

# VIAGGIO-VACANZA A PARIGI (2004)

(scheda informativa)

Denominazione del Viaggio-vacanza	"PARIS À VÉLO C'EST SYMPA!"
Periodo di effettuazione	dal 2 al 9 agosto 2004
Associazione di riferimento	"BICI&DINTORNI" (Gruppo "over 50")
"Tour leader"	Pietro Paolo Ricuperati
<b>PARTECIPANTI</b>	
Mario, Maria Lavinia, Francesca e Giulia AGNESE, Liliana BARATTERO, Elda BIESTRA, Graziano e Miriana BOZ, Diana BRESSAN, Maria Luisa BRUNELLO, Dorino CARIOLA, Leandra CANDELLERO, Sonia CIARFELLA, Jeannine COONRAAT, Flavia DI BARTOLO, Federica e Domenica GERMANO, Fiorangela GHILIO, Giuseppe e Fernanda GIANETTI, Dario e Carla FORNARO, Marco MAINO, Marcella Chiara NATALE, Bruno NARDUCCI, Germana REPOSI, Pietro Paolo Ricuperati, Costantino SANFILIPPO, Adriana STRADELLA, Carlo VILLOSIO e Domenico ZAGARI	
Mezzo di trasporto utilizzato	BicinBus di Autoturismo Giachino
Cd-ROM Interattivo?	SI'
DVD?	NO
Fotoshow?	<a href="https://youtu.be/RbsUqNFXVeU">CLICCA QUI -&gt; https://youtu.be/RbsUqNFXVeU</a>
Libro fotografico?	NO
Video-réportage?	NO

## Nota per il lettore

Il testo che segue ha lo scopo di raccontare in che modo Pietro Paolo Ricuperati è riuscito nell'impresa di trasformare in realtà l'idea di diventare lui stesso promotore e organizzatore di viaggi di gruppo per andare a visitare in bicicletta le principali città europee. Tale idea gli era venuta dopo la partecipazione nel 2003, insieme ad Adriana, ad un viaggio-vacanza finalizzato a visitare in bicicletta Barcellona, organizzato da "JONAS" associazione ciclo-turistica di Vicenza. Parigi fu la prima meta. Ma poi seguirono viaggi-vacanza in tutta Europa e anche negli Stati Uniti d'America.

ooo

Per quanto riguarda il viaggio-vacanza del 2004 con meta Parigi Pietro Paolo scrive:

*Si trattò del primo viaggio-vacanza organizzato da me. Ebbe luogo **dal 2 al 9 agosto** di quell'anno. Utilizzammo per la prima volta il **BicinBus**, lo speciale autobus con il pianale ribassato della ditta Autoturismo Giachino, in grado di ospitare nella sua "pancia" le nostre biciclette: nell'occasione ce ne facemmo stare ben 25! Investii nella preparazione e nell'effettuazione di quel viaggio così tanta energia emotiva che, una volta tornati a casa, fui colto da quella che Adriana acutamente definì "depressione post-partum", ossia da quella sindrome di generale svuotamento – fortunatamente di breve durata! - che coglie a missione conclusa chi ha avuto la responsabilità di conduzione di un'impresa nuova e rischiosa.*

*A ricordo di questa avventura in terra francese che ci vide pedalare sulle piste ciclabili di Parigi e dintorni (memorabili furono le pedalate lungo la Marna, l'affluente*

della Senna sulle cui sponde si trovano le famose **“gringuettes”** - i localini all'aperto dove i parigini amano ritrovarsi nelle sere estive per cenare e ballare - e nel parco che circonda la reggia di Versailles) venne realizzato un CD-ROM interattivo<sup>1</sup> che fu presentato nel marzo dell'anno dopo, in occasione di un incontro pubblico organizzato presso la FNAC di Torino. Qualche giorno dopo su una rivista specializzata, comparve il seguente articolo a firma di Emanuele DAINESI, docente di marketig dell'high-tech presso l'Università di Pavia:



“Accade in una fredda domenica di marzo alla FNAC di Torino, che rappresenta da tempo una meta per gli appassionati di informatica e in generale delle novità tecnologiche ma che fornisce, grazie a momenti di dibattito ospitati nel suo “forum”, anche la possibilità di confrontarsi sui temi nascenti del bel vivere cittadino; tra questi la bicicletta sta conquistando un posto di assoluto rispetto (Torino infatti è una città che “va in bici”, come dimostrano i dati di una recente ricerca svolta dall’Eurisko per conto del Comune, che evidenziano delle percentuali di utilizzo quotidiano della bicicletta per trasferimenti casa-lavoro e

