

Running

ANNO 8 - NUMERO 5 - 2019

MAGAZINE

PHOTO COURTESY: SAUCONY





CLIFTON 6

THE SMOOTHEST CUSHION
DAILY RUNNER

CHASE YOUR AMAZING

MIREILLE SINÉ
LOS ANGELES, CA

HOKAONE
ONE®



Running

MAGAZINE

ANNO 8 - NUMERO 5 - 2019

- S O M M A R I O -



FOCUS ON

- 10 | Assosport: il workshop "Active Workplaces, Active Europe"
- 14 | Project Carbon X, un record (quasi) realizzato

MERCATI

- 11 | Usa: bye bye mall

DATI & STATISTICHE

- 12 | Half marathon shoe count

INTERVISTE

- 16 | Tor des Géants: parlano Alessandra Nicoletti, Marco De Gasperi e Franco Collè
- 22 | Trieste Half Marathon: a tu per tu con Fabio Carini, presidente dell'Apd Miramar

PARTNERSHIP

- 19 | Crazy e Polartec celebrano le due gare più storiche di skyrunning

SCARPA DEL MESE

- 20 | Saucony Ride ISO 2

LANCI

- 25 | Nuova gamma Garmin Forerunner

FOCUS PRODOTTO

- 26 | GEL-Cumulus 21 di ASICS
- 26 | Mad River TR di Saucony
- 27 | Mythos MDS di Diadora
- 27 | La calza Sky Tech Black di Elbec
- 28 | Sense Ride 2 di Salomon
- 28 | Cloudsurfer di On

INCHIESTA

- 30 | Green revolution

REPORTAGE

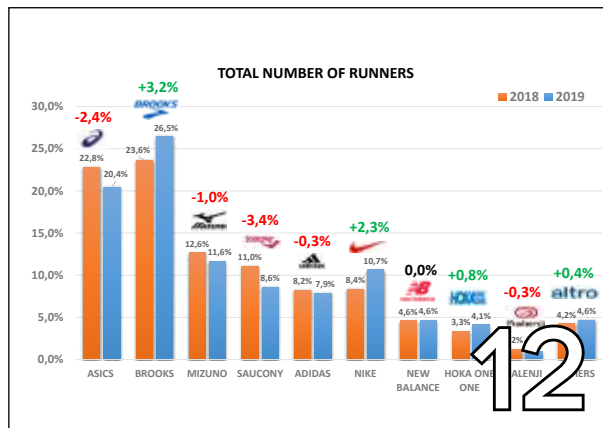
- 32 | Elba Trail
- 34 | ½ Maratón Popular de Formentera

FOCUS SHOP

- 36 | Punto Running di Cantù (CO)

RUN THE WORLD

- 38 | Baja California



- EDITORIALE -

Si fa (troppo) presto a dire “green”

Oggi molti, a più livelli, fanno un gran parlare di sostenibilità. Rivendicando il fatto di applicarla in modo più o meno efficace, coerente e sincero. Talvolta, però, il rischio di un compiaciuto “effetto marketing” – diciamolo – è spesso reale. Occorre quindi sapere distinguere da chi ci crede veramente e ha fatto del rispetto per l'ambiente uno stile di vita e una regola quotidiana. Certo è più facile riconoscere l'autenticità di questo approccio in aziende (come PER esempio Patagonia) che già da parecchi anni e in tempi non sospetti si sono impegnate attivamente sul tema, con campagne dal forte impatto e una risonanza mondiale. Ma non meno importanza e dignità è bene riconoscere a iniziative più piccole o locali. In grado magari di coinvolgere dal basso le persone e aumentare così la loro cultura ambientalista (auspicabilmente sana e non fanatica). Da sempre sulle pagine di *Running Magazine* trovate articoli e approfondimenti dedicati al tema. Spazi che negli ultimi numeri sono aumentati, di pari passo con le iniziative e la sensibilità. Se il mese scorso siamo tornati a parlare di “plogging” (attività nata in Svezia che consiste nel correre raccogliendo i rifiuti delle città), su questo numero lanciamo la prima puntata di un'interessante inchiesta. Coinvolgendo gli organizzatori di alcune gare di running particolarmente meritevoli per iniziative legate alla sostenibilità.

A proposito di inchieste. Nelle prossime pagine troverete altre indagini e contenuti esclusivi, come peraltro molti di quelli precedenti. Mai come quest'anno il lavoro della nostra redazione è aumentato ancora di più in termini qualitativi e quantitativi, per proporvi ogni mese sui nostri canali print e web inchieste su varie tematiche, spesso con lo strumento diretto delle interviste. Realizzate preferibilmente faccia a faccia o al telefono. Privilegiando comunque il confronto diretto con le persone, dal quale emergono spesso i contenuti più interessanti e vivaci. Con qualche possibile effetto collaterale – che è doveroso chiarire – come spieghiamo nella precisazione di cui sotto.

Al di là di questo, prosegue il nostro filo diretto con i protagonisti del settore. Un altro importante tema toccato è quello della sicurezza, specialmente quando si parla di trail (e ultra). Tema caldissimo, ancor più dopo l'annuncio a sorpresa da parte del Tor des Géants sulla scelta del materiale obbligatorio. Non più imposizione come accadeva gli altri anni (al pari di quasi tutte le gare trail mediamente impegnative), ma più ampia libertà di scelta agli atleti. Una piccola rivoluzione all'insegna della consapevolezza. Quanto giusta o rischiosa? Ne parliamo con alcuni protagonisti e organizzatori alle pagine 16-18. Annunciata e attesa anche la nostra esclusiva intervista a Fabio Carini: alle pagine 22-23 il presidente dell'Apd Miramar racconta tutta la sua verità sulle notevoli polemiche suscitate dalla mezza maratona di Trieste, con il contestato annuncio di non far partecipare gli atleti africani (non certo una scelta “razzista”, come frettolosamente titolato da alcuni media).

Rimanendo in tema di contenuti esclusivi, abbiamo almeno altre due vere e proprie chicche. La prima riguarda i dati relativi da una parte all'Europa (pag 10), con il tema dell'attività sportiva in azienda e in generale dell'attività fisica nel nostro Continente, con livelli non certo ottimali. L'altra guarda Oltre Oceano, destinazione USA (a pag. 11). Dove continua la profonda sofferenza e sovente la moria degli shopping mall: ben 35 quelli che dal 2016 a oggi hanno dovuto portare i libri in tribunale. Il secondo grande focus “statistico” del numero lo trovate alle pagine 12-13. Ed è un'altra grande esclusiva firmata *Running Magazine*. Che da questo numero torna a proporvi i dati di shoe count relativi a vari eventi e brand. Con un metodo che, forse per la prima volta, riduce di fatto quasi a zero la possibilità di errori e... contestazioni.

BENEDETTO SIRONI

LA PRECISAZIONE

Riguardo l'intervista rilasciata nell'ambito della nostra inchiesta “La Carica del 101” da Simone Proietti, titolare del negozio Athletics di Anzio e pubblicata a pagina 22 sul numero 2 – 2019 di *Running Magazine*, risentite le parti in causa, occorre una doverosa precisazione. Nelle ultime due righe si metterebbe in dubbio la “serietà” del distributore del brand Hoka One One (Artcrafts). Brand peraltro indicato dallo stesso negoziante al primo posto nelle vendite del suo negozio nella categoria trail running. Un giudizio frutto di un fraintendimento e non conforme alla realtà e al corretto pensiero dell'intervistato, che aveva unito considerazioni sulle passate gestioni del brand oltre a un'osservazione più attuale ma circoscritta a una piccola incomprensione, non certo tale da giustificare un giudizio così generalizzato. Più che appurata, peraltro, la professionalità di Artcrafts, dimostrata anche dai notevoli risultati ottenuti con Hoka, brand rivelazione e con il maggior tasso di crescita tra gli intervistati della nostra stessa inchiesta.

-PRIMO PIANO-

Outdoor & Running Business Days: il programma 2019

Come vi avevamo anticipato nello scorso numero della nostra rivista, tornano gli Outdoor & Running Business Days, il 14 e 15 luglio a Riva del Garda. A un mese e mezzo da quello che è ormai diventato l'evento trade di riferimento del mercato italiano nel settore, si confermano i numeri dello scorso anno con l'adesione di 30 aziende e 50 brand (espositori), e 100 dealer. Ma l'obiettivo è quello di incrementare sensibilmente le partecipazioni. Mentre l'organizzazione sta lavorando affinché sia tutto pronto per accogliere i partecipanti, si delinea il programma che animerà l'evento. Tra le attività, che vi riportiamo di seguito, da sottolineare gli interventi a cura di Loredana Meduri e Alessandro Spanu, esperti di business che mettono al

servizio la loro esperienza ventennale in economia internazionale con corsi di formazione e consulenza, accompagnando le aziende verso il successo e il cambiamento. Sono due gli incontri che li vedranno protagonisti. Nel primo si parlerà di “Design thinking: Il cliente del futuro come lo conquistiamo?”, una metodologia per risolvere problemi in modo creativo. Si tratta di un processo ben definito, che segue determinati step. In 60 minuti si esploreranno nuove soluzioni e idee su come poter fidelizzare i clienti. Nel secondo intervento intitolato “Be wow - Come affascinare con creatività e autenticità i propri clienti”, si parlerà di come diventare esperti di empatia e come essere “il fornitore preferito” dei propri clienti. Saper mettere in pratica la passione e il cuore nella relazione con il cliente, permettendo di fidelizzarlo incrementando così le vendite.

Imperdibile anche l'incontro con gli esperti di Green Media Lab. La media relation & digital company milanese, specializzata in attività di comunicazione e consulenza strategica, parlerà dei “Nuovi equilibri fra online e offline: social media marketing per il retail”, con l'obiettivo di trasferire conoscenze, abilità e tool per un utilizzo corretto delle piattaforme social al fine di migliorare la visibilità del retail, integrare le attività offline con quelle online e impostare una corretta strategia di comunicazione.



ph: Klaus Dell'Orto

INFO E ISCRIZIONI:

outdoorbusinessdays.com

02.87245180 – info@outdoorbusinessdays.com

Editore Sport Press Srl

Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO

Direttore editoriale: BENEDETTO SIRONI

Redazioni: via Roncaglia 14, 20146 Milano - Tel: 02.87245180 Fax: 02.87245182

Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB)

Email: redazione@runningmag.it - Website: runningmag.it

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)

Anno 8 - N. 5 - 2019 - 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 maggio 2019



REACH BEYOND

WAVE SKY 3

Totalmente rinnovata con le tecnologie più
all'avanguardia, per farti sperimentare
nuove frontiere del running.



CIFRA: L'IMPEGNO ZERO WASTE E IL PROGETTO GREEN ATTITUDE

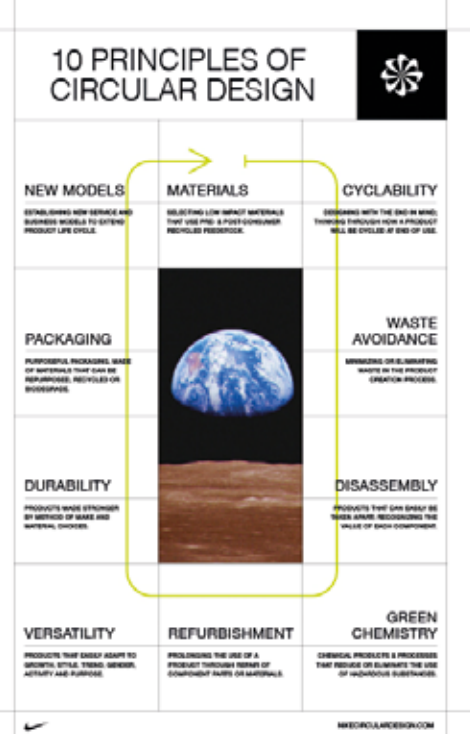


Il tema della sostenibilità rappresenta da sempre uno degli aspetti più importanti per Cifra. Ecco quindi che l'azienda - specializzata nella produzione di tessuti a maglia tubolari - prosegue in questa direzione. Lo fa attraverso l'impegno Zero Waste

(nel warp seamless tutto il filato si trasforma in prodotto, mentre nel tradizionale tessuto gli scarti di confezionamento sono circa tra il 15 e il 30%) e con il progetto Green Attitude, ovvero l'introduzione di filati ecosostenibili e rigenerati. Nel secondo ambito, nel bouquet di proposte, diverse sono le soluzioni messe a punto. A partire da Econyl di Aquafil, un Nylon 6 realizzato al 100% con materiali di scarto completamente rigenerati e destinati altrimenti a finire in discarica o nel mare. Si tratta precisamente di un filo di nylon, derivato da materiali plastici recuperati: reti da pesca e più in generale, scarti di tessuti utilizzati dall'industria tessile che vengono recuperati e rigenerati attraverso un complesso processo di scomposizione. Q-Nova di Fulgar è invece una fibra di Nylon 6,6 riciclata ed ecosostenibile ottenuta esclusivamente da materie prime rigenerate, e prodotta da Fulgar secondo i criteri e le esigenze della moderna tracciabilità. Q-Nova è costituita da materiali di rifiuto provenienti dal ciclo produttivo principale dell'azienda. Tali materiali non potrebbero essere riutilizzati in nessun altro modo e dovrebbero essere smaltiti esternamente come rifiuti. Novità anche sul versante lana merino, la componente poliammidica verrà sostituita con Amni Soul Eco di Fulgar che permette di realizzare capi in grado di decomporsi rapidamente quando vengono dismessi e riposti in discarica.

IL MANUALE DI NIKE: "CIRCULARITY: GUIDING THE FUTURE OF DESIGN"

"Circularity: Guiding the Future of Design" è il manuale realizzato da Nike per fornire un linguaggio comune sul tema dell'economia circolare ai designer e ai produttori di tutto il settore. La guida è stata creata in collaborazione con gli studenti e con lo staff della Central Saint Martins, University of the Arts London. Nel corso degli anni lo sguardo di Nike si è ampliato da una concezione focalizzata solo sul punto di incontro tra atleta e prodotto a quella che considera l'atleta nella sua totalità, dove i temi della sostenibilità diventano estremamente importanti. La ricerca di nuovi materiali è un esempio di design sostenibile già messo in pratica da Nike, che dimostra così come la sostenibilità non sia un vincolo per l'innovazione bensì un catalizzatore. Una piattaforma come Flyleather è un esempio di come poter realizzare alternative a basso impatto e più durature rispetto ai vecchi standard. L'obiettivo è creare prodotti che promuovano l'economia circolare, che durino più a lungo e che siano progettati pensando alla loro finalità. "Abbiamo il dovere di considerare la progettazione nella sua totalità, cioè come la concepiamo, produciamo, utilizziamo, restituiamo e, in ultima analisi, come la reimmaginiamo", afferma John Hoke, chief design officer di Nike. "Circularity: Guiding the Future of Design" condivide 10 principi chiave da cui partire per abbattere le norme in uso e riconsiderare il processo di realizzazione e design. La speranza è che il manuale aiuti a fare scelte ponderate che faranno progredire il mondo.



SEMPRE MENO PLASTICA NEL PACKAGING DI CRAZY

"A piccoli passi verso un mondo meno inquinato dalla plastica: se c'è del superfluo che può fare solo danni, meglio eliminarlo". Così Crazy ha presentato un'iniziativa che si propone l'obiettivo di "dare l'esempio sulla strada della sostenibilità".

Il brand ha infatti annunciato di aver introdotto un nuovo packaging in carta riciclata, dentro cui i capi possono essere avvolti e spediti ai negozi, per ridurre il numero di sacchetti di plastica impiegati nell'imballaggio dei prodotti. All'interno dei fogli si trovano spunti su come possono essere nuovamente riciclati e su come, quindi, renderne possibile una nuova vita. "Grazie a questa iniziativa risparmiamo più di 200.000 sacchetti all'anno: se tutte le aziende outdoor lo facessero, si risparmierebbe un miliardo di sacchetti di plastica".



ASICS E IL PROCESSO DI RICICLAGGIO DEI POLIMERI

ASICS ha stretto una partnership con Worn Again Technologies, azienda inglese specializzata nel riciclaggio dei polimeri con tecnologie d'avanguardia. Il passaggio a materiali più sostenibili attraverso un modello di business circolare è al centro della strategia di sostenibilità dell'azienda. Riciclando gli indumenti raccolti post-consumo e creando nuovi prodotti sportivi per un "circular resource model", ASICS si unisce ad alcuni dei brand più lungimiranti dell'industria globale dell'abbigliamento e del tessile per contribuire a spingere il passaggio a un mondo di risorse circolari. Il processo di riciclaggio dei polimeri di Worn Again Technologies può separare, decontaminare ed estrarre polimeri di poliestere e cellulosa (dal cotone) da tessuti non riutilizzabili, nonché utilizzare bottiglie di plastica e imballaggi per creare nuovi prodotti nell'ambito di un processo ripetibile. Romy Miltenburg, responsabile CSR e sustainability EMEA di ASICS, ha dichiarato: "ASICS si dedica allo sport e alla sostenibilità. Il nostro obiettivo è creare prodotti che non solo aiutino le persone a vivere una vita più felice e più sana, ma anche a salvaguardare il pianeta. Grazie a questa partnership con Worn Again Technologies, siamo un passo avanti verso il nostro obiettivo per creare un modello di business circolare".



PILLOLE BY

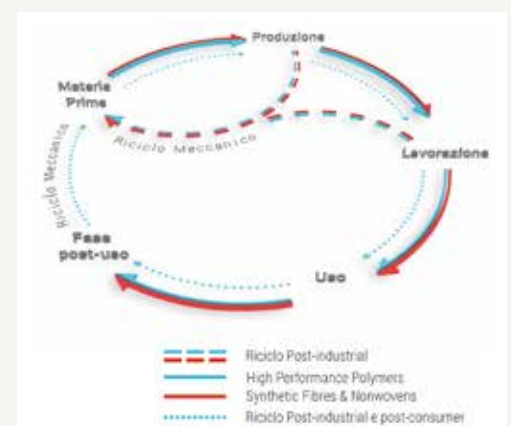


Economia circolare e sviluppo sostenibile: parole chiave per la continuità del business

Il 23 maggio 2019 è stata istituita la Giornata Nazionale sulla Bioeconomia, coordinata e promossa dal Cluster Spring con Assobiotech - Federchimica

Un'occasione per approfondire le caratteristiche e le opportunità offerte dall'economia circolare e da un sistema industriale che fa della sostenibilità la sua leva strategica. RadiciGroup ha partecipato all'iniziativa con un contributo video (disponibile sul sito [radici-group.com/news&media/video](https://www.radici-group.com/news&media/video)) che ha spiegato come tradurre in pratica queste linee guida. Maria Teresa Betti del team Sostenibilità del Gruppo ha detto: «Il tema della bioeconomia si inquadra perfettamente nel progetto di sostenibilità di RadiciGroup, all'interno del quale l'uso attento delle materie prime e delle risorse è di vitale importanza. Per realizzare i suoi polimeri, infatti, il Gruppo è sempre più propenso all'uso di materiali da fonti rinnovabili non in competizione con l'alimentazione umana da trasformare poi attraverso un uso delle risorse prevalentemente da fonte rinnovabile (idroelettrico)». Sul fronte dell'economia circolare è intervenuto Filippo Servalli, direttore sostenibilità di RadiciGroup: «Il valore dei prodotti va mantenuto quanto più a lungo possibile, la produzione dei rifiuti è da ridurre al minimo e, quando un materiale raggiunge il fine vita, va usato nuovamente per creare altro valore. Come? Attraverso l'eco-design. Pensare cioè ai prodotti anche in

funzione della loro seconda vita». Stefano Alini, direttore Innovazione & Ricerca di RadiciGroup, è entrato nel dettaglio e ha spiegato quali sono i prodotti bio di RadiciGroup: «Oggi RadiciGroup ha già in gamma poliammidi ottenute parzialmente (PA 6.10) o totalmente da fonti rinnovabili (PA 5.10), che consentono quindi di ridurre notevolmente l'uso di risorse non rinnovabili rispetto ad altre poliammidi interamente basate su intermedi petrolchimici. Stiamo lavorando su due fronti: ampliare ulteriormente questa gamma ma anche replicare i materiali più tradizionali come le PA 66, andando a produrre i monomeri con vie alternative che partono da fonte rinnovabile».



PER TECHNOGYM +5,4% RISPETTO AL PRIMO TRIMESTRE 2018

Technogym continua a crescere e per il primo trimestre del 2019 fa registrare ricavi per 131,5 milioni. Una crescita importante se si pensa ai 124,7 milioni dello stesso periodo dello scorso anno. In questo modo l'azienda mette a segno, anche nei primi tre mesi dell'anno, un incremento dei ricavi consolidati del 5,4% rispetto al primo trimestre del 2018. A cambi costanti la crescita è del 3,5%. Di particolare rilievo la crescita delle vendite di Technogym registrata nei mercati ad alto potenziale per lo sviluppo futuro: Nord America (+24,8%) e MEIA (+14,6%), e in Europa (+4,3%). In merito alle performance del fatturato per canale di vendita di Technogym: il Field Sales continua a rappresentare il canale di distribuzione principale con performance in crescita (+5,3%). Il canale Whole Sales, come annunciato, mostra un importante recupero (+6,3%) grazie alla messa a regime di alcuni nuovi distributori. Brillante crescita del canale Inside Sales (e-commerce e teleselling), trainato dal buon risultato del mercato europeo.



ASICS CRESCE NEI CANALI DIRECT-TO-CONSUMER



Il primo trimestre del 2019 ha registrato una forte crescita nei canali direct-to-consumer (DTC). Le vendite nei retail channel di ASICS sono aumentate a parità di

cambio rispetto alla valuta del 17%, mentre nell'e-commerce del 130% su base annua. Anche le vendite nei principali mercati emergenti sono aumentate, sebbene le vendite nette consolidate nell'area EMEA nel primo trimestre del 2019 siano calate del 9% a parità di cambio. ASICS ha continuato a generare risultati forti dall'espansione del DTC, aprendo i propri negozi e investendo in ambienti dedicati al brand presso i propri key retailer. Un nuovo category management programme ha generato un aumento delle vendite nei negozi di proprietà e ha prodotto risultati di successo per i più grandi clienti wholesale. Di conseguenza, il category management programme sarà implementato nel DTC e nei negozi all'ingrosso EMEA nel 2019. A inizio anno ASICS ha apportato modifiche alla sua organizzazione EMEA per adeguarsi a un approccio di gestione di categoria globale. Ha inoltre apportato modifiche alla sua organizzazione commerciale unendo le proprie attività DTC e Wholesale. I cambiamenti organizzativi, incluso un nuovo management team, permetteranno all'azienda di guidare category-led strategy e assumere una visione più globale del mercato.

