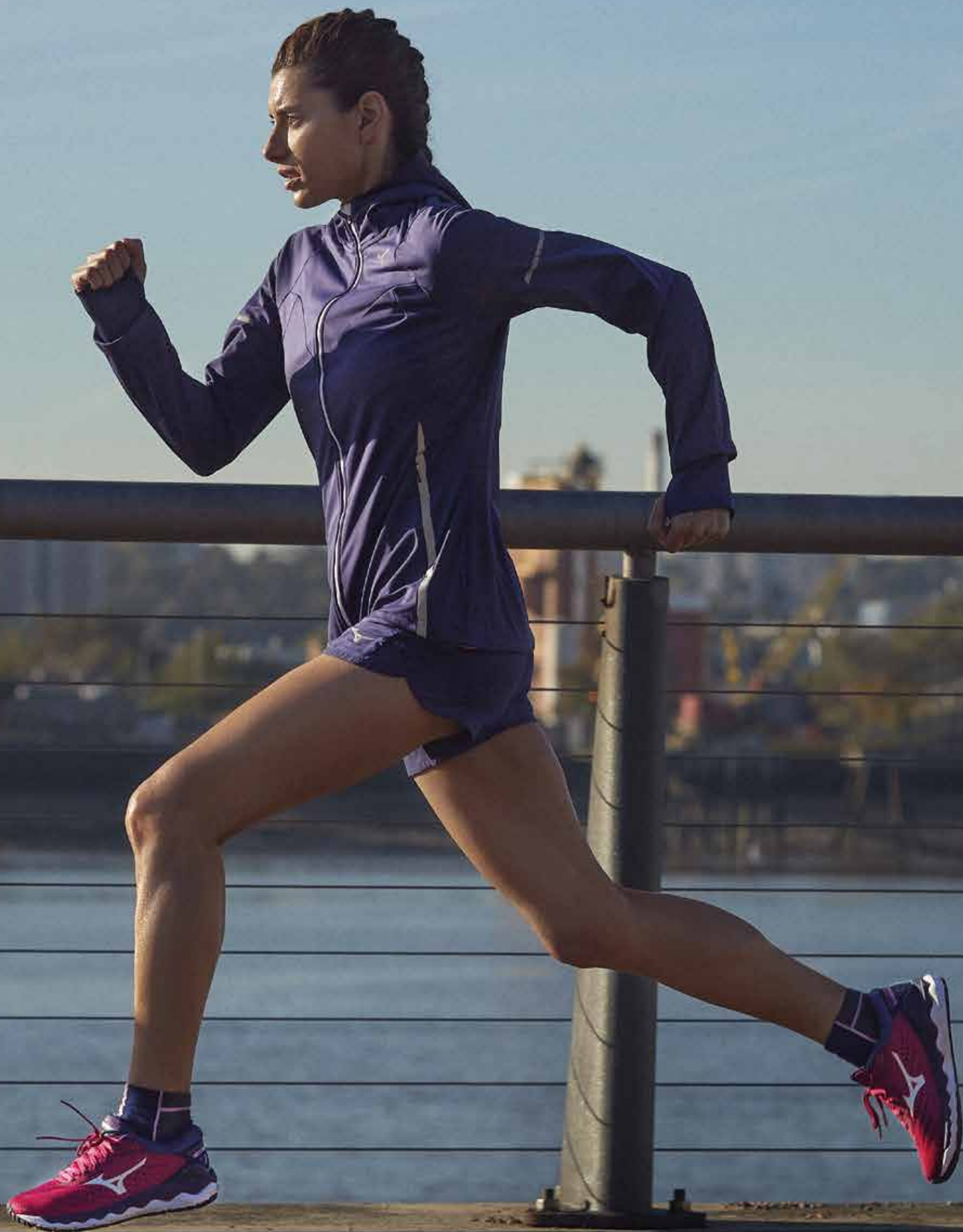


Running

ANNO 8 - NUMERO 6 - 2019

MAGAZINE

PHOTO COURTESY: MIZUNO





DISCOVER RUSH

Visit us at
OutDoor
by ISPO
A6.426

WWW.SCARPA.NET





Running

MAGAZINE

ANNO 8 - NUMERO 6 - 2019

- S O M M A R I O -



SALVA CON NOME

10 | Outdoor & Running
Business Days

IL CASO

12 | Brexit: come si preparano
le aziende sportive britanniche?

INCHIESTA

14 | Green Revolution

FOCUS ON

16 | La sostenibilità
appassiona gli italiani

INTERVISTE

18 | Luca della Regina, marketing
manager ProAction

20 | Jason Wersland, fondatore
di Theragun

21 | Tor des Géants: Emelie Forsberg,
skyrunner, e Simone Brogioni
di Spirito Trail

FOCUS SHOP

24 | Il Maratoneta Sport di Siena

FACCIA A FACCIA

26 | #RunWithMe: Gelindo Bordin
di Diadora e Volfango Bondi
di Intersport

33 | Lierac Beauty Run: Filippo
Manucci di Alès Group Italia
e Andrea Trabuio di RCS Sport

FOCUS PRODOTTO

30 | Sensation 4 di 361°

30 | Kinabalu RC 2.0 di Scott

31 | Cloudstratus di On

31 | Sonic RA 2 di Salomon

32 | GEL-Kayano 26 di ASICS

32 | Triumph ISO 5 di Saucony

REPORTAGE

34 | Sulla via della gomma

LANCI

38 | Origin di Tecnica, la scarpa
da trail running su misura

WOMEN

40 | Il lato rosa del Tor

RUN THE WORLD

42 | Ghana - Africa



Non solo running

Numero davvero ricco e multiforme questo, peraltro in speciale extra-distribuzione durante la fiera OutDoor by ISPO a Monaco di Baviera (30 giugno-3 luglio). Con argomenti che spaziano anche al di là del running, ma che riteniamo assai stimolanti e utili per tutti gli operatori. Anche questo mese gettiamo lo sguardo all'estero parlando di Brexit e del suo impatto sul mercato sportivo britannico (pagina 12). Ben più lontano invece siamo andati per raccontarvi di un'eccellenza italiana come Vibram, in grado di creare un sorprendente e innovativo Technological Center in Cina (ne parliamo nel nostro reportage alle pagine 34-36). Così come per intervistare Jason Wersland, fondatore del marchio californiano Theragun, specializzato nella terapia a percussione (pagina 20).

Tornando con i piedi e lo sguardo sul suolo italico, davvero non mancano gli spunti di riflessione e discussione. Proseguiamo con le inchieste che avevamo già lanciato sui precedenti numeri. Come nel caso dell'affaire Tor des Géants (pagina 21): dopo le prime interviste pubblicate sullo scorso numero a Franco Collè e Marco De Gasperi, ecco il parere di Emelie Forsberg (skyrunner e compagna di Kilian Jornet) e Simone Brogioni (organizzatore della LUT) sulla scelta della manifestazione di togliere l'obbligo del materiale obbligatorio.

Seconda puntata anche per il nostro speciale sul grado di eco-sostenibilità nelle competizioni (pagina 14). Che il tema stia appassionando gli italiani, del resto, lo confermano anche i risultati del quinto osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile promosso da LifeGate e pubblicati a pagina 16. Non mancano come sempre vari faccia a faccia con personaggi e manager del mondo sportivo: questo mese abbiamo intercettato Luca della Regina (direttore marketing di ProAction), Gelindo Bordin di Diadora e Volfango Bondi di Intersport (che parlano del progetto #RunWithMe), oltre a Andrea Trabuio di RCS Sports & Events e Filippo Manucci di Alès Group, uniti per la Lierac Beauty Run.

Tra il nostro consueto focus shop (dedicato a Il Maratoneta Sport di Siena) e nuovi lanci di prodotto (tra cui il modello Origin da trail personalizzato firmato Tecnica e la nuova Sky 3 di casa Mizuno a cui è dedicata la scarpa del mese), vi lasciamo alla lettura di questo numero con un importante "save the date": vi aspettiamo il 14-15 luglio agli Outdoor & Running Business Days a Riva del Garda (outdoorbusinessdays.com). Evento organizzato proprio dal nostro gruppo editoriale, ma dove i protagonisti saranno i brand e i retailer. Con numeri che si preannunciano davvero importanti: ben 70 i marchi confermati alla data odierna e 130 i negozianti, con nuove adesioni previste su entrambi i fronti. Della serie... vietato mancare.

BENEDETTO SIRONI

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. 6 - 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 25 giugno 2019



361° CONSOLIDA LA SUA PRESENZA SUL TERRITORIO ITALIANO

L'azienda asiatica 361° continua la sua affermazione quale brand giovane e sostenibile (prodotto di alta qualità e selezione attenta della distribuzione.) Dopo aver esordito con successo nel circuito delle maratone europee con la Hamburg Marathon, e aver fatto partire il programma europeo dei 361° Ambassador con sede ad Harlem nei Paesi Bassi, ora consolida la sua presenza capillare sul territorio italiano. Si affida a funzionari di vendita con una riconosciuta esperienza e professionalità nel settore. Di seguito pubblichiamo l'elenco.

Piemonte - Valle D'Aosta - Liguria - Lombardia Enrico Boetti - icoboetti@gmail.com - **Veneto - Friuli Venezia Giulia** Nicola Bressan - info@nicbress.it **Trentino Alto Adige** Sprint Commerce Srl - info@361sport.it **Emilia Romagna - R.S.M.** BBR - Davide Beraldi - dbaraldi65@libero.it BBR - Andrea Orlandini - andrea.flamboiant@gmail.com **Toscana**** Andrea Botticelli - andrea@andreabotticelli.com Thomas Greco - thomas@andreabotticelli.com **Umbria - Lazio - Abruzzo**** Andrea Aboaf - andrea.aboaf@gmail.com **Puglia - Basilicata**** Beniamino Calella - mino@beniaminocalella.it **Calabria - Sicilia** Luigi Costantino - costantino.rap@tiscali.it **Sardegna** Massimo Mudu - massimo.mudu@tiscali.it

** new entry da SS20

LA PRIMA EDIZIONE DEL IAAF GLOBAL RUNNING CONFERENCE CHINA 2019

A Lanzhou in Cina - in occasione della prima edizione del IAAF Global Running Conference China 2019, conferenza di tre giorni con oltre 600 partecipanti in rappresentanza di 100 competizioni da tutto il mondo - è stato presentato il più grande studio sui risultati delle gare nella storia. Con conclusioni basate su dati provenienti da oltre 107 milioni di risultati di gare in oltre 70.000 gare svoltesi dal 1986 al 2019, principalmente in Europa e Nord America.



La distanza della maratona riceve la maggior parte dell'attenzione, ma rappresenta solo il 12% dei risultati di gara prodotti. L'età media dei corridori si è alzata, passando dai 34 anni del 1986 ai 39 del 2019. Anche i tempi di arrivo dei runner di sesso maschile si sono alzati, mentre quelli femminili sono andati in netto miglioramento. Per la prima volta nella storia ci sono stati più corridori femminili che maschili nel 2018. Con il 50,23% di runner che sono donne, la nazione più veloce è stata la Spagna con un tempo medio di 3:53:59, seguito da Svizzera (3:55:12) e Portogallo (3:59:31). Nel 2018, in Cina sono state organizzate 1.581 gare di corsa su strada, mentre nel 2011 erano solo 22. Nello stesso periodo, la partecipazione è cresciuta da 400.000 a 5,83 milioni di corridori. Il vicepresidente dell'Associazione cinese di atletica leggera, Wang Nan, ha dichiarato: "La maratona è esplosa in Cina negli ultimi anni. Nel 2018, ci sono state un totale di 14 gare su strada IAAF Label: otto Gold Label, quattro Silver Label e due Bronze Label, il che significa che la Cina ora ha la maggior parte delle gare Gold Label di qualsiasi paese del mondo".



