

Running

MAGAZINE

ANNO 6 - NUMERO 10 - 2017



MAKE ANY TERRAIN YOUR PLAYGROUND

SCOPRI IL TRAIL RUNNING
CON LE NOSTRE WEBSERIES

su howtotrailrun.salomon.com

HOW TO
TRAIL
RUN

L'inverno reinventa ogni terreno di gioco. Entra a capofitto nella prossima stagione e goditi ogni sentiero, buio o innevato che sia. Con tutti i migliori suggerimenti, trucchi e consigli dei nostri esperti, ti divertirai come un pro.


salomon
TIME TO PLAY



THANK YOU FOR ALWAYS PUSHING US
TO BE BETTER.

#MOVEBETTERNATURALLY



Vieni a conoscere il marchio più premiato
negli **USA** nel **2016**.



DISTRIBUITO DA:

Option srl

Piazza Oberkochen, 17/2 - Montebelluna (TV)

Tel. e Fax: 0423/621515

mail: info@optionsrl.it

www.optionsrl.it

361°

SOMMARIO

Running

MAGAZINE

ANNO 6 - NUMERO 10 - 2017

361°

BRAND PROFILE

20 | UNDER ARMOUR RILANCIA
IN ITALIA CON OBERALP

FOCUS ON

14 | DIADORA: UN ANNO GIÀ DA RICORDARE...

LIBRI

11 | "DIVIETO DI SOSTA":
L'EPICA BIOGRAFIA DI FRANCO ARESE

DATI&STATISTICHE

12 | KONA COUNT 2017:
CHI SALE E CHI SCENDE ALLE HAWAII...

EVENTI

16 | BROOKS "ON AIR" CON LEVITATE

23 | CMP: QUANDO LA GARA
DIVENTA UNA FESTA

26 | IL RENDEZ-VOUS DI FINE ANNO
DI FOLLOWYOURPASSION

27 | SALOMON RUNNING MILANO,
CRONACA DI UN SUCCESSO ANNUNCIATO

28 | UN INFERNO SEMPRE PIÙ AFFOLLATO

SHOP

18 | MARATHON SPORT, MENO ONLINE
E FOCUS SULLA VENDITA IN STORE

FOCUS PRODOTTO

18 | HUAWEI WATCH2

TREND

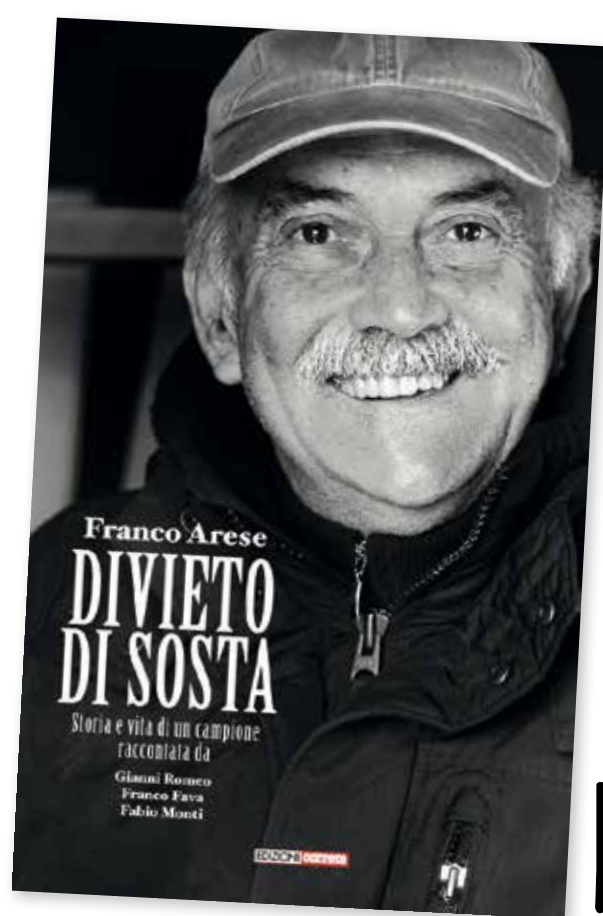
22 | SWIMRUN CHE PASSIONE:
LA VERSIONE DI ORAZIO (SPOTO)

RUN THE WORLD

29 | ESPORANDO IL BRUNEI A PICCOLE FALCATE

FOCUS SHOP

30 | SPORTIT: UNA SCELTA STRATEGICA



Odi et amo (il web)

Reminescenza da liceo classico questa del titolo. Per la cronaca è l'incipit e il titolo del carne forse più noto del poeta latino Catullo, la cui traduzione letterale è la seguente: "Odio e amo. Forse chiederai come sia possibile; non so, ma è proprio così e mi tormento". Non avete sbagliato giornale, siete sempre sulle pagine di Running Magazine. Ma mettendo in luce il contrasto di sentimenti che l'amore provoca, la citazione mi pareva perfetta per essere traslata ai nostri tempi. Questa volta non riferita a una persona fisica, ma al mondo digitale con annessi e connessi.

Dopo i primi anni di generalizzato entusiasmo che la rivoluzione digitale ha portato con sé, oggi le posizioni sono più sfumate. Senza per forza apparire anacronistiche, alcune persone, anche influenti (da non confondere con "influencer"), stanno instillando un ragionevole dubbio nella testa delle persone: è proprio tutto buono e bello quello che riguarda il web e il mondo digitale? Amato ma anche odiato per i cambiamenti che continua a generare nelle nostre vite, quotidiane e lavorative. Tanti di essi assolutamente positivi. Altri meno.

Di certo il mercato sportivo ha beneficiato di questi cambiamenti epocali in termini di visibilità e possibilità di raggiungere più facilmente una quantità di pubblico enorme senza più barriere. Dall'altra parte, la distribuzione tradizionale e i canali di vendita classici stanno subendo uno sconvolgimento epocale, che è ancora ai suoi inizi. Al cambiamento si può rispondere con immobilismo e rifiuto. Oppure mettendo in discussione le proprie certezze per

assecondarlo o magari anticiparlo. Ogni mese sul nostro giornale e ogni giorno sui nostri canali web (appunto), vi raccontiamo piccole o grandi storie di chi questo cambiamento lo cavalca con decisione e di chi prova a contrastarlo con i metodi tradizionali. Magari rivolti e attualizzati.

Sempre per rimanere in tema di citazioni latine, al di là dei luoghi comuni siamo davvero convinti che in questo caso "in medio stat virtus" ("la virtù sta nel mezzo")? Approcci troppo estremistici, da una parte o dall'altra, possono essere controproducenti. Insomma, che si ami o si odi il web, oggi è indispensabile conoscerlo, informarsi e rimanere aggiornati sulle sue evoluzioni. Lo sapevate che perfino Amazon starebbe valutando il lancio di un proprio private brand di ispirazione sportiva? Pensare che partì nel 1995 vendendo libri online...

A proposito: ok il web, i social, gli influencer (presunti o meno) e i loro tanti (spesso finti) follower. Ma non esiste ancora uno strumento digitale in grado di raccontare storie con eguale intensità, accuratezza e fascino rispetto a un bel libro. Come quello che vi presentiamo a pagina 11 e che parla della vita di un celebre personaggio dello sport e del running italiano come Franco Arese: oltre che grande atleta, presidente FIDAL per 8 anni e alla guida prima di ASICS (per 31 anni) e ora di Karhu. Per la cronaca: non usa neppure la mail. Questo non gli impedisce di essere pienamente protagonista del nostro tempo. Come e spesso più dei "web addicted".

PRIMO PIANO /

Lorenzo Delladio azionista unico di La Sportiva Spa



Lorenzo e Marco Delladio, proprietari rispettivamente del 51 e del 49% del capitale sociale de La Sportiva Spa, hanno definito l'uscita dalla compagine sociale di Marco, in comune accordo e con piena reciproca soddisfazione. In questo modo, Lorenzo (in foto assieme a Diego Pelizzari, direttore di Mediocredito Trentino Alto Adige) prosegue nelle attività di sviluppo di La Sportiva Spa come azionista unico.

"Questa operazione porterà a una governance unitaria dell'azienda, consentendo di proseguire nelle strategie aziendali pianificate, rafforzando la gestione operativa. Conto di dare ulteriore impulso ai piani di sviluppo e di investimento aziendali, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la leadership internazionale de La Sportiva".

Con il controllo totale della società, Lorenzo porterà avanti, con rinnovato vigore, la tradizione manifatturiera improntata al legame con il territorio, al rispetto dei collaboratori e all'innovazione continua, elementi e valori che da sempre contraddistinguono l'azienda. Mediocredito Trentino Alto Adige ha svolto la funzione di advisor finanziario di Lorenzo Delladio.

lasportiva.com

L'ambizioso piano di crescita del gruppo Cisalfa Sport



L'obiettivo dichiarato del gruppo Cisalfa Sport è quello di chiudere il 2017 a quota 460 milioni di fatturato, di cui 380 fatturati da Cisalfa e 80 da Intersport (il gruppo d'acquisto internazionale), in crescita rispetto ai 410 dell'anno precedente, con un ebitda di 30 milioni.

A dirlo è Vincenzo Mancini, il fondatore della catena di negozi sportivi che lo ha anticipato ad Affari & Finanza. Mancini, dopo averne venduto la maggioranza nel 2006, se l'è ricomprata nel 2013.

L'imprenditore ha inoltre spiegato: "Vi è l'ebitda che, quando abbiamo ripreso in mano l'azienda, era negativo per 5 milioni. Mentre oggi è in attivo di 30". Lo sguardo si rivolge poi al futuro. "Nei piani del gruppo c'è la quotazione di Cisalfa al listino di Borsa Italiana entro i prossimi tre anni. Il mio obiettivo è quello di condividere questo traguardo con i miei collaboratori, attraverso un piano molto importante di stock option".

Il primo passo mosso dall'azienda è quello di mettere sul piatto 5 milioni di euro per sviluppare il canale e-commerce che, entro il 2018, rappresenterà un asset molto importante. Inoltre, entro il prossimo anno, Cisalfa conta di aprire almeno una decina di nuovi negozi tra Milano, Bologna, Firenze, Roma e altre destinazioni.

Ad oggi, il gruppo Cisalfa Sport conta 140 negozi in tutta Italia, in cui distribuisce brand quali Nike, adidas, Salomon, Puma. 2.500 tra dipendenti e collaboratori, 1.4 milioni di tessere di clienti fidelizzati. Cisalfa Sport produce in licenza per realtà come Ellesse, Mistral, Fila e arena.

cisalfasport.it

Running
MAGAZINE

Editore

Sport Press Srl
Direttore responsabile: **ANGELO FRIGERIO**
Direttore editoriale: **BENEDETTO SIRONI**

Redazione:

Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB)
via Rondoni 11, 20146 Milano
Tel: 02.87245180 Fax: 02.87245182
Email: redazione@runningmag.it
Website: www.runningmag.it
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)

Anno 6 - N.10 - 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 30 ottobre 2017



GIACOMO DE BUONI

Scarpe nuove! Vado a farmi una corsa intorno al Colosseo.

Oct 2



GINEVRA D.
Divertiti!

Oct 2



ENRICO
Stupendo! Non correre troppo lontano.

Oct 2



GIANFRANCO ASSI
Aspetta, ti ho veramente visto correre fuori dal mio ufficio a Firenze? 🤔

Oct 16



CHIARA DE BUONI
Sono tua madre. Non ti sei presentato al matrimonio di tuo fratello.

Nov 3



PIERO DELPONTO
Ehi Giacomo, di solito le persone vengono a lavorare... Che fine hai fatto?

Nov 7



CRISTINA ALSONI
Ciao vicino, il proprietario di casa ha messo una notifica sulla tua porta. Dove sei finito?

Nov 15



GIACOMO DE BUONI
Haha, non riesco a smettere di correre! Immagino di essermi perso qualcosina. #daMilanoaRoma

Dec 1



brooksrunning.it/levitate | #levitate

EXPERIENCE INFINITE ENERGY

La Levitate e il suo DNA AMP ti forniscono il più grande ritorno di energia nel mondo delle scarpe tecniche da corsa. Non potrai più smettere di correre!





UNA "BANDIERA AZZURRA" PER LE CITTÀ PIÙ SPORTIVE

Si chiama "Bandiera Azzurra" e riconoscerà, qualificandoli come "Città della Corsa e del Cammino", i centri urbani che offrono ai propri cittadini la possibilità di praticare sport all'aria aperta in aree e percorsi certificati. Il progetto, frutto della sinergia tra l'Atletica Italiana e i Comuni (nello specifico FIDAL e ANCI), nasce da un'idea di Maurizio Damilano, campione olimpico di marcia e coordinatore dell'iniziativa. La "Bandiera Azzurra" sarà così uno strumento per moltiplicare i parchi urbani che permettono un'attività tanto semplice e immediata (camminare, correre, usare le palestre naturali) quanto determinante per la salute.

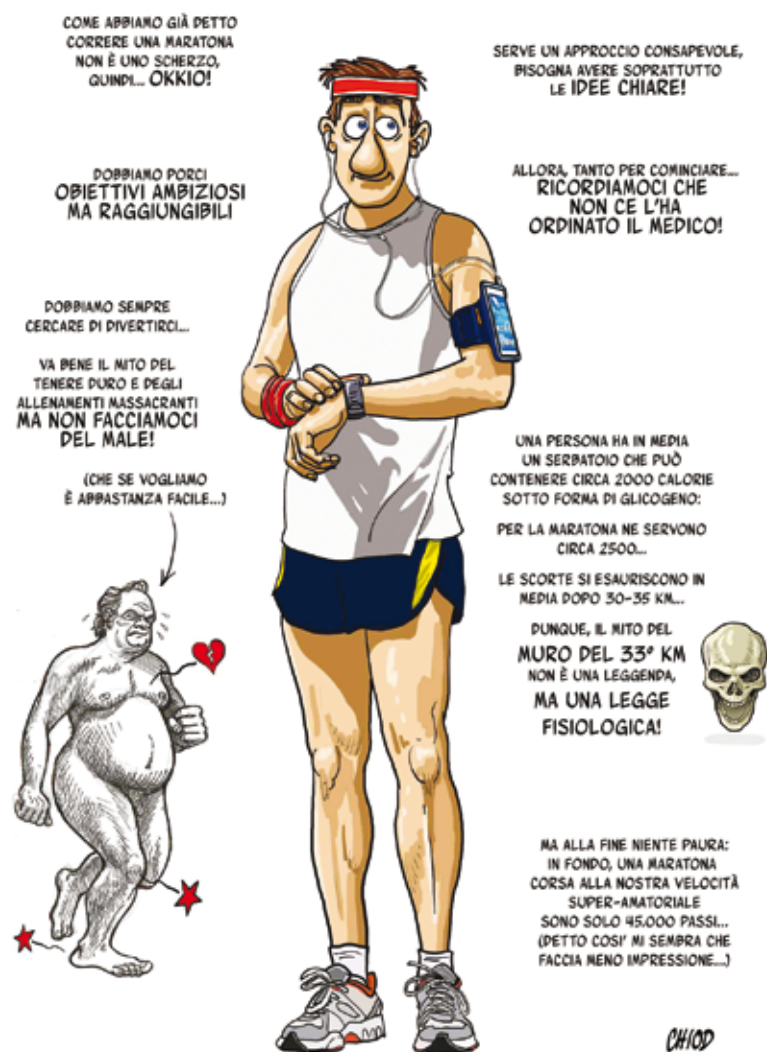
Per ottenere la Bandiera Azzurra della FIDAL, le città dovranno presentare dieci percorsi certificati e curati, specificatamente adibiti alla corsa o alla camminata, con il coinvolgimento di almeno un parco, offrendo occasioni per eventi e incontri su suolo pubblico, supportando FIDAL nell'organizzazione. Una volta raggiunta la certificazione, di durata annuale e rinnovabile, si entrerà nella app creata dalla Federazione che mappa i percorsi e li raccoglie in una guida.

fidal.it

IL MARATONETA PRINCIPIANTE: LA VIGNETTA DEL MESE

Grazie alla partnership stretta con Il Maratoneta Principiante, ogni mese su Running Magazine pubblicheremo un fumetto tratto da il suo Manuale, acquistabile online sul sito dedicato, su Amazon e presso una selezione di librerie e negozi di running.

ENJOY THE MARATHON! UN PO' DI RACCOMANDAZIONI...



ilmaratonetapricipiante.it

— MERCATO —



Athena distribuisce in esclusiva per l'Italia SmartShake

L'azienda vicentina Athena ha acquisito la distribuzione del brand svedese SmartShake, specializzato nella produzione di shaker pratici e colorati per tutte le attività, anche premiati nella categoria "Fitness e Salute" a ISPO.

La prima serie disponibile in Italia è la linea Original che, grazie a uno speciale trattamento – BPA e DEHP Free –, impedisce il rilascio di sostanze tossiche, mantenendo incontaminati liquidi e alimenti al suo interno.

Il nuovo shaker ha una capacità di 600 millilitri ed è dotato di due scomparti aggiuntivi che consentono di avere sempre con sé barrette energetiche o altri tipi di alimenti durante la pratica sportiva.

athenaevolution.com

Per BMW le maratone vincono su calcio e Formula 1



Il gigante automobilistico BMW sta cambiando modo di fare marketing sportivo. Friedrich Edel, che ne è responsabile presso la BMW Germany, in un'intervista con ISPO.com ha spiegato perché il produttore di automobili si è impegnato a sostenere come main sponsor la Berlin Marathon e perché la sua azienda sta ignorando lo sport nazionale, il calcio, in contrasto con i concorrenti Audi e VW.

"BMW ha aumentato notevolmente i propri voti di popolarità tra i partecipanti alla maratona, sia a breve che a lungo termine", ha spiegato Friedrich Edel. BMW sponsorizza anche diversi atleti come Anna e Lisa Hahner, Magdalena Neuner (biathlon), Stefan Glowacz (outdoor) e Alessandro Zanardi (motorsport / triathlon di lunga distanza).

ispo.com

TomTom si ritirerà davvero dal mondo dello sport?

