sviluppi dell'offerta turistica. Basti pensare al fatto che il 54% dei turisti enogastronomici gradisce l'opportunità di prendere parte ad un itinerario in bicicletta o e-bike.

Ciclovie e servizi: il modello DINAclub

La creazione di nuove opportunità sul mercato cicloturistico passa anche dalle **scelte dei singoli operatori del territorio**, che sia individualmente che in forma associata possono far crescere il livello di servizio, e quindi accrescere notevolmente l'impatto - e l'indotto - del turismo in bicicletta.

Per rispondere ad alcuni di questi bisogni chiave, Repower ha creato **DINAclub**, il primo network di ricarica per e-Bike con il quale punta ad elettrificare le ciclovie d'Italia.

DINA è la prima rastrelliera per e-bike targata Repower, realizzata dallo studio del designer Compasso d'Oro alla carriera Makio Hasuike, che consente di parcheggiare sette bike e ricaricarne quattro in contemporanea. Con il QR code associato a ogni DINA è possibile entrare nella community e partecipare alla gamification per riscattare gratuitamente mappe territoriali di komoot, piattaforma leader per la pianificazione e navigazione di percorsi outdoor con 22 milioni di utenti in Europa.

Con la **gamification** entra in campo il marketing territoriale: le aree che sapranno meglio organizzarsi offrendo servizi all'altezza delle aspettative e mettendo a sistema le loro attrazioni, saranno quelle in grado di intercettare al meglio la vasta community di komoot, e moltiplicare quindi l'importante piano di visibilità offerto dal progetto. Questa sinergia è ancora più a portata di mano partendo da un **target che, come già indicato, è fortemente digitalizzato e incline**

all'uso della tecnologia, che sia per pianificare la propria esperienza o per tracciare i propri spostamenti, anche grazie all'uso di dispositivi indossabili.

Terzo pilastro del progetto DINAclub è il **portale** (dinaclub.repower.com), uno spazio online ricco di news per gli appassionati del cicloturismo e il punto di atterraggio della community, che avrà accesso ad una selezione di contenuti proposti in base ai propri interessi e potrà partecipare ai contest per eleggere il biker più attivo e la struttura più apprezzata.

Alla tavola rotonda di presentazione del report sono intervenuti: **Stefania Romenti**, professore associato in Strategic communication e delega alla Sostenibilità e alla Social Responsibility presso l'Università IULM, **Martha Friel**, ricercatrice di Economia e Gestione delle imprese presso l'Università IULM, **Paolo Bettini**, ex ciclista, campione olimpico e mondiale e **Marco Mazzei**, Presidente sottocommissione Mobilità attiva e accessibilità Comune di Milano.

E' possibile **scaricare** il report completo e il materiale per la stampa al link <http://italiainbici.repower.com/>

Il gruppo Repower, attivo nel settore elettrico da oltre 100 anni e con il quartier generale a Poschiavo (Cantone dei Grigioni), è tra i primi operatori svizzeri nella generazione da fonti rinnovabili e opera sulle principali borse elettriche europee oltre che sull'intero mercato energetico svizzero e italiano. Repower è presente su tutta la catena del valore del settore e la sostenibilità ha sempre guidato le sue attività, dalla generazione passando per tutti i servizi a valore aggiunto offerti ai propri clienti. Dal 2002 Repower è attivo anche in Italia, dove si rivolge esclusivamente alle aziende, generando un volume di affari che nel 2019 ha superato gli 1,15 miliardi di euro su complessivi, circa, 1,74 miliardi di Gruppo. L'innovazione è il segno distintivo dell'approccio di Repower al mercato italiano, dove vanta un ricco portafoglio di servizi e prodotti dallo spirito pionieristico.

Press Office/Ufficio Stampa Repower

Davide Damiani - cell. 331.6073775, davide.damiani@repower.com
eos comunica - Paola Lavezzoli, paola.lavezzoli@eoscomunica.it cell. 349.5518893;

Vitesse - David Evangelista - d,evangelista@vitesseonline.it cell. 348.4112061

Press Office/Ufficio Stampa IULM

Elisa B. Pasino - ufficio.stampa@iulm.it, cell. 347.0667666