CLIFTON 6

THE SMOOTHEST CUSHION
DAILY RUNNER

CHASE YOUR AMAZING

MIREILLE SINÉ
LOS ANGELES, CA

LA OROBIE ULTRA-TRAIL 2019 DIVENTA SOLIDALE

Per offrire agli appassionati un'ultima possibilità di prendere parte a questa esperienza, e al contempo contribuire a una causa benefica in memoria dell'alpinista bergamasco Roby Piantoni, sono stati messi a disposizione 50 ulteriori pettorali per la gara da 42 km, la Marathon Trail Orobie, già sold out. I pettorali "solidali" costano 150 euro, con il 50% del ricavato che verrà devoluto all'Associazione Roby Piantoni, attiva con il progetto Insegnanti per il Nepal. Roby Piantoni, oltre ad aver compiuto grandi imprese alpinistiche, in Nepal si era interessato anche a come migliorare la vita delle persone che abitano in prossimità delle montagne su cui lui andava a scalare. I suoi amici e familiari, dopo il suo incidente, hanno deciso di fondare un'associazione per portare avanti i suoi progetti. Insegnanti per il Nepal ha come obiettivo il sostegno economico della scolarizzazione dei bambini che vivono nei villaggi più remoti della Valle del Makalu.



PLOGGING: LA RIVOLUZIONE GENTILE DEL "CORRI E RACCOGLI"



Retake Milano, insieme a Verde Pisollo, Esosport e la nostra casa editrice Sport Press, nei mesi di giugno e luglio coinvolgeranno oltre mille persone in diverse attività di plogging, ossia di corsa e raccolta di micro-rifiuti. Il primo evento si è svolto al Lido di Milano il 19 giugno, con la ripulitura del muro di Via Diomede che segue il primo murale ecologico inaugurato lo scorso 7 giugno. I dipendenti Samsung, invece, saranno protagonisti del secondo evento presso il Saini. Puliranno dalle scritte la facciata del centro sportivo e "ploggheranno" al Parco Forlanini durante la mattinata del 5 luglio. L'ultimo evento sarà il 10 luglio e vedrà impegnati i volontari di Retake insieme a 350 dipendenti Accenture per ripulire Darsena, Navigli, Conca del Naviglio, Parco della Basilica di Sant'Eustorgio e Parco Giovanni Paolo II (ex Parco delle Basiliche). In quest'ultimo plogging, ci sarà anche Simone Lunghi degli Angeli dei Navigli che con due Dragon Boat coordinerà i volontari per la raccolta dei rifiuti nei Navigli.

OLTRE 1.500 RUNNER ALLA "RUN FOR THE OCEANS" DI ADIDAS

Con l'obiettivo di sfruttare il potere dello sport per accendere i riflettori sui rischi provocati dall'inquinamento degli oceani, adidas, lo scorso 14 giugno, ha organizzato una run-evento a Milano - la Run for the Oceans - dove gli oltre 1.500 partecipanti hanno potuto dare il loro contributo insieme a sportivi come Massimiliano Allegri, Carlotta Ferlito e Ivan Zaytsev. Per ogni chilometro di corsa effettuato, adidas contribuirà con un dollaro ai programmi di educational contro l'inquinamento marino da rifiuti plastici di Parley for the Oceans. Alberto Uncini Manganelli - general manager di adidas running - ha dichiarato: "Ogni minuto entra nei nostri oceani l'equivalente di un camion pieno di rifiuti plastici, entro il 2050 nei mari ci potrebbe essere più plastica che fauna marina. adidas x Parley ha contribuito a sensibilizzare le persone sulla crisi che stanno affrontando i nostri oceani, ma anche a trovare soluzioni. Nel 2016 abbiamo creato i primi prodotti con i rifiuti plastici riciclati e siamo arrivati a produrre fino al 2018 sei milioni di paia di scarpe adidas x Parley, con l'obiettivo di arrivare a 11 milioni di unità quest'anno, intercettando grandi quantità di plastica prima dell'ingresso negli oceani. Come azienda ci impegniamo a usare solo poliestere riciclato al 100% entro il 2024".



IL VALTELLINA WINE TRAIL È PIÙ GREEN



Per alzare il sipario sulla settima edizione del Valtellina Wine Trail è stato scelto il palazzo Pirelli a Milano. Una scelta dettata dalla stretta sinergia di intenti con Regione Lombardia: l'evento infatti vuole valorizzare il territorio e le sue eccellenze enogastronomiche.

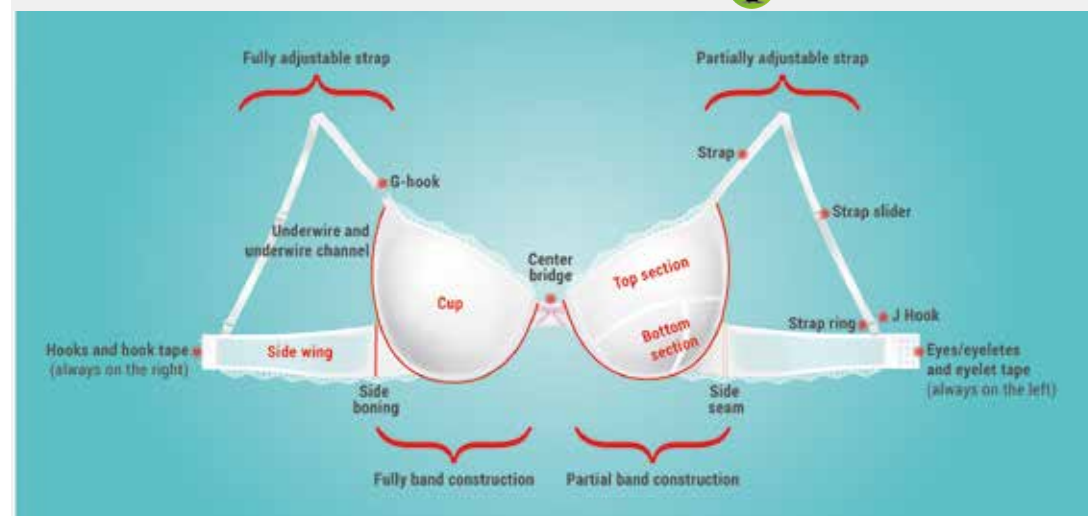
In quest'occasione è stato presentato il loro progetto. Una gara di questo tipo non può che sposare una filosofia green. Un progetto e un'idea che gli organizzatori del Valtellina Wine Trail hanno portato avanti sin dalla prima edizione e che ora si concretizza con l'eliminazione della plastica sul percorso gara, al pranzo e alla cena finale. Proprio così, da quest'anno ogni concorrente sarà munito di un apposito bicchiere con il quale rifocillarsi nei vari ristori disseminati lungo il percorso. In zona arrivo, pranzo e cena saranno invece serviti con stoviglie totalmente biodegradabili. Un piccolo gesto che lancia un messaggio importante.



IL NUOVO HEADQUARTER ECOSOSTENIBILE DI SCOTT SPORTS

Nel nuovo quartier generale di Scott Sports, situato a Givisiez in Svizzera e messo in funzione dopo una fase di costruzione di tre anni, è stato riunito sotto un unico tetto il portafoglio marchi dell'azienda. La nuova sede globale ospita ora tutte le divisioni di Scott tra cui: bike, winter, moto e running. Inoltre, fungerà da centro organizzativo per altri marchi proprietà del brand: Syncros, Bergamont, Bold Cycles, Avanti, Malvern Star, Dolomite, Powderhorn, Bach, Lizard e Outdoor Research. Fornitura di energia sostenibile e riscaldamento a basso consumo grazie alla geotermia, alla tecnologia solare e al teleriscaldamento sottolineano il carattere sostenibile dell'intero concetto. Incorniciato da un'architettura chiara e una combinazione di materiali senza tempo come legno, cemento, vetro e metallo, il nuovo HQ offre il palcoscenico perfetto per il portafoglio di prodotti Scott e un'ulteriore crescita nel prossimo decennio.

PILLOLE BY



Monomateriale e disassemblabile: gli ingredienti di un capo riciclabile

Avete mai provato a identificare le varie parti di cui è costituito il vostro giaccone invernale? O dell'ultimo cappotto che avete comprato in occasione dei saldi? Certo che no, risponderete. Scherzi a parte, ricordatevi che questi capi, quando non saranno più di moda o semplicemente saranno usurati dall'utilizzo, non saranno certamente riciclabili. Questo perché le varie parti che li compongono - dalla cucitura all'imbottitura, dalla fodera interna al tessuto, dalle zip ai bottoni, sono tutte fatte di materiali diversi, difficilmente disassemblabili e quindi... addio riciclabilità. RadiciGroup, che da anni ha sposato la strategia dell'economia circolare, offre una gamma prodotti (polimeri, tecnopolimeri e filati sintetici) completamente riciclabili. Ma questo non basta. È l'intera filiera che va coinvolta e che deve collaborare affinché ciò che arriva nelle mani del consumatore, a fine vita, possa essere riciclato. E in questa direzione va anche la direttiva UE 2018/851 che, entro il 2025, prescrive agli Stati Membri la raccolta differenziata del tessile. Il gilet 100% nylon realizzato circa un anno fa proprio da RadiciGroup in collaborazione con alcuni partner, ha dimostrato che grazie all'eco design è possibile per davvero realizzare l'economia circolare. Ecco perché il Gruppo sta lanciando proprio in queste ore un'altra sfida: realizzare un reggiseno monomateriale (donne, avete presente quante componenti trovate nella vostra lingerie?) che a fine utilizzo possa diventare nuova materia prima. Oggi come oggi, i reggiseno non più utilizzati sono destinati a discarica o incenerimento (non esiste il mercato "second hand" di questi capi, per ovvie ragioni etiche): ma perché sprecare così tanto know-how e soprattutto così tante performance? Ecco che RadiciGroup lancia la sfida e cerca partner per concretizzarla: un reggiseno 100% nylon, dal filato, al ferretto, alle varie particelle metalliche che, a fine vita, può essere macinato e riciclato "così com'è", eliminando quindi costose lavorazioni di rimozione di bottoni, cursori e non solo. RadiciGroup è pronta... E tu?

POLARTEC SARÀ ACQUISITA DA MILLIKEN & COMPANY



Milliken & Company, produttore globale diversificato con oltre un secolo e mezzo di esperienza nel settore tessile, ha annunciato di aver firmato un accordo definitivo per l'acquisizione di Polartec da Versa Capital Management. La transizione dovrebbe concludersi entro giugno e i termini finanziari non sono ancora stati resi noti. L'aggiunta del brand Polartec andrà a completare il già vasto portfolio di Milliken, consentendo all'azienda di offrire tessuti performanti ai consumatori finali, professionisti industriali e corpi specializzati in tutto il mondo. "Milliken offre la piattaforma perfetta per assicurare la continuazione e l'accelerazione del successo del brand Polartec dopo anni di riposizionamento aziendale complesso e trasformativo da parte di Gary Smith - ceo di Polartec - e del suo team", ha dichiarato Greg Segall, ceo di Versa e presidente di Polartec.

