

Running

MAGAZINE

ANNO 6 - NUMERO 2 - 2017



HOKA ONE ONE

TIME TO FLY

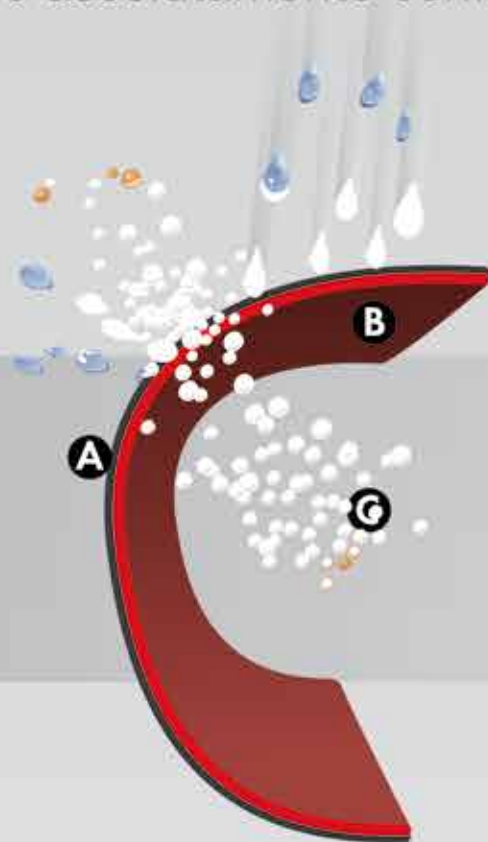
Dentro, c'è una grande differenza



ATOM S EVO OD



La tecnologia **OutDry®** sviluppata in Italia e brevettata in tutto il mondo, prevede l'applicazione diretta della membrana impermeabile e traspirante alla tomaia già cucita e completa di ganci, rendendo così le calzature veramente impermeabili e assolutamente confortevoli.



A - tomaia
B - OutDry®
C - sudore

La membrana impermeabile e traspirante **OutDry®** è laminata direttamente sul lato interno della tomaia. L'acqua non penetra e resta sulla superficie della calzatura. Il piede rimane perfettamente asciutto e la scarpa è molto più leggera e confortevole.

www.outdry.com



WATER
NOT
INCLUDED™

LA PRIMA PUNTATA
DELLA NOSTRA
ESCLUSIVA INCHIESTA



Nasce Running DOP: dettagli e retroscena

DATI & STATISTICHE

12

**La passione offroad
è sempre più intensa**

PROSEGUE LA NUOVA RUBRICA, IN COLLABORAZIONE
CON ENDU, CON I DATI SULLE MANIFESTAZIONI
PODISTICHE ITALIANE MONITORATE DA RUNSTATS

SCARPA DEL MESE



FOCUS PRODOTTO

16-17



FOCUS ON

18



**Agguerriti e pronti
a vincere**

L'AZIENDA BRESCIANA HA PRESENTATO
I 10 ATLETI CHE NEL 2017
INDOSSERANNO I COLORI OXYBURN
PER CONQUISTARE PIÙ MEDAGLIE POSSIBILI

EVENTI

26

**Il circuito
internazionale
di Urban Trail
si espande in Italia**



Kurdistan Iracheno



24-25

Sport Press cresce tra digital, tecnologia e consumer

Di solito non è nel nostro stile autocelebrarci ma questa volta vogliamo fare una piccola eccezione. Con la giusta modestia ma anche con sana obiettività. Perché l'inizio dell'anno è stato per noi di Sport Press davvero ricchissimo di novità. Tutte presentate ufficialmente in occasione di ISPO Winter, la fiera di riferimento del mercato sportivo europeo, con oltre 2.700 aziende espositrici e più di 85.000 visitatori, con numerosi spunti interessanti anche per il mondo del running a 360°. A tutti loro (o quasi...) abbiamo infatti presentato ufficialmente alcune attese e importanti iniziative editoriali, risultato di mesi di duro lavoro ma anche di tante soddisfazioni, visto che abbiamo già avuto i primi feedback entusiasti da parte degli operatori del settore e delle nostre "community".

La prima grande novità 2017 riguarda **la nuova piattaforma digital del gruppo**. Tutti i siti sono stati completamente rinnovati con un concetto grafico molto impattante, moderno e innovativo, 100% responsive e volto a valorizzare al massimo i contenuti. Il tutto racchiuso nel portale **sportpress.it** che costituisce uno speciale aggregatore - unico nel suo genere - delle notizie del mondo sport a 360°. Ma ogni sito, pur essendo collegato in rete nel nuovo portale, vive anche di vita propria rispettando le peculiarità dei vari settori, con le seguenti homepage indipendenti e dedicate. Compresa ovviamente quella di **Running Magazine (runningmag.it)**, dove abbiamo introdotto svariate novità che vi invitiamo a scoprire, tra le quali la sezione **"Green&Charity"** (dedicata all'impegno di quelle aziende che guidano l'innovazione attuando politiche ecosostenibili e di social responsibility) e **"Best of the Day"**, dove protagonisti sono quei prodotti che si distinguono per qualità e innovazione.

Un'operazione questa che conferma ufficialmente anche l'apertura di Sport Press e dei suoi media verso il **consumatore finale**. Un processo iniziato nel 2016 e che finalmente trova pieno compimento col nuovo anno. Rafforzato anche da una notevole crescita su tutto il mondo social e da un

aumento della diffusione dei magazine cartacei e digitali del gruppo, in grado di raggiungere un target complessivo di **500.000 lettori**, tra cui buyer, opinion leader, influencer, manager e pubblico finale. Anche grazie alla newsletter settimanale che in moltissimi hanno dimostrato di apprezzare.

La seconda "big news" è il lancio del progetto editoriale **Sportech Magazine**, la prima testata verticale dedicata al binomio sport e tecnologia che negli ultimi anni, tra wearable technology, smartwatch, sportwatch, GPS, action cam e svariati dispositivi elettronici applicati sui prodotti, è diventato sempre più una costante. Running Magazine - così come tutte le altre pubblicazioni del nostro gruppo editoriale - ha sempre dato ampio spazio a questo argomento intercettando le tendenze e svelando ai lettori (spesso in anteprima) i nuovi prodotti lanciati sul mercato, e continuerà sempre a farlo. Ma chi vorrà approfondire ancora di più questo segmento di mercato così promettente ora potrà farlo sfogliando Sportech Magazine che verrà veicolato in allegato a tutte le testate del gruppo Sport Press (lo trovate appunto allegato a questo numero) e conterà anche su un sito, una newsletter e pagine social dedicate. Perché siamo convinti che la specializzazione sia la chiave vincente per raccontare al meglio questo binomio ormai indissolubile.

A ISPO inoltre sono stati presentati e distribuiti, con una speciale extra-tiratura, ben **9 magazine**. Dall'outdoor allo sci, dagli action sports alle sneakers, passando per running, bike, ebike, tech e sport a 360°, Sport Press conferma quindi il suo crescente impegno nel raccontare il mondo dello sport attraverso inediti, strategici e privilegiati punti di vista e nello "stile giornalistico" che da sempre ci distingue. Tante quindi le iniziative in grado di consolidare la già ricca proposta editoriale di Sport Press, in attesa di nuovi progetti che vi sveleremo nei prossimi mesi. Rimanete connessi quindi (ora in ogni senso) per vivere con noi un altro anno intenso di passione, sport e business.

PRIMO PIANO /



Casall debutta in Italia

Dalla Svezia arriva Casall, brand specializzato in abbigliamento tecnico e attrezzature per l'home fitness, il running, il tennis, lo yoga/pilates e la boxe. Il fondatore, Carl-Axel Surtevall, nel 1980, appena uscito dal college, fondò la propria azienda specializzata in attrezzature per il fitness. I suoi prodotti si sono rapidamente fatti largo sul mercato, acquisendo consensi in tutta la Scandinavia e il Nord Europa. Sulla scia del successo ottenuto, anche in termini di fatturato, nel 1982 l'azienda si è lanciata in una nuova avventura: l'apertura di uno dei primi centri fitness esclusivamente dedicato al pubblico femminile.

Lavorando in palestra con le donne, Carl-Axel si è reso conto che le sue clienti volevano capi di abbigliamento tecnici di alta qualità, capaci di coniugare prestazioni elevate e stile. Da allora, Casall è cresciuta, trasformandosi in un brand oggi venduto in oltre 18 paesi del mondo. La ricerca, lo sviluppo dei tessuti e la produzione di tutti i prodotti Casall è solo made in Europe e molti tessuti utilizzati sono made in Italy. Casall utilizza solo fibre riciclate di poliammide e non poliestere. La produzione di tutti gli articoli è "green" con grande attenzione all'eco-sostenibilità.

In Italia si avvarrà della collaborazione d'importanti rivenditori italiani con cui ha stretto un rapporto di partnership, tra cui Maxi Sport, Space 23, La Rinascente, Sportler e Yoox.

INFO: Option Srl • info@optionsrl.it • casall.com

Artcrafts nuovo distributore Hoka per il mercato italiano



Da gennaio di quest'anno Artcrafts International SpA è il nuovo distributore esclusivo per l'Italia delle scarpe da running Hoka One One. L'azienda guidata da Simone Ponziani, con sedi a Firenze e Milano, aggiunge così un nuovo brand al suo ampio e diversificato portfolio che include, tra gli altri, Teva e Crocs. Con un'organizzazione strutturata con oltre 30 addetti a gestire ogni fase del processo distributivo, Artcrafts punta con Hoka a costituire un "polo" di brand legati allo sport, mondo nel quale vanta una consolidata expertise.

"L'acquisizione di Hoka One One è un grande stimolo per tutta la struttura che rappresento" dice il CEO, Simone Ponziani. "L'obiettivo è di trasferire in questo progetto la capacità di interpretare l'evoluzione del mondo sport che abbiamo maturato in anni di esperienza con Teva e con altri brand. Siamo entusiasti di portare la nostra filosofia di servizio al mercato in un settore in forte sviluppo, come quello del running, e lavorare per contribuire al salto di qualità necessario al comparto in termini di professionalità".

Nato nel 2009 nell'ambiente del trail running, Hoka One One ambisce a diventare a breve una delle realtà più importanti nel running, grazie ai rivoluzionari contenuti tecnici e a una gamma che include oggi scarpe per tutte le categorie di questa disciplina. Hoka One One appartiene a Deckers Brands, il gruppo californiano proprietario di UGG, Teva, Sanuk e Koolaburra.

INFO: Artcrafts International • 055.68189 • info@artcrafts.it

Running
MAGAZINE

Editore

Sport Press Srl

Direttore responsabile: **ANGELO FRIGERIO**

Direttore editoriale: **BENEDETTO SIRONI**

Redazione Italia: Corso della Resistenza, 23

20821 Meda (MB) - Tel: 02.87245180 Fax: 02.87245182

Email: redazione@runningmag.it

Website: www.runningmag.it

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)

Redazione USA: DNF Media, Inc

1956 Bohannon Drive - Santa Clara, CA 95050

Tel: 001.408.261.8809

Anno 6 - N.2 - 2017

Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n.38 del 20 gennaio 2012. Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale

D.L. 353/2003 - conv. in L. 46/2004 Art.1 Comma 1 - LO/MI.

Una copia 1.00 euro. L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati in suo possesso.

Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a:

Sport Press S.r.l. Responsabile dati: Benedetto Sironi.

Questo numero è stato chiuso in redazione il 14 febbraio 2017

ESCAPE

CON LA
TRANSCEND 4

Corri in un posto migliore
con la nuova Transcend 4. La
tecnologia delle Guide Rails
è il futuro del sostegno, e
guida tutto il tuo corpo nel
suo schema di movimento
naturale.

 **BROOKS**
RUN HAPPY.



IL VERTICAL KILOMETER ORA HA UN CIRCUITO

Grazie alla sua popolarità sempre più crescente, il Vertical Kilometer – la corsa in salita in montagna con 1.000m di dislivello in meno di 5 km – ha creato un circuito a sé stante con 17 gare in 8 Paesi, nascendo come costola delle Skyrunner World Series.

Il Vertical Kilometer World Circuit 2017 raccoglie le gare più corte e veloci esistenti, il primo e unico triplo vertical al mondo, alcune gare con 20 anni di storia e molte graditissime novità. Un pre-



mio finale di € 10.000 sarà assegnato ai campioni con i 6 migliori risultati nelle 17 gare, che potranno aumentare lungo la stagione.

vkworldcircuit.com

LA SPORTIVA MOUNTAIN RUNNING CUP: CONFERME E NEW ENTRY

Il circuito di skyrunning si rilancia con importanti conferme impreziosite da alcune new entry. Oltre alle confermatissime Trentapassi SkyRace (7 maggio 2017), Stava Mountain Race (25 giugno 2017) e International Rosetta SkyRace (3 settembre 2017), la prima novità della sesta edizione sarà l'inserimento di una prova jolly che darà punti extra a chi segue il circuito, ovvero la neonata Skylakes (9 luglio 2017).

“Da maggio a settembre, equamente distribuite su un calendario agonistico sempre più fitto di appuntamenti, siamo riusciti a collocare 6 tappe. Tra queste spiccano due new entry dal grande potenziale e dal sicuro avvenire quali:

Ledro Skyrace (11 giugno) e San Fermo Trail (20 agosto). Rispetto al passato abbiamo scelto tracciati non lunghissimi ma di sicuro appeal. Come sempre avremo al nostro fianco partner di prestigio quali Named Sport, Garmin, Polygiene e Sportdimontagna“. A parlare è Alessandro Tedoldi, Coordinatore atleti ed eventi di La Sportiva.

STRONGMANRUN, A BIBIONE SI CORRE DI NOTTE

Il 13 maggio a Bibione sarà una data storica per la Fisherman's Friend StrongmanRun che per la prima volta si correrà in notturna con partenza alle ore 21.

Save the date - 13 maggio: Sprint 10k di Bibione; 6 settembre: The Original 20k di Rovereto.

Iscrizione combinata! Chi vuole correre entrambe può iscriversi a una tariffa scontata valida solo per i primi 100 partecipanti. Anche nella stagione 2017 ActionAid conferma il suo impegno come Charity Partner ufficiale della Fisherman's Friend StrongmanRun.

Per il terzo anno consecutivo, ActionAid sarà presente agli eventi con i suoi dialogatori e attivisti per sensibilizzare i partecipanti alla gara e gli spettatori sui



temi della lotta alla povertà e dell'ingiustizia sociale.

In fase di iscrizione alla corsa, per ogni partecipante sarà possibile donare 1 euro per “Operazione Fame”: la campagna di ActionAid per il diritto al cibo che vuole contribuire a cancellare le cause della fame nel mondo.

strongmanrun.it

WINGS FOR LIFE WORLD RUN, LA GARA E LE RUNNING CLASSES

È stata presentata la quarta edizione della Wings for Life World Run, l'evento globale di corsa e solidarietà unico nel suo genere che domenica 7 maggio 2017 si svolgerà a Milano e in contemporanea in altre 23 location di tutto il mondo, per raccogliere fondi a supporto della ricerca sulle lesioni al midollo spinale. Riconfermato il suo format unico e originale: i runner partono simultaneamente in tutto il mondo e non esiste un traguardo da raggiungere, ma la Catcher Car che li insegue. Fino ad aprile, inoltre, i runner milanesi avranno la possibilità di allenarsi con dei grandi campioni in occasione di 4 Running Classes. Sabato 11 marzo toccherà all'ex calciatore ora running addicted

Massimo Ambrosini e, per concludere, sabato 22 aprile al due volte campione mondiale indoor Genny Di Napoli. Ci vediamo alla linea di partenza il 7 maggio a Milano, quando #tuttoilmondocorrerà in contemporanea.

wingsforlifeworldrun.com



SALOMON E SUUNTO
DI NUOVO MAIN SPONSOR
DI FIRENZE URBAN TRAIL

Salomon e Suunto si confermano i main sponsor della 4a edizione di Firenze Urban Trail, in programma il 4 e 5 marzo 2017.

Firenze Urban Trail è tra i principali eventi di trail cittadino in Italia, con cinque percorsi diversi l'uno dall'altro per soddisfare la voglia di trail running di ciascun partecipante. Sabato 4 marzo alle 21 una splendida corsa in notturna di 13 km e, per tutti gli appassionati di Nordic e Fit Walking, il Firenze Urban Walking, camminata a passo libero di 10 km con lampada frontale obbligatoria.

