



Erica Croce, Giovanni Perri

MARATHON & RUNNING EVENTS

Contesto, organizzazione, turismo,
sostenibilità

FRANCOANGELI

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

Erica Croce, Giovanni Perri

MARATHON & RUNNING EVENTS

Contesto, organizzazione, turismo,
sostenibilità

FRANCOANGELI

Foto in copertina: Berlin Marathon (dall'archivio Croce Perri)

Grafica della copertina *Elena Pellegrini*

Isbn: 9788835158288

1a edizione Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

A Giulio e Flora, finish line di maratone quotidiane

Indice

Premessa	pag.	11
Cronaca di una giornata lunga 42,195 km	»	13
1. Identità di una gara: il racconto dell'evento	»	17
1. L'origine, il mito	»	17
2. Tutti corrono	»	17
3. Una road race speciale	»	19
4. Il contesto: qualche cifra sul mondo delle gare	»	20
5. L'atmosfera: capire il punto di vista del partecipante	»	23
5.1. L'arrivo a destinazione	»	24
5.2. Creare attesa, consapevolezza, emozione: la comunicazione	»	26
5.3. Le iniziative a latere	»	30
5.4. L'Expo	»	32
5.5. La consegna del pettorale	»	37
5.5.1. Il pettorale parlante	»	38
5.5.2. Il pacco gara	»	39
5.5.3. La T-shirt tecnica	»	42
5.5.4. La medaglia	»	43
6. Il giorno della gara	»	46
6.1. La mattina prima della partenza: transfer, campo gara e dintorni	»	46
6.2. La start line	»	48
6.3. Il percorso: vedere il luogo sotto un'altra prospettiva	»	49
6.4. Il tifo, l'abbraccio della città	»	52
6.5. Il folklore	»	56
6.6. L'arrivo: la finish line	»	57

7. I volontari	pag.	60
8. I complimenti del giorno dopo, riconoscersi con gli altri	»	62
2. Chi corre le maratone	»	63
1. Il quadro di riferimento: note sul turismo sportivo	»	63
2. La motivazione e il training nel runner	»	67
3. Per una definizione dei target di runner	»	74
3.1. I nuovi runner: più numerosi, un po' menì veloci	»	74
3.2. A ciascuno la sua sfida personale	»	75
Intervista a <i>Maria Elisa Mancuso</i> – Maratoneti speciali: l'emofilia e la maratona di New York	»	81
4. Amici, familiari, partner: gli accompagnatori	»	86
5. L'attitudine al viaggio degli sportivi di endurance	»	89
Intervista a <i>Riccardo Barlaam</i> – La maratona e gli eventi di endurance visti dal giornalista	»	92
3. Qualità e appeal di una maratona: organizzazione e contesto ambientale	»	99
1. Aspetti strutturali della gara ed esperienza del runner	»	99
2. Altri aspetti organizzativi importanti di una maratona	»	106
3. Il contesto: il luogo diventa destinazione di marathon tourism	»	111
4. Condizioni ambientali e maratone	»	118
4. Accogliere i runner: suggerimenti per gli operatori tu- ristici	»	120
1. La struttura ricettiva: comfort, breakfast, vicinanza	»	120
2. Il commercio in città	»	123
3. Gli operatori della ristorazione: cibo su misura	»	125
3.1. Colazione in hotel	»	125
3.2. I pasti: prima, durante, dopo la gara	»	128
3.2.1. Prima della gara	»	130
3.2.2. Durante la gara	»	132
3.2.3. Dopo la gara	»	133
4. Le maratone del vino e del cibo	»	136
Intervista a <i>Mauro Clarichetti</i> – L'organizzazione dell'EcoMaratona del Chianti Classico, una corsa nei panorami dei vini DOCG	»	140

5. Il tour operating e la maratona	pag.	156
1. I vantaggi per il maratoneta che si affida all'intermediazione	»	156
2. Il tour operator specializzato e il pacchetto turistico-maratona	»	161
Intervista a <i>Herbert Thomas</i> – Progettare pacchetti all inclusive per maratoneti	»	166
Intervista a <i>Vanessa Bertelli</i> – L'accompagnamento dei maratoneti in viaggio	»	170
3. La riunione tecnica pre-gara con il preparatore atletico	»	175
Intervista a <i>Orlando Pizzolato</i> – Il punto di vista del campione, oggi preparatore atletico, in viaggio con i maratoneti	»	177
6. Sostenibilità e impatti: la maratona come laboratorio di sperimentazione e valutazione	»	185
1. La sostenibilità della gara nel suo contesto ambientale	»	185
2. Teoria e prassi della sostenibilità applicata a un (grande) evento sportivo	»	188
2.1. Certificazione, corporate social responsibility, raccolta fondi	»	188
2.2. Tecnologie green, riqualificazione, certificazione ambientale, gestione rifiuti, riduzione sprechi	»	190
2.3. Educazione, consapevolezza, forniture	»	199
2.4. Condizioni di lavoro, trasporti, network	»	202
2.5. Inclusione, accoglienza, gender equality	»	205
2.6. Avviamento allo sport, pratiche di turismo sostenibile	»	209
3. Gli impatti economici della maratona	»	215
Appendice	»	226
Bibliografia e sitografia	»	242
Ringraziamenti	»	249

Premessa

La maratona è un evento carismatico. Ha tutto. Ha dramma. Ha competizione. Ha cameratismo. Ha eroismo. Non tutti i corridori possono sognare di diventare campioni olimpici, ma ogni corridore può sognare di finire una maratona¹.

(Fred Lebow,
co-fondatore della New York City Marathon)

Che cos'è la maratona? Una prova affascinante al limite delle possibilità di resistenza. Una gara iconica che conta migliaia di appuntamenti annuali in tutto il mondo. Un fenomeno di moda che crea dipendenza in una quota non trascurabile del miliardo e mezzo di runner che calcano regolarmente le strade del globo.

La maratona muove milioni di viaggiatori. Motiva grandi campioni e podisti comuni. Dà una nuova veste a metropoli e località minori. Fa viaggiare gambe, muscoli, mente, sogni e aspirazioni. Sposta mezzi, attrezzature ed enormi somme di denaro.

Perché la maratona nella sua espressione migliore è spesso un megaevento, estremamente complesso da organizzare, fortemente impattante, con ricadute economiche potenzialmente molto importanti sulla destinazione, e non solo su quella. È un evento che va progettato nei dettagli per far sentire protagonista ognuno dei runner che partecipano a centinaia, a decine di migliaia. È un laboratorio per sperimentare pratiche sostenibili, inclusione, condivisione di esperienze e sensibilità tra persone che appartengono a diverse culture.