NUOVO AD PER CISALFA SPORT E INTERSPORT ITALIA



Maurizio Mancini

Dopo la scomparsa prematura del ceo Vincenzo Mancini lo scorso aprile, il cda di Cislfa Sport - cui fanno parte Cislfa Sport spa e Intersport spa - ha nominato come nuovo presidente del gruppo Maurizio Mancini, fratello di Vincenzo, divenuto anche ad di Intersport Italia. A Stefano Pochetti è stato assegnato invece il ruolo di presidente del cda sia di Cislfa Sport che di Intersport Italia. Il consiglio di amministrazione ha scelto nella carica di consigliere Patrizia Caroni Mancini, conferendole la funzione di amministratore delegato di Cislfa, confermata anche al consigliere Maurizio Mancini. In occasione della nomina, il consiglio di amministrazione ha approvato il piano quinquennale 2019-2023 del Gruppo, nel quale sono stati programmati 50 milioni di euro di investimenti. L'obiettivo è quello di raggiungere, alla fine del periodo, ricavi consolidati oltre i 630 milioni di euro e di avere l'indebitamento finanziario azzerato all'inizio del 2024. L'ebitda, definito nella nota ufficiale "in rapida crescita", supererà "largamente" i 50 milioni di euro.

ATHENA PREMIATA COME MIGLIOR DISTRIBUTORE GOPRO EMEA

Athena, distributore ufficiale in Italia di GoPro, ha ricevuto il Best Distributor Award 2019, un riconoscimento attraverso il quale il brand californiano premia il miglior distributore in Europa, Medio Oriente e Africa. L'azienda vicentina ha ricevuto il premio dal ceo di GoPro Nick Woodman nel contesto del consueto Distributor Summit annuale, tenutosi a Dubrovnik dal 21 al 23 maggio. Il successo di Athena è dovuto al raggiungimento di tutti gli obiettivi

concordati durante l'anno in termini di vendite, marketing e logistica. "Questo premio ha un incredibile valore morale per tutto il mio team, è il coronamento di un percorso durato 11 anni", ha commentato Michele Mancassola, chief operating officer dell'area sportech&lifestyle di Athena. Nonostante i dati del primo trimestre 2019 registrino una flessione significativa rispetto allo stesso periodo del 2018 sia per l'elettronica di consumo (-7,2% nel settore



audio/video), sia per il comparto della fotografia (-23,3%) - fonte: gfk.com - l'andamento del brand GoPro in Italia è in controtendenza ed evidenzia un trend positivo di crescita in termini di quota di mercato a valore e un mantenimento della quota per unità vendute.

masters
LIFE IN ACTION

Stefano Ruzza - Team Vibram®

OutDoor
by ISPO
HALL A5 - BOOTH 206

Modello utilizzato: **SASSOLUNGO Carbon**

info@masters.it ✉ masters.it 🌐 @masterspoles 📱

NAPOLI RUNNING VOLA IN CINA E DIVENTA SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALE



Napoli Running è approdata in Cina, a Lanzhou, in occasione della prima edizione del IAAF Global Running Conference China 2019. Alla conferenza di tre giorni, che ha totalizzato oltre 600 partecipanti in rappresentanza di 100 competizioni da tutto il mondo marchiate dal prestigioso Label IAAF, ha presenziato Carlo Capalbo, presidente di Napoli Running Asd e chairman della commissione corse su strada della IAAF, la Federazione Mondiale di Atletica Leggera. Già l'evento partenopeo era stato ospite della Maratona di New York (New York Road Runners) con invito ricevuto dal Consolato Generale Italiano nella città della Grande Mela, con l'obiettivo di farsi conoscere nel mondo. Il presidente di Napoli Running, nel corso del suo intervento, ha confermato per la città di Napoli le tante positività economiche e di benessere con lo svolgimento della Napoli City Half Marathon che vedrà la nuova edizione il 23 febbraio 2020 e la Sorrento Positano da 54km e 27km in programma il 1° dicembre 2019.

TORNA IL CRO TRAIL CON UN ITINERARIO INEDITO

Giunto alla sua quattordicesima edizione, il Cro Trail torna il 7 luglio con un itinerario inedito, in attesa di tornare sul classico percorso "dalle montagne al mare" nel 2020. Il percorso di 48 km con 3.540 m di dislivello positivo avrà partenza da Vernante e arrivo a Limone Piemonte (CN), e assegnerà 3 punti ITRA. Prevista anche la distanza media di 23 km con 1.740 metri di dislivello, l'half Cro Trail. La novità di quest'anno è l'inserimento della categoria "Epica", per tutti i partecipanti che correranno la distanza lunga con abbigliamento d'epoca, rigorosamente del secolo scorso: scarpe, calze, pantaloni, maglia o canotta, zaino, bastoni e borracce. Il tracciato si snoderà tra i forti sabaudi di fine 1800 attraverso il sentiero dei cannoni, chilometri di single track sulle creste che sigillano il confine tra Italia e Francia, correndo in quota sulle tracce dell'uomo di Cro Magnon tra i 1.800 e i 2.300 metri di altitudine.



La novità di quest'anno è l'inserimento della categoria "Epica", per tutti i partecipanti che correranno la distanza lunga con abbigliamento d'epoca, rigorosamente del secolo scorso: scarpe, calze, pantaloni, maglia o canotta, zaino, bastoni e borracce. Il tracciato si snoderà tra i forti sabaudi di fine 1800 attraverso il sentiero dei cannoni, chilometri di single track sulle creste che sigillano il confine tra Italia e Francia, correndo in quota sulle tracce dell'uomo di Cro Magnon tra i 1.800 e i 2.300 metri di altitudine.

ALLA SALOMON RUNNING MILANO NASCE LA STAFFETTA DA 25 KM



La Salomon Running Milano torna con un'importante novità: il prossimo 15 settembre, oltre alle classiche tre distanze, l'Allianz Top Cup 25 km, l'Allianz Fast Cup 15 km e CityLife Shopping District Smart Cup 9.9km, si aggiungerà anche un

nuovo format di gara, la Salomon Running Milano Relay che si snoderà sul percorso più lungo da 25 km. Sarà quindi possibile correre questa distanza in modalità staffetta con team da tre persone. Ma non è tutto. I proventi della nuova Salomon Running Milano Relay saranno devoluti alla Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT) che sosterrà il progetto "Case del Cuore" promosso da Lilt Milano. Un progetto importante, con posti limitati. Sono infatti solo 300 le iscrizioni-squadre disponibili per la staffetta. In questo modo, il percorso da 25 km non sarà riservato più solamente ad atleti molto allenati, ma a tutti coloro che prediligono distanze minori. Salomon Running Milano Relay è ideale per tutte le aziende che vogliono partecipare sostenendo il progetto e promuovendo tra i propri collaboratori la gara a staffetta, un forte strumento di team building.

UFFICIALIZZATO IL DREAM TEAM DI BORGO EGNAZIA HALF TRI



Luca Sacchi, Claudio Chiappucci e Giorgio Calcaterra. Questi tre atleti leggendari il prossimo 19 ottobre comporranno il Dream Team della Borgo Egnazia Half Tri, la gara di triathlon di alto livello su distanza 70.3 nel cuore della Puglia. Gareggiando nella formula relay, percorreranno un tracciato completamente immerso nella natura e ricco di fascino. Primo a partire sarà Luca Sacchi, bronzo olimpico ai Giochi di Barcellona del 1992 nei 400m misti e primatista mondiale, protagonista dei 1900 mt a nuoto. Seguirà El Diablo, Claudio Chiappucci, argento ai mondiali di ciclismo di Agrigento del 1994, vincitore di una Milano-Sanremo, due Giri del Piemonte, tre tappe al Tour de France e una al Giro d'Italia, che percorrerà i 90 km di tracciato in sella. A conclusione, sarà Giorgio Calcaterra, tre volte campione del mondo nella 100 km di ultramaratona e vincitore per 12 volte consecutive della 100 km del Passatore, a correre ben 21 km. Un appuntamento a conclusione della stagione estiva, a fianco di veri e propri campioni di fama nazionale e internazionale.

LA TRENTO HALF MARATHON SFIDA GLI ITALIANI

La Trento Half Marathon, giunta alla sua nona edizione, è caratterizzata da un percorso veloce, sviluppato in un unico giro, all'interno del tessuto urbano della città che presenta pochissime asperità. Un tracciato ideale per ottenere ottimi risultati sotto il profilo cronometrico e migliorare quindi il proprio primato personale. "Ogni anno vengono premiati i primi in tempo reale, che solitamente sono africani. Quest'anno vogliamo lanciare una sfida anche agli italiani, invitandoli alla Trento Half Marathon per battere il primato degli italiani della gara. Il più veloce di sempre è stato Said Boudalia che nel 2011 chiuse in 1:05:52, quello femminile risale al 2017, con Agnes Tschurtschenthaler che chiuse in 1:15:10. Due primati battibili direi, e per stimolare questo obiettivo metteremo in palio un premio speciale". A parlare è Ferruccio Demadonna, presidente di Asd Città di Trento, società organizzatrice della Trento Half Marathon. Una gara internazionale di altissimo livello, con una tripletta keniana che ha conquistato il podio l'anno scorso, facendo entrare nell'albo d'oro maschile Abraham Akopsha che ha concluso e vinto la gara in 1h02'09". Invece per la gara femminile si è imposta Joyce Chepkemai che ha segnato il nuovo record femminile della gara chiudendo in 1h09'21". Due vittorie con due crono di altissimo valore tecnico che generano grande attesa per la nuova edizione.



ph: Daniele Mosna

LAVAREDO ULTRA TRAIL, UNA 1° EDIZIONE RICCA DI SORPRESE

La Sportiva è stata main sponsor della Lavaredo Ultra Trail a partire da quest'anno e lo sarà anche per i prossimi due. La gara, una delle più amate dagli appassionati di trail running, si è tenuta dal 27 giugno al 29 giugno. Prima che avesse inizio l'appuntamento - che rappresenta l'unica tappa italiana del circuito Ultra Trail World Tour con la qualifica di gara Series dedicata alle sei gare ultra più prestigiose al mondo - La Sportiva aveva annunciato una serie di eventi per rendere la LUT ancora più speciale. Si è partiti con LaSpo Experiences, giovedì 27 giugno. Il sei volte campione del mondo di corsa in montagna Jonathan Wyatt ha portato i presenti a ricalcare parte del tracciato della Lavaredo Ultra Trail in uno dei suoi punti più panoramici. Guida alpina di Cortina e storico ambassador La Sportiva, Pietro Dal Prà ha guidato invece la hiking experience: un'immersione totale nella storia delle Dolomiti tra i pascoli di Forcella Lerosa. Ad entrambi gli eventi è stato possibile testare i prodotti hiking e running La Sportiva. Sempre il 27 giugno, ma in serata, gli atleti del team La Sportiva e icone dell'ultra running, Michele Graglia e Anton Krupicka si sono incontrati per la prima volta a Cortina. La suggestiva Alexander Hall si è rivelata la cornice ideale per un talk sull'ultra running e su come questi due fortissimi atleti vivono, sperimentano e affrontano questo sport. Ha moderato lo scrittore e runner Folco Terzani, autore del best seller "Ultra".