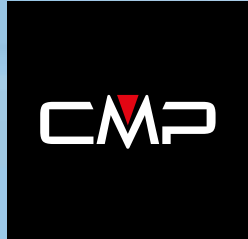
CONTINUA LA CRESCITA DI PUMA



Non si ferma la crescita di Puma. L'anno scorso l'azienda aveva già fatto registrare un +18%, attestandosi così su un tasso di crescita superiore rispetto al competitor "concittadino" adidas (+8%). Dai primi dati del 2019, poi, emerge che l'azienda è migliorata ancora una volta, e in modo più significativo del previsto. Grazie soprattutto all'elevata domanda in Cina e in America, le vendite sono cresciute quasi del 17% (1,32 miliardi di euro). Il ceo di Puma, Björn Gulden, ha dichiarato che "la crescita in tutte le regioni e in tutte le divisioni di prodotto conferma gli importanti progressi dell'azienda. Anche se avremo ancora nove mesi e nonostante tutte le incertezze che fanno parte di questo mercato, siamo fiduciosi di concludere l'anno mantenendo questa direzione".

L'EBIT è aumentato del 27%, raggiungendo quota 142,5 milioni di euro, e Puma ha guadagnato 94,4 milioni di euro nel primo trimestre di quest'anno. Per il 2019 nel suo complesso la società prevede a questo punto una crescita delle vendite che si aggira intorno al 10%, con l'EBIT che dovrebbe crescere da 395 milioni a 415 milioni.

Time for discovering the exclusive

Marco Olmo,
ultra trail runner

TIME FOR

In collaborazione con
THE FEEL GOOD MICROFIBRE
Dryarn
BY AQUAFIL
www.dryarn.com

share your #timefor
www.cmpsport.com

A LUGLIO 2020 IL NUOVO EVENTO VAL D'ARAN BY UTMB

È stato annunciato il Val d'Aran by UTMB, il nuovo evento internazionale di trail running che si svolgerà nei Pirenei spagnoli e che si presenta come partnership a lungo termine tra UTMB International e InAran Sports, con la collaborazione del Conselh Generau d'Aran. Anche se le date esatte e il format si sapranno solo il prossimo agosto durante un altro evento – l'UTMB Mont-Blanc 2019 – gli organizzatori hanno confermato che il mese scelto per la prima edizione del Val d'Aran sarà quello di luglio del 2020. Entrando così a far parte degli eventi internazionali con il marchio UTMB e diventando parte integrante del nuovo circuito internazionale di ultra-endurance trail running nato dalla partnership recentemente firmata tra UTMB e Ultra-Trail World Tour, il cui calendario sarà annunciato quest'estate. L'evento inaugurale si svolgerà su diverse distanze nello scenario della Val d'Aran – chiamata L'essenza dei Pirenei –, una valle orientata verso l'Atlantico e situata nel cuore dei Pirenei catalani, con cime che raggiungono i 3.000 metri, un clima unico e un forte patrimonio culturale. Più del 90% del territorio della Valle è natura pura, in gran parte situata nel Parco Nazionale Aiguastortes i Estany de San Maurici.



CAMBIO DI LOCATION PER LA SALOMON RUNNING MILANO



La nona edizione della Salomon Running Milano, in programma per domenica 15 settembre e organizzata da A&C Consulting con il supporto del Comune di Milano, torna quest'anno con un'importante novità. Cambia infatti la location della zona di partenza e arrivo. Al posto dell'Arena, sarà la piazza Tre Torri del City Life Shopping District il nuovo "campo base", che ospiterà anche l'Expo Village allestito nei giorni precedenti la gara. Le tre distanze vengono confermate, anche se i percorsi, come ogni anno, varieranno un po' rispetto al passato: Allianz TOP Cup 25 km, Allianz FAST Cup 15km e City Life Shopping District SMART Cup 9,9 km non competitiva. La manifestazione, che lo scorso anno ha contato 3.600 classificati, ormai è un classico delle competizioni meneghine, diventando l'Urban Trail di Milano, con un percorso su giro unico che si sviluppa su strade asfaltate, strade sterrate, sentieri, gradinate con ostacoli naturali e artificiali. In luoghi spesso inaccessibili e per questo esclusivi.

CMP TRAIL BASSANO DEL GRAPPA: SI AVVICINA LA QUARTA EDIZIONE



Si avvicina il quarto appuntamento con quello che è diventato uno dei più importanti eventi del panorama trail nazionale. I prossimi 5 e 6 ottobre prenderà vita il CMP Trail Bassano del Grappa, una manifestazione podistica in grado di coinvolgere atleti di ogni età e livello, provenienti da tutte le regioni d'Italia e da molteplici paesi del mondo. Sabato 5 ottobre si svolgerà CMP Trail Youth, una giornata interamente dedicata ai giovani con l'obiettivo di promuovere i valori sportivi, nello specifico quelli del trail running, come il rispetto dell'avversario e della natura. Novità di questo 2019 la scelta dell'organizzazione di introdurre anche una distanza non competitiva di 4 km (senza obbligo di certificato medico) pensata per tutti i giovanissimi che si vogliono avvicinare alla corsa in ambiente naturale. Domenica 6 ottobre, invece, sarà la volta di CMP Trail Long, con i suoi 43 km. Per gli amanti delle brevi distanze viene riconfermato il percorso Short di 18 km. Novità assoluta di questa quarta edizione del CMP Trail sarà il nuovo percorso proposto dagli organizzatori: un itinerario enogastronomico di 10 km ideale per gli amanti del nordic walking.



La Policlinin Run, alla sua prima edizione, ha colorato di rosso, il rosso magenta della t-shirt ufficiale, i viali dei giardini e delle strade attigue a City Life a Milano, percorso della manifestazione. 1.700 iscritti, 950 corridori, 750 camminatori. L'iscritto più anziano, una donna di 85 anni. L'iscritto più giovane, nato nel 2019, ha corso la 8 km in passeggino. Ai runner esperti, dei più noti club milanesi di corsa, si sono affiancati i runner delle associazioni benefiche. Il ricavato della manifestazione andrà a sostegno di progetti legati alla perfusione e al ricondizionamento di organi per trapianto. Un modo del tutto nuovo di fare cultura della donazione di organi, tessuti e cellule. Il merito va all'ideatore della Policlinin Run, il dottor Umberto Maggi, medico chirurgo dell'Unità di Chirurgia Generale e dei Trapianti di Fegato del Policlinico di Milano.

CHARITY AWARDS: MILANO MARATHON RACCOGLIE 1,3 MILIONI DI EURO

I Charity Awards, organizzati da RCS Sports & Events – RCS Active Team, si sono tenuti lo scorso 13 maggio presso la Sala Buzzati della Fondazione del Corriere della Sera per dare il giusto riconoscimento a tutte le organizzazioni non profit, alle aziende solidali, alle staffette e ai singoli fundraiser che si sono particolarmente distinti nella raccolta fondi in occasione della Generali Milano Marathon, tenutasi il 7 aprile. Quest'anno, con quasi 1,3 milioni di euro donati tramite Rete del Dono (non considerando quindi gli altri canali che fanno aumentare il valore complessivo della raccolta), Milano si posiziona al secondo posto in Europa tra gli eventi sportivi charity, alle spalle soltanto della London Marathon. Valeria Vitali, la co-fondatrice di Rete del Dono, ha evidenziato come attraverso la piattaforma siano arrivate 17.130 donazioni, con 195 mediamente ricevute da ogni ONP.



IL MONTEPREMI DELL'ADNOC ABU DHABI MARATHON, UNO DEI PIÙ IMPORTANTI AL MONDO



È stata annunciata la nuova edizione della ADNOC Abu Dhabi Marathon, organizzata da Abu Dhabi Sports Council, in programma il prossimo 6 dicembre 2019. Per quest'edizione della ADNOC Abu Dhabi Marathon il montepremi complessivo – uno dei più importanti al mondo – ammonta a oltre 388.000 dollari, in crescita rispetto alla precedente edizione. Ai primi classificati uomo e donna della maratona sarà assegnato un premio di oltre 100.000 dollari. Novità anche per il villaggio della manifestazione, che verrà ospitato in una nuova location. Il campus di ADNOC, situato accanto all'edificio della sede centrale di ADNOC, sarà il fulcro centrale dell'evento, punto di riferimento per runner e visitatori che potranno intrattenersi con un vasto programma di attività rivolte a tutta la famiglia. Collocato vicino alla Corniche e alla linea di partenza e traguardo della corsa, questa nuova location consentirà agli spettatori di vivere le emozioni della gara ancora più da vicino.

-SUL WEB-

BED&RUNFAST: IL PORTALE PUNTO D'INCONTRO TRA RUNNER E STRUTTURE RICETTIVE

Domenica 12 maggio ha preso il via Bed&Runfast, il portale punto d'incontro fra le strutture ricettive e il mondo del podismo. Il progetto è nato da un'idea di Claudio Bagnasco e dalla sua doppia veste: podista amatore e gestore di un bed & breakfast. Ed è sintetizzabile in una domanda: "Dove va a correre il runner in viaggio?". Ecco che Bed&Runfast, con una mappatura per regioni ben visibile nella home page, raccoglie tutte le strutture ricettive che sanno offrire ai podisti diversi servizi. Per potersi affiliare, sono quattro i servizi obbligatori: presenza in struttura di un runner o di persona capace di indicare percorsi con vari chilometraggi e adatti ai diversi tipi di allenamento; colazioni adeguate a ogni esigenza dei runner (per alimenti e orario); lavatrice (ed eventualmente asciugatrice) a disposizione dei runner; area (in struttura o adiacente) per esercizi di stretching, core stability, ecc. Tra i servizi accessori che ogni gestore può indicare nella scheda della propria struttura, ci sono per esempio l'eventuale presenza di una piccola biblioteca con libri e riviste sul podismo, eventuali sconti per gare locali o convenzioni con negozi di sport, eventuale possibilità di organizzare allenamenti di gruppo coi runner locali. L'idea è quella di formare una community di amanti del running, del turismo attivo, di una concezione moderna ed ecologica di vivere l'ambiente e la ricettività, ma anche il podismo stesso, che è uno sport a elevato grado di socializzazione.





CASO FASTWEB: QUANDO LO SPORT ENTRA IN AZIENDA

La cultura dello sport entra sempre di più nel mondo aziendale. Ne è un esempio il welfare in Fastweb, un sistema ormai consolidato ricco di servizi, un modello che mette al centro i dipendenti e il loro benessere fuori e dentro il luogo di lavoro. Nell'azienda l'ambito sportivo è diventato in questi ultimi anni una vera e propria realtà consolidata, grazie al successo dell'esperienza della Run Happy Crew. Il progetto, realizzato in collaborazione con l'agenzia K words, e che si è avvalso del supporto tecnico di Brooks Running, giunge quest'anno alla sua terza edizione con un coinvolgimento tanto delle sedi principali dell'azienda (Milano, Roma e Bari) quanto di alcune sedi minori. Nel 2018 il running team di Fastweb ha superato i 300 podisti, mentre all'ultima Milano Marathon sono state iscritte ben 12 staffette (per un totale di 48 runner) e otto maratoneti, tra cui anche l'amministratore delegato Alberto Calcagno.

ASICS: NUOVA SEDE EMEA PER IL BENESSERE DEI DIPENDENTI



La nuova sede EMEA ASICS di Amsterdam è stata progettata pensando al benessere fisico e mentale dei propri dipendenti, in linea con la filosofia aziendale "Sound Mind in a Sound Body". Incoraggiare i movimenti e ridurre lo stress attraverso l'uso di spazi aperti, materiali leggeri e naturali e strutture per il fitness e il benessere, questo il concept del nuovo edificio, progettato in collaborazione con CBRE, RED Company e Power House Company. La struttura, di 11.600 mq, ha ottenuto la certificazione LEED/WELL Gold Building Standard per garantire un ambiente sano e sostenibile per tutti i dipendenti. Nello specifico all'interno del building sono presenti: suggestive scale interne per incoraggiare il movimento fisico; una palestra all'avanguardia utilizzabile durante la giornata lavorativa; focus work spaces per aiutare la concentrazione; particolari installazioni climatiche per garantire un ambiente interno sano; una grande quantità di vegetazione per ridurre lo stress e migliorare la qualità dell'aria; un atrio con 1.000 pannelli di vetro per consentire una luce naturale; infine, un ambiente low toxin, materiali naturali, compreso l'uso di 20.000 pannelli di bambù. Alistair Cameron, executive officer di ASICS Corporation e ceo EMEA, ha dichiarato: "La nostra incredibile nuova casa in EMEA riflette chiaramente chi siamo e ciò che rappresentiamo. In ASICS conosciamo il potere del movimento, che aiuta a migliorare sia il benessere fisico che quello mentale, ed è per questo che è al centro di tutto ciò che facciamo. Questo nuovo stimolante spazio è una testimonianza di quanto il benessere di tutti coloro che lavorano con noi ci stia a cuore e sono certo che porterà prosperità e armonia per molti anni a venire".

100 X 100: BROOKS SUPPORTA IL PROGETTO DI MARIELLA DI LEO



Gli scorsi 25 e 26 maggio si è tenuta l'edizione numero 47 della 100 km del Passatore, e tra i protagonisti che hanno animato il percorso tra Firenze e Faenza c'era anche Mariella Di Leo con il progetto 100x100 supportato da Brooks Sports. Si tratta di una community femminile di 100 donne riunite da tutta Italia, che hanno corso i 100 km del Passatore senza il supporto di alcun mezzo al seguito, ma unicamente facendo affidamento su sé stesse e sui punti di ristoro allestiti lungo il percorso. L'idea è nata dalla promessa fatta da Mariella a un'amica ammalata: accompagnarla in questa grande impresa. L'amica, purtroppo, quest'anno non ha potuto partecipare per curarsi, così Mariella ha pensato di coinvolgere altre 99 donne che hanno corso il Passatore con lei e per lei. Brooks ha sposato questa causa e ha deciso di supportare il progetto di Mariella. Run Happy è anche questo, correre per gli altri, per uno scopo, per star bene e per far star bene.

SE VOLETE CORRERE MEGLIO, ABBIATE CURA DEI VOSTRI MUSCOLI!

FINO A 42% RIDUZIONE DELLE VIBRAZIONI

79% OTTIMIZZAZIONE^{DEL} RITORNO VENOSO

RIDUZIONE DEI DOLORI MUSCOLARI 39% IL PRIMO GIORNO

ACCELERARE IL VOSTRO RECUPERO | **RIDUCERE IL RISCHIO DI LESIONI** | **OTTIMIZZARE LA VOSTRA PERFORMANCE!**

100% FRANCESE
R&D - DESIGN - PRODUZIONE

UTILIZZATO DA OLTRE **10 000** ATLETI AD ALTO LIVELLO
WWW.BVSPORT.COM

20 ANNI DI RICERCA SCIENTIFICA
4 STUDI CLINICI
5 INVENZIONI INTERNAZIONALI BREVETTATE

BOOST YOUR PERFORMANCES

L'Europa chiede più luoghi di lavoro attivi

Attraverso il workshop "Active Workplaces, Active Europe" si pone l'accento sull'importanza dello sport in azienda. A sostenere il progetto voluto da Bruxelles c'è anche Assosport

_ DI SARA CANALI

Che lo sport faccia bene al corpo è assodato. Ciò che è ancora troppo sottovalutato sono gli aspetti benefici che lo stesso ha su mente e rapporti umani essendo il movimento considerato quasi sempre come un momento privato e personale. L'iniziativa "Active Workplaces, Active Europe" rientra nel progetto EMoCS – European Meetings of Company Sport, di cui Assosport è partner ed è co-finanziata nell'ambito del programma europeo Erasmus+. Scopo principale del progetto è la promozione dello sport nei luoghi di lavoro unitamente alla creazione delle condizioni per una Certificazione che incoraggi le aziende ad implementare l'attività sportiva nelle proprie policies. Il 21 giugno a Bruxelles avrà luogo la seconda edizione del meeting che, nel corso della sua prima volta tenutasi a Parigi il 27 settembre 2018, ha coinvolto oltre 1.000 partecipanti e key speaker da tutta Europa. L'evento, composto da sport village, area B2B, maratona a squadre aziendali, workshop e conferenze, ha consentito di aumentare la consapevolezza dei benefici dell'attività fisica nei posti di lavoro e ha favorito un utile scambio di esperienze e best practices. Per questo, forte del successo già ottenuto, anche quest'anno la giornata sarà caratterizzata da una serie di workshop per lavorare attentamente e in maniera focalizzata sulla creazione di una vera e propria certificazione per i luoghi di lavoro attivi e per discutere le key partnership ed i network utili per implementare con successo l'attività fisica nelle aziende.

LE MOTIVAZIONI – Dati aggiornati hanno fatto suonare il campanello d'allarme circa il livello elevato di inattività fisica in Europa, un dato che va in contrasto rispetto alla relazione sempre più provata esistente tra movimento e buono stato di salute. Un comportamento sedentario ha dei costi sanitari elevati e lo stesso è riconosciuto da scienziati e politici come una preoccupazione per la salute pubblica. Promuovere lo sport nei luoghi di lavoro prospetta un aumento della produttività, livelli più bassi di malattia e assenteismo, una maggiore stabilità del personale e una migliore motivazione. Non bisogna dimenticare che, per la maggior parte delle persone, l'ambiente di lavoro è il luogo in cui si trascorrono la maggiore quantità di ore al giorno. Per questo lo stesso si trasforma in un luogo in cui le persone hanno il tempo e l'opportunità di impegnarsi in attività fisiche. Le strategie per sfruttare le opportunità offerte dai luoghi di lavoro attivi includono orari di lavoro flessibili, controlli sanitari regolari, fornitura di biciclette per il trasporto attivo, docce accessibili e spogliatoi, sussidi fitness e sportivi sovvenzionati e così via. Condizioni fondamentali per la creazione di una certificazione UE, riconoscimento considerato uno strumento molto valido al fine di incentivare le aziende che non sono abbastanza attive e premiare le buone pratiche.

OBIETTIVI DEL PROGETTO – Possiamo fare una divisione tra gli obiettivi generali del progetto e quelli mirati del meeting. Per quanto riguarda i primi, il fatto di potere avanti un progetto a livello



NUMERI

39% nel 2009
42% nel 2013
46% nel 2017
Percentuale di europei che praticano sport secondo l'Eurobarometro

8% nel 2009
13% nel 2013
13% nel 2017
Percentuali di cittadini europei attivi che fisicamente praticano sport nel luogo di lavoro secondo l'Eurobarometro

80 miliardi di euro
Il costo all'anno di questa crescita nel sistema a 28 Paesi dell'Europa secondo il PASS Project

78% dei lavoratori
Percentuale di chi praticherebbe sport sul posto di lavoro se tutte le condizioni fossero soddisfatte (Decathlon Pro, 2017)

europeo di promozione permette di raccogliere dati da diversi Stati membri dell'UE e tenere così monitorato lo stato di salute e attività della popolazione stessa. Inoltre, un organo di controllo permette di aumentare la consapevolezza dei decisori, degli esecutori privati e pubblici sui principali benefici degli sport aziendali come la gestione, l'inclusione sociale, le prestazioni, il benessere e la salute.

– Gli ultimi dati hanno fatto suonare il campanello d'allarme circa il livello elevato di inattività fisica in Europa

Il monitoraggio permette di creare degli strumenti in grado di produrre soluzioni e proposte per i datori di lavoro, che possono prendere spunto per attuare programmi di attività fisica all'interno del luogo di lavoro. Obiettivo finale, quello di creare gli strumenti e le condizioni per la certificazione UE per le aziende in merito all'attività fisica nei posti e negli orari di lavoro. La giornata di incontro con i suoi numerosi workshop, invece, si pone l'obiettivo di individuare le principali barriere e leve per praticare sport nei luoghi di lavoro, identificare i migliori Ambassador e parti interessate per promuoverlo e organizzarlo. Nonché fornire soluzioni concrete, programmi e attività per implementare l'attività fisica.

SAVE THE DATE
La conferenza si terrà al Comitato delle regioni europee a Bruxelles, il 21 giugno 2019 a partire dalle ore 9.

Usa: bye bye mall

I grandi centri commerciali sono in crisi.
Le cause: il fallimento
delle catene e l'e-commerce

Erano il simbolo degli Stati Uniti. Un po' come le cassette di legno con il canestro fuori, i McDonald's, la Route 66. Sono i grandi shopping mall che spuntavano come funghi in ogni angolo degli States. Enormi costruzioni dove si poteva trovare di tutto. Il tempio del consumismo americano. Cioè di una nazione in cui il 70% del Pil dipende dai consumi interni.

Oggi i mall sono nell'occhio del ciclone. Goldman Sachs ha chiaramente consigliato agli investitori di vendere azioni che facciano riferimento a operazioni immobiliari sui grandi centri commerciali. Un segnale inquietante che trova la sua spiegazione nella tabella presente a fianco. Che dimostra, in maniera inequivocabile, quanto abbia inciso l'e-commerce sulle grandi catene commerciali statunitensi. Sono 35 infatti quelle che, dal 2016 a oggi, hanno dovuto portare i libri in tribunale. Si va dalle più note - Sears, Sports Authority, Radio Shack - ad altre più locali o regionali. Una ecatombe di marchi, strutture, dipendenti.

Lo tsunami ha investito di riflesso i grandi centri commerciali che ospitavano queste catene. Una emorragia che ha portato alla chiusura di molti mall oppure a un non-amazonable business. Alcuni di loro infatti, per poter occupare gli spazi rimasti vuoti, hanno dovuto ospitare palestre, saune, locali per feste per bambini.

Un business che però non ha generato i flussi degli anni precedenti e ha costretto i proprietari dei mall ad abbassare, e di molto, gli affitti. Adesso arriva la batosta Goldman Sachs. E per i grandi centri commerciali il "game over" appare sempre più vicino.