È un modello ideale per lo studio dello sport tourism, una palestra e un imprescindibile punto di riferimento per l'organizzazione di manifestazioni sportive di qualsiasi dimensione, e non solo nel mondo running.

Ma la maratona, con la folla di atleti e accompagnatori che trasfigura la località per un giorno o un weekend, può anche mettere a dura prova l'efficienza delle città e dei loro amministratori, la tolleranza e il senso di ospitalità dei residenti. Per questo è importante che stockholder e stakeholder della destinazione ospitante siano veramente preparati a organizzare

1. Luff C., "New York City Marathon Quotes", in *Run for Good. Embracing a lifelong running habit*, 19/09/2023, <https://run-for-good.com/new-york-city-marathon-quotes/>.

adeguatamente la propria offerta per un pubblico sfaccettato, determinato, consapevole e portatore di esigenze specifiche.

La destinazione stessa va ripensata tematicamente, organizzata, formata e gestita, così che tutti traggano il massimo dei benefici dall'occasione sportiva. Confezionando con grande professionalità un progetto (turistico) che si trasformi in un sogno per i podisti, un'occasione proficua per gli operatori, un'iniziativa positiva per la comunità ospitante.

Questo testo nasce da centinaia di km di esperienza maturata sul campo, correndo in grandi e piccoli eventi locali e internazionali, analizzando e indagando aspetti turistici, tecnici e di atmosfera di decine di maratone e di gare. Nasce dal confronto diretto con addetti del settore e intende fornire spunti di riflessione aggiornati, modelli operativi di successo e risposte concrete a chi nel campo delle manifestazioni sportive lavora con ruoli specifici o indirettamente, a margine, come operatore turistico o amministratore della destinazione di gara. Il pubblico dei lettori comprende poi studenti, studiosi e curiosi, consulenti e comunicatori. E infine corridori e turisti comuni. Perché ognuno, a proprio modo, riesca a guardare il running tourism come una grande occasione di crescita, benessere, scambio, ricchezza. In cui ritagliarsi un ruolo più o meno operativo, da protagonista o da spettatore, ma comunque stimolante e coinvolgente.

Cronaca di una giornata lunga 42,195 km

Suona la sveglia: finalmente è arrivato il giorno... fuori è ancora buio (e può far freddo).

Tutto è calcolato nei minimi dettagli, non c'è tempo da perdere, giù dal letto: veloce doccia rigenerante per riprendere contatto con la realtà, tuta comoda per scendere a fare una colazione gustosa, calibrata e proporzionata allo sforzo (sperando che l'hotel sia provvisto di un servizio di colazione adeguato e ad un orario anticipato, altrimenti ci si deve organizzare per prepararsela in camera). Poi di nuovo in camera, toilette, il completo da gara è pronto dalla sera prima: intimo tecnico, pantaloncini (anche se si prevedono 3 °C alla partenza), maglietta a cui è stato debitamente fissato il pettorale (un ultimo controllo alle spille da balia), calzini già un po' usurati da qualche allenamento e scarpe quasi nuove di zecca (ma già testate almeno su un lungo, che non vogliamo avere sorprese in gara), sopra una tuta calda, giacca tecnica o piumino, fascia o cappello, sulle spalle sacca trasparente con tutto il necessario per il cambio, effetti personali, bottiglietta d'acqua da sorseggiare di tanto in tanto per tenersi idratati fino al momento della partenza, magari una barretta energetica, crema antisfregamento e/o canfora. Pronti. La porta della stanza è già alle spalle. Nell'ascensore e nella hall dell'hotel si incontra qualche altro o molti altri atleti diretti verso la stessa meta. Si condividono sorrisi assonnati, la giusta tensione e un pizzico di complice fratellanza, anche tra sconosciuti. Comincia ad albeggiare. In strada ci si mescola alle centinaia di persone che si dirigono alla start line, a piedi. Oppure si prende posto nell'autobus dell'organizzazione o del tour operator: qualche battuta, qualche risata per spezzare la tensione, il tentativo inutile di schiacciare un pisolino fin che si può. Eccoci, si vede l'enorme spiazzo (o parco) che introduce alla zona di partenza: ci siamo. Una fila interminabile... pazienza: è l'occasione per fare quattro chiacchiere con i compagni di gruppo o con altri sconosciuti,

magari si mette alla prova il proprio inglese, intanto ci si sgranchisce un po' i muscoli. Controlli di sicurezza superati. Si localizza la zona dove si trovano i bagni chimici e poi il truck a cui affidare la sacca trasparente per il cambio in base al numero di pettorale. Si indugia ancora un po', c'è chi è già pronto per partire e si avvia verso i cancelli della propria wave. Qualche sorso d'acqua... È ora di andare: via tutti gli indumenti non necessari, un'altra fila corta: sacca finalmente consegnata. Lungo il percorso verso la start line, ennesima fila solitamente interminabile per una necessaria sosta alla toilette (ma come mai non potenziano questo servizio aumentando il numero di bagni chimici e/o distribuendoli meglio?). A passo veloce: dov'è il cancello per accedere alla propria wave di partenza? Eccolo: un po' di pazienza, controllo del pettorale al cancello effettuato... entrati! Ci si mescola ai compagni di partenza, si condividono sorrisi spontanei, monosillabi, si prende parte alla conversazione improvvisata su un argomento futile o sul percorso di gara: meglio mettersi al centro o ai lati, per non essere travolti alla partenza? Mah... Recupero della concentrazione. Le gambe tremano. Ennesimo controllo lacci scarpe effettuato, un po' di stretching, la tensione sale... c'è da sintonizzare il running smartwatch: fatto! Ok, ci siamo, la musica sale, al megafono il conto alla rovescia dello speaker è partito... 3, 2, 1, GO! Ci si avvicina a piccoli passi verso la start line: sotto la linea di partenza attivo l'orologio... inizia la maratona! Ora ci sono 42 km e 195 metri per modulare il passo a seconda di dislivello quantità di podisti distanza, trovare la giusta velocità di crociera, farsi abbracciare dal tifo della folla scesa in piazza (residenti amici sconosciuti), soffermarsi velocemente sulla lettura di qualche cartellone ironico o di incoraggiamento destinato a qualcuno nello specifico ma in realtà a tutti i corridori, guardare l'orologio in cerca di sicurezze impossibili su tempi e distanze, gustare anzi bere la bellezza o l'autenticità del paesaggio (urbano o meno) con i suoi highlight, in un passo ritmato (anzi nella collettiva leggerezza ritmata dei passi di centinaia di runner vicini), bere ogniqualvolta se ne abbia bisogno e/o ce ne sia occasione ai rifornimenti per precedere il senso di sete e la temibile disidratazione, alternare l'andatura per distrarre muscoli e legamenti da qualche fastidioso risentimento, scoraggiarsi e poi riprendersi, sentirsi in gran forma e poi crollare, ma poi riprendersi di nuovo, cercare di tenere sotto controllo il ritmo di percorrenza per km, ammirare profondamente e incoraggiare atleti che non considerano la loro disabilità un ostacolo, rifocillarsi con molta parsimonia di rifornimenti liquidi solidi sali carboidrati (le riserve di glicogeno...), godersi una (ma meglio tante) grida di incitamento di perfetti sconosciuti che ti chiamano per nome (perché hai fatto stampare il tuo nome, appunto, sulla maglietta portafortuna), battere il 5 a qualche bimbo che fa timidamente il tifo, soffrire tanto, tene-