LA CORSA DELLA BORA: APERTE LE CANDIDATURE PER "FOR ONESELF"

In occasione della quinta edizione del 4-6 gennaio 2020, Terroir Films ha avviato il progetto "For oneself" per la realizzazione di un film documentario su S1 Ultra, una delle cinque gare competitive che compongono La Corsa della Bora. Fino al 6 luglio 2019 si svolgeranno le selezioni per individuare i tre protagonisti del documentario, tre candidati che per la prima volta nella loro vita affronteranno questa distanza. Un'avventura che inizierà a luglio e diventerà un film, un ricordo con immagini ed emozioni uniche. I tre atleti verranno seguiti e accompagnati dalla selezione fino all'evento, a cui potranno partecipare gratuitamente. Come diventare protagonisti del documentario di Terroir Films? Basta inviare la propria candidatura entro il 6 luglio attraverso la pagina www.s1trail.com/non-hai-mai-corso-una-100-miglia/, raccontando di sé, delle proprie motivazioni e aspettative.

ph: S1 Ultra 2019



DAVIDE RAINERI È DA RECORD DEL MONDO M45

Davide Raineri – atleta Saucony dell'Af-fari&Sport Racing Team – è sul tetto del mondo. In occasione del Golden Gala Pietro Mennea ha realizzato il nuovo record del mondo nella prova del miglio per la categoria M45. Ha concluso i quattro giri con il tempo di 4:13.96 andando a superare, dopo undici anni, il precedente primato mondiale di 4:16.16 che apparteneva allo statunitense Tony Young (31 maggio 2008 a Gresham, in Oregon). Una gara in solitaria negli ultimi due giri per il 46enne lombardo, azzurro ai mondiali juniores nel '92, che ha ripreso a gareggiare dopo ben vent'anni di stop. Questa è decisamente la stagione di Davide che, con questo risultato, conferma il suo eccellente stato di forma. Già domenica 2 giugno, infatti, aveva siglato il nuovo record italiano a Nembro sugli 800 metri. Due giri di pista, in 1'56"69, migliorando il già suo record di 1'57"76. "Per oltre vent'anni sono stato lontano dalla corsa – ha dichiarato Davide – ho ripreso a 40 anni. Francesco e Anita, i miei due figli, praticano atletica e mi hanno spinto a ricominciare. La corsa per me è una sfida contro me stesso, perché mi fa conoscere i miei limiti e, finché i tempi non scendono, io vado avanti".

ph: Montasano laaf



MEHT 2019, ECCO I NOMI DEI TOP TRAILERS



A meno di un mese dal via del 2° Hoka One One Monterosa Est Himalayan Trail (MEHT), in programma sabato 27 luglio, ecco arrivare le conferme riguardanti i nomi dei top atleti che si sfideranno durante la gara. La punta di diamante dell'evento, il cui main sponsor per tre anni è il brand Hoka One One, è il due volte vincitore del TOR, l'unico ad aver mai centrato questo obiettivo, il valdostano Franco Collé del team Hoka Italia (in foto). Franco ha deciso di scoprire i sentieri del MEHT per prepararsi alle gare autunnali. Altro atleta maschile di assoluto valore, anch'egli membro del team Hoka Italia, è Alex Baldaccini, vincitore della WMRA World Cup 2017 e di numerosi titoli di gare di corsa in montagna. A questi due grandi nomi si aggiungono Giulio Ornati, vincitore del MEHT 2018, e Stefano Ruzza, 4° classificato al MEHT 2018 e 7° posto all'UTMB 2018 che gli è valso il miglior risultato italiano dopo le vittorie di Marco Olmo (2006/2007). Altro nome di prestigio è quello di Mattia Bertoncini, ambassador Isostad, bronzo ai mondiali 2018 di skyrunning U23. In campo femminile, invece, Giulia Saggin dovrà difendere il titolo 2018. Per farlo se la vedrà con la quotata Scilla Tonetti, atleta capace di un secondo posto al TOR 2018.

#BEYOND YOURSELF

GARMENTS MADE WITH
THE FEEL GOOD MATERIALS
Dryarn

f t i www.mico.it

mico
OUTDOOR



Outdoor & Running Business Days, 70 brand e 130 negozi

A meno di un mese dall'evento di Riva del Garda, i numeri si confermano più che positivi.

I protagonisti animeranno la fiera con test materiali, presentazioni, workshop, opportunità di networking e possibilità di effettuare ordini in pieno periodo di campagna vendite

_ DI CRISTINA TURINI _ FOTO KLAUS DELL'ORTO

Manca poco ormai agli Outdoor & Running Business Days, che si terranno a Riva del Garda i prossimi 14 e 15 luglio. Saranno due giorni completamente e dedicati al mondo outdoor e, per la prima volta quest'anno, anche al running, con test materiali di tutti i principali brand del mercato, presentazioni, workshop, opportunità di networking e possibilità di effettuare ordini in pieno periodo di campagna vendite. Una formula consolidata che nel giro di soli quattro anni ha reso l'evento un appuntamento imprescindibile per gli operatori del settore.

I protagonisti che animeranno il Centro Congressi Palavela saranno numerosi e, anche se i numeri non sono ancora definitivi, sono nettamente superiori rispetto all'edizione dello scorso anno. A oggi sono infatti oltre 130 i dealer partecipanti e 70 i principali brand di mercato che saranno i protagonisti della fiera con le loro novità prodotte.

I BRAND PRESENTI

ASSOSPORT - AKU - AMORINI -
ASPASSO BIKE - BROOKS - BRUGI -
BV SPORT - CAMP - CASSIN - CMP - CLIMBING
TECHNOLOGY - COLUMBIA - CROSSCALL - DAVOS -
DEVOLD - DMM - DOLOMITE - EDELRID -
ELLEERRE - FERRINO - GARMONT - GENTIC -
GM SPORT - GRIVEL - HANNAH -
HOKA ONE ONE - HYDRO FLASK - I-EXE - INOV-8 -
ITALIAN OUTDOOR GROUP - KAYLAND -
LA SPORTIVA - LIZARD - LOWA - MASTERS - MEINDL -
MOUNTAIN HARDWEAR - MICO - MSR - NOENE -
NORDSEN - ON - ORTOVOX - OUTDOOR STUDIO -
ORU KAYAK - PETZL - PRIMUS - CLIMBING RADIO -
RED CHILI - ROCK SLAVE - SAUCONY - SLASTIK -
SCOTT - SEA TO SUMMIT - SINGING ROCK -
SKYLOTEC - TEVA - THULE - THERAGUN - THERMAREST -
TREZETA - UP CLIMBING - VAUDE - VIBRAM - 361°



INFO E ISCRIZIONI:
02.87245180
info@outdoorbusinessdays.com

PROGRAMMA
outdoorbusinessdays.com

361°

ONE DEGREE BEYOND



LIVE THE SENSATION

#beyondexpectations

361EUROPE.COM

s.commerce@sprint-commerce.it | sprint-commerce.it

f /361europe  361europe



Brexit: come si preparano le aziende sportive britanniche?

Aspettare non è una buona idea per le imprese:
anche se è previsto un periodo transitorio fino al 2020,
i brand inglesi devono prepararsi per l'imminente cambiamento

— DI ANDREA LAMPERTI - FONTE ISPO.COM

Sin dal primo discorso, a giugno 2016, sull'uscita dell'Inghilterra dall'Unione Europea, le società britanniche si sono chieste quale impatto avrebbe potuto avere Brexit sugli scambi di merci. ISPO.com ha chiesto ad alcuni dei principali brand sportivi britannici - Nikwax Group, Mountain Equipment, Pentland Group, Brands Mountain Lodge, Speedo ed Endura - quali sono le loro strategie e i loro approcci a un cambiamento senza precedenti nel mercato inglese.

"Siamo preparati, per quanto crediamo sia possibile", ha detto Thomas Willox, group head di PR e digital asset development presso il Gruppo Nikwax. Perché tutto è ancora possibile: "hard Brexit", "soft Brexit", un periodo transitorio che non si sa quando potrebbe finire. Per le aziende, questo stato di incertezza significa un enorme onere di pianificazione, che divora risorse umane e finanziarie. Per questo Pentland Brands Limited ha creato una propria unità che si occupa esclusivamente della questione e lavora a stretto contatto con CBI (Confederation of British Industry) e con HM Revenue & Customs, per essere preparata per tutti gli scenari possibili. "Nella nostra pianificazione adottiamo un approccio molto prudente", ha affermato Andy Long, ceo di Pentland Group.



L'attrezzatura da montagna, intanto, "trasloca" in Germania. Mountain Equipment ha infatti trasferito la maggior parte delle sue attività su suolo tedesco, al fine di garantire la circolazione illimitata delle merci. "Mountain Equipment ha una filiale con un proprio magazzino a Eurasburg, una piccola città a sud di Monaco. Le merci vengono consegnate lì direttamente dal sito di produzione (Est Europa o Asia) e non toccano l'isola indisciplinata", ha dichiarato l'amministratore delegato di Outdoor & Sports Company GmbH, Thomas Strobl. "Nel 2019, la responsabilità di tutte le vendite, del marketing, dell'assistenza post-vendita e delle conse-

gne è stata trasferita alla filiale tedesca". Questa riorganizzazione ha comportato diversi costi, che l'azienda ha comunque deciso di sostenere, perché compensati dalla crescita organica nei nuovi territori di vendita.

La Brexit è stata l'argomento di conversazione più ricorrente a febbraio 2019 alla fiera ISPO di Monaco. Thomas Willox ha affermato di "aver ricevuto molte domande dai rivenditori, soprattutto su come l'uscita dall'Unione potrebbe influire sul prezzo dei prodotti e sui tempi di fornitura. E al momento è impossibile per noi riuscire a capire che tipo di impatto avrà". Alcuni concessionari non sembrano volersi muovere con eccessivo anticipo, in tal senso. Altri, tuttavia, hanno preso la precauzione di aumentare i volumi degli ordini prima di Brexit: "Non c'è stato alcun cambiamento



Thomas Strobl,
ad Outdoor & Sports
Company

— Abbiamo ricevuto tante domande dai rivenditori, soprattutto su come l'uscita dall'Unione potrebbe influire sul prezzo dei prodotti e i suoi tempi di fornitura. E al momento è impossibile riuscire a capire che tipo di impatto avrà

Thomas Willox

significativo nel numero di ordini, sebbene alcuni clienti, per contrastare qualsiasi eventuale problema che potrebbe sorgere in futuro, abbiano effettuato ordini leggermente superiori", ha detto Willox. Come marchio tradizionale che equipaggia gli alpinisti e gli appassionati di outdoor dal 1961, Mountain Equipment non ha motivo di preoccuparsi.

"La fiducia in un marchio non dipende dal suo ambiente politico. Un brand deve dimostrare il proprio valore sul mercato: con o senza Brexit, sono i prodotti che devono attirare i clienti. E, preparandosi adeguatamente, si può anche gestire l'aspetto logistico", ha dichiarato un fiducioso Thomas Strobl. "Come azienda, abbiamo una lunga storia di lavoro attraverso situazioni economiche e politiche difficili e in evoluzione. Fare affari in Europa da molti anni significa anche essere in una buona posizione per adattarsi ai cambiamenti", ha commentato Andy Long.

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 FrXion® 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

Green revolution

Parola ai “virtuosi” del running.
Agli organizzatori di alcune gare
podistiche italiane 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.