- M E R C A T I -

CATENA	DATA PRESENTAZIONE CHAPTER 11*	PASSIVO
David's Bridal	19 novembre 2018	\$500M - \$1B
Performance Bicycle	16 novembre 2018	\$100M - \$500M
Sears	15 ottobre 2018	\$10B - \$50B
Mattress Firm	5 ottobre 2018	\$1B - \$10B
Samuels Jewelers	7 agosto 2018	\$100M - \$500M
National Stores	6 agosto 2018	\$100M - \$500M
Brookstone	2 agosto 2018	\$100M - \$500M
Heritage Home Group	29 luglio 2018	\$100M - \$500M
The Rockport Company	14 maggio 2018	\$100M - \$500M
Nine West	6 aprile 2018	\$1B - \$10B
Claire's Stores	19 marzo 2018	\$1B - \$10B
The Bon-Ton	4 febbraio 2018	\$1B - \$10B
Charming Charlie	11 dicembre 2017	\$100M - \$500M
Toys "R" Us	19 settembre 2017	\$1B - \$10B
Aerosoles	15 settembre 2017	\$100M - \$500M
Perfumania	26 agosto 2017	\$100M - \$500M
True Religion	5 luglio 2017	\$500M - \$1B
Gymboree	11 giugno 2017	\$1B - \$10B
rue21	15 maggio 2017	\$1B - \$10B
Payless	4 aprile 2017	\$1B - \$10B
Gordmans Stores	13 marzo 2017	\$100M - \$500M
Gander Mountain	10 marzo 2017	\$500M - \$1B
hhgregg	6 marzo 2017	\$100M - \$500M
Radio Shack	1° marzo 2017	\$100M - \$500M
BCBG Max Azria	28 febbraio 2017	\$500M - \$1B
The Limited	17 gennaio 2017	\$100M - \$500M
American Apparel	14 novembre 2016	\$100M - \$500M
DirectBuy	1° novembre 2016	\$100M - \$500M
Golfsmith	14 settembre 2016	\$100M - \$500M
Hastings	13 giugno 2016	\$100M - \$500M
Aeropostale	4 maggio 2016	\$100M - \$500M
Bob's Stores/Eastern Mountain Sports	18 aprile 2016	\$100M - \$500M
PacSun	7 aprile 2016	\$100M - \$500M
Sports Authority	2 marzo 2016	\$1B - \$10B
Hancock Fabrics	2 febbraio 2016	\$100M - \$500M

* Chapter 11 è la domanda di procedura fallimentare negli Usa



WHATEVER YOUR MISSION

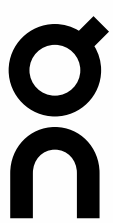
 Swiss Engineering

The new Cloudsurfer. Run on clouds.

RUNNER PROFILE

Runners looking for a cushioned yet highly responsive training and competition shoe.

on-running.com - info@sportalliance.it



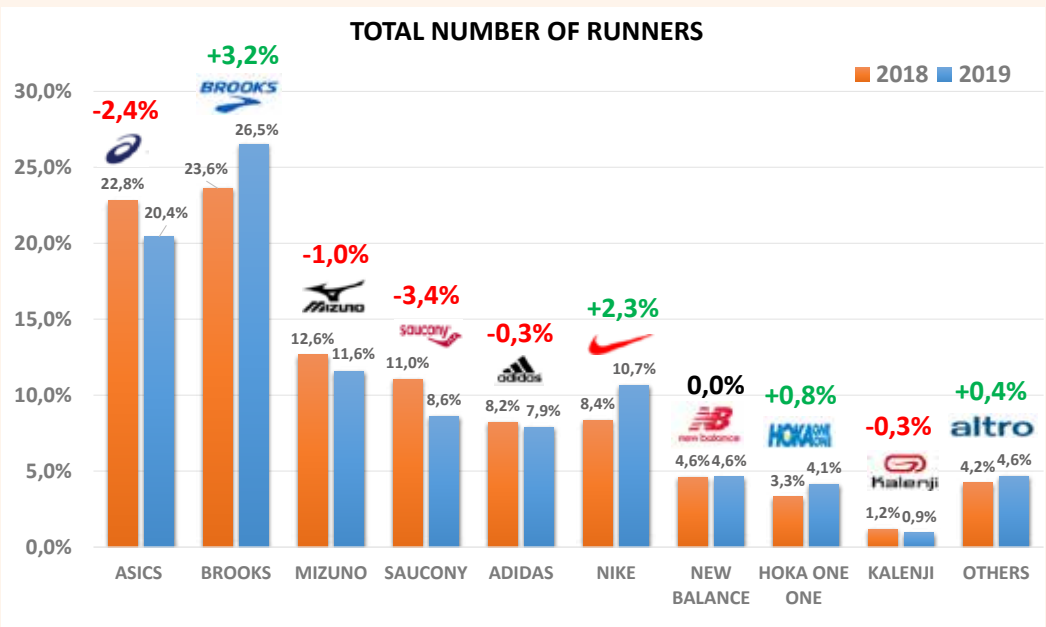
Half marathon shoe count

Un metodo rigoroso per l'indagine effettuata in occasione di Stramilano, RomaOstia e la mezza maratona di Napoli. Tre gare del nord, centro e sud a confronto. Brooks e ASICS al vertice delle classifiche

_ DI KAREN POZZI

FONTE DATI: *Brooks Running*

PANORAMICA GENERALE



La panoramica generale dell'analisi dimostra che il brand più comune tra gli atleti oggetto dello studio nel 2019 è Brooks, cresciuto del 3,2% rispetto al 2018. Il brand primeggia con un vantaggio maggiore rispetto a quello che già aveva su ASICS nel 2018, passando da +0,8% a +6,1% nel 2019. Il terzo posto è di Mizuno al quale i brand ai vertici della classifica danno uno scarto molto alto in entrambi gli anni: Brooks +11% e ASICS +10,2% nel 2018 e rispettivamente +14,9% e +8,8% nel 2019. Seguono Saucony, adidas, Nike, New Balance, Hoka, Kalenji e tutti gli altri brand disponibili sul mercato. Tra quelli in crescita, predomina Nike che passa dall'8,4% del 2018 al 10,7% del 2019.

ARRIVED 2018: 20.148
ARRIVED 2019: 20.413

Negli anni, su diversi numeri del nostro magazine, abbiamo affrontato il tema degli shoe count e riportato dati legati a queste rilevazioni. Avevamo tuttavia deciso di sospenderne la pubblicazione in quanto non vi era una metodologia scientifica a supporto dei risultati. Le cose ora sono cambiate. A fornirci i dati che vi riporteremo in queste pagine è stata Brooks, che ha dato vita a un'indagine svolta con un metodo la cui possibilità di errore è stata ridotta ai minimi termini se non annullata. L'obiettivo è sempre quello di analizzare i brand di calzature dei runner, ma la metodologia non è più basata su un semplice conteggio visivo e manuale da parte di addetti posti all'arrivo delle competizioni, come solitamente vengono svolte queste analisi. Questo metodo prevede due videocamere poste nei punti strategici di un luogo o di un evento.

Il piano di analisi di Brooks, che ha già programmato altri shoe count, prevede di "essere dove i runner corrono" e quindi a competizioni di running e trail e a eventi, quelli ludici, che si svolgono in parchi e città e nei punti più trafficati emersi dall'analisi della Strava HeatMap, la mappa con tutte le tracce gps degli sportivi del mondo.

Dopo aver individuato le manifestazioni competitive e ludiche o analizzato la mappa di Strava, vengono effettuate le registrazioni alle quali segue un'analisi secondo i seguenti parametri: percentuale di presenza dei brand nel mercato, percentuale di presenza del brand nel mercato in base all'andatura del runner, percentuale di uomini e donne che utilizzano scarpe Brooks, percentuale di uomini e donne per ogni brand. Ad analizzare i dati è un team di sei persone tra cui i Tech Rep di Brooks, attenti conoscitori del mercato del running e dei brand di riferimento.

La prima analisi con la suddetta metodologia è stata svolta durante il 2018 e il 2019 in tre mezze maratone competitive selezionate strategicamente in Italia: Stramilano per il nord, RomaOstia per il centro e mezza maratona di Napoli per il sud. Il totale dei runner arrivati al traguardo durante le tre manifestazioni e quindi oggetto di analisi è stato di 20.148 nel 2018 e 20.413 nel 2019. I risultati ottenuti sono relativi ai due anni e offrono una panoramica generale sulle tendenze legate ai marchi più utilizzati di scarpe, una più specifica suddivisa per manifestazione e una per tempi di percorrenza della mezza maratona (tratteremo questa variabile nel prossimo numero di *Running Magazine*).

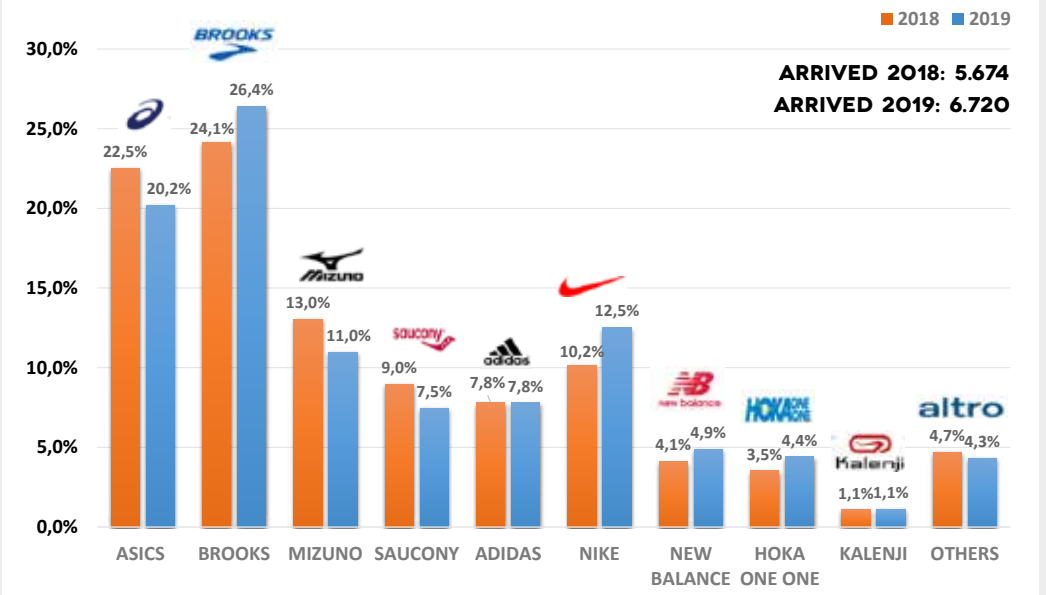
BRAND A CONFRONTO PER GARA - 2018 VS 2019

L'indagine, più nello specifico, ha analizzato i dati in rapporto a ogni singolo evento

STRAMILANO - Gli atleti arrivati alla Stramilano nel 2018 sono stati 5.674, che diventano 6.720 nel 2019. I risultati dimostrano che Brooks, in prima posizione già nel 2018, oggi è ancora in crescita e ASICS in calo. Nel 2018 Brooks, con una percentuale di 24,1% sul totale dei partecipanti, era in vantaggio su ASICS dell'1,6% e dell'11,1% su Mizuno. Nel 2019 Brooks prevale con una percentuale di +6,2% su Asics e +15,4% su Mizuno che però cede il suo terzo posto a Nike con un vantaggio di +1,5%, -13,9% rispetto a Brooks. Resta invariata la quinta posizione di Saucony con -3,5% rispetto a Mizuno.

ROMAOSTIA - Gli atleti arrivati alla RomaOstia nel 2018 sono stati 9.178, scesi a 8.501 nel 2019. La RomaOstia è l'unica tra le tre manifestazioni che ha visto ASICS al primo posto nel 2018 con un +0,8% rispetto a Brooks e +8,8% rispetto a Mizuno, seguita da Saucony e adidas. La situazione cambia nel 2019 quando Brooks supera ASICS del +4,8% e Mizuno del 12,3%. Nello stesso anno, Nike occupa il quarto posto di Saucony superandolo del +0,2%.

STRAMILANO

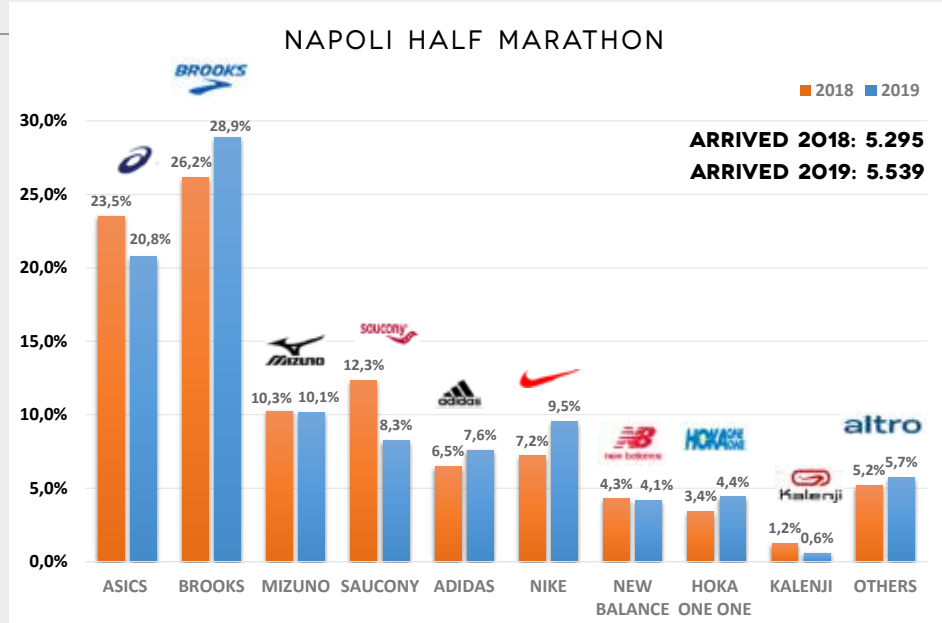
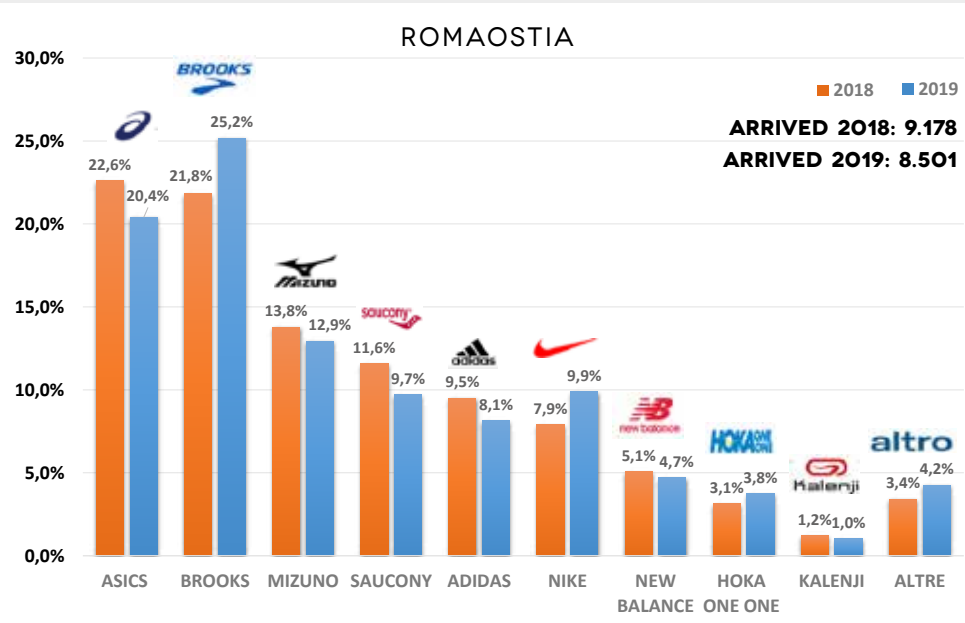
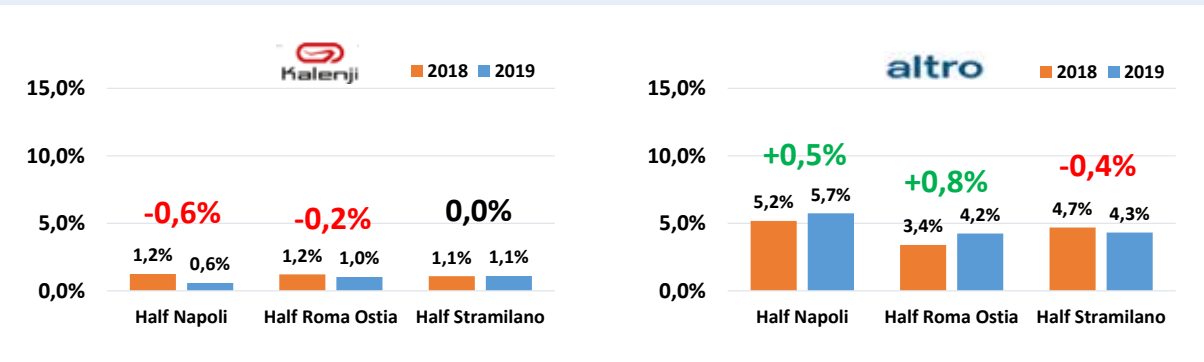
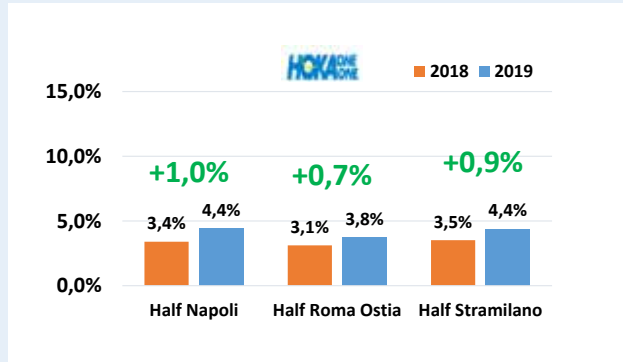
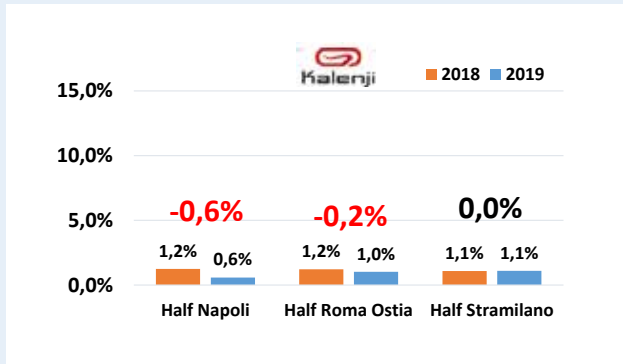
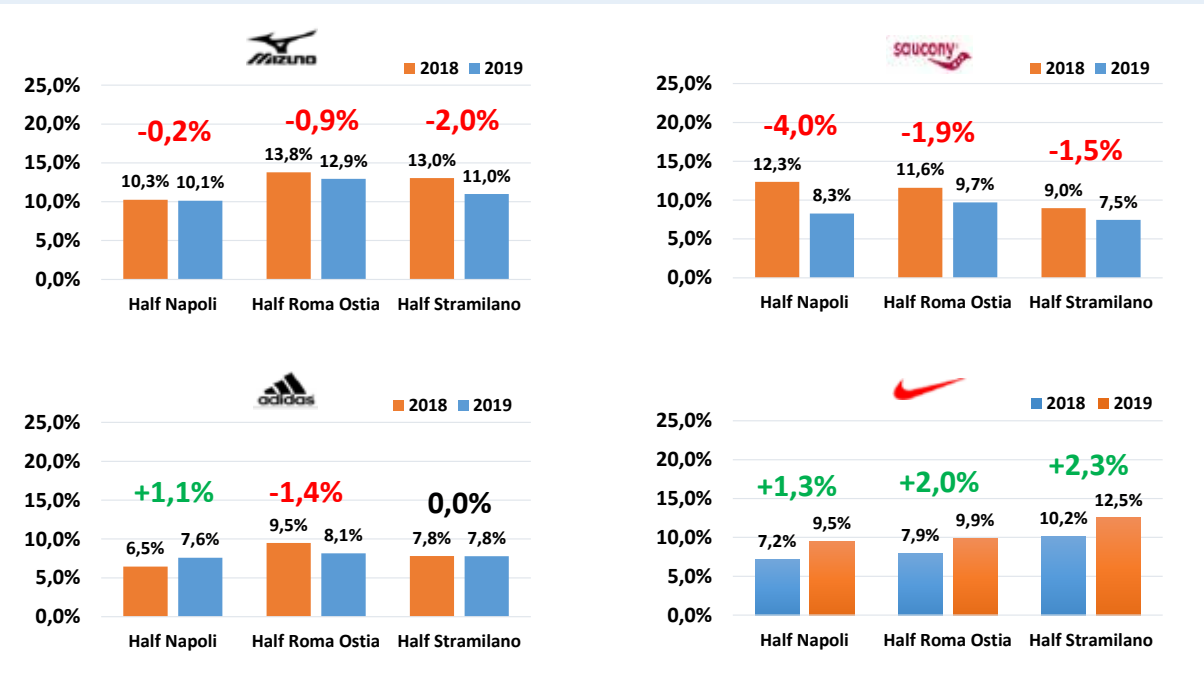
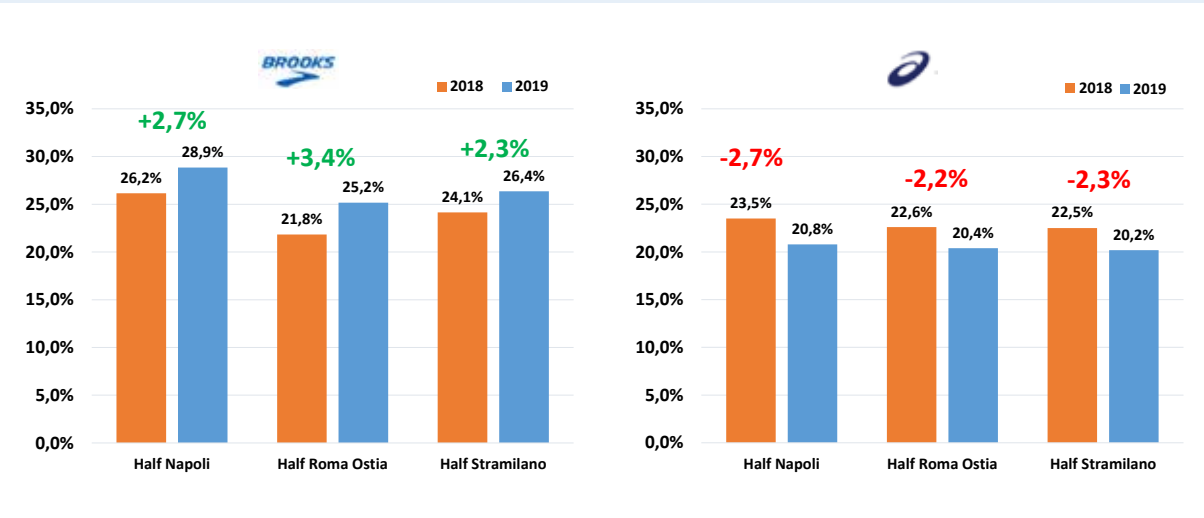


ANDAMENTO DI OGNI SINGOLO BRAND PER GARA - 2018 VS 2019

Altri grafici sono stati generati per verificare l'andamento di ogni singolo brand dal 2018 al 2019 in relazione alle tre mezze maratone

Brooks è in continua crescita con + 2,7% alla Napoli Half Marathon, +3,4% alla RomaOstia e +2,3% alla Stramilano. L'aumento maggiore si è registrato alla RomaOstia, forse anche in virtù del fatto che il brand è stato quest'anno sponsor tecnico dell'evento. Per quanto riguarda ASICS, in tutte le competizioni vi è stato un calo, il maggiore alla Napoli HalfMarathon dove invece Brooks registra la percentuale più alta tra le tre manifestazioni. Le percentuali di ASICS nei tre eventi sono pressoché equivalenti.