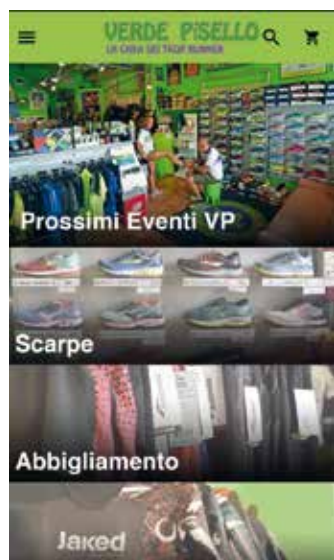
Secondo il sito sporttechie.com, nell'ultimo anno è stato difficile per alcune aziende del settore ottenere risultati positivi nelle wearable technologies. Il portale web, a questo proposito, ha riportato la notizia che TomTom sembra stia abbandonando il mercato e, a riprova di questo, riporta l'annuncio del brand di aver tagliato 136 posti di lavoro come risultato della riorganizzazione del suo business nel settore sportivo verso il consumatore.



TomTom ha riconfermato così la sua strategia di concentrarsi, invece, sulla navigazione e sulle tecnologie GPS. L'azienda aveva precedentemente fatto sapere che avrebbe iniziato a ritirarsi dai dispositivi wearable per lo sport a luglio, dopo il declino dei ricavi del sell out.

"Il mercato dei wearable è risultato sotto le aspettative", ha detto il ceo di TomTom Harold Goddijn alla rivista Forbes in luglio. "Per questo motivo e per concentrarci sui settori automotive e telematico, stiamo rivedendo le opzioni strategiche per il nostro business nello sport". L'azienda prevede di continuare a vendere questo genere di prodotti probabilmente per esaurirne lo stock. A settembre, TomTom aveva lanciato le app Fitness Age, Fitness Points e Personalized Workouts per affiliare gli utilizzatori di prodotti esistenti. Comunque, a causa dei tagli di personale, la possibilità di nuovi aggiornamenti per i prodotti già esistenti è incerta.

L'ULTIMA INVENZIONE DELLA CASA DEI TROP RUNNER



Cominciate a fare spazio nella memoria del vostro smartphone: lo storico negozio di Milano Verde Pisello, che anima le sponde del Naviglio Grande, ha lanciato una nuova app scaricabile da Google Play e Apple Store.

Si tratta di uno spazio sempre aggiornato su tutto ciò che gravita nel mondo Verde Pisello: dalle promozioni speciali ai nuovi arrivi, dagli eventi organizzati in negozio a tutte le attività e alle gare legate al VPGroup.

E anche uno shop online ancora più rapido e intuitivo del classico negozio online, attivo ormai dal 2010.

verdepisellomilano.it

DEEJAY TRAINING CENTER ON AIR CON ENERVIT



Domenica 1° ottobre è tornato l'appuntamento in radio con DeeJay Training Center, un programma interamente dedicato allo sport.

On air, come di consueto, il conduttore Linus, supportato da Stefano Baldini e Davide Cassani. Consigli, aneddoti, personaggi, curiosità, esperienze, emozioni e cultura sportiva raccontate direttamente dai tre conduttori che arricchiscono le puntate con il loro punto di vista unico e un po' "speciale". Ciclismo, maratona, triathlon e tanti altri sport sono i protagonisti della trasmissione che va in onda tutte le domeniche alle ore 12. Non mancano, inoltre, i consigli degli specialisti della nutrizione e dell'integrazione.

Elena Casiraghi, esperta in nutrizione dell'Equipe Enervit - sponsor del programma -, è il punto di riferimento per chi desidera chiedere informazioni specifiche. Basta scrivere a djtc@deejay.it o inviare un messaggio sulla pagina Facebook del programma.

deejay.it
enervitsport.com

ALL YOU HAVE TO DO IS RUN

BUSHIDO

Leggera, reattiva, aderente, perfetta per la corsa in montagna e su terreni sterrati, è studiata, sviluppata e testata in Val di Fiemme, Trentino, Dolomiti. Tomaia AirMesh a costruzione slip-on, sistema di stabilizzazione STB Control™, suola bi-miscela con appoggi differenziati FriXion XT™.

Bushido: la via del trail runner.

www.lasportiva.com

Become a La Sportiva fan

@lasportivatwitt

Val di Fiemme, Trentino

LA SPORTIVA
innovation with passion

SHOP NOW ON WWW.LASPORTIVA.COM

SU SKY LE "RUNNING PILLS" DI MAXI SPORT

L'Alpe di Siusi Running Expo, tenutosi nei primi giorni di luglio, ha riunito tante realtà legate al mondo della corsa, tra le quali il Maxi Team di Maxi Sport, rappresentato e diretto dal tecnico running Corrado, seguito dalle telecamere del programma Sky Icarus durante i vari test, fornendo spiegazioni su nuove tecnologie e anticipazioni dal mondo della corsa. Durante la due giorni a tutto running, Corrado ha avuto modo di provare le nuove collezioni di Brooks Running e New Balance, confrontandosi con i tecnici di Topo Athletic, il brand americano nato nel 2013, disponibile sul mercato da questa stagione. Il tecnico, inoltre, ha avuto modo di scambiare le sue opinioni con due grandi atleti: ha incontrato l'ultrarunner neozelandese Jonathan Wyatt, sponsorizzato da La Sportiva, e l'atleta di casa nostra Roberto Beretta, sponsorizzato invece dal brand Hoka One One.

Ne è uscito un servizio sulle nuove tecnologie running già andato in onda e non solo. Infatti, sono stati prodotti anche delle "Running Pills", cioè brevi servizi della durata di 90" incentrati su sette argomenti che andranno in onda da novembre per sette settimane.



Gli edit avranno una diffusione settimanale all'interno del format Icarus Sky Sport HD, con 15-20 repliche a settimana sui canali Sky Sport 2HD, 3HD, PLUS HD e MIX HD. Ciascuno sarà inoltre supportato da un contenuto social Facebook all'interno della pagina di Icarus Sky Sport HD.

maxisport.com

CALCATERRA VINCE IL CAGLIARI URBAN TRAIL



Il podio di Cagliari Urban Trail è di Giorgio Calcaterra. Con 36 minuti e 5 secondi, l'atleta romano si è aggiudicato la vittoria della quinta edizione della corsa notturna svoltasi nel centro storico del capoluogo sardo. Sono stati oltre 1.300 i partecipanti a tagliare il traguardo lungo il Bastione di Santa Croce, tutti con indosso una maglia giallo fluo e una torcia in testa per illuminare le strade della città. Il Cagliari Urban Trail non è stata solo una semplice gara di running in notturna, ma anche un suggestivo percorso, lungo 10 km, alla scoperta delle bellezze della città, illuminate per l'occasione dal fiume di luce delle torce dei partecipanti. Altissima la partecipazione dei camminatori: su 1.300 partecipanti, oltre 700 hanno affrontato l'anello di 7 km a loro dedicato, all'insegna del divertimento e dell'aggregazione tra sport e cultura all'aria aperta, come recita da sempre la mission dell'Urban Trail.

urbantrailrun.com

L'ESTREMO (PER TUTTI) DI ZITOWAY CHIUDE L'ANNO IN AFRICA



Zitoway – società specializzata in gare podistiche estreme (ma per tutti) – propone una bellissima sfida a conclusione del 2017: la 100 km of Namib Desert, in programma dal 3 al 10 dicembre 2017. Si tratta di una delle gare di running sicuramente più impegnative ed entusiasmanti.

Giunta alla dodicesima edizione, la competizione regala emozioni indimenticabili tra rocce rosse e immense piste di sabbia, sino a raggiungere la cima della "Crazy Dune", considerata la duna più alta del mondo. I partecipanti saranno ospitati dall'esclusivo Sossusvlei Lodge, magnifico resort a 5 stelle alle porte del deserto, dove troveranno tutto il comfort necessario per recuperare le energie, fisiche e mentali, necessarie ad affrontare una prova più che mai impegnativa.

zitoway.com

ALLA RUN4T CON IL TEAM ODLO



Grande successo per la sesta edizione della Run4T, corsa non competitiva organizzata da La Triennale di Milano con il supporto tecnico di Odlo. Una giornata all'insegna dello sport, che ha visto centinaia di runner professionisti o semplici appassionati sfidarsi in percorsi da 5 o 10 km all'interno della splendida cornice di Parco Sempione.

Tra questi anche un team Odlo, composto da brand ambassador e influencer del mondo running. Tra i partecipanti anche il direttore di Running Magazine, Benedetto Sironi, con un capitano d'eccezione: la bellissima e ultra sportiva Justine Mattera che, grazie al suo costante allenamento, si è aggiudicata il primo posto nella categoria donne 5 km.

La Run4T, nata dalla passione per la corsa di Claudio De Albertis – presidente della Triennale, oggi scomparso –, è un evento che unisce arte, design e sport in un'unica giornata con l'obiettivo di celebrare la relazione tra un'istituzione storica come Triennale, il Giardino delle Sculture e Parco Sempione, suolo di corsa per centinaia di milanesi che amano allenarsi all'aria aperta.

triennale.org-odlo.com

MARATONE

EA7 Milano Marathon: tutte le novità dell'edizione 2018



L'appuntamento per la EA7 Emporio Armani Milano Marathon è per il prossimo 8 aprile.

La diciottesima edizione, presentata a Palazzo Marino, cercherà ancora una volta di sorprendere partecipanti, partner e pubblico con le sue novità.

Lo scorso anno la manifestazione sportiva ha visto un sensibile aumento del numero degli iscritti, fino a sfiorare i 25 mila partecipanti complessivi, con un aumento del 43% sui finisher della maratona. Il percorso di Milano Marathon, completamente ridisegnato nel 2015 e rifinito con modifiche mirate anno dopo anno, è sicuramente uno dei punti di forza che lo scorso anno l'ha resa la maratona più veloce d'Italia.



Sempre confermata la Relay Marathon, anche quest'anno sostenuta e promossa dal title sponsor Europ Assistance che offre anche il servizio di assistenza sanitaria, uno degli elementi di eccellenza della manifestazione.

A un mese dall'apertura delle adesioni al Charity Program 2018, avvenuta a metà settembre, il 90% dei pacchetti disponibili è già stato assegnato alle Organizzazioni No Profit che hanno scelto di partecipare a questa grande iniziativa di fundraising, che lo scorso anno ha ampiamente superato il milione di euro di raccolta, ponendo EA7 Milano Marathon ai vertici in Italia tra i singoli eventi sportivi.

milanomarathon.it

ACEA Maratona di Roma: il successo del tour mondiale



Il turismo legato al running non soffre la crisi nella Capitale d'Italia. L'ultima statistica sulle iscrizioni per l'Acea Maratona di Roma dell'8 aprile 2018 conferma il dato. Dei 6.200 iscritti fino a oggi (trend in linea con quello dell'ultima edizione), il 61% proviene da fuori i confini nazionali. Si tratta di quasi 3.800 runner distribuiti tra le 106 nazioni registrate finora, con i francesi che, seppur in calo rispetto agli ultimi due anni, rimangono in vetta alla classifica della partecipazione internazionale con 870 iscritti. Crescono invece i britannici (630 iscritti) e gli spagnoli che, con 280 registrati, fanno segnare l'incremento maggiore in percentuale (+14%).



Dato che certifica il lavoro di promozione internazionale programmato dagli organizzatori.

Dopo le tappe del "Tour MdR 2018" di Varsavia, Lione, Amsterdam, Budapest e Buenos Aires, nei prossimi due mesi l'evento sarà presente agli expo delle maratone di Francoforte, Beirut, Nizza, Shanghai, Atene, Istanbul

e Valencia, per poi proseguire fino a gennaio con altre tappe europee e asiatiche.

L'expo che precede l'evento, dal 5 al 7 aprile, aprirà le porte nel Roma Convention Center (nella foto), conosciuto come la Nuvola di Fuksas. Il nuovo villaggio maratona sarà in grado di ospitare 250 espositori e si chiamerà "Sport Expo Marathon Village".

maratonadiroma.it

Patrocinio UNESCO per AGSM Verona Marathon

La Commissione Nazionale italiana per l'UNESCO ha deciso di concedere il proprio patrocinio alla maratona di Verona, considerando che essa si corre nel centro storico della città, iscritta nella lista dei luoghi Patrimonio Mondiale dell'UNESCO. Tenendo presente che anche le città di Ferrara, Siracusa, Roma, Venezia, Palermo, Aquileia, e Firenze sono nella lista del Patrimonio Mondiale e hanno le loro maratone, sarebbe utile creare un network ideale di maratone UNESCO in Italia per valorizzare ulteriormente il nostro patrimonio dei centri storici, mettendo in risalto la loro fruibilità anche a livello sportivo. Si tratta di un modo per sottolineare i legami tra sport, arte e cultura, tre elementi che contribuiscono a una vita sana e di qualità che si riflette positivamente, non solo a livello individuale, ma anche sul piano sociale. E per diffondere anche un'idea di turismo sostenibile.



veronamarathon.it

Venicemarathon: vince l'Italia (ma con l'aiutino)



È stata un'edizione da record, con oltre 13.000 partecipanti, la trentaduesima Venicemarathon, dove non sono mancati i colpi di scena. Infatti, se è vero che dopo 22 anni di attesa è finalmente tornato a vincere un italiano, è anche vero che c'è un prezzo da pagare per questa vittoria da parte dell'organizzazione, dal momento che l'azzurro di origine eritrea Eyob Faniel si è trovato improvvisamente primo al venticinquesimo chilometro, perché il gruppo di testa formato

dai keniani Chumba, Kipkemei Mutai e Metto e l'etiope Dawud ha sbagliato strada, imboccando una pista ciclabile e perdendo un paio di minuti preziosi. Pare che l'errore non sia imputabile agli atleti, ma ai mezzi apripista sul percorso. Un vero peccato per una manifestazione che ha sempre puntato a perfezionarsi di anno in anno non soltanto con l'evento principale della maratona, ma anche con tutte le iniziative ad esse legate. Fatto sta che, forse, questo inconveniente ha permesso a Faniel di passare al comando e, nonostante il vento contrario, riuscire a chiudere in solitaria con un tempo di 2h 12' 16", seguito da Mohammed Mussa (2h 15' 14") e dal marocchino Tariq Bamaarouf (2h 16' 41").

huaweivenicemarathon.it

PATAGONIA: NASCE A MONTEBELLUNA IL "CO-LAB"



Il 29 settembre scorso, Patagonia ha inaugurato il "Co-Lab" (Community Lab) a Montebelluna, uno spazio gratuito che viene messo a disposizione di enti e associazioni non profit locali impegnate nella tutela dell'ambiente e del territorio, promuovendo uno stile di vita sostenibile.

Il Co-Lab occupa circa 120 mq del primo piano dello store di Montebelluna ed è suddiviso in 4 grandi aree, con una cucina a disposizione di tutti. Si propone di creare un network di collaborazione tra comitati, enti e associazioni che abbiano a cuore le tematiche vicine al marchio statunitense, prima fra tutte la salvaguardia ambientale e del territorio. Tutte le associazioni, le start up e i gruppi interessati a Co-Lab possono fare richiesta allo store inviando una mail all'indirizzo:

store_montebelluna@patagonia.com.

eu.patagonia.com

AFFARI&SPORT INAUGURA UN NUOVO CORNER



Inaugurato venerdì 27 ottobre, il nuovo spazio espositivo Lab&Sport all'interno dello storico negozio specializzato running Affari&Sport di Villasanta (MB).

Una nuova parte di negozio, fortemente voluta dal titolare Michele Cecotti e firmata da Mizuno, dedicata alle aziende e alle società sportive. Sono intervenuti i vertici di Mizuno, Sara Brogiato (atleta professionista neo campionessa italiana di mezza maratona e sostenuta da Mizuno), la maratoneta Eliana Patelli, anche lei Mizuno, oltre a tanti altri amici di Affari&Sport. Tra questi Francesco Panetta, oro mondiale nell'87 sui 3000 siepi (ma anche coach come Giorgio Rondelli), Silvio Omodeo e tanti altri. Non sono mancati tanti ragazzi del Team Affari&Sport, tra i quali il capitano Roberto Cella, Loris Mandelli e Silvia Radaelli.

affariesport.com










Brunello Crossing 2018









MONTALCINO • 11 FEBBRAIO 2018

🍷 Sabato 10 febbraio VISITA GUIDATA alle cantine del Brunello 🍷
le gare competitive:



44Km



23Km



13Km

Brunello Crossing

RUN & WALK

nordic walking

13Km

non competitiva

www.BrunelloCrossing.it • walk.BrunelloCrossing.it



CANALICCHIO DI SOPRA

BROOKSHAW & GORELLI



SIRO PACENTI



Borgo Hotel
Fattoria Pieve a Salti
Montalcino - Toscana



ENOTECA
LA FORTEZZA
DI MONTALCINO

CRIOCAMERA, IL BENESSERE CHE VIENE DAL FREDDO

Siamo stati ospiti di Monticello SPA&FIT, nel verde della Brianza, per provare la Criocamera, novità dell'autunno 2017.

L'esposizione al freddo era una pratica già nota nelle culture egiziana, greca e romana, che ne apprezzavano le proprietà antinfiammatorie. Oggi, grazie all'innovazione tecnologica, questo elemento naturale diventa un vero alleato per il miglioramento delle performance sportive. Non a caso, è utilizzato da tempo dalle migliori società sportive professioniste in varie discipline, come l'AC Milan e la Federazione Italiana Rugby, solo per citare alcune.

La Criocamera consiste in un'esposizione del corpo a temperature molto basse, dai -90° ai -130°, per una durata di massimo 3 minuti, in funzione delle caratteristiche fisiche e degli obiettivi.

