

L'IMPORTANZA DEI SITI WEB

Certamente l'affermazione della Rete ha avuto un peso determinante nella crescita del mondo delle gran fondo, ma meno che in altri settori come la mountain bike. Si era tentato qualche tempo fa di costruire un sito simile a quelli quotidiani che forniscono informazioni a getto continuo per la mountain bike come per il podismo, ma l'esperienza ha avuto scarso seguito. Manca ancora una cultura adeguata, anche se Domenico Mozzone che ha esperienza diretta anche nelle ruote grasse la pensa diversamente: "Negli ultimi anni sono proliferati siti specializzati e blog che spesso danno molto spazio alle manifestazioni. Sono molto seguiti. A nostro avviso l'influenza che questi siti hanno sulla popolarità di una gara è in continua crescita. C'è anche il rovescio della medaglia: alcuni di essi sono malamente aggiornati e spesso divulgano informazioni superate che creano qualche situazione di incomprensione". "Tutto è utile! - sentenza Luigi Ballini della GF Scaligera-Luca Avesani - Dipende sempre ed unicamente dalla collocazione della data (aprile, maggio, giugno sono i periodi in cui c'è la maggiore affluenza alle manifestazioni). Blog, Facebook, portali, tutto fa comunicazione... ma rimane sempre fondamentale la data della manifestazione. Nel nostro caso e per scelta, a settembre, pur offrendo i migliori requisiti organizzativi, il movimento ciclistico si riduce e quindi vengono a mancare i numeri. Questo comunque non incide sulla popolarità dell'appuntamento scaligero".

TV E QUOTIDIANI, QUESTI SCONOSCIUTI

Se Internet e riviste specializzate sono la principale casa di risonanza per ogni manifestazione, manca ancora un adeguato contributo da parte delle televisioni e dei quotidiani, non solo quelli nazionali ma anche quelli locali. Molto dipende dalla disponibilità economica che ogni Comitato Organizzatore ha a disposizione: "La nostra manifestazione - spiega Giancarlo Perini - viene trasmessa in registrata su una televisione locale costandoci però la cifra di qualche migliaio di euro". "Noi da parte nostra abbiamo un ottimo rapporto con televisione e giornali locali - afferma Davide Braghieri - abbiamo sempre apprezzato gli sforzi fatti per seguire la nostra manifestazione. Potremmo esigere maggior competenza sul mondo del ciclismo, ma con il tempo avverrà anche questo". Emma Mana è piuttosto severa: "Televisioni e quotidiani vivono da sempre all'ombra del "dio calcio", lo spazio dedicato agli sport minori (ed il ciclismo amatoriale lo è) è sempre minimo e sempre amplificato solo dalla presenza di qualche disgrazia". Sconsolato anche

Bruno Irace della Fondo Molisana: "Purtroppo sia le tv che i giornali sono ancora molto lontani, tranne quando si tratta di pagare... L'unica soluzione è incrementare il numero dei partecipanti e pagare il servizio".

I CONSIGLI PER IL FUTURO

Spazio per agire d'altronde ce n'è, bisogna però mettere inventiva, fantasia e risorse, per scuotere un tran tran altrimenti rituale. "Apportare qualche novità a tutto il movimento delle manifestazioni - interviene Giancarlo Perini - servirebbe sicuramente a far aumentare la curiosità e la visibilità delle GF". Questo aspetto viene preso molto sul serio da Luigi Ballini: "Singolarmente diventa un arduo impegno economico per chi organizza: ufficio stampa, contatti con la stampa locale, investimenti sulla comunicazione, Internet, blog e tutto ciò che fa notizia... Diversamente offrire ai C.O. un organismo unico e centralizzato, una sorta di ufficio stampa comune, potrebbe risolvere il problema. Uno staff che si muova autonomamente e che abbia gli addentellati giusti per soddisfare le esigenze delle manifestazioni. Visibilità, notizie, informazioni, servizi giornalistici e fotografici, reti televisive locali e nazionali, ecc.. Da soli rimaniamo isolati!". "Il fatto è che ci vorrebbero più sponsor - risponde Fabrizio Fusini - più ricavi, e così ci sarebbe la possibilità di comprare più spazi, le riviste dovrebbero mettere in contatto organizzatori e produttori di materiali, bici od altro che comprano pubblicità sul giornale per trovare una strategia comune". "Una cosa importante è avere uno o più addetti ai rapporti con i media - è l'opinione di Alessandro Di Cerbo. È fondamentale curare i rapporti con la stampa e le televisioni e fornire una continua e completa informazione sull'evento. La seconda cosa, ovvia, è migliorare, anno per anno, la manifestazione e la qualità dei suoi sponsor per aumentare il rispetto e la considerazione nei confronti dell'evento. Ci siamo resi conto, nel corso delle edizioni, di come l'abbinamento media e aziende sostenitrici della nostra GF vada praticamente di pari passo e uno influenzi l'altro". Nella sua conclusione Stefano Gazzarri va anche oltre: "Occorre un progetto che raccolga dal bambino fino al ciclista evoluto, che parli dalla bellezza di pedalare e dalla libertà che regala la bici, fino all'importanza di militare in un gruppo sportivo e di partecipare a manifestazioni che non devono essere gare ma eventi aperti alle famiglie. Il tutto in un contesto di "No-Doping" attraverso controlli medici pre e post gara. Così si riesce a dare un senso alla pratica ciclistica".

I partecipanti al dibattito

- Giancarlo Perini**
(GF Coppa Piacentina)
- Davide Braghieri**
(GF Colnago)
- Domenico Mozzone**
(GF Gepin Olmo)
- Luigi Ballini**
(GF Scaligera - Luca Avesani)
- Fabrizio Fusini**
(GF Milano-Sanremo)
- Stefano Gazzarri**
(GF Briko-PaoloBettini-La Geotermia)
- Emma Mana**
(GF Fausto Coppi)
- Bruno Irace**
(Fondo Molisana)
- Alessandro Di Cerbo**
(GF Città di Camogli)