Mizuno e Saucony in calo in tutti gli eventi rispetto al 2018. In crescita in tutte le gare solo Nike e Hoka One One. Nike con +1,3% alla Napoli Half Maraton, +2% alla RomaOstia e +2,3% alla Stramilano. Hoka con +1,3% a Napoli, +2,0% alla RomaOstia e +2,3% alla Stramilano.



NAPOLI - Gli atleti arrivati alla Napoli Half Marathon nel 2018 sono stati 5.295, diventati 5.539 nel 2019. Primo posto in entrambi gli anni per Brooks con +2,7% su ASICS nel 2018 e +8,1% nel 2019. Saucony terzo nel 2018 con un vantaggio di +2% su Mizuno e +5,2% su Nike. Nel 2019 Mizuno rimane invariato al terzo posto, seguito da Nike che sale in classifica di una posizione e Saucony che con -4% diventa quinto.

Project Carbon X, un record (quasi) realizzato

Lo scorso 4 maggio gli atleti Hoka One One si sono dati appuntamento in California per tentare il record mondiale sui 100 km. Un evento studiato ad hoc per il lancio della scarpa più innovativa del brand

_ DI CRISTINA TURINI

Gli ultrarunner del team Hoka Jim Walmsley, Patrick Reagan, Tyler Andrews e Mike Wardian, assieme al campione mondiale IAAF dei 100 km in carica, Hideaki Yamauchi e al connazionale Yoshiki Takada, si sono trovati a Folsom con una grande ambizione: cercare di battere, sul piatto e veloce percorso nord-californiano, il record mondiale di Nao Kazami di 6h33'14" ottenuto lo scorso anno. Presenti in questa impresa anche le ambasciatrici Hoka femminili Sabrina Little, assieme ad Aiko Kanematsu che, hanno corso la 100 km nel tentativo di battere il record mondiale femminile di 6h33'11", ottenuto nel 2000 da Tomoe Abe.



LA CONQUISTA DELLE 50 MIGLIA

Iniziato alle ore 15 ora italiana, a chiudere per primo la distanza è stato Yamauchi, con il tempo di 6h19'54", lontano purtroppo, di oltre 10 minuti dall'obiettivo. Jim Walmsley, atleta di punta del brand, ha concluso l'intera impresa in 7h05'24", iniziando con una partenza a buon ritmo, che è riuscito a tenere per molti chilometri. Questo gli ha permesso, per 15 secondi, di abbattere il record sulle 50 miglia, vecchio di 36 anni, arrivando alla distanza in 4h50'08". A 20 km dall'arrivo, però, è arrivata la crisi, così l'atleta ha percorso gli ultimi chilometri camminando, battendo il cinque e abbracciando le persone che lo hanno sostenuto nell'impresa e portando alla luce ancora una volta il suo essere "fuoriclasse", nello sport come nella vita. Tra le due donne che hanno tentato l'impresa, solo Sabrina Little è giunta al traguardo dei 100 km in 7h49'28", anche lei lontana dal record femminile ottenuto nel 2000 da Tomoe Abe in 6h33'11".

Questa grande impresa di endurance ha evidenziato ancora una volta la grande passione per il running e per le sfide di Hoka, e di riflesso, anche dei suoi atleti. Il marchio americano infatti, anche se relativamente giovane, si è imposto molto presto sul mercato con i suoi modelli "maximal" sfidando le tendenze e creandone una tutta sua. Fino ad arrivare ad oggi con il modello Carbon X che ancora una volta, rappresenta un grande passo avanti in termini di innovazione e tecnologia.

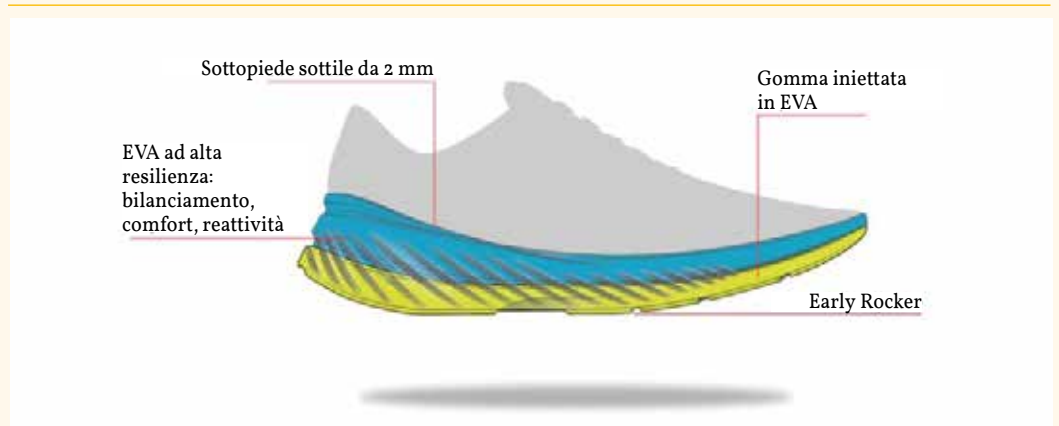


Jim Walmsley

"La Carbon X rappresenta tutto ciò che ha reso Hoka un brand così noto e in ascesa. Una combinazione di ingegneria performante di alto livello, uno straordinario rapporto peso-ammortizzazione e una geometria user-friendly la rendono una scarpa che aiuterà i runner di tutto il mondo ad avere la sensazione di volare"

Gretchen Weimer,
vice presidente per il prodotto di Hoka One One

BOX CARBON X

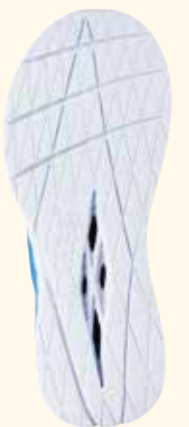


Una scarpa che fa "volare"

La Carbon X è studiata per proiettare gli atleti verso la loro miglior performance ed è infatti una scarpa da gara. Realizzata grazie a una tecnologia Hoka One One inedita, questa scarpa performante presenta una piastra in fibra di carbonio dall'esclusivo disegno ingegnerizzato e un Meta-Rocker particolarmente aggressivo, concepiti per offrire una rullata efficiente e propulsiva. La tecnologia Profly X, una speciale combinazione di mescole applicata alla geometria distintiva della scarpa, garantisce un'esperienza di corsa intrinsecamente stabile, soffice e reattiva. Una tomaia superleggera completa il tutto. Carbon X è una scarpa concepita dal punto di vista della velocità, in grado di far letteralmente volare ogni tipo di atleta.

CARATTERISTICHE /

- * Tomaia in mesh ingegnerizzato a strato unico per offrire massima traspirazione su tutto il piede
- * Rinforzi ricamati per una calzata sicura sul tallone
- * Linguetta ultraleggera a soffietto con effetto blocco del mesopiede
- * Meta-Rocker avanzato per uno stacco anticipato
- * Tecnologia PROFLY X leggera e resiliente che offre un'esperienza di corsa leggera e propulsiva
- * Piastra in Fibra di Carbonio strategicamente posizionata che curva all'altezza dei lati del piede per garantire una transizione fluida lungo tutto il ciclo del passo
- * Forma più accomodante nell'avampiede per aumentare supporto e stabilità, oltre a un fit confortevole
- * Suola in EVA che offre leggerezza e reattività nel contatto al suolo unite a una durata ottimale



Drop 5 mm
Heights 32/27
Peso 240 g (42 uomo)

INFO: Artcrafts International - 055.6818953 - hokaoneone@artcrafts.it



NO PLACE TOO FAR™

Daniel Jung | Merano | Italy
Ph: Roberto Zampino

CUSHIONING, TRACTION, SPIN ULTRA.



SPIN ULTRA



SPIN ULTRA WMN

Performante, agile e reattiva
con ammortizzazione e protezione,
per percorrere lunghe distanze
e per utilizzi prolungati in allenamento.
Spin Ultra è adatta ai top runner,
ma anche agli appassionati.

POWERED BY



WWW.SCARPA.NET



ph: Stefano Jeanet



ph: Alexis Courthoud

Tor des Géants: materiale obbligatorio? No, grazie

L'organizzazione di una delle gare più dure al mondo compie questa controversa scelta. Lasciando libero l'atleta di selezionare cosa portare con sé. Una rivoluzione all'insegna dell'autoconsapevolezza

_ DI KAREN POZZI

Il Tor des Géants giunge alla decima edizione e, oltre all'aggiunta di due gare, il Tor des Glaciers (450 km, 32.000 m+) e il TOR30 - Passage au Malatrà (30 km, 2.300 m+), la novità che merita grande attenzione è il cambio radicale nel regolamento per quanto riguarda il materiale obbligatorio. Da quest'anno infatti, il kit richiesto da avere sempre con sé durante lo svolgimento della prova è ridotto (contenitore per bere ai ristori, cellulare, documento d'identità e tessera sanitaria, due teli di sopravvivenza, riserva alimentare, riserva idrica e due lampade frontali con pile di ricambio), mentre tutto il resto del materiale per affrontare in sicurezza la prova viene suggerito, ma sarà il concorrente a decidere se portarlo nello zaino o lasciarlo nella sacca Tor. Nonostante ciò, in particolari condizioni (meteo avverso, difficoltà tecniche del percorso, etc.) i commissari di gara potranno controllare l'equipaggiamento del corridore e, in accordo con la direzione di gara, obbligare il corridore a equipaggiarsi con il materiale richiesto o, in caso estremo, fermarlo. Il concorrente, valutate le condizioni meteorologiche e il tratto di percorso da affrontare, alle basi vita (ogni 50 km circa), dove trova la sacca Tor, deve preparare la propria attrezzatura.

Discorso a parte merita il Tor des Glaciers che, proprio per la sua natura di gara estrema in quasi totale autonomia, richiede che i corridori siano dotati di navigatore GPS, mappe del percorso, altimetro e bussola per seguire il percorso di gara.

"All'insegna dell'autoconsapevolezza delle difficoltà di una corsa in montagna", questa l'interpretazione dell'organizzazione rispetto alla sua decisione. L'atleta deve essere in grado di valutare la propria preparazione psico-fisica, l'abbigliamento e l'attrezzatura.

Alla base di tutto c'è un concetto di semi-autosufficienza che contraddistingue le gare di VDA Trailers: "l'organizzazione fornisce una rete di sicurezza all'interno della quale l'atleta deve essere in grado di muoversi risolvendo e gestendo in autonomia situazioni difficili che possono presentarsi, legate alle condizioni psico-fisiche del corridore e ai mutamenti meteorologici. Il ruolo dell'Organizzazione non è di aiutare un atleta a gestire i normali problemi che possono insorgere: per una corsa in montagna di tanti chilometri la sicurezza dipende in primis dalla propria capacità di autogestione, anche in situazioni estreme, di giorno e di notte. Un'adeguata preparazione atletica, ma anche e soprattutto mentale e organizzativa, è quindi alla base del buon esito di uno dei trail del Tor X." Per fare più chiarezza sull'argomento abbiamo deciso di intervistare Alessandra Nicoletti, presidente dell'associazione VDA Trailers e organizzatrice del Tor des Géants.

PARLA IL PRESIDENTE DI VDA TRAILERS

Obiettivo: responsabilizzare

Com'è nata l'idea di cambiare il regolamento? C'è stato un evento in particolare per il quale avete preso questa decisione?

Non è possibile dire come è nata l'idea, diciamo che è stato un processo di maturazione avvenuto negli anni. Organizzando più gare durante l'anno ci imbattiamo in diverse situazioni e ognuna è stimolo di riflessione. Da qui ogni cambiamento.

Principalmente che obiettivo ha questa scelta?

L'obiettivo è quello di responsabilizzare e rendere maggiormente consapevoli i corridori delle difficoltà di una gara di corsa in montagna. Molto spesso il corridore prepara l'attrezzatura seguendo la lista del materiale obbligatorio solo perché obbligatorio, senza comprenderne l'importanza. Questo secondo noi è un grande rischio e un atteggiamento che deve cambiare.

Al Tor partecipano esperti ma anche tanti amatori. In quest'ultimo caso non è un po' rischioso lasciarli liberi di scegliere?

Il rischio è quanto già detto sopra: mandare in giro per le montagne delle persone non consapevoli di quanto vanno ad affrontare.

In assenza di un regolamento articolato sul materiale e, nel caso di un atleta secondo voi poco attrezzato ma convinto delle sue capacità, non risulterebbe difficile fermarlo?

Il regolamento parla chiaro: se l'organizzazione ritiene che, in determinate situazioni meteorologiche, il materiale che il corridore ha con sé non è idoneo a garantirne la sicurezza, ha facoltà a fermarlo con giudizio insindacabile. Norma scritta che applicheremo con giudizio.

In Italia le leggi in questione di sicurezza sono abbastanza rigide: se dovesse succedere qualche imprevisto avreste conseguenze legali?

Il compito dell'organizzazione è assicurare l'assistenza in caso di necessità. Per questo esiste il piano di sicurezza e soccorso. Non è possibile sostituirsi al corridore nelle scelte che fa. Il corridore deve essere messo a conoscenza delle difficoltà e dei rischi, poi è la sua autodeterminazione che prevale.



ph: Alexis Courthoud

ALESSANDRA
NICOLETTI
- BIO

Presidente VDA Trailers, ha ideato e organizzato numerose gare di trail running: lo storico Gran Trail Valdigne, la prima gara di corsa in montagna interamente in territorio italiano lunga oltre 100 km, la Winter Eco Trail by Night, il Gran Trail Courmayeur che richiama più di 1.000 atleti da tutto il globo e, soprattutto, il Tor des Géants, l'endurance trail più duro del mondo lungo i 330 km delle due Alte Vie della Valle d'Aosta, che si prepara a festeggiare il suo decennale affiancato dal TOR130 - Tot Dret e da due grandi novità: il Tor des Glaciers (450 km) e il TOR30 - Passage au Malatrà.

OPINIONI A CONFRONTO



Franco Collè

FRANCO COLLÈ - BIO

Valdostano di Gressoney, ingegnere di professione e ultramaratoneta vincitore dell'ultimo Tor des Géants con un tempo di 74h3'29". Unico atleta uomo ad aver vinto due volte il Tor des Géants, nel 2014 e nel 2018.

ph: Stefano Jeantet

MARCO DE GASPERI - BIO

Classe 1977, atleta della forestale e otto volte medaglia d'oro tra Mondiali ed Europei di corsa in montagna e skyrunning. Detentore del nuovo record di risalita sul Monte Rosa, da Alagna a Capanna Margherita. L'ideatore e organizzatore del Valtellina Wine Trail, attualmente atleta Hoka One One, fa parte del team italiano selezionato per i Campionati Mondiali di Trail Running in programma a Miranda do Corvo (Portogallo) l'8 giugno 2019.



Marco De Gasperi

Jose Miguel Muñoz

Favorevole o contrario?

Quando si affronta una tematica così sensibile si generano inevitabilmente posizioni diverse rispetto alla scelta. Ecco quelle di due atleti con esperienza nell'organizzazione di gare, oltre che icone nel mondo del trail running

I. In qualità di atleta e di organizzatore di una gara, sei d'accordo o meno con la scelta del Tor des Géants di non richiedere materiale obbligatorio? Perché?

I. Marco De Gasperi - Ritengo che necessiti porre dei distinguo per le decisioni riguardo al materiale obbligatorio. Di base sarei d'accordo con la politica del Tor, in modo da rendere gli atleti più liberi da ogni imposizione. Però dobbiamo ammettere che il 95% delle competizioni non selezionano in base al curriculum sportivo dell'atleta, perciò potremmo annoverare iscritti in partenza che non sono per niente preparati a determinati eventi o sono inconsapevoli riguardo cosa li aspetterà durante la gara. Quindi da organizzatore di gare di questo tipo sono per

imporre il materiale che ritengo più idoneo per affrontare la corsa con condizioni avverse, riservandomi la facoltà di "alleggerire" o aggiungere materiale secondo le previsioni del meteo. Riguardo a quanto stabilito dal regolamento del Tor però, come dicevo in apertura, sono d'accordo in quanto chi viene selezionato ha già corso gare ultra trail molto lunghe e ci si aspetterebbe che abbia la preparazione, oltre alla coscienza, di ciò che affronterà. Oltretutto, in caso di sinistro, credo che avendo reso edotto il concorrente di tutte le difficoltà e le possibili avversità in gara, si possa ritenere addirittura più sgravante la posizione dell'organizzazione in sede di processo proprio perché è l'atleta stesso a decidere in piena coscienza di portare/non portare un determinato materiale.

I. Franco Collè - In linea di massima sono d'accordo con la scelta del Tor des Géants. Questo perché responsabilizza maggiormente l'atleta che a volte si iscrive a una gara senza essere preparato a quello che deve affrontare. Questo, a mio avviso, può andare bene per una maratona su strada o per gare in luoghi accessibili, ma non per gare che si svolgono in zone di alta montagna e in condizioni che possono essere anche estreme come il Tor des Géants. In queste ultime secondo me l'atleta deve conoscere molto bene le condizioni che può trovare affrontando il percorso e di conseguenza saper valutare sia le proprie capacità sia il materiale che può rendersi necessario. Si ha invece la tendenza, a mio avviso sbagliata, di affrontare le gare con il materiale minimo richiesto dal regolamento che a volte potrebbe non essere sufficiente. Mi sono scontrato per la prima volta con questo tipo di regolamento nel 2015 alla Tromso Skyrace in Norvegia. Il materiale obbligatorio era inesistente sebbene la gara fosse molto impegnativa. Sono rimasto molto sorpreso dalla cosa. Nel briefing pre-gara Kilian Jornet ha illustrato in maniera molto dettagliata

tutte le condizioni che avrebbero dovuto affrontare gli atleti. Ha concluso dicendo che ciascuno avrebbe dovuto valutare il materiale necessario. Da quel momento in poi ho iniziato a ragionare in un'altra maniera e mi sono trovato sempre più d'accordo con questa scelta.

2. Marco De Gasperi - Per l'organizzatore il vantaggio credo sia quello che ho spiegato qui sopra: indicare il materiale obbligatorio è vincolante e pone l'organizzazione nel fatto di essere stato troppo "leggero" sugli indumenti o sull'attrezzatura obbligatoria. Per una gara lunga come il Tor, questo rischio è davvero alto, e appunto in sede di un eventuale processo per un sinistro il giudice potrebbe esprimere che l'imposizione di determinato materiale non fosse adeguata. Per il professionista navigato sono certo che sia la scelta migliore per un viaggio più leggero o pesante in base alle proprie esperienze personali. Conoscersi e sapere cosa si affronta per decidere quale materiale possa servire è comunque fondamentale per tutti, soprattutto per gli amatori che impiegano persino il doppio del tempo del corridore di élite, e quindi con la possibilità di essere esposti a rischi ben maggiori.

2. Franco Collè - Per il professionista non penso cambi nulla, penso che conosca bene le condizioni che si troverà ad affrontare e saprà valutare in modo opportuno il materiale adeguato. Per quanto riguarda l'amatore e l'organizzazione secondo me qualcosa cambia. L'amatore dovrà sicuramente prepararsi in maniera adeguata ed informarsi maggiormente sulle condizioni che potrà trovare facendo una propria valutazione prendendo coscienza dei pericoli che questo comporta. Tuttavia, mi viene da pensare che non sia un'operazione così strana: qualsiasi amatore con un po' di buonsenso, ogni volta che fa un allenamento in montagna, deve pianificare l'escursione e valutare il materiale adeguato secondo le previsioni meteorologiche, le quote raggiunte, la durata del percorso, il proprio allenamento, quindi si tratta di fare la medesima valutazione anche in gara. L'amatore non dovrà più solamente effettuare un'iscrizione e presentarsi in partenza con lo zaino riempito così come ha deciso qualcun'altro tre mesi prima, ma dovrà quanto meno prendere coscienza di cosa lo aspetta e fare le valutazioni del caso. Mi sembra il minimo per chi decide di intraprendere un'esperienza come il Tor des Géants.

2. Quali conseguenze potrebbe avere una scelta di questo tipo sul professionista, sull'amatore e sull'organizzazione?

OPINIONI A CONFRONTO



L'organizzatore dal canto suo, secondo me, ha un compito fondamentale che è quello di fornire all'atleta tutte le informazioni necessarie per fare le giuste valutazioni. Nel briefing dovrà illustrare attentamente i punti pericolosi, le condizioni meteorologiche che si potrebbero incontrare, l'effetto wind-chill, le quote raggiunte, le distanze tra i ristori e tutto il resto.

3a. Hai corso in tutto il mondo, hai dei paragoni di questo tipo con gare in altri Paesi? Come viene gestita la tematica del materiale obbligatorio?

3b. Hai partecipato e vinto più volte questa gara, ma ti è anche capitato di avere problemi lungo il percorso. Qual è stato il materiale di cui hai avuto bisogno? Paragoni di questo tipo con gare in altri Paesi?

3a. Marco De Gasperi - Dipende. Ci sono Paesi in cui si prende tutto più alla leggera, Paesi in cui sottoscrivere la presa coscienza di ciò che si andrà ad affrontare e lo sgravio di responsabilità per l'organizzazione e dove tutto questo ha un valore legale. La realtà è che in questi Paesi, le leggi non sono così complicate come in Italia, perciò l'atleta gareggia praticamente a proprio rischio e pericolo. A Zegama, nei Paesi Baschi, per esempio, c'è l'obbligo solo dell'antivento leggero. Trovarsi in cima agli Aitzkorri con la tempesta ed esposti a venti fortissimi e senza che la gara subisca alcuna modifica di percorso è la normalità per loro e in Italia subirebbe forti critiche. A Tromsø, in Norvegia, nella Skyrace ideata da Kilian Jornet si decide in libertà per il materiale da portare in gara. In base al clima e alle proprie capacità ed esperienza.

3b. Franco Collè - Ho partecipato cinque volte a questa gara e devo ammettere che in nessuna delle edizioni che ho fatto il materiale obbligatorio sarebbe stato sufficiente. Il materiale obbligatorio l'ho sempre considerato come materiale "minimo" che dovevo avere nello zaino per l'eventuale controllo dei commissari. In Valle d'Aosta sfido chiunque a trovare un materiale obbligatorio sufficiente per percorrere 350 km con numerosi tratti al di sopra dei 2.500-3.000 metri di quota. Facendo qualche esempio: nel Tor del 2013 non solo non mi era sufficiente "la giacca da 10.000 colonne d'acqua" per salire al Malatrà ma ho dovuto indossare addirittura due piumini. Dopo il Tor del 2015 i concorrenti hanno preso la consapevolezza che i ramponcini sono essenziali in determinate condizioni e sono stati inseriti nel materiale obbligatorio. Devo ammettere che personalmente nel mese di settembre mi è capitato di trovarmi su una cresta rocciosa ricoperta da uno strato di ghiaccio (proveniente da una gelata successiva a un temporale) dove nemmeno con i ramponcini sarei potuto passare. L'unica soluzione sarebbero stati i ramponi. Ma allora cosa si fa? L'organizzazione per garantire la sicurezza inserisce nel materiale obbligatorio anche due piumini e i ramponi? E se poi le condizioni sono come quelle dello scorso anno in cui ho fatto praticamente tutti i colli più alti con la sola canotta traforata e in cui il mio problema principale era di ripararmi dal sole nelle ore più calde?

