

Gran Fondo Cortino / Pietracamela



**Sarà un miraggio che solo in pochi raggiungeranno
76 km di pura adrenalina**

Premessa	2
Cosa chiedono i cicloturisti?	4
Promuovere un territorio	4
Team Go Fast	6
Progettazione della manifestazione	6
Budget	9
Gran Fondo CORTINO / Pietracamela	13



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)



Premessa

Il cicloturismo, secondo le rilevazioni dell'Enit, genera in Europa un indotto economico di 44 miliardi di Euro, con 2 milioni di viaggi e 20 milioni di pernottamenti.

In Italia ha un valore potenziale di 3,2 miliardi, e sta crescendo ad un ritmo costante.

Con 2.728.600 esemplari prodotti nel 2014, in crescita del 2,1% sull'anno precedente, l'Italia si conferma primo produttore di biciclette in Europa (fonte Ancma). L'obiettivo è diventare anche un Paese a misura di bici, ma servono infrastrutture adeguate.

Tra le regioni più attive nel settore l'Emilia Romagna segnala un trend positivo di arrivi nei mesi primaverili. In un anno la regione accoglie 1,4 milioni di presenze e 300mila arrivi di cui l'85% stranieri. Restando in Italia, spicca la provincia autonoma di Trento con i suoi 400 chilometri di piste ciclabili che, dal 2009, generano oltre 100 milioni di euro l'anno.

La società di consulenza Jfc afferma che i fattori più critici sono rappresentati dalla mancanza di un raccordo nazionale e dal fatto che quasi tutte le proposte di percorsi sono rinchiuse nei confini amministrativi. Vie verdi e piste ciclopedonali cominciano ad essere più numerose ma restano ancora poco conosciute. In Veneto, ad esempio, ci sono oltre mille chilometri di piste tabellate ed è stato annunciato un progetto di itinerario cicloturistico di 300 chilometri per collegare Verona a Firenze. Eurovelo8, la pista del Mediterraneo, è un progetto co-finanziato dall'Unione Europea che vede cooperare un network transnazionale di 13 partner per la realizzazione di azioni congiunte di promozione e commercializzazione del percorso ciclabile che si snoda per 5.900 chilometri.

Anche Umbria e Marche hanno avviato iniziative per conquistare il turista delle due ruote, mentre la Sardegna ha fissato un piano regionale del valore di 8 milioni di investimento per opere che prenderanno il via dal 2017. Tra le tendenze più recenti, lo slow bike dei nuclei familiari, l'abbinamento treno più bici, l'e-bike per passeggiate lente e poi down Hill e gran fondo per chi cerca emozioni più forti. Trentino Alto Adige, Toscana, Emilia Romagna sono le aree geografiche più frequentate.

Le previsioni della società di consulenza Jfc parlano di «2,3 milioni di cicloturisti che soggiorneranno in Italia quest'anno mossi da questa passione per 13 milioni di pernottamenti, in crescita del 5% rispetto al 2014: 36% italiani e 64% stranieri, soprattutto di lingua tedesca». Una stima della Fiab (Federazione italiana amici della bicicletta) calcola che una persona che va in bici per una giornata ed effettua un pernottamento vale 80 euro di spesa. «Una nota negativa – spiega Giuseppe Ricci, presidente del Consorzio Girohotels Cesenatico – è però rappresentata dalle condizioni delle strade, che dopo il maltempo invernale si presentano pessime». Una pista ciclabile può costare fino a 400 euro al metro, mastu di internazionali dimostrano che ogni euro investito in questo settore ne restituisce 4 o 5 alla collettività in meno di tre anni. In Europa il settore è in fortissima espansione, apprezzato soprattutto dai tedeschi e dagli olandesi.

Le amministrazioni abruzzesi in questi anni hanno puntato la loro attenzione sul progetto regionale dei collegamenti ciclabili che dovrebbe unire Martinsicuro a San Salvo, finanziato con fondi FAS dalla Regione Abruzzo.