Dopo i primi quattro intervistati della prima puntata che trovate sul numero 5 di *Running Magazine*, ecco le risposte di altri due protagonisti. Altri interventi troveranno spazio sulle prossime pubblicazioni.

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?



Elena Veronesi,
general
manager
Trieste Running
Festival

TRIESTE RUNNING FESTIVAL

1. Da quest’anno abbiamo adottato i bicchieri in plastica biodegradabile nei ristori, in accordo con AcegasApsAmga, nostro partner, con cui già da anni abbiamo avviato anche una raccolta differenziata capillare, lungo il percorso di gara e in tutte le zone interessanti dal nostro evento. Abbiamo inoltre ridotto la carta presente nei pacchi gara, privilegiando sempre più il formato elettronico, una soluzione adottata anche per le iscrizioni e il ritiro del materiale. Lungo il percorso e nella zona dell’arrivo sono state installate anche le fontanelle di acqua di rete, sempre in accordo con AcegasApsAmga, che hanno permesso di eliminare ulteriori bottigliette di plastica dai ristori. Ridotti anche tutti gli spostamenti, riunendo insieme i punti principali dell’evento, tra i quali runner e visitatori si possono spostare a piedi. Per i mezzi di trasporto, che ogni anno portano i partecipanti alle partenze, abbiamo scelto di collaborare con un’azienda che utilizza esclusivamente bus Euro6 e EV, di ultima generazione, nel rispetto dell’ambiente.

2. In parte questo impegno è già presente al Trieste Running Festival, in quanto abbiamo ridotto notevolmente le bottigliette nell’ultima edizione. Abbiamo distribuito l’acqua, come detto, nei bicchieri bio. La rivoluzione in tal senso per noi è già iniziata.

3. Chiaramente stiamo sondando il mercato per avviare partnership in questa direzione. Soluzioni come le bolle o altri materiali, in grado di sostituire la plastica, sono sicuramente una valida alternativa per il futuro. Speriamo di trovare contatti utili in particolare con aziende italiane, per contribuire allo sviluppo economico del nostro Paese e alla diffusione di buone pratiche in tema “green”, qualora ci fossero idee e proposte innovative.



4. Sulla tutela ambientale in realtà lavoriamo ormai da anni. Nel 2014 siamo stati la prima maratona in Europa e la prima manifestazione sportiva in Italia ad aver ottenuto il livello Gold nella certificazione americana rilasciata dal Council for Responsible Sport, rappresentato in Italia da IMQ, che misura e attesta la responsabilità ambientale e sociale degli eventi sportivi. Puntiamo a collaborare sempre più con aziende che producono materiale bio e allo stesso tempo funzionale per gli atleti. Ci impegneremo ancora a eliminare la carta e la plastica, ma soprattutto punteremo alla sensibilizzazione dei ragazzi, sul tema del rispetto per l’ambiente e la promozione della raccolta differenziata. Il Trieste Running Festival, ricordo, comprende anche la Miramar Young, che coinvolge ogni anno 2mila bambini. Rafforzeremo ulteriormente le campagne informative dirette ai giovani, che diventeranno in futuro adulti consapevoli.

MARATONA DI VERONA E GENSAN GIULIETTA&ROMEO HALF MARATHON



Matteo Bortolaso,
Presidente asd
Gaac 2007 Verona
Marathon

1. Nel nostro piccolo abbiamo limitato al massimo l'utilizzo di bottigliette di plastica e dei tappi delle medesime, ancora più pericolosi e invadenti. I nostri punti di ristoro sono assistiti da pozzetti attrezzati che attingono all'acquedotto veronese e quindi permettono la distribuzione di acqua assolutamente controllata in quantità illimitata. Quindi serviamo l'acqua ai ristori in bicchieri di plastica biodegradabile.

2. Certo ora il confine è quello del bicchiere che, se possibile, dovrebbe essere di carta riciclabile. I bicchieri sono un po' più scomodi delle bottigliette per il corridore, ma sono molto giustificabili. Il risparmio oltre che di plastica è anche di trasporto, perché non siamo costretti a spostare migliaia di bottigliette a loro volta confezionate su pallet e con plastica termoretraibile. Non c'è nemmeno il rischio di rimanere senza

(vedi Stramilano competitiva 2019).

3. Il nostro modello è stata la maratona di Berlino, dove peraltro abbiamo notato delle condizioni igieniche abbastanza discutibili. L'acqua sversata dall'acquedotto fluiva in grandi tinozze dalle quali veniva estratta con caraffe bagnando ampiamente mani e tute degli operatori. Tra l'altro nell'edizione che abbiamo visto pioveva pure, per cui le tinozze erano ricche di acqua di vario tipo. Comunque no plastica.

4. Il modello vincente per quanto ci riguarda sarebbe continuare a utilizzare l'acqua pubblica dell'acquedotto veronese con bicchieri di carta totalmente riciclabile, preservando così sia l'ambiente che le condizioni igieniche.



WHATEVER YOUR

+ Swiss Engineering

The new Cloudsurfer. Run on clouds.

RUNNER PROFILE

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



MISSION

on-running.com - info@sportalliance.it



no



La sostenibilità appassiona gli italiani

A Milano il quinto osservatorio nazionale promosso da LifeGate.
Presentati i risultati dell'indagine annuale
sui comportamenti di consumo e acquisto della popolazione

_ DI PAOLA BRAZIOLI

Il tema è certamente tra quelli che appassiano. Sostenibilità, ecologia, ambientalismo, green: parole che rimandano tutte a un concetto, quello del cambiamento, e che muovono sempre più le coscienze di cittadini, aziende e istituzioni. Cresce infatti la percentuale di italiani attenti ai temi della sostenibilità, 10% in più rispetto al 2018. È quanto emerso dal 5° Osservatorio nazionale sullo stile di vita sostenibile, indagine annuale realizzata da LifeGate in collaborazione con Eumetra MR per fornire una fotografia dell'Italia che cambia. I risultati dell'indagine, realizzata su un campione di 800 individui rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne, sono stati illustrati lo scorso 27 marzo in sala Buzzati a Milano alla presenza del Sindaco di Milano Beppe Sala. Presenti anche personalità e referenti di aziende virtuose dal punto di vista green, che coi loro interventi hanno contribuito a fornire una fotografia dell'Italia che evolve. "Il tema della sostenibilità è sempre più forte e occupa ormai una dimensione globale capace di influire e modificare la vita delle persone" - esordisce Enea Roveda, ceo di LifeGate durante il suo intervento di apertura - "Un tema che rappresenta il presente e il futuro di persone e imprese. Per Renato Mannheimer di Eumetra MR "la sostenibilità non è un trend o il frutto della crisi economica, bensì un fattore di crescita e competitività, come si vede nei bilanci delle imprese che investono in sostenibilità ambientale. Parliamo di un vero e proprio cambiamento culturale, di un interesse che si è consolidato nell'ultimo anno".

SEMPRE PIÙ APPASSIONATI AL TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ: CONOSCENZA, ATTEGGIAMENTO, COMPORTAMENTO

I dati della ricerca hanno rilevato come siano 34 milioni gli italiani appassionati e interessati al tema. Tra questi coloro che mostrano il maggior interesse sono soprattutto donne con un'età compresa tra i 35-54 anni, diplomate o laureate, professionalmente attive. In quanto a conoscenza, il 32% della popolazione ha piena comprensione della sostenibilità: il 43% conosce il termine "energia rinnovabile", il 38% "alimentazione sostenibile", il 30% "città sostenibile", il 25% il turismo, il 23% la "mobilità sostenibile" e il 19% "investimenti sostenibili". La plastica è considerato un tema cruciale per l'89% degli italiani che si dimostra sensibile sull'impatto di questo materiale nei mari e il 97% del campione intervistato crede sia necessario attivare azioni che ne limitino l'utilizzo. Un atteggiamento sensibile che si traduce in comportamenti virtuosi: il 92% dichiara di fare sempre la raccolta differenziata, il 77% di utilizzare elettrodomestici a basso consumo, il 34% di consumare alimenti biologici e il 17% di utilizzare capi di abbigliamento sostenibili.

ABITUDINI DI ACQUISTO

Lo stile di vita sostenibile si riflette anche sugli acquisti degli ita-

liani. Abbiamo infatti il 47% del campione che sceglie energia rinnovabile, con un incremento del 16%, il 79% è disposto a preferire lampadine a Led, il 52% prodotti bio e il 23% auto ibride o elettriche, anche se il costo dovesse essere maggiore. Cresce anche l'attenzione verso le vacanze sostenibili, con 8,1 milioni di italiani che affermano di acquistare pacchetti viaggio responsabili, con una crescita del 16% dal 2018. Per gli italiani anche gli investimenti sostenibili sono diventati importanti. Ben l'88% del campione dichiara che a parità di rendimento li sceglierebbe rispetto a quelli tradizionali e il 71% farebbe questo tipo di investimento anche se avesse un rendimento inferiore.

LA CASA, LA CITTÀ, L'AZIENDA DEL FUTURO

Per il 73% degli intervistati la casa del futuro è costruita con materiali naturali, per il 70% è efficiente dal punto di vista energetico e per il 68% è predisposta per un'autoproduzione alimentare ed energetica. La città da affidare alle future generazioni dovrà essere per il 32% più ricca di aree verdi, per il 31% dovrà prevedere maggiori collegamenti tra centro e periferie e per il 28% scegliere la riqualificazione di edifici esistenti. Un'azienda è considerata sostenibile se è attenta ai diritti dei lavoratori (95%), usa responsabilmente le risorse (91%), controlla la filiera (90%).



LifeGate, investimento sostenibile

Nasce nel 2000 dall'esperienza della famiglia Roveda maturata negli anni '80 con Fattoria Scaldasole, la prima azienda a entrare in grande distribuzione con un prodotto biologico. L'obiettivo, fin da allora, è stato promuovere un mondo sostenibile dove la circolarità è il futuro con un approccio più consapevole per ridefinire il progresso tenendo conto degli indicatori ambientali, sociali ed economici. LifeGate è una società benefit che conta su una community di oltre 5 milioni di persone. LifeGate, attraverso il proprio media network, fornisce alle persone informazioni e strumenti concreti per dare loro la possibilità di abbracciare la sostenibilità in ogni scelta quotidiana e per diventare protagonisti di una nuova società. LifeGate dà l'opportunità a tutti di scegliere per la propria casa energia rinnovabile italiana, per i propri risparmi un fondo comune d'investimento sostenibile a impatto, per i propri viaggi delle esperienze responsabili.