re a bada crampi e dolori in zone del corpo in cui non immaginavi di avere muscoli o tendini, lavorare di testa per arrivare a tagliare dignitosamente il traguardo, abbattere il muro dei 30 e iniziare un nuovo conto alla rovescia per la fine della gara, più leggero eppure interminabile (ognuno alla sua velocità ma pur sempre interminabile), sorridere a qualche fotografo autorizzato, vivere una lunga parentesi di resistenza fisica e mentale, leggere gli ultimi cartelloni con l'indicazione della distanza lentamente ma costantemente più breve che separa dal traguardo, chiedersi perché si deve soffrire tanto e volontariamente, ripassare mentalmente i progressi fatti nei mesi di allenamento, ricordarsi perché si è lì, sentirsi fortunati e caparbi, intravedere il cartello dell'ultimo chilometro, ringraziare con un cenno quelle persone meravigliose che fanno il tifo per ore e fanno anche loro, quel giorno, una personale maratona di incoraggiamenti, correre ancora, incrementare un po' il passo perché il traguardo è vicino e non fa niente se fa male tutto, procedere... tagliare il traguardo sorridendo (e bloccare il cronometro per avere il proprio tempo personale), rallentare, fare qualche passo, inginocchiarsi con le lacrime agli occhi, rialzarsi in piedi per evitare l'intervento di personale di soccorso preoccupato, percorrere vacillando il corridoio umano che vede ogni singolo atleta accolto da volontari che ti stringono la mano e si congratulano per la tua impresa (perché questa è davvero un'impresa), ti mettono la medaglia al collo, ti consegnano una coperta isotermica (perché quando sei così provato puoi sentire freddo anche a 20 gradi) e una busta con qualche frutto, barrette, acqua, dolciumi, sali per riprendersi un po', procedere ancora per ritirare la sacca con il cambio, farsela consegnare dalle mani di un volontario efficiente e sorridente, cercare su gambe instabili un posto per cambiarsi (molto spesso all'aperto) tra centinaia e migliaia di atleti che sdraiati a terra, seduti o già ripresisi un minimo dallo sforzo, esibiscono sorrisi stanchi ma felici e una medaglia al collo per ricongiungersi festosamente ai parenti e agli amici che li attendono oltre l'area accessibile ai soli atleti, o magari procedere a piccoli passi doloranti, lenti e molto misurati, verso l'hotel, dove ci attende tutto ciò che ci può essere di più gradito in questo momento della nostra gloriosissima giornata: una doccia calda, panni puliti, un letto comodo dove stendersi per un sonno ristoratore che ci donerà le forze per celebrare e brindare, la sera e davanti ad un piatto di cibo gustoso e nutriente, alla nostra caparbia volontà in un locale della città, la medaglia al collo, tra gli sguardi complici degli altri atleti e l'ammirazione a volte siglata da una stretta di mano di ristoratori, negozianti, cittadini, passanti, turisti. Congrats!

Fig. 1 - NY Marathon start line: migliaia di runner sul Verrazzano-Narrows Bridge



Fonte: www.nyrr.org/tcsnycmarathon/getinspired/photos-and-stories; www.centralpark.com

1. Identità di una gara: il racconto dell'evento

1. L'origine, il mito

Un messaggio importante da recapitare: la vittoria degli Ateniesi sui Persiani. Un runner leggendario: Fidippide. Un tragitto lungo 40 km: la corsa a perdifiato dalla piana di Maratona ad Atene.

La più prestigiosa delle discipline di atletica leggera troverebbe le sue origini in un episodio che mescola storia e leggenda, patriottismo e fatica, e che ha come protagonista proprio quel corridore capace di percorrere distanze enormi senza fermarsi per un giorno intero: l'aneddotica sportiva vuole che Fidippide abbia perso la vita ad Atene, appena recapitato il messaggio "vittoria!", dopo aver accumulato, si dice, più di 500 km di corsa in pochi giorni.

Sulle tracce di quest'impresa, nel 1896, rinacque poi la maratona dei nostri tempi, disciplina conclusiva già nella prima edizione delle Olimpiadi moderne di Atene.

L'aggiunta dei 2 km e 195 metri si deve invece ad un più recente vizzo, quello di far coincidere la linea di partenza con il castello di Windsor e la finish line sotto la tribuna reale dello stadio di Londra nelle Olimpiadi del 1908.

2. Tutti corrono

La corsa è più di una semplice attività di fitness, quando la si pratica con costanza viene spesso descritta come un'attività che arricchisce la vita delle persone¹.

1. World Athletics, *Bid Guide. World Athletics Road Running Championships 2025 & 2026*, dicembre 2022, www.worldathletics.org.

Il mondo del running è variopinto, fluido e trasversale. Nella maggior parte dei casi salutare. E ha di certo un carattere fortemente territoriale. È un fenomeno insieme globale e locale, non facilmente inquadrabile dal punto di vista statistico e difficilmente classificabile per la complessità di geografie, di sedi e destinazioni, per forme e tipologie di eventi, ranking e certificazioni, per motivazioni e trend che lo caratterizzano. E inoltre per l'enorme numero di organizzazioni, per la pluralità di atleti, di enti e di attori che coinvolge.

La federazione internazionale dell'atletica leggera **World Athletics** (ex IAAF, International Association of Athletics Federations), che governa 214 federazioni nazionali, **stima che nel mondo almeno 1 miliardo e mezzo di persone, di tutte le età, corra “regolarmente”** (professionalmente, dilettantisticamente o amatorialmente) **per le ragioni più varie:** in eventi competitivi o per allenamento, per incrementare la propria performance o anche solo per sentirsi in forma, vivi, realizzati o concentrati, per astrarsi e pensare meglio o per stare in compagnia, per vivere fisicamente il contesto ambientale, per la salute personale o per il progresso delle comunità, per sostenere un ente di beneficenza, una ricerca o un progetto, per creare un mondo più sano o semplicemente per passione e divertimento.