Per tutto quello sopra esposto Team Go Fast, si propone di gestire e coordinare varie eventi e/o attività sul mondo della bicicletta, Trekking, percorsi turistici, sul territorio Teramano, per il prossimo anno 2022 che va da:



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)

TEAM
GO FAST

- **Gran fondo Cortino – Pietracamela**
- **Iniziative correlate:**
 - **Gara Regionale 2022**
 - **Fiera bicicletta 2022.**
- **Squadra MTB;**
- **Fiere Nazionali e Internazionali per la promozione del territorio;**
- **Gara internazionale e team strada e fuoristrada dilettantistico (semiprofessionistico)**

Identikit del cicloturista in Italia

Secondo l'ENIT i cicloturisti italiani e stranieri che scelgono di trascorrere le loro vacanze in Italia, in sella ad una bici, optano soprattutto per le regioni del nord che offrono molti chilometri di piste ciclabili di qualità e numerosi servizi accessori. Di questi, il 61% è straniero e il 39% italiano, un dato che evidenzia come questa attività sia apprezzata anche dai nostri connazionali. Tra tutti i dati disponibili, emerge con evidenza come nelle regioni del nord d'Italia ci sia una particolare affluenza di cicloturisti non solo nei mesi estivi (come ci si potrebbe aspettare) ma anche in quelli immediatamente precedenti e successivi (ovvero marzo e aprile, settembre e ottobre). A giugno, luglio e agosto, la percentuale di turisti stranieri che scelgono una vacanza cicloturistica in Italia si attesta al 60% del totale, contro il 40% di italiani. A maggio e settembre invece la percentuale scende intorno al 55%, mentre nel mese di aprile si registra un interesse maggiore da parte degli italiani, che rappresentano il 70% del totale dei cicloturisti presenti in quel periodo.

Tra i cicloturisti stranieri troviamo soprattutto tedeschi, austriaci, francesi, britannici, svizzeri, americani, australiani, ma non mancano cicloturisti visitatori dal Nord d'Europa.

I cicloturisti, in genere, cercano solitamente standard e livelli di comfort medio-alti e in generale optano per strutture ricettive da 3 stelle in su. In generale, i turisti che optano per una vacanza natura scelgono soprattutto:

- struttura alberghiera (20,5%);
- agriturismo (19,5%);
- b&b (18,5%);
- appartamento (14%);
- camper (11%);
- campeggio (8,5%).

La tariffa di pernottamento varia naturalmente da regione a regione e dal livello di comfort e di servizi scelto: ad esempio al Nord si spendono mediamente 35 euro per persona a notte, al Sud e nelle isole circa 39, mentre al centro le tariffe per una stanza superano i 40 euro a notte. Un dato che evidenzia come i turisti che optano per una vacanza natura in Italia spendano di più che in altri Paesi d'Europa: in Francia e in Spagna il pernottamento costa il 31% in meno, mentre in Portogallo si risparmia il 15%. Secondo i dati raccolti, anche in tempi di difficoltà economica generale, i cicloturisti sono molto ben



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)



disposti a spendere, a patto di avere servizi di qualità elevata e su misura per le loro esigenze.

Cosa chiedono i cicloturisti?

I cicloturisti (secondo ENIT) cercano strutture ricettive che dispongano di locali chiusi e sicuri per la custodia delle bici, aree attrezzate dove poter riparare o sistemare le biciclette e la presenza di personale competente che li sappia guidare ed orientare. E tra i servizi considerati di primaria importanza c'è anche la presenza di una o più postazioni per poter accedere al web. Un altro dato che emerge in modo particolare è quello relativo al cibo: i cicloturisti (e più in generale i turisti natura) preferiscono consumare prodotti provenienti da agricoltura biologica, o biodinamica, e preparati secondo le tradizioni locali, elemento che conferma ulteriormente il rispetto per l'ambiente. Tra le altre richieste importanti evidenziate dai cicloturisti in Italia troviamo anche la presenza di trasporti pubblici efficienti, in grado di rispondere alle esigenze di mobilità durante tutta la durata del soggiorno.

Promuovere un territorio

Come si promuove un territorio? Cosa fa crescere un territorio? Le domande, seppur mal poste, ci pongono di fronte ad un problema concreto ed estremamente attuale.

Nel momento storico in cui la politica si propone come strumento al servizio dei cittadini, Regioni, Province o Comuni si propongono sui mercati facendosi concorrenza nell'attrarre i flussi di turismo. Non è poi così improbabile pensare che, tra qualche decina di anni, magari, i territori si contenderanno persino i residenti, a colpi di spot o di risultati delle ricerche sulla qualità della vita.