lifegate.it

NUMERI

34 milioni
interessati
al tema
sostenibilità

92%
dichiara di
fare la raccolta
differenziata

77%
utilizza
elettrodomestici
a basso consumo

34%
consuma
alimenti biologici

17%
utilizza capi di
abbigliamento
sostenibili

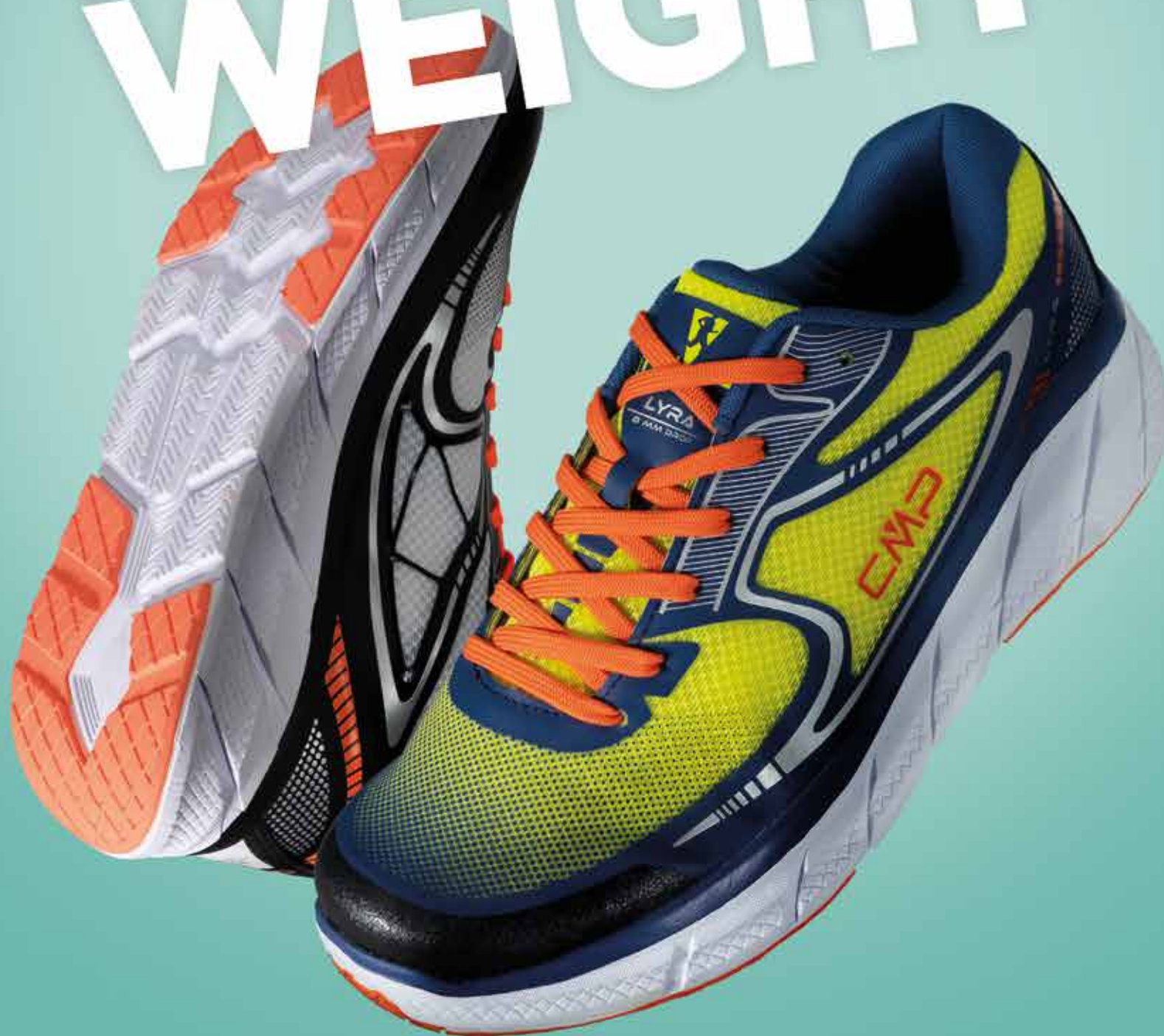
47%
sceglie l'energia
rinnovabile

89%
considera
la plastica un tema
cruciale

8,1%
milioni scelgono
vacanze sostenibili

The CMP logo is located in the top right corner. It consists of the letters 'CMP' in a white, bold, sans-serif font, with a small red triangle positioned above the letter 'P'. The logo is set against a solid black rectangular background.

EVEN MORE
CUSHIONING
EVEN LESS
WEIGHT



New LYRA MAXI

The ultimate running experience. Improved.

Lyra Maxi è la nuova **scarpa running "on road"** super ammortizzata, l'ideale per chi cerca comfort assoluto anche dopo tanti chilometri. Disegnata con tecnologia **"Pro&Pro"** (PROtezione & PROpulsione), garantisce un elevato livello di assorbimento degli urti con l'asfalto e al contempo massimizza l'efficienza della rullata in avanti.


250gr
WEIGHT size #42


8mm
DROP

    share your #timefor

www.cmport.com



Non c'è integrazione senza nutrizione

In occasione di Rimini Wellness abbiamo visitato lo stand di ProAction e parlato con Luca della Regina sulle strategie di marketing del brand. Presente anche il pugile Clemente Russo con il suo progetto da Guinness dei primati

_ DI SARA CANALI

ProAction non si ferma mai, proprio come Clemente Russo, il pugile scelto dal brand per rappresentare la propria immagine. Ed è davvero così, un sodalizio perfetto tra le parti. Clemente vuole arrivare a Tokyo per disputare la sua quarta Olimpiade ed essere così il primo atleta al mondo a riuscire nell'impresa. "La vita funziona per obiettivi, me li do sempre anche io ed è ciò che mi dà sempre la forza", racconta il pugile. "Comincio a fare un progetto e quello che mi differenzia dagli altri atleti è che, mentre sto costruendo l'Olimpiade del 2020 sto già pensando a cosa farò nel 2021. Forse rischio di perdermi l'attimo, ma oggi ho sviluppato una consapevolezza tale per cui so che se una cosa mi sta rubando troppe energie la accantono". Una figura forte, determinata e d'immagine impattante per un brand che da anni si dedica all'integrazione come mezzo per migliorare performance e stile di vita. Alla kermesse di Rimini ProAction si è presentato con tre novità: Amino Essential, a base di aminoacidi essenziali, Protein Nutra Whey Hydro, il nuovo integratore proteico a base di proteine parzialmente idrolizzate direttamente da latte, con aggiunta di vitamina B6 e infine con Active Joints, un integratore alimentare liquido con artiglio del diavolo e vitamina C. Sulle nuove strategie di marketing invece è stato Luca della Regina, direttore marketing del brand, a farci una panoramica.

Su cosa si basa la collaborazione con Clemente Russo?

"Clemente ha dimostrato di essere una persona forte dentro e fuori dal ring, quindi anche nella vita di tutti i giorni. La sua autorevolezza come sportivo e personaggio pubblico fa vedere una bella immagine di una persona che è arrivata ed è riuscita a portare la sua irruenza positiva davanti a tutti. Ci piace per il segnale positivo che dà, perché è un vincente, perché vuole sempre rimettersi in discussione e in gioco".

È così anche ProAction?

Assolutamente sì. Stiamo facendo questo progetto con lui che parte da una sua frase: "Mi dicono che sono vecchio: forza giovani, venite a farmi vedere che sono vecchio". È un bel modo per avvicinare le persone e coloro che si mettono in sfida con sé stessi. Noi stessi come ProAction ci mettiamo in gioco tutti i giorni. Il nostro cliente deve essere osservato, seguito. Dobbiamo cercarlo noi e dare a lui quello che chiede in base alla sua preparazione, il suo sport. In un mercato così vasto, noi riusciamo anno dopo anno a chiudere con il segno più davanti.

Qual è l'aspetto più difficile da comunicare per voi?

Viviamo in un mondo di tuttologi dove spesso la scientificità di un prodotto che arriva da due anni di ricerca fatto da più persone,

viene messa in discussione. Siamo una delle pochissime aziende in Italia che hanno ricerca e sviluppo interna e questo è un investimento molto forte: vuol dire che ci sono nutrizionisti, medici, ricercatori, personal trainer che lavorano in esclusiva per l'azienda.

Come ripaga questo investimento?

Col fatto che usciamo sul mercato con formule innovative e non copia e incolla di un'altra azienda. C'è il rischio di non trovare subito risposta dal mercato perché magari qualcosa di diverso non viene capito subito. L'anno scorso abbiamo vinto un premio importantissimo a Cosmofarma nella sezione "integratori alimentari generali". È un premio riconosciuto da una giuria composta da farmacisti italiani. Hanno reputato la nostra formula importante e vincente.



NOVITÀ 2019



Amino Essential Advanced Formula Con Recormax

Integratore in polvere (in pratiche bustine) a base di aminoacidi essenziali con aggiunta di Recormax. Il prodotto contribuisce al fabbisogno proteico-azotato ed è particolarmente indicato per integrare la dieta dello sportivo. Contiene inoltre Recormax, una miscela di estratti secchi di melograno, che grazie alla sua attività antiossidante è di supporto nel contrastare lo stress ossidativo, processo presente nei soggetti che praticano attività sportiva intensa, e di rodiola, che grazie al suo effetto tonico aiuta a supportare la stanchezza fisica e mentale. Il prodotto, senza glutine e senza lattosio, è rivolto agli sportivi che necessitano di un recupero ottimale dopo l'allenamento e alle persone attive che seguono una dieta finalizzata all'incremento e mantenimento del tono muscolare.

NOVITÀ 2019

Protein Nutra Whey Hydro

Il nuovo esclusivo integratore proteico a base di proteine parzialmente idrolizzate direttamente da latte, con aggiunta di vitamina B6. Prodotto derivante da filiera estremamente controllata, con lavorazione ridotta per garantire una proteina di primissima qualità e dalle caratteristiche organolettiche superiori. Il prodotto – senza glutine – è rivolto agli sportivi che seguono una dieta finalizzata all'incremento e alla definizione della massa muscolare, per il recupero negli sport di lunga durata e alle persone attive che seguono una dieta finalizzata al mantenimento del tono muscolare.



Active Joints

Active Joints è un integratore alimentare liquido con artiglio del diavolo, pianta utile per la funzionalità articolare; con vitamina C, che contribuisce alla normale formazione del collagene per la normale funzione delle cartilagini e rame, necessario per il mantenimento di tessuti connettivi normali. Arricchito con Mobilee.



Come sta cambiando la percezione del consumatore sull'integrazione?

Far recepire il ruolo dell'integrazione è la parte più difficile. Come dicevo, ci si muove per trend che spesso mettono anche in discussione la ricerca scientifica. Il nostro obiettivo è andare dalle persone per smentire le false convinzioni.

E come?

Facciamo attività on field. Molti degli eventi che creiamo sono accompagnati da un nutrizionista, un biologo o uno dei nostri dottori impegnati nella ricerca e sviluppo allo stand o presso il punto in cui ci troviamo ad esporre. Oppure organizziamo delle Academy per unire la tecnicità dello sport a quella dell'integrazione.

Lì arriva lo sportivo. Per i non sportivi?

Organizziamo delle serate informative in farmacia, sono degli eventi gratuiti aperti a tutti. Ora stiamo cominciando ad organizzare questi incontri in sale comunali o spazi più ampi perché non ci si stava più all'interno delle farmacie. Quest'anno abbiamo fatto serate anche in comuni molto piccoli con sale gremite di 300 persone interessate, da ragazzine di 13 anni accompagnate dai genitori a persone di 60/70 anni.

Di cosa si parla in questi incontri?

Parliamo di nutrizione, mettendo insieme alimentazione e integrazione. Non può esistere una senza l'altra. Prima bisogna spiegare cosa sono i carboidrati, le proteine, come funziona il nostro corpo nell'arco di una giornata, il consumo energetico e di calorie di una persona normale. Poi arriva la domanda "come ci si integra?".

Qual è l'obiettivo?

La volontà è quella di arrivare a tutti e far capire che fare movimento è importante. Vedere lo sport in chiave Lifestyle, ovvero un modo più legato allo stare bene che alla performance.