Domenica 5 marzo è in programma la 30 km con un percorso che si snoda fino a Settignano. I più allenati potranno cimentarsi invece nella 45 km che dal centro di Firenze si inerpica su per le colline di Fiesole e Monte Ceceri. Aperta la competizione anche sul Challenge con la somma dei tempi della 13 km notturna di sabato e la 30 km della domenica e sul bellissimo Ultra-Challenge che somma la 13 by night con la 45 km della domenica mattina.

Sarà allestito anche il FUTEX 2017, l'Expo legato al trail running, con molti espositori di grande richiamo legati al mondo del trail così come tante associazioni sportive e aziende del territorio.

firenzeurbantrail.com



SKY VERTICAL AFFARI & SPORT, SEMPRE PIÙ TAPPE E NUOVI SPONSOR

Sei gare per veri gourmet dell'only up. Forte dei buoni responsi raccolti nella prima edizione, Sky Vertical Affari & Sport ambisce a diventare il più bel circuito lombardo dedicato agli amanti della corsa in salita.

Rispetto alla passata estate, da segnalare l'ingresso di nuove prestigiose kermesse quali Chilometro Verticale Chiavenna Lagùnc, Orobic Vertical, nuovi partner di livello come Scott, Norda, Named Sport e, soprattutto, un nuovo sito internet. Come lo scorso anno, gran finale del circuito sarà la Bobbio Vertical con la sua carica dei 400. La data è ancora da definirsi, ma la scelta cadrà tra domenica 19 e 26 novembre per abbinare la competizione all'evento "Incontro Gusti in Quota" by Itb che garantirà una grandissima coreografia di pubblico all'ultima salita della stagione.

valsassinatrailrunning.com

FOLLOWYOURPASSION: ORA ANCHE A MILANO

Ricco e pieno di novità, il calendario 2017 delle manifestazioni sportive organizzate da MG Sport è davvero molto interessante. Presentato al Byblos Milano, nel corso di un cocktail party a cui abbiamo partecipato, il planning comprende 5 gare di cui 4 mezze maratone e 1 triathlon medio.

Tutte queste manifestazioni sono riunite sotto la griffe FollowYourPassion, brand dal forte valore emozionale, definito da un'identità visuale davvero unica nel panorama sportivo nazionale.

Giampiero Schiavo e Marcello Magnani, soci fondatori di MG Sport, durante la serata hanno presentato la Milano21 Half Marathon, nuovissima manifestazione che arricchisce la proposta di eventi podistici nel capoluogo lombardo. Appuntamento per il 26 novembre come "gran finale" d'anno per i runner milanesi.

L'arrivo e la partenza della gara (due distanze: 21 e 10 km) sono previsti in zona Porta Nuova Garibaldi, nuovo cuore della città, che con la sua skyline rappresenta in maniera iconica la capacità di cogliere sfide e il cambiamento proprie della moderna Milano.

La Milano21 Half Marathon chiuderà la proposta di gare di FollowYourPassion: si apre a Chia (CA), dove, nella settimana tra il 23 e il 30 aprile andranno in scena il Chia Sardinia Triathlon – che vedrà la partecipazione del due volte Campione del Mondo Ironman Jan Frodeno – e la Chia Laguna Half Marathon; si passa poi per Monza e la Mezza di Monza (10 settembre), storica gara che si corre fra Autodromo e Parco, proprio la settimana successiva al GP di Formula1; si arriva, infine, nel Sud Italia, a Bari per la San Nicola Half Marathon (29 ottobre), che torna dopo la prima apprezzatissima edizione dello scorso anno.

Acqua Minerale San Benedetto – official water – sosterrà tutti gli atleti degli eventi FollowYourPassion, così come Ventura, tra i leader nel mercato della frutta secca, official sponsor del circuito. Il gruppo degli sponsor è completato da Diadora, Technical Sponsor, KPMG e da Bike Channel, Media TV Partner.

followyourpassion.it



ASICS SPONSOR TECNICO DELLA STRAMILANO

ASICS ha annunciato di aver prolungato la partnership con Stramilano per i prossimi tre anni. E, in qualità di sponsor tecnico, ha presentato in anteprima le nuove maglie della Stramilano Half Marathon - una delle mezze maratone più veloci del mondo - in programma domenica 19 marzo. ASICS continuerà quindi a legare il proprio nome a tutte le tre manifestazioni che animano il grande evento di running milanese, compresa la Stramilano 10 km e la Stramilanina dedicata ai più piccoli della lunghezza di 5 km. ASICS è sponsor anche delle maratone di Firenze, Parigi, Barcellona, Francoforte e Tokyo.

stramilano.it

UNDER ARMOUR UNDER PRESSURE... MA IN ITALIA CON OBERALP CI SONO AMPI MARGINI DI CRESCITA

Il titolo Under Armour in borsa dal 2015 è crollato del 40%. Nella sola seduta del primo febbraio è sceso del 25%. Le vendite di UA nel quarto trimestre 2016 sono cresciute solo del 12%, contro aspettative di più del 20%. L'utile operativo è sceso del 6%. Per il 2017 è previsto un fatturato in crescita "solo" del 10% e utili in calo.

Sembrano invece essere più che positive le aspettative per il mercato italiano, dove - come vi avevamo annunciato lo scorso maggio - Under Armour ha stretto un accordo di 7 anni con Oberalp per la distribuzione delle proprie linee.

Il gruppo altoatesino - già proprietario di Salewa, Dynafit, Wild Country e Pomoca, nonché distributore di Speedo, Fischer, Spyder, Armada, Rip Curl, Julbo, Barts e Silva - ha infatti progetti e strategie molto ambiziose per il brand americano che nel nostro paese ha di certo ancora notevoli margini di crescita.

underarmour.it

PROACTION SUPPORTA IL TORNADO TEAM

Una nuova e bella realtà entra nel mondo ProAction. Stiamo parlando del Tornado Team che da quest'anno sarà supportato nell'integrazione dall'azienda veneta.



Tornado nasce da un'idea di Marco Famengo (nella foto con Cristian Vezzù CEO di ProAction) lo scorso anno, diventando già punto di riferimento nel trail running e ottenendo grandi risultati e visibilità internazionale grazie ai successi dei suoi atleti.

Quest'anno la realtà si è ampliata a 360°, comprendendo anche un team di corsa su strada. Tra gli atleti trail running troviamo la tricolore Silvia Serafini, il campione mondiale under 18 Mirko Cocco, Silvia Rampazzo e Simone Wegher, mentre il team strada è capitanato da Simone Gobbo e Giovanna Ricotta con molti atleti interessanti tra cui spiccano i nomi di Diego Avon, Alessandro Frison e Alessia Danieli. Il Tornado Team correrà le maggiori manifestazioni trail e strada del calendario internazionale 2017.

proaction.it

NORTEC®

micro crampons

There's no better way to run in winter!

italia@nortecsport.com | www.nortecsport.com
 NORTEC Sport GmbH | Kärntner Straße 8 | A - 9500 Villach

Skins sponsor del Dolomiti Winter Trail

Il prossimo 5 marzo Panorama Sports Diffusion sarà sponsor, con il marchio Skins, del Dolomiti Winter Trail a Lavarone (TN), la Snow Running Race che si svolgerà all'Alpe Cibra.

Seconda pelle per eccellenza - come suggerisce il nome stesso - Skins rende l'intimo tecnico più di un capo funzionale.

La linea DNAmic ricorda subito la fisiologia e l'anatomia, elementi intorno ai quali verte la ricerca tecnologica di Skins.

La collezione 2017 è in grado di rendere un capo di abbigliamento un potenziatore delle performance dinamiche, elevando i benefici biomeccanici, grazie a caratteristiche tecniche come

la compressione graduata dinamica e la capacità di stabilizzare e sostenere la muscolatura durante il movimento.

I capi combinano 3 tessuti tecnici, realizzati tramite tessitura dalla trama a catena, per aumentare la resistenza e la compressione, uniti con cuciture piatte a quattro aghi, per garantire la resistenza alle sollecitazioni.

La protezione dai raggi UV (fp 50) e la capacità di traspirazione del tessuto, ideale per la termoregolazione del corpo, garantiscono un corpo asciutto.

L'utilizzo corretto dei prodotti DNAmic è durante il riscaldamento e l'allenamento, per ridurre il rischio di lesioni muscolari.

panoramadiffusion.it



16 TALENTI PER LA SALOMON ULTRA RUNNING ACADEMY

Chiuse le iscrizioni alla Salomon Ultra Running Academy, un'opportunità per molti ultra-runner di scoprire il proprio talento. Le Salomon Ultra Running Academy (SURA), che si aggiungono alla Salomon Running Academy (SRA) dedicata ai giovani, verranno organizzate a marzo 2017 in Nord America a Moab, in aprile in Asia-Oceania a Linhai, Cina e in maggio in Europa a Annecy, Francia.



Otto donne e otto uomini saranno selezionati e parteciperanno a una settimana di allenamento insieme ad alcuni campioni, a diversi esperti e ai designer di prodotto Salomon. I due migliori runner (donna e uomo) di ciascuna Academy saranno invitati a partecipare alla Mont Blanc 80km a Chamonix a fine giugno e alla Transalpine Run, Germania/Italia, alla fine di agosto.

ultrarunningacademy.salomon.com

TORNA LA MILANO SCHOOL MARATHON

Milano School Marathon torna il 2 aprile nella cornice della EA7 Emporio Armani Milano Marathon, con partenza prevista sotto l'arco della Europ Assistance Relay Marathon in Corso Venezia e arrivo in via Palestro, su una distanza di circa 2 km. Si rivolge principalmente ai ragazzi delle scuole elementari e medie che possono prendere parte alla manifestazione sportiva insieme ai loro accompagnatori (docenti, genitori, familiari). Nata come una competizione non agonistica, ma come un'occasione gioiosa per avvicinare i bambini e gli adulti allo sport, anche quest'anno Milano School Marathon restituirà metà del valore delle quote di iscrizione raccolte alle scuole di appartenenza degli iscritti sotto forma di attrezzature sportive.



milanomarathon.it

GREEN

GLI AMBIZIOSI OBIETTIVI AMBIENTALI DI GORE

Gore avvierà un importante programma di innovazioni che includerà la collaborazione con i fornitori della divisione Gore Fabrics per eliminare i PFC presenti nei coadiuvanti tecnologici che essi utilizzano per fabbricare PTFE. Questi gli obiettivi che l'azienda si è prefissata:

- approvazione bluesign per l'85% del volume di laminati di largo consumo;
- certificazione OEKO-TEX per il 100% dei capi di largo consumo;

- eliminazione di PFC nocivi per l'ambiente dalle spedizioni di laminati ai clienti che corrispondono all'85% delle unità di prodotto realizzate (giacche, scarpe, guanti e accessori).

La divisione Gore Fabrics ricerca molteplici soluzioni tecniche in parallelo, tra cui lo sviluppo di soluzioni fluorurate e non fluorurate. L'obiettivo è che i primi prodotti con trattamento DWR privo di PFC siano disponibili per la vendita nella stagione Autunno/Inverno 2018.



gore-tex.com/pfcgoal

PATAGONIA GUIDA L'INNOVAZIONE

In occasione del meeting annuale World Economic Forum, a Davos-Klosters, Patagonia ha vinto l'Accenture Strategy Award per l'Economia Circolare Multinazionale. Questo premio riconosce i notevoli contributi di Patagonia nell'ambito dell'economia circolare, e la sua capacità di guidare l'innovazione e mantenere la crescita in termini di business, riducendo al contempo la dipendenza dalle risorse naturali scarse.

Il mercato globale dell'abbigliamento è valutato in 3 trilioni di dollari – ma la crescente tendenza verso la fast fashion ha creato un modello economico molto lineare che produce enormi sprechi. Al contrario, Patagonia sta lavorando per contrastare questo approccio, con un modello di business circolare che si concentra sul realizzare prodotti di altissima qualità e aiutando i propri clienti a mantenere i prodotti in uso il più a lungo possibile.

Introdotta nel 2013 con il messaggio di "If It's Broke, Fix It" (Se è rotto, aggiustalo), il progetto Worn Wear ha creato un modo per incoraggiare le persone a prendersi cura dei propri capi, riparandoli quando necessario e riciclandoli una volta raggiunto il limite di utilizzo.

patagonia.com/worn-wear.html



PEOPLE

OLIVIERO BOSATELLI VESTE I COLORI FLUO DELL'EROCKTEAM

Il suo nome è salito nell'Olimpo del trail-running dopo la strepitosa vittoria al Tor des Géants edizione 2016. Il suo arrivo al traguardo ha colto tutti di sorpresa e, in fondo, neanche lui si aspettava la vittoria.

Oliviero Bosatelli, questo il personaggio di cui stiamo parlando, vestirà i colori dell'ErockTeam per tutto il 2017. Il progetto ErockTeam, creato lo scorso anno da Elleerre e Rock Experience, contraddistinto da un bel giallo fluo, vede quindi tra le sue fila un atleta stellare.



UN NUOVO VICE PRESIDENTE PER SALOMON FOOTWEAR

Il presidente Salomon Jean-Marc Pambet ha annunciato la nomina di Guillaume Meyzenq come nuovo vice presidente della divisione footwear.

Meyzenq, in Salomon dal 1996, e già vice presidente della struttura commercial footwear, nella nuova posizione supporterà Pambet, impegnato nel doppio ruolo di presidente Salomon e presidente della divisione footwear della società.

Dal 2009, Salomon ha raddoppiato il suo fatturato fino a 800 milioni di euro, all'interno del quale la divisione footwear rappresenta il 55%.

Le divisioni Salomon e Amer Sports footwear sono le più importanti all'interno del gruppo Amer Sports di cui fanno parte i brand Wilson, Arc'teryx, Atomic, Mavic, Suunto, Precor, DeMarini, Louisville Slugger e Enve.



SESSIONI DI TRAINING CON NIKE PER SCOPRIRE MILANO

Guardare la città con nuovi occhi, con la possibilità di vivere il training in location inaspettate e di scoprire diversi quartieri di Milano, instaurando una nuova connessione con la propria città e dominando lo spazio urbano con la propria training crew.

Le Hoodwaves Sessions - sessioni Nike+ Training Club toccheranno mese dopo mese differenti zone di Milano, dando la possibilità ai milanesi di riscoprire, attraverso lo sport, i quartieri in cui vivono.

nike.com/milano



BROOKS CHALLENGE TOUR 2.0. LA SFIDA PIÙ HAPPY

Brooks lancia il Challenge Tour 2.0, una nuova concezione di sfida dove sarà possibile testare le ultime calzature da running. Il tour, iniziato l'8 febbraio, coinvolge 13 regioni, dal Veneto alla Puglia, 62 eventi e migliaia di scarpe Brooks a disposizione di tutti coloro che vorranno partecipare.

Per partecipare al "Torneo di Running" è sufficiente collegarsi al sito web www.brookschallengetour.it e scegliere il Brooks Challenge Day più comodo tra quelli previsti da febbraio a maggio 2017. I corridori possono iscriversi singolarmente o a squadre composte da tre persone, a patto che almeno uno su tre sia donna. Ogni componente del gruppo

avrà un massimo di sei ore di tempo per testare tre modelli di calzatura Brooks e percorrere il maggior numero di chilometri, correndo oppure camminando. Non è necessario che tutti corrano insieme, basta che alla fine ognuno dia il meglio di sé per accumulare il maggior numero di chilometri possibile.

A ogni singolo Brooks Challenge Day ci sarà un team vincitore, in cui saranno premiati tutti i componenti. In più, tra tutti i partecipanti a ogni singolo evento, saranno sorteggiati un uomo e una donna che riceveranno un paio di calzature Brooks in omaggio.

brookschallengetour.it



1 **QUICKFOAM™**
INSOLE
COMFORT

2 **QUICKFOAM™**
OUTSOLE
CUSHIONING

3 STABLE EVA
REBOUNT & PROPULSION

FEEL THE SENSATION

POWERED BY **QUICKFOAM™**
THE PERFECT BLEND
SOFTER FASTER LONGER LASTING



SENSATION 2

361°
361SPORT.COM

CORRERE CON LE NUOVE ASICS FUZEX RUSH STIMOLA LA CHIMICA DELLA FELICITÀ

ASICS presenta le nuove fuzeX Rush con un video promo lanciato on line sulle fanpage più cliccate di Facebook dedicate al mondo del running, tra cui Running Magazine: "Correre con le nuove fuzeX Rush stimola la chimica della felicità. Reattive, ultraleggere, zero cuciture, zero attrito sul piede", con questa frase abbiamo interpretato la breve clip che in pochi secondi mette in risalto le caratteristiche della nuova calzata.