In ambito sportivo, la Criocamera è indicata anche per atleti amatoriali e per chi pratica abitualmente attività fisica. Ha grande efficacia nel trattamento degli infortuni, in caso di lesioni muscolari, sindromi miofasciali, tendiniti acute o sovraccarico e lesioni cartilaginee. Ma migliora anche la forza e la resistenza muscolare.

monticellospa.it





LONDRA E PARIGI ISPIRANO LE NUOVE SCARPE DI ADIDAS

adidas presenta due nuovi modelli da running ispirati e dedicati a due delle principali metropoli mondiali: la scarpa Made For London (AM4LDN) e il modello Made For Paris (AM4PAR). La prima è progettata per rispondere alle esigenze dei runner londinesi, abituati a correre anche per andare al lavoro. Dotata di tecnologia Boost, con una flessibile torsion bar Speedfactory che conferisce leggerezza e stabilità e suola ottimizzata con un maggiore grip, il colore principale della AM4LDN è il grigio, ispirato alle strade di Londra. Le strisce di rinforzo in tonalità blu e la soletta in Solar Red, richiamano le luci della città e i suoi tramonti. A Parigi, invece, è dedicato il modello AM4PAR, dotato delle stesse caratteristiche tecnologiche di AM4LDN, con una silhouette leggera che la rende ideale per distanze lunghe e brevi, ma anche per le diverse condizioni del fondo riscontrate nella capitale francese, dalle strade asfaltate a quelle acciottolate, dal cemento all'erba. Per questa scarpa è stata scelta una colorazione rosa tenue con effetto marmorizzato, che rievoca la natura scultorea di Parigi. I lacci, parzialmente riflettenti, aumentano la visibilità al crepuscolo, mentre la soletta in Solar Red rappresenta il bagliore della città all'alba e al tramonto. I due nuovi modelli saranno disponibili rispettivamente presso il flagship store adidas di Oxford Street a Londra, presso quello di Parigi sugli Champs Élysées oppure sul sito adidas.com

DISTRIBUITO DA / **adidas Italia** • 039.27151 • customer.service@adidas.com

ENERVIT BETAINA ENDURANCE SPORT SUPPORTA L'ATTIVITÀ FISICA PIÙ INTENSA

La linea Enervitene Sport Gel si arricchisce, nella versione classica, del nuovo gusto pineapple (ananas). Un prodotto energetico a base di carboidrati e vitamine, indicato in caso di sforzo intenso e prolungato nell'ambito della pratica sportiva.

Dall'esperienza Enervit nel campo della nutrizione, nasce anche l'innovativa linea di barrette Enervit Break. 100% vegetali, senza glutine né olio di palma, a base di avena e ricche di mandorle e nocciole, fonte di fibre e proteine. Naturalmente buone, sono ideali per la colazione, ma anche come break a metà mattina o pomeriggio. Per affrontare la giornata con la giusta dose di energia!



DISTRIBUITO DA / **Enervit** • 02.485631 • info@enervit.it



I designer che hanno progettato i nuovi tights e pants hanno pensato a ogni elemento, dalla lunghezza media ideale per ogni attività specifica, fino al design adeguato e confortevole a seconda dell'utilizzo per cui sono stati pensati. In particolare, i due modelli per la corsa sono Nike Speed Tights e Nike Epic Lux Tights. I primi, per favorire i movimenti ampi, tipici della velocità, sono stati creati con il minimo indispensabile, per esempio è stata eliminata la tasca della chiusura lampo che in genere si trova sul retro della cintura. Il cinturino

sui fianchi offre una maggiore copertura e la sensazione del supporto centrale. Il tessuto in poliestere-spandex è compressivo. "Una parte dell'obiettivo dei tights a compressione è ridurre il movimento dei tessuti molli" – spiega Munro, ricercatrice senior del Nike Sport Research Lab. L'Epic Lux, invece, è un tights più tecnico: presenta tre tasche: una tasca con cerniera sul retro della cintura con una barriera che aiuta a mantenersi asciutti quando si suda, una nuova tasca sulla destra per tenere il telefono e, infine, una piccola tasca a goccia nella parte anteriore della cintura, dove è possibile conservare materiale per lunghi tratti come i gel, le chiavi o il bancomat. La larga cintura dà la sensazione di sostegno del bacino, che è particolarmente importante quando si corre per diverse miglia. I pannelli morbidi dietro le ginocchia (nello stesso materiale usato all'interno della cintura) avvolgono i polpacci per mantenerli freschi e asciutti.

DISTRIBUITO DA / **Nike Italia** • 051-6115511 • www.nike.com

CON COLUMBIA L'ALLENAMENTO È OFF ROAD

La nuova collezione invernale è pensata per gli allenamenti o le competizioni più estreme, come trail running e ultra trail. La maglia Titan Ultra Half Zip, con tecnologia di raffreddamento attivata dal sudore, garantisce comfort e mantiene la pelle asciutta. Il trattamento antimicrobico protegge dalla formazione di batteri, garantendo freschezza. Presenta un orlo più lungo sul retro e dettagli riflettenti. Anche i Midweight Stretch Tight sono performanti, grazie alle cuciture ergonomiche, al tessuto elasticizzato in quattro direzioni e all'interno in Thermal Reflective. Le scarpe sono pensate per i terreni difficili e i percorsi lunghi: le nuove Colorado II hanno un equilibrio tra supporto, ammortizzazione e aderenza. La tomaia è senza cuciture, con collarino in schiuma e puntale rinforzato per garantire comfort e protezione. La suola leggera e flessibile protegge da rocce, radici e detriti presenti sul percorso. Infine, la giacca antivento, come la maglia, è dotata di una tecnologia che usa il sudore per abbassare la temperatura del materiale, accelerando il processo di traspirazione e mantenendo la pelle asciutta. Il materiale repellente resiste alla pioggia leggera ed è antimacchia.



DISTRIBUITO DA / **Columbia Sportswear Italy** • 0423.648756 • adallarmi@columbia.com

— NEW YORK MARATHON —

Diadora celebra #RuntoNYC con una felpa

#RuntoNYC è il concorso dedicato alle donne che Diadora ha lanciato a settembre 2016 e porterà le 20 vincitrici del contest a correre la Maratona di New York. Manca poco, il 5 novembre la squadra al completo sarà sulla linea di partenza per realizzare quello che è il sogno della maggior parte dei runner. Il brand ha deciso di celebrare questa esperienza con una felpa in limited edition. Linee e dettagli di questo capo raccontano una fattura Made in Italy, in jersey nero stretch con inserti, maniche in seamless e corpo in felpa stretch smerigliata e garzata. La parte posteriore è sovrapposta e leggermente aperta per lasciar intravedere la schiena, mentre il cappuccio ampio e avvolgente la rende trendy e femminile. Sul petto, una serigrafia a rilievo tono su tono riporta il fregio Diadora, sopra il quale, sempre in rilievo, svetta lo skyline di New York. La linea rosa rappresenta l'esperienza totalmente al femminile delle 20 runner selezionate e quanto questo progetto abbia cambiato il loro modo di pensare allo sport. La felpa, prodotta in 100 unità, verrà venduta a NY presso l'expo della Maratona, e a Torino presso Base Running.



DISTRIBUITO DA / **Diadora Sport** - 0423.6581 - info@diadora.it

New Balance dedica una linea alla regina delle maratone

Si chiama New Balance 2017 TCS New York City Marathon. La linea comprende il footwear e l'abbigliamento, con diversi modelli e capi tecnici da running, di cui fa parte anche la giacca Marathon Windcheater, idrorepellente e antivento. Il capo si ispira al celebre modello che porta lo stesso nome e che faceva parte della prima collezione di abbigliamento New Balance del 1978. A completare e arricchire la collezione, c'è la tecnologia New Balance, come NB Heat e NB Ice, così come un assortimento di capi lifestyle perfetto per gli spettatori che applaudono i runner nel giorno della gara. La collezione footwear della New Balance TCS New York City Marathon presenta, invece, tre diversi modelli: 860v8, 1400v5 e Zante v3. Alcuni elementi di design sulle asole dei lacci, sulla fodera del calzino, sull'etichetta della linguetta, sul logo NB, sull'intersuola e sulla suola, distinguono questi modelli in occasione della celebrazione della Maratona di New York.



DISTRIBUITO DA / **Gartner Sport** - 0471-062313 - info@gartner-sport.com

KOUSHI DI MIZUNO, LA NUOVA COLLEZIONE PER L'INVERNO

Si chiama Koushi la nuova linea di Mizuno per l'autunno inverno 2017/18. Leggera e confortevole, è stata concepita per fornire il massimo della termoregolazione e libertà di movimento. Le tecnologie utilizzate si chiamano Wind Protection e Water Repellent e si uniscono alla tecnologia Breath Thermo che mantiene la temperatura del corpo costante, garantendo un'ottimale termoregolazione durante le attività all'aria aperta d'inverno. Una buona performance, infatti, la si ottiene con una temperatura interna di circa 37°. Il tessuto Breath Thermo genera calore mantenendo la temperatura corporea costante, anche in condizioni estreme. Al contempo, la fibra assorbe l'umidità favorendo la fuoriuscita del sudore in eccesso e lasciando il capo sempre asciutto. Inoltre, la funzione antibatterica conserva il pH neutro del capo anche dopo ripetuti lavaggi. Il design dell'intera collezione Kuoshi Mizuno autunno-inverno 2017/18 si rifà alla simbologia giapponese e i materiali sono stati studiati per dare supporto ai runner. La gamma di colori dedicata ai capi femminili è ispirato al design nipponico, per l'uomo invece le linee nette e decise richiamano le strutture delle abitazioni in Giappone. Tutta la collezione è caratterizzata da dettagli riflettenti per correre anche in condizioni di scarsa visibilità.



DISTRIBUITO DA / **Mizuno Italia Srl** • 011.3494811 • info@mizuno.it

THULE RINNOVA I PASSEGGINI DEDICATI AL RUNNING

Thule rinnova i suoi passeggini Urban Glide e Glide aggiungendo funzioni avanzate e un nuovo design. Entrambi dedicati ai runner, Thule Glide 2 è più veloce e leggero. Con la ruota anteriore fissa, ha grandi ruote da 18" e spazio per la falcata, mantenendo i bambini comodi e sicuri. L'imbragatura imbottita è completamente regolabile e offre una perfetta vestibilità, il tettuccio ventilato protegge dagli elementi atmosferici. Disponibile solo nella versione singola in Jet Black, il seggiolino si alza per consentire il riposo anche in movimento. Thule Urban Glide 2, invece, è disponibile in versione singola o doppia. Il design include grandi ruote da 16" e sospensioni che garantiscono comfort e controllo. La ruota anteriore è girevole per passeggiare muoversi in città, ma si blocca rapidamente e facilmente per fare jogging o se si percorrono terreni più ruvidi. Il passeggino singolo è disponibile in quattro colori Dark Shadow, Mars, Thule Blue e l'elegante Black on Black. Thule Urban Glide 2 Double, invece, è disponibile in Jet Black. Per una maggiore comodità, Thule Urban Glide 2 dispone di una vasta gamma di accessori, tra cui la culla e l'adattatore per sedili auto. Entrambi i modelli sono disponibili da gennaio 2018.



DISTRIBUITO DA / **Panorama Diffusion** • 0472.201114 • info@panormadiffusion.it

“Divieto di sosta”: l’epica biografia di Franco Arese

350 PAGINE CHE RIPERCORRONO IL PASSATO GUARDANDO AL FUTURO.
UN MONITO A RIMANERE SEMPRE "IN PISTA" E COMPETITIVI.
NELL'ATLETICA COSÌ COME NELLA VITA

Franco Arese - ex mezzofondista, primatista italiano, campione europeo, imprenditore e presidente FIDAL per due mandati - il 18 ottobre scorso è riuscito in una grande impresa. Quella di riunire in un'unica sala, quella dell'hotel Melià di Milano, i "monumenti" dell'atletica (e non solo) italiana e internazionale per la presentazione del suo libro: "Divieto di sosta". Davanti a un Arese emozionato ma quanto mai brillante, un parterre di grandi campioni olimpici, mondiali ed europei hanno ripercorso insieme a lui cinquant'anni di storia dello sport.

Da Gianfranco Baraldi, nove volte campione italiano, a Livio Berruti che ha ricordato i tempi dei raduni in Finlandia, fino a Fabrizio Donato, ultima medaglia azzurra a cinque cerchi a Londra 2012. Passando per leggende internazionali come i "finlandesi volanti" Lasse Viren e Pekka Vasala, cinque titoli olimpici in due. Quest'ultimo autore anche di una simpatica "carrambata" sul palco dell'hotel Malia. Quarantacinque anni dopo, il campione olimpico dei 1.500 metri ai Giochi di Monaco di Baviera 1972 ha voluto restituire ad Arese quel paio di chiodate (firmate adidas) che lui stesso gli regalò quando, a detta sua, non era ancora nessuno. Arese ha colto quindi l'occasione per un gustoso aneddoto: le celebri "tre strisce" furono in realtà inventate dal marchio finlandese Karhu (ora di proprietà dello stesso Arese). Negli anni '50 furono poi vendute ad adidas in cambio di una modica cifra e un paio di bottiglie di whiskey...

Tornando all'evento, seduti in prima fila c'erano anche l'ex cestista Dino Meneghin e Novella Calligaris, la più famosa nuotatrice di tutti i tempi, prima medaglia olimpica del nuoto italiano e prima primatista mondiale. Un tuffo malinconico ma bellissimo nel glorioso passato dell'atletica e, in generale, dello sport. Tra ricordi ancora vivi, goliardate e continue rincorse a nuovi record. Il pretesto la presentazione della biografia di Franco Arese, raccontata in un libro scritto insieme a tre giornalisti sportivi che gli sono stati sempre vicini, anche come amici e compagni di squadra. Gianni Romeo, Franco Fava e Fabio Monti si sono spartiti il lavoro dividendo la storia della vita di Arese in tre fasi: dalle prime competizioni

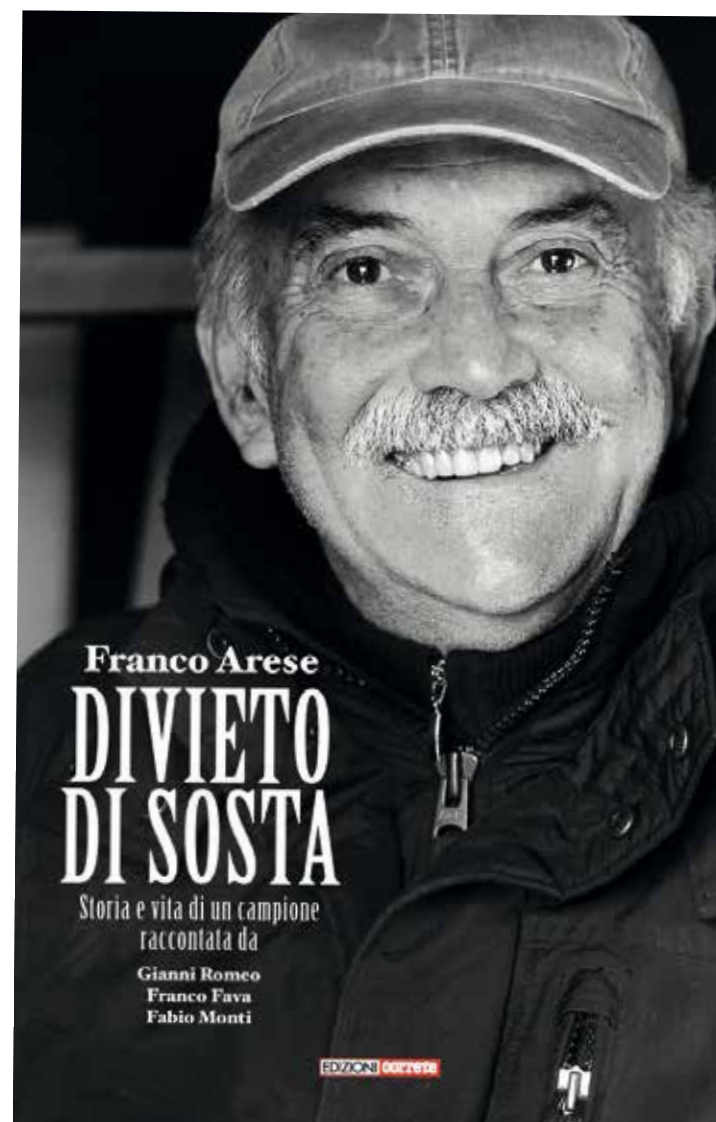


Pekka Vasala, 45 anni dopo, restituisce a Franco Arese il famoso paio di scarpe chiodate.



15 agosto 1971: vittoria nei 1.500 mt agli Europei di Helsinki in 3'38"4, anche record dei campionati.

fino ai primi successi, la stagione agonistica con vittorie, record e medaglie, e con esperienze per quell'epoca pionieristiche, come i ritiri all'estero e la scoperta delle gare indoor in America, fino alla vita post-carriera atletica da imprenditore di successo e dirigente sportivo. Arese è stato infatti per 31 anni presidente di ASICS Italia, ha guidato la FIDAL dal 2005 al 2012 e oggi, insieme ai tre figli, è al comando della storica azienda finlandese Karhu, come anticipato. Il libro è arricchito da foto inedite e stralci di articoli che danno l'idea di quanto il mondo dello sport sia cambiato in mezzo secolo, e dalla prefazione firmata da un altro noto giornalista sportivo come Gian Paolo Ormezzano.



Arese con tre campioni olimpici: da sinistra, Kip Keino, Alberto Cova e Sebastian Coe, oggi numero uno della Federatletica mondiale.



Nella foto sopra, a 17 anni Arese vince a Cuneo il campionato provinciale di corsa campestre.



Franco Arese con Usain Bolt.

Il risultato di questo lavoro di squadra è un racconto che ripercorre il passato per risvegliare emozioni vere. Perché - come ha ricordato l'ex triplista e lunghista italiano Beppe Gentile durante la presentazione - per rilanciare l'atletica e tornare a motivare i giovani occorre far leva sui sentimenti.

IL PROTAGONISTA E GLI AUTORI /

FABIO MONTI. Nato a Milano nel 1956, ha lavorato a La Gazzetta dello Sport dal 1978 al 1981, al Corriere dello Sport dal 1981 al 1986 e alla redazione sportiva del Corriere della Sera fino al 2015.