4. Marco De Gasperi - Diciamo che in Italia solo un matto può decidere di organizzare un evento di outdoor running, specie se il fine non è quello di farne un vero business, come per la maggior parte delle gare. E non lo dico scherzando. Rischiare di rovinarsi economicamente, o ancor peggio,

rischiare la galera per aver permesso agli altri di divertirsi correndo è da ritenere più masochista di chi cammina sui carboni ardenti o sui chiodi. Detto ciò, se tutti agissimo sempre con razionalità non esisterebbero più gli eventi. Per chi organizza gare in Italia è fondamentale tutelarsi nel miglior modo possibile, scegliendo assicurazioni ad hoc, eventualmente affidandosi a figure professionali riconosciute per la messa in sicurezza di percorsi attrezzati (vedi Guide Alpine) e affiliandosi alla federazione o ente di promozione sportiva a cui la specialità dell'evento organizzato afferisce. In ogni caso è fondamentale poter dimostrare di aver fatto tutto il possibile per mettere l'atleta nelle condizioni di non incorrere in pericolo, averlo informato esaustivamente con un briefing prima della gara per prepararlo in maniera adeguata a ciò che affronterà, oltre a controllare che abbia il materiale obbligatorio almeno in partenza. In occasione dell'incontro fra organizzatori di gare outdoor running promosso da Giovanni Fedrici lo scorso dicembre a Peschiera del Garda, l'avvocato Flavio Saltarelli ha illustrato perfettamente tutte le problematiche a cui potremmo rischiare di andare incontro nel ruolo di organizzatori. Per cui tutelarsi al massimo è davvero importante per poter accettare il rischio. Una volta assunto tale rischio con la consapevolezza di aver fatto tutto con criterio, credo che a livello morale tutto sia più facile da gestire nel caso di un sinistro.

4. Franco Collè - Non sono un esperto in materia, quindi non posso rispondere a questa domanda. Sono certo che gli organizzatori del Tor avranno fatto le giuste considerazioni con chi di dovere.

5a. Marco De Gasperi - Sì, mi assumerei questa responsabilità di lasciare la libertà di scelta all'atleta ma solo nel caso in cui la gara sia ristretta a una cerchia di atleti con esperienza e quindi selezionati secondo il punteggio come nel caso dell'UTMB o dell'esperienza in gare simili. Questa è la condizione essenziale per non avere gente impreparata e quindi per permettere il libero arbitrio, oltre alla tipologia del percorso. Penso sia un ottimo modo per far prendere coscienza e per dare un forte segnale per far capire alle persone che devono partecipare alle gare con più consapevolezza. Nella speranza che le leggi possano venire modificate in futuro per il bene degli organizzatori, possibilmente dietro proposte serie, fatte da persone competenti in questo settore.

5b. Franco Collè - Sicuramente il telo termico, una giacca, due lampade frontali, riserva idrica e alimentare, un paio di scarpe da trail e un telefono rappresentano l'essenziale che potrebbe sempre tornare utile. Per tutto il resto, è necessario valutare caso per caso.

4. In Italia abbiamo delle leggi molto severe sulla questione sicurezza. Che rischi corre l'organizzazione a livello legale? E morale?

5a. In quanto organizzatore, faresti mai un regolamento senza obbligo di materiale obbligatorio?

5b. Qual è il materiale minimo per un partecipante del Tor?



Crazy e Polartec celebrano le due gare più storiche di skyrunning

I due brand presentano i capi
che verranno regalati ai corridori del cielo
al via della Monterosa Sky race
e la Sky Marathon 4 luglio

A CURA DELLA REDAZIONE

Nell'ormai lontano 1993 un filo conduttore ha unito la Valsesia nel cuore del Monte Rosa alla Valle di Cortina nelle Prealpi Orobie bresciane. Quel filo si chiama skyrunning. Nel 1993 Fabio Meraldi corre da Alagna fino alla vetta del Monte Rosa, raggiungendo la Capanna Regina Margherita, tocca quota 4.554 mt, percorre 35 km e 7.000 metri di dislivello complessivi in salita e discesa in 4 ore e 24' segnando un record storico. Nello stesso anno viene pensato il sentiero 4 luglio che idealmente unisce i monti di Santicolo in Alta Valle Camonica. L'anno successivo, il 1994 Adriano Salvadori lo percorre in 4h27'. Queste due date segnano il vero inizio dello skyrunning.

Sono passati più di 25 anni da quando le prime sky race si sono corse, un'idea ambiziosa che ha cambiato il modo di correre in montagna e ha dato inizio a un movimento globale. Nel 1995 Valeria Colturi di Crazy, dopo aver rivoluzionato il mondo dello sci alpinismo agonistico creando la prima tuta da gara, disegna e produce la prima linea di abbigliamento studiata per lo skyrunning. Sono capi speciali, pensati e studiati per correre ore sul filo delle creste, dove maltempo, sbalzi termici, sassi e neve, si uniscono alla fatica, elementi che richiedono agli atleti uno sforzo eccezionale.

Oggi, Crazy presenta due capi che verranno regalati ai corridori del cielo che saranno al via delle due gare "The Legend" dello skyrunning: la Monterosa Sky race e la Sky Marathon 4 luglio. Si tratta di due capi tecnici, disegnati da Valeria Colturi di Crazy e realizzati in Power-Grid di Polartec, un tessuto dalla grande capacità di termoregolazione.

Tutti i concorrenti che parteciperanno alla Sky Marathon 4 luglio riceveranno la Pull Flash, necessaria per affrontare gli sbalzi termici tipici della quota. La Pull Direct invece è il gadget destinato ai concorrenti della Monterosa Sky Marathon, una maglia con cappuccio regolabile. Studiata per l'allenamento, è un capo active dalla grande versatilità.

I DUE MODELLI



PULL DIRECTOR



PULL FLASH

INFO: Crazy Idea - 0342.706371 - info@crazyidea.it

- SCARPA DEL MESE -

SAUCONY RIDE ISO 2



Woman Peach

ALLACCIATURA /
Sistema di chiusura Isofit
che si adatta alla forma
e ai movimenti del piede

TOMAIA /
In Engineered Mesh
resistente e traspirante,
con sistema di chiusura
Isofit integrato. Inserti
in 3D nelle zone laterali
donano maggior struttura e
supporto in fase dinamica

FODERA /
Interno tallone in esclusivo
tessuto, più strutturato e
flessibile. In questo modo il
piede rimane perfettamente
in asse



Man Citron/Teal

INTERSUOLA /
In Powerfoam, miscela più leggera dell'EVA tradizionale, e con un 50% di reattività
in più: questo significa maggior resilienza, resistenza e ritorno di energia.
L'intersuola vanta l'innovativo sistema Formfit Contour, uno speciale alloggiamento
anatomico che aiuta a mantenere il piede stabile e centrato nella calzatura,
fornendo maggior comfort e fit perfetto, per ogni tipologia di runner



Man Metal Quake

INFORMAZIONI DI BASE

DISCIPLINA /
Road running

TARGET /
RIDE ISO 2 è in perfetto equilibrio tra
ammortizzamento e reattività. Modello adatto
a lunghe e lunghissime distanze da percorrere
preferibilmente su strada, anche se ben si adatta
a terreni battuti e tratti di off-road leggeri

PER /
Uomo - Donna

COLLEZIONE /
FW 2019

PESO /
278 g uomo - 249 g donna

DIFFERENZIALE /
8 mm (27/19)

MISURE (US)
Uomo: 7 - 15 US - Donna: 5 - 12 US

COLORI /
Uomo: Teal/Black - Citron/Teal - Black/Blue -
Metal Quake
Donna: Purple - Peach - Black/Gold - Ice Quake

I TRE PUNTI DI FORZA /
1. Cushioning e Reattività - Pensata per correre
senza fatica, nella nuovissima Ride ISO 2
cushioning e reattività sono perfettamente
bilanciati, grazie alla giusta combinazione tra
Powerfoam ed Everun Topsole, che dissipa i
picchi di pressione e fornisce un eccellente
ritorno d'energia. L'intersuola è composta da
una schiuma d'EVA in Powerfoam che assorbe
facilmente l'impatto, restituendo energia. Sono poi
stati aggiunti 2 mm di materiale, integrati in modo
sapiente, per non compromettere l'equilibrio della
calzatura e donare un comfort ancora maggiore.

La tomaia è costituita dall'Engineered Mesh, uno
speciale tessuto molto traspirante ed elastico che
avvolge perfettamente il piede, lasciandolo libero
di muoversi.

2. Fit Personalizzato - Il sistema Isofit integrato
nella tomaia è stato rivisitato e riadattato alla
nuova linea della calzatura, avvolge perfettamente
il piede senza creare spiacevoli picchi di
pressione assecondando ogni andatura. Unito al
Formfit Contour, una speciale sagomatura interna
che permette al piede di trovare lo spazio ideale,
regala stabilità ed evita i movimenti indesiderati,
sia in fase d'appoggio che di spinta.

3. Everun Topsole: soletta dello spessore di 3
mm in Everun, materiale rivoluzionario di casa
Saucony, per un cushioning continuo e fluido a
ogni passo. La sua struttura permette di dissipare
i picchi di pressione, e dona un ammortizzamento
extra posizionato più vicino al piede.

PREZZO CONSIGLIATO / 150 euro

ALTRE CARATTERISTICHE /

Le zone laterali sono state dotate di inserti plastici stampati in 3D e donano maggior struttura e supporto in fase dinamica. Grande attenzione è stata rivolta all'alloggiamento del tallone, ottimamente supportato all'esterno (Woven Heel Collar)



Woman Black/Gold



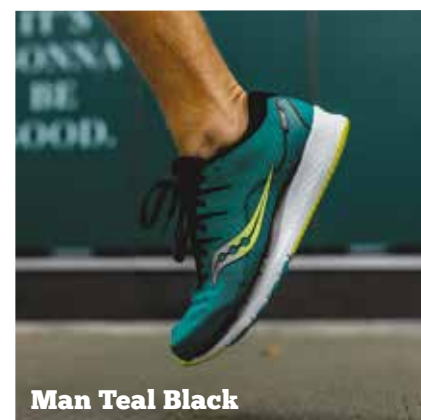
Woman Ice Quake



Woman Purple

SUOLA /

Ridisegnata per aumentare flessibilità e adattabilità. La gomma ai cristalli sostituisce quella soffiata IBR+, per durata e reattività maggiori. Il disegno Tri-Flex ne implementa trazione, elasticità e cushioning, contribuendo a disperdere l'impatto. Completa la suola la collaudata gomma al carbonio di casa Saucony XT 900, posizionata nella zona d'impatto del tallone e in punta, nella fase finale di stacco del piede. Questa miscela garantisce una durata superiore, senza rinunciare alla trazione



Man Teal Black



Man Black/Blue

COMUNICAZIONE E MARKETING

L'USCITA nei negozi della nuova Ride ISO 2 – prevista per il mese di giugno - è stata anticipata dalla pubblicazione di speciali contenuti sui principali social di Saucony Italia (Facebook e Instagram).



ADV impattanti e con nuovo layout, che mette al centro la scarpa, sono presenti già dal mese di maggio sulle principali testate running su carta stampata, e le stesse sono state coinvolte con l'invio della calzatura e di un press kit dedicato, per prova scarpa e recensione in anteprima.

LA CAMPAGNA a supporto del lancio delle Ride ISO 2 si chiama **Run For Good** ed è anche la piattaforma su cui si svilupperà il mondo Saucony nei prossimi mesi.

RUN FOR GOOD racchiude tutte le buone ragioni per cui le persone scelgono di correre: per restare in buona salute, per segnare delle buone performance, per stringere dei buoni rapporti di amicizia. In cima a tutto questo, c'è la volontà di stare bene, di sentirsi bene. In Saucony, da 120 anni supportiamo tutto ciò che c'è di buono nel nostro sport: Run For Good è il filtro attraverso il quale prendiamo le nostre decisioni, ed è il focus che ci guida nel lavoro che facciamo.





La vincitrice
Volha Mazuronak

La quiete dopo la tempesta

Il Trieste Running Festival è stato nell'occhio del ciclone, e non solo dal punto di vista meteorologico. La polemica, innescata a seguito della dichiarazione dell'organizzatore di non voler pagare gli ingaggi ai top runner africani, ha travolto gli organizzatori di polemiche. Intervista esclusiva con il diretto interessato, Fabio Carini, per fare luce sulla questione

A CURA DI _ CRISTINA TURINI, MANUELA BARIBIERI E BENEDETTO SIRONI - FOTO FABRICE GALLINA

Il 5 maggio scorso, tra pioggia e vento, si è svolto il Trieste Running Festival che quest'anno ha contato 1827 iscritti. I partecipanti si sono trovati di buon'ora in piazza ad Aurisina sfidando le intemperie, anche se il forte vento e la pioggia non hanno fermato nessuno. Il percorso panoramico di 21 km ha portato i runner al traguardo in una piazza Unità d'Italia sferzata dalla Bora. Si è svolta regolarmente anche la Generali Miramar Family, la corsa non competitiva con un tracciato di 7 km. Il gruppo più numeroso è stato quello composto da varie realtà riunite dall'Azienda Sanitaria Universitaria Integrata di Trieste, con oltre 450 partecipanti. Il vincitore della mezza maratona è Noel Hitimana dal Ruanda, che ha conquistato il podio in 1h03'28". Per le donne prima Volha Mazuronak dalla Bielorussia in 1h13'56".

Complessivamente la gara ha registrato l'82% dei partecipanti provenienti da fuori Friuli Venezia Giulia e il 34% di stranieri (il 15% in più rispetto allo scorso anno), in rappresentanza di 46 paesi. Ma anche un altro tipo di tempesta, quella mediatica, ha letteralmente travolto il Trieste Running Festival già da una settimana prima del suo inizio. Dopo aver sollevato, in un'intervista alla RAI, la questione dello sfruttamento dei top runner africani da parte di alcuni manager e aver deciso di non pagare gli ingaggi, escludendoli così dalla gara, Fabio Carini, presidente dell'Apd Miramar è stato accusato di razzismo da molte testate giornalistiche e le pagine ufficiali dell'evento dei social media sono state prese d'assalto dagli utenti.

Ma cos'è successo realmente? Come vi avevamo anticipato nello scorso editoriale, siamo andati a Trieste per partecipare a questa bellissima competizione, tra le più panoramiche, con una vista mozzafiato sul Golfo e con lo spettacolare arrivo nel cuore della città. Ma per noi è stata soprattutto un'occasione per andare a fondo sulla questione.

Perché proprio ora hai deciso di portare alla luce il problema dello sfruttamento dei top atleti? Qual è stato il fattore scatenante?

Quando la causa è giusta, ogni momento può essere quello buono. La presentazione del Trieste Running Festival, evento costru-



Fabio Carini con Rita Giancristofaro, che, sopravvissuta al terribile incidente del ponte Morandi a Genova, è tornata a correre proprio a Trieste

to secondo precisi criteri etici sotto ogni punto di vista (sportivo, ambientale, solidale), doveva servire a lanciare l'iniziativa da una città come Trieste che, notoriamente, è multiculturale e priva di pregiudizi. L'organizzazione del Trieste Running Festival, ovvero Apd Miramar, è composta soprattutto da persone che dedicano energie e tempo libero senza alcuna remunerazione, spinti solamente dalla passione per lo sport, per Trieste e per tutto quanto può contribuire a promuovere valori importanti quali dignità e rispetto.

Quanto la politica influenza gli eventi sportivi?

La politica influenza ogni minuto della nostra vita e lo sport non può esserne esente. Il lato positivo è quando le istituzioni sostengono la buona riuscita degli eventi, soprattutto quelli che rappresentano un volano per l'economia territoriale, mentre l'aspetto negativo è proprio quanto ho vissuto in prima persona, quella macchina del fango azionata ad arte che ha stravolto parole e significati molto chiari per trasformarli in clamorose fake news come quella che ha coinvolto il Trieste Running Festival. Ormai le notizie vere sono



quasi una rarità e, purtroppo, molto spesso sono quelle che si divulgano con maggiore lentezza e minore capillarità.

Tra le voci a tuo favore, quali sono state quelle che ti hanno fatto più piacere e che ti hanno aiutato appoggiando a pieno la tua presa di posizione?

Al di là dei messaggi privati, la vera presa di posizione ufficiale a sostegno della nostra iniziativa etica è stata quella dell'ASI che, attraverso un comunicato ufficiale, ha ben chiarito quanto e come si debba operare nel mondo del running per garantire pari dignità di trattamento a tutti. L'unica discriminante dev'essere il reale valore della prestazione sportiva e spero proprio che ci arriveremo molto presto. Ma voglio anche ringraziare Linus per avere subito chiarito il reale significato delle mie parole, così come Enrico Mentana che ha compreso immediatamente la realtà dei fatti.

Se gli organizzatori sono sottoposti a pressioni economiche da parte dei manager, perché, secondo te, fino a oggi nessuno aveva portato alla luce la questione?

Semplicemente perché è sempre più comodo tacere e farsi gli affari propri, evitando di prendere posizione in questa come in qualsiasi situazione della vita. Ma vivere così non fa parte del mio dna anche se, come ampiamente dimostrato, creare nuovi percorsi in controtendenza con quelli consolidati è difficile ed estremamente faticoso. In ogni caso, considerando che a Lucca il problema sugli atleti sfruttati era già emerso, leggere che l'organizzatore locale si dissocia da noi quando, contemporaneamente, affermava le stesse cose è stato perlomeno singolare. Ma ormai viviamo in un mondo troppo parlato (o scritto sui social dai leoni della tastiera) e poco vissuto.

Questo "polverone" secondo te si è sollevato invano o pensi che gli organi competenti ora indagheranno sui casi di sfruttamento degli atleti? Cambierà qualcosa dopo il Trieste Running Festival? E tu invece in che modo continuerai a combattere la tua battaglia?

Se cambierà sarà perché è l'unica soluzione in un mondo del running che non può vivere così disequilibrato e poco tutelato dai suoi organi competenti. Ho fiducia che la Fidal stessa, auspicabilmente in sinergia con gli enti di promozione sportiva, si renderà protagonista attiva della costruzione di un sistema equo e garantista che vada nella direzione di tutti gli atleti professionisti così come di quelli amatoriali e, non ultimi, degli organizzatori che investono denaro e fatica affinché lo spettacolo non si fermi. Fino a quando ci sarò io, il Trieste Running Festival continuerà per la strada tracciata, consolidando rapporti con chi opera nel rispetto dei valori sportivi affinché ogni evento sia una festa di tutti e per tutti. A questo proposito, vorrei anche creare un tavolo di confronto con le più affidabili strutture manageriali al fine di identificare un protocollo operativo di assoluta garanzia per le parti in causa.

Come i procuratori possono garantire e certificare un comportamento trasparente e tracciabile? Cosa è e come funziona l'ingaggio etico?

Al di là delle idee che possono nascere da un confronto tra addetti ai lavori, spetta agli organi competenti nazionali (e perché no, anche internazionali) identificare le modalità più consone per chiudere la porta ai giostrai dello sport e favorire l'azione di persone e strutture



A fianco, la partenza della Generali Miramar Family

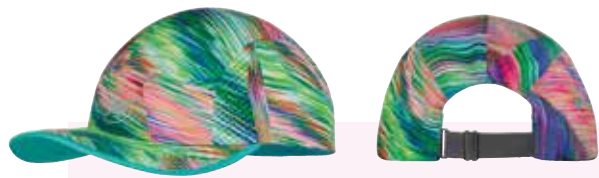
totalmente trasparenti. Sicuramente, serve avere la certezza di quale percentuale del compenso per una prestazione sportiva, al di là se consegnato direttamente all'atleta o a chi lo rappresenta, vada realmente a reddito del principale protagonista. A seconda del concreto supporto offerto ai propri assistiti, è accettabile che un'agenzia o un manager trattienga una quota massima variabile tra il 10 e il 20 per cento, ma deve essere tutto regolamentato e, di conseguenza, dimostrato.

La questione etica è un po' al centro di ogni gara che organizzate. Raccontaci nello specifico in che modo.

L'etica è, o dovrebbe essere, il vero propulsore dell'azione di chi opera nello sport con l'obiettivo di renderlo un ottimo esempio del mondo che vorremmo. A Cagliari, per esempio, organizziamo dal 2015 la SoloWomenRun, la corsa rosa solidale (quest'anno ha lasciato oltre 30mila euro per la realizzazione di progetti attivati dalle associazioni femminili) che, con le 13.338 partecipanti dello scorso marzo, è ormai vicina a record prima d'ora inimmaginabili per un'isola. Il successo di una manifestazione che promuove la salute e combatte la violenza, in particolare quella di genere, è dovuto proprio allo spirito trasmesso fin dal primo giorno alle donne sarde che, dal canto loro, sono inarrestabili quando si tratta di fare squadra per sostenere progetti utili alla comunità. Sempre sul fronte della salute e del rispetto dei valori sportivi, comunque, già svariati anni fa avevamo promosso un contratto etico che il runner professionista doveva sottoscrivere per partecipare alle nostre corse, impegnandosi a non fare uso di sostanze proibite fino al quinto anno successivo all'ingaggio, pena la restituzione di qualsiasi compenso o premio percepito e la certezza di non essere più invitato. Quanto all'ambiente, ogni anno ci impegniamo a migliorare la raccolta differenziata dei rifiuti, che è sempre stato un nostro cavallo di battaglia, e da questa edizione del Trieste Running Festival abbiamo adottato solo bicchieri totalmente riciclabili. A volte anche dai piccoli gesti, infatti, può nascere un nuovo stile di vita.

La tua ultima parola per chiudere, se possibile, definitivamente la vicenda.

Mai arrendersi quando ogni tua parola, ogni tua azione è spinta dalla volontà di fare del bene.



LA NUOVA COLLEZIONE BUFF RUN CAPS DEDICATA AI RUNNER

Il brand propone una nuova collezione di caps con visiera progettati appositamente per i runner: totalmente traspiranti, a rapida asciugatura, morbidi, elastici (92% poliestere - 8% elastane), avvolgenti e con fascetta elastica posteriore regolabile. Proposti in sette fantasie sempre abbinabili al Buff, fascia multifunzione, indossato a protezione di viso e collo. Il logo retroriflettente migliora le condizioni di sicurezza di chi lo indossa.



PERFORMANCE E LEGGEREZZA CON LA RACE VEST DI ULTIMATE DIRECTION

Questa vest è progettata per la conformazione femminile. Estremamente leggera e traspirante, permette il facile accesso a tutti gli scomparti e agevola il trasporto dei bastoni. La nuova tecnologia Comfort Cinch offre una vestibilità personalizzata con regolazione "onthego". Il materiale stretch a quattro vie segue i movimenti dell'atleta anziché contrastarli, integrandosi completamente con la sua schiena.