FuzeX Rush è una scarpa performance dall'anima minimal, progettata per chi vive il contesto urbano. La caratteristica che rende questa scarpa un pezzo unico nel suo genere è l'intersuola ammortizzata che offre leggerezza e permette una corsa reattiva. FuzeX Rush è disponibile da febbraio 2017 sia nella versione uomo che in quella donna all'interno dei siti online di ASICS e nei punti vendita selezionati di tutto il mondo.

CONTATTI /
ASICS Italia • 0471.416111 • consumatore-it@asics.com

LA NUOVA COLLEZIONE VIBRAM FIVEFINGERS PUNTA AL TRAINING E AL TRAIL RUNNING

V-TRAIN

Vibram FiveFingers V-Train è l'evoluzione della KMD Sport LS e rappresenta il non plus ultra per lo sportivo che non si pone limiti nell'allenamento e che ama il contatto con il suolo. Indicata per il training funzionale dentro e fuori dalla palestra, garantisce tutta la flessibilità di una calzatura minimalista, assicurando allo stesso tempo un ottimo livello di sostegno. Il design delle suola è realizzato con specifici obiettivi: la tassellatura sull'arco plantare agevola l'utilizzo di funi, e il design circolare nell'avampiede ottimizza il grip nei movimenti laterali.

V-TRAIL

Vibram FiveFingers V-Trail è l'evoluzione della SpyridonMR, la calzatura minimalista ideale per trail running, mud race e in generale per la corsa off-road, grazie alla speciale miscela Vibram Megagrip che garantisce una trazione e un grip eccellenti su superfici asciutte e bagnate. L'utilizzo della tecnologia Vibram 3D Cocoon è stato ulteriormente potenziato, grazie all'impiego fino all'area delle dita che permette di aumentare la protezione e la dispersione dell'impatto con il suolo.

CONTATTI /
Vibram Fivefingers • 02.89420549 • info@vibramfivefingers.it

LA TECNOLOGIA DI 361° DEGREES NELLA NUOVA COLLEZIONE

361° Degrees propone per il prossimo autunno/inverno 2018 una collezione ancora più performante, caratterizzata dal sistema Quickfoam, con miscela unica di EVA e gomma che offre un elevato livello di ammortizzazione e di reattività, mentre il rivestimento in poliuretano crea un ambiente protettivo resistente agli agenti atmosferici. La tecnologia QDP (Quik Dynamic Performance) propria di 361° Degrees, con i suoi tre strati (plantare, intersuola e suola) riconferma le sue qualità in grado di trasformare l'energia in un'ammortizzazione con ritorno elastico e flessibilità. Vediamo nel dettaglio due dei modelli che il brand asiatico propone per le prossime corse invernali.

La **Sensation 2** è ideale per le lunghe distanze, con appoggio neutro e un drop di 9 mm. Questa scarpa dal peso di 312 g mantiene le caratteristiche sopra citate con la tecnologia QDP per una transizione più fluida e un minore impatto al terreno. La tomaia in Air Mesh traspirante utilizza il TPU film per rendere la scarpa più leggera. Prezzo consigliato 129,00 euro.



Stratomic 2 è tra i modelli più venduti: unisce nel design funzionalità ed estetica. L'ammortizzazione e la reattività sono date dal sistema Quickfoam e QDP. La tomaia è in un unico pezzo, con Air Mesh traspirante e linguetta anatomica. I rivestimenti laterali garantiscono comfort e allo stesso tempo supporto. Con drop 8 mm e un peso di 325 g, sono ideali per l'appoggio neutro e per un elevato chilometraggio. Guidano naturalmente il ciclo del passo permettendo una naturale flessione dell'avampiede. Prezzo consigliato 149,00 euro.



CONTATTI /
Sprint Commerce • 0171.689990 • sprint-commerce.it

THE NORTH FACE SFIDA L'INVERNO CON LE ULTRA MT WINTER TRAIL

Le Ultra MT Winter Trail sono la risposta alla necessità dei runner che vogliono correre sui percorsi di alta montagna in condizioni climatiche invernali. Queste scarpe offrono infatti massima protezione dalle intemperie e dai detriti, oltre ad una traspirabilità e trazione ottimali.

La mascherina in HydroSeal resistente agli spruzzi mantiene i piedi all'asciutto, mentre il resto della tomaia garantisce una migliore traspirabilità. La tomaia è avvolgente per offrire protezione dai detriti, in modo che il runner possa concentrarsi sulla meta e non sul terreno. Il materiale telato del tallone offre una maggior durata in questa zona ad alta usura mentre la fodera FlashDry alla caviglia mantiene il piede fresco e asciutto. Il tallone interno avvolgente e il tiretto oversize le rendono facili da calzare. L'intersuola è in due pezzi per una corretta ammortizzazione del tallone e dell'avampiede. La suola Vibram IceTrek offre una maggiore aderenza su superfici ghiacciate e terreni freddi. La scarpa ha un drop di 8 mm.

CONTATTI /
The North Face • 0423.683100 • thenorthface.com

DIADORA LANCIA BLUSHIELD, LA SCARPA DA RUNNING UNIVERSALE

L'azienda ha annunciato il lancio di Diadora Blushield e lo ha fatto con un testimonial d'eccezione legato all'azienda: Gelindo Bordin. Il campione olimpico ha presentato nei giorni scorsi la tecnologia innovativa della nuova scarpa, una calzatura universale che racchiude potenza e ammortizzazione, reattività e adattamento della scarpa al gesto atletico in un unico prodotto.

Diadora Blushield, infatti, rispecchia la naturale forma del piede con la base Morpho ergonomica mentre il nucleo, composto di materiale a deformazione zero, media l'impatto tra il piede e la base Morpho garantendo un comfort senza precedenti, anche grazie all'azione combinata di coni attivi e del compound S.B.S.

Tramite la fusione della base Morpho e del nucleo, Diadora Blushield minimizza la tendenza asimmetrica dei piedi e trasforma l'appoggio irregolare in una corsa bilanciata, che combina perfettamente assorbimento ed elasticità, producendo una corsa più veloce e dinamica. Il contatto totale con la pianta del piede è garantito ancora una volta dai coni attivi. Diadora Blushield è una scarpa universale pensata per adattarsi al corpo umano, e non il contrario.

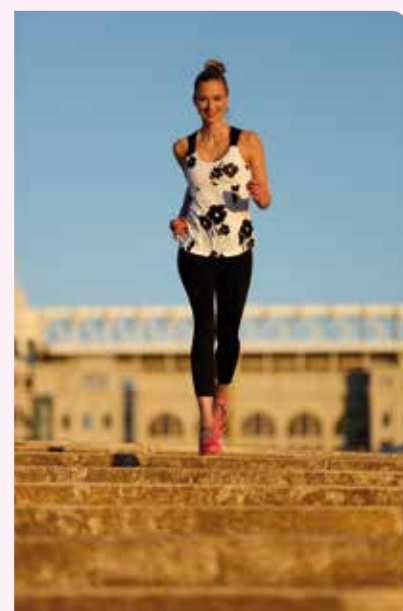
CONTATTI /
Diadora • 0423.6581 • info@diadora.it • diadora.it

SAUCONY CELEBRA I CENTO ANNI DEL GIRO D'ITALIA CON KINVARA 8

Saucony ha siglato un accordo di partnership con RCS Sport e RCS Mediagroup per la realizzazione del modello celebrativo della 100ma edizione del Giro d'Italia. L'azienda di Boston ha scelto uno degli articoli più rappresentativi e di maggior successo tra quelli che hanno determinato la forte crescita del brand negli ultimi anni: Kinvara 8. La scelta del modello di calzatura studiato esclusivamente per il Giro è stata determinata soprattutto dalla volontà di rendere omaggio al colore rosa di due icone assolute, ovvero la maglia del leader della corsa e le pagine della Gazzetta dello Sport. Pur essendo nata come scarpa da running Kinvara 8 può essere tranquillamente utilizzata nella quotidianità per la sue qualità performanti che la rendono comoda, flessibile e protettiva.

"La partnership con un'azienda in continua crescita e che parla ai giovani come Saucony è per noi di RCS Sport e per il Giro d'Italia in particolare molto significativa e importante" ha detto il direttore commerciale, Matteo Mursia. "La scarpa rosa, unica nel suo genere, dedicata all'edizione 100 del Giro - e che indosseremo con grande orgoglio - è sinonimo di life style abbinato alla passione per lo sport. Questi sono elementi distintivi che fanno parte anche del nostro modo di vivere l'evento".

Kinvara 8 sarà vestita da tutta l'organizzazione del Giro e sarà disponibile, in edizione limitata, in una versione unisex, taglie bimbo comprese, nei migliori negozi di articoli sportivi a partire da fine marzo.



CONTATTI /
Sportlab • 0423-622009
info@sportlab.net

ISÀCHI ESORDISCE IN ITALIA PUNTANDO SULL'ATHLEISURE

Da un'idea di Chiara e Isabella Reggio, nasce Isàchi, il marchio Athleisure Made in Italy dedicato alle donne sempre in movimento. Si tratta di capi sportivi femminili, disegnati intorno al corpo della donna, e fatti di tessuti high-tech studiati e realizzati in Italia. Questi capi accompagnano la donna sia durante l'attività sportiva, che oltre. Il brand abbraccia il lifestyle Athleisure - già consolidato in US e in Inghilterra - per cui i capi sportivi sono usati anche nel tempo libero.

Isabella e Chiara, entrambe appassionate di sport e di moda, hanno individuato un trend molto popolare in Inghilterra - l'Athleisure - che in Italia non ha ancora preso piede. Milano è la città giusta dove cominciare a diffonderlo, grazie alla sua apertura alle novità, alla sua

eleganza, e alla sua modernità. Data l'eccellenza italiana nella produzione di tessuti sportivi altamente performanti, utilizzati da grandi marchi sportivi all'estero, hanno deciso quindi di unire lo stile e la tecnologia Made in Italy in un brand tutto italiano.



CONTATTI /

Isàchi • 02.29000030 • info@isachi.it

BV SPORT PUNTA SULLE DONNE CON LA LINEA KEEPFIT

Dal momento che la percentuale delle donne nel mondo sportivo aumenta di anno in anno, BV Sport ha deciso di dedicare al mondo femminile la nuova linea KeepFit unendo la tecnica e la qualità tipica dei propri prodotti, all'estetica. I capi sono dedicati principalmente al mondo del running ma in generale alle donne che amano lo sport e vogliono mantenersi in forma.

I bra sportivi KeepFit sono in due versioni: a doppio strato e a strato unico. Il reggiseno a doppio strato offre un sostegno e un comfort testato e approvato da un gran numero di sportive. Le maglie a rete permettono una buona traspirazione nella zona del seno. Questo reggiseno è inoltre dotato di un retro con spalle a vogatore per una corretta impostazione del dorso. Il reggiseno a strato unico offre il medesimo sistema di comfort e di sostegno della "sorella maggiore" ed è anch'essa dotata di retro con spalla a vogatore. Il disegno molto femminile è a maglie 3D.

La canotta sportiva della gamma KeepFit è fabbricata senza cuciture al fine di offrire un vero e proprio confort alla persona che la indossa. La traspirazione è assicurata tramite una lavorazione particolare nel disegno delle maglie.

Il leggings della linea Fit è dotato della tecnica della fibra Nilit Innergy (antibatterica, anti-UV e che migliora la microcircolazione), il leggings prende spazio nella gamma dei prodotti a compressione di BV Sport essendo dotato di caratteristiche anti-cellulite grazie al lavoro svolto dal tessuto compressivo.

Infine i pantaloni anti-cellulite possono essere considerati best-seller dell'azienda. Vero alleato delle donne, il pantalone per lo sport KeepFit riproduce, attraverso i movimenti muscolari e maglie specifiche, la tecnica del massaggio "palper rouler" migliorando, attraverso la frammentazione, l'eliminazione delle masse grasse (pelle a buccia d'arancia). Brevettato e scientificamente approvato, può essere portato sotto un capo sportivo o come capo principale per lo sport. 82% efficacia, -51% riduzione della cellulite, fino a 2.7 cm di riduzione giro coscia.



Sopra il leggings, a sinistra il pantalone anticellulite

CONTATTI /

BV Sport Francia • 335.5927456 • bvsport.it

BRA /

TRIUMPH RIDUCE LE OSCILLAZIONI CON TRIACTION

Triumph, azienda specializzata nella produzione di lingerie, abbraccia il mondo dello sport con Triaction, una linea dedicata allo sport con modelli innovativi e di tendenza, che garantiscono sostegno ottimale e massimo comfort riducendo al minimo l'ingombro del capo. I modelli della collezione offrono un controllo delle oscillazioni certificato dal rinomato Research Group in Breast Health dell'Università di Portsmouth.

La collezione Cardio propone una gamma di reggiseni dal sostegno potenziato per le attività più intense. I capi della collezione P/E 2017 sono accomunati dal tessuto Dynamic Lite con stratificazione 3D Powertech, che unisce tre materiali innovativi per il massimo controllo delle oscillazioni e il comfort assoluto.

Tra i reggiseni proposti c'è l'Hybrid Lite P, che modella le curve con coppe Spacer leggermente imbottite e riduce le oscillazioni del 74%. Offre alle donne di tutte le taglie un sostegno eccezionale garantendo traspirabilità e regolazione dell'umidità.

L'Extreme Lite N invece è un reggiseno sportivo, femminile e ultraleggero, privo di imbottiture e ferretti. Grazie al design dinamico, alla scollatura alta e alle coppe non preformate, questo modello riduce drasticamente le oscillazioni. Infine troviamo Control Boost, che è un reggiseno sportivo pensato per offrire un sostegno su misura ai seni più generosi. La chiusura a zip sul davanti consente di indossare il capo con facilità, le spalline incrociate sulla schiena garantiscono comfort e stabilità, mentre l'ampia fascia sottoseno e i pannelli laterali assicurano un sostegno a tutta prova.

CONTATTI /

Triumph • rep.cli@triumph.com



ASICS: IL SUO PRIMO HIGH SUPPORT BRA

ASICS lancia il suo primo high support bra studiato per migliorare l'esperienza delle atlete nel running e nel training. Attraverso la ricerca e i test biomedici effettuati su donne di diverse forme e taglie, gli ingegneri hanno analizzato i movimenti che compie il seno durante gli sport ad alta intensità, sia senza supporto (no bra), sia con i vecchi reggiseni già esistenti ad alto supporto, impiegando tre anni per poter sviluppare una soluzione adeguata. Disponibile in una gamma completa di 21 taglie e formati, il nuovo ASICS Zero Distraction Bra riduce l'impatto del 60% e ha una ve-

stibilità completamente personalizzabile. In concomitanza con il lancio dell'ASICS Zero Distraction Bra, ASICS introdurrà il suo nuovo bra advisory service che sarà disponibile nei propri store e online. Dato che più dell'80% di donne indossano la taglia sbagliata di reggiseno, il nuovo servizio ha lo scopo di guidare ed aiutare le donne a trovare il reggiseno adatto a loro. Questo servizio sarà supportato tutto l'anno dalla campagna di ASICS What Matters Is You che invita le donne a mettere alla prova sia ASICS che loro stesse.



CONTATTI /

ASICS Italia • 0471.416111 • consumatore-it@asics.com

I REGGISENI SPORTIVI DI ANITA ACTIVE VINCONO PER QUALITÀ E INNOVAZIONE

Anita Active, azienda tedesca specializzata dal 1886 nella produzione di lingerie e swimwear e attiva in Italia da oltre 30 anni, ha presentato la nuova collezione di reggiseni progettati e realizzati per le donne sportive. Tra i modelli di punta, spicca l'Air Control Delta Pad, che pochi giorni fa durante la fiera di Monaco di Baviera, ha ricevuto l'Ispo Gold Award 2017 per la categoria Health&Fitness, sinonimo di qualità e innovazione.