Progetti per il 2020?

Vorremmo organizzare dei tour in farmacie e centri sportivi dove andare a coinvolgere le persone facendo capire loro come muoversi e come mangiare, dando una serie di consigli generali ed infarinature per tutti. Nel 2020 continueremo con queste serate, un'ora e mezza con un professionista che parla e un'ora e mezza di domande che ci fanno capire quanto ancora c'è da lavorare.



Theragun spiegato dal suo inventore

Intervista al californiano Jason Wersland che nel 2008, dopo essere stato vittima di un incidente motociclistico, trova nella terapia a percussione la soluzione ai suoi dolori

_ DI TATIANA BERTERA

Ci sono voluti anni a Jason Wersland per perfezionare e rendere accessibile a tutti l'utilizzo di Theragun, dispositivo progettato per attutire i dolori muscolari dovuti all'attività sportiva e alla postura scorretta, ma utile anche nel recupero post trauma. Abbiamo approfondito con lui come è nata e come si è sviluppata l'idea.

Come ti è venuta l'idea di inventare Theragun?

Ho fondato Theragun nel 2008 dopo un grave incidente motociclistico. L'idea mi è venuta per necessità, poiché mi è rimasto un dolore costante e debilitante. Per curare i miei dolori, ho cercato un dispositivo portatile per fornire un sollievo muscolare profondo, ma non sono riuscito a trovarne uno sul mercato. Di conseguenza, ho realizzato qualcosa per me stesso e ha funzionato. Ha funzionato meglio di come avrei potuto immaginare. Ho poi trascorso i successivi otto anni a sviluppare e perfezionare cinque diverse versioni che hanno portato al nostro primo lancio al pubblico con il G1 nel 2016.

Da che know-how sei partito per la progettazione?

Ho iniziato il processo di progettazione per necessità. Avevo bisogno di riportare la mia salute e il mio benessere nelle mie mani, poiché non ottenevo i risultati, il sollievo e gli esiti di cui avevo bisogno, dalla sola terapia e dai trattamenti tradizionali. Questo mi ha portato ad avviare un processo per realizzare il mio dispositivo. Quando divenne chiaro che stava funzionando per gli altri e anche in modi che non mi aspettavo, mi resi conto di essere incappato in qualcosa di più grande di quanto pensassi.

Con chi hai collaborato fin dall'inizio?

All'inizio, ho usato lo strumento sui pazienti nella mia clinica per aiutare ad alleviare i loro dolori e i loro problemi di movimento. Nel 2013 ho iniziato a usare il Theragun su atleti professionisti e celebrità per sciogliere i loro tessuti e attivare il loro sistema nervoso. Oggi lavoriamo con persone comuni, celebrità e atleti di alto livello in tutto il mondo.

Su cosa si basa la terapia a percussione?

La terapia percussiva è il nome che abbiamo dato al movimento profondo e rapido nel tessuto muscolare. La terapia a percussione sovrascrive i segnali del dolore al cervello, aumenta il calore nel tessuto e rilascia la tensione. Lo fa attraverso una combinazione di ampiezza a una frequenza calibrata scientificamente. La terapia percussiva ha una varietà di benefici tra cui ridurre notevolmente il dolore in pochi secondi, aumentando la mobilità e la gamma di movimento, accrescere il flusso di sangue all'area riducendo il dolore e la tensione. Può aiutare ad accelerare la riparazione e la crescita dei tessuti.

In Italia esiste per ora solo un professionista formato per l'utilizzo di Theragun. Quanti ce ne sono nel mondo e dove si trovano principalmente? Prospettive per l'Italia?

La persona che abbiamo considerato un master trainer è stata istruita su come insegnare agli altri il nostro prodotto. Ci sono in realtà molti altri professionisti certificati che usano Theragun in Italia, tuttavia, non hanno l'approvazione di Theragun per insegnare agli altri.

Che tipo di situazioni fisiche può risolvere?

Abbiamo trattato con successo la tensione muscolare e il dolore, la sindrome della banda ileotibiale, dolore alla spalla, dolore alla schiena, dolore al ginocchio, gomito del tennista, tunnel carpale, fascite plantare e altro. Al di là di queste situazioni fisiche, lo scopo di The-

ragun è di aiutare le persone a riconnettersi con i loro corpi. I nostri dispositivi mettono letteralmente il recupero e il sollievo dal dolore nelle mani di chi lo usa. Che tu sia una mamma casalinga o un atleta professionista, Theragun è per tutti.

Può essere usato anche in caso di infortuni?

Theragun è ottimo per lesioni acute e distorsioni, stiramenti di muscoli e articolazioni. È anche ideale per la riabilitazione post-operatoria perché riduce il dolore e aumenta la libertà di movimento, entrambi molto importanti per chi ha subito un intervento chirurgico.

Può essere paragonato a qualche altro dispositivo o terapia manuale?

Theragun è l'originale dispositivo a terapia percussiva palmare gold standard. È importante che le persone sappiano che c'è una differenza tra vibrazione e percussione. Il corpo risponde in modo diverso per ciascuna persona. Theragun ha aperto la strada alla terapia percussiva, una modalità di recupero e attivazione del corpo più profonda ed efficace. Siamo orgogliosi di avere i più alti standard di qualità e di lavorare da anni per la costante innovazione e ricerca. La nostra combinazione unica di ampiezza e frequenza, rende il Theragun più efficace nel migliorare il movimento e favorire il recupero rispetto a qualsiasi altro dispositivo disponibile.

G3PRO - G3 - LIV

Tre modelli per ogni esigenza

"Quando abbiamo progettato ciascuno dei nuovi prodotti Theragun, avevamo bene in mente i nostri clienti. Ogni dispositivo soddisfa esigenze specifiche offrendo a tutti l'opportunità di avere il giusto Theragun".

G3PRO è il prodotto di punta più potente, progettato per un trattamento muscolare profondo personalizzato che allevia il dolore, accelera il processo di recupero e migliora le prestazioni atletiche. Questo dispositivo è ideale per le persone che desiderano il miglior prodotto sul mercato con tutte le funzionalità possibili offerte da Theragun. Viene fornito con sei accessori Pro disponibili e ha due velocità: una velocità di trattamento più potente e una velocità più leggera che viene utilizzata principalmente per le zone dolenti e/o sensibili. Insieme a tutti gli accessori, le due batterie esterne intercambiabili del G3PRO sono fondamentali per gli utenti professionisti che necessitano di utilizzare lo strumento in modo continuativo. Il braccio regolabile offre l'ergonomia più confortevole sul mercato. Questo abbinamento con il multi-grip lo rende il dispositivo ideale per un uso prolungato nel tempo.

G3 ha tutte le caratteristiche principali del G3PRO e offre l'esperienza Theragun più silenziosa di tutte. Fornisce la forza necessaria per un'esperienza muscolare profonda. Il G3 ha una batteria integrata, viene fornito con quattro accessori Pro (compatibili con quelli del G3PRO) e due velocità. Come tutti i dispositivi Theragun, il G3 ha una comoda impugnatura ergonomica. È perfetto per le persone che sono alla ricerca di una soluzione moderna per la guarigione di tutto il corpo, sollievo dal dolore, recupero e miglioramento delle prestazioni.

LIV è il dispositivo più leggero e portatile. È una soluzione di terapia percussiva semplice, facile e trasportabile ovunque, per alleviare la tensione di tutti i giorni. Liv offre il trattamento di 16 mm di ampiezza e una sola velocità di facile utilizzo a 40 percussioni al secondo: tutto ciò che gli utenti devono fare è accenderlo e sono subito più vicini a provare sollievo. Liv è dotato di due accessori unici, ha un design ergonomico multi-grip e una batteria integrata. Il tutto è perfetto per chi vuole alleviare la tensione e recuperare in modo semplice, facile e in movimento.



Dall'alto, il californiano Jason Wersland

Sotto, il modello Theragun G3



La novità del Tor des Géants

Favorevoli o contrari alla scelta della manifestazione di ridurre al minimo il materiale obbligatorio?

Dopo le prime interviste a Franco Collè e Marco De Gasperi, il parere di altri esperti di corsa in montagna. La parola a Simone Brogioni e Emelie Forsberg

_ DI KAREN POZZI

Sullo scorso numero di *Running Magazine* avevamo trattato il caldo argomento relativo al materiale obbligatorio ridotto al minimo al Tor des Géants. Era emerso che il motivo principale alla base di questa scelta è la volontà 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 senza comprenderne l'importanza. Secondo noi questo atteggiamento è un grande rischio e deve cambiare”. Questo ci aveva dichiarato Alessandra Nicoletti, presidente dell'associazione VDA Trailers e organizzatrice del Tor des Géants.

Una scelta all'insegna dell'autoconsapevolezza: l'atleta dovrebbe comportarsi nello stesso modo di quando si prepara per un'escursione individuale dove deve valutare da solo la situazione. Un argomento che crea inevitabilmente dei pareri favorevoli o contrari. Per questo motivo avevamo deciso di intervistare a riguardo due icone del trail running nonché organizzatori di gare: Franco Collè e Marco De Gasperi. Dalle loro interviste era emerso che nel resto del mondo molte gare hanno da sempre attuato questa modalità di lasciar libero l'atleta di scegliere cosa portare in gara. Entrambi si sono dichiarati concordi con il fine del cambio di rotta del TOR ma con alcuni accorgimenti.

Quanto emerso nel numero precedente ci ha spinti a sentire altri pareri. Abbiamo per questo intervistato Simone Brogioni, organizzatore della Lavaredo Ultra Trail, un'altra delle gare più importanti in Italia conosciuta a livello internazionale e Emelie Forsberg, atleta professionista ed esperta di gare di corsa in montagna.



EMELIE FORSBERG - BIO

*Skyrunner e scialpinista con diverse vittorie alle spalle in queste discipline.
Compagna di vita di Kilian Jornet*

Sei d'accordo o meno con la scelta del TOR? Perché?

Sono d'accordo! Abbiamo fatto la stessa scelta per la nostra gara, la Tromsø Skyrace. È importante che le persone che decidono di partecipare a una gara di questo tipo siano consapevoli di dove stanno andando e cosa devono affrontare.

Hai corso in tutto il mondo, ti è capitato spesso di avere restrizioni legate al materiale o no?

Sì, è una cosa molto comune.

Da professionista tu preferisci essere libera di scegliere?

Sì, preferisco essere libera di scegliere.

Quali conseguenze potrebbe avere invece su un amatore?

Penso che possa essere molto utile fornire una guida e dei consigli a chi ha meno esperienza, alla fine a fare la differenza sostanziale è proprio quest'ultima.



SIMONE BROGIONI - BIO

*Fiorentino di origine e residente da quattro anni sulle Dolomiti, ad Auronzo di Cadore.
Organizza dal 2007 la Lavaredo Ultra Trail e da due anni l'Ecotrail Florence, eventi nei quali ricopre il ruolo di direttore di gara.
Fondatore della rivista Spirito Trail e rappresentante degli organizzatori italiani per conto di ITRA, International Trail Running Association*



In qualità di organizzatore di gara, conosci bene le dinamiche in ambito di sicurezza. Come interpreti la scelta del TOR?

Credo che con questa nuova strada il Tor voglia trasmettere agli iscritti una maggior responsabilizzazione: l'organizzazione non è una balia che deve star dietro agli atleti passo dopo passo, ma ognuno in gara è e deve essere responsabile di se stesso.