INFO: Nov.ita Srl - 011.6467743 - info@nov-ita.com

SPORT DRINK DI PROACTION, ENERGIA E IDRATAZIONE PRONTE ALL'USO

Questa nuova bevanda energetica reidratante è senza glutine, senza lattosio e con vero succo di frutta. Pronta all'uso, Sport Drink è a base di carboidrati e sali minerali. In particolare, le soluzioni di carboidrati con elettroliti contribuiscono al mantenimento di prestazioni di resistenza durante l'esercizio fisico prolungato e aumentano l'assorbimento di acqua. Prestazione, resistenza e reidratazione. Il prodotto è indicato per gli sportivi che praticano sport di resistenza di lunga durata e per le persone che necessitano di sali minerali. Due i gusti proposti: arancia e lemon lime.



INFO:

ProAction srl - 049.8961810 - info@proaction.it

RUN JACKET DI LA SPORTIVA: PROTEZIONE E LIBERTÀ IN UN UNICO CAPO

Questo modello è indicato per sessioni di trail running anche in condizioni estreme. Con cappuccio integrato, protegge infatti dagli agenti atmosferici (colonna d'acqua 10.000 mm) e garantisce libertà di movimento grazie ai tessuti elastici e al peso contenuto (solo 190 g). Le zone di ventilazione poste sotto le braccia apportano maggior comfort in caso di allenamento intenso. Il prodotto inoltre è packable e può essere ripiegato e facilmente riposto nello zaino.



INFO:

La Sportiva - 0462.571800 - lasportiva.com

-TRAIL-

NESSUN TERRENO È TROPPO DURO PER LA WAVE IBUKI DI MIZUNO

Questo modello da trail running ha una resistente suola X10 con un design X-Lug per trazione superiore, puntale protettivo e intersuola ammortizzata, quindi nessun terreno è troppo duro. La tomaia "senza cucitura" lo rende estremamente leggero, e la costruzione a maglia Knit fornisce un tocco moderno e confortevole alla scarpa. Adatta a trail runner e appassionati di outdoor alla ricerca di una scarpa versatile e affidabile con un ottimo grip. Peso: 325g (M) / 275g (W). Drop: 10.



INFO: Mizuno Italia Srl - 011.3494811 - info@mizuno.it

PRESTAZIONI A LUNGA DURATA CON NEUTRON 2 DI SCARPA

La seconda versione dedicata all'alpine running è caratterizzata da una calzata comoda e da una buona ammortizzazione, che la rende indicata sia per gare lunghe che per allenamenti prolungati e camminate veloci. La tomaia in mesh presenta una gabbia esterna in PU film termosaldato di sostegno, disegno SCARPA. La tomaia include un puntale di protezione agli urti in TPU stampato in 3D e avvolge il piede come un calzino grazie al sistema costruttivo Sock-Fit LW proprio del marchio, che evita punti di compressione e garantisce massimo comfort e precisione di calzata. L'allacciatura a fettucce è integrata alla tomaia. La suola Genetic con intersuola in EVA compressa a media densità fornisce buona stabilità, mentre l'inserito in EVA a bassa densità nel tallone garantisce maggiore ammortizzazione. Il grip elevato fornisce trazione su qualsiasi terreno grazie alla miscela Vibram Megagrip; il battistrada è dotato di tasselli pronunciati con design esclusivo SCARPA. Peso: 325 g (mezzo paio tg. 42). Drop: 6 mm.



INFO:

Calzaturificio SCARPA - 0423.5284 - info@scarpa.net

L'INNOVATIVA TECNOLOGIA FUSEKNIT DI CRAFT

Il baselayer Fuseknit Comfort è adatto per chi si allena in condizioni estreme. Questa maglia, elastica e morbida senza cuciture, presenta il design chiamato Fuseknit, realizzato in filato leggero e riscaldante, per una termoregolazione ottimale. Il tessuto traspirante garantisce un corretto trasporto dell'umidità per mantenere il corpo asciutto anche durante l'attività più intensa. L'innovativa tecnologia Fuseknit combina elementi lavorati a maglia senza cuciture con cuciture ergonomiche posizionate strategicamente. Il risultato è un capo "liscio" e confortevole, che evita le irritazioni. Una scelta indicata per tutti i tipi di attività sportive.



CARATTERISTICHE /

PESO: 171 g

CAPENZA: 8,1 l

2 BODY BOTTLESTM da 1/2 litro incluse

STRAP per regolazione toracica

e miglior vestibilità

TASCHE zippate ed extra spazio

Disponibile in 4 taglie e 2 colori

INFO: Craft

+46(0)33.7223330 - customer@craftsportswear.com

ELEVON 2 DI HOKA, COMPAGNE IDEALI PER GLI ALLENAMENTI PIÙ LUNGI

Questa seconda versione, appartenente alla collezione Fly di Hoka, sarà la protagonista della primavera-estate 2020. La Elevon 2 è un buon compromesso tra ammortizzazione e reattività, con un comfort che accompagna i runner nelle lunghe distanze. La tomaia in mesh leggero e rinforzato è performante e traspirante, senza cuciture per un fit più confortevole. La linguetta asimmetrica è caratterizzata da tagli posizionati strategicamente per una migliore traspirabilità. Lo strato superiore dell'intersuola Profly assicura reattività nella parte anteriore e fornisce al contempo maggior ammortizzazione. Maggior cushion anche nella zona tallone, per avere una transizione più fluida. L'Active Foot Frame dell'intersuola fornisce un maggior supporto. La suola presenta una zona avampiede strategica che aumenta la flessibilità durante la rullata. La gomma trasparente che compone il battistrada dona un design più pulito della scarpa.



CARATTERISTICHE /

DROP: 5 mm

PESO: 288 g

MISURE: 7-13,14

INFO:

Artcrafts International - 055.6818953 - hokaoneone@artcrafts.it

Tre nuovi arrivati nella famiglia Garmin

La gamma Forerunner è stata presentata
alla stampa lo scorso 7 maggio
insieme agli ambassador Sara Galimberti,
Stefano Baldini, Giulio Molinari,
Marco De Gasperi e Daniel Fontana

_ DI CRISTINA TURINI



Da sinistra:
Stefano Baldini,
Daniel Fontana,
Sara Galimberti,
Giulio Molinari
e Marco De Gasperi

I modelli sono diversi tra di loro ma con alcune caratteristiche che li accomunano e che li inseriscono nei GPS di nuova generazione. Pensati per ogni tipologia di runner, sia il principiante che il professionista possono scegliere il Forerunner più adatto alle proprie esigenze. Trovando sempre la leggerezza nei nuovi materiali, un design rinnovato, anche nel display di facile lettura, semplicità e intuizione nell'utilizzo. Rimane consolidata la tecnologia Garmin Elevate nella rilevazione del battito cardiaco, mentre il GPS è accompagnato anche da altri due sistemi di navigazione satellitare: GLONASS e Galileo. I nuovi dispositivi sono accompagnati anche dalla funzione Garmin Coach che vediamo in maniera più approfondita di seguito.

GARMIN FORERUNNER 45/45S

Adatti a tutti coloro che per la prima volta si avvicinano al mondo della corsa, questi due smart sportwatch sono facili e intuitivi e hanno, rispettivamente, una cassa da 42 millimetri e da 39 millimetri. Oltre al rilevamento passi, distanze, calorie bruciate, qualità del sonno c'è anche il monitoraggio dello stress e la registrazione dell'energia Body Battery, con i quali gli utenti possono pianificare meglio la propria giornata per ottimizzare i tempi di attività, allenamento e riposo. La funzione Garmin Coach fornisce allenamenti personalizzati per preparare le distanze dei 5, 10 chilometri e della mezza maratona. In base ai dati registrati, sono in grado di stimare il tempo di gara. Con 12 sport diversi, il nuovo Garmin Forerunner 45 è perfetto non solo per la corsa, ma anche per la bicicletta, l'ellittica, l'attività cardio, lo yoga e altro ancora.



Sara Galimberti, quale testimonial del Forerunner 45, durante la presentazione ha parlato della funzione Incident Detection, un sistema integrato di riconoscimento e rilevamento in caso di incidente durante l'attività sportiva, che invia, se connesso al proprio smartphone, in tempo reale, un messaggio di allarme con la posizione in cui ci si trova a dei contatti preselezionati. Utile soprattutto per le donne che corrono da sole.

GARMIN FORERUNNER 245/245 MUSIC

Anche questo modello prevede nuove e innovative funzioni dedicate alla corsa, tra le quali anche Garmin Coach, in grado di fornire allenamenti personalizzati. Le innovative funzioni fisiologiche avanzate permettono di misurare il valore VO2 Max, il tempo di recupero, la tipologia, aerobico e anaerobico, e il carico di un allenamento e altro ancora. Anche in questo dispositivo è inserita la funzione Incident Detection, un sistema integrato di riconoscimento e rilevamento in caso di incidente durante l'attività sportiva, che invia, se connesso al proprio smartphone, in tempo reale un messaggio di allarme con la posizione in cui ci si trova a dei contatti preselezionati. Dotato di



rilevazione cardiaca al polso, integra pulsossimetro Pulse Ox che permette agli utenti di rilevare e analizzare la saturazione di ossigeno nel sangue. Sempre grazie al cardio al polso consente inoltre di registrare e indicare i momenti di stress maggiore. La funzione Body Battery, invece, permette di misurare in qualsiasi momento la quantità di energia del proprio corpo, così che l'utente sappia quando è il momento giusto per fare attività fisica o per riposare. La versione Forerunner 245 Music prevede anche una memoria interna sulla quale è possibile caricare i propri brani musicali preferiti da ascoltare con cuffie Bluetooth compatibili; questa funzione è compatibile con i servizi di streaming musicale di Spotify e Deezer, scaricabili sul dispositivo tramite la piattaforma Garmin Connect IQ Store. In modalità GPS, la batteria dura 24 ore.

Stefano Baldini, testimonial del Forerunner 245, ha spiegato Garmin Coach, la funzione che fornisce veri e propri piani di allenamento gratuiti sulle distanze dei 5 e 10 chilometri, e della mezza maratona. Inoltre ha anche parlato della funzione metronomo, utile per chi vuole cambiare frequenza del passo.

GARMIN FORERUNNER 945

Dedicato al mondo del triathlon e della multi-disciplina, questo nuovo sportwatch con ricezione GPS, GLONASS e Galileo prevede innovative e ancora più specifiche funzioni, come il calcolo del valore VO2 Max e quello del carico di allenamento che suddivide la cronologia degli allenamenti svolti in categorie relative al grado di intensità e di sforzo effettuato. Traccia inoltre i tempi di recupero e fornisce indicazioni su dinamiche avanzate di corsa, tra cui cadenza, tempo di contatto con il suolo, oscillazione verticale ed altri dati fondamentali. Inoltre, l'innovativa nuova analisi del Training Load consente, con un colpo d'occhio, di studiare graficamente l'andamento dei progressi e quali zone di lavoro sono ancora da migliorare. Compatibile anche con le fasce cardio Garmin HRM-Dual, Garmin HRM-Swim, Garmin HRM-Tri e Garmin HRM-Run, ha rilevazione cardiaca al polso con tecnologia Garmin Elevate, giunta alla terza generazione e quindi ancora più accurata. Il pulsossimetro Pulse Ox permette agli utenti di rilevare e analizzare la saturazione di ossigeno nel sangue. Con cartografia integrata, anche questo dispositivo ha la funzione Music per caricare brani musicali da ascoltare con cuffie Bluetooth compatibili. Altra novità è Garmin Pay per effettuare pagamenti contactless direttamente dall'orologio. La batteria ha un'autonomia fino a due settimane in modalità smartwatch, fino a 36 ore in modalità GPS e fino a 10 in modalità GPS con musica.



Giulio Molinari, il triatleta testimonial di Forerunner 945, durante la presentazione ha parlato della misurazione del VO2 Max, del tempo di recupero, specifiche sulla tipologia di allenamento aerobico o anaerobico, e del carico di un allenamento, oltre al pulsossimetro Pulse Ox.

INFO:
Garmin Italia S.r.l.
02.36699699
info@garmin.it

Senza perdere la morbidezza

La versione 21 della GEL-Cumulus di ASICS conserva le caratteristiche che l'hanno resa una scarpa apprezzata da un ampio pubblico di runner. Ma con un comfort e un'ammortizzazione superiori



Lo sviluppo delle scarpe ASICS vede ogni calzatura superare un intenso ciclo di test e sviluppo che prevedono che il nuovo modello venga immesso sul mercato soltanto se i dati dimostrano che supera quello precedente. Ideale per coloro che hanno l'appoggio neutro e per percorrere medie/lunghe distanze, la nuova Cumulus punta sulla vestibilità e sull'ammortizzazione. Con una tomaia più morbida e imbottita nei punti strategici, come il collarino, la zona tallone e la linguetta, il design presenta una punta più larga e arrotondata per garantire al piede di distendersi meglio e per lasciare più spazio tra il piede e la tomaia.

L'Engineered Mesh è più leggero e traspirante, mentre i fori per i lacci, denominati Discrete Eyelet, sono più robusti per migliorare la tensione e per fornire una vestibilità maggiore. L'extra foam nell'involucro della caviglia offre una maggior sensazione di morbidezza.

Ma il comfort è garantito anche dalla costruzione della nuova soletta interna (Soft Eva Sockliner), che si adatta meglio alla forma del piede ed è più morbida e leggera.

L'intersuola mantiene la tecnologia ottimizzando l'ammortizzazione e il comfort durante la corsa grazie alla combinazione di FlyteFoam, del softer FlyteFoam Propel e della Rearfoot GEL technology presente sia sull'avampiede che sul retro per un rimbalzo extra e un assorbimento degli urti di qualità superiore, mentre l'extra foam nell'involucro della caviglia offre una maggior sensazione di morbidezza.

TECNOLOGIE

Visible Rearfoot GEL technology

Visible rearfoot GEL technology presente sotto al tallone, riduce gli shock quando il piede tocca il suolo.

SpEVA 45 lasting

2 mm di sofficie e resistente imbottitura cucita sotto alla sockliner per un maggiore comfort.

FlyteFoam Propel technology

Intersuola leggera e morbida e dal grande comfort.

FlyteFoam technology

Più leggero e più resistente rispetto alle intersuole

tradizionali, è il materiale per l'intersuola più leggero di ASICS.

I.G.S (Impact Guidance System)

Design philosophy che unisce componenti come la GEL technology cushioning e Guidance Line technology che interessa tutto il piede fino alla punta.

Forefoot twist GEL technology

Materiale dalla grande morbidezza che lavora insieme alla Guidance Line midsole technology per permettere al piede un movimento più naturale.



INFO: ASICS Italia – 0171.416111 – info@asics.com

A prova di... tutto

Trail running ma non solo. La versatilità e la customizzazione della Mad River TR la rendono ideale per più discipline e per le condizioni più proibitive



Novità assoluta di casa Saucony, questo nuovo modello dedicato all'off-road rappresenta l'attitudine del brand all'innovazione continua, con una scarpa ricca di soluzioni tecnologiche innovative, facendo della customizzazione la sua bandiera. La personalizzazione parte proprio dalla suola, composta dalla speciale miscela Powertrac, che garantisce un grip ottimale in ogni tipo di terreno. Il composto è stato implementato di speciali elementi che rendono la gomma meno sensibile alle basse temperature, e ne limita l'indurimento in caso di freddo intenso. Il battistrada è solcato per tutta la sua lunghezza dal sistema "Talon Track", due file di denti seghettati composti in materiale durevole ed estremamente resistente. Qui vi è la possibilità d'inserire sei chiodi autofilettanti all'avampiede e altrettanti nel retro della calzatura. Grazie a delle guide strategicamente posizionate, l'inserimento del chiodo risulta agevolato, preciso e stabile, rendendo la calzatura estremamente polivalente e adatta a utilizzi su ghiaccio, neve o, perché no, anche per un cross. Inoltre la suola è segnata con punti guida stabiliti che si possono forare per aumentarne il drenaggio

dell'acqua. Questa operazione è utile in tutte quelle discipline quali le Obstacle Course Race o le Swimrun, nelle quali la calzatura s'immerge completamente in acqua ed è necessario un rapido deflusso. Il mesh è ingegnerizzato e la lavorazione interna risulta priva di cuciture, garantendo così un comfort di grande livello. Inoltre Mad River TR è traspirante e presenta un tessuto Water Resistant. La tomaia è costituita in materiale Balistic Upper Protection, estremamente resistente alle abrasioni. Personalizzazione ulteriore è appannaggio dell'allacciatura che presenta due file di occhielli, una interna e una esterna. Vi è la possibilità di caratterizzare il proprio fit mantenendo un'allacciatura pura o mixandola a piacimento. Il comparto ammortizzante è composto dalla miscela Powerfoam che, grazie alla combinazione con la top-sola in Everun, regola ritorno d'energia e una transizione tacco punta equilibrata e bilanciata. Mad River TR è progettata per accogliere una ghetta, infatti la "Gater Track" permette al cavo metallico di alloggiare perfettamente senza intagliare la suola, grazie al materiale plastico particolarmente resistente di cui è composta.

PESO /
309 g uomo
275 g donna

DROP /
4 mm

TAGLIE /
7-13,14 uomo
5-12 donna

INFO: Wolverine Italia Srl - 0423.622009 - saucony.it



La tecnologia Mass Damper si estende al mondo Diadora Active

Comfort, stabilità e un ritorno di energia di lunga durata con la nuova Mythos MDS

Per l'autunno/inverno 2019, accanto all'offerta Diadora Blue-shield che con la sua tecnologia che si adatta al corpo soddisfa ogni tipologia di runner, la collezione di calzature da running del brand di Caerano si arricchisce di un nuovo modello: la Mythos MDS.

Grazie all'utilizzo della tecnologia di cushioning Mass Damper applicata alla suola, Mythos MDS offre un ritorno di energia di lunga durata, garantendo comfort e stabilità e soprattutto evitando stress e infortuni.

Inizialmente introdotta per Diadora Utility, Mass Damper è da oggi estesa al mondo Diadora Active con la funzione di restituire

l'energia assorbita durante la corsa. La tecnologia è costituita da un'intersuola in poliuretano a bassissima densità di ultima generazione, molto confortevole nella calzatura. Un film in TPU avvolge tutta la mescola per mantenere la stabilità del poliuretano, offrendo così una performance garantita nel tempo. La tomaia è in nylon air mesh con inserti in PU trasferito. Nella suola, su tutta l'area del piede, è applicata una speciale mescola antiusura Duratech.

Mythos MDS è proposta nei colori arancione, blu, viola e nero, in linea con quelli dell'intera collezione autunno/inverno 2019 che rimandano alla forza e all'energia del vulcano.

INFO:
diadora.com

La nuova calza di Elbec in Merino no mulesing

A compressione modulata e rinforzata su punta e tallone, la Sky Tech Black è ideale per attività di sky e ultra running in alta montagna

Progettata per la corsa, e in particolare per le ultramaratone, gli sky-race e i vertical running su terreni impegnativi e in climi estremi con forti escursioni termiche, la nuova calza Sky Tech Black di Elbec è il risultato di un anno di lavoro fra campionatura, prototipi e test con atleti.

Si tratta di una calza bassa, leggera e ultratecnica a compressione modulata, con tre gradi di compressione diversi sul piede, ottenuti attraverso la variazione di tensione della trama del filato in Merino.

Pensata per una calzatura precisa ed estremamente sensibile, la Sky Tech Black protegge il piede con cuscinetti in lana merinos extra fine, ben posizionati e realizzati con un filato che oscilla fra i 18 e 21 micron di diametro. Inoltre è preconizionata, è utilizzabile immediatamente senza alcun tipo di trattamento e non subisce ritiri durante la sua durata di vita.

La treccia di Merino e Polycolon utilizzata per la Sky Tech Black di Elbec è un filato brevettato che ha la particolarità di:

- evitare il surriscaldamento dovuto all'attrito;
- allontanare velocemente il sudore verso l'esterno;
- renderla più resistente all'usura.

Inoltre, è certificato **"no mulesing - animal friendly"**, per assicurare il massimo rispetto degli animali che forniscono la materia prima.



TRE GRADI
DI COMPRESSIONE SUL PIEDE



La compressione minima si ha sulla punta del piede per non ridurre la circolazione delle dita (A) e nella parte bassa della calzatura in corrispondenza dei rinforzi anti-abrasione e dei cuscinetti per ammortizzare gli shock (C).

La compressione media si ha nella parte più leggera della calza sul collo del piede e sulla caviglia (E).

La compressione massima si ha nella parte centrale del piede in corrispondenza dell'arco plantare (D).

La traspirabilità della calza, garantita dall'utilizzo di un filato innovativo che associa le caratteristiche della lana merino extra fine al polipropilene intrecciato nelle proporzioni di 60% Merino 40% Polycolon, è aumentata dalla presenza di una fascia traspirante longitudinale (B).

INFO: Elbec di Federico Sordini - (+39) 348.3544299 - shop@elbec.it

Flessibilità e protezione con Sense Ride 2

La scarpa da trail running di Salomon per chi vuole correre lunghe distanze.
Ammortizzazione, comfort e protezione prima di tutto

La Sense Ride 2 è una scarpa da trail con la giusta dose di ammortizzazione per percorrere distanze sempre maggiori. Caratteristica distintiva è la sua flessibilità nella zona delle dita per bilanciare tenuta e mobilità, e donare un comfort anche durante gli allenamenti più duraturi. La mescola in gomma su tutta la superficie e la tassellatura versatile offrono un grip che garantisce tenuta su terreni asciutti e bagnati. Progettata con un tacco di 8 mm, questa scarpa è dedicata a trail runner, donna e uomo, di ogni livello e amanti della corsa su strada che decidono di provare l'esperienza su terreni sterrati o di montagna.