Il merito di questa vittoria è dovuta all'innovativa soluzione delle coppe Delta Pad che sostituiscono le tradizionali imbottite: triangolari, in schiuma traspirante con fori sottilissimi, presentano profondi incavi inferiori e laterali per assicurare la costante circolazione dell'aria e garantiscono l'equilibrio idrotermico. La combinazione con la leggera rete della parte esterna della coppa offre un look esclusivo e massima vestibilità. Comfort assicurato quindi, anche dalla sapiente combinazione di diversi materiali funzionali come l'Eyelet di cui sono foderate esternamente le coppe Delta Pad, per la gestione del sudore.

Tra la vasta gamma di sport bras si distinguono anche il modello Extreme Control e Momentum.

Il primo offre massimo sostegno e perfetto comfort anche nelle taglie più grandi e nelle attività sportive a elevata intensità di movimento, garantendo perfetta traspirazione e mantenendo la pelle asciutta.

Il secondo presenta un'ottimale gestione attiva del sudore (sweat management) grazie alla combinazione di tessuto funzionale Eyelet termoregolante e frotté assorbente; le coppe sono senza cuciture e profili hanno un taglio alto in corrispondenza del décolleté e nella parte ascellare. Il dorso in rete traspirante e le spalline imbottite su tutta la lunghezza ne fanno un capo estremamente comodo e funzionale.



CONTATTI /

Anita Italia • 031.304842 • anita.com

La passione offroad è sempre più intensa

DI FRONTE A UN NUMERO DI EVENTI TRAIL, ULTRA E SKY CHE DAL 2014 AL 2016 È PASSATO DA 63 A 95 – TRA QUELLI MONITORATI DA RUNSTATS – LA PRESENZA DI PARTECIPANTI È RADDOPPIATA. SEGNO DI UN INTERESSE CRESCENTE VERSO LA CORSA IN MONTAGNA: DAI 13.575 DEL 2014 SI È RAGGIUNTO INFATTI IL TOTALE DI 26.773 NEL 2016. RIMANE SOSTANZIALMENTE UNIFORME IL RAPPORTO FRA RUNNER UOMINI E DONNE, CON I PRIMI A RAPPRESENTARE L'80% CIRCA DELLE PARTECIPAZIONI COMPLESSIVE.

Casomai non bastasse l'esposizione mediatica che le discipline di corsa in montagna stanno avendo nell'ultimo periodo, intervengono anche i numeri a certificare una passione in crescita, come evidenziato dai dati proposti dalla piattaforma ENDU sulle manifestazioni podistiche italiane monitorate da RUNstats. Dalla tabella qui a fianco, notiamo che gli eventi di trail, ultra e skyrunning sono cresciuti in maniera notevole negli ultimi 3 anni, passando dai 63 del 2014 ai 95 del 2016 (69 nel 2015), tra quelli monitorati da RUNstats. Una situazione che ha premiato così anche il ben più notevole aumento di partecipanti a queste competizioni, raddoppiati nel corso del suddetto triennio: dai 13.575 registrati nel 2014 ai 18.486 del 2015, per finire con i 26.773 runner del 2016.

Queste gare hanno visto inoltre crescere in maniera uniforme, da un punto di vista strettamente proporzionale, la presenza maschile e femminile. Entrambi i sessi infatti hanno raddoppiato la loro partecipazione alle gare, mantenendo un rapporto di 4 a 1 in favore dei maschi, con le donne che quindi hanno significato ogni anno, più o meno, un 20%

degli iscritti alle gare: più precisamente 17,91% nel 2014, 20% nel 2015 e 20,25% nel 2016. La predominanza maschile è estremamente decisa nel complesso.

SKYRUNNING / Lo skyrunning è la disciplina in cui le donne hanno avuto nelle ultime tre stagioni l'incidenza inferiore, attestandosi a un 15% di media. Qualche punto di percentuale in più rispetto agli uomini è stato "rubacchiato" nel corso degli anni in diverse fasce di età: 26-30 e 41-45 nel 2014, 31-35 e 41-45 nel 2015, la macro-fascia 21-35 nello scorso anno. Da sottolineare il crescente numero di atlete under 20, che rispetto al 5,80% del 2014 sono arrivate al 12,5% del 2016, e della fascia 21-25, dal 10,59% al 17,53%: niente di meglio per la crescita della disciplina dell'aggiunta di forze giovani e fresche. La fascia over 65 è stata totalmente appannaggio maschile fino al 2016, quando la comparsa di qualche "arzilla atleta" ha variato lo 0% innalzandolo al 13,46%.

TRAIL RUNNING / Nel trail running la forbice fra uomini e donne è inferiore a quella fra skyrunning e, come vedremo poi, ultra trail. Nel computo totale di donne iscritte a gare di trail, si passa

infatti dal 19,06% nel 2014 al 21,01% e 21,56% degli anni 2015 e 2016 rispettivamente. Soprattutto fra gli under 20 si registra un importante dato, in quanto le donne nel triennio in esame arrivano quasi a toccare il 40% delle partecipazioni totali, attestandosi poi ampiamente sopra il 20% nella macro-fascia 21-45. In diminuire le fasce successive, sempre sotto il 20%, a evidenziare come gli atleti maschili tendano a prolungare di più l'attività fisica negli anni rispetto alle runner (discorso che vale per tutte le discipline).

ULTRA TRAIL RUNNING / Le quote rosa nell'ultra trail portano qualche elemento "unico" nei dati ENDU. Se infatti il totale di donne iscritte naviga intorno al 20% (16,40% nel 2014), nella fascia 26-30 relativa 2014 supera addirittura gli uomini attestandosi al 66,67%, scendendo poi prontamente al 18,18% e al 17,74 nel biennio seguente. E a parte le runner da 21-15 anni, che hanno registrato presenze per il 25% e 26,9% rispettivamente nel 2014 e nel 2016, nelle altre fasce non superano mai il 20%, scendendo anche sotto il 10% oltre i 55 anni, come evidente anche per trail e sky running.

GARE MONITORATE DA RUNSTATS

	2014	2015	2016
N. EVENTI	63	69	95
F	2.447	3.701	5.316
M	11.128	14.785	21.457
TOT PARTECIPANTI	13.575	18.486	26.773

		2014		2015		2016		
SKYRUNNING	N. EVENTI	63		69		95		
		F	M	F	M	F	M	
	TOTALE	15,01%	84,99%	15,04%	84,96%	15,08%	84,92%	
	UNDER 20	5,80%	94,20%	8,86%	91,14%	12,50%	87,50%	
	21-25	10,59%	89,41%	14,61%	85,39%	17,53%	82,47%	
	26-30	17,14%	82,86%	16,18%	83,82%	17,97%	82,03%	
	31-35	15,25%	84,75%	18,47%	81,53%	18,03%	81,97%	
	36-40	15,56%	84,44%	15,58%	84,42%	15,35%	84,65%	
	41-45	18,26%	81,74%	17,54%	82,46%	16,28%	83,72%	
	46-50	14,77%	85,23%	14,64%	85,36%	12,04%	87,96%	
	51-55	14,29%	85,71%	11,51%	88,49%	13,71%	86,29%	
	56-60	8,33%	91,67%	12,50%	87,50%	10,05%	89,95%	
	61-65	13,95%	86,05%	9,38%	90,63%	4,92%	95,08%	
	OVER 65	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	13,46%	86,54%	
TRAIL RUNNING	TOTALE	19,06%	80,94%	21,01%	78,99%	21,56%	78,44%	
	UNDER 20	38,69%	61,31%	39,94%	60,06%	38,10%	61,90%	
	21-25	20,43%	79,57%	27,93%	72,07%	24,95%	75,05%	
	26-30	22,93%	77,07%	25,26%	74,74%	25,19%	74,81%	
	31-35	21,40%	78,60%	23,56%	76,44%	22,99%	77,01%	
	36-40	20,00%	80,00%	22,41%	77,59%	23,33%	76,67%	
	41-45	20,64%	79,36%	22,68%	77,32%	22,48%	77,52%	
	46-50	15,46%	84,54%	17,96%	82,04%	19,44%	80,56%	
	51-55	16,59%	83,41%	16,90%	83,10%	17,78%	82,22%	
	56-60	11,15%	88,85%	15,01%	84,99%	16,31%	83,69%	
	61-65	9,79%	90,21%	13,51%	86,49%	17,20%	82,80%	
	OVER 65	7,38%	92,62%	10,95%	89,05%	12,61%	87,39%	
	ULTRA TRAIL	TOTALE	16,40%	83,60%	15,01%	84,99%	16,96%	83,04%
		UNDER 20			0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
21-25		25,00%	75,00%	8,33%	91,67%	26,09%	73,91%	
26-30		66,67%	33,33%	18,18%	81,82%	17,74%	82,26%	
31-35		11,11%	88,89%	15,38%	84,62%	19,23%	80,77%	
36-40		14,13%	85,87%	18,48%	81,52%	17,95%	82,05%	
41-45		16,81%	83,19%	16,33%	83,67%	14,18%	85,82%	
46-50		18,18%	81,82%	14,02%	85,98%	17,97%	82,03%	
51-55		19,18%	80,82%	15,15%	84,85%	18,29%	81,71%	
56-60		8,57%	91,43%	6,25%	93,75%	8,33%	91,67%	
61-65		7,14%	92,86%	0,00%	100,00%	11,11%	88,89%	
OVER 65		0,00%	100,00%	33,33%	66,67%	14,29%	85,71%	
GENERALE		TOTALE	17,91%	82,09%	20,00%	80,00%	20,25%	79,75%

COS'È RUNSTATS

Promosso da ENDU, RUNstats fornisce un ranking dei partecipanti alle gare podistiche italiane e consente di accedere a numerosi dati di interesse, come il rendimento in una singola gara, l'andamento nel tempo, il confronto tra diverse competizioni e con la media degli altri utenti. Il servizio, inaugurato nel 2014, si avvale della partnership di MySDAM e di Brooks e sfrutta un database che a oggi è arrivato a considerare oltre 80mila runner. Attualmente sono disponibili dati per oltre 1.000 gare podistiche in tutto il Paese. L'analisi delle performance e il ranking forniti da RUNstats sono basati su metodo di valutazione della performance degli atleti e di assegnazione di punteggi-ranking studiato dalla prof.ssa Isabella Morlini, docente di statistica all'Università di Modena e Reggio Emilia nonché runner di primissimo piano, in collaborazione con Roberto Pellegrini, informatico, giudice Fidal e collaboratore tecnico di MySDAM.

RUNSTATS

www.runstats.it

ENDU / ENDU è una nuova piattaforma di comunicazione e condivisione per la community di appassionati e operatori del running, del ciclismo, del triathlon e degli altri sport endurance. È stata sviluppata ed è gestita da Engagigo srl, una start-up innovativa con sedi a Parma e a Predazzo (TN).

www.endu.net

ENDU



9 TAPPE UN SOLO VINCITORE

6 MAGGIO CENAIA (PI)

INFERNO

WWW.INFERNORUN.IT

28 MAGGIO GIVOLETTO (TO)

ORIGINAL GRAM

WWW.ORIGINALGRAM.IT

18 GIUGNO VERONA

VERONA FORCE RUN

WWW.VERONAFORCERUN.IT

24 GIUGNO NOCETO (PR)

FARM RUN

WWW.FARMRUN.IT

2 LUGLIO MIANE (TV)

LA BESTIA

WWW.TREVISOMARATHON.COM

9 SETTEMBRE LECCO

SCIGAMATT

WWW.SCIGAMATT.COM

1 OTTOBRE VILLASIMIUS (CA)

NATURE RACE

WWW.VILLASIMIUSNATURERACE.IT

7 OTTOBRE CAMPOGALLIANO (MO)

LA MATTA CORSA

WWW.LAMATTACORSA.IT

21 OTTOBRE FIRENZE

INFERNO CITY

WWW.INFERNORUN.IT

SUPPORTED BY:



MAIN SPONSOR:



Supertrac RC



LINGUETTA /

Specifica per la corsa e anatomica, dedicata alle competizioni. Linguetta performance che si adatta alla forma del piede

TOMAIA /

In mesh, è senza cuciture con rinforzi nei punti di pressione. Estremamente leggera, offre un comfort di calzata senza eguali

4 FORME /

4 forme differenti assicurano una calzata perfetta per ciascun tipo di prodotto della linea running. Per RC è stata realizzata una forma dedicata alle competizioni e alla corsa veloce



|| Come in tutte le gare, maggiormente in quelle tecniche, la differenza la si fa in discesa e la RC in questo ci è riuscita; con un look accattivante e una comodità che non ci si aspetta, questa regina è in grado di dare il massimo in qualsiasi condizione avendo sempre il massimo controllo

GIACOMO FORCONI

ALLACCIATURA /

Stringhe elastiche

PUNTA /

Rinforzata

SOTTOPIEDE /

Lo Shoe Insole System offre quattro solette differenti per uomo e per donna al fine di assicurare la calzata migliore. Le solette RC sono focalizzate sulle prestazioni e sulla leggerezza

INTERSUOLA /

EVA ingegnerizzata: con una struttura aggiunta al plantare Scott ha avuto la possibilità di mettere a punto le prestazioni delle scarpe al fine di raggiungere supporto e controllo dove ce n'è bisogno

|| Mentre

competo in gare tecniche in ambienti alpini, ho bisogno di un prodotto che lavori bene su una moltitudine di terreni, per darmi la sicurezza di spingere forte

ANDY SIMONDS

|| Scarpa leggera e performante, con un fit molto avvolgente che permette di avere un ottimo controllo in qualsiasi condizione

MARIO POLETTI



DISTRIBUITO DA /

Scott Italia

035.756144 • infosport@scott-sports.it

II Una scarpa
'essenziale'.
Grande trazione su
terreno difficile e tecnico
in tutti i sensi di direzione.
Protettiva e leggera allo
stesso tempo. Un ottimo
mix di tenuta
e leggerezza

MICHAEL DOLA

SUOLA /

La suola Radial Traction è stata sviluppata in collaborazione con atleti Scott Running di elevato profilo dell'Università Tecnica di Monaco di Baviera.

La necessità di una trazione a 360° è stata individuata grazie al feedback degli atleti.

“Per diventare il corridore più veloce sulle montagne avrai bisogno di potenza, ma soprattutto di controllo per affrontare un terreno accidentato a velocità elevata”.

“La trazione è direttamente relativa alla cinematica dei movimenti del corridore. Così la forma dei tacchetti dà un'idea del comportamento finale di trazione e grip delle calzature”.

(Professor Veit Senner,
Università Tecnica di Monaco)



INFORMAZIONI DI BASE /

DISCIPLINA / Trail Running – Skyrunning

PER / Uomo e donna

MISURE / Uomo US 7-13; donna US 6-10.5

PESO / 250 g (circa)

DIFFERENZIALE / 5 mm

PREZZO CONSIGLIATO ALLA VENDITA / 149 euro

TARGET / Scarpa racing da montagna dedicata agli amanti di skyrunning e mountain running. Scarpa tecnica, leggera e precisa dedicata ai terreni alpini. Il design radiale della suola offre 360° di trazione.

I TRE PUNTI DI FORZA /

1 / RADIAL LUG DESIGN Grazie al Radial Lug Design, la suola presenta una nuova superficie che offre trazione e scarica il fango. I tasselli hanno la capacità di ruotare offrendo trazione a 360° senza eguali, con il risultato di una scarpa tecnica per la corsa che garantisce un solido contenimento del piede quando si gira sui single track e sulle creste di montagna più tecniche. Le Supertrac RC si basano su migliori modelli in linea per quanto riguarda trazione e comfort, ma perdono peso e introducono una suola radiale unica.

2 / INTERSUOLA IN AEROFOAM INFINITY La novità per la nuova collezione è la gommapiuma più ammortizzante fino a ora realizzata. AF Infinity offre tutta la durata e l'estensione delle gommapiume precedenti ma è studiata per la strada e per i trail più duri garantendo una calzatura ottimale. Con AF Infinity il corpo è protetto dalle sollecitazioni derivate dalle lunghe corse d'allenamento senza perdere l'efficienza delle geometrie.

3 / TOMAIA SEAMLESS In mesh, è senza cuciture con rinforzi nei punti di pressione. Estremamente leggera, il vantaggio di non avere cuciture offre un comfort di calzatura senza eguali. La continuità degli strati crea il supporto adeguato. Più stabilità e sicurezza sono garantiti dalla punta rinforzata.



ATTIVITÀ PR /

La filosofia di Scott RC è quella di vestire atleti 'Head to toe' con il concept RC. Segui il giallo e il nero. A livello di marketing e comunicazione il concetto RC abbraccerà sia i team international che nazionali.