---

<sup>1</sup> Essendo ormai “uscita di scena” la tecnologia relativa ai CD-ROM interattivi il materiale fotografico in esso contenuto è stato utilizzato per il fotoshow indicato nella scheda.

casa-scuola superiori all'8%). L'incontro, oltre allo scopo di far rivivere attraverso le immagini contenute in un CD-ROM interattivo l'esperienza entusiasmante di una visita di Parigi in bicicletta compiuta nell'agosto scorso, vuol essere occasione per un dibattito sul perché e sul come Torino dovrebbe prendere esempio da Parigi in fatto di mobilità ciclistica urbana e turismo in bicicletta. Fotografie, filmati e mappe di itinerari ciclabili della capitale francese, ma anche idee e proposte per gli amministratori locali rappresentano i contenuti del CD-ROM presentato nell'occasione, un vero e proprio oggetto multimediale realizzato nell'ambito del **progetto "Le grandi città europee in bicicletta"**, che dopo Parigi porterà la prossima estate il gruppo promosso dall'associazione Bici&Dintorni di Torino a confrontarsi con la realtà ciclabile di Berlino. Oltre che sui contenuti specifici la presentazione alla quale assisto stimola anche alcune riflessioni sulla pervasività del prodotto informatico-digitale presso il grande pubblico; il buon vecchio album di fotografie è andato definitivamente in cantina per lasciare il posto al CD-ROM!

Guardando alla presentazione dal punto di vista del marketing, mi fa riflettere il fatto che i protagonisti del viaggio-vacanza raccontato dal CD-ROM costituiscono senza alcun dubbio un nuovo target, non solo in quanto hanno fatto dell'associazionismo uno stile di vita, ma anche perché nell'atto stesso dell'esperienza di quel viaggio-vacanza hanno mostrato di sapere e volere condividere una serie di importanti bisogni. Nei visi ritratti nelle immagini fotografate proiettate sullo schermo, che mostrano la fatica nel compimento della tappa giornaliera, mi è parso di cogliere anche evidenti indizi dell'esistenza di una comunanza di fondo di interessi: il disincanto nei confronti

dell'automobile, origine di tutti quei piccoli e grandi problemi di mobilità urbana nei confronti dei quali si sentono dei "sopravvissuti", e il ricorso alla bicicletta come modalità per un nuovo entusiasmante turismo di "scoperta" delle città. Oltre alla sensazione di essere di fronte a una tribù, un target al quale i responsabili del marketing delle aziende operanti nel settore farebbero bene ad interessarsi, mi ha colpito il fatto che gli organizzatori abbiano sobriamente cercato di entrare in contatto con sponsor lungimiranti e che, come è stato nel caso della banca Intesa Sanpaolo, che si è sobbarcata l'onere di far partecipare gratuitamente dei giovani all'avventura parigina con l'impegno di realizzare un CD-ROM a documentazione della stessa, ci siano riusciti; l'auspicio, ovviamente, è che analoga sponsorizzazione prenda corpo anche per l'ormai prossima della scoperta in bicicletta delle meraviglie di Berlino.

Un'ultima considerazione: stimolato dalla presentazione mi è venuto naturale pensare ai marketing manager di alcune note marche di navigatori satellitari portatili (Tom Tom, Wayfinder, ecc.). Ho pensato a loro come a degli interlocutori naturali per questo target di turisti. In questo tipo di associazioni troverebbero non solo clienti potenziali (il navigatore "turistico" per biciclette favorirebbe certamente più turismo ciclistico) ma anche consulenti in grado di semplificare il "concepting" di nuovi prodotti e servizi da lanciare sul mercato.

Con questi pensieri in testa comincio a spaventarmi dell'**azzeramento del "digital divide"** e esco dalla sala. Rifletto al fatto che se nel nostro Paese i governi centrali e periferici si dimostrano più propensi ad ascoltare la voce della maggioranza degli utenti della strada, cioè degli

automobilisti, forse il mondo del business potrebbe allearsi con i ciclisti contrattando con loro qualcosa del tipo “prodotti tecnologici da acquistare contro piste ciclabili e diritti”. Questo potrebbe condurre i tanti turisti che visiteranno Torino in occasione dei giochi a godere delle bellezze barocche, liberty, della collina, dei nostri parchi attraverso l’uso della bicicletta, senza essere così soffocati dalla sola vecchia idea della città industriale. Così **come fa il gruppo degli “over 60” che già ora si ritrova a pedalare nei parchi e lungo i fiumi di Torino tutti i mercoledì mattina**, e che si avventura alla scoperta delle grandi città europee anche senza che a guidarne gli spostamenti sia un prodotto di marketing high tech, culturale, ecologico e turistico”.



Il gruppo immortalato davanti all'Arco di Trionfo