Sei d'accordo o meno con la scelta del Tor des Géants? Perché?

È una scelta innovativa e coraggiosa, ancorché audace: la legge lascia infatti spazio a mille interpretazioni, per cui non esiste una verità assoluta e ogni organizzatore deve cercare di tutelarsi al meglio. Personalmente ci siamo affidati a degli avvocati che ci hanno sempre indicato la stessa linea di condotta: "Cercate di fare tutto il possibile per evitare incidenti". In quest'ottica non credo che lasciare la totale responsabilità all'atleta sia la via meno rischiosa per l'organizzazione. Questa scelta avrà senz'altro conseguenze positive sugli atleti perché, come detto, porterà ad una loro maggior responsabilizzazione, e questo è un messaggio pedagogico importante per uno sport come il trail running. È chiaro che l'organizzazione dovrà sobbarcarsi un rischio maggiore, per questo ho parlato di scelta coraggiosa.

Come gestite la questione materiale obbligatorio alla LUT? Come vi tutelate a livello legale?

Alla Lavaredo Ultra Trail effettuiamo un controllo materiale pre-gara con un fine più che altro educativo, nonostante esista anche l'aspetto “punitivo” per chi non ottempera al regolamento. Il materiale obbligatorio richiesto è quello comune a molte gare di alta montagna, e si concentra soprattutto sull'abbigliamento pesante per scongiurare pericoli di ipotermia e sulla scorta idrica per evitare il problema della disidratazione. La richiesta e il controllo del materiale obbligatorio, unitamente ad altro materiale consigliato, ci porta nella direzione dettata dai nostri legali di fare tutto il possibile per evitare incidenti.

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

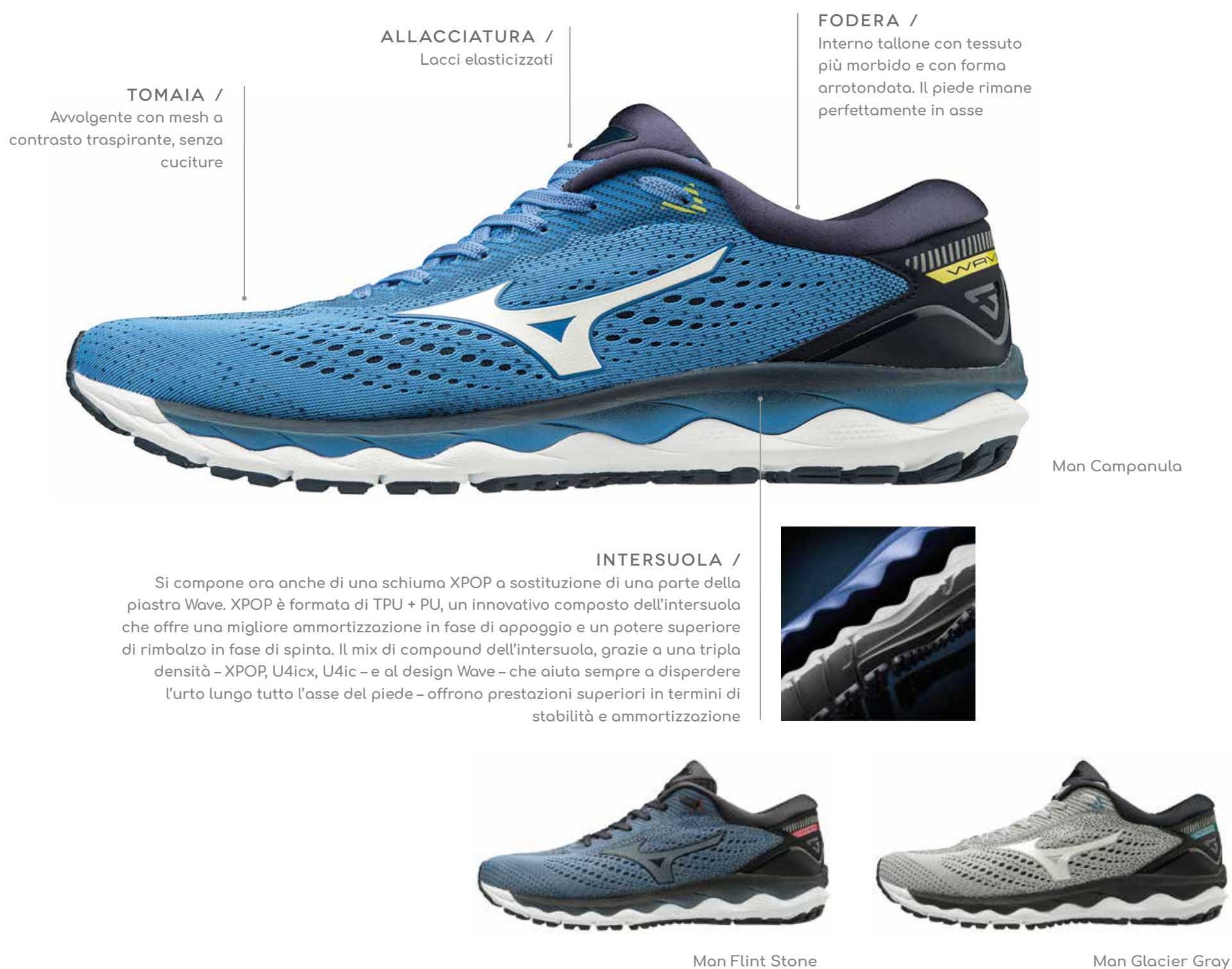
L'organizzatore è il primo “parafulmine” in caso di incidente in gara, per cui è naturale che la sua responsabilità sia grande. Se ha fatto tutto il possibile come abbiamo detto sopra, allora il rischio a livello legale è basso; certo che in caso di processo il tutto va dimostrato, e comunque l'avvio di un procedimento legale è sempre un macigno che pesa a livello economico e morale. Proprio quest'ultimo aspetto è quello che traspare in maniera minore nelle tristi vicende che purtroppo possono capitare durante una gara trail, ma credo sia un segno che rimane indelebile per chiunque abbia una coscienza.

E nel ruolo di atleta, cosa preferiresti?

Da atleta vorrei poter correre sotto la mia completa responsabilità, con il materiale che scelgo io, esattamente come facciamo tutti quando partiamo per una corsa o una gita in montagna. Ma una cosa è la volontà personale, un'altra è la legge, che purtroppo in Italia non permette questo comportamento logico che dovrebbe essere invece la norma.



MIZUNO WAVE SKY 3



TOMAIA /

Avvolgente con mesh a contrasto traspirante, senza cuciture

ALLACCIATURA /

Lacci elasticizzati

FODERA /

Interno tallone con tessuto più morbido e con forma arrotondata. Il piede rimane perfettamente in asse

INTERSUOLA /

Si compone ora anche di una schiuma XPOP a sostituzione di una parte della piastra Wave. XPOP è formata di TPU + PU, un innovativo composto dell'intersuola che offre una migliore ammortizzazione in fase di appoggio e un potere superiore di rimbalzo in fase di spinta. Il mix di compound dell'intersuola, grazie a una tripla densità - XPOP, U4icx, U4ic - e al design Wave - che aiuta sempre a disperdere l'urto lungo tutto l'asse del piede - offrono prestazioni superiori in termini di stabilità e ammortizzazione



Man Campanula

Man Flint Stone

Man Glacier Gray

INFORMAZIONI DI BASE

DISCIPLINA /

Road running

TARGET /

La nuova Mizuno Wave Sky 3 è perfetta per i corridori che percorrono chilometraggi elevati e che desiderano una sensazione di galleggiamento e un'ottima ammortizzazione sotto i piedi durante la corsa

PER / Uomo - Donna

COLLEZIONE /

FW 2019

PESO /

320 g uomo - 275 g donna

DIFFERENZIALE /

10 mm

MISURE (US)

Uomo: 7-13, 14, 15 US - Donna: 6 - 10 US

COLORI /

Uomo: Campanula, Flint Stone, Glacier Gray

Donna: Bright Rose, Glacier Gray

I TRE PUNTI DI FORZA /

1. Ammortizzazione

2. Reattività

3. Stabilità

PREZZO CONSIGLIATO /

175 euro



ALTRE CARATTERISTICHE /

Dettagli riflettenti, puntale a scomparsa, rivestimento interno più morbido



Woman Purple

SUOLA /

Suola Mizuno totalmente ridisegnata ora con maggiori scanalature, per un appoggio più comodo e una piacevole esperienza di corsa



Woman Bright Rose



Woman Glacier Gray

COMUNICAZIONE E MARKETING

PRESENTAZIONE - La Mizuno Wave Sky 3 è stata presentata in anteprima il 2 giugno alla Cortina Dobbiaco Run, gara internazionale di 30 km lungo la vecchia ferrovia che collegava in passato Cortina d'Ampezzo con Dobbiaco. L'azienda era presente nell'area expo di Dobbiaco, a disposizione di tutti i runner che hanno voluto scoprire la nuova scarpa per testarla in esclusiva. Un servizio di 6 minuti sulla gara, con un focus sulla presentazione delle Wave Sky 3, è andato in onda su Sky Sport Arena e Sky Sport Uno per un totale di 8 passaggi, tra il 17 e il 23 giugno.

PROMOZIONE - Per la Wave Sky 3, Mizuno ha previsto una pianificazione media su riviste specializzate e non, supportata da un'attività intensiva di comunicazione. Giornalisti e tester esperti del settore avranno la possibilità di testare sul campo il nuovo modello della casa giapponese. La pianificazione social media, i relativi contenuti di comunicazione sulla nuova Wave Sky 3 e il rivoluzionario Foam Wave sono stati condivisi con tutti i retail che hanno acquistato il prodotto.

TEST - L'azienda ha omaggiato un totale di 1.000 paia di scarpe a negozi tecnici selezionati su tutto il territorio italiano; i negozianti hanno avuto la possibilità di testare di persona il nuovo modello e sono stati formati dagli esperti



di prodotto Mizuno sulle caratteristiche tecniche della scarpa.

MIZUNO DAY - Sarà possibile provare la nuova Wave Sky 3 durante i Mizuno Day organizzati presso i negozianti specializzati running selezionati dall'azienda. Quaranta giornate in tutto in cui i clienti potranno chiedere maggiori informazioni ai promoter Mizuno e provare a correre con il nuovo modello su tapis roulant o in sessioni di allenamento collettivo organizzate.

MATERIALE POP - La nuova Wave Sky 3 sarà presentata nei negozi tecnici su espositori autoportanti con grafica dedicata.

DISTRIBUITO DA /

Mizuno Italia Srl

011.3494811

info@mizuno.it



Quando il running incontra il walking



Nato quasi 31 anni fa, Il Maratoneta Sport di Siena è il punto di riferimento per tutti gli appassionati di corsa ma non solo. Qui anche i camminatori trovano il loro spazio, coniugando l'attività fisica con la socializzazione, alla scoperta di zone inedite della città

_ DI CRISTINA TURINI

In tempi non sospetti, Leonardo Nannizzi, fondatore e socio del negozio, ha ideato il Siena Urban Running & Walking. Stiamo parlando del 1997, un'epoca in cui, se il running non era ancora decollato, di "walking" proprio non si parlava. Tutto è nato anche grazie all'amicizia con Fulvio Massini, che andava a trovarlo in negozio una volta al mese e, in quell'occasione, si riuniva un