Gli hashtag di riferimento: #SUPERTRACRC #blackandyellow #thisisRC #NOSHORTCUTS, quest'ultimo usato per le foto più emozionali che riassumono la filosofia dell'azienda: **nessuna scorciatoia, nessun compromesso diritti verso l'obiettivo.**

MATERIALE POP /

Nelle attività trade sul punto vendita Scott Italia sarà operativo con materiale POP dedicato, e il filone sarà quello del giallo e del nero. Verranno utilizzati banner trade di due tipi, progettati appositamente per la brandizzazione dei corner e dei punti vendita. In base alle esigenze dell'azienda e agli accordi con il cliente, è anche possibile "vestire" interamente il negozio, con mobilio, espositori, display e grafiche emozionali.

360°
TRACTION
WET RUBBER
COMPOUND
LIGHTWEIGHT
RACING SHOE



ATTIVITÀ IN STORE /

Scott Italia ripropone i Running Day, ovvero giornate organizzate in collaborazione con i punti vendita, in cui sarà possibile testare le scarpe Running Scott della collezione 2017 (a breve il calendario).

Le giornate prevedono una parte teorica in cui verranno definiti gli aspetti tecnici del prodotto e una parte pratica in cui si potranno provare le scarpe in ambiente.

A presentare i prodotti Scott 2017 e ad accompagnare i runner nelle loro uscite ci sarà Mario Poletti, campione di skyrunning e product manager di Running Scott Italia.



Photo: Ian Corless



Photo: Ian Corless

ATLETI CHE USANO IL MODELLO /

Andy Simonds, Joe Mekh e Christel Dewalle.



Non tutti i mali vengono per nuocere, e così l'assenza di neve durante una vacanza in alta quota e le belle giornate di sole in realtà sono state una bella occasione per fare una cosa davvero insolita per me: correre in montagna. Puntare la cima, prendere il sentiero giusto e raggiungerla, assaporare il silenzio totale e l'aria frizzante. La sensazione è quella di completezza, perché per una cittadina come me, avere un momento del genere, ricco di ossigeno e senza traccia di altri esseri umani nei dintorni, è un vero lusso. E allora sono rimasta per qualche minuto a contemplare l'orizzonte e a tentare di svuotare la mente godendomi il momento, prima di affrontare la discesa.

Natural running in alta quota

ZERO DROP E PUNTA LARGA, QUESTE LE PRINCIPALI CARATTERISTICHE DELLE LONE PEAK 3.0, CHE INDUCONO A TENERE UNA POSTURA PIÙ NATURALE DURANTE LA CORSA, MIGLIORANDO LA POTENZA DI APPOGGIO E LA STABILITÀ, SOPRATTUTTO IN DISCESA.

CON LE LONE PEAK 3.0 AI PIEDI / La qualità maggiore che queste calzature hanno a mio parere è la punta del piede larga, avendo un avampiede più ampio rispetto alle scarpe tradizionali. La toe box Foot-Shaped permette alle dita dei piedi di conservare la loro posizione naturale, per una più grande stabilità e una riduzione del rischio di dolori e ferite. L'alluce gioca allora il suo ruolo di stabilizzatore naturale riducendo la pronazione e migliorando l'equilibrio. Il distacco delle dita dei piedi permette inoltre di guadagnare in potenza di appoggio.

ZERO DROP / Altro elemento fondamentale di questa scarpa è la suola piatta che favorisce l'appoggio sul mesopiede durante la falcata, inducendo a una postura più naturale, con una migliore restituzione di energia e un minore impatto al suolo. Lo ZeroDrop mantiene il piede in posizione orizzontale permettendo un allineamento tra il tallone e la punta naturale così come la posizione del corpo e del dorso, per un impatto minimo ad ogni falcata. Lo ZeroDrop rinforza i tendini di Achille e i pol-

TOMAIA / In NeoShell Polartech che impedisce all'acqua di penetrare, senza impedire al piede di respirare

TOE BOX FOOT-SHAPED / Permette alle dita dei piedi di conservare la loro posizione naturale

SUOLA / Con inserto Trail Rudder nella zona del tallone



ZERODROP / Mantiene il piede in posizione orizzontale permettendo un allineamento tra il tallone e la punta naturale

INTERSUOLA / La tecnologia A-Bound™ a doppio strato EVA agisce come un cuscino d'aria tra la strada e il piede



Altezza Piattaforma / 25 mm

Suola intermedia / Doppio strato EVA con strato superiore in A-Bound

Suola esterna / TrailClaw in caucciù aderente

Suola interna / Piattaforma tipo da montagna

Tomaia / Polartec NeoShell

Altre caratteristiche / Protezione StoneGuard, linguetta posteriore antiscivolo, scratch per fissare le ghette

Peso / 283 g

DISTRIBUITO DA /
Icon Health & Fitness
02.38591277 • iconfitness.com

pacci, indeboliti da anni di corsa con scarpe dal tallone sopraelevato (e la differenza si sente, soprattutto in salita). La distribuzione del peso tra il tallone e l'avampiede è ottimale, entrambi si trovano a uguale distanza dal suolo: come allo stato naturale, questa distribuzione, protegge lo scheletro e ottimizza l'equilibrio.

INTERSUOLA / L'ammortizzazione è garantita dalla tecnologia esclusiva A-Bound™ dell'intersuola a doppio strato EVA, che agisce come un cuscino d'aria tra la strada e il piede su tutta la lunghezza della scarpa. Questa caratteristica si sente soprattutto in discesa, quando le sollecitazioni si fanno sentire di più. Fabbriata a partire da materiali riciclati, questo strato di suola, situato proprio sotto il piede, riduce gli shock sulle superfici dure e assicura una restituzione importante di energia a ogni falcata.

SUOLA / La suola Trail Claw Outsole specifica per corsa su terreni sterrati, apporta ottima trazione al suolo. Ganci posizionati in corrispondenza dei metatarsi e artigli posti anteriormente più l'inserto Trail Rudder nella zona del tallone sono tutti elementi che garantiscono trazione e sicurezza sia in salita che in discesa. Nelle mie escursioni, anche se lungo i sentieri non c'era traccia di neve salvo in quota, ho incontrato parecchi tratti ricoperti di lastre di ghiaccio e, soprattutto in discesa, una suola del genere evita rovinose cadute.

TOMAIA / In NeoShell Polartech, un componente innovativo e rivoluzionario che impedisce all'acqua di penetrare, ma senza impedire al piede di respirare. L'acqua delle pozzanghere e la pioggia scivolano lungo la parte esterna della scarpa e i piedi restano freschi e asciutti. Rinforzata lateralmente e sulla punta per proteggere il piede, è allo stesso tempo tanto morbida da non costringere e lasciare spazio di movimento alle dita.

BARRETTE ENERGETICHE /

Il pieno di energia fin dalla prima colazione

SENZA GLUTINE, BIG RAM È UN'INTEGRAZIONE AMINOACIDICA E PROTEICA PER MIGLIORARE LE PRESTAZIONI E LA RESISTENZA DEGLI SPORTIVI.

professional
dietetics



Big Ram è la nuova barretta energetica arricchita di aminoacidi ramificati per stimolare la produzione di energia e la sintesi delle proteine.

Senza glutine, a base di rice crispies, albicocche e maltodestrine da patata, è ideale per ottenere in modo semplice e rapido più energia durante un intenso allenamento o una gara.

Grazie alla presenza dei 3 aminoacidi a catena ramificata BCAA (L-Leucina, L-Valina, L-Isoleucina), è utile anche al mantenimento delle proteine muscolari.

Big Ram è un'ottima integrazione aminoacidica e proteica per la prima colazione dello sportivo. Uno snack sano ed equilibrato per migliorare le prestazioni e la resistenza.

www.professionaldietetics.it

INGREDIENTI

Rice crispies (farina di riso, zucchero di canna, olio di girasole, sale), sciroppo di mais, estrusidi soia (proteine isolate di soia, amido di tapioca, sale), pasta di albicocca (albicocca, zucchero, fruttosio, acidificante: acido citrico, aromi), miele, glucosio, maltodestrina da patata 4%, albicocche secche (albicocche, conservante: anidride solforosa), olio di girasole, sciroppo di fruttosio, leucocina, isoleucina, valina

ALLERGENI

Può contenere tracce di frutta a guscio, arachidi e sesamo
Senza glutine

PESO

30 g

VALORI NUTRIZIONALI TECNICI MEDI

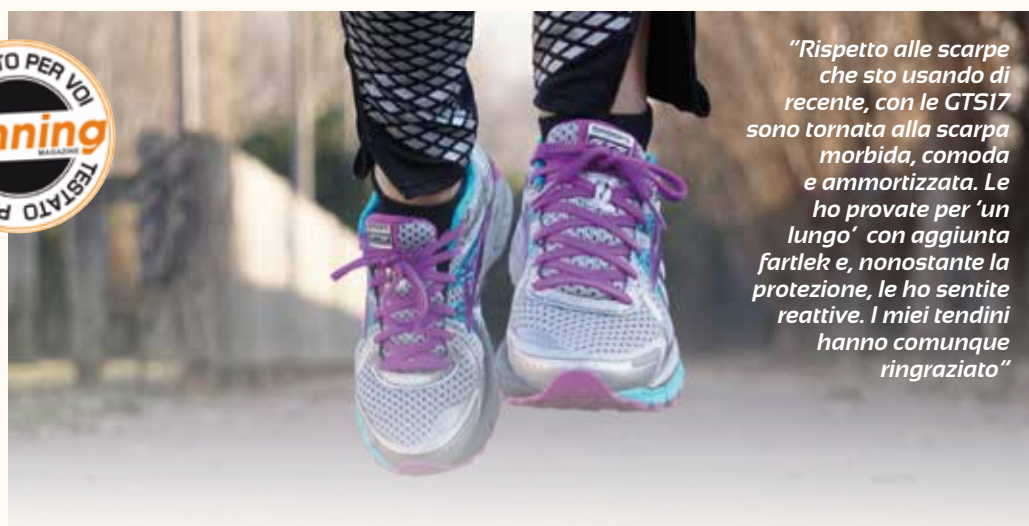
	per 100 g	per barretta (30 g)
ENERGIA	1498 KJ / 354 Kcal	449 KJ / 106 Kcal
GRASSI	4 g	1,2 g
DI CUI SATURI	0,5 g	0,1 g
CARBOIDRATI	65 g	19,5 g
DI CUI ZUCCHERI	39 g	11,7 g
FIBRE	3 g	0,9 g
PROTEINE	13 g	3,4 g
SALE	0,830 g	0,249 g
LEUCINA	3,3 g	1 g
VALINA	1,6 g	0,5 g
ISOLEUCINA	1,6 g	0,5 g



L'EVOLUZIONE DI UNO DEI MODELLI PIÙ CLASSICI DELL'AZIENDA AMERICANA /

BROOKS

• DI CRISTINA TURINI



"Rispetto alle scarpe che sto usando di recente, con le GTS17 sono tornata alla scarpa morbida, comoda e ammortizzata. Le ho provate per 'un lungo' con aggiunta fartlek e, nonostante la protezione, le ho sentite reattive. I miei tendini hanno comunque ringraziato"

Adrenaline GTS17 di Brooks, per correre in tutte le condizioni

TRA LE SCARPE DA RUNNING PIÙ APPREZZATE DI SEMPRE, LE ADRENALINE GTS17 GARANTISCONO PROTEZIONE E AMMORTIZZAZIONE ALLO STESSO TEMPO GRAZIE ALL'INTERSUOLA BIOMOGO DNA, ORMAI COLLAUDATA DA BROOKS E APPREZZATA DA MOLTI PODISTI. LA SUOLA ANTISCIVOLO E LA TOMAIA CATARIFRANGENTE SONO STATE PENSATE PER USCIRE IN QUALSIASI CONDIZIONE.

Quando non si ha un obiettivo è difficile darsi una valida motivazione per uscire a correre con la temperatura sotto zero. Eppure, secondo le statistiche la quasi totalità dei runner, ben il 97%, è convinto che una corsetta al mattino sia un toccasana per l'umore. Nello specifico il 60% riscontra una maggiore energia nell'affrontare gli impegni di lavoro, il 44% avverte un miglioramento in termini di autostima, il 26% nei giorni in cui corre si sente più tonico e reattivo, e non solo fisicamente. Ecco allora che il modo migliore per evadere dalla routine quotidiana rimane sempre lo sport. E per sentire l'effetto

delle endorfine e scrollarsi via la pesantezza della giornata basta poco, una volta superato lo scoglio della pigrizia, basta coprirsi bene e indossare un buon paio di scarpe, come le nuove Brooks Adrenaline GTS17.

Appartenente alla categoria "Cushion", che include i modelli Brooks protettivi e ammortizzati, la GTS17 viene riproposta con la sua tradizionale calzata ammortizzata e iperprotettiva, elevando il concetto di comfort durante la corsa. Studiate per un appoggio dei piedi che tende alla pronazione, assicurano un maggior grado di sostegno durante la corsa.



COLORAZIONI /

Uomo: Nightlife in giallo e rosso
Donna: "vivid violet".
Grazie ai materiali catarifrangenti potete essere visibili anche in condizioni di scarsa visibilità.

TOMAIA /
La tomaia senza cuciture è stata interamente ridisegnata con materiali catarifrangenti per essere visibili anche in condizioni di scarsa visibilità. Inoltre la maglia traforata che consente una costante traspirazione del piede, pad segmentato per tutta la lunghezza del piede accoglie il piede ogni volta che tocca il terreno.



SUOLA /

Il battistrada delle GTS 17 si comporta bene anche sui terreni scivolosi, come il ghiaccio, infatti è costruito con una struttura a tasselli che ne aumenta l'aderenza al terreno e riduce i rischi di scivolamento. Il crash pad segmentato per tutta la lunghezza del piede accoglie il piede ogni volta che tocca il terreno.

INTERSUOLA E DROP /

Le GTS17 sono dotate di un sistema chiamato Progressive Diagonal Rollbar, che prevede la distribuzione della mescola dell'intersuola in tre strati di densità crescente: una soluzione in grado di stabilizzare la fase di atterraggio del piede a seconda della velocità e del tipo di appoggio di chi la indossa. In questo modo la calzata si adatta sia ai runner con il passo più tranquillo, sia ai runner più esperti. Il sostegno è garantito anche da un differenziale di 12 mm. L'intersuola, realizzata in BioMoGo DNA, polimero brevettato da Brooks, si adatta alla pressione che riceve assicurando il 30% di ammortizzazione in più rispetto a materiali come EVA o gel. Insomma GTS 17 è l'ideale per le corse sulle medie, lunghe e anche lunghissime distanze.

DISTRIBUITO DA / Brooks Italia • 050.804696 • info@brooksrnning.it

Agguerriti e pronti a vincere

L'AZIENDA BRESCIANA HA PRESENTATO I 10 ATLETI CHE NEL 2017 INDOSSERANNO I COLORI DEL BRAND PER CONQUISTARE PIÙ MEDAGLIE POSSIBILI.

Dopo un 2016 ricco di successi e soddisfazioni, l'azienda bresciana che produce abbigliamento tecnico a compressione graduata presenta i testimonial 2017 del proprio Running Team.

Dieci atleti selezionati tra i più forti di ogni settore del running, di cui tre donne e sette uomini. Un piccolo e agguerrito manipolo di atleti pronti a invadere i sentieri e le strade del pianeta con un unico obiettivo: vincere! Tra di loro, campioni italiani, maratoneti, trailer, crossisti, ultramaratoneti, triatleti e atleti di endurance race.

Tutti i testimonial che nel 2017 indosseranno i colori dell'Oxyburn Running Team riceveranno una fornitura completa di materiale tecnico composto da calze lunghe e corte, maglie intime, pantaloni, leg compressor, quad compressor, calf compressor e accessori vari come cappelli, fasce, polsini e buff. Capi tecnici in grado di migliorare le performance agonistiche degli atleti, contribuendo anche al comfort durante la gara e al recupero post sforzo.

oxyburn.it

IVANA IOZZIA INIZIA
IL 2017 CON IL BOTTO



L'esperta atleta comasca che da anni corre con l'abbigliamento a compressione graduata di Oxyburn, domenica 29 gennaio è salita sul secondo gradino del podio - categoria Assolute F - nel Cross di Castenaso, Bologna, prima Prova del CdS Regionale di cross assoluto dell'Emilia Romagna.

