

Up-and-coming *Due ruote*

03041

03041

L'Italian Style in moto

Le case produttrici si affacciano nel business del turismo luxury

di Alberto Caspani

Lil popolare meme che ammicca ai nostalgici di Easy Rider, e che di stagione in stagione impazza sui social network, non ha fatto i conti con i marchi storici del motociclismo italiano. Alle Harley Davidson di Dennis Hopper e Peter Fonda non si

sono sostituiti oggi i monopattini elettrici di due amici arcobaleno, bensì i modelli di punta di Moto Guzzi, MV Agusta, Ducati e di tutte quelle case produttrici nazionali che, attraverso la storia dei propri trionfi agonistici, stanno riaccendendo il sogno di esplorare le strade del mondo con l'impeccabile stile tricolore. Nascono così esperienze che si trasformano in eventi esclusivi. Oltre ad aver conquistato per la quinta volta consecutiva il ti-

tole di Campione del Mondo di Mototurismo al Rally Fim 2023, il Belpaese macina sul mercato numeri record, con 89.450 moto vendute nei primi sette mesi di quest'anno e una crescita del 17 per cento sul 2022. "In formato touring o weekend - hanno spiegato all'ultimo motoraduno di Mandello del Lario i soci del **Moto Guzzi World**

Club - la nostra Experience propone itinerari per valorizzare i modelli di culto, ultimi dei quali sono la V7 Stone 75° Oro Olimpico (all'asta per celebrare la vittoria della Canottieri Moto Guzzi nel 1948) e la V100 Mandello Aviazione Navale (edizione limitata per il 110° anniversario del corpo dell'esercito, cui fecero parte i fondatori). Le uscite si trasformano in eventi esclusivi".

**In sella a esemplari iconici,
alla scoperta delle location
più affascinanti della Penisola**



Up-and-coming *Due ruote*

03041

03041



Ai tour, riservati sempre a un numero ristretto di persone, partecipano fan dai 45 ai 65 anni

L'ultimo calendario spazia da tour in Sicilia e Toscana ai Balcani o a singoli Stati americani, ma è sempre l'Italia a farla da padrone. I partecipanti tendono a essere single o coppie di fan sui 45-65 anni, accessoriati con prodotti monomarchio e spesso a cavallo di gioielli dal costo di 15mila euro. Per celebrare l'arrivo della Superveloce98 e infondere l'emozione di correre su moto plurivincitrici di mondiali, **MV Agusta** ha invece aperto a un pubblico di professionisti i propri stabilimenti di Schiranna (Varese), dove sono nate le leggendarie moto guidate da Giacomo Agostini. Un 'pellegrinaggio' con test drive incluso, a partire dal quale dar vita a experience alla scoperta dei laghi lombardi e con uno stile unico: le moto sono infatti assemblate a mano e in numero limitato, con gioielli come la Lusso Scs Turismo Veloce. Decisi a

stare al passo coi tempi e offrire un'alternativa ai grandi marchi italiani, gli Stati Uniti stanno puntando sul progetto **Zero Motorcycles**, "due ruote elettriche che hanno nel dna la cultura motociclistica europea e sono equipaggiate con batterie ad alte prestazioni - ha spiegato **Umberto Uccelli**, vice president e managing director di Zero Motorcycles Emea - pensate per affrontare escursioni di lungo chilometraggio, grazie in particolare alla frenata rigenerativa".

Seppur in sella alla tecnologia d'avanguardia a stelle e strisce, l'appeal del Belpaese resta ancora una volta indiscusso, visto che le experience proposte per l'autunno toccano le Langhe piemontesi e la Panoramica Zegna, così come le Dolomiti della Paganella, la Val Masino o la Val d'Orcia.

"Dall'incrocio tra motori e turismo - ha osservato all'ultima Italian Motor Week **Daniela Santanchè**, ministro del Turismo - nascono interessanti mercati di riferimento, fra cui il mototurismo, che ha un indotto di 3 miliardi e riguarda turisti con alta capacità di spesa; se messo a sistema, può rappresentare una leva strategica per lo sviluppo di piccoli borghi e aree più interne". Il potere del Made in Italy è anche questo.