Correndo su due piedi si possono affrontare molti tipi di discipline e di gare, che si differenziano per lunghezze e manto stradale, pendenze e ambiti paesaggistici, temi e situazioni. Si corre e si compete in pista o su strada: ci sono le 1, 5, 10, 25mile, le 1, 5, 8, 10, 15km, le staffette, le mezze maratone, le maratone, i mountain and trail running, le obstacle course race e gli skyrunning (con gli ultra running), ecc. Ci sono poi le sezioni di corsa all'interno di discipline multisport quali adventure race, pentathlon moderno, duathlon, triathlon, Ironman e ultratriathlon.

Ma la gara più iconica, la quintessenza del running è senza dubbio la maratona, che non per niente è la prova finale dei calendari olimpici. La regina delle corse alimenta il suo prestigio attraverso il mito di origine, l'incredibile partecipazione di massa, il coinvolgimento popolare (soprattutto in ambito anglosassone), il senso di appartenenza e di unione sentito ed espresso da partecipanti e supporter. E anche grazie alla bellezza delle città o dei contesti che la ospitano, la risonanza della comunicazione, le macchine organizzative, gli sponsor, i risvolti culturali, gli ambiti produttivi, gli indotti e gli impatti economici, sociali, ambientali e turistici attivati.

3. Una road race speciale

Il Regolamento Tecnico Internazionale delle federazioni mondiali e nazionali di atletica leggera (World Athletics e FIDAL in Italia) sottolinea come corse e concorsi in pista, corsa su strada, marcia, corsa campestre, corsa in montagna e corsa nella natura (ovvero trail running) siano compresi nelle discipline sportive dell'Atletica Leggera.

Tra le cosiddette prove "no-stadia", le Road Races ovvero corse su strada certificate dalla World Athletics hanno distanze standard di 1 miglio, 5 km, 10 km, 15 km, 20 km, mezza maratona, 25 km, 30 km, maratona, 50 km, 100 km e staffetta.

La maratona è una corsa su strada della lunghezza di 42,195 km, generalmente con partenza e arrivo in campo chiuso (in luoghi evocativi o monumentali o iconici e, nei campionati ufficiali, spesso in uno stadio) **e con percorso su strade maestre pavimentate/asfaltate**. La gara, la cui lunghezza, come già detto, ripercorreva all'incirca i 40 km che separano Maratona da Atene, fu introdotta nei giochi della prima Olimpiade moderna del 1896, tenutasi appunto in Grecia. L'attuale distanza, definitiva e ufficiale, come già accennato, fu stabilita alle Olimpiadi di Londra del 1908 per unire il punto di partenza di quell'edizione, la residenza reale del Castello di Windsor, all'arrivo nello stadio di White City di Londra. Solo dal 1984 la maratona olimpica è aperta anche alle donne.

È la prova più lunga delle Olimpiadi: l'ordine di arrivo è determinato dai tempi di percorrenza e **le stazioni di rifornimento sono previste ogni 5 km. Il percorso non deve essere necessariamente lineare:** può avere andamento a circuito unico o eseguito su più giri dello stesso circuito, o può essere ripetuto, avanti e indietro, lungo uno o più tratti di strada fino al raggiungimento della misurazione ufficiale.

Sorella minore della maratona, **la mezza maratona è una corsa su strada della distanza di 13,1094 miglia o 21,0975 km**. La mezza maratona **non è una disciplina olimpica**, né fa parte dei Campionati mondiali di atletica leggera. Tuttavia ogni 2 anni, a partire dal 1992, si tengono i campionati mondiali di mezza maratona. Nel mondo si organizzano migliaia di mezze maratone ogni anno. La popolarità di questa competizione, soprattutto tra gli amatori, deriva da due fattori entrambi legati alla sua distanza, comunque "di fondo": pur non implicando le difficoltà di una maratona, la mezza per i corridori è una sfida importante dal punto di vista fisico; rispetto a una maratona, però, richiede un'organizzazione più semplice e si presta meglio a concepire un buon design della corsa, perché la sua lunghezza si adatta più facilmente ai contesti urbani o extraurbani che volessero ospitare una gara di questo tipo.

Il panorama “ufficiale” delle maratone e delle mezze maratone è governato dalla Federazione Internazionale di Atletica Leggera World Athletics.

Va precisato, però, che ci sono varianti rispetto a questo regolamento, soprattutto per le gare non riconosciute dalla federazione, come ad esempio l’ecomaraton, lunga quanto una maratona ma corsa su fondo e con dislivelli diversi da quelli ufficiali.

Come si vedrà più avanti, sulla base di diversi criteri, le maratone e le mezze maratone della federazione internazionale vengono certificate, possono essere contrassegnate da label di qualità e sono classificate in un ranking ufficiale (basato principalmente su criteri quali partecipazione, risultati e piazzamenti degli atleti).

La WMA (World Master Athletics) organizza, regola e amministra gare di atletica leggera (anche quelle no-stadia) per i “master” (atleti di età non inferiore a trentacinque anni): la distanza più lunga concepita per i campionati WMA, però, è quella della mezza maratona. I campionati di maratona, invece, sono ospitati nell’ambito di una 42,195 prestabilita, aperta anche al pubblico comune.

La World Para Athletics, invece, delinea tra le corse su strada no stadia le distanze standard di 10 km, mezza maratona e maratona. Le discipline sportive para athletics in ambito olimpico sono promosse e organizzate da IPC (International Paralympic Committee). Le maratone più importanti e meglio organizzate sono aperte all’iscrizione di persone con varie disabilità, dagli atleti d’élite agli amatori, su wheelchair, handbike, ecc., o altri affiancati, durante la corsa, da team di supporto.

Per approfondimenti sulle altre discipline del running, si rimanda all’Appendice.

4. Il contesto: qualche cifra sul mondo delle gare

Non è facile orientarsi tra le strutture organizzative, i ranking, i marchi, né tra circuiti di gare, world series, coppe o campionati regionali, nazionali, continentali e mondiali. Spesso le gare di corsa sono realizzate non solo sotto l’egida di comitati olimpici e di federazioni ufficiali, ma anche da varie associazioni, aziende, piattaforme ed EPS (Enti di Promozione Sportiva), pure all’interno della stessa categoria di disciplina, che producono riscontri di marketing e comunicazione, di patrocini e sponsorship, oltre che di pubblico e di partecipazione, molto diversi tra loro.