Lo sport, con i valori che rappresenta e le emozioni che è in grado di suscitare, può rivelarsi una delle forme di promozione più efficaci per un territorio, grazie alle sue capacità di esaltare le tipicità geografiche [monti, mare, boschi, aree sportive outdoor, impianti disponibili, etc.] e quelle turistico-sociali [alimentazione, commercio, etc.].

Lo sport è, dunque, un'emozione capace di creare relazioni.

Tali relazioni devono essere programmate ed attivate secondo una strategia di marketing efficace.

La capacità di individuare le "buone pratiche", la creazione di un network ed una comunicazione adeguata rappresentano gli elementi basilari del più efficace modello di marketing disponibile sui mercati consentendo di impostare qualsiasi azione di marketing, a tutti i livelli e per tutti i destinatari.

Nel marketing dello sport, come nel marketing "generale", il sistema è pieno di buone idee che la rete di internet ha reso sempre più accessibili e disponibili a tutti. Occorre allora saper fare "benchmark", ovvero opera di ricerca ragionata e confronto, individuando le pratiche migliori per la propria realtà o adattandole buone idee individuate alla propria realtà tipica.

Una volta individuato il progetto, o i progetti, più adeguato/i alla nostra realtà sarà necessario definire quali sono i pubblici cui ci dobbiamo rivolgere. L'approccio di marketing utilizzato dalle multinazionali del commercio e dell'industria ci ha insegnato che il nostro messaggio e la nostra offerta non possono più essere generalisti ma che devono cercare di essere il più possibili adeguati alle esigenze specifiche di community sempre più "verticali". Ognuno di noi ama sentirsi parte di gruppi sociali sempre più definiti.

Questo porta, da una parte, ad avere utenti sempre più fedeli e propensi al consumo specifico ma anche, dall'altra, a dover prevedere e gestire una molteplicità di offerte e di opzioni. Individuare correttamente i destinatari del proprio prodotto/servizio influisce in maniera determinante sul successo dell'offerta stessa.

L'obiettivo di un Ente Pubblico è duplice e concomitante:

- incrementare la qualità della vita e la "quantità di benessere" di chi vive sul proprio territorio e



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)

TEAM
GO FAST

- attrarre altre persone per generare economie.

Da una parte, quindi, si deve pensare ad un'offerta per incrementare il numero dei praticanti locali, nonché la qualità e la frequenza della loro pratica, dal momento che questo influirà sulla loro aspettativa di vita, sui risultati delle cd. "politiche sociali" e sul loro gradimento dell'operato politico. Dall'altra, invece, bisogna mettere in atto una strategia di azioni rivolte all'esterno, per attrarre persone a visitare il proprio territorio e per convincerle a "spendere" parte del loro tempo [e, naturalmente, del loro danaro] in loco.

Per raggiungere questo duplice e concomitante obiettivo si rende necessaria l'ideazione di un modello evoluto in tema di proposta sportiva da parte dell'Ente locale competente.

Il modello in questione deve prevedere due livelli di attività:

- uno per lo sviluppo dell'attività di base
- ed uno per la realizzazione di eventi/attività sportivi di vertice.

Lo sport di base è sempre più visto come strumento di educatore sociale, contribuendo da un lato ad essere il punto di riferimento per i giovani delle nostre città e dall'altro lato a migliorare il tasso di sportività del territorio, avviando i più piccoli verso modelli di vita sani ed improntati alla prevenzione attiva, ma anche influenzando positivamente sulla qualità e sull'aspettativa di vita degli over 65 anni, le cd.

"nuove età", che proprio grazie allo sport possono concorrere a ritardare l'insorgere delle principali patologie legate all'età.

I secondi [eventi/attività sportivi di vertice] hanno come obiettivo quello di promuovere l'immagine positiva e costruttiva del territorio. Gli eventi sportivi a larga partecipazione di pubblico o a forte impatto mediatico restano, difatti, uno dei più efficaci veicoli di promozione turistica attualmente disponibili.

Per creare fattivamente questo "modello evoluto" di offerta è opportuno puntare sulla realizzazione di un progetto unitario di marketing che raggruppi tutte le proposte definite, a tutti e due i livelli, e su una strategia di comunicazione unitaria. Non una serie di eventi o di progetti, tutti comunicati singolarmente. Ma un calendario unico di attività pensate, promosse e comunicate dall'Ente come soggetto competente.