GIANNI ROMEO. Nato a Torino nel 1940, ha lavorato a Tuttosport dal 1960 al 1966, a La Gazzetta dello Sport nel 1967, ancora a Tuttosport dal 1968 al 1982 e alla redazione sportiva della Stampa dalla fine del 1982 al 2000.



FRANCO ARESE. Nato a Centallo (CN) nel 1944. È stato campione europeo sui 1.500 m nel 1971; ha vinto le Universiadi nel 1970, conta 38 presenze in nazionale, è stato primatista italiano dagli 800m ai 10.000m. Per 31 anni presidente di ASICS Italia (dal 1981 al 2013), ha presieduto la Federazione italiana di atletica leggera dal novembre 2004 alla fine del 2012. Ora guida, insieme ai tre figli, l'azienda finlandese Karhu.

FRANCO FAVA. Nato nel 1952 a Roccasecca (FR), dal 1972 al 1977 è stato 16 volte primatista italiano (detenendo contemporaneamente tutti i primati, dai 3.000 m piani all'ora di corsa), 12 volte campione nazionale, quarto agli Europei 1974 nei 3.000 siepi e al Mondiale di cross, ottavo nella maratona olimpica del 1976, due volte campione mondiale universitario (1975). Giornalista e firma storica di Correre, ha lavorato per il Corriere della Sera, è stato responsabile dell'ufficio stampa laaf dal 1989 al 1991, scrive di atletica sul Corriere dello Sport-Stadio dal 1991.



Kona count 2017: chi sale e chi scende alle Hawaii...

IL FAMOSO IRONMAN NON È SOLO TRA LE COMPETIZIONI PIÙ CELEBRI AL MONDO, È ANCHE UN'OCCASIONE PER TIRARE LE SOMME SUI MATERIALI UTILIZZATI E I BRAND SCELTI DAGLI ATLETI PER AFFRONTARE LA GARA

SCARPE DA RUNNING / Analizzando la tabella di Lava Magazine e riprendendo le considerazioni fatte dal sito Triathlontime.com, già lo scorso anno ASICS aveva il fiato sul collo, quello di Hoka One One, a solo un punto percentuale dal colosso giapponese. Quest'anno il sorpasso non solo c'è stato, ma l'azienda californiana si è staccata di sei punti percentuale dai suoi inseguitori.

Un ottimo risultato, se si pensa che nel 2010 il brand non c'era ancora, insieme a ON Running e Skechers, anch'esse partite da zero e arrivate ad ottimi risultati (settima in classifica la prima e undicesima la seconda). In particolare, l'ascesa di Skechers è dovuta agli investimenti mirati fatti dall'azienda, che hanno contribuito a un aumento delle vendite soprattutto nell'ultimo anno, portandola vicino a Newton e Mizuno. In generale, in questi sette anni il mercato delle scarpe nell'ambito del triathlon è cambiato, forse perché, da un lato, i triatleti sono più aperti alle novità rispetto ai maratoneti e ai runner medi che prediligono sempre quei cinque/sei brand leader. E quindi i nuovi marchi riescono a farsi spazio e a ingrandirsi.

Dall'altro lato, questo mercato è più penetrabile, sia per densità sia per i minori costi di investimento necessari per entrarvi. Se ci soffermiamo ancora sulla tabella del count, infatti, vediamo che i big del mercato del running sono rimasti più o meno stabili negli anni o hanno subito una leggera diminuzione: ASICS scende al 12% mentre i risultati di Saucony, Brooks, Adidas, Nike e Mizuno restano pressoché invariati. Anche Newton e K.Swiss hanno subito un'inflessione negativa. L'azienda di Boulder era partita nel 2010 molto bene, sull'onda della novità del prodotto, ma poi potrebbe essersi "adagiata" sulle vittorie del suo testimonial, il campione di triathlon Craig Alexander. La seconda, invece, ha smesso di produrre scarpe da running arrivando al 2017 quasi a zero.

CALZE A COMPRESSIONE / Il leader indiscusso, come si evince dalla tabella, è Compressport, che abbraccia circa metà del mercato, prendendo una distanza importante dagli altri brand come CEP, 2XU, Zensah, Skins, BV Sport, ecc. La tendenza che però salta all'occhio è la diminuzione del numero degli utilizzatori, che nel 2014 erano 321 e tre anni dopo solo 244. Evidentemente i cambi e il passaggio veloce da una disciplina all'altra non ne favoriscono l'utilizzo.

WEARABLE GPS E CARDIOFREQUENZIMETRI / La tabella di Lava Magazine parla chiaro. Garmin monopolizza il mercato coprendone oltre il 90%. Polar e Suunto si riconfermano rispettivamente secondo e terzo, ma con numeri nettamente inferiori.

BRAND	TREND	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Hoka One One	++	18,1	16	11,6	6	1,9	1,7	0,4	0
Saucony	-	12,6	13	14,3	14,5	16,5	14,6	15,5	11,7
ASICS	--	12,4	17	17,5	17,7	17,5	17,8	21,1	27,5
Brooks	+	8,5	8	9,2	10,3	9,5	10,8	8,9	9,6
New Balance	=	8	8	5,2	3,7	3,0	2,8	2,4	3,3
adidas	=	7,3	7	7,2	6,9	6,4	5,4	5,4	4,6
ON Running	++	6,9	4	5	4,6	2,9	1,7	0,2	0
Nike	=	5,7	6	4,5	5	6,4	7	6,2	6,8
Newton	--	5,4	8	9,2	10,7	9,7	11,9	11,7	12,1
Mizuno	-	4,4	5	6,2	5,9	6,9	6,4	6	5,8
Skechers	+	3,7	2	2,6	1,7	1,1	0	0	0
Altra	=	2	2	0,2	0	0	0	0	0
Zoot	--	1,3	3	3,9	5,9	4,7	5,5	5,4	4,9
Salming	++	1,3	0	0,2	0	0	0	0	0
Under Armour	New	0,004	0	0	0	0	0	0	0
Other	-	0,002	1	0,8	2,4	3,6	2,5	4	3,6
Pearl Izumi	+	0,002	0	0,9	1,7	0,0	0	0	0
Scott	New	0,002	0	0	0	0	0	0	0
Puma	=	0,002	0	0,4	0	0	0	0	0
Inov8	=	0,002	0	0,3	0	0	0	0	0
K-Swiss	=	0,0005	0	0,9	2,3	5,4	10	13,1	9,9
Merrel	New	0,0005	0	0	0	0	0	0	0
Vibram	New	0,0005	0	0	0	0	0	0	0

BRAND	TREND	2017	2016	2015	2014
Compressport	=	115	112	126	127
CEP	-	46	52	52	71
2XU	-	23	33	58	45
Zensah	+	11	9	1	5
Skins	+	10	7	7	9
BV Sport	-	10	16	7	9
SLS3	New	9	0	0	8
Other	-	7	29	9	13
Zoot	-	4	9	7	11
Nike	New	2	0	0	0
Kalenji	New	2	0	0	0
Mizuno	New	1	0	0	0
XBionic	-	1	2	1	2
Orca	+	1	0	0	2
Hoka One One	+	1	0	0	1
Sural	-	1	2	0	1
Sigvaris	-	0	1	0	3
TOTALE		244	272	277	321

BRAND	TREND	2017	2016
Garmin	+	1869	1673
Polar	+	91	85
Suunto	--	20	47
Timex	--	13	24
TomTom	--	9	16
Smart watches	New	5	0
Fitbit	-	0	1
TOTALE		2007	1846

ACTIVITY KEY LAND ROVER

PERCHÉ CI SONO DOMANDE PIÙ INTERESSANTI DI "E ORA DOVE METTO LE CHIAVI?".



ABOVE & BEYOND



Scopri l'Activity Key Land Rover. Il braccialetto robusto e waterproof che ti libera dal pensiero delle chiavi: lasciale all'interno dell'auto, indossa l'Activity Key, e potrai aprire e chiudere la tua Nuova Discovery in un gesto, con la massima comodità. Così potrai concentrarti solo sul tuo sport preferito.

landrover.it





Un anno... già da ricordare



Romina Zanchetta con le #diadorabili, le vincitrici del web contest #RunToNYC.



Abbiamo intervistato Romina Zanchetta – responsabile marketing e comunicazione di Diadora – quindici giorni prima di partire per la maratona di New York che correremo insieme alle venti fortunate vincitrici del web contest #RunToNYC. Con questo progetto, che Gelindo Bordin ha voluto fortemente declinare al femminile, Diadora ha sancito il suo grande ritorno sul campo, anzi onroad. Ma non è finita qui. Il 2018 vedrà Diadora protagonista di altre numerose iniziative, anche all'estero, che faranno appassionare ancora di più i runner al brand. Romina qualcosa ce lo ha già svelato.

Tu e Gelindo Bordin siete le anime del progetto #RunToNYC che sta volgendo al termine. Raccontaci come è nata l'idea.

Volevamo approcciare il mondo femminile con un progetto che coinvolgesse le donne in prima persona, che ne evidenziasse la tenacia ma senza rinunciare alla femminilità, che parlasse di sport con la "S" maiuscola insomma. Ho cominciato a pensarci in ogni momento libero, coinvolgendo anche i ragazzi del team. Ma poi, si sa, le idee arrivano sempre quando meno te lo aspetti. Ero a cena a casa di un'amica, arrivò sua sorella minore di 25 anni e cominciammo a parlare di Diadora. A un certo punto le chiesi: "Ma se Diadora ti proponesse di allenarti e di portarti a correre la maratona di New York cosa diresti?". E lei: "Che figata!". E pensare che all'epoca lei non praticava ancora nessuno sport. Quando il lunedì dopo tornai in ufficio, dissi: "Gelo, ho avuto un'ideona per il progetto donna". Gliela raccontai, seguirono tre secondi di silenzio – i più lunghi della mia vita – ma poi sul suo viso apparve un'espressione poco decifrabile e dalla sua boc-

ca uscì un "Che figata!". Tutto partì da lì...

Dal lancio del web contest su facebook a oggi è passato un anno. Come è andata?

È stato un anno molto intenso. A settembre dell'anno scorso si candidarono in 700 e il meccanismo era di una semplicità disarmante. Nessuna giuria di qualità a fare da filtro. Avrebbero vinto le venti ragazze che al 31 dicembre 2016 si sarebbero aggiudicate più voti. Arrivarono oltre 150.000 voti validi, quattro mesi intensissimi di "propaganda sportiva". Ora siamo arrivati alle battute finali, ormai siamo una vera squadra. Sono perfino nate delle amicizie.

ca uscì un "Che figata!". Tutto partì da lì...

Dal lancio del web contest su facebook a oggi è passato un anno. Come è andata?

È stato un anno molto intenso. A settembre dell'anno scorso si candidarono in 700 e il meccanismo era di una semplicità disarmante. Nessuna giuria di qualità a fare da filtro. Avrebbero vinto le venti ragazze che al 31 dicembre 2016 si sarebbero aggiudicate più voti. Arrivarono oltre 150.000 voti validi, quattro mesi intensissimi di "propaganda sportiva". Ora siamo arrivati alle battute finali, ormai siamo una vera squadra. Sono perfino nate delle amicizie.

È un progetto che ha superato decisamente tutte le aspettative, anche le più ambiziose e che culminerà con un libro. La frase più bella che mi sono sentita dire? "Diadora ci ha cambiato la vita".

Nel 2018 #RunToNYC si replicherà? Con lo stesso format?

Il progetto è piaciuto tantissimo e due nostri partner ci hanno chiesto di replicarlo in Germania e in America. Ma Paganini non si ripete, dicono, quindi il format non potrà essere lo stesso. Scherzi a parte, ci stiamo lavorando, quindi al momento bocca cucita.



Le vincitrici del web contest #RunToNYC a La Mezza di Treviso.

– CHI È ROMINA ZANCHETTA –

Nata a Conegliano, dopo un anno di studi in Olanda, una laurea in Scienze Politiche, un anno di lavoro in Francia e un Master in marketing e comunicazione, Romina inizia la sua esperienza sul campo in Geox. Nell'azienda di Montebelluna ci rimane per dieci anni occupandosi di pubbliche relazioni, prodotto e corporate per l'estero, nonché di progetti di marketing sportivo.

Da dicembre 2014 è responsabile marketing e comunicazione di Diadora.

Il suo primo amore – ci svela – non è però la corsa, ma il pattinaggio artistico che l'ha portata in giro per l'Europa per svariati anni, permettendole di realizzare, tra un ruzzolone e l'altro, il suo vero grande sogno di ragazzina: diventare campionessa europea di pattinaggio artistico gruppi spettacolo insieme alla sua squadra di allora, il Roller circus.

Fuori dall'Italia avete in programma qualche attività per far appassionare anche i runner stranieri al brand Diadora? Quali sono i primi mercati europei?

Certo, Germania, Francia, America sono mercati focus per lo sport, anche se molto più giovani rispetto all'Italia. Siamo presenti con varie attività sul campo, per esempio la 20 km di Parigi di cui siamo partner ormai da due anni e che coinvolge più di 30 mila persone, e la Marseillaise des Femmes a Marsiglia appunto. New entry dell'anno è stata la 10 km di Philadelphia, primo evento running Diadora in USA, mentre nel 2018 saremo di nuovo protagonisti – lo siamo stati anche quest'anno – della maratona di Bonn, in Germania.



Lo staff della Canottieri Olona 1894.



Diadora è sponsor tecnico di molte gare podistiche italiane, in particolare di quelle dove la presenza femminile è parecchio alta, come la Mezza di Treviso e l'Avon Running. Il segmento donna quanto pesa oggi sulle vostre vendite globali rispetto all'uomo?

Crediamo tantissimo nel progetto donna e i risultati cominciano a essere considerevoli. Le vendite sull'abbigliamento femminile hanno superato quelle dell'uomo in Italia, mentre sulle calzature il rapporto è ancora di parità.

Siete sponsor anche del circuito FollowYourPassion che si concluderà il 26 novembre a Milano con la Milano21 Half Marathon. Proseguirà anche nel 2018 questa collaborazione?

Sì, certo.

Qual è il posizionamento attuale del marchio nel running. Vi soddisfa o state lavorando ancora per migliorarlo e in che direzione? Quali sono i vostri valori di riferimento?

Dal punto di vista di posizionamento

marketing, lo sport per noi è prima di tutto divertimento e condivisione di una passione. Non a caso tutti i nostri progetti - dalla Bright Delivery al Guinness World Record sino a #RunToNYC - comunicano esattamente questi valori e puntano al coinvolgimento del nostro consumatore. Per chi non lo sapesse, Bright Delivery è stata la prima campagna di brand SS16 in cui abbiamo organizzato una staffetta lunga 1.500 km per la consegna di un paio di scarpe da Caerano, dove ha sede Diadora, a Barcellona. Per il Guinness World Record abbiamo invece chiesto a 1.800 ragazzini di palleggiare nello stesso momento per più di 10 secondi. Record battuto, siamo i campioni in carica!

Quali sono gli atleti che hanno deciso di legarsi al brand Diadora?

Da Yohanes Chiappinelli a Daniele Meucci, da Marta Zenoni a Pietro Riva, la Run Academy diventa ogni anno sempre più ricca di atleti. Ai senior come Meucci affianchiamo i giovani talenti perché gli uni possano imparare dagli altri.

Ora Diadora veste anche lo staff della Canottieri Olona 1894, uno dei club sportivi più esclusivi di Milano, dove anche io mi alleno. Entrambi, negli ultimi anni, avete intrapreso un importante cammino di rinnovamento. Come è nata questa partnership e come si svilupperà?

Cercavamo un partner strategico che rispecchiasse in parte la storia della nostra azienda, poiché come Diadora anche la Canottieri Olona 1894 è rinata dalle ceneri come una Fenice. La Canottieri Olona è tra i centri sportivi più importanti di Milano, città che fa da padrona nel mondo del tennis e del running. Diadora, a partire dal mese di settembre 2017, veste nello specifico sia le aree tecniche (tennis, palestra e canottaggio) con la parte abbigliamento active, sia le parti di servizio (segreteria, ristorazione e manutenzione) con articoli sportswear e utility.

Avete qualche altro accordo simile in altre parti d'Italia?

A oggi abbiamo all'attivo diverse collabo-

razioni e sponsorizzazioni con i circoli e i centri sportivi più prestigiosi d'Italia. Il tutto è iniziato con il centro sportivo più importante dello stivale, ossia il Forum Sport Center di Roma che conta ben 4 circoli tennis e 6 palestre. Durante l'anno abbiamo chiuso accordi con CT Palermo 2, tennis club che partecipa alla serie A1 Maschile, e CT Scaligero Verona. Entro la fine del 2017 chiuderemo altre importanti sponsorizzazioni.

Nel 2018 dove si concentreranno gli investimenti marketing, dove spingerete maggiormente?

Vi dico solo che il 2018 per Diadora non sarà solo l'anno in cui festeggerà 70 anni di sport, ma sarà l'anno in cui celebrerà i prossimi 70. Non posso svelarvi nulla, ma vi anticipo che Diadora sarà protagonista di un grande ritorno sul campo.

Quali sono gli eventi di running che vi vedranno protagonisti?

Ne abbiamo oltre 200 in Italia, sicuri di avere abbastanza spazio?

GRAZIE RUNNERS



PRO Action
INTEGRATORI PER LO SPORT
PROACTION.IT

SPORT NUTRITION PARTNER



Il triatleta
Daniel Fontana.Da sinistra:
Riccardo Rosi,
sales representative
Brooks Italia, Susana
Pezzi Rodriguez,
marketing manager
Brooks Italia,
Massimiliano Rosolino
e Tobias Ernesto
Gramajo, technical
representative
manager Brooks Italia.