In una bella giornata di sole, con una temperatura intorno ai 10° C, Ivana, con una grande prova di forza e determinazione, ha ottenuto la seconda posizione a soli 11" dalla vincitrice, Francesca Bertoni. Terza classificata, a 40", Valentina Facciani, compagna di squadra nella Corradini Rubiera di Ivana e vincitrice della Sportway Lago Maggiore Half Marathon del 6 novembre 2016. Anche in quest'occasione la Iozzia ha gareggiato utilizzando l'intimo tecnico a compressione graduata marchiato Oxyburn, utile non solo durante lo sforzo fisico, ma anche prima per preparare la muscolatura alla fatica, e dopo, per ridurre il rischio di crampi.

I 10 ATLETI DEL RUNNING TEAM OXYBURN

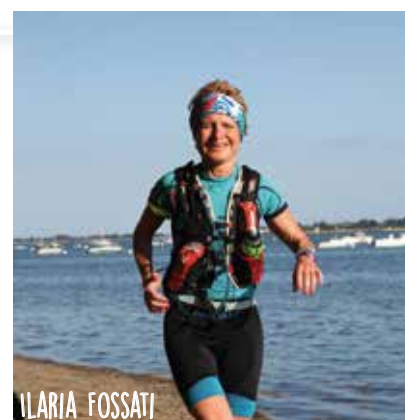


IVANA IOZZIA
Campionessa Italiana di Maratona 2005, 2007 e 2012, vincitrice della Tre Campanili Half Marathon 2016 e terza all'ultima Venice Marathon



MARTA PORETTI
La tre volte vincitrice de La Grande Corsa Bianca e plurivincitrice nonché primatista del percorso del Boa Vista UltraTrail

Utilizzo l'intimo tecnico e le calze a compressione graduata della Oxyburn già da molti anni - ha precisato l'ultratrailista Marta Poretti - soprattutto in occasione di gare lunghe è fondamentale che l'abbigliamento non resti umido e che non dia fastidio: grazie alla tecnologia di Oxyburn, il sudore evapora lasciando il corpo sempre asciutto, fornendo, quindi, un'eccellente termoregolazione, fondamentale per me che corro in montagna e in mezzo alla neve



ILARIA FOSSATI
L'ultratrailista e azzurra della Nazionale ultramaratona 24 ore, vincitrice nel 2016 della 6 Ore dell'Abbraccio, dell'Ultra Franciacorta 12h e de La 100 e Lode



SAID BOUDALIA
Il Re della CagliariRespira, ma anche uno degli atleti più vincenti del 2016

Da quando ho scoperto le calze a compressione graduata di Oxyburn non me le sono più tolte - ha spiegato Said Boudalia - le utilizzo prima delle gare per rilassarle la muscolatura, durante per migliorare la prestazione e dopo per aiutare l'eliminazione dell'acido lattico!



CARMINE BUCCILLI
Eccellente atleta in grado di primeggiare indifferentemente dalle 10k alle Ultra

Utilizzo ormai da tempo le maglie, i pantaloni e i calzoncini marchiati Oxyburn - conferma Carmine Buccilli - ottimi sia dopo la performance, anche per ridurre il rischio di infortuni e accelerare la scomparsa dell'acido lattico, che prima, per 'preparare' la muscolatura allo sforzo. Con Oxyburn ho vinto numerose gare e portato a termine delle prestazioni di primissimo piano



MARCO SALAMI
L'uomo della pista e del cross che si è recentemente convertito (anche) alla strada, componente della Nazionale Assoluta di cross



MARCO FERRARI
Vincitore 2015 della Brescia Art Marathon, secondo alle spalle del solo Calcaterra alla 100km del Passatore 2016



EMANUELE MANZI
Uno dei più forti interpreti italiani di corsa in montagna e building run



MARCO SAIA
Runner e triatleta, dal 2000 al 2005 membro della nazionale italiana di triathlon lungo, vincitore del triathlon sprint del lago Ledro nel 2014 e 3° assoluto al triathlon cross a tappe dell'Isola d'Elba nel 2016



ORAZIO BOTTURA
Runner e triatleta, nel 2016 2° di categoria al 70.3 di Pescara e 8° di categoria e 280esimo assoluto su 3.000 ai Campionati Mondiali del 70.3 in Australia

LE DONNE

GLI UOMINI

Sfida te stesso e corri nei centri storici delle nostre città

URBANTRAIL®



3 appuntamenti

BOLOGNA 1 Aprile



CAGLIARI 7 Ottobre



ROMA 8 Luglio



urbantrailrun.it

urbantrailrun:





I 18 Specialisti di Origine Protetta

DOP COME "DENOMINAZIONE D'ORIGINE PROTETTA" E COME "DENOMINAZIONE D'ORIGINE PODISTICA". NON SOLO UNA CERTIFICAZIONE D'ECCELLENZA, MA ANCHE UNA DICHIARAZIONE D'INTENTI: SALVARE LA QUALITÀ DEL MONDO DEL RUNNING.

Running DOP è un progetto che riunisce sotto lo stesso "timbro di qualità" un consorzio di 18 negozi tecnici dedicati al mondo del running distribuiti in tutta Italia, dalla Liguria al Veneto, dal Piemonte alla Lombardia fino all'Emilia Romagna, Toscana e Lazio. Diciotto negozi storici che oggi vantano cifre importanti grazie alla passione, qualità e innovazione dei servizi offerti al cliente, alla formazione del personale e alla conoscenza dei prodotti ai massimi livelli, oltre che al rapporto di fiducia con i clienti stessi che si fidano e si affidano a loro.

L'atto costitutivo del Consorzio è stato firmato lunedì 16 gennaio 2017 con la consapevolezza, da parte delle 18 boutique Running DOP, di dover sacrificare un po' della propria autonomia per il raggiungimento di un fine comune un po' più alto, pur mantenendo comunque la propria identità. I consociati opereranno infatti in un rapporto di coesa collaborazione, perseguendo il medesimo obiettivo come fossero un'unica realtà commerciale che si riconosce in un nuovo modello di vendita innovativo e mettendo sul pia-

to nuove regole virtuose che siano da stimolo e da esempio per tutto il settore, senza la presunzione - così dicono - di voler moralizzare il mercato.

ne delle stesse e della tutela degli interessi dei consociati stessi

- farà richieste mirate ai brand per lavorare meglio e con maggiore profitto per tutti



IL CONSORZIO

ART. 1 Costituzione e Denominazione

È costituito tra i commercianti al dettaglio di scarpe e abbigliamento sportivo in genere un consorzio volontario di imprese per la tutela, promozione, valorizzazione, formazione e informazione delle attività consorziate al fine di migliorare le competenze, la consulenza e la correttezza commerciale delle stesse.

ART. 4 Oggetto

Il Consorzio non ha fine di lucro e si propone di gestire un progetto di collaborazione tra imprenditori che ragionano con una testa singola ma che vivono in tanti sotto l'egida di un nome e di un marchio comune. Ciascun aderente al Consorzio non rinuncia alla propria identità ma è disposto a sacrificare un po' della propria autonomia per il raggiungimento di un fine comune un po' più alto.

Running DOP nello specifico:

- perseguirà la promozione di metodologie d'acquisto di prodotti e servizi
- studierà politiche commerciali comuni, consentendo lo scambio delle merci tra i consorziati
- attuerà servizi tecnologici e amministrativi
- si occuperà della promozione e della commercializzazione delle attività, nonché della coordinazio-

Competenza, consulenza e correttezza commerciale sono i capisaldi su cui poggia il Consorzio Running DOP - Specialisti di Origine Protetta - al fine di creare un'esperienza di acquisto tecnica e su misura che si distingua dalla cosiddetta "vendita zero servizi" dove vince solo il prezzo più basso. Diciotto negozi, diciotto sentinelle della qualità perché, come diceva Steve Jobs, "alcune persone non sono abituate a un ambiente dove ci si aspetti costantemente l'eccellenza". Questo l'intento e le dichiarazioni ambiziose del Consorzio, che ha nominato come presidente Paolo Fossati, titolare del negozio Verde Pisello. A lui e ad altri operatori del settore abbiamo posto alcune domande per svelarvi i retroscena e per capire quali sono gli sviluppi e le prospettive di tale iniziativa (vedi nostre interviste alle pagine seguenti).



RUNNING DOP IN NUMERI

SCARPE TOTALI VENDUTE (2015-2016):

> 100.000

RUNNERS COINVOLTI IN EVENTI O GARE NEL 2016:

> 50.000

FOLLOWERS SU PAGINE SOCIAL DEI NEGOZI:

> 40.000

ANNI DI ESPERIENZA SUL CAMPO:

> 300



3



4



5



I FONDATORI



PRIMO MEETING TECNICO DI RUNNING DOP A FIRENZE IL 12 FEBBRAIO

1. AFFARI & SPORT – VILLASANTA (MB) E LECCO
2. BASE RUNNING – TORINO
3. BROGIOLI SPORT – SAMARATE E TRADATE (VA)
4. FORREST GUMP – BRESCIA
5. FREE RUN – SCANDIANO, CARPI (MO) E REGGIO EMILIA
6. GENOVA RUNNING – GENOVA
7. OLIMPIQUE – TREVIGLIO (BG)
8. IL CORRIDORE – FROSINONE E ROMA
9. L'ISOLOTTO DELLO SPORT – FIRENZE
10. MARATONANDO – VIAREGGIO (LU)
11. MONDO CORSA – PISTOIA
12. PASSSPORT – BUSCHE (BL), SIGNORESSA (TV)
13. PUNTO RUNNING – CANTÙ (CO)
14. READY TO RUN – TORRE BOLDONE (BG)
15. SPORTCLUB – MARTINENGO (BG)
16. SPORTIFICATION – FOSSANO (CN)
17. SPORTSIDE – SONDRIO
18. VERDE PISELLO – MILANO



18



17



16



15



13



14



12



9



10



“Il Patto del Cannoncino”

"STIAMO GIÀ SMUOVENDO MOLTE ACQUE". LA PAROLA A PAOLO FOSSATI,
TITOLARE DEL NEGOZIO VERDE PISELLO DI MILANO E PRESIDENTE DI RUNNING DOP.

Da chi è nata l'idea e quando?

Un giro di telefonate, un incontro un lunedì mattina di novembre, uno sguardo di intesa fra i colleghi presenti, la scelta di un nome e di un indirizzo mail. Il tutto accompagnato da un cabaret di paste. In politica ci fu il giorno “Il Patto della Sardina”, Running DOP è nato con il “Patto del Cannoncino”.

Cosa vi ha mosso davvero? Il fastidio di essere confrontati con l'e-commerce o quello di vendere gli stessi marchi/prodotti della grande distribuzione ma a prezzi più alti? O, ancora, il fatto che non venga riconosciuta la vostra professionalità?

La vera scintilla è stata accorgersi che i principi che sono sempre stati alla base del nostro lavoro quotidiano non coincidevano più con quelli delle aziende. La passione sul campo per il nostro lavoro, la conoscenza dei prodotti ai massimi livelli, tutte quelle cose che avevano sempre permesso ai marchi specializzati una crescita costante (qualitativa e quantitativa) sembravano di colpo valere zero. Come, cosa più grave, sembrava valere zero il rapporto di massima fiducia, costruita giorno dopo giorno, con la nostra clientela per creare un'esperienza di acquisto, di consulenza su misura e di assistenza post vendita difficilmente riscontrabile altrove. E non dimentichiamo le gare, gli eventi organizzati sul territorio, le iniziative come i ritrovi e gli allenamenti di gruppo.

Come sono stati selezionati i primi 18 negozianti e da chi? Quali requisiti deve avere un negozio Running DOP e come avviene l'affiliazione?

Dopo il “Patto del Cannoncino”, ciascuno dei presenti (in quel momento tutti negozianti lombardi) si è impegnato nell'opera di allargamento del gruppo a colleghi, ovviamente specializzati running che sapevamo muoversi già su lunghezze d'onda simili alle nostre. Arrivati a un certo numero e trovati rappresentanti di altre 5 regioni, abbiamo deciso di chiudere il cerchio. Ciascuno ha sottoscritto un regolamento, per entrare nel consorzio ha pagato una quota di affiliazione e il 16 gennaio, giorno di presentazione del gruppo, ha firmato l'atto costitutivo Running DOP. Il 12 febbraio i consorziati si sono poi rivisti a Firenze per la prima assemblea.

“Tutti quelli che vogliono un mercato di qualità trovano da noi una sponda sicura”, hai dichiarato durante l'incontro di presentazione. Cosa intendete? Le porte sono quindi aperte per tutti, aziende e negozi?

Come detto sempre lo scorso 16 gennaio, non ci piace la scarsa valorizzazione dei negozi tecnici di qualità, ma allo stesso tempo non ci piace la scarsa valorizzazione del prodotto tecnico di qualità. Tutti coloro che si accontentano di una vendita con zero servizi e zero valore aggiunto non sono e non saranno mai nostri interlocutori.

Se un negozio fosse interessato ad aderire come dovrebbe interfacciarsi con voi e con che tempistiche valutate new entry?

Molti colleghi hanno già cominciato

a farlo confermando il valore del nostro progetto: siamo sicuri che dopo questo spazio su Running Magazine i contatti aumenteranno. La prossima finestra per entrare nel consorzio sarà a ottobre, nel frattempo tutti ci possono contattare mandando una mail a runningdop@gmail.com.

Quali sono le difficoltà che state incontrando nel ragionare come un'unica entità, sacrificando anche un po' della vostra autonomia?

Inutile dire che per sua natura ogni persona che si mette a fare impresa ritiene di avere qualcosa in più di tutti gli altri. E fare impresa in un settore così emozionale come quello della corsa rende più difficile fare per tutti un passo indietro e collaborare con i propri concorrenti. Eppure Running DOP è nato lo stesso anche se al momento siamo consapevoli che sia un bel contenitore da riempire di tante cose. Sta a tutti i fondatori trovare quel sottile equilibrio fra professionalità da condividere per crescere tutti assieme e l'autonoma attività quotidiana della propria bottega. Un percorso di crescita fatto un passo alla volta perché ciascuno possa metabolizzare quello che, di fatto, è un modo di pensare e di operare nuovo per tutti, per noi, ma anche per il mercato che ci circonda.

Come hanno reagito le aziende alla notizia? Che tipo di dialogo state instaurando con loro e soprattutto cosa significa che volete trovare “un punto di intesa etico” con le aziende? Che Running DOP stia già smuovendo le acque appare evidente e probabilmente è proprio il tempo di reazione

ne un primo parametro per valutare la voglia di ciascuna azienda di condividere lo sforzo di rendere sano il mercato. Una balla detta da un'azienda a un singolo negozio forse può passare, una balla detta a 18 negozi un po' meno. E il discorso può essere anche ribaltato proprio per ritrovare reciprocamente quel punto di intesa etico.

Alcuni operatori, tra cui anche negozianti, sostengono che la vostra idea sia interessante, ma poco concreta, un po' come sono astratti i concetti di “qualità”, “professionalità” e “competenza”. Come rispondete a questa critica?

Lo specialista Running che ritiene astratti i concetti di “qualità”, “professionalità” e “competenza” non è uno specialista Running o non crede più nel suo lavoro: finché è in tempo, cambi mestiere.

Sappiamo che state contattando anche player meno noti ma che stanno emergendo sul mercato italiano. Quali? L'obiettivo è quello di “sostituirli” ai brand che non vorranno dialogare con voi o che non soddisferranno le vostre richieste?

È chiaro che per i nuovi player Running DOP potrebbe diventare un veicolo formidabile per entrare con maggiori garanzie nel mercato. In realtà, forse questo è il lato meno innovativo di Running DOP in quanto ciascun consorziato ha sempre cercato anno dopo anno, stagione dopo stagione, di scommettere su nuovi brand e nuovi prodotti ancora non inflazionati e perciò fondamentali nel lavoro quotidiano di chiacchiere e divulgazione che ci compete e

che accompagna sempre la vendita finale. Sul catalogo prodotti, l'idea è al momento di non intaccare l'autonomia del singolo negozio e non è nostra intenzione fare a prescindere la lista dei brand buoni o cattivi. Lavoriamo con tante aziende da anni quindi il primo punto con loro non sarà “soddisfano le nostre richieste?” ma “stanno facendo finta di non conoscerci?”.