Raggiungere questo risultato non è, ovviamente, né semplice né immediato. È fondamentale intervenire nel momento di ideazione delle attività o individuare per tempo quelle che possono agevolmente essere inserite nel calendario, perché in linea con gli obiettivi e con i criteri fissati, ed inglobarle. Questo consentirà all'Ente promotore di pianificare anche gli spazi a disposizione dei partner privati.

La ricerca delle risorse private a sostegno delle attività sportive rappresenta, probabilmente, l'aspetto più rilevante e più complesso allo stesso tempo del nostro modello evoluto. Nella maggior parte dei casi si commette l'errore fatale di credere che le aziende siano pronte a finanziare progetti territoriali per il solo fatto che questi insistono sul loro territorio di appartenenza. L'investimento, ai tempi della crisi, però, ha assunto nuove regole; e, se già in passato, era difficile recuperare finanziamenti privati, adesso è diventato davvero un'impresa. A meno che non si abbiano idee nuove e non si proponano modelli integrati ed efficaci secondo la logica dell'azienda: la creazione di relazioni ed il contatto con le community di interesse.

In quest'ottica, la creazione di un calendario di eventi e progetti differenziati permette di "colpire" target diversi, il che diventa estremamente interessante secondo le logiche delle imprese. Ma alle imprese, come anticipato, bisogna sapere cosa si può offrire, quando e dove. Questi dati devono essere esplicitati in un piano di marketing generale che prenda in considerazione tutti gli eventi ed i



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)

TEAM
GO FAST

progetti del calendario e nel quale siano definiti i cd. “diritti” riservati al partner.

La disponibilità di un piano marketing permette a chi organizza di proporre il “pacchetto” e di raccogliere i primi finanziamenti, attraverso la creazione di relazioni dirette con le imprese del territorio ma non solo.

Sarà, poi, più funzionale reinvestire queste prime risorse nella realizzazione di attività di comunicazione unitaria per il progetto, perché questo servirà a generare maggiore conoscibilità del progetto stesso e, successivamente, ad attrarre nuove aziende e nuovi investimenti. Uno degli errori più frequenti che, non di rado, concorre a limitare lo sviluppo di una buona pratica consiste proprio nella carenza di propensione al reinvestimento in comunicazione e nel desiderio di capitalizzare i primi introiti generati, credendo che tutto sia finito.

Quando un modello evoluto comincia a produrre i suoi frutti, in termini di riconoscibilità e di introiti, ebbene quello è il momento di alimentarlo, di svilupparne ulteriormente la visibilità per far sì che attragga altri fondi. Solo così si dà principio al circolo virtuoso del marketing, basato sulla comunicazione, che è alla base del successo di una “buona pratica”.

Experience

Team Go Fast intende, con questo documento, proporre un progetto di marketing territoriale, di durata minima triennale, basato sulla pratica e sulla proposizione delle attività legate al ciclismo coniugando la promozione del territorio con la principale attività sportiva che riesce a generare, come dimostrano le statistiche ufficiali, il maggior numero di visitatori.

La nostra associazione è attiva da oltre un decennio sia nella promozione che nella proposizione dell’attività di base per il ciclismo, riconosciuta anche dalla Federazione Ciclistica Italiana con l’attribuzione ufficiale di una Scuola di Ciclismo, una delle tre abruzzesi ed unica sulla costa.

Inoltre, fin dalla sua costituzione, ha promosso ed organizzato eventi di caratura regionale e nazionale culminando con l’organizzazione, solo per citare gli eventi più importanti del 2015, del Grand Prix Giovanile Centro Italia Mtb e del Meeting nazionale per giovanissimi Abruzzo 2015 che ha portato a Pineto (TE) complessivamente oltre 2000 atleti da tutte le regioni italiane accompagnati da tecnici e genitori.

L’idea progettuale intende superare le difficoltà evidenti del territorio nella realizzazione di piste ciclabili e/o strade dedicate al cicloturista puntando sul ciclismo fuoristrada, recuperando strade comunali abbandonate e carrarecce, e creando nuovi percorsi fuoristrada segnati che possano permettere la realizzazione di gare di livello internazionale di MTB in un territorio a vocazione balneare. Inoltre altruista appassionato verrà data la possibilità di esplorare le nostre colline in sicurezza, potendo anche visitare le numerose emergenze architettoniche di valenza storica presenti sul territorio.