Brooks “on air” con Levitate

NEUTRE E CARATTERIZZATE DA UN GRANDE RITORNO DI ENERGIA, SONO IL RISULTATO DI ANNI DI RICERCA, SVILUPPO E TEST. ALL'EVENTO DI LANCIO PRESENTI TANTI OSPITI D'ECCEZIONE. OLTRE AL TRIATLETA DANIEL FONTANA, ANCHE IL CAMPIONE OLIMPICO DI NUOTO MASSIMILIANO ROSOLINO E L'ULTRARUNNER LORENA BRUSAMENTO

Una presentazione in grande stile e in una location decisamente particolare, molto in tema con il lancio in questione. Stiamo parlando di Brooks e del nuovo modello di scarpe da running Levitate, svelato in anteprima a giornalisti, blogger, vip e a un selezionato numero di dealer presso l'Aero Gravity di Pero (MI). Nientemeno che il più grande simulatore di caduta libera al mondo, unico tunnel verticale presente in Italia. Una cornice suggestiva, ideale insomma per provare l'esperienza adrenalinica della “levitazione”.

Giovanni Maruzzi - general manager Italia, Spagna, Portogallo di Brooks Running - ha ufficialmente aperto la serata illustrando le novità tecniche della calzatura. “Brooks Levitate presenta la nostra nuova e rivoluzionaria intersuola con tecnologia DNA AMP che garantisce ai runner un'esperienza di corsa super ammortizzata e un ritorno di energia senza pari”, ha dichiarato. Si tratta di un'intersuola che cattura l'energia che si genera a ogni passo e la restituisce. Il design a forma di freccia della suola aiuta inoltre i corridori a passare rapidamente dal tallone alla punta, senza disperdere al suolo l'energia immagazzinata.

Giovanni Maruzzi - general
manager Italia, Spagna,
Portogallo di Brooks Running

Sette anni di ricerche e migliaia di test per realizzare un modello innovativo e “rivoluzionario” - secondo quanto dichiarato dall'azienda di Seattle - frutto di studi che Brooks realizza da anni seguendo l'approccio olistico Run Signature per migliorare l'esperienza di corsa in base alla postura e alla conformazione del corpo di ogni runner.

Tra gli ospiti era presente anche Massimiliano Rosolino, prima persona in Italia a provare le nuove scarpe da corsa Brooks e protagonista di un video in cui corre all'infinito sfruttando i benefici della nuova Levitate. Hanno partecipato all'evento anche Daniel Fontana, che a 41 anni ha centrato la qualificazione alla sua quinta finale mondiale per l'Ironman Hawaii, e Lorena Brusamento che per la seconda volta ha conquistato Sparta correndo per 246 km alla Spartathlon del 29/30 settembre. Ospite anche la showgirl, attrice e ora anche triatleta Justine Mattera che lo scorso 17 settembre ha esordito nella tripla al Kuota Trio Peschiera nella distanza sprint. Pronta pure lei a sperimentare l'energia infinita delle nuove elastiche e reattive Levitate che saranno in vendita in Italia presso i rivenditori tecnici specializzati al prezzo di 170 euro.

L'elenco completo è disponibile su brooksrunning.com/it_it/levitate-storefinder.html



L'ultra runner Lorena Brusamento.



Massimiliano Rosolino e Justine Mattera.

TUTTA LA FORZA DEL VENTO /



Aero Gravity è un impianto di skydiving indoor all'avanguardia - con un cilindro di cristallo alto 8 metri, 6 turbine potentissime e un flusso d'aria fino a 370 km/h - progettato da un team di ingegneri di livello internazionale. All'interno della camera di volo si può planare e volteggiare in aria a corpo libero vincendo la forza di gravità e provando le stesse sensazioni di una discesa di paracadutismo sportivo.

aerogravity.it



COSA È LA TECNOLOGIA DNA AMP? /

DONNA



Creata da Brooks in collaborazione con BASF, consiste in un nuovo sistema di ammortizzazione con base in poliuretano (PU), espressamente studiato per garantire un ritorno



di energia mai provato prima, secondo quanto dichiarato dall'azienda. La base del DNA AMP è una schiuma in poliuretano che si espande in modo naturale, restituendo l'energia nel momento stesso in cui viene applicata la forza. Per garantire un'esperienza amplificata,



Brooks ha inserito la schiuma in una pellicola di poliuretano termoplastico (TPU) che resiste all'espansione orizzontale per restituire l'energia direttamente al corridore.

UOMO



NB: maggiori approfondimenti sulla Levitate – l'ultima arrivata in casa Brooks – nelle pagine centrali del numero 9 di Running Magazine nella sezione "Scarpa del mese"

QUATTRO ESPERIENZE DI CORSA TRA CUI SCEGLIERE



INFO / Brooks Italia • 050.804696 • info@brooksrunning.it

masters®
LIFE IN ACTION

**TROVAI I MIEI LIMITI,
MA NON I MIEI CONFINI**



PH. +39 0424 524.133
FAX +39 0424 527.924



INFO@MASTERS.IT



[.COM/MASTERSKIPOLIS](https://www.youtube.com/MASTERSKIPOLIS)



[.COM/MASTERSPOLES](https://www.facebook.com/MASTERSPOLES)



[.COM/COMPANY/MASTERS-SRL](https://www.linkedin.com/company/MASTERS-SRL)

www.masters.it

Marathon Sport, meno online e focus sulla vendita in store

DUE ANNI FA IL NEGOZIO DI LUCCA HA DECISO DI ABBANDONARE LE ATTIVITÀ SUL WEB. OBIETTIVO: FIDELIZZARE IL CLIENTE ATTRAVERSO IL RAPPORTO TRADIZIONALE

Una piccola realtà quella del negozio di Lucca, che a quanto pare funziona. Daniele Del Nista e Marco Ninci, i due soci che hanno aperto il negozio 11 anni fa, sono prima di tutto appassionati sportivi. Runner professionisti, hanno creato uno spazio dedicato a tutti gli amanti della corsa, dove offrono al cliente la loro esperienza e professionalità. Vendere per loro significa soprattutto questo, tanto che, due anni fa, hanno deciso di interrompere le attività sul loro sito e relativo e-commerce, per poter offrire il miglior servizio e la miglior esperienza in store, fidelizzando la clientela. "Non amiamo



Daniele Del Nista.



il concetto di vendita on line, a parte che non avremmo margine sulle vendite, ma il punto fondamentale è che ci piace conoscere le persone, capire cosa cercano per poter consigliare loro il prodotto giusto. In questo modo i clienti, non solo ritornano sempre, ma si innesca il meccanismo del passaparola e spesso portano o mandano da noi anche gli amici". A parlare è Daniele, il quale è convinto che il lavoro, soprattutto se fatto con passione, paga sempre. Come dargli torto?



— A PROPOSITO DI NOENE —

Come sei venuto a conoscenza delle solette Noene?

Circa 5 o 6 anni fa un rappresentante mi ha lasciato un paio di solette in negozio. Le ho provate personalmente e ne ho riscontrato subito i benefici, così ho deciso di proporle anche ai miei clienti.

Che rapporti hai con l'azienda?

Direi ottimi, soprattutto da quando è cambiato il distributore. Prima avevamo qualche problema con gli ordini, mentre con il nuovo distributore, DLS S.r.l., arriva tutto secondo i tempi stabiliti.

Quali sono i principali modelli che trattate?

La soletta da 1 mm SPO1 e la soletta da 2 mm NO2 vanno per la maggiore, poi c'è anche il TC4 che vendiamo bene, il talloncino da 4 mm. Per i pronatori che vogliono maggiore stabilità, invece, proponiamo il modello AC+ che fornisce un supporto a livello mediale.

Quali sono i feedback dei clienti sui prodotti Noene?

Consideriamo le solette Noene un prodotto rodato e le vendiamo a occhi chiusi, il riscontro da parte dei nostri clienti al 95% è sempre

positivo. Poi ci sono anche quelli scettici, ma quando provano il prodotto una volta, poi tornano sempre ad acquistarlo. L'unico "difetto" delle solette, se così vogliamo chiamarlo, per noi che le vendiamo, è che durano a lungo, perciò in genere chi torna a comprarle lo fa per utilizzarle anche in altre scarpe, per non doverle togliere ogni volta passandole da un modello di scarpa all'altro.

Chi si rivolge a voi per acquistare le solette Noene?

Siamo un negozio specializzato di running, i nostri clienti sono podisti. Alcuni vengono con la prescrizione dell'ortopedico, per risolvere problemi come la fascite plantare per esempio.

Vi limitate alla vendita o fate anche corsi di aggiornamento per poter consigliare al meglio la clientela?

Io e il mio socio veniamo da una lunga esperienza nel settore dello sport. Marco è osteopata, ex atleta di Decathlon e istruttore ISEF, io pratico attività agonistica da venti anni. Sappiamo entrambi capire le esigenze del cliente e indirizzarlo così verso la scelta del prodotto giusto.

FOCUS PRODOTTO /

Huawei Watch2, lo smartwatch con una vocazione sportiva

NON UN MODELLO SUPER TECNICO PER IL RUNNING MA MOLTO TRASVERSALE E ADATTO PER MOLTI SPORT. TRA I SUOI PUNTI DI FORZA LA GESTIONE OTTIMALE DI TUTTE LE NOTIFICHE, LA POSSIBILITÀ DI INSERIRE LA SIM CARD E DI EFFETTUARE PAGAMENTI

La tecnologia nel mondo dello sport sta facendo passi da gigante. Tanto che un giorno, nel prossimo futuro, usciremo a fare jogging con un unico dispositivo grazie al quale potremo monitorare i dati della nostra attività fisica, ricevere una telefonata e pagare anche la colazione al bar. Magari questo oggetto multifunzionale lo terremo al polso e avrà le sembianze di Huawei Watch2. L'ultima versione dello smartwatch di casa Huawei, infatti, non si limita ad avere tutte quelle funzionalità che lo rendono tale, ma vuole essere molto di più. Disponibile in due versioni, una Sport e una Classic, il nuovo orologio con software Android Wear 2.0, è disponibile anche con 4G LTE con SIM integrata per essere completamente



indipendenti dallo smartphone quando si esce a correre, grazie alla possibilità di rispondere alle notifiche.

PER LO SPORT / Il nuovo smartwatch di Huawei è dotato di cardio PPG, barometro, GPS, giroscopio e bussola. Tramite la app dedicata, è possibile impostare l'allenamento e personalizzarlo inserendo obiettivi di distanza, tempo o calorie bruciate. Tramite il cardiofrequenzimetro è possibile impostare l'attività cardio o i grassi da bruciare. Inoltre, in base ai valori VO2max rilevati, suggerisce l'allenamento più adatto tra corsa, bici o attività fisica in generale. La scelta di usare una batteria da 420 mAh favorisce quindi la leggerezza del dispositivo (60 grammi cinturino compreso). Probabilmente è altresì dovuta all'individuazione, da parte dell'azienda, di un consumatore

sportivo a livello amatoriale che predilige la comodità di avere un orologio sempre utile e presente nelle molteplici attività quotidiane, rispetto a un dispositivo specifico per atleti professionisti. Tuttavia, il GPS è veloce e l'orologio vibra dando segnalazioni importanti, come la scansione dei chilometri percorsi o il superamento della zona della frequenza cardiaca impostata. Inoltre, i grafici con gli andamenti e le medie sono fatti molto bene.

NELLA VITA DI TUTTI I GIORNI / Per chi ama stare in forma ed essere sempre connesso, questo è il dispositivo ideale. Le notifiche smart, il monitoraggio sonno e il conteggio passi sono ben visibili dal quadrante di forma circolare con display AMOLED da 1,2" e risoluzione di 390x390 Pixel a 326 PPI, protetto da Gorilla



Glass. La ghiera in ceramica e il design ergonomico conferiscono maggiore comodità durante l'attività fisica. Watch 2 è resistente ad acqua e polvere ed è certificato IP68. Le notifiche d'inattività, animazioni programmate per eseguire dello stretching sul posto, il conteggio delle scale, del numero di volte in cui ci siamo alzati dalla sedia, grafici relativi alla giornata o alla settimana, sono motivanti e stimolanti anche per i più pigri. La versione con SIM/eSIM (cassettino estraibile senza strumenti) lo rende indipendente dallo smartphone. L'autonomia della batteria è di due giorni al polso se non si fa sport, ma la ricarica è veloce: 1 ora da 0 a 100% e pochi minuti per aggiungere comunque autonomia importante. È un Android Wear 2.0 con supporto per Android Pay che probabilmente arriverà nel terzo trimestre dell'anno per renderlo un dispositivo ancora più completo. Quando si dice: "Manca solo che faccia il caffè". Beh, senza arrivare a tanto, sarà comunque possibile prenderne comodamente uno al bar senza portare con sé il portafoglio.

DISTRIBUITO DA /
Huawei
800 191435
consumer.huawei.com

TENDINI E LEGAMENTI NON SONO PIÙ TUOI AVVERSARI.



FISH FACTOR®
NATURALMENTE EFFICACE

Fish Factor Tendini e Legamenti aiuta a supportare le strutture articolari e tendinee sottoposte a continue sollecitazioni durante lo sport.

- I suoi componenti specifici agiscono in modo naturale.
- RAME: contribuisce al mantenimento dei tessuti connettivi normali
 - VITAMINA C: contribuisce alla formazione del collagene
 - BOSWELLIA SERRATA: contribuisce alla normale funzionalità articolare
 - OMEGA-3 E GLUCOSAMINA

IN FARMACIA





NEL MAGGIO 2016 IL COLOSSO AMERICANO HA STRETTO UN ACCORDO DI 7 ANNI CON IL GRUPPO ALTOATESINO. STRATEGIE E OBIETTIVI SONO AMBIZIOSI: OLTRE 100 MILIONI DI FATTURATO ENTRO IL 2020

Assicurandosi la distribuzione di Under Armour dalla SS 2017, il gruppo altoatesino Oberalp – già proprietario di Salewa, Dynafit, Wild Country e Pomoca, nonché distributore di Speedo, Fischer, Spyder, Armada, Rip Curl, Julbo, Barts e Silva – ha messo a segno un grande “colpo” di mercato.



Chris Bate, vice president e managing director Europe Under Armour



Massimo Baratto, ceo di Oberalp

Oobiettivo: superare entro il 2020 i 10 miliardi di dollari di fatturato globale, dei quali 1 miliardo in Europa. “Siamo diventati il secondo brand in Usa, era inevitabile che dovessimo contare di più anche in Europa. Abbiamo scelto Oberalp perché è un gruppo forte e appassionato che ci ha dimostrato una reale volontà di investire per sviluppare il marchio”, aveva spiegato Chris Bate – vice president e managing director Europe Under Armour – in occasione della presentazione dell’accordo presso la sede di Bolzano nel maggio del 2016. “Siamo due realtà accomunate da uno spirito competitivo”, ha continuato Massimo Baratto – ceo di Oberalp – uno dei più grandi distributori sportivi in Italia che fattura oltre 220 milioni di euro l’anno e conta 1.300 collaboratori nel mondo.

Nei prossimi anni Under Armour mira a imporsi sempre più anche al di fuori degli States. In Europa ha una propria sede ad Amsterdam a cui si aggiungono uffici in Francia, Germania, Regno Unito e ora, grazie alla partnership con Oberalp, anche in Italia. In questa strategia di crescita, l’accordo con il distributore bolzanino ha obiettivi ambiziosi: 8% di incidenza dell’Italia in Europa entro il 2020 (ora è il 4%), oltre 100 milioni di euro e 20 negozi diretti entro il 2023, con investimenti annunciati di oltre 50 milioni di euro in 7 anni, in primis nel canale trade e nell’advertising, senza trascurare sponsorship, pr, eventi e digital. Vedremo quindi se anche nel nostro mercato verrà confermato uno dei claim dell’azienda: “We’re just getting started”.

INFO /

underarmour.it - Oberalp - 0471.242900 info@oberalp.it

IL FLAGSHIP STORE DI ORIOCENTER /



Under Armour ha aperto la sua prima brand house italiana all’interno del centro commerciale Oriocenter, nelle vicinanze di Bergamo. Lo store di 400 mq è anche uno dei primi in Europa e ha fatto da apripista al marchio americano nel nostro Paese. Il team di architetti dell’headquarter di Baltimora ha curato personalmente tutti gli spazi, offrendo al cliente una brand experience totale. Nel punto vendita è

possibile trovare un’ampia selezione della linea training, trasversale a qualsiasi sport e fondamentale per il concept di Under Armour rappresentato dalla core promise del brand “We Make All Athletes Better”. Sono presenti molte proposte anche per quanto riguarda il running, il basket e una vasta scelta di accessori, oltre alla linea kids.

LO STORE MILANESE /



Dopo l’apertura nel centro commerciale Oriocenter, per la sua prima brand house milanese – inaugurata lo scorso 19 settembre – Under Armour ha scelto piazza Gae Aulenti. Il brand si è insediato proprio nella zona dell’actiwear, già “occupata” da Nike, New Balance e Reebok (con un temporary store). “Piazza Gae Aulenti – ha spiegato Michele Rossi (vedi intervista nella pagina a fianco) – rappresenta la Milano nuova, quella più all’avanguardia, in linea con il DNA e lo sviluppo del brand.

Abbiamo scelto questa location perché è un luogo di grande attrattiva sia per i milanesi sia per i turisti, dove si sta sviluppando un polo sportivo e futurista”. Noi di Running Magazine all’inaugurazione c’eravamo e abbiamo potuto apprezzare in anteprima il nuovo spazio esteso in 340 mq dove il consumatore si può immergere nel mondo multisport di Under Armour.

IL PRIMO OUTLET /



Under Armour ha aperto il suo primo outlet all’interno del Franciacorta Outlet Village (BS). Il negozio, con uno spazio espositivo di circa 400 mq, offre al consumatore una brand experience multisport, studiata dal team di architetti dell’headquarter di Baltimora. Il nuovo punto vendita presenta un ampio assortimento delle linee training, running e basket con anche qualche proposta kids della SS17.

LA STORIA DEL MARCHIO /



Da uno scantinato di Georgetown all'azienda di fama mondiale

Nel 1996 Kevin Plank – ex giocatore di football americano, capitano dell'Università del Maryland, e attuale ceo di Under Armour – ha l'intuizione di brevettare delle t-shirt da indossare sotto la divisa da gioco. Questo per migliorare la traspirazione della pelle, in alternativa a quelle di cotone che, impregnandosi di sudore, devono essere sostituite frequentemente.