SOLETTA INTERNA /
OrthoLite: garantisce ammortizzazione, comfort, traspirabilità e resistenza

ALLACCIATURA /
Quicklace: stringa sottile e robusta per un'allacciatura one-pull

CARATTERISTICHE /

- Differenziale: 8 mm
- Altezza intersuola a livello della punta: 19 mm
- Altezza intersuola a livello del tallone: 27 mm
- Misure Uomo: 40 - 49 1/3
- Misure Donna: 36 - 45 1/3
- Peso: 240 g

TOMAIA /

In materiale 3D Mesh: una rete 3D aperta per la massima traspirabilità. È saldata e senza cuciture: offre un fit e una sensazione al tatto liscia, come un guanto. Inoltre, è composta da EndoFit: un manicotto interno che avvolge il piede mantenendolo fermo e stabile. La struttura SensiFit avvolge il piede dall'intersuola al sistema di allacciatura, garantendo una calzata precisa, sicura e quasi personalizzata

INTERSUOLA /
Vibe: la combinazione tra EnergyCell+ e Opal in un assemblaggio che lavora come un sistema per attenuare le vibrazioni e ridurre il carico per il corpo, garantendo una reattività elevata durante la corsa

Sense Ride 2 W
Icy Morn/ Navy Blazer/ Electric Green

SUOLA /

Contagrip Ta: adatta a una grandissima varietà di superfici. Il giusto equilibrio di geometria e mescola offre sicurezza su superfici bagnate, asciutte, dure o cedevoli, e garantisce resistenza a lungo termine

INFO: Amer Sports Italia - 0422 5291 - salomon.com

Comodità in velocità

La nuova Cloudsurfer di On
converte atterraggi morbidi in partenze esplosive

Con la nuova Cloudsurfer, On coniuga la comodità di una scarpa da ginnastica con la velocità di un modello da corsa neutro pensato per la strada. "Massima ammortizzazione, estrema reattività", dichiara l'azienda nata nel 2010 sulle Alpi svizzere. Alla base c'è la tecnologia brevettata CloudTec, sviluppata dal brand per assicurare un atterraggio morbido seguito da un decollo esplosivo. Il risultato? Una sensazione di corsa leggera con un'ammortizzazione che non ostacola mai la falcata. Ecco le caratteristiche.



TOMAIA / La tomaia sostiene l'avampiede nel passaggio da atterraggi morbidi a decolli esplosivi. La rete supporta il movimento dell'avampiede, offrendo il giusto equilibrio tra traspirabilità e aderenza



TALLONE /
Uno strato extra di ammortizzazione EVA attutisce l'impatto sul tallone garantendo una maggiore durata

CONTROTALLONE /
Il controtallone esterno in TPU iniettato riduce il peso al minimo abbracciando con forza il tallone che rimane saldamente in posizione, anche quando si aumenta il ritmo

SPEEDBOARD + DOPPIO STRATO DI SCHIUMA EVA / Un doppio strato di schiuma EVA incontra la Speedboard sviluppata da On per lavorare in sinergia con l'intera suola, sostenendo la naturale rullata del piede. Dall'atterraggio alla spinta fino alla falcata successiva, ognuno di questi elementi contribuisce a una corsa dinamica. La Speedboard brevettata da On, in particolare, spinge in avanti, consentendo una transizione più veloce. I doppi strati di EVA garantiscono invece durata e prestazioni prolungate



SUOLA /
Il battistrada a "zig zag" di nuova concezione offre grip e trazione anche sul terreno bagnato

RUNNER PROFILE

La nuova Cloudsurfer di On è pensata per i runner che apprezzano l'ammortizzazione garantita dalla tecnologia brevettata CloudTec e che sono sempre pronti ad aumentare il ritmo.

CATEGORIA /
neutra

OFFSET DEL TALLONE /
6 mm - 0.23"

PESO / 330 g -
11,6 oz (US M 8.5)
265 g - 9,3 oz (US W 7)

INFO: Sport Alliance International - 0471.208300 - info@sportalliance.it



OUTDOOR
- BUSINESS DAYS -



RUNNING
- BUSINESS DAYS -

14-15
LUGLIO 2019
RIVA DEL GARDA
CENTRO CONGRESSI PALAVELA

L'EVENTO TRADE DI RIFERIMENTO
NELL'OUTDOOR QUEST'ANNO
RADDOPPIA, INTEGRANDO
TUTTO IL MONDO RUNNING

PROVE SUL CAMPO, FORMAZIONE,
NETWORKING, PRESENTAZIONI,
BUYER DAYS, SHOWROOM
DEDICATI E MOLTO ALTRO

INFO & ISCRIZIONI OUTDOORBUSINESSDAYS.COM

Green revolution

Quattro esempi virtuosi di gare podistiche che stanno adottando comportamenti ecosostenibili

_ DI MANUELA BARBIERI

Insieme alla rubrica “Green & Charity”, sul nostro magazine abbiamo deciso di dedicare sempre più spazio all’ecosostenibilità, ospitando i punti di vista, i comportamenti e la visione sul tema dei più importanti organizzatori di gare podistiche.

Il risultato è un’interessante indagine che abbiamo voluto intitolare “Green revolution”. L’obiettivo è far emergere i nuovi trend e illustrarvi i passi avanti che sono stati fatti anche nel mondo del running.

Ecco qui di seguito le risposte dei primi quattro intervistati. Gli altri interventi troveranno spazio sul prossimo numero di *Running Magazine*.

LE DOMANDE

1

Come la gran parte degli sport, anche il running è molto sensibile ai temi della sostenibilità. Cosa state facendo per ridurre l’impatto ambientale della vostra gara?

2

Gare senza bottigliette e bicchiere di plastica: utopia o futuro prossimo?

3

La maratona di Londra ha sorpreso tutti sostituendo, in alcuni punti-ristoro, bicchieri e bottiglie con bolle d’acqua commestibili e biodegradabili che hanno permesso un gran risparmio di plastica. Quali sono i modelli a cui voi vi ispirate?

4

Idee e proposte per questa “green revolution” nel running?

PRAGUE MARATHON E GARE DEL CIRCUITO RUNCZECH

1. (Václav S.) La Volkswagen Prague Marathon, come tutte le gare del circuito RunCzech, adotta una strategia “paper free”, ovvero si impegnano a eliminare l’utilizzo di carta in varie fasi con:

- registrazioni rigorosamente online
 - no flyers policy dagli sponsor all’interno del pacco gara; nelle app di RunCzech è stata inserita infatti la “Goodie Bag” virtuale, ovvero il pacco gara digitale che contiene sconti e promozioni dei partner
- Inoltre, il nostro partner Komvag raccoglie tutti i rifiuti, li separa rigorosamente e li ricicla. Mentre il nostro partner storico, Mattoni (acque minerali di Carlsbad) fornisce solo eco bottiglie, fatte con 50% di materiale riciclato (50% rPET), sia al ristoro finale che durante la gara agli spettatori (presso gli stand nelle piazze intorno alle aree di partenza/arrivo o durante i running expo). Nelle aree tecniche e in quelle di partenza/arrivo, RunCzech ha introdotto un punto di raccolta delle bottiglie usate per il riciclo (PETer/ gioco di parole con il nome di Peter).

2. Diana R. - Assolutamente sì, RunCzech utilizza per esempio solo bicchieri di carta. O addirittura, nella Liberec Run (corsa nella natura) i



runner corrono con il proprio bicchiere/bottiglia e lo possono riempire in stazioni di ristoro dedicate lungo il percorso.

3. Václav S. - Il nostro modello di riferimento non sono solo gare del nostro settore. Piuttosto guardiamo sempre con attenzione i nuovi trend del mercato, anche in altre industrie, e cerchiamo di implementare quelli più innovativi.

4. Diana R. - La plastica può diventare una sorta di moneta di scambio, una currency, come abbiamo fatto nel nostro Running Mall. Infatti, nel Running Mall si può pagare con euro, corone ceche e bottiglie di plastica. Questo grazie alla partnership con Mattoni e all’Eco Friendly Project. In cambio di bottiglie usate, i nostri runner raccolgono dei voucher come “moneta” di scambio (cinque bottiglie per un cappuccino/sette bottiglie per una sacca/12 bottiglie per una maglia tecnica/20 bottiglie per un training con un coach RunCzech). RunCzech ha inoltre introdotto in calendario le “Plogging Runs” in tutta la Repubblica Ceca. Si tratta di free run organizzate in tutto il territorio che, oltre al semplice training, hanno un valore aggiunto “ecologico”. Si stanno inoltre studiando nuovi metodi di raccolta bottiglie usate per il riciclo.



Václav Skrivánek,
race director
e Diana Rybachenko,
marketing
director di
RunCzech





ph. Roberta Radini

Salvatore Vazzana, presidente dell'Athletic Club Apicilia, società organizzatrice della Lignano Sunset Run Half Marathon

LIGNANO SUNSET RUN HALF MARATHON

1. Per ridurre l'impatto ambientale della nostra gara quest'anno abbiamo introdotto nei punti di ristoro dei contenitori per la raccolta differenziata. Inoltre cerchiamo di diminuire la quantità di plastica utilizzando bicchieri biodegradabili.
2. Per quanto riguarda la non presenza di bottiglie e bicchieri di plastica durante le gare, secondo noi non è un'utopia, ma si verificherà in futuro, in quanto durante le gare si assiste spesso a uno spreco inutile di acqua e di plastica.
3. Il caso della maratona di Londra deve essere preso come esempio, anche se probabilmente alcuni runner potranno non condividere queste scelte in prima battuta, in quanto abituati a trovare lungo i ristoranti bottigliette e bicchieri. Come esempio si potrebbero prendere alcuni trail in montagna che



non usano bicchieri di plastica, perché invitano i partecipanti a portare da casa il proprio bicchiere da usare presso i punti di ristoro.

4. L'idea delle bolle d'acqua è ottima, ovviamente vale anche per tutte le altre bevande (integratori e tè).



Massimiliano Rovatti di TriO Events, organizzatore di DeeJay Tri insieme a Radio DeeJay

DEEJAY TRI E GARE DI TRIATHLON DEL CIRCUITO TRIO EVENTS

1. Una delle grandi novità della stagione 2019 di TriO Events, che comprende gare di triathlon come SEA Milano DeeJay Tri, Senigallia DeeJay Tri e il circuito Volkswagen TriO Series, è proprio l'adozione della filosofia plastic free: niente più bottigliette in plastica ma acqua pubblica filtrata, distribuita nel corso degli eventi con erogatori e bicchieri di carta biodegradabile. Anche nei pasta party stiamo utilizzando materiali biodegradabili, nel pieno rispetto dell'ambiente.
2. Per noi costituisce il presente e ci auguriamo diventi il futuro prossimo per tutti gli eventi. La scelta di TriO Events di dire no alla plastica è stata realizzata grazie alla collaborazione con l'azienda Culligan, che in occasione delle competizioni distribuirà acqua potabile, prelevata dalla rete acquedottistica, e trattata dai suoi impianti Aquabar con bicchieri di cellulosa riciclabili al 100%. Solo lo scorso anno avevamo utilizzato 34.400 bottigliette di plastica da 50 cl, pari a 860 kg di PET. Eliminandole, abbiamo evitato l'uso di 1,7 tonnellate di petrolio e l'immissione nell'ambiente di 3,8 tonnellate di CO2. Un piccolo grande gesto, che avrà lo stesso effetto della piantumazione di 150 nuovi alberi.
3. Sicuramente l'innovazione apportata a Londra è rivoluzionaria e non neghiamo di esserci messi in contatto con il produttore per capire l'eventuale



futuro utilizzo. Si tratta quindi sicuramente di un modello a cui ispirarsi anche perché non credo esistano valide alternative attualmente sul mercato.

4. Un passo avanti nella direzione green è sicuramente necessario anche da parte dei produttori di integratori che vengono largamente utilizzati durante le competizioni e spesso abbandonati sul percorso. L'utilizzo di materiali di confezionamento biodegradabili, accompagnato dall'impegno di tutti gli attori del movimento a continuare a fare cultura ecologica sugli atleti, risulterà un ulteriore elemento di rispetto verso l'ambiente.



Lorenzo Cortesi, direttore generale Venicemarathon Events

VENICEMARATHON

1. Stiamo lavorando su tutti i fronti. Nel 2015 abbiamo ottenuto una certificazione ufficiale dal TÜV Rheinland secondo lo standard ISO 20121, primo e unico evento di running in Italia. Dallo scorso anno stiamo collaborando con la Regione Veneto su un progetto interreg Italia-Croazia denominato Zero Waste Blue che ha l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale e certificare e classificare la "sostenibilità" degli eventi attraverso molte azioni su diversi tavoli di lavoro (trasporti, raccolta differenziata, eliminazione di materiali inquinanti, utilizzo di materiali sostenibili, abbattimento delle barriere). Le azioni e i risultati vengono inseriti in una piattaforma creata ad hoc attraverso dei coefficienti che calcolano un risultato finale che determina la percentuale di sostenibilità dell'evento.
2. Futuro prossimo se le multinazionali dell'acqua si adegueranno anche in Italia, altrimenti impossibile gestire grandi numeri senza bottigliette e bicchieri. È però possibile recuperarle e riutilizzarle per altri usi, azione che stiamo già portando avanti assieme al Corepla (Consorzio Recupero Plastica). Con otto bottigliette di plastica si produce una maglietta tecnica a impatto zero. Noi stiamo lavorando su questo progetto che prevede la raccolta nel 2019 per poi produrre le maglie nel 2020. E siamo ben lieti di presentare presto i primi campioni.
3. Non è proprio esatto quello che è stato scritto sui giornali. Sono state testate le bolle ma non per l'acqua, bensì per i sali minerali.



Per l'acqua sono state distribuite bottigliette Buxton. Certamente un sogno, ma come detto sopra, l'adeguamento lo devono fare in primis i produttori e certamente tutti gli organizzatori ne saranno ben felici. Oggi non è sostenibile per gli eventi (tranne Londra e qualche altro big) gestire da soli progetti come quello delle bolle di Londra. Devono essere le aziende a cambiare marcia a partire dalla quotidianità. Gli eventi sono solo vetrine per promuovere brand e prodotti.

4. Zero Waste Blue sarà un bel modello per tutti. Poi, con il senso civico di tutti, runner compresi, il progresso verso una "green revolution" sarà automatico.

Elba Trail, tra corsa e turismo

Un percorso tecnico
e unico dal punto di vista panoramico
e naturalistico. Un ottimo pretesto
per un weekend di sport e turismo

— DALLA NOSTRA INVIATA KAREN POZZI

Il 19 maggio è andato in scena l'Elba Trail, giunto alla sua undicesima edizione. Con i suoi 45 chilometri e 3.000 metri di dislivello, la distanza principale si sviluppa su un percorso tecnico e impegnativo di grande livello paesaggistico. Il tracciato di gara, con partenza e arrivo a Marciana Marina, attraversa sentieri, strade forestali, passaggi rocciosi e in alcuni punti offre una vista a 360 gradi sull'arcipelago toscano e la Corsica. Disponibile per un pubblico neofita e orientato alle distanze minori, la 7.000 passi con un percorso ad anello di 20 km con 1.000 metri di dislivello e la passeggiata ecologica di circa 3 km riservata a bambini, famiglie e accompagnatori. Abbiamo intervistato Massimo Russo, vice presidente della società organizzatrice: Atletica Isola d'Elba.

Raccontaci come è nata l'idea di questa gara.

Elba Trail nasce nel 2007 in onore di Eleonora Cinini, la trentenne toscana residente all'Elba che morì in Perù in una tragica gita in macchina. Per ricordarla, la famiglia ha fortemente voluto organizzare una gara in un territorio che Eleonora amava molto chiedendo supporto alla nostra società. Scartata l'idea di una competizione su strada, abbiamo optato per una gara di trail running di cui siamo stati precursori in Toscana. Allora infatti il trail nella nostra regione non esisteva, così abbiamo deciso di lanciarci e rischiare. Nasce quindi l'Elba Trail con un fine benefico e volto a sostenere la Fondazione Onlus Amici del Madagascar di Luino e il progetto dedicato alla costruzione della casa della gioia, dedicata ai bambini senza famiglia.



Oltre che sull'aspetto agonistico abbinate il vostro evento anche alle caratteristiche turistiche – culturali – enogastronomiche del territorio o della città? Se sì, in che modo e attraverso quali modalità/iniziative?

In collaborazione con l'Ente Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano e Visit Elba, l'agenzia di promozione territoriale, organizziamo trekking, visite a siti storici/archeologici e visite a cantine vinicole o produttori di nicchia.

Facendo rete è spesso possibile raggiungere risultati importanti. Come collaborate con enti e amministrazioni locali per promuovere la vostra gara ma anche il territorio che la ospita?

Come detto, l'Ente Parco e Visit Elba ci aiutano a livello di promozione e ci supportano, sia pur marginalmente, a livello finanziario. Durante l'inverno, Visit Elba in occasione di fiere e workshop



promuove molto il turismo sportivo legato principalmente all'outdoor, presentando i maggiori eventi che si svolgono all'Elba compreso il nostro. Devo dire, però, che non c'è un grande impegno da parte delle istituzioni della nostra isola, nonostante il nostro evento abbia permesso di far scoprire la sua bellezza a numerose persone. Alcune di queste si sono innamorate dell'Elba, tornano in vacanza e hanno addirittura comprato casa. Inoltre la nostra manifestazione occupa e anima ogni anno la cittadina di Marciana Marina per tre giorni, garantendo a ristoranti e hotel un buon riscontro economico. Nonostante questo vi è una bassa partecipazione da parte delle amministrazioni locali e questo ci dispiace molto.



Massimo Russo,
vice presidente della società
organizzatrice,
l'Atletica Isola d'Elba

Avete siglato accordi di cooperazione anche con enti stranieri?

Più che con enti, abbiamo due partnership importanti con due tour operator, svedese e finlandese, che organizzano il viaggio di alcuni atleti da due anni. Grazie a questa iniziativa, hanno partecipato alla gara 26 atleti islandesi e 21 svedesi che hanno soggiornato da quattro a sette giorni nella nostra isola.

Come è nata la partnership con gli sponsor tecnici Salomon e Suunto?

Dodici anni fa loro erano già i leader nel settore del trail running e, dopo i primi anni di crescita, ci è venuto naturale cercarli e proporgli il nostro evento. Ora sono sette anni che ci supportano.

SCHEDA EVENTO

NOME	Elba Trail
CITTÀ	Marciana Marina
TIPOLOGIA	Trail Running
PERCORSI	2 (45 e 20 chilometri)
ORGANIZZAZIONE	Atletica Isola d'Elba
EDIZIONE	XII
ISCRITTI TOTALI 2019	300
ISCRITTI UOMINI 2019	200
ISCRITTI DONNE 2019	100
CRESCITA IN % DI ISCRITTI	invariata
CRESCITA IN % DI ISCRITTI MAN	in leggera contrazione -10%
CRESCITA IN % DI ISCRITTI WOMAN	in aumento 10%
NAZIONI PARTECIPANTI	Francia, Germania, Islanda, Polonia, Romania, Svezia, Svizzera
NOVITÀ 2019	Nuovo percorso più scorrevole e meno tecnico
MEDIA PARTNER	Il Tirreno (cartaceo), Tie news, Elba report, Qui news Elba (web)
GEMELLAGGI / ALTRE PARTNERSHIP	Ultra trail del Mugello (challenge con classifica comune) Miniera in Trail (challenge con classifica comune)
SITO WEB	elbatrail.it
PAGINE SOCIAL	FB @elbatrail / IG @elbatrail

A CURA DELLA REDAZIONE

COSA CI È PIACIUTO

L'isola unisce il mare alla montagna offrendo una location unica. Proprio per questo è la meta adatta sia all'atleta che alla famiglia che vuole godersi qualche giorno di mare.

COSA SI PUÒ MIGLIORARE

Facilitare la trasferta per gli atleti non provenienti dall'isola.

ph. Alessio Gambini



Quali, secondo voi, sono i vostri punti di forza e quali, invece, gli aspetti da migliorare?

I punti di forza sono sicuramente la bellezza, la varietà e la tecnicità dei percorsi. In pochi chilometri gli atleti vanno dal mare ad oltre mille metri di quota, in un continuo variare di prospettiva e ambiente. In più, ci è facile proporre la trasferta per la gara insieme ad un soggiorno più, diciamo, balneare e vacanziero. La gara diventa infatti un pretesto per trascorrere qualche giorno al mare. I punti da migliorare sono le difficoltà legate alla logistica e alla possibilità di offrire pacchetti soggiorno/gara/traghetto a costi inferiori. Per quanto riguarda questo ultimo punto, sa-

rebbe auspicabile una maggiore partecipazione e apporto da parte di enti ed istituzioni. Il fatto che Elba Trail si svolga su un'isola ha sicuramente i suoi aspetti positivi, ma dal punto di vista della partecipazione è un po' limitante. Inoltre quest'anno abbiamo sofferto un po' la concomitanza con altre gare: tra più scelte un'atleta sicuramente predilige quella più comoda da raggiungere e noi sicuramente siamo un po' fuori dal raggio di azione.

Novità per l'edizione 2019 e progetti futuri?

Per questa edizione abbiamo proposto un nuovo percorso sulla gara lunga (45 chilometri e 3.000 metri di dislivello positivo), probabilmente il più spettacolare e panoramico mai offerto. Leggermente meno tecnico, più corribile e aperto a una più ampia platea di concorrenti, magari anche a quelli provenienti dalle corse su strada. Per il futuro stiamo cercando di riproporre la gara lunga sulla GTE, la Grande Traversata Elbana, sentiero che attraversa tutta l'isola. Lo abbiamo fatto nel 2018, ma per le difficoltà logistiche e organizzative per il momento lo proponiamo solo ogni due anni.

SALOMON PARTNER DELL'ELBA TRAIL

Da sette anni il brand di Amer Sports sostiene questa manifestazione. Bellezza naturalistica e condivisione di valori sono le motivazioni alla base di questa scelta.

Com'è nata la partnership con Elba Trail e da quanti anni siete sponsor?

L'organizzazione della gara ci ha contattati e, vista la bellezza naturalistica e la location diversa dal solito, abbiamo deciso di supportare questo evento. Siamo sponsor dell'Elba Trail dalla 6ª edizione, quindi questo è il settimo anno.

Una gara dal percorso splendido che però, trovandosi su un'isola, rende difficile il raggiungimento di alti numeri di partecipanti. Cosa vi spinge a rinnovare la partnership?

Proprio così, non si tratta di una trasferta "facile" e inoltre è una gara programmata in un periodo dell'anno lontano dalle ferie. Credo però che sia una delle gare più belle sia per chi corre sia per chi aspetta all'arrivo i propri amici e/o famigliari. L'atmosfera è unica, Massimo e tutto lo staff organizzatore sono molto ospitali e la location è unica. È davvero un piacere esserne main sponsor.

Quali valori e obiettivi condividete con questa gara?

I valori che condividiamo sono molti, ma in particolare mi sento di sottolineare rispetto e umiltà. Per rispetto intendo quello per l'ambiente perché è importante salvaguardare i luoghi che la natura ci mette a disposizione per praticare lo sport che amiamo. Rispetto anche verso gli altri, caratteristica che l'organizzazione dell'Elba Trail incarna perfettamente. Per quanto riguarda l'umiltà, sia Salomon che l'Elba Trail sono portatori di questo valore: la pratica del trail running, in un contesto naturale, comporta la consapevolezza dell'esistenza di pericoli ambientali a prescindere dal livello e dalla qualità delle misure prese dall'organizzazione di un evento per la sicurezza dei suoi partecipanti. Elba Trail cerca comunque di garantire la massima sicurezza e anche di educare, come facciamo noi tramite la nostra comunicazione, atleti sempre più consapevoli.

Quali dei vostri prodotti sono più indicati per un percorso di questo tipo?