Costruire una rete di percorsi fuoristrada riconoscibili per una destinazione turistica a forte vocazione ambientale come il nostro territorio ed il suo circondario può essere una occasione ulteriore per risolvere i problemi di presenze in bassa stagione accogliendo, allo stesso tempo, visitatori di qualità.

I promotori intendono aderire ad uno dei circuiti di gare di MTB più importanti d’Europa creando la prima grande gara fuoristrada del centro Italia; seguire la politica delle “buone pratiche” sopra espressa in questo caso porta alla necessità di aderire ad un circuito prestigioso che porterebbe immediato prestigio alla manifestazione.

Il progetto prevede i seguenti punti:

1. Creare un team dilettantistico con il nome dell’evento
2. Progettazione e realizzazione dei circuiti delle gare rendendoli permanenti
3. Individuare e mantenere ulteriori percorsi turistici tabellati



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)



4. Partecipazione a 3 fiere internazionali di settore
5. Progettazione e realizzazione delle campagne di comunicazione
6. Organizzazione tecnica dell'evento
7. Itinerari enogastronomici Abruzzese Teramano

- 1.** Legare l'evento ad un team dilettantistico significa portare sulle maglie degli atleti il territorio mostrandolo ad italiani e stranieri nelle più importanti manifestazioni del ciclismo fuoristrada.
- 2.** Progettare, realizzare e mantenere i circuiti delle gare previste in calendario in base alle richieste tecniche richieste dalla Federazione nazionale e dall' UCI con tabelle permanenti in modo da poterli utilizzare durante tutto l'anno per allenamenti ed escursioni turistiche.
- 3.** Realizzare ulteriori percorsi adiacenti i circuiti di gara collegando i principali centri del territorio e le principali emergenze architettoniche, culturali ed enogastronomiche.
- 4.** Promuovere la manifestazione ed il territorio in almeno tre delle più importanti fiere internazionali del turismo outdoor.
- 5.** Con l'impegno di professionisti a tempo pieno, una azienda specializzata lavorerà al fianco del Presidente del Comitato Organizzatore, nella gestione dell'ufficio stampa sportivo, nello sviluppo della comunicazione digitale, nella definizione del brand identity, nel coordinamento degli uffici stampa delle Amministrazioni Pubbliche coinvolte, nella gestione del Media Center e nella realizzazione del piano marketing strategico in ottemperanza dei regolamenti internazionali UCI.
- 6.** L'organizzazione tecnica dell'evento occuperà due fine settimana del mese di giugno, ottimizzando il calendario sia per quanto concerne il programma agonistico federale che le richieste degli operatori turistici per quanto riguarda la bassa stagione. Il programma di massima della manifestazione potrebbe essere così organizzata (il numero indicato tra parentesi si riferisce al numero di partecipanti atteso per il primo anno):
- 7.** Il progetto Itinerari enogastronomici Abruzzese Teramano per la promozione del modello culturale alimentare delle terre Abruzzesi si pone in evidente rapporto di continuità, complementarità ed integrazione con i progetti già esistenti in loco, con particolare riferimento all'obiettivo di creare una rete di partenariato permanente tra i mercati contadini dei territori coinvolti, ciascuno con i suoi prodotti enogastronomici tipici biologici locali.

Per poter meglio comprendere il valore strategico della presente progettualità appare opportuno mettere in evidenza alcuni dati statistici di notevole inerenza e rilevanza sia a livello di progetto generale che a livello locale.

In Abruzzo è grande l'interesse per questo settore, infatti si registrano varie attività legate allo sviluppo del turismo enogastronomico: dall'organizzazione di sagre ed eventi tematici, percorsi, degustazioni presso attività di ristorazione e aziende agricole, spettacoli musicali, momenti ricreativi e iniziative culturali ecc... le tipicità Abruzzesi sempre più apprezzate a livello Nazionale ed Internazionale, diventano protagoniste e motivo di attrazione per turisti, buyers e opinion leaders; tale da dimostrare come i prodotti tipici siano elemento di attrazione turistica, culturale ed economica.