Per lo stesso motivo è **complicato anche districarsi tra i dati che riguardano il numero di corse o di partecipanti, vista l’abbondanza di fonti che riportano cifre spesso sovrapponibili solo in parte**, e dunque a

volte tra loro non coincidenti o addirittura contraddittorie, laddove non ci si limiti al singolo evento ma si allarghi il campo ad analisi più ampie, continentali o mondiali.

Il sito worldsportgroup.com, che unisce i marchi Ahotu² e World's Marathon³, parla di **1 milione di runner che viaggiano al mese, di cui l'80% verso mete internazionali**⁴. Il rapporto *The State of Running 2019* di RunRepeat e IAAF⁵, invece, stima che il trend di partecipazione di massa alle gare running abbia evidenziato una crescita di partecipanti pari al 58% circa nel decennio 1998-2018, nonostante si sia passati dal picco dei circa 9 milioni di atleti registrato nel 2016 ai circa 8 milioni nel 2018. Questo declino è stato poi confermato negli anni del Covid, ma si è sostanzialmente risolto nel biennio 2022-23.

Negli ultimi anni (escludendo il periodo legato al Covid '20-'21) sarebbero state organizzate a livello mondiale, in quasi tutti i Paesi e in tutti i continenti⁶, **da 30.000 a 50.000 gare running, di cui circa 2000 maratone**, 5000 mezze maratone, 1200 ultramaratone, 15.000 competizioni sulla distanza di 5 km e 6500 su quella di 10 km, 605 gare a tempo, 14.000 trail⁷ e, infine, circa 250 virtual race e circa 1600 appuntamenti di triathlon/Ironman e loro varianti.

Dall'Ansa⁸ si apprende che nel 2018 in Italia sarebbero stati circa 11 milioni gli sportivi praticanti una disciplina legata alla corsa in maniera anche saltuaria, mentre circa 6 milioni lo avrebbero fatto con più costanza, partecipando anche a gare ed eventi dedicati: in quell'anno sono stati organizzati 2.854 appuntamenti di vario genere (tra cui 74 maratone, 518 mezze maratone, 1.645 corse di 10 e 5 km, 617 tra fun race, urban e night trail, ultra ed endurance trail, obstacle course race, ecc.).

Nel mondo si parla di un bacino di utenza di circa 1,1-1,3 milioni di finisher all'anno per quanto riguarda le sole maratone: nel 2019 in Italia coloro che hanno portato a termine una maratona sono stati poco più di 49.000, meno del totale dei runner della sola maratona di New York.

2. Il calendario di gare endurance running, triathlon e biking nel mondo.

3. Il marketplace considerato punto di riferimento per gli appassionati di corsa che desiderano sia scoprire nuove ed entusiasmanti sfide in tutto il mondo sia organizzare la partecipazione alle stesse.

4. La media dei dati è riferita al 2019.

5. International Amateur Athletic Federation oggi World Athletics.

6. Antartide compresa, per esempio con l'Antarctic Ice Marathon®.

7. Numero molto superiore alle gare omologate dall'ITRA (International Trail Running Association).

8. Conti C., "Turismo e maratone, giro d'affari che corre sui 114 milioni", in *Ansa*, 03/04/2018, www.ansa.it/canale_viaggiart/it/notizie/evasioni/2018/04/13/turismo-e-maratone-giro-daffari-che-corre-sui-114-milioni_aad471c8-ac96-4a2f-89ed-b2bf01ca7282.html.

D'altro canto, è ovvio che le gare complessivamente più partecipate, per il maggior numero di eventi e per l'approccio più semplice che richiedono, sarebbero le 5 km, le mezze maratone e le 10 km, rispettivamente con 2,9, 2,1 e 1,8 milioni di atleti nel 2018⁹. 5 e 10 km sono le distanze più popolari anche per i **trail**, anche se c'è una tendenza a organizzare un numero sempre maggiore di corse più lunghe e dure (e sempre più atleti si misurano in competizioni della distanza "ultra maratona"). Partendo dalla considerazione che si stimano 5,3 road runner per ogni trail runner, bisogna tener presente l'incredibile crescita di partecipazione annuale alle gare trail, pari al 1.676% dal 2007 fino al 2020, anno in cui sarebbero stati registrati circa 611.000 trail runner iscritti a gare ufficiali nel mondo¹⁰.

La fama e il successo che le *road race* ottengono nel mondo sono insieme causa e conseguenza della nascita di **circuiti di competizioni** che sono caratterizzati da criteri specifici di candidatura, selezione, appartenenza, partecipazione e che hanno un particolare appeal territoriale.

Tra i circuiti più ambiti, ci sono ad esempio le famose attuali **6 metropolitane Abbott World Marathon Majors**¹¹ (Boston, New York, Chicago, Londra, Berlino, Tokyo), le 5 europee "Superhalfs" (Lisbona, Praga, Cardiff, Riga, Valencia) corse sui 21 km, le 23 Rock 'n' Roll Running Series (principalmente nordamericane, ma che includono anche Liverpool, Manila, Madrid). E ci sono altri circuiti come le britanniche Great Run Series o le italiane DeeJay Ten di Torino, Bari, Firenze, Napoli, Milano. Anche il mondo dell'off road ha seguito le stesse tendenze. **È evidente che il turismo del running** in questi casi **gioca un ruolo determinante**¹².

9. Andersen J. J., "The State of Running 2019 by RunRepeat & IAAF", in *RunRepeat*, 24/10/2023, <https://runrepeat.com/state-of-running>.

10. Andersen J.J., "The State of Trail Running 2022", in *RunRepeat*, 10/12/2022, <https://runrepeat.com/the-state-of-trail-running-2022>.

11. Nel 2023 è in corso la candidatura per la settima e la partita si giocherebbe tra Cape Town (Sudafrica), Chengdu (Cina) e Sydney (Australia).

12. Il calendario World Athletics ci dice che dal 2022 si stanno recuperando i livelli numerici prepandemia. Le 655 maratone e le 911 mezze maratone che risultano dalla lista delle gare internazionali World Athletics Certificate aggiornata a maggio 2023 non sono che una minima parte di un movimento molto più vasto che raggiungerebbe circa 2000 eventi annuali sul pianeta. Il calendario Fidal (Federazione Italiana Atletica Leggera) 2023 presenta 28 maratone e 108 mezze maratone omologate: considerando anche le maratone non omologate, però, si arriva a un totale di 48 eventi organizzati nel Paese. Anche la dimensione partecipativa delle 42,195 km italiane sta lentamente risalendo alle punte prepandemiche raggiunte tra il 2017 e il 2019, anni in cui il numero di partecipanti è oscillato tra 207.000 e 194.000 unità.