Siete davvero convinti che questa iniziativa contribuirà a migliorare le dinamiche di mercato che dipendono spesso da fenomeni di portata globale?

La dinamica del mercato mondiale è quella di una concentrazione dei protagonisti in campo. La sfida Running DOP va in questa ottica con un pizzico di romanticismo italiano in più: creare una rete di botteghe sempre più ampia e distribuita sul territorio con tratti comuni, ma senza appiattimenti e eccessivi omologazioni. Tutti noi ci siamo presi la responsabilità di provarci.

Come vedi Running DOP tra 3 anni?

Qui rispondo a titolo personale. Al momento non mi pongo limiti o preclusioni sia sul possibile sviluppo commerciale sia sul numero di adesioni a Running DOP, ma allo stesso tempo non sono dotato di una sfera di cristallo. In fondo, se una persona il primo novembre 2016 mi avesse predetto che oggi sarei stato qui a rispondere alle vostre domande, gli avrei dato del folle. Allo stesso tempo so che oggi Running DOP rappresenta una sfida in un mondo sempre più veloce e in un mercato terribilmente allargato e liquido. Un'opportunità imperdibile che ho colto al volo, da coltivare con la massima cura, per far crescere e dare un futuro a tutti i consorziati, dai negozi più grandi fino a quelli piccoli come il mio. Una sfida condividendo costi, qualità e lotte comuni, mettendo a disposizione di tutti energie e professionalità, una sfida al fianco di tanti colleghi che stimavo, stimo e continuerò a stimare.

La voce di chi... “è rimasto fuori”

ABBIAMO INTERVISTATO GABRIELE BONUOMO, IL TITOLARE DEL NEGOZIO OUTDOOR DI CUNEO. CHE NEL 2013...

Gabriele Bonuomo voleva dirci la sua in merito a Running DOP e noi l'abbiamo ascoltato con piacere, come faremo con chiunque altro voglia farlo, sia esso un negozio o un altro operatore.

Ciao Gabriele, in passato avevi già lanciato l'idea di creare un consorzio? Come mai non si è realizzata?

Nel 2013 era uscito un articolo su questo tema proprio su Running Magazine oltre che su Correre, scritto e pensato da Filippo Pavesi. In seguito contattai alcuni colleghi per sondare questa possibilità, ma senza insistere troppo. Ai tempi le reazioni dei colleghi furono tiepide.

Sei stato contattato da Running DOP per far parte del Consorzio? Se no, ne vorresti far parte?

Non sono stato contattato direttamente, ma sono aggiornato sull'evoluzione da parte di un collega. Chiederò di farne parte quando le intenzioni e le azioni del consorzio saranno in linea con le mie.

Qual è il tuo giudizio su questa iniziativa? Cosa ti convince di più e cosa meno?

L'iniziativa è molto buona e spero abbia successo per il bene di tutti. Ma se oggi andassimo “in incognito” in queste boutique (vedi “Boss in incognito”) a chiedere informazioni e prezzi sulle scarpe, non sono sicuro troveremmo sempre uno standard elevato in termini di conoscenza del prodotto e una politica di prezzo al pubblico sana.

Quali sono, secondo te, i punti di forza e quelli di debolezza di Running DOP? Hai dei suggerimenti da dare agli altri negozianti e sei in contatto diretto con alcuni di loro? Quali? Che tipo di dialogo c'è stato?

L'unico suggerimento che mi sento di dare a tutti, anche alle aziende - in verità quasi una preghiera - è che se non si punta con la massima priorità ad alzare il livello medio dell'informazione e della conoscenza del prodotto e della corsa, non c'è via d'uscita

OUTDOOR
GABRIELE BONUOMO
// Running DOP è un'idea frizzante, veicolata da tanta voglia di cambiamento e tanto entusiasmo. Buona l'intenzione, ma ancora da declinare. Wait and see



dalla battaglia commerciale basata sul prezzo. Ogni attore coinvolto deve prima fare il suo e poi guardare a cosa fanno gli altri. Io sono in linea con le idee di Free Run, con cui sono sempre in contatto e c'è comunione (quasi) totale di pensiero e azione. Come è il tuo dialogo con le aziende produttrici?

Molto buono, mi sento spesso con loro, anche con qualche “casa-madre”.

Senti anche tu di rischiare di soccombere dinanzi a delle vere corazzate come l'e-commerce e la grande distribuzione, oppure tu adotti modelli di business alternativi che ti aiutano in tal senso?

La concorrenza di prezzo online e

offline è alta. Anche i piccoli puntano parecchio sugli sconti come unica strategia. Io invece cerco di alzare il livello tecnico della discussione e di esplorare i marchi meno blasonati. Un modello di business alternativo che fa a meno di trattare quei modelli di scarpe che in giro sono iperscontati.

Durante la conferenza stampa di presentazione, il Presidente Paolo Fossati ha dichiarato che stanno prendendo in considerazione anche player meno noti che stanno emergendo sul mercato italiano. Sappiamo che il tuo negozio fin da quando è nato ha cercato di “fare ricerca” in questo senso. Quali sono i marchi con i quali lavori oggi e in che modo li proponi alla clientela?

Oggi ho un mix di marchi noti e

meno noti. Cerco di essere più asettico possibile, non spingo per l'uno o per l'altro. Secondo me, noi abbiamo il dovere di informare il cliente sulle possibilità che esistono (anche quelle che non conosce), e aiutarlo ad individuare il prodotto che meglio risponda alle sue esigenze, senza inventarsele. Da quando è nato il tuo negozio il fatturato e i margini sono costantemente aumentati o ci sono stati degli alti e bassi? Perché secondo te?

Puntando molto su marchi secondari (tieni conto che il primo marchio non famoso nel mio negozio vale per merce acquistata quanto il 70% del primo marchio famoso), non puoi puntare a crescere tanto nel breve periodo. Io comunque guardo il margine, non il fatturato, e quello sta migliorando (al netto di tutte le problematiche del settore).

E le aziende cosa pensano?

ABBIAMO INTERVISTATO LUCA BACHEROTTI DI ASICS, MARCO TRIMBOLI DI BROOKS E MORGAN GUIZZO DI SAUCONY PER SAPERE COME HANNO ACCOLTO L'INIZIATIVA E CHE FUTURO PREVEDONO PER IL CONSORZIO RUNNING DOP. CONTRIBUTI E PUNTI DI VISTA SUL TEMA DI ALTRI BRAND E OPERATORI SARANNO OSPITATI SUI PROSSIMI NUMERI.

1. In azienda come avete accolto la notizia della nascita del consorzio Running DOP? In modo positivo, negativo o indifferente? Eravate a conoscenza dell'iniziativa? Da quando?

2. L'obiettivo, così dicono i consorziati, non è quello di ottenere migliori condizioni dai produttori, bensì di mettere ordine in un mercato diventato selvaggio con la nascita di nuovi canali di vendita come i grandi centri commerciali e i venditori online. Qual è la vostra posizione in merito?

3. I negozi consorziati dicono di voler trovare con le aziende un "punto di

intesa etico", ragionando come un'entità sola. Motivo per cui hanno temporeggiato con l'ultimo ordine. Cosa s'intende, secondo voi, con "punto di intesa etico" e qual è il vostro parere?

4. Come avviene il dialogo con il consorzio e quali sono le richieste avanzate fino a oggi per lavorare meglio e con più profitto per tutti, senza snaturare il DNA dei negozi specializzati?

5. Durante la conferenza stampa di presentazione, il Presidente Paolo Fossati ha dichiarato che, visto le politiche di alcune grandi aziende, stanno prendendo maggiormente in

considerazione player meno noti che stanno emergendo sul mercato italiano. Qual è la vostra posizione e, in qualità di azienda strutturata e già presente sul mercato da molti anni, cosa offrite ai negozi specializzati in termini di servizio, valore aggiunto e altro?

6. Quali sono, secondo il vostro punto di vista, i punti di forza e quelli di debolezza di Running DOP? Che futuro prevedete per questa iniziativa?

7. Qual è il messaggio che volete mandare ai negozi del consorzio e in generale agli altri negozianti, specializzati e non?

ASICS ITALIA MANAGING DIRECTOR



1. In modo positivo anche in funzione di quelli che sono le motivazioni sulle quali si basa questo progetto. Siamo venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite una comunicazione via mail alla quale è seguito un incontro organizzato in dicembre con il nostro sales department e altri rappresentanti del management presso la nostra sede.

2. In questi ultimi 10 anni il mercato ha subito una significativa evoluzione, sia da un punto di vista della distribuzione che di approccio al consumo da parte del cliente finale. Una realtà come Running DOP può sicuramente andare incontro alle richieste di consumatori sempre più esigenti che ritengono fondamentale il rapporto diretto e necessitano di essere supportati nell'acquisto nel migliore dei modi.

3. L'approccio etico è da sempre uno dei valori fondanti di ASICS. Siamo sicuri che riusciremo a collaborare nel segno di quel rispetto reciproco che è fondamentale per raggiungere gli obiettivi comuni e sempre nel rispetto delle nostre policy.

4. Fin dalla nascita del consorzio, il dialogo è diretto e costante con tutti i dipartimenti della nostra azienda, coinvolgendo la divisione commerciale e marketing. L'obiettivo è quello di creare una sinergia che, andando a rispondere a quelle che sono richieste di maggior supporto in ambito tecnico, riesca a valorizzare il know-how del gruppo.

5. Da sempre i negozi specializzati sono il punto di riferimento di ASICS sul territorio, grazie alla loro capacità di presentare in maniera tecnica il nostro prodotto. Supporto a eventi e clinic educational in store sono e rimarranno degli asset fondamentali che continueremo a implementare per permettere a questa tipologia di negozi di risultare punti di riferimento all'interno del mercato running.

6. I negozi coinvolti hanno tutti una storia importante all'interno del mercato e un'ulteriore collaborazione non può che implementare la forza di questo messaggio. Crediamo che se il consorzio sarà in grado di essere costante nel perseguire il proprio obiettivo, andando a coinvolgere sempre più punti vendita sul territorio nazionale e, mantenendo quella coesione che lo caratterizza in questo momento, ha tutte le possibilità per ritagliarsi un ruolo rilevante nei rapporti con tutti i player del settore.

7. L'azienda ogni anno introduce sul mercato prodotti innovativi e diversificati al fine di coprire tutte le esigenze tecniche del consumatore. Maggiore è la preparazione del partner commerciale, migliore sarà il rapporto tra l'azienda e il consumatore finale, non dimenticando che specializzazione significa anche ampiezza di gamma per coprire le esigenze di tutti i runner.

LUCA BACHEROTTI

|| Se Running DOP sarà costante nel perseguire il proprio obiettivo, coinvolgendo sempre più punti vendita sul territorio nazionale e mantenendo quella coesione che lo caratterizza in questo momento, ha tutte le possibilità per ritagliarsi un ruolo rilevante nei rapporti con tutti i player del settore



BROOKS SALES MANAGER ITALIA



MARCO TRIMBOLI

|| Running DOP si deve affermare comunicando soprattutto ai neofiti del running che necessitano di maggiore assistenza e informazione. Chi sceglie i tecnici vuole un servizio e una consulenza di valore ed è disposto a pagare per questo



1. In azienda abbiamo seguito fin dalle primissime fasi la nascita del consorzio Running DOP e siamo stati la prima azienda a chiedere un incontro con il collettivo. La nostra posizione è sempre propositiva e aperta al dibattito, per cui siamo contenti di questa iniziativa.

2. L'obiettivo è offrire ai consumatori la migliore shopping experience possibile, dare la possibilità a chi corre, indipendentemente dal livello e dalle motivazioni, di trovare i prodotti e acquistare in base alle proprie necessità e abitudini. Chi sceglie i tecnici vuole un servizio e una consulenza di valore ed è disposto a pagare per questo.

3. Il vero focus rimane sempre il consumatore. L'etica di Running DOP deve filtrare il mercato reale, il valore aggiunto deve essere percepito da chi acquista un servizio e non solo un prodotto. Il consorzio si deve affermare comunicando soprattutto ai neofiti del running che necessitano di maggiore assistenza e informazione.

4. Brooks è felice di poter offrire ai runner i migliori prodotti e per far questo è necessario un dialogo e un'interazione continua Brooks-retailer-consumatore.

5. Brooks è un'azienda che produce solo running e i nostri prodotti sono qualitativamente e tecnicamente tra i migliori presenti sul mercato, sempre dal punto di vista di chi acquista. Brooks offre delle certezze. Si possono creare delle proficue sinergie commerciali anche con un singolo punto vendita, stiamo investendo molto sul fronte del servizio tecnico al rivenditore. Distribuzione selettiva e controllo dei volumi di vendita sono altre attività di gestione che portano a risultati concreti.

6. Punti di forza: i consorziati Running DOP sono e dovranno sempre essere dei tecnici specializzati e in Italia il tecnico è ancora un mercato di assoluto riferimento; servizi sempre più evoluti sono necessari per i consumatori. Punti di debolezza: mancanza di un'identità agli occhi dei runner, mancanza di un'identità commerciale comune che permetta di dialogare con una sola voce con le aziende.

7. Il dialogo con le aziende tecniche di riferimento deve essere costruttivo e innovativo, il mercato si evolve velocemente e si deve lavorare insieme per essere competitivi; una buona partnership è strategica per poter trovare delle soluzioni ottimali.

SAUCONY

DIRETTORE COMMERCIALE E MARKETING



1. Positivamente. Eravamo a conoscenza dell'iniziativa e l'abbiamo seguita, perché coinvolti dagli stessi negozianti nella fase embrionale del progetto, con molto interesse. Da anni Saucony Italia auspicava apertamente la nascita di un consorzio di specialisti, perché consapevole che il mercato avrebbe portato, nel medio termine, a situazioni non più sostenibili, per le quali ora si rende necessario un coinvolgimento dell'intera filiera.

2. Come tutti sanno, da sempre Saucony Italia è assente dalla grande distribuzione e dalla vendita online priva del negozio fisico. Questo perché riteniamo non solo prematuro esserci, ma perché crediamo che la strategia primaria debba concentrarsi sulla tutela dello specialista e di quei multi sport/multibrand che garantiscono lo stesso servizio del primo.

3. Se per etica intendiamo, nell'accezione dell'antica cultura greca, fare la cosa giusta, allora non possiamo che essere d'accordo. Le attuali dinamiche commerciali/distributive con le quali necessariamente bisogna confrontarsi non devono prendere il sopravvento su quanti, come Saucony, supportano una vendita tecnica, per favorire un acquisto consapevole ed emozionale. La leva del prezzo non può e non deve essere primaria.

4. Il nostro unico interlocutore è il presidente, ed è corretto e professionale che sia così. Il consorzio ha avanzato richieste a tutela dei margini e, soprattutto, dell'immagine e credibilità del gruppo. Un monitoraggio condiviso della rotazione di magazzino, per poter intervenire in caso di vendite non brillanti o giacenze; maggiore sinergia nelle attività di promozione e co-marketing. Richieste alle quali riteniamo che Saucony abbia risposto adeguatamente. Assicurando quanto sopra esposto, il DNA non solo non si snatura, ma diventa più forte.

5. Ci sono marchi che riteniamo imprescindibili per uno specialista e meno per un generalista. Lo dice chiaramente il mercato. Se una scelta alternativa è frutto di una visione obiettiva e coerente, priva quindi di spinte emotive, è comunque legittima e merita rispetto. Noi riteniamo di essere in una posizione privilegiata, perché il dialogo con gli specialisti è sempre stato soddisfacente e costruttivo. E gli specialisti hanno dimostrato di apprezzare quelli che riteniamo essere i nostri punti di forza: prodotto innovativo, condizioni commerciali e flessibilità.

6. Il punto di forza sta nella bontà del progetto che li unisce e nella legittimità delle loro riflessioni. Questo basta per sospendere ogni giudizio su eventuali punti deboli: in questa fase, vogliamo incoraggiare. Poi, se necessario, non mancheremo di far rilevare eventuali pecche.