L'area di riferimento della provincia Teramana si caratterizza per una serie di prodotti tipici che vantano una produzione ormai consolidata: Olio extra vergine d'oliva, prodotti da forno, pasticcerie e la pastorizia. Esistono altresì piccoli produttori locali di altri prodotti enogastronomici in primis il vino che rappresenta una tipicità locale affermata a livello Nazionale ed Internazionale sicuramente di produzione locale. Accanto a queste specificità enogastronomiche Montani che si trovano tra CORTINO e PIETRACAMELA (TE) Immerse nel Parco Nazionale del Gran Sasso Monti della Laga, con scenari mozzafiato e una pastorizia di qualità, quindi un territorio pieno di attività artigianali, ma di bellezze storico-culturali e paesaggistiche.



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)



L'obiettivo generale, del prodotto è quello di promuovere rete di itinerari enogastronomici ed i prodotti ad essi collegati, riconoscendone il fondamentale ruolo della tradizione agricola, alimentare e culturale: divulgare la cultura enogastronomica in tutte le aree coinvolte nel progetto, promuovere il territorio ed il paesaggio produttivo nel suo insieme (eccellenze produttive, storico, culturali, ambientali, ecc...), diffondere la storia dell'eccellenze produttive, garantire il consumatore attraverso la valorizzazione delle denominazioni di origine, organizzare eventi attraverso l'attuazione di strategie comuni di comunicazione, marketing.

Attraverso le azioni di sistema previste dal progetto, ci si pone l'obiettivo prioritario di promuovere flussi di incoming relativi al Turismo Rurale nei territori partner in maniera congiunta, al fine di ricercare una massa critica di offerta sufficiente, rappresentata dal sistema dell' "Abruzzo rurale", che consenta loro di adottare una strategia di marketing comune tesa a conferire ad esso tipicità e riconoscibilità nel mercato globale, a cominciare e facendo leva sulle comunità di pugliesi all'estero. Sul piano operativo l'obiettivo prioritario è la valorizzazione dei territori e delle loro tipicità attraverso l'individuazione di percorsi turistici integrati. Questo sarà realizzato attraverso uno studio orientato al riconoscimento sul territorio di quegli elementi che possano concorrere a strutturare l'area interessata come sistema identificabile attraverso una offerta turistica integrata ed allargata, riconoscibile nella sua omogeneità metodologica di impostazione, in grado per ciò stesso di dare nuova linfa ai flussi turistici anche grazie al richiamo di una straordinaria varietà e quantità di ricchezze e di specificità. Si trova così coerenza nell'obiettivo primario di un sistema turistico unitario in grado di proporsi ed affrontare la competizione a livello internazionale con un'offerta di territori, culture e servizi forte ed articolata. Un offerta in grado di esaltare, in una logica di sistema, le differenze, le tradizioni ed i diversi contesti storico- ambientali, ma in grado anche di promuovere una rete di servizi organizzati secondo criteri e standard qualitativi condivisi attraverso la creazione della "Casa del Gusto". In particolare, la finalità è quella di contribuire alla identificazione di linee guida dello sviluppo di segmenti innovativi del mercato turistico sia alla acquisizione di elementi utili alla promozione dei territori e delle loro specificità attraverso il dialogo tra soggetti operatori pubblici e privati impegnati nel settore turistico, capaci di riconoscere e collaborare per la valorizzazione delle risorse esistenti e per la promozione di un nuovo approccio al mercato turistico. In buona sostanza, si intende analizzare la potenzialità del turismo rurale integrato, inteso quale strumento per la valorizzazione e l'apertura di nuovi segmenti del mercato turistico.

Seconda settimana CROSS-COUNTRY MARATHON CORTINO/PIETRACAMELA

L'evento Marathon è la versione di lunga durata delle competizioni cross-country, viene svolto normalmente su percorsi che variano da 60 a 120 chilometri. Caratteristica particolare di questo tipo di gare è che gli atleti di tutte le categorie, da appassionati ai professionisti, corrono insieme.

Normalmente le gare Marathon vengono svolte in territori in prevalenza montuosi. Contrariamente al cross-country formato Olimpico, gli atleti normalmente non passano due volte sullo stesso punto. Dal 2003, l'UCI ha istituito un campionato mondiale per questa disciplina.