Dopo la laurea, in uno scantinato nella periferia di Georgetown, inizia incessantemente a fare ricerche sui tessuti in fibra sintetica e varie sperimentazioni. Realizzato il primo prototipo, i giocatori della sua ex squadra di football del Maryland e alcuni amici professionisti nella NFL si prestano come primi tester.

Grazie ai loro preziosi consigli, Kevin migliora ulteriormente la maglietta,

ottenendo un capo con fibre ad asciugatura rapida, in grado di offrire una sensazione di freschezza, asciutto e leggerezza durante l'attività fisica anche con il caldo intenso. Grazie alla combinazione di un design ultra moderno, Kevin Plank riesce ad attirare l'attenzione di alcuni investitori accumulando i fondi necessari per produrre su larga scala la sua rivoluzionaria t-shirt e fondare l'azienda che da Georgetown passa a Baltimora con una nuova sede e un magazzino. Under Armour – che letteralmente significa “sotto l'armatura” – oggi è un colosso nel campo dell'abbigliamento ed equipaggiamento sportivo che, in poco più di vent'anni, ha superato aziende storiche dello sportswear mondiale, attestandosi come il secondo player del mercato sportivo americano.



ANCHE IL NUMERO UNO DI UNDER ARMOUR LASCIA TRUMP

Under Armour ha deciso recentemente di unirsi alla marcia indietro dei CEO dall'associazione della manifattura voluta dal presidente Trump. In un tweet di metà agosto, infatti, Kevin Plank, il numero uno dell'azienda, ha annunciato di abbandonare l'American Manufacturing Council, formato da circa 20 manager dei più disparati settori per consigliare l'amministrazione Trump sulle questioni legate alla manifattura, per “focalizzarsi sul potere di ispirare e unire dello sport”.

Chi guida l'avventura tricolore di UA

Michele Rossi – business unit manager di Oberalp – ha il compito e l'onore di guidare l'avventura di Under Armour nel nostro mercato con un obiettivo italiano, allineato all'Europa, ben chiaro e preciso: raggiungere entro il 2018 una brand awareness del 50%, mentre nel 2016 la sua “notorietà” sfiorava appena il 2-3%. Obiettivo sfidante raggiungibile solo, come dice lui, “creando marca”, ossia facendo appassionare il consumatore al brand.

Come avete convinto Under Armour a scegliere Oberalp per una sfida così ambiziosa?

Attraverso una visione comune su come sviluppare la marca, i principi e i valori allineati, oltre alla proposta di un piano di sviluppo condiviso e aggressivo, così come lo è il brand. Ci siamo trovati insomma.

Quali sono le categorie focus del progetto?

Under Armour è presente sul mercato italiano con la collezione europea che va dal training - vero core business del brand - al running, dal basket a una piccola sezione dedicata al calcio. C'è spazio anche per il tennis. Under Armour è un brand che si distingue per la ricerca di continue innovazioni in grado di portare a un livello superiore le performance ed è per questo che si fa strada sfruttando le diverse discipline, come il running, attività trasversale per un allenamento integrato.

Com'è segmentato Under Armour sul mercato italiano e su cosa spingerete?

Stiamo puntando sulle categorie dedicate alla donna, anche perché in questo momento il peso è sbilanciato con un 70% uomo e un 30 % donna. La donna pratica sempre di più attività sportiva ed è molto attenta alla marca, oltre a essere notoriamente la “responsabile acquisti” della famiglia perché compra per sé stessa, ma anche per il partner e i propri figli.

Il piano di business di Under Armour pre-



vede l'apertura entro il 2020 di circa 20 brand house. Dopo Oriocenter, Milano e Franciacorta, i prossimi quali saranno?

Dopo Milano ci concentreremo su Roma e i principali capoluoghi di provincia italiana; in autunno apriremo nell'outlet Val di Chiana (AR). Insomma, il 2018 e il 2019 si prospettano anni di grande accelerazione. Raggiungere i 100 milioni di fatturato rimane il nostro goal di lungo periodo.

Con quanti negozi multibrand collaborate e quanti altri clienti pensate di acquisire?

Oggi lavoriamo con 700 negozi in tutta Italia e l'incremento futuro dipenderà da molti fattori, tra cui lo sviluppo della collezione che sarà una variabile importante.

In questa strategia di crescita, l'accordo con Oberalp ha obiettivi ambiziosi: in primis l'8% di incidenza dell'Italia in Europa entro il 2020. Al momento qual è questa percentuale? Quali sono i primi mercati europei?

La percentuale attuale è un 3-4%, e i primi mercati sono UK e Germania.

Dove si concentreranno gli investimenti marketing?

Dal primo gennaio 2017 Oberalp guida lo sviluppo di Under Armour con un piano di marketing articolato del valore di 50 milioni di euro distribuiti nei 7 anni di mandato. Gli investimenti si concentreranno sia sul trade marketing, ossia tutto

quello che riguarda i negozi, per poi seguire l'advertising e le sponsorizzazioni agli atleti che hanno scelto di legarsi al brand. Non mancheranno investimenti sul digital e le pr che per Under Armour rappresentano una parte strategica forte.

Nello specifico quali sono gli atleti e gli eventi che vi vedranno protagonisti?

Alcuni degli atleti con cui abbiamo una collaborazione sono Massimo Ambrosini (ex calciatore), Andrea Santarelli (schermidore), Laura Letrari (nuotatrice), Kam Kader (dunker), Stefano Maniscalco (karateka), Simone Nolasco (ballerino professionista), Giovanni Tocci (tuffatore), Aglaia Pezzato (nuotatrice), Nicol Delago (sciatrice alpina), Rachele Bruni (nuotatrice), Francesca Dotto (cestista), Kathrin Ress (cestista), Tommaso Sala (sciatore alpino), Simone Ruffini (nuotatore) e Alex Ranghieri (pallavolista). Nel 2017 siamo stati presenti alla Milano Marathon. Nel 2018 stiamo lavorando per consolidare i progetti di questa portata sempre legati all'accesso allo sport.

Come è composta la squadra dedicata al progetto Under Armour?

La squadra è composta da un team vendite guidato da Marco Farina, da un team marketing per poter sviluppare la strategia che fa capo a Davide Costanzo, dal team retail di Stefano Navarra che si occupa dell'apertura dei monomarca e da un gruppo di visual merchandiser guidati da Isabella Guerra dedicati alla cura della brand identity nei negozi diretti e in quelli retail. Il team supply chain di Gessica Snichelotto garantisce un servizio eccellente in primis al consumatore e a seguire ai negozi, occupandosi del processo dall'acquisto dei prodotti fino alla consegna sul punto vendita.

Quanti agenti compongono la rete vendita?

Oggi a seguire Under Armour sono 12 agenti, un mix tra diretti e indipendenti.

— MICHELE ROSSI —



La sua carriera inizia nel 2001 a Bergamo in una compagnia finanziaria, dove Michele si avvicina per la prima volta al marketing. Nel 2002 decide di spostarsi in una famosa multinazionale americana, Sara Lee, dove diventa prima business analyst, e nel 2008 key account manager nell'area vendite.

In questo ruolo, Michele migliora le sue capacità anche nella negoziazione e nella gestione delle risorse umane. Dopo circa 10 anni, nel 2011, decide di lasciare Sara Lee e, grazie alla sua forte passione per lo sport, trova un'entusiasmante opportunità in Oberalp dove inizia a lavorare come business unit manager per Speedo. Grazie ai risultati ottenuti, presto Michele ha l'opportunità di crescere all'interno del gruppo con nuove responsabilità e la gestione di un numero sempre maggiore di brand, tra cui Under Armour.

Swimrun che passione: la versione di Orazio (Spoto)

DOPO L'INTERVISTA A MATTEO BENEDETTO, IDEATORE DELLA GARA AQUATICRUNNER, CONTINUA IL NOSTRO APPROFONDIMENTO NEL MONDO DI QUESTA SPECIALITÀ CHE ALTERNA IL NUOTO ALLA CORSA SENZA ZONE DI CAMBIO. SI CORRE CON LA MUTA, SI NUOTA CON LE SCARPE...

Nello swimrun esiste il circuito svedese chiamato Ötillö, dove le gare si svolgono in luoghi "wild", le acque sono generalmente fredde e si corre "paired", cioè con un compagno/a di gara. La gara a due serve essenzialmente per monitorarsi a vicenda, visto che si corre spesso in luoghi non sempre ospitali (mare aperto, laghi profondi, montagne con notevoli dislivelli). Il secondo circuito è quello italiano e si chiama Aquaticrunner. Qui si gareggia da soli e con temperature più miti.

Quando hai iniziato a praticare lo swimrun e cosa ti ha spinto a provarlo la prima volta?

Ho sempre corso, ma arrivato alla soglia dei 40 anni, ho sentito il desiderio di migliorare e di allenarmi con metodo. Per prima cosa mi sono iscritto a una società sportiva, e, su suggerimento del nostro amico comune Roberto Nava, ne ho scelta una che si occupasse anche e soprattutto di triathlon. Una volta iscritto, nella chat del gruppo non facevo altro che leggere di nuoto, bicicletta e corsa. La bici mi piace, ma non mi fa elettrizzare come la corsa e il nuoto. Da lì ho cercato delle gare di aquathlon, ma devo dire che in giro c'è veramente poco, poi mi sono imbattuto nello swimrun ed è stato amore, uno di quelli fulminanti. Con il tempo mi sono circondato di persone validissime e ora ho una sorta di équipe che mi segue: il mitico coach Matteo Torre in testa a tutti, ma ho anche un nutrizionista e un fisioterapista con cui monitoro periodicamente il mio stato di salute. Posso dire di essere fra i pochi ad aver partecipato a 4 edizioni dell'Ötillö Swimrun.

Quali sono i brand che preferisci per la tua attrezzatura?

Per le scarpe sono un fan delle Hoka One One, ma sto usando maggiormente delle calzature della Salomon realizzate ap-



positamente per lo swimrun - le Salomon S-Lab XA Amphib -, mentre per la muta, dopo aver 'maciullato' la mia HUUB Amphibia, ne ho scelta una di Head (modello swimrunrace). Gli occhiali sono di Zoggs, mentre le palette di Speedo. In generale servono attrezzature resistenti per andare su scogli e terreni sconnessi, e quelle per il nuoto non sempre sono pensate per resistere a urti e sollecitazioni varie. In questo sport è consentito l'uso del pull buoy per aiutare le gambe a rimanere a galla, dovendo nuotare con le scarpe. Non ci sono marche di pull buoy che prediligo, ma in generale punto a quelli più grandi perché i miei 181 cm richiedono una maggiore galleggiabilità.

In base alla tua esperienza e ai tuoi test, hai dei suggerimenti da dare ai brand in funzione di migliorare i loro prodotti?



ph. Morena Menegatti

Nelle mute farei delle tasche ancora più grandi per farci entrare più gel e barrette perché alcune gare potrebbero durare anche più di 10 ore. Farei poi dei pull buoy dedicati, magari con tasche porta gel, vani waterproof e porta mappa, utile per segnare le diverse frazioni di nuoto e corsa. Mi piacerebbe avere degli occhiali con head-up display. Qualcosa incomincia a vedersi in giro, quindi suppongo verrò presto accontentato.

Recentemente hai gareggiato all'Ötillö Swimrun, come è andata la gara?

L'ho terminata! Pare poco, ma vi posso assicurare che in queste gare arrivare è già un traguardo. La gara è massacrante, ci sono dei 'cancelli orari' piuttosto stretti e si gareggia con persone di tutto il mondo senza distinzioni fra professionisti e gruppi di età. In pratica ci sono io che mi alleno tutti i giorni incastrando nuoto o corsa fra impegni e vita privata, ma ci sono anche le forze armate svedesi, il team Garmin, il team Thule e via dicendo. Questa gara aveva poi il sapore della vendetta. Avevo già provato a concluderla, ma per un errore stupido sono finito fuori tempo. Per un anno, pur senza rovinarmi la vita, ho vissuto questo errore come uno smacco e un peccato da cui dovevo redimermi. Averla conclusa, mi ha dato ancora più gusto. A dirla tutta pensavo che chiudendola avrei pianto come un bambino e invece non



ph. Morena Menegatti

— CHI È ORAZIO SPOTO —

Orazio Spoto è un consulente di marketing e comunicazione digitale, nonché uno dei fondatori (e segretario) dell'Associazione Igersitalia (instagramersitalia.it). È anche un autore ("qualcuno mi definirebbe influencer", ironizza lui), nel senso che collabora con diverse aziende e agenzie per produrre contenuti fotografici da veicolare sul suo canale instagram e sul suo blog - the smarttraveller.

successo. Anzi, appena tagliato il traguardo, già pensavo alla prossima gara!

Qual è la gara più bella e meglio organizzata a cui hai partecipato?

Questa domanda mi mette davvero in difficoltà. Le gare del circuito Ötillö sono organizzate in maniera perfetta e si svolgono in posti meravigliosi perché selvaggi: la foresta in Pomerania, i laghetti alpini a Silvaplana, le isole di Hvar. Solo che quando partecipo a queste gare trovo sempre un tempo da lupi. Mi è piaciuta tantissimo anche la Swimrun Cheers organizzata dal mio amico Diego Novella. Alla seconda edizione si è visto l'immenso salto di qualità, inoltre lo scenario, dato dalle Isole Borromee, la rende una gara straordinaria. Vuoi mettere arrivare a nuoto all'Isola Bella! Ho disputato questa gara due volte e sono stato più fortunato con il tempo. Dai, alla fine un ex aequo fra Swimrun Cheers ed Engadina ci sta!

Prossime gare?

Ho chiuso la stagione dello swimrun con l'Aquaticrunner del 27 agosto, ora fino a marzo mi concentrerò sui trail. Ho in programma di fare il Trail dell'Ulivo e mi sono già iscritto al Trail del Cinghiale da 60 km. Per il 2018 ho in programma una gara di swimrun, categoria ultra, 64 km in Provenza.

Diego Novella, il primo italiano "swimrunner addicted"

Diego Novella di Castelletto Sopra Ticino, sportivo da sempre, nel 2014 si avvicina a questa disciplina e da allora non l'ha più lasciata. A oggi è l'unico italiano ad aver partecipato a due mondiali ÖTILLÖ nel 2014 e nel



2015, oltre a vantare il più alto numero di partecipazioni a gare internazionali del circuito ÖTILLÖ (Engadina/Svizzera, Utö/Svezia, Scilly Island/UK e 1000 Laghi/Germania),

a cui si aggiungono la partecipazione a Loch Gu Loch (Scozia) e a Cadaques/Costa Brava. Dopo alcune di queste gare, tornando a casa a due passi dal Lago Maggiore, Diego si è detto "perché non organizzare una manifestazione qui?". Swimrun Cheers nasce così, dalla realizzazione del sogno del primo italiano "swimrunner addicted", Diego Novella, diventato realtà grazie alla pazzia e passione di altri folli come lui e l'unione di due mondi perfetti insieme: swimrun e birra. La birra, come lo sport, è cultura perché mette in relazione le persone promuovendo confronto e socialità, principi base di Swimrun Cheers.

swimruncheers.it



**REAL people.
REAL products.**

CMP



ENTRA A FAR
PARTE DELLA
COMMUNITY
CMP REAL PEOPLE

WWW.CMP.CAMPAGNOLO.IT



Un Inferno sempre più affollato

FANGO, OSTACOLI E GHIACCIO NON HANNO SPAVENTATO GLI OLTRE 2.200 PARTECIPANTI CHE SI SONO PRESENTATI ALL'IPPODROMO DEL VISARNO NELLE DUE GIORNATE DI GARA. L'ULTIMA TAPPA DEL CAMPIONATO HA DECRETATO I VINCITORI E HA DIMOSTRATO COME QUESTA DISCIPLINA SIA SEMPRE PIÙ APPREZZATA

Si è concluso il Campionato Italiano OCR con un epilogo speciale: la nona e ultima tappa, infatti, è stata la Inferno City tenutasi il 21/22 ottobre all'Ippodromo del Visarno, a Firenze, dove anche noi di Running Magazine eravamo presenti con il nostro team per affrontare insieme fango, ghiaccio e ostacoli di ogni genere.

La Inferno si divide in due tappe, quella di maggio a Cernaia (PI) che ha inaugurato il Campionato e quest'ultima di Firenze che lo ha chiuso decretandone i vincitori. Sono stati Diana Hartan (vedi l'intervista nel riquadro) per le donne e



Partenza della prima batteria competitiva uomini.



Stefano Colombo per gli uomini a salire sul gradino più alto del podio, vincendo la gara di Firenze e diventando anche Campioni Italiani. Complessivamente le due manifestazioni hanno radunato oltre 5.000 partecipanti, 5.200 per la precisione, di cui oltre 3.000 a

Pisa, gremendo ancora di più l'Inferno rispetto agli anni passati. Un trend positivo che fa ben sperare in una crescita generale per questa disciplina che se nel 2016 contava oltre 34.000 partecipanti (+100% rispetto al 2015), nel 2017 ha superato i 41.000. Un succes-

so dovuto anche all'impegno della Federazione Italiana OCR (Obstacle Course Race) che ha istituzionalizzato la disciplina e nell'ultimo anno si è impegnata a fondo per alzare il livello qualitativo delle gare, investendo anche nella preparazione degli addetti ai lavori, come giudici

— I NUMERI DELL'EVENTO —

2.085 PARTECIPANTI TOTALI

— GARA 3 KM —

253 PARTECIPANTI

151 UOMINI

102 DONNE

— GARA 9 KM —

1.832 PARTECIPANTI

1.354 UOMINI

478 DONNE

— LE OCR NEL 2017 —

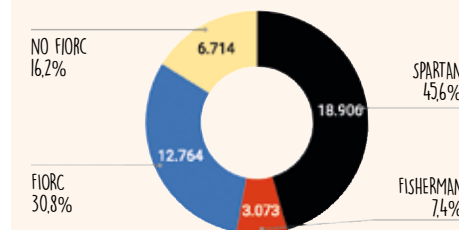
34.000 FINISHER 2016

41.000 FINISHER 2017

10.000 FINISHER DONNE 2017

L'AUMENTO DELLA PRESENZA FEMMINILE IN QUESTA DISCIPLINA HA INFLUITO MOLTO SUL NUMERO DEI FINISHER TOTALI.

