

## Il Tour de Pologne resta nell'élite del ciclismo mondiale

*Con la conferma del WorldTour anche nel 2026, la corsa si conferma come un brand globale in costante crescita*

Il Tour de Pologne è ufficialmente - per il ventesimo anno consecutivo - parte del circuito WorldTour. La conferma è arrivata dopo la pubblicazione da parte di Union Cycliste Internationale (UCI) del calendario definitivo per il 2026. La storica corsa nazionale polacca si affianca nuovamente ai più importanti eventi internazionali di ciclismo e si svolgerà dal 3 al 9 agosto.

Nel 2026, i Paesi che organizzeranno gare in linea o a tappe del calendario UCI WorldTour saranno (in ordine cronologico): Australia, Emirati Arabi Uniti, Belgio, Italia, Francia, Spagna, Paesi Bassi, Svizzera, Germania, Danimarca, Polonia, Canada e Cina. Tra questi, solo Francia, Italia, Spagna, Belgio e Svizzera avranno più giorni di gara rispetto alla Polonia. Quest'ultima è uno dei soli tredici Paesi al mondo - e 9 in Europa - ad avere il privilegio di ospitare un evento del circuito UCI WorldTour, il livello più alto del ciclismo su strada professionistico. L'evento detiene questo status sin dall'istituzione della serie - nel 2005 - e che era allora chiamata UCI Pro Tour.

Nel corso degli anni, il Tour de Pologne è diventato un brand ciclistico di portata mondiale, riconosciuto per la sua crescita costante, la complessità logistica e l'eccellente organizzazione. Ogni tappa richiede circa 20 camion per il trasporto delle strutture e una squadra di 300 persone per il montaggio. Garantire la sicurezza di una tappa di 200 chilometri coinvolge circa 2.000 persone — tra forze dell'ordine, servizi di emergenza e volontari. Grazie al segnale televisivo prodotto da Telewizja Polska (TVP) e al rinnovo della collaborazione con Eurosport, la corsa raggiunge ormai tutti i continenti. Solo Eurosport trasmette l'evento in 65 Paesi, con ulteriori diritti distribuiti singolarmente ad altre emittenti.

*“Non esiste in Polonia un evento che coinvolga così tante persone o che promuova il nostro Paese all'estero come il Tour de Pologne,” ha dichiarato **Czesław Lang**. “Ho corso nel gruppo per molti anni e ho ancora amici in tutta Europa. Guardano il Tour de Pologne e poi mi chiamano per congratularsi di quanto il Paese sia cambiato: i nostri paesaggi, i monumenti, le nuove strade. Tutto questo lo vedono grazie alle nostre trasmissioni. Lavoriamo a stretto contatto con l'Ente Polacco per il Turismo e con la TVP per individuare, visitare e filmare in anticipo i luoghi più belli del Paese. Addirittura due tecnici francesi del team televisivo sono rimasti talmente affascinati quando siamo entrati nei Monti Bieszczady che hanno comprato subito un terreno lì. Mi hanno detto che non riescono a immaginarsi di vivere altrove, una volta raggiunta la pensione.”*

Sotto la guida di Lang, la promozione della Polonia è diventata parte integrante del DNA del Tour de Pologne. Il suo profondo senso storico e il patriottismo lo hanno spinto a utilizzare la corsa come strumento per raccontare al mondo il volto e la storia del suo Paese - anche durante i suoi capitoli più difficili.

Il Tour de Pologne non è solo una corsa ciclistica, ma anche un'occasione per riflettere sulla storia e sui valori condivisi. Quando la gara ha attraversato il sito dell'ex campo di concentramento tedesco di Auschwitz, i corridori si sono fermati per deporre fiori e rendere omaggio alla memoria delle vittime, ricordando la tragica storia di quel luogo. La 70ª edizione della corsa ha poi seguito il filo conduttore del motto “Dall'Italia alla Polonia, sulle orme di Giovanni Paolo II”, evocando il legame tra i due Paesi attraverso la figura del Papa polacco. Nel 2014, il Tour de Pologne ha celebrato gli eroi di Solidarność con una sosta simbolica davanti ai cancelli del Cantiere Navale di Danzica. Questi momenti testimoniano come la manifestazione riesca a intrecciare sport, memoria e orgoglio nazionale, trasformando ogni tappa in un'occasione di riflessione e condivisione.

Tutto questo non sarebbe possibile senza i partner storici della corsa. Il Tour de Pologne ha sempre attratto alcuni dei marchi più importanti del panorama economico polacco e internazionale. Nel 2025,

il partner principale è stato ORLEN, una delle più grandi aziende del Paese, con Decathlon e PZU tra gli sponsor ufficiali e Totalizator Sportowy come partner strategico.

La “famiglia” del Tour de Pologne, tuttavia, è molto più ampia — include altri sponsor, media partner e naturalmente le città ospitanti. Grazie al loro sostegno, la corsa continua a evolversi anno dopo anno, introducendo innovazioni come la flotta di veicoli Toyota e Lexus di ultima generazione. Il colosso automobilistico giapponese — noto per le sue collaborazioni strategiche a lungo termine — ha fornito oltre 40 auto per l’edizione 2025, grazie a Toyota Central Europe, Toyota Radość e Lexus Warszawa Radość.

Quest’anno, Grupa Transportowa si è unita alla lista dei partner logistici ufficiali, occupandosi del trasporto di 13 tonnellate dei migliori sistemi di sicurezza per il ciclismo, prodotti in Belgio dall’azienda BOPLAN. L’anno precedente, l’area d’arrivo e il podio erano stati completamente rinnovati: il nuovo palco pieghevole da 13 metri di larghezza permette una moderna esposizione degli sponsor e dispone di tre schermi LED, il maggiore dei quali largo cinque metri, consentendo al pubblico di vivere l’emozione della corsa ben prima che arrivino i ciclisti.

*“Facciamo tutto questo per le persone, per i tifosi” sottolinea Czesław Lang. “Oggi poche cose riescono ancora a unire la gente come lo sport — e il ciclismo in particolare, dove non serve un biglietto - basta affacciarsi davanti casa e guardare la corsa passare. Il Tour de Pologne è una sfida enorme, non è facile disegnare un percorso che accontenti tutti o mantenere l’equilibrio del budget, ma quando vedo la folla entusiasta, quando mi arrivano i dati che parlano di tre milioni di persone lungo le strade, provo una soddisfazione immensa. È questo che mi infonde l’entusiasmo per continuare.”*

La forza del marchio Tour de Pologne è confermata dai numerosi riconoscimenti ricevuti. La corsa nazionale polacca è stata più volte nominata “Evento dell’anno” nel referendum di Przegląd Sportowy, mentre l’organizzatore, Lang Team, ha ottenuto prestigiosi premi come il Demes Award e il riconoscimento Teraz Polska. Questi riconoscimenti non solo celebrano l’eccellenza organizzativa e sportiva della manifestazione, ma testimoniano anche come il Tour de Pologne sia diventato un simbolo internazionale della Polonia: un evento capace di unire passione, storia, innovazione e spettacolo, e di lasciare un segno indelebile nella memoria di atleti, appassionati e città che lo ospitano.