Le scarpe più indicate per questa gara sono sicuramente le Sense Ride 2. Per l'abbigliamento consiglieri Sense tee e Sense short. Come lo zaino il nuovo Adv Skin da 5 litri.



Matteo Bertazzoni,
influencer marketing
manager executive running
Amer Sports Italia

RUN AS YOU ARE

Running In

MILANO MARITTIMA
09 GIUGNO 2019

21 km competitiva e non competitiva
SPIAGGIA STRADA PINETA

10.1 km competitiva e non competitiva
SPIAGGIA STRADA PINETA

6.6 km passeggiata ecologica
SPIAGGIA STRADA PINETA

ISCRIZIONI ONLINE www.runningin.info

per info: info@runningin.info - t. 392.9972652





La mezza maratona dell'isola più green delle Baleari

La ½ Maratón Popular percorre Formentera da capo a capo. Partenza da Cap de La Mola e arrivo a La Savina. Oltre 3.000 i runner al via

— DALLE NOSTRE INVIATE MANUELA BARBIERI E CRISTINA TURINI

Lo scorso 11 maggio, insieme ad altri 3.000 runner, al via della mezza maratona di Formentera c'eravamo anche noi, ospiti dell'ente del turismo. L'isola, in questa stagione, è ancor più bella e soprattutto molto più godibile. Merito del clima temperato e delle spiagge semi-deserte che lambiscono il suo mare. Unico per la trasparenza e il magnifico colore turchese. La sua bellezza è dovuta alla presenza della prateria di Posidonia oceanica più grande del Mediterraneo, dichiarata Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco nel 1999.

La mezza maratona di Formentera parte da il faro de La Mola – il più antico e più alto dell'isola – situato alla sua estremità più orientale su una scogliera di 120 metri con una vista panoramica mozzafiato. Il traguardo, invece, si taglia lungo il porticciolo turistico, recentemente ristrutturato, de La Savina, la cittadina portuale dove arrivano e partono i traghetti che collegano Formentera a Ibiza. I 21 km di gara che percorrono l'isola da capo a capo, sono caratterizzati da paesaggi unici costellati da fari, mulini, muretti a secco e torri difensive. Un bilancio sulle undici edizioni della ½ Maratón Popular de Formentera l'abbiamo fatto con Manuel Hernandez, direttore generale di Unisport Consulting, l'ente organizzatore della gara, che abbiamo incontrato durante il nostro soggiorno sull'isola.

Com'è nata l'idea di una mezza maratona a Formentera?

Le autorità di Formentera hanno pensato che sarebbe stato conveniente organizzare un evento sportivo per attirare le persone sull'isola a maggio, anticipando così l'inizio della stagione turistica. E subito si è pensato a una gara che avrebbe percorso l'isola da capo a capo, coprendo la distanza della mezza maratona.



photo: Cristina Turini

Facendo rete è spesso possibile raggiungere risultati importanti. Come collaborate con enti e amministrazioni locali per promuovere la vostra gara ma anche il territorio che la ospita?

Attraverso la promozione delle diverse gare che organizziamo sull'isola: oltre alla mezza maratona, un triathlon e una gara mtb. Usiamo i diversi canali di promozione internazionale di queste gare per comunicare. Nel frattempo, le istituzioni promuovono la destinazione di Formentera come luogo ideale per praticare sport.



Manuel Hernandez,
direttore generale
di Unisport Consulting

SCHEDA EVENTO

NOME	½ Maratón Popular de Formentera e 8 km
CITTÀ	Formentera
TIPOLOGIA	mezza maratona e 8 km
PERCORSI	3.200
ORGANIZZAZIONE	Unisportconsulting S.L.
EDIZIONE	XI
ISCRITTI TOTALI 2019	3.200
ISCRITTI UOMINI 2019	2.187
ISCRITTI DONNE 2019	1.013
CRESCITA IN % DI ISCRITTI	sold-out ogni anno
CRESCITA IN % DI ISCRITTI MAN	simile all'anno precedente
CRESCITA IN % DI ISCRITTI WOMAN	simile all'anno precedente
NAZIONI PARTECIPANTI	Spagna, Italia, Portogallo, Inghilterra, Francia, Svizzera e USA
NOVITÀ 2019	Variazioni dell'uscita della 8km, nuova ubicazione e design dello stand ufficiale della maratona sulla nuova marina ristrutturata di recente, più intrattenimento e dj set
MAIN SPONSOR	Trasmapi, Consell Insular de Formentera e AETIB
SPONSOR	CaixaBank, Emar Hotels, Pitiusa Sud, Viajes Es Freus e Powerade
SOSTENITORI	Trasmediterranea, Carbonicas Tur, Ports De Balears, San Miguel, Freixenet, Font Vella, Blue Bar, Novelec, S'Avaradero, Dulcesol e Lara Distribuciones, Frufor, Motorent Pujols, Rent La Mola, Formotor e Proauto, Mizuno
MEDIA PARTNER	Diario de Ibiza e Movistar
SITO WEB	unisportconsulting.com/marato-formentera/it
PAGINE SOCIAL	FB @media.marato.formentera / IG @maratoformentera

A CURA DELLA REDAZIONE

COSA CI È PIACIUTO

La partenza da il faro de La Mola, il più antico e più alto dell'isola, situato all'estremità più orientale su una scogliera di 120 metri con una vista panoramica mozzafiato.

COSA SI PUÒ MIGLIORARE

Essendo Formentera l'isola più green delle Baleari, questa gara podistica dovrebbe diventare plastic-free o quantomeno diminuire l'utilizzo di bicchieri e bottigliette di plastica.



Photo: Cristina Turi

PARLA IL DIRETTORE DEL CONSELL INSULAR DE FORMENTERA

Il turismo sportivo ormai è un trend. Formentera come si posiziona in questa fetta di mercato fortemente in crescita?

Essendo Formentera - la piccola delle Isole Baleari - unica e ben conservata, noi la promuoviamo come la migliore destinazione per praticare qualsiasi sport. Lo facciamo alla Maratona di Londra per il running, ma siamo presenti anche alle fiere nautiche e a diversi eventi promozionali di natura sportiva.



Carlos Bernus,
direttore del Consell
Insular de Formentera

Quale valore aggiunto porta la mezza maratona di Formentera al turismo sull'isola?

È incentivante per l'avvio della stagione turistica, considerato il periodo in cui si svolge la gara, ossia maggio. Inoltre, ci ben posiziona nella "mappa sportiva nazionale" quando partecipiamo a eventi legati allo sport. Sempre più atleti internazionali corrono la ½ Maratón de Formentera.

Progetti futuri in ambito sportivo?

Abbiamo appena inaugurato il nuovo centro sportivo nautico sul Lago Estany d'Es Peix nella città di La Savina. Prevediamo di promuoverlo in occasione di fiere e saloni dedicati allo sport, come per esempio immersioni subacquee ed equitazione.

Avete siglato accordi di cooperazione anche con enti stranieri?

Quest'anno, per la prima volta, sono stati firmati due accordi di scambio di visibilità con la maratona di Venezia e del Lago Maggiore.

Mizuno è confermato anche per il 2020?

Sì, ma Mizuno non è lo sponsor principale. Il main sponsor è Trasmapi, la compagnia di navigazione che collega Ibiza a Formentera. Si tratta di un partner strategico per noi. I principali sponsor istituzionali sono il Consell Insular de Formentera e l'agenzia di strategia turistica delle Isole Baleari (AE-TIB) dell'ufficio del turismo del governo delle Baleari.

Quali, secondo voi, sono i vostri punti di forza e quali, invece, gli aspetti da migliorare nell'organizzazione di questa gara?

I punti di forza della mezza maratona sono senza dubbio i corridori fidelizzati e l'atmosfera sportiva e conviviale che si respira. Per quanto riguarda gli aspetti da migliorare, ogni anno, una volta concluso l'evento, facciamo un'analisi e vediamo quali aspetti possono essere migliorati in vista della prossima edizione.

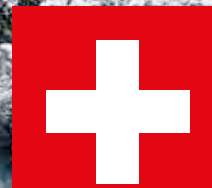
Novità per l'edizione 2020 e progetti futuri?

A causa della grande concorrenza di corse che esiste in tutto il mondo, occorre sempre introdurre delle novità. In questo momento però, visto che l'edizione 2019 si è appena conclusa, è prematuro avanzare ipotesi.



EUROPEAN
OUTDOOR
SUMMIT

INTERLAKEN
SWITZERLAND
26 - 27 SEPTEMBER 2019



PRENOTA ORA

www.europeanoutdoorsummit.com +44 161 4374634



High performance in target sports,
nature activities, protecting people



OutDoor
by ISPO



info@europeanoutdoorsummit.com



Un concentrato di qualità

Punto Running di Cantù è un riferimento per gli amanti della corsa in provincia di Como e non solo. Un negozio dove il valore aggiunto è la consulenza e l'assistenza al cliente

— DI KAREN POZZI

Lo conoscono tutti nel comasco, ma non solo. Sono tanti infatti i clienti che giungono anche da più lontano al Punto Running di Cantù. Un negozio specializzato in running e trail running che nasce dal desiderio di trasformare una passione in un lavoro offrendo un'importante assistenza al cliente. Il servizio di qualità ha creato negli anni un passaparola che lo ha reso un punto di riferimento per runner di tutti i livelli.

Da che tipo di esperienza lavorativa provenivi?

Ho lavorato per una quindicina di anni nel mondo dell'automobilismo e delle monoposto conseguendo grandi soddisfazioni sia a livello personale che professionale. Ero un tecnico delle macchine da corsa in una squadra di Formula 2 e ho girato per questo i principali circuiti nel mondo.

Com'è nata l'idea di aprire il negozio?

Dalla passione per la corsa e dal desiderio di trasformare questa passione in un lavoro. La corsa è uno sport che ho sempre praticato ottimizzando i pochi momenti che il mio lavoro mi concedeva, allenandomi nei circuiti automobilistici alla fine della sessione test o delle gare. Nella mia esperienza di amatore "esigente" è sempre stato difficile trovare un negozio specializzato. Così, alla fine del 2009, supportato ed accompagnato da Chiara, mia moglie, ho deciso di dare una svolta, aprendo agli inizi del 2010 uno spazio running focalizzato sulla tecnicità e sulla competenza. Punto Running è il risultato di tutto ciò, molto di più della somma dei nostri due mondi. Negli anni ho dedicato tempo alla ricerca apportando parte delle mie competenze automobilistiche nel running. In collaborazione con una casa di ammortizzatori, ho testato l'appoggio del piede attraverso solette con celle di carico. I risultati hanno accresciuto le mie competenze che ora posso trasferire ai clienti.

Che tipo di esperienza vuole essere quella di Punto Running per il cliente?

Il nostro caposaldo è garantire un servizio di eccellenza. Non esiste turnover. Siamo una piccola realtà, per cui chi si rivolge a noi ha la certezza di interloquire con le stesse persone, ovvero me e Chiara. Il cliente viene accompagnato nella scelta della scarpa, del capo di abbigliamento o dell'accessorio più funzionale per lui. Il nostro lavoro non può essere sintetizzato nell'essere venditori di scarpe. Da questo si evince che non puntiamo sul prezzo bensì sulla qualità. I clienti possono usufruire di un test dell'appoggio posturale e dinamico multiplo con l'ausilio di una pedana baropodometrica fino alla prova su strada della scarpa. Il test è gratuito nel caso di acquisto contestuale, al contrario



è a pagamento. La monetizzazione del test si è dimostrata necessaria nel corso degli anni per scoraggiare coloro che sfruttavano le nostre competenze per fare acquisti in altri luoghi o sul web.

Se dovessi descrivere il runner tipico nella tua zona con tre parole, quali sceglieresti?

Nella nostra esperienza non esiste un runner tipico, esistono diverse tipologie di clienti e quindi diverse tipologie di richieste. Ci sono gli amatori, a volte estremamente condizionati dalle molteplici recensioni sul web e quindi inizialmente fortemente orientati verso un modello di scarpa, spesso e volentieri non adatta alle proprie caratteristiche; un'altra categoria sono le persone che si avvicinano al mondo della corsa. La maggior parte di loro ha necessità di avere una guida, un punto di riferimento che possa aiutarli negli acquisti; una terza categoria è quella del camminatore, ovvero la persona che si avvicina al walking o al nordic walking per star bene.

Quali sono i principali trend che riscontri con la tua attività?

Attualmente i trend sono due: la scarpa estremamente ammortizzata e protetta, oppure la scarpa minimalista.

In un'epoca in cui il mercato e-commerce sta guadagnando sempre più quote, che cosa cerca un runner in un negozio fisico? E che cosa

SCHEDA PUNTO RUNNING

Indirizzo /
Via Castello 13
Località /
Cantù (CO)
Telefono / Fax
031.733160
E-mail /
info@puntorunning.it
Sito web /
puntorunning.it
Facebook /
@Punto Running
Instagram /
@puntorunning
Gestione magazzino /
digitale

Numero sedi / 1
Titolare /
Ruggero Romano
Nascita del negozio / 2010
Numero vetrine / 0
Numero personale / 2
Mq totali / 80

Discipline trattate /
running, trail running,
walking e nordic walking

Marchi attrezzatura /
Scott, Salomon,
BV Sport, Garmin

Marchi calzature /
ASICS, Brooks,
Mizuno, Hoka One One,
Saucony, 361,

Marchi abbigliamento /
BV Sport, Craft,
Mizuno, New line,

può fare da parte sua un negoziante per fidelizzare il consumatore?

Chi viene nel nostro negozio cerca la professionalità. Noi abbiamo clienti che ci scelgono da anni, clienti che sono ritornati dopo aver sperimentato altre realtà e altri ancora che, stanchi di acquisti sbagliati nel ginepraio delle offerte web e non, vengono inviati da noi tramite il passaparola. Noi crediamo che la fidelizzazione parta sempre da un lavoro svolto adeguatamente. Il cliente deve sentirsi ascoltato e consigliato in modo professionale. Sicuramente, ogni negoziante mette in atto delle strategie per far sì che il cliente ritorni. Nel nostro caso, ciò che fidelizza non sono carte fedeltà che offrono sconti aggiuntivi o altre iniziative che puntano sul prezzo.

Che rapporti hai stretto con le aziende?

Buoni. Anche se, a volte, l'impressione è quella della poca tutela e attenzione verso il lavoro che svolgiamo. Noi siamo sempre più convinti che un'azienda fornitrice non debba essere un competitor, alla stregua dei tanti già presenti sul mercato, ma deve essere un supporter. Ciò significa che i loro siti devono essere delle vetrine di prodotto.

Con quali la collaborazione è più stimolante, produttiva ed efficace?

Sinceramente la collaborazione è stimolante con tutti e con nessuno. Ci sono aziende che ci supportano di più, riconoscendo il lavoro che svolgiamo, valorizzando i loro prodotti, e altre che sono più attente ai numeri e quindi poco lungimiranti.

Quali sono state le principali innovazioni prodotte nelle ultime stagioni?

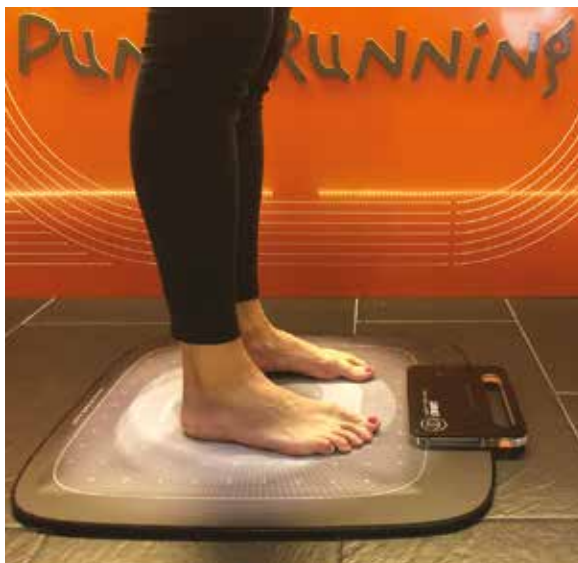
Il sistema GuideRails introdotto da Brooks per supportare la corsa naturale, ma anche le tomaie ingegneristiche che eliminano le cuciture e le termosaldature adattandosi perfettamente al piede, e i nuovi materiali utilizzati per la costruzione delle intersuole e delle suole. Tutto ciò lo abbiamo riscontrato nei vari brand.

Sul fronte abbigliamento, credi che i consumatori inizino a percepire l'importanza di investire anche da questo punto di vista o la cultura del running è ancora prevalentemente legata al footwear?

Purtroppo nel nostro contesto, l'importanza dell'abbigliamento e dell'accessorio è spesso sottovalutata. La maggior parte delle persone è disposta a investire su un "buon paio di scarpe" ma non sull'acquisto di un capo tecnico, considerato a volte eccessivo e a volte costoso per un runner amatoriale.

Quali sono le tendenze che si svilupperanno di più nel running nei prossimi anni?

Non saprei. Partendo dal motto che la corsa deve essere uno sport per tutti, ci piacerebbe che i prodotti andassero sempre più nella direzione della cura della persona e quindi di prodotti che migliorino la qualità della vita.



*Da sinistra:
la pedana
podobarometrica
per effettuare il test
dell'appoggio
statico;
un particolare
della pavimentazione
del negozio*



Enjoy the
hard work



COOLMAX® AIR

**BASELAYER ACTIVE
EXTREME 2.0**

Baselayer per attività ad alta intensità a basse e medie temperature. Realizzato in fibra CoolMax® Air a 6 micro canaline a contatto con la pelle per la gestione della temperatura corporea. Inserti in mesh superlight. Disponibile in versione Tshirt e manica lunga.

CRAFT
FUNCTIONAL SPORTSWEAR



TEAM II Sunweb



FUOEN AMPUNAHUNTOLITTO
FINISH BIAHON ASSOCIATION



craftsportswear.com
craft@newwave.it



Il “Pueblo Magico” de La Carrera De Baja

Una gara di trail running in sei tappe, per un totale di 100 km.
A Baja California, dove è nato il marchio Scorpion Bay.
Brand lifestyle ora interamente italiano e main sponsor dell'evento

— DI DINO BONELLI - FOTO DANILO RUBINI

Una volta, fino alla guerra messicano-statunitense del 1846-49, con Las Californias s'intendeva il grande e unico paese che comprendeva l'attuale e omonimo stato americano, il Nevada e l'intera Baja California. In seguito alla guerra, ci furono molteplici frazionamenti e varie spartizioni, e la Baja, come viene comunemente chiamata la Baja California, una penisola di terra arida ricoperta da milioni di cactus, rimase al Messico e venne ulteriormente divisa in due. La parte nord tiene il nome originale abbreviato in BC e la parte sud, a cui viene dato anche un suffisso ispanico di Sur, prende quindi l'acronimo di BCS. Ma Baja California Sur è un paese gradevolmente tranquillo e sonnolento, la sua morfologia è principalmente fatta di montagne aride e rocciose, e magnifiche coste desertiche, con pochi centri urbani, detti “puebli”, che vivono principalmente di pesca, turismo e dell'indotto di quest'ultimo.

LO SPONSOR SCORPION BAY - In questo paradiso di serenità, da otto anni si corre la Carrera de Baja, una gara di trail running che in sei tappe, per un totale di 100 km, fa scoprire ai suoi atleti le bellezze più classiche e quelle più nascoste di questa incantevole landa peninsulare, dalle cui coste nacque il marchio Scorpion Bay, un brand lifestyle ora interamente italiano e main sponsor dell'evento.

LE PRIME TRE TAPPE - A Todo Santos, “pueblo magico” dove si trova il cantato (dagli Eagles) e decantato mitico Hotel California, in cui la gara ha il suo primo briefing con distribuzione pettorali, si corre la prima tappa, corta e interamente su spiaggia. A una ventina di chilometri da La Paz, il centro abitato più grosso tra quelli visitati dalla gara, tra le splendide calette di Playa Tecolote, la seconda frazione, una 10 km terribile per difficoltà e calore. Poi si viaggia verso nord e dal cristallino Mar

de Cortez si va sull'Isla Magdalena, una terra emersa sabbiosa allungata nell'Oceano Pacifico. Altra sabbia, questa volta in un susseguirsi di dune prima e su un lungo bagnasciuga poi. Altro sole, altro calore, ma con il vento del Pacifico ad attenuarne la percezione. Altro trasferimento, altro ritorno sul Mar de Cortez, altro “pueblo magico”, quello di Loreto, là dove nel 1683, con la costruzione de la Misión de Nuestra Señora de Loreto Conchó partì il Camino Real, la via carrabile che con 43 missioni gesuite, costruite a un giorno di cammino una dall'altra (45-48km), permise ai religiosi ben protetti dai soldati spagnoli dell'epoca, di conquistare le terre che divennero poi Las Californias.

LE ALTRE TRE FRAZIONI - Nei paraggi della bella e serafica Loreto si corrono le tre tappe mancanti. La prima, che poi è la quarta della gara, con partenza e arrivo dalla Missione di San Javier, la seconda del Camino Real. Diciotto chilometri, un nastro sterrato molto corribile e veloce. Poi, la quinta, quella con passaggio nell'oasi montana di Primera Agua, dove gli onnipresenti cactus lasciano momentaneamente il posto ad alte palme, e al Rancho San Felipe dove i runner più tecnici si godono un single trek adatto alle loro caratteristiche. Ultima tappa, ultimi 22 km tra stretti canyon, letti di fiume secchi circondati dagli immancabili cactus, una lunga spiaggia ghiaiosa e il lungomare cittadino di Loreto. A dominare l'ottava edizione della Carrera de Baja, in un podio tutto messicano, per il terzo anno consecutivo, il velocissimo Eder Belmont Sánchez, secondo Zedric Lopez e terzo Dany Luna. Tra le donne fa ugualmente il tris del gradino più alto, ma questa volta distribuito negli ultimi sei anni, la bella e forte triatleta Yaz Gajon, che precede un'altra messicana, l'esordiente Sonia Lopez e la lussemburghese Anne Marie Fessequet. Primo degli italiani l'ultra-runner veneto William Da Roit, ottimo quinto assoluto.



SUL PROSSIMO
NUMERO...
ci trasferiremo, per un
trimestre, nell'Africa
Occidentale, correndo
prima in Ghana, poi
in Togo e quindi in Benin.



ALL YOU HAVE TO DO IS RUN



KAPTIVA

Stabile, fluida, leggera: Kaptiva sprigiona la tua corsa sui terreni off-road grazie al battistrada in mescola FriXion® White super aderente. La costruzione slip-on e la tomaia in tessuto knit avvolgono il piede per una calzata precisa e performante. Sviluppata in Val di Fiemme, Trentino, Dolomiti.

Kaptiva: unleash your run.



LA SPORTIVA®
innovation with passion

SHOP NOW ON WWW.LASPORTIVA.COM

THE RIDE NEVER ENDS
THE RIDE NEVER ENDS
THE RIDE NEVER ENDS



RIDE ISO²

ENDLESS COMFORT

saucony.it

saucony | run for good