IL CAMPIONATO ITALIANO OCR NEL 2017 AMPLIA LA SUA FETTA DI MERCATO E PASSA DAL 19,82% DEL 2016 AL 22,11% DEL 2017. NELLE NOVE TAPPE (UNA IN MENO DELLO SCORSO ANNO), I FINISHER SONO PASSATI DA 7.000 A 9.000



Nel grafico sopra numero e percentuale dei partecipanti OCR 2017.
- Fonte: Mudrun.it -

CHI È LA CAMPIONESSA ITALIANA OCR?

Diana Hartan è una ex ginnasta rumena, atleta del Team Inferno. La nuova regina delle mud run ha 28 anni e, quando non corre tra fango e ostacoli, fa la Personal Trainer a Milano. Forte e determinata, gareggia per vincere. Del resto la sua storia non lascia dubbi: campionessa nazionale di ginnastica artistica nel 2002 in Romania, un'infanzia passata nella scuola Nadia Comaneci, vale a dire otto ore di allenamento al giorno tutti i giorni (la domenica "solo" quattr'ore), un saluto alla mamma una volta al mese e fame, tanta fame. L'abitudine al sacrificio e alla fatica l'hanno forgiata sia mentalmente che fisicamente, rendendola forte e determinata quanto basta per andare dritta ai suoi obiettivi. L'abbiamo intervistata per capire come è avvenuto il passaggio da ginnasta affermata ad atleta OCR.

Come sei passata dalla ginnastica artistica alle OCR?

La ginnastica rimane sempre tra i miei primi amori. Ma un anno fa un amico mi ha portato a una gara e mi sono innamorata delle corse a ostacoli. Qualche mese dopo, alla Inferno Run, la mia prima vera OCR: sono arrivata seconda, contro ogni aspettativa. Ho capito fin da subito che questa disciplina faceva per me, perché unisce la preparazione fisica alla tecnica, richiede resilienza e preparazione mentale. Sono entrata a far parte dell'Inferno Team e quest'anno ho vinto tre tappe del Campionato Italiano: la Inferno Run, la Original

Gram e la Farm Run. Sono arrivata seconda alla recente edizione della Scigamatt e mi sono classificata terza salendo sul podio degli europei.



Diana Hartan.

In una maratona o mezza, le donne sono una su dieci, alla Inferno un partecipante su tre è donna: come mai?

Le donne, nello sport soprattutto sono sempre considerate il sesso debole e in queste gare si possono riscattare, dal punto di vista fisico non esistono limiti in questa disciplina

che una donna non possa superare, è sufficiente che si alleni in maniera adeguata. La mia esperienza personale, relativa a questo tipo di gare, ha confermato che con il semplice allenamento e la determinazione questo sport può essere adatto al sesso femminile.

I migliori fanno le OCR o le OCR rendono migliori?

Direi che le OCR ti insegnano ad essere una persona migliore. Questa disciplina richiede un buon allenamento dal punto di vista funzionale, ma anche del running. Chi pratica ad alti livelli è un atleta completo. E poi è fondamentale la disciplina e l'allenamento mentale, l'abitudine a faticare e a uscire dalla propria comfort zone, guardando l'ostacolo che hai di fronte come qualcosa di possibile da superare.

Hai vinto il titolo di campionessa di ginnastica in Romania, la patria di Nadia Comaneci, forse la scuola più dura del mondo: che cosa ti ha insegnato quella esperienza?

Mi ha insegnato il sacrificio e la disciplina. La mia non è stata un'infanzia facile, gli allenamenti erano durissimi e gli allenatori molto severi. Avevo sempre fame e nostalgia della mia famiglia. Mia madre la vedevo una volta al mese. Tuttavia, questo durissimo periodo ha posto le basi caratteriali e fisiche per la mia crescita come atleta e questo lo devo riconoscere.

e istruttori in grado di gestire gli ostacoli durante le gare e spiegare il modo corretto per superarli.

“Senza di voi sarebbe solo una corsa”. Questa è la filosofia degli organizzatori, come a dire che l'Inferno si è costruita con le storie di chi ha partecipato, ma anche con il prezioso lavoro dei volontari, dei giudici, degli atleti del team Inferno e di tutti gli addetti ai lavori che non si sono risparmiati, contribuendo così alla crescita e al successo della manifestazione. La tappa si è divisa in due giornate: quella di sabato, dove ha preso vita la gara dei 9 km (competitiva) che ha incoronato vincitori anche gli atleti del team Inferno, e quella non competitiva. Nella seconda giornata, invece, è stata istituita per la prima volta la 3 km competitiva e non, con un tracciato aperto anche ai giovani atleti dai 13 ai 17 anni, oltre che ai neofiti e ai crossfitter che preferiscono concentrarsi sulle prove di forza rispetto alla corsa.

Immane, come ogni anno, anche la Baby Inferno dedicata ai più piccoli dai 4 ai 12 anni, che si sono misurati su un percorso creato ad hoc, supportati dagli istruttori della Federazione Italiana OCR e dagli atleti del Campiona-

MAURO LEONI, ORGANIZZATORE INFERNO RUN

«Siamo soddisfatti di questo 2017 che ha visto al debutto distanze diverse (più corte), pensate per avvicinare alla disciplina anche i più pigri. In particolare, la 3km di Firenze con il format delle micro batterie (6 persone alla volta) ogni 3 minuti ha consentito ai partecipanti il massimo divertimento su ogni ostacolo. Siamo entusiasti anche di aver potuto qualificare per la prima volta dei minorenni per il campionato europeo e mondiale, sono loro il futuro della nostra sporca disciplina. Per il 2018, cercheremo di alzare ancora l'asticella portando l'inferno in nuove sorprendenti location.



Il team di Running Magazine.



Sopra, il paratleta Andrea Pacini con i ragazzi dell'associazione Spingi la Vita.

A fianco, un atleta alle prese con il quarter pipe.

to, aiutandoli a superare gli ostacoli in tutta la sicurezza. E, come sempre, il ricavato delle iscrizioni è stato interamente devoluto alla Fondazione Tommasino Baccioti. Presenza immancabile alla Inferno anche il paratleta Andrea

Pacini, che ha attraversato l'Inferno in carrozzina, supportato dalla squadra dell'Associazione Spingi la Vita Onlus.

Noi, come già anticipato, abbiamo partecipato alla non competitiva di 9 km, supportati da Bv Sport che ci ha fornito l'abbigliamento giusto per affrontare la gara: i Booster, per migliorare la prestazione durante la corsa e non affaticare le gambe, e i manicotti, indispensabili per proteggere le braccia dagli ostacoli. Ci siamo inoltrati negli inferi con un team composto da cinque persone che, aiutandosi dall'inizio alla fine, sono riuscite bene o male ad affrontare e superare quasi tutti gli ostacoli. Ci è piaciuta? Sì moltissimo. Rispetto allo scorso anno, c'era qualche ostacolo nuovo e anche qualche ostacolo vecchio reso più insidioso. Questa edizione è stata sicuramente più difficile della precedente. Ma la fatica e la doverosa uscita dalla zona di comfort sono stati ripagati dal divertimento e da uno spirito di squadra inaspettato. E forse è proprio questo il segreto del successo di questa disciplina. Filo spinato, vasca del ghiaccio e prove di forze, questo e molto altro alla Inferno creano la sfida che tutti cercano: quella con sé stessi.

361°
ONE DEGREE BEYOND

**BEYOND
YOUR
EXPECTATIONS**

FEEL FASTER IN THE 361° MERAKI
POWERED BY QU!KFOAM™



361EUROPE.COM



Il rendez-vous di fine anno di Follow Your Passion

MILANO HA UNA NUOVA MEZZA MARATONA: LA MILANO21 HALF MARATHON. ADATTA AI "SERIOUS RUNNER" CHE APPREZZANO I PERCORSI VELOCI, CON POCHÉ CURVE E NIENTE SALISCENDI, MA ANCHE AI "TURISTI RUNNER FRIENDLY" CHE AMANO VISITARE LE CITTÀ A PASSO DI CORSA. SPONSOR TECNICO DIADORA

È la più amata dagli italiani. Stiamo parlando della distanza della mezza maratona che quest'anno si arricchisce di una nuova proposta per incontrare il gusto e le esigenze di tutti i "pubblici" del running, anche quelle dei turisti "runner friendly". Si tratta della prima edizione della Milano21 Half Marathon che si correrà il 26 novembre nel capoluogo lombardo. Perché questa data? Perché è il primo weekend in cui la città "si accende" per il Natale con luci e addobbi sparsi in tutta la città, ma soprattutto è la prima domenica di corsa ai regali da mettere sotto l'albero. Così ci ha spiegato MG Sport, l'ente organizzatore.

Corsa e turismo, un binomio ormai consolidato che le amministrazioni pubbliche appoggiano sempre più con convinzione e con la consapevolezza che lo sport ormai è diventato un vero e proprio "driver" per le scelte turistiche. I cosiddetti "turisti per sport" sono sempre di più. Al posto della cartina e della macchina fotografica hanno scarpe da running e cronometro. Quel cronometro da cui, durante la Milano21 Half Marathon, distoglieranno lo sguardo per godersi lo spettacolo di un percorso che mixa tecnicità a bellezza, quella di una città che si prepara al Natale.

Saranno due le anime di Milano da scoprire: quella più moderna con i grattacieli della nuova skyline che faranno da sfondo all'arco di partenza, e quella più "tradizionale" e rappresentativa del DNA fashion della città, con il passaggio, per chi deciderà di correre la 10 km, dal quadrilatero della moda. La cui magia nel periodo delle strenne è imperdibile.

followyourpassion.it

I'm training for #Milano21

FollowYourPassion ha coinvolto alcuni tra i soggetti più attivi nella promozione del running milanese per creare un'agenda di allenamenti aperta a tutti.

Women In Run Milano – running network al femminile (ora anche ASD), nato su Facebook nel 2014 con l'obiettivo di creare gruppi di allenamento gratuiti in tutta Italia per consentire alle donne di correre all'aperto in totale sicurezza e libertà – ha organizzato, con il supporto di Marcello Magnani, anche un allenamento con la maratoneta Valeria Straneo che fa parte del team di campionesse del Laguna Running. Un punto di riferimento per tutte le donne che praticano la corsa su strada.

Gli Urban Runners invece – in perfetto mood #followyourpassion – stanno promuovendo con le loro "UR_training_run" un approccio alla corsa fatto di motivazione, supporto ed emozione.

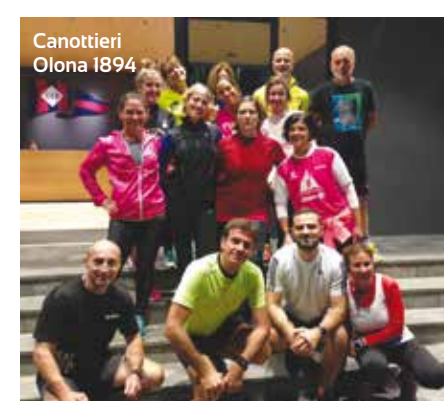
Si è messa in moto verso la Milano21 anche la Canottieri Olona



1894, il celebre sport club, recentemente ristrutturato, affacciato sul Naviglio Grande, che per l'occasione ha programmato allenamenti e boot camp guidati da Chiara Nichetti, ex atleta mezzofondista della nazionale italiana.

Obiettivo comune: abbracciare "serious" e "casual" runner per accompagnarli sulla start line di Viale della Liberazione il prossimo 26 novembre. Women In Run Milano, Urban Runners e Canottieri Olona 1894 aggiornano gli appuntamenti settimanali con le loro "run" sui rispettivi siti e pagine Facebook.

womeninrun.it • urbanrunners.it • olona1894.it



— I NUMERI DELLA GARA —



GARA TOP — 25 KM

PARTECIPANTI — 1.105

UOMINI — 893

DONNE — 212



GARA FAST — 15 KM

PARTECIPANTI — 1.084

UOMINI — 763

DONNE — 321



GARA SMART — 9,9 KM

PARTECIPANTI — 954

UOMINI — 599

DONNE — 355

— I VINCITORI DELLA GARA TOP —

UOMINI:

LUIGI ZULLO — 1H 29' 46"

DAVIDE CHERAZ — 1H 30' 29"

DARIO ROGNONI — 1H 31' 53"

DONNE:

CAROLINA SOFIA CHISALÈ — 1H 51' 27"

BENEDETTA BROGGI — 1H 54' 10"

ROSANNA VOLPE — 1H 55' 01"

— TROFEO SUUNTO MONTESTELLA —

UOMINI:

DAVIDE CHERAZ — 13' 32" 500

LUIGI ZULLO — 13' 32" 921

DARIO ROGNONI — 13' 33" 471

DONNE:

CAROLINA SOFIA CHISALÈ — 16' 52" 963

BENEDETTA BROGGI — 16' 54"

GIUDITTA DE VECCHI — 17' 40"

TROFEO ALLIANZ TOWER — LA SCALATA DEI 23 PIANI

STEFANO CONTARDI — 3' 02"

ROSANNA VOLPE — 4' 16"



Salomon Running Milano, cronaca di un successo annunciato

I NUMERI DEL TRAIL DI CITTÀ SONO IN COSTANTE AUMENTO. SI CONFERMA IL SUCCESSO DI UN FORMAT CHE HA ENTUSIASMATO I PODISTI MILANESI FIN DAGLI ALBORI

Erano oltre 4.000 i runner che si sono presentati lo scorso 17 settembre all'Arena Civica di Milano. Un'edizione da record dunque, che già andava alla grande ancora prima dello start. I T.A. (Trail Autogestiti), hanno registrato una grande partecipazione e per questo motivo l'organizzazione ha deciso di aumentare gli appuntamenti con i training propedeutici alla gara. Un incremento della partecipazione che ha coinvolto tutte le iniziative legate alla manifestazione.

Del resto, il format ha funzionato fin dalla prima edizione, quando i podisti milanesi hanno scoperto la città sotto una veste del tutto diversa rispetto a quella indossata dalle solite gare cittadine. Il trail milanese, non ha mai avuto la pretesa di assomigliare alle vere e proprie gare off-road, piuttosto, e soprattutto nelle ultime edizioni, ha associato la costante ricerca di un percorso movimentato alla scoperta o ri-scoperta delle bellezze storiche e culturali che Milano può offrire, dando l'esclusiva ai partecipanti di alcuni passaggi inediti, come quello all'interno del fossato del Castello Sforzesco o dentro il bellissimo Palazzo Marino. Questo mantenendo però le difficoltà tipiche di un percorso su più livelli, con salite e discese non sempre facili che richiedono una buona preparazione atletica. A dimostrazione di ciò è anche arrivata la nomina, per la prima volta quest'anno, a Campionato Regionale Trail Fidal per le categorie Promesse, Senior e Master.

In particolare, nella gara Top da 25 km il percorso si è snodato dalla 'buca del golf'



I vincitori della gara Top (uomini e donne).



Carolina, Benedetta e Rosanna esultanti.



La partenza della gara Fast.



La partenza della gara Smart.

in CityLife fino al suggestivo Palazzo Reale per poi salire in alto, molto in alto fino al ventitreesimo piano della Torre Allianz, dove è andata in scena la gara nella gara, con il Trofeo Allianz Tower ad attendere il runner più veloce nella scalata del grattacielo. Quest'anno anche un'altra competizione all'interno della Top ha spinto i partecipanti ad aumentare la velocità per

un tratto cronometrato di 3,8 km: il Trofeo Suunto Montestella tracciato all'interno della Montagnetta di San Siro.

E per il prossimo anno, quali novità ci attendono? Il percorso funziona, potrebbe subire dei piccoli cambiamenti come è normale che sia in una città che è essa stessa in costante cambiamento. Ci sarà da

aspettarsi qualche novità, ma sembrerebbe che, per non incorrere nei già inevitabili ingorghi lungo i percorsi, l'organizzazione (A&C Consulting e Asd Friesian Team) voglia chiudere le iscrizioni a 4.500 partecipanti. Di sicuro la Salomon Running è per eccellenza la gara di fine estate, che tutti i milanesi, e non solo, inseriranno ancora una volta nel loro calendario.



Marco Olmo, CMP brand ambassador.



CMP IN NUMERI

1.440

partecipanti (su tre gare)

300

volontari

+ 80

borse di studio assegnate

155

ragazzi delle scuole medie e superiori

35

sponsor

10

nazioni al via

Quando la gara diventa una festa

IN OCCASIONE DEL CMP TRAIL ORGANIZZATO DALL'AZIENDA F.LLI CAMPAGNOLO, ALL'INIZIO DI OTTOBRE, IL CAMPIONE DELLE "LUNGHISSIME" MARCO OLMO HA FESTEGGIATO IL SUO 69° COMPLEANNO. IL TRAIL SI RICONFERMA UN SUCCESSO CON NUMERI IMPORTANTI

“Tanti auguri Marco Olmo!”. Strano, quanto meno inconsueto, trovarsi ad una gara per un brand di cui sei orgogliosamente ambassador e festeggiare il proprio compleanno. È successo al campione delle lunghe distanze Olmo che, lo scorso 8 ottobre, ha compiuto gli anni su uno dei tracciati del Cmp Trail. Un Marco sorridente e sereno (come sempre, con la calma e l'autocontrollo che lo contraddistinguono, anche nelle gare più estreme). Un Marco che, il giorno dopo, ha fatto un post su Facebook dichiarandosi soddisfatto di aver festeggiato “tra amici”.