Venerdì - Prove percorso

Sabato - Prova ad eliminazione "Eliminator" da svolgere in un centro urbano (80 partenti su invito)

Domenica - CROSS-COUNTRY MARATHON (700 partenti)

Per tutta la stagione estiva **il Percorso Gran Fondo Cortino / Pietracamela** rimarrà fruibile a tutti gli amatori della montagna



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)

TEAM
GO FAST

Budget

I costi attesi descritti nelle seguenti tabelle si riferiscono alla realizzazione della prima edizione dell'evento e si riferiscono a tutti gli aspetti esposti nei paragrafi precedenti.

Dato che si tratta di un evento completamente nuovo nel panorama nazionale ed internazionale, i costi della strategia di marketing nel suo complesso sono stati calcolati tenendo conto anche della promozione necessaria al territorio.

A. Finanze, Amministrazione e segreteria

Descrizione	Costi	Osservazioni
Spese generali di attività e d'ufficio		
Spese postali	€ 100,00	
Elettricità, carburante, ecc.	€ 1.000,00	
Noleggio veicoli	€ 500,00	
Spese ufficio varie	€ 100,00	
Traduzioni	€ 2.000,00	
Tecnologia, comunicazioni		
Spese telefoniche	€ 300,00	
Attrezzatura elaborazioni dati	€ 500,00	
Attrezzature varie	€ 200,00	
Fotocopiatrici ad alta velocità	€ 500,00	
Assicurazione		
Responsabilità civile	€ 2.000,00	da verificare
Volontari - Assicurazione supplementare	€ 700,00	
Assicurazione attrezzature	€ -	da verificare
Revoca assicurazione	€ 300,00	
Tassa sugli spettacoli	€ 600,00	
Totale Parziale	€ 8.800,00	

Amministrazione e segreteria € 8.800,00



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)

TEAM
GO FAST

B. Costi tecnici

Descrizione	Costi	Osservazioni
Iscrizione gara al calendario UCI	€ 1.600,00	
Soccorso Sanitario		
Assistenza medica - gara	€ 2.000,00	
Assistenza medica - pubblico	€ 1.500,00	
Assistenza Antincendio 81/08	€ 1.750,00	
Commissari, gestione e animazione sportiva		
Commissari nazionali	€ 500,00	
Speaker	€ 1.200,00	
Comunicazioni radio	€ 2.000,00	
Dorsali/ targhe anteriori per manubrio	€ 3.000,00	
Accertamenti antidoping	€ 300,00	
Premi in denaro	€ 6.000,00	
Documentazione tecnica		
Progetti - Strutture	€ 1.000,00	
Servizio rilevamento cronometrico	€ 3.000,00	
Allestimento del sito	€ 5.000,00	
Affitto terreni privati	€ 200,00	
Autorizzazioni / diritti di passaggio	€ 300,00	
Ricostruzione	€ 400,00	
Segnaletica tecnica		
Segnaletica fuori dal sito	€ 300,00	
Segnaletica sul sito	€ 1.000,00	
Lavori vari di segnaletica	€ 2.500,00	
Costruzione aree di parcheggio	€ 2.000,00	
Costi tecnici	€ 35.550,00	

COSTI TECNICI € 35.550,00



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)

TEAM
GO FAST

C. Costi logistici

Descrizione	Costi	Osservazioni
Costruzione aree di parcheggio	€ 2.000,00	
Infrastrutture		
Podio cerimonia premiazioni	€ 3.000,00	Primo anno
Podio speaker	€ 500,00	Primo anno
Cabina commissari, cronometrista (podio allo starter)	€ 500,00	Primo anno
Infrastrutture aree di partenza / zona di arrivo Costruzione uffici dell'organizzazione dell'evento	€ 2.000,00	Primo anno
Sala stampa	€ 500,00	
Riscaldamento	€ 200,00	
Strutture mobili (arco di partenza / arrivo)	€ 3.000,00	Primo anno
Sistemi di transenne	€ 3.000,00	
Accantonamento emergenze	€ 2.000,00	
Infrastrutture sul tracciato		
Box WC	€ 6.000,00	
Tendoni	€ 3.000,00	
Terrazze	€ 1.000,00	
Noleggio macchinari	€ 500,00	
Pulizia		
Tracciato - sito	€ 500,00	
Strutture e sale destinate all'organizzazione dell'evento	€ 500,00	
Telecomunicazioni		
Installazione	€ 200,00	
Messa in servizio	€ 300,00	
Automazione uffici		
Fotocopiatrici fax	€ 500,00	
Carta	€ 80,00	
Attrezzature elaborazione dati	€ 300,00	
Internet	€ 200,00	
Elettricità	€ 1.500,00	
Sistema di amplificazione	€ 2.500,00	
Costi logistici	€ 33.780,00	