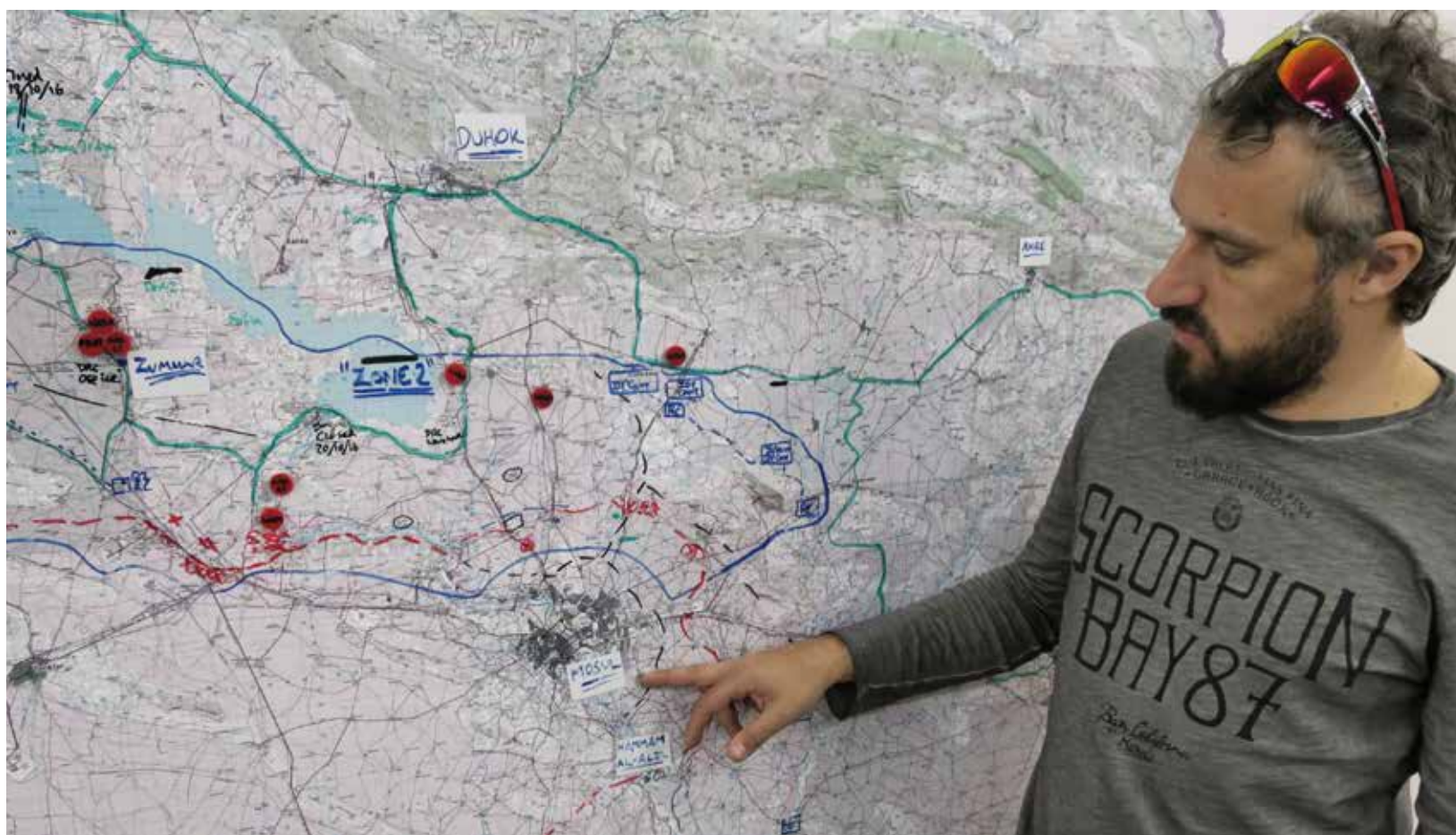
7. In natura non è l'animale più intelligente, o quello più forte, che sopravvive, ma quello che si sa adattare meglio ai cambiamenti. L'avvento della televisione e di internet non hanno fatto sparire la radio e la carta stampata di qualità. Perché la qualità, alla fine, pur in un mercato affollato e aggressivo, viene sempre premiata. Invito i negozianti a essere sempre positivi, perché il pessimismo non sarà mai un buon compagno di viaggio.

MORGAN GUIZZO

|| Da anni Saucony Italia auspicava apertamente la nascita di un consorzio di specialisti, perché consapevole che il mercato avrebbe portato, nel medio termine, a situazioni non più sostenibili, per le quali ora si rende necessario un coinvolgimento dell'intera filiera



IN LONTANANZA,
IL RIMBOMBO
DELLE ESPLOSIONI
CHE ATTANAGLIANO
LA TRISTEMENTE
FAMOSA MOSUL
SONO LA TRISTE
COLONNA SONORA
DELLE NOSTRE
CORSE
SULLE MONTAGNE
DEL KURDISTAN
IRACHENO.



Correre sulle alture che circondano Duhok



Mentre corro mi chiedo se oggi ha senso correre quando in lontananza sento le esplosioni sorde e crude che devastano vite e cose. Ogni tanto mi fermo, e nel silenzio assoluto, non più disturbato dal mio ansimare di runner poco allenato, i boati lontani sembrano ancora più vicini e cattivi. Ogni rimbombo ha un sapore amaro, di morte, che contrasta con la giornata di sole e vita che avvolge e illumina tutto il Kurdistan Iracheno. Sto correndo sulle alture desertiche che circondano Duhok, una cittadina di quasi un milione di abitanti che dista una ventina di chilometri dalla tristemente famosa Mosul. A differenza di questa, invasa e stravolta dalla brutalità dell'Isis, Duhok, protetta tra due file di montagne, non ha mai conosciuto la violenza delle milizie del Califfato e continua a vivere una sua quotidiana tranquillità. Con me, sparpagliati su per una montagna decisamente arida che non è tracciata da un vero e proprio sentiero ma ha tanti differenti percorsi disegnati dagli zoccoli delle capre, l'amico e compagno di viaggio Simone Bianchino. Con noi anche Fabrizio Minini che a Duhok vive e lavora, da un paio d'anni, come responsabile

della logistica di una ONG (Organizzazione Non Governativa) danese. Corriamo ognuno con il suo ritmo, per muovere le gambe, per guardarci un po' intorno, corriamo perché ci piace correre e da buoni trail runner alterniamo il gesto elastico con quello più tranquillo della camminata in montagna. Un luogo che ci ha già ospitati il giorno prima in un trekking che collega due grandi bandiere curde dipinte su roccia, vessilli che, come tanti altri sparsi in tutta la città, stanno a indicare il forte spirito indipendentista di questo popolo. Finito il tratto di montagna rientriamo verso il motel che ci ospita, correndo in una periferia scarna e sconquassata, dove alcuni resti bellici ci ricordano con esattezza la nostra collocazione geografica odierna.

LA SITUAZIONE BELLICA / La sera, davanti a una grossa cartina appesa al muro dell'ufficio al piano

terra della grande casa che ospita il quartier generale della Danish Refugee Council (DRC), la sua ONG, Fabrizio ci ragguaglia sulla situazione bellica. Una linea tratteggiata di pennarello rosso indica il fronte vero e proprio, dove sono appostati gli eserciti di una coalizione locale, mentre quella internazionale della NATO è solo d'appoggio aereo, protezione esterna e operativa per l'addestramento delle truppe locali. Alcune X rosse evidenziano i siti dei combattimenti, quelle cerchiare le battaglie in corso, le stesse che oggi, durante la nostra corsa pomeridiana, ci hanno fatto sentire la loro orrenda voce. Una linea continua di pennarello blu contorna la zona 2, quella a nord di Mosul, quella in cui sorgono gli 8 campi (dei 22 di tutto il Kurdistan Iracheno) in cui opera la DRC, che su questa carta sono messi in risalto con pedine circolari rosse. Poche linee verdi



Residui bellici nei pressi del bunker carcere voluto da Saddam Hussein



Simone si arrampica sul crinale roccioso che costeggia la diga di Duhok

ricalcano le strade accessibili per i civili, mentre alcuni adesivi bianchi con manoscritti blu inchiodano al muro i nomi delle cittadine della zona, con Mosul, suo malgrado, infelice epicentro. Fabrizio ci spiega di come i Peshmerga, l'esercito del Kurdistan Iracheno avanzino dal nord, l'esercito regolare d'Iraq (ISF), da sud, il PKK dei Kurdi Turchi, suddivisi in YPJ (unità femminile) e YPG, (unità maschile) dal nord ovest e, le poco raccomandabili milizie sciite, a chiudere il restante spazio a ovest, verso la Siria. Con la freddezza precisione di chi sa, ed è abituato a parlare di un argomento così crudele, il nostro amico ci racconta di una guerra che si combatte solo più a terra, con avanzate lente e sanguinose, in cui l'Isis purtroppo e molto vigliaccamente si difende facendosi scudo con i civili tenuti in ostaggio nella loro città. Una guerra orrenda, mi vie-

ne da pensare, come se esistessero guerre belle.

PER LE STRADE DI DUHOK / Camminando per le strade di Duhok, colorate e vivacizzate da bar e commerci di ogni tipo, usufruiamo del servizio fornito da folcloristici scambia valute che, con le loro mazzette ben impilate su tavolini bassi e stabili, occupano parte del marciapiede. Dotati della nuova valuta, ci infiliamo anche nel bazar, il grande mercato coperto, particolarmente bello, ricco di storia nelle sue mura e ricco di merce tra di esse. Spezie colorate e profumate si mescolano alle altrettanto variopinte stoffe ben esposte e suddivise in peso, qualità e consistenza. Dietro le stoffe, seminascosti, raffinati sarti tagliano e cuciono abiti su misura facendo rotare macchine da cucire ancora rigorosamente mosse a pedale. Dolci tipici affiancano mercanzie



Simone e Fabrizio
in una corsa "boarder-line"
tra i campi minati

di uso comune: giocattoli in plastica e bambole in stoffa dividono i banchi con cappelli in lana e fazzoletti quadrettati, ben piegati, troviamo kefiyah, i classici copricapi arabi che qui hanno nel rosso il colore dominante. Abbigliamento occidentale e tuniche locali sono esposti nelle stesse botteghe o almeno negli stessi settori di un bazar discretamente animato e spensierato che sembra essere lontano anni luce dalla tragedia della porta accanto. Nei piccoli e tipici bar rinchiusi tra le vecchie mura che trasudano storia, uomini dal caratteristico baffo corposo e ben curato bevono tè e fumano nar-

ghilè, mentre le donne, con o senza velo in testa, e quelle nascoste dietro il burqa nero sembrano ancora poco avvezze o non ammesse a tale piacere.

Altre corse, in altre giornate nuovamente spese sotto un sole splendente, ma accarezzati dal vento fresco tipico dell'autunno inoltrato, ci portano su differenti percorsi, di cui alcuni rigorosamente tracciati da cartelli triangolari rossi che segnalano la presenza di campi minati non ancora bonificati. Una corsa che indubbiamente ci fa riflettere, e mentre seppur attenti a dove met-

tiamo i piedi, siamo assorti nei nostri pensieri, nuove esplosioni ci richiamano alla triste realtà che vive e muore a due passi da noi. Nuovamente mi chiedo se oggi ha senso correre, ma corro, anche perché, purtroppo, non posso fare altro...

SUL PROSSIMO NUMERO /

La nostra rubrica Run the World, restando in terre aride e povere, si trasferirà nel deserto del Gobi, in Cina, a seguire la gara di corsa a piedi più lunga e massacrante del mondo.

www.runtheworld.it



La grande bandiera Kurda
dipinta sulle montagne
dietro Duhok

OVERSTEP YOUR LIMITS

OXYBURN

PIÙ ENERGIA

PIÙ RESISTENZA

MASSIME PRESTAZIONI

ABBIGLIAMENTO COMPRESSIVO

f i o oxyburn.it



LA MANIFESTAZIONE DEBUTTERÀ A BOLOGNA E ROMA, MENTRE L'APPUNTAMENTO DI CAGLIARI È ALLA QUINTA EDIZIONE. URBAN TRAIL È UN'OCCASIONE PER SCOPRIRE IL TERRITORIO, INCREMENTARE IL TURISMO ATTIVO, ESPANDERE LA CULTURA E DIFFONDERE I SANI VALORI DELLO SPORT.

Il circuito internazionale di Urban Trail si espande in Italia

Quando parliamo di Urban Trail, non ci riferiamo solo a un evento sportivo legato alla corsa, ma a una vera e propria manifestazione, esempio di turismo attivo, finalizzata a coinvolgere i cittadini, ma anche i numerosi turisti che ogni anno si riversano nelle città storiche in cerca di una vacanza alternativa e stimolante. Sono sempre di più infatti gli stranieri che amano conoscere il territorio e interagire con esso, cercando un arricchimento non solo culturale, ma anche sportivo. L'importanza dell'Urban Trail è soprattutto il legame con il cuore del territorio e la sua storia, che crea una fitta rete di relazioni tra enti e cittadini, associazioni sportive, punti vendita e uffici di promozione turistica. Inoltre è un'ottima occasione per

le aziende interessate a spingere e far conoscere il proprio marchio o il proprio prodotto nelle città coinvolte. Proprio per questo è nato il circuito internazionale di Urban Trail, che vede già protagoniste le città di Lisbona, Porto, Coimbra, Sintra, Lione e Cagliari. Da quest'anno si aggiungeranno Roma, Bologna, probabilmente anche Matera e per il futuro saranno coinvolte altre città.

L'EDIZIONE 2016 DI CAGLIARI / Il capoluogo sardo ha chiuso la sua quarta edizione di Urban Trail, svoltasi il 1° ottobre 2016, con 1.300 partecipanti che hanno invaso pacificamente il centro storico della città di notte, sotto le luci dei lampioni e delle torce, seguendo un percorso nelle vie

e negli angoli più suggestivi e segreti. Altissima la partecipazione anche dei camminatori, infatti oltre 500 hanno affrontato con spirito goliardico l'anello di 6 km a loro dedicato, mentre tutti gli altri hanno corso lungo il tracciato previsto di 11 km. Quest'ultima edizione inoltre ha sancito l'entrata ufficiale di Cagliari nel circuito internazionale di Urban Trail. Le aspettative per il 2017 sono alte, dovute soprattutto al crescente interesse e partecipazione a questo tipo di evento sportivo.

LE NOVITÀ DEL 2017 / Quest'anno nel circuito internazionale di Urban Trail, oltre a Cagliari, entreranno per la prima volta anche Roma (a luglio) e Bologna. Quest'ultima inaugurerà la sua

prima edizione il 1° aprile, in collaborazione con l'associazione Corri con Noi di Bologna. L'evento, che si svolgerà sempre di notte, ha lo scopo di far conoscere ai partecipanti i punti più significativi della città in totale sicurezza, con due itinerari: 6 km circa per la camminata e 12 km circa per la corsa. Divertimento e aggregazione avranno come scenografia i monumenti e i quartieri storici, tra vicoli, scale, piste ciclabili, piazze e giardini.

L'Urban Trail offre a tutti la possibilità di vivere e scoprire le città storiche in una chiave diversa dal solito, ma è anche un importante progetto strategico finalizzato a innescare un processo virtuoso di scambio e di confronto tra realtà

locali, nazionali e internazionali, dove il coinvolgimento a livello media e web regala una visibilità della manifestazione e delle aziende partner coinvolte e delle realtà operanti nel mondo sportivo, che va al di fuori dei confini della nostra nazione. L'ulteriore sviluppo di un circuito del genere può sicuramente attrarre investimenti, oltre che promuovere i territori e i beni delle nostre città storiche anche a livello internazionale, favorendone il turismo. Ne parliamo quindi oggi come una realtà giovane ma che ha tutte le carte in regola per espandersi sul nostro bellissimo territorio e diventare davvero importante per diffondere cultura, intrattenimento e sani valori legati al mondo dello sport.

www.urbantrailrun.it



Alcuni scatti dalle precedenti edizioni di Cagliari





ENGINEERS OF ACTIVE LAYERS

SINCE 1946



**NEW
EVOLUTION
WARM**

TESSUTO
TERMOREGOLANTE

SENZA
CUCITURE

DESIGN
INNOVATIVO



EVERUN™ AND FEEL LIKE YOU COULD RUN FOREVER?

TRIUMPH ISO3



WITH

EVERUN™
CONTINUOUS CUSHIONING

Ammortizzamento
superiore e più
vicino al piede

83%* di ritorno
di energia

Corri più forte e
più a lungo

Saucony's exclusive distributor for Italy: Sportlab Srl - Montebelluna TV

saucony.it/EVERUN

saucony®
FIND YOUR STRONG

*Risultati del confronto tra composto EVERUN ed EVA tradizionale. Analisi comparativa fornita da terzi.