NUMERI DA RECORD / L'evento di trail running che ha attraversato i colli di Bassano del Grappa e Marostica, ha registrato anche per questa seconda edizione numeri da record. Come avevamo anticipato nel servizio pubblicato sullo scorso numero, a ridosso della competizione, è stata anche quest'anno Villa Angarano Bianchi Michiel, patrimonio dell'UNESCO, il centro logistico della manifestazione, punto di partenza e arrivo di tutte le gare.

CMP TRAIL LONG / Sono stati i fortissimi Gil Pintarelli e Silvia Rampazzo a vincere la

“Long”, la 43 km regina del CMP. Pintarelli, trentino, ha completato il percorso con un tempo di 4h 05' 03". Ottavo al campionato mondiale Long Distance di corsa in montagna, Gil è un atleta di quelli che sanno sempre lasciare un segno della propria presenza in gara e ancora una volta ha dimostrato di essere un vero fuoriclasse. Silvia Rampazzo, del Team Tornado, ha invece dominato la corsa al femminile, arrivando settima assoluta con un tempo di 4h 27' 01". Campionessa del Mondo di corsa in montagna, vittoriosa al Giir di Mont, vanta una percentuale spaventosa di vittorie in rapporto alle gare partecipate.

CMP SHORT TRAIL /

Grande successo anche per il percorso di 16km, che ha visto ben 796 runners al nastro di partenza.

Tra loro anche Marco Olmo. La gara ha attirato l'attenzione di diversi atleti di livello nazionale e internazionale, tra i quali ricordiamo Simone Gobbo, stradista classe '84 del Tornado Team, che ha tagliato per primo il traguardo della Short. A meno di 20 secondi è arrivato Stefano Fantuz, campione italiano di ultratrail sulle distanze superiori

ai 60 km. L'outsider ai pronostici, Filippo Barizza, è salito sul terzo gradino del podio.

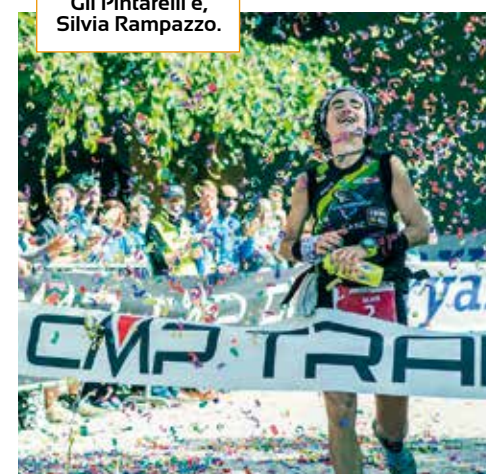
SPAZIO AI GIOVANI / Alle 9,30 i ragazzi degli istituti delle provincie di Vicenza, Padova e Treviso si sono contesi le borse di studio messe in palio per la YOUTH TRAIL, il percorso di circa 7 chilometri con un dislivello di 200m, al quale hanno partecipato ragazzi tra gli 11 e i 19 anni. L'obiettivo era quello di promuovere i valori sportivi nei ragazzi e di trasmettere i principi che contraddistinguono “lo spirito trail”, caratterizzata da una comunità di atleti molto coesa e da un codice etico rispettoso della natura e dell'avversario. Hanno risposto all'appello oltre 352 ragazzi, 155 dei quali premiati da ben 82 borse di studio messe in palio dagli sponsor.

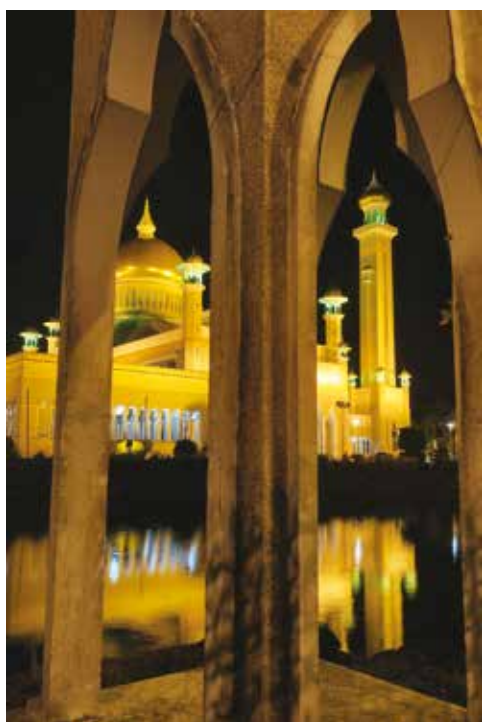
Una giornata memorabile, insomma, che merita di essere ricordata non soltanto per i numeri e per il parterre di atleti presenti, ma per le emozioni che solo un evento di questo tipo sa trasmettere a un numero incredibile di persone. CMP Trail è già pronto a tornare il prossimo anno...

cmptrail.it



I vincitori del CMP TRAIL LONG Gil Pintarelli e, Silvia Rampazzo.





Esplorando il Sultanato a piccole falcate

PERDERSI TRA LE PALAFITTE DEL VILLAGGIO GALLEGGIANTE
IMMERSI NEL VERDE INTENSO E TROPICALE DEL BORNEO.
CON AI PIEDI LE SCARPE DA RUNNING
E LA TESTA LIBERA DA OGNI PENSIERO



Bandar Seri Begawan è una cittadina incastonata nella foresta tropicale del Borneo, una delle più grandi isole del mondo che per tre quarti appartiene all'Indonesia e un quarto alla Malesia. Al nord, oltre alle due sopracitate nazioni, talmente piccolo da non trovare quasi uno spazio per scrivervi il nome sulle cartine, il Sultanato del Brunei è il terzo Paese ad abitare l'isola e Bandar Seri Begawan è la sua capitale. Il Brunei, esistente fin dalla fine del XIV secolo (ufficialmente indicato come Nagara Brunei Darussalam, cioè Stato del Brunei, Dimora della Pace), è un paese musulmano che ha nel sottosuolo e nello specifico nel petrolio, la sua immensa ricchezza che garantisce al suo sultano, Hassanal Bolkiah, una posizione stabile tra gli uomini



più ricchi al mondo. Parzialmente nascosta e totalmente distesa su verdi colline che si affacciano in un'insenatura allagata dal mar Cinese, la sua capitale è un piacevole agglomerato di case basse arricchito da maestose moschee. Di fronte a quello che potrebbe essere considerato il suo centro e oltre le acque torbide dell'insenatura in cui confluisce il fiume Sungai Brunei, il villaggio sull'acqua di Kampong Ayer è il più grande borgo di case su palafitta al mondo. 4.200 costruzioni, di cui alcune lasciate al degrado del tempo e altre ben conservate e vissute, sono unite da un dedalo di passerelle legnose che nella loro totalità arriva a misurare ben 42 chilometri di lunghezza.

CORRENDO ALLA SCOPERTA

Se è vero che correre è uno dei modi migliori per esplorare, non c'è situazione migliore per calzare le scarpe e, a piccole falcate, perdersi tra i legni di questo villaggio. Si corre a un paio di metri dalla superficie limosa dell'acqua. Il calpestio, quasi sempre fatto da assi posate trasversalmente al verso di marcia, è stabile e sicuro nonostante rumori sinistri. Il nostro passo lento, ma implacabile. Il cielo è terso, il sole di quelli che sanno far male. In questo villaggio praticamente galleggiante ci sono scuole, negozi, un museo, una stazione dei pompieri, una di polizia, un centro di primo soccorso e una moschea, bella, ma che non ha nulla a che vedere con la sontuosità delle due moschee cittadine: la Omar Ali Saifuddien Mosque, in centro, e quella di Jame'Asr Hassanil Bolkiah, appena decentrata, costruita nel 1970 per celebrare i 25 anni di salita al trono del suo 29° sultano.

Ma il Brunei è soprattutto foresta e allo-

ra ci si imbarca per una visita fluviale del fitto del verde più denso, più profondo, quasi impenetrabile che caratterizza l'intera isola. Seguendo il consiglio dello scafista, si attracca e si fa un'estensione a piedi lungo un impervio sentiero fangoso e pieno di radici traditrici. Sopra e tutt'intorno la campionatura dei verdi più incredibili, sotto, solo il marrone del fango. Sulla via del ritorno ci si concede anche una piccola pausa in una spiaggetta isolata, dove la tentazione di correre è di nuovo forte. Quindi si calzano ancora una volta le scarpe da trail e ci si invola nell'unico sentierino visibile che abbandona la battaglia. Un tragitto che si perde anche lui nel verde intenso e tropicale che abbraccia in toto l'intera baia arenosa, un cammino stretto che sembra esser stato disegnato senza una logica. Un tracciato che più e più volte sembra contorcersi su se stesso per poi distendersi nuovamente e sbucare dalla parte opposta della spiaggia. Le gambe allungano la falcata sulla battaglia piatta in cui riposano vecchi tronchi lucidi, accarezzati dal mare e levigati dal tempo. La testa, libera da ogni pensiero, si gode così l'ultimo respiro esotico di un Sultanato completamente immerso nella natura, puro, tranquillo e decisamente interessante.

SUL PROSSIMO NUMERO /

Torneremo in Italia per raccontarvi del Monte Rosa Walser Trail, una bellissima esperienza sportiva in Valle d'Aosta. Guarda tutte le gare Run the World sul sito runtheworld.it



Una scelta strategica

DA BRICOSPORT A SPORTIT PER UNIRE LO STORE ONLINE CON I NEGOZI FISICI. OBIETTIVO: RISPONDERE ALLE SFIDE FUTURE CHE SICURAMENTE PASSERANNO DAL WEB.

Abbiamo intervistato Andrea Colzani, titolare di SportIT, realtà sportiva commerciale brianzola con due punti vendita a Seregno e Cesano Maderno.

L'obiettivo di questa unione tra store online e negozi fisici qual è?

In un mercato sempre più globale volevamo rimanere ancorati al nostro territorio, ma guardando oltre. Per questo motivo abbiamo puntato al web. Una rete capillare di vendita è un modello poco sostenibile, mentre uno store online può raggiungere i clienti in ogni luogo e a qualsiasi ora. Sempre più spesso gli acquisti vengono fatti fuori dagli orari di "apertura" e uno dei nostri obiettivi è quello di andare incontro ai clienti. In questo modo abbiamo coniugato la nostra competenza e un know-how trentennale, acquisito negli store di Seregno e Cesano Maderno, mettendoli a disposizione di una clientela molto più ampia.



Andrea Colzani

Com'è la vostra realtà sportiva commerciale e il runner della vostra zona?

Il runner brianzolo è un runner che ha a disposizione il massimo. Non dimentichiamoci che il Parco di Monza è il parco recintato più grande d'Europa e i percorsi ciclopodali formano una rete capillare che consente di "macinare" chilometri attraverso i polmoni verdi della Brianza. Inoltre sono sempre di più le società sportive che organizzano corse competitive e non. Possiamo sicuramente dire. Che siamo in un'isola felice per i runner. Anche a livello commerciale la concorrenza non manca: sia la grande distribuzione, sia i piccoli commercianti trovano mercato in un territorio che conta migliaia di sportivi.

Che tipo di esperienza vuole essere quella di SportIT per il cliente?

Come dice il nostro motto: "Passion, Experience, Sport". La passione è quella che mettiamo nel fare il nostro lavoro e quella che hanno i nostri clienti per lo sport. Le esperienze sono quelle che cerchiamo di proporre loro. Per noi, un prodotto ha bisogno di essere "provato", ma non nel camerino o su una poltrona, bensì in quelle che sono le condizioni di utilizzo. Per questo motivo cerchiamo di trasmettere delle esperienze sensoriali sia all'interno dei nostri store sia organizzando eventi dove gli articoli possono

essere "testati sul campo". Lo sport, invece, è ciò che racchiude tutto il nostro mondo.

È partita a febbraio la collaborazione di due anni tra la società sportiva Happy Runner (il secondo team per iscritti in Italia), Diadora (in forte sviluppo) e SportIT.com che oggi è uno dei principali portali di vendite online in Italia. Come è nata questa collaborazione e come sta andando?

La partnership come quella con Happy Runner Club è molto importante. Stare al fianco di gruppi ben organizzati come il loro è per noi un motivo di orgoglio. In questo modo possiamo ascoltare le esigenze degli sportivi che richiedono un servizio impeccabile nella vendita del prodotto e non solo. Per esempio, grazie alla nostra tecnologia, abbiamo fatto in modo che tutti i loro iscritti potessero ricevere gratuitamente il loro kit di iscrizione in modo del tutto automatizzato e abbiamo messo a disposizione il nostro servizio clienti per gestire tutte le attività dei soci (cambio taglia, ecc.), sollevando il club da un'onerosa gestione operativa. In questo senso mi sento di ringraziare Diadora che ha creduto in questa collaborazione in modo tangibile ed è bello vedere che ci sono ancora aziende italiane che credono in questo mercato.

Fornite divise anche ad altre società?

Abbiamo molte collaborazioni attive. Per citarne alcune ricordo quella con Brimar 8 Team e l'amico Rodolfo Malberti che ci ha permesso di vincere con l'altleta Ahmed Nasef lo scorso campionato italiano, e quella con Women In Run che è una delle più grandi community di donne runner presenti in diverse città italiane. Abbiamo anche



Run With Us



CONTATTI
E.mail
info@sportit.com
web
sportit.com
Facebook
SportITcom

	SEDE 1	SEDE 2
Negozi	SportIT	SportIT
Indirizzo	Via Milano 46 (in foto)	Via Nazionale dei Giovani 51
Località	Seregno (MB)	Cesano Maderno (MB)
Telefono	0362.265780	0362.52981
Titolare	Gruppo Colzani	Gruppo Colzani
Anno di nascita	1998	1987
Numero del personale	15	15
Mq totali	2.000	Oltre 2.000
Mq abbigliamento	1.000	1.000
Mq attrezzatura	500	500
Mq scarpe	500	500
Numero vetrine	8	5
Discipline trattate	Calcio, fitness, sci, snowboard, tennis, running, pesca, rugby, ping pong, artimarziali, basket, nuoto, skareboard, danza, trekking, volley, golf manuale	Calcio, fitness, sci, snowboard, tennis, running, pesca, rugby, ping pong, artimarziali, basket, nuoto, skareboard, danza, trekking, volley, subacquea manuale
Gestione magazzino	Si	Si
Noleggio attrezzatura?	Si	Si
Marchi calzature	adidas, Nike, ASICS, Brooks, Converse, New Balance, Mizuno, Puma, Joma	adidas, Nike, ASICS, Brooks, Converse, New Balance, Mizuno, Puma, Joma
Marchi abbigliamento	Ea7, North Sails, Element, Everlast, Arena, adidas, Nike, Deha, Champion, Lacoste, Le Coq Sportif	Ea7, North Sails, Element, Everlast, Arena, adidas, Nike, Deha, Champion, Lacoste, Le Coq Sportif

molte collaborazioni attive con tanti testimonial che fanno davvero un enorme lavoro e insieme a noi organizzano molti eventi. Potete trovarli tutti sul nostro sito store.sportit.com/testimonial.

Che rapporti avete stretto con le aziende?

Collaboriamo con moltissime aziende del settore per cercare di offrire un assortimento completo e un servizio adeguato alle necessità dei nostri clienti. In questo senso mi sento di dire che abbiamo con queste rapporti molto stretti e siamo spesso inseriti nei gruppi di negozi selezionati e specializzati.

Nelle ultime stagioni quali sono state secondo voi le principali innovazioni di prodotto?

Ogni anno si pensa che si sia arrivati al limite nel peso, nei tessuti, nell'innovazione. Invece ogni stagione ci regala novità interessanti, ma soprattutto, ormai, ogni prodotto

è costruito sulle specifiche richieste di un cliente. Ogni "amatore" ha la possibilità di ricevere lo stesso trattamento di un professionista avendo a disposizione prodotti sempre più sofisticati.

Conoscete il consorzio Running DOP?

Lo conosco poco e solo per quanto letto sui giornali o riportato da addetti ai lavori. Anche noi facciamo parte del gruppo Sport 2000 che è uno dei network più grandi in Europa. Credo che l'associazione e il confronto siano un punto di forza in cui credere.

In cantiere avete nuovi progetti?

Grazie alle collaborazioni attive con i nostri partner stiamo cercando di dare sempre più stimoli ed esperienze ai nostri clienti. Abbiamo organizzato anche la prima "Run With Beer" che, sulla falsariga della "Run With Us", ha riscosso molto successo la scorsa stagione, portando più di 150 persone nel Parco della Porada a Seregno tra una birra in compagnia e 6 chilometri di corsa con i nostri testimonial. Dopo la pausa estiva è ripresa incessante anche l'attività della "Run With Us" con due incontri a settimana il mercoledì sera e il sabato mattina, mentre a ottobre è tornata anche la "Wake Up and Run", una corsa che, alle 5.30 di mattina, attraversa Seregno colorandola di arancione. Credo che il segreto sia nella parola "collaborazione", solo attraverso la sinergia di diversi soggetti si può raggiungere un risultato.



ENERVITENE SPORT GEL

One hand

INNOVAZIONE ESCLUSIVA

IL GEL CHE SI APRE CON UNA SOLA MANO

Piega, schiaccia, bevi. Tre gesti semplici, che accompagnano la tua corsa quando più ne hai bisogno, quando ogni secondo conta.

Enervitene gel One Hand è l'unico gel che si apre con una sola mano.

Pratico, veloce e facile da usare.

Finalmente la tua energia con la semplicità che cercavi.

Per la tua performance ti diamo una mano. L'altra non ti servirà.



Tecnologia EASYSNAP®



PIEGA



SCHIACCIA



BEVI

1. **PIEGA** il fronte della confezione.

2. **SCHIACCIA** con una leggera pressione delle dita.

3. **BEVI** dall'apertura sul retro.

Daniel Fontana
DDS TRIATHLON TEAM



enervitsport.com

ENERVIT
Science in Nutrition

saucony

RUN
YOUR
WORLD

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



THE ALL NEW KOA TR RUN ANYWHERE

Dalla strada al trail e oltre.
KOA TR è il perfetto ibrido per la tua corsa.

saucony.it

follow us on