COSTI LOGISTICI € 33.780,00



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)

TEAM
GO FAST

D. Comunicazione Marketing

Personale esterno

Moto staffetta/scorta tecnica € 2.500,00

Alloggio Funzionari UCI

Personale comitato organizzativo € 500,00

Commissari Giuria
internazionali/nazionali € 2.000,00

Speaker € 600,00

Addetto al rilevamento
cronometrico € 300,00

Catering

Funzionari, sponsor, ospiti, catering € 1.000,00

Service Catering Manifestazione € 8.500,00

Spese viaggio - Evento

fornitori servizi Comitato organizzativo

Personale € 500,00

Trasporto dei corridori

Noleggio di veicoli, quad, ecc. € 200,00

Carburante € 150,00

Cerimonia premiazioni

Fiori € 150,00

Trofei € 300,00

Maglie € 1.100,00

Varie € 1.000,00

Materiale promozionale

Logo (creazione e deposito) € 1.500,00 Solo la prima volta

Carta intestata ufficiale € 100,00

Acquisto spazi pubblicitari

Quotidiani magazine radio tv social € 20.000,00

Cartellonistica € 3.000,00

Depliant /opuscoli per il pubblico € 1.500,00

Targa ufficiale € 2.000,00

Programma ufficiale € 1.000,00

Sito internet € 2.500,00

Gadget Autorità € 3.500,00

Social networks € 22.000,00

Striscioni, tabelloni € 5.000,00

Adesivi sui veicoli € 1.500,00

Altro materiale promozionale € 200,00

Attività

Conferenza stampa € 400,00

Partecipazione a fiere di settore € 18.000,00

Cena PR € 1.500,00

Costi Comunicazione / Marketing € 101.500,00



Super Mountain Bike

CORTINO (TE) – PIETRACAMELA (TE)



E. Mezzi, Formazione, DPI

Descrizione	Costi	Osservazioni
Acquisto mezzi		
Polaris Sportsman 800 EFI E 4x4	€ 17.000,00	2 mezzi speciali
Carrello Appendice Polaris	€ 8.000,00	2 mezzi speciali
Barella Appendice	€ 7.000,00	2 mezzi speciali
Modulo Antincendio 500 Litri.	€ 12.750,00	3 mezzi speciali
PK 2000 Turbodiesel	€ 29.000,00	La marca si decide in base al preventivo
Biciclette con pedalata assistita	€ 28.000,00	20 biciclette con pedalata assistita
Bicicletta Mountain bike	€ 10.500,00	30 biciclette Mountain bike
Trattorino con palette da 1,20 m.	€ 7.500,00	Trattore con lama
Motoslitte 3 posti	€ 22.500,00	3 Motoslitte 3 posti con gancio traino
Formazione, DPI		
Sicurezza sul lavoro 81/08	€ 3.000,00	15 addetti da formare
Primo soccorso	€ 3.500,00	15 addetti da formare
DPI	€ 12.000,00	Divise, calzature, caschi, corde, ciaspole, ecc...
Defibrillatori	€ 7.500,00	5 defibrillatori semi-automatici
Cassette Primo soccorso	€ 1.500,00	3 Cassette Primo soccorso pronto intervento
Software Gestionale	€ 1.750,00	
Computer fisso	€ 3.700,00	2 computer fissi
Tablet	€ 1.200,00	3 Tablet
GPS portatili	€ 2.880,00	3 GPS

Amministrazione e segreteria € 179.280,00

Gran Fondo CORTINO / PIETRACAMELA Gran Sasso & Monti della Laga

Costi Finanze, Amministrazione e segreteria	€ 8.800,00
Costi tecnici	€ 35.550,00
Costi logistici	€ 33.780,00
Costi Comunicazione / Marketing	€ 101.500,00
Iniziative Correlate	€ 35.000,00
Mezzi / Formazione / DPI	€ 179.280,00

Totale Evento € 393.910,00