5. L'atmosfera: capire il punto di vista del partecipante

Un'avventura bellissima. Sai quando parti, ma non sai quando arriverai, e soprattutto in che condizioni. Chiunque la affronti va rispettato, perché ha dato tutto. Dal campione a quello che arriva entro il tempo massimo, tutti racconteranno una storia. E avrai sempre voglia di ascoltarla¹³.

(Gianni Poli, vincitore della Maratona di New York nel 1986)

Ma soprattutto sono stato ispirato dagli esempi appassionanti di tutti gli altri corridori. In alcune immagini sembrerebbero piccoli punti in un mosaico, ma ognuno aveva una storia separata che iniziava qualche mese o una vita prima e terminava quel giorno nella Maratona di New York, la corsa con 37.000 storie¹⁴.

(Mark Sutcliffe, Sindaco di Ottawa)

Gli eventi sportivi, grandi o piccoli che siano, possono agire come catalizzatori per lo sviluppo economico, culturale e turistico di una località.

È evidente che il grado di soddisfazione dell'utente dell'iniziativa, il runner in primis, deriva da un mix di fattori più o meno oggettivi e tangibili, che includono la qualità dell'organizzazione dell'evento, la performance individuale dell'atleta, la gradevolezza/l'appeal della località, l'atmosfera vissuta, ecc. Questo mix è difficile da comporre in una ricetta sempre valida per realizzare manifestazioni di successo ovunque e per qualsiasi tipo di pubblico. Tuttavia, nelle pagine che seguono si indicano alcuni ingredienti da poter dosare con cura per cercare di ottenere un'iniziativa che lasci un segno (positivo), determini ricadute favorevoli per destinazione e stakeholder, gratifichi i partecipanti, li leghi "sentimentalmente" alla località e ne faccia dei promoter più o meno consapevoli.

La maratona non inizia né termina nello spazio codificato e nel tempo individuale in cui la si corre: è un evento che in genere si pianifica (perlomeno) diversi mesi in anticipo, a cui spesso si riserva un budget spe-

13. In Vergari J., «Dalle Dolomiti a Central Park, la mia avventura bellissima»: Gianni Poli racconta la sua maratona», in *Gazzetta Active*, 18/04/2021, www.gazzetta.it/running/storie/18-02-2021/gianni-poli-e-la-sua-maratona-dalle-dolomiti-a-central-park-running-77589.shtml.

14. Luff C., "New York City Marathon Quotes", in *Run for Good. Embracing a lifelong running habit*, 19/09/2023, <https://run-for-good.com/new-york-city-marathon-quotes/>.

cifico (soprattutto se la partecipazione comporta una trasferta importante), per cui ci si allena per un minimo di 12/16 settimane (se si parte già da una buona preparazione atletica) e comunque sottoponendosi a sacrifici non indifferenti. Che richiede una preparazione mentale e psicologica tanto importante quanto quella fisica, che si comincia a coccolare con largo anticipo, che implica uno sforzo non comune, che regala emozioni intense durante un percorso lunghissimo. E che può dare la sensazione di aver vinto anche a chi viene preceduto al traguardo da decine o migliaia di persone, così come può tradire le aspettative di chi non è stato in grado di raggiungere il suo obiettivo di gara personale oppure deludere profondamente chi non riesce a tagliare il traguardo per un infortunio, per aver sottovalutato tutto quello che l'impresa richiede. O semplicemente perché quello non era il giorno giusto per correre una gara tanto speciale.

Organizzare una maratona e non deludere le aspettative degli atleti, anzi quelle di ogni singolo atleta, richiede dunque, da parte degli organizzatori e in generale di amministrazioni, operatori turistici e non, residenti della destinazione ospitante, **la capacità di immedesimarsi e comprendere mondo e visioni di un maratoneta**, tanto di chi porta a termine la gara in poco più di 2 ore, quanto di chi ne impiega 6 e più.

A titolo di esempio, basta soffermarsi ad analizzare anche superficialmente alcune tabelle di allenamento tra le più comuni e utilizzate¹⁵ per rendersi conto di quale investimento la preparazione di una maratona richieda in termini di fatica, tempo e determinazione. E dunque quanto proporzionalmente crescano le aspettative di un runner nei confronti dell'esperienza sportiva in sé e verso l'atmosfera dell'intera manifestazione, rispetto a quelle maturate in occasione di una gara "più comune" (ovvero più breve/meno impegnativa).

5.1. *L'arrivo a destinazione*

L'atleta, o meglio gli atleti, a decine, centinaia o migliaia nelle maratone più importanti, in genere arrivano a destinazione almeno un paio di giorni prima, soprattutto se il viaggio che li ha portati lì è stato a lunga percorrenza, che si tratti di un volo aereo, di uno spostamento in treno o in auto, e se, oltre a ritirare il pettorale per tempo, si vuol cogliere l'occasione di assaporare l'atmosfera del posto e fare turismo. Quest'ultimo aspetto, infatti, riveste un ruolo molto importante nella pianificazione e nella fruizione dell'esperienza complessiva "maratona".

15. Tabelle di allenamento per maratona, standard e non personalizzate, adatte ad atleti di vario livello, sono facilmente reperibili sul web.

Alcune **compagnie aeree**, sui voli in cui sanno di ospitare decine di atleti in viaggio verso una destinazione in cui si tenga una grande maratona, contribuiscono a creare la giusta atmosfera già sul mezzo di trasporto, in quella fase di distacco da casa, progressiva purificazione e attesa di giungere alla meta che ogni viaggio, specie se di lunga durata, porta con sé. Ottengono questo effetto non solo attraverso il benvenuto ufficiale al microfono che il comandante rivolge alla compagnia di atleti o il con sorriso e la frase d'interessamento da parte del personale di bordo, ma anche, ad esempio, inserendo nella lista di film a scelta dei passeggeri uno-due titoli tematicamente legati alla maratona, in genere storie di riscatto, presa di coscienza e consapevolezza legate alla conquista di una 42 km, storie vere o ispirate dalla realtà. Tra questi film, che forse trovano ne *Il maratona* (1976) il loro grande progenitore, diversi per qualità e taglio della pellicola, ma comunque accomunati da un filo conduttore di tragedia e catarsi, anche qualora si tratti di (rare) commedie, si possono citare ad esempio *Brittany runs a marathon* (2019), *Boston-Caccia all'uomo* (2016), il documentario *Skid Row Marathon* (2017), *Spirit Of The Marathon* (2007), *Breaking2 Nike Documentary* (2017), il surreale *The Barkley Marathons: The Race That Eats Its Young* (2014), e poi *Tyson's Run* (2022), *L'Atleta – Abebe Bikila* (2009), o *The Long Run. Corsa per la vittoria* (2000), *Marathon* (2005), *The unknown runner* (2013), ecc.

Fig. 1 - La città accoglie i maratona e coinvolge i residenti



Fonte: @Erica Croce e Giovanni Perri

Il primo contatto fisico con la destinazione ospitante avviene di fatto all'aeroporto, alla stazione e nel tragitto cittadino o meno che viene seguito da atleti e accompagnatori per raggiungere direttamente l'Expo, o, più frequentemente, il luogo/esercizio ricettivo dove si pernoverà.

Posare gli occhi su manifesti o banner che annunciano l'imminente maratona mentre si percorrono i corridoi dell'aeroporto di destinazione, o mentre si attende il proprio treno in una stazione metropolitana, si guarda fuori dal finestrino di un taxi che si fa strada nel traffico cittadino, o più semplicemente si cammina per le vie del centro (e non solo quelle che saranno interessate dal percorso di gara), può essere un modo per entrare subito in empatia con il posto in cui si correrà. Per un atleta può risultare emozionante e persino commovente leggere slogan quali «Chicago is your start line» o simili: soprattutto se accompagnati da foto dei vincitori delle precedenti edizioni così come di podisti comuni, volti sofferenti e sorridenti, soddisfatti e virtualmente “vicini” a chi sta per affrontare la stessa impresa¹⁶.

5.2. *Creare attesa, consapevolezza, emozione: la comunicazione*

Spesso una campagna di comunicazione ben studiata, che parta magari dall'efficacia di un video ufficiale basato su uno slogan, visibile on-line e in grado di far leva sull'emotività dell'atleta quando sta decidendo quale sarà la maratona da correre mesi dopo, campagna poi potenziata al momento dell'arrivo in loco dalla ripetizione quasi ossessiva di quello stesso slogan vincente anche nelle vie cittadine, e poi magari sulla pubblicazione cartacea contenente la classifica ufficiale che arriva a casa dei runner a settimane di distanza dalla fine dell'evento, **può giocare un ruolo veramente decisivo per l'affermazione e la riconferma del brand cittadino legato allo sport, per aumentare il senso di attaccamento e di residenzialità affettiva del partecipante, per accrescere l'orgoglio del residente.**

16. È interessante notare che i banner che decorano le vie del centro cittadino per dare il benvenuto ai partecipanti e sensibilizzare i residenti possano costituire per molti un arredo ritenuto iconico: conclusasi l'edizione 2023 della Boston Marathon, sulla pagina Instagram ufficiale dell'iniziativa, compariva questo annuncio: «La promozione dello striscione della 127a maratona di Boston rimane aperta! I primi 150 fundraiser o donatori #Boston127 che donino 150 dollari o più alla Boston Athletics Association tra il 24 aprile 2023, ore 12:01am EST, e il 31 maggio 2023, ore 23:59:59pm EST, riceveranno uno street banner della 127a maratona di Boston! Visita il link sottostante per donare! www.givengain.com/d/cc/22064#amount».

Una campagna di comunicazione ben studiata e con uno **slogan vincente**, infatti, offre una serie di vantaggi quali:

- essere un **biglietto da visita per la città**, che dà il benvenuto agli atleti e si mostra accogliente ed empatica nei loro confronti, aperta allo scambio, inclusiva, interessante perché ricca di attrattive che giustifichino uno sforzo tanto prolungato in un contesto gradevole;
- agire come **leva sull'emotività e la presa di coscienza degli atleti**, che si sentono immediatamente o per lo meno più facilmente “residenti affettivi” nella località che li riconosce come cittadini onorari per il breve tempo del loro soggiorno sportivo;
- sollecitare e richiamare ai **piaceri**, se non ai doveri, **dell'ospitalità** operatori e residenti, loro malgrado coinvolti in un'iniziativa che è meglio vivere positivamente e attivamente (scendendo a tifare in strada, ad esempio) piuttosto che subire (magari lamentandosi per i prolungati blocchi del traffico e lanciando strali ai maratoneti che rendono non percorribili alcune vie cittadine durante la loro performance).

In alcuni casi, poi, nello slogan possono essere sottesi valori che vanno ben al di là dell'incitamento alla prestazione sportiva e al benvenuto che la città dà agli atleti: nel 2023, il motto “Boston Strong” stampato su T-shirt, manifesti, cartelli d'incitamento e sempre associato ai colori della città (giallo e blu), voleva riassumere e canalizzare positivamente, in un'affermazione di consapevolezza identitaria, orgoglio cittadino, ricordo, rispetto e sentimento di rinascita, tutte le sensazioni mutevoli scaturite nel decimo anniversario dall'attentato terroristico che nel 2013 aveva colpito al cuore della città proprio all'arrivo della maratona, in Boylston Street.

Dal 2017, la campagna pubblicitaria della maratona di New York presenta uno slogan iconico: “***It will move you***” (“Ti (com)muoverà”), declinato poi in una serie di sfumature che puntano dritte all'aspetto emozionale del runner.

It Will Move You è una campagna multiplatforma con un focus sulla digital activation. La campagna è stata presentata in tutta New York su striscioni stradali, autobus a due piani, pensiline degli autobus, treni e binari della metropolitana, stazioni di City Bike, chioschi LinkNYC e altro ancora. La campagna è stata inoltre presentata anche su stampa nazionale e piattaforme digitali, con l'obiettivo di attirare spettatori alla trasmissione televisiva della TCS New York City Marathon a livello nazionale.

La campagna cattura la vasta gamma di emozioni che maratoneti, supporter, volontari e persino spettatori a casa provano come parte di questo evento incredibile. Espressioni che fanno appello ai sentimenti, tra cui *“It will inspire you”*, *“It will celebrate you”* e *“It will push you”*, si uniscono a fotografie sorprendenti di corridori di tutte le età e abilità – runner professionisti, atleti su sedia a rotelle, cittadini e corridori di charity – insieme a volontari dediti.

«L’idea che correre una maratona sia solo un’impresa fisica è molto superficiale», ha affermato Chris Sojka, direttore creativo dell’agenzia Madwell. «Anche da spettatore, ho potuto sentire la forza pura e l’emozione dei corridori. Ci sono migliaia di storie da raccontare e, in poche parole, la TCS New York City Marathon ti commuoverà»¹⁷.

Il relativo video¹⁸, di 30”, è una promessa che si ripete: scene reali di maratona corsa da gente comune, campioni, atleti paralimpici, stralci di paesaggio newyorkese, musica incalzante con percussioni battenti, sorrisi, sofferenza, lacrime, solidarietà, supporto, eroismo. In sovrapposizione, varie declinazioni dello slogan principe. Da allora, anno dopo anno, viene proposta la rivisitazione dell’iconica frase breve attualizzata da nuovi volti di runner, da nuove prospettive sulla città che continua a promettere coinvolgimento emotivo a chi calcherà le strade della metropoli. Ad esempio, nel 2022 si evolve in questa forma: «Ti farà muovere sopra i fiumi. / Ti farà attraversare i ponti. / Ti porterà fino a dove arriva lo sguardo. / Ti porterà più vicino ai tuoi sogni. / Ti porterà al ritmo di New York. / Ti porterà lontano. / Ti farà muovere più velocemente di quanto avresti mai immaginato. / Ti porterà oltre i limiti. / Ti commuoverà dall’inizio alla fine. / Ti commuoverà»¹⁹.

Fig. 2 - *It Will Move You*



Fonte: www.cghnyc.com

17. NYRR Media Center, “TCS New York City Marathon Launches *It Will Move You* Campaign”, www.nyrr.org/media-center/pressrelease/20171010_nycm_itwillmoveyoucampaign.

18. www.youtube.com/watch?v=j1A2MsnfkMU&ab_channel=NewYorkRoadRunners.

19. www.facebook.com/reel/502230025052919.

Perché, di fatto, l'intento della comunicazione è anche quello di elevare «l'iconica campagna *"It Will Move You"*, stabilendo un nuovo focus sull'interesse della maratona, non solo sui corridori, ma anche sui ruoli unici e interconnessi che ognuno ricopre. Ampliando l'apertura di *"It Will Move You"*, la campagna trasmette le sensazioni indescrivibili che quel giorno imprime ogni anno e illustra come ogni azione, grande o piccola, costruisca un crescendo verso il giorno della gara»²⁰.

Così come quella di New York appena illustrata, quasi tutte le grandi maratone producono **promo video (ufficiali)** facilmente rintracciabili sul web e sui social, virali tra gli appassionati e chi deve scegliere la destinazione della prossima gara o l'ha già scelta e vuole iniziare a respirarne l'atmosfera. In genere, di anno in anno variano, pur nella continuità dei temi di fondo. Gli ingredienti di base per realizzarli sono: brevità, musica, coinvolgente, in crescendo, spesso fortemente ritmata; voce narrante calda e decisa che si appella direttamente al runner potenziale o assenza di commento; sequenza di immagini che colga la città nel silenzio dell'alba, prima della partenza, in contrasto con i ritratti della folla e della festa che seguiranno, in quella stessa città, durante la competizione; inquadrature che rappresentino la "densità" umana dei podisti (partenza, piedi in corsa, riprese del "fiume umano" dall'alto, ecc.); ritratto di singoli atleti qualsiasi colti nelle espressioni di gioia, tenacia, dolore che segnano il viso di ciascun maratoneta (in modo diverso eppure simile); momenti di gara e arrivo al traguardo dei vincitori; highlight e monumenti cittadini visti nei momenti di passaggio degli atleti; sorrisi, applausi, mani tese di volontari, forze dell'ordine e supporter sorridenti ed empatici; slogan corto, incisivo, emozionale. Alcuni esempi di questa modalità di promuovere la maratona e il suo spirito locale, talora con risultati irresistibili e altamente coinvolgenti, possono essere i promo video proposti per la Berlin Marathon²¹, alcuni dei quali giocano su variazioni dello slogan "Become a Berlin legend", per la London Marathon²² basati sulla promessa/incoraggiamento "WeRun Together", per la Maratona di Parigi²³, per la Maratona di Roma²⁴.

20. www.nyrr.org/media-center/press-release/20230130_tcsnycmarathoncampaign.

21. Se ne trovano vari in: www.bmw-berlin-marathon.com/impressionen/videos/.

22. Ad esempio, www.youtube.com/watch?v=JgOmpYF9gzk&ab_channel=TCSLondonMarathon.

23. Come quello in preparazione all'edizione della ripresa post pandemica del 2021: www.youtube.com/watch?v=NiPwRevUgZA&ab_channel=timeto.

24. In www.youtube.com/watch?v=ys05rYXhCA&ab_channel=RunRomeTheMarathonOfficial viene tra l'altro presentata la medaglia ufficiale 2023.

5.3. *Le iniziative a latere*

L'evento maratona corso in una destinazione più o meno iconica e/o nota, nello spazio di poche ore e in un giorno, in genere una domenica (ma anche di lunedì, come avviene a Boston nel Patriots' Day), con la partenza delle wave o scaglioni dei più forti, in alcuni casi, anche di prima mattina, viene spesso anticipato (e in parte seguito) da una serie di altri eventi che si tengono anche nei giorni precedenti e che sono tanto più numerosi e/o rilevanti quanto la destinazione e l'organizzazione intendano offrire in termini di appeal al pubblico dei corridori e ai loro accompagnatori. **La ricchezza delle iniziative a latere dell'evento principale, anzi, è considerato un fattore molto importante in fase di scelta della maratona da correre per atleti che spesso hanno al loro seguito persone meno o per nulla sportive.**

A titolo di esempio, il calendario sportivo proposto dalla TCS New York City Marathon per l'edizione 2022²⁵ ha previsto tra le altre:

- un'iniziativa in cui i giovani partecipanti del programma Rising New York Road Runners (che si adopera per avvicinare nelle scuole tutti i ragazzi, anche i diversamente abili, al running e ad un sano spirito di propensione all'attività fisica, al benessere psico-fisico e alla socializzazione) hanno potuto correre un percorso corrispondente agli ultimi 400 metri della maratona a fianco di plurimedagliati atleti professionisti anche paralimpici diventati leggende dello sport (a contorno dell'evento si annoverano un festival, varie attività di intrattenimento, DJ set e consegna di maglietta e medaglia ai partecipanti);
- la TCS New York City Marathon Opening Ceremony, che dà il via al weekend di gara con una Parata delle Nazioni in cui sfilano atleti di decine di nazionalità diverse e che si conclude con i fuochi d'artificio sulla linea del traguardo;
- la Abbott Dash to the Finish Line 5K, ovvero una competizione il cui tracciato ricalca fedelmente gli ultimi 5 km del percorso della maratona e permette di tagliare il traguardo a chi non affronterà la grande impresa, a runner curiosi, ad accompagnatori e a chiunque voglia provare l'emozione di entrare correndo a Central Park in un modo diverso. L'iniziativa si tiene il giorno prima della maratona alle 8:45 del mattino, ed è utile notare come siano numerosi, tra i partecipanti, anche coloro

25. In www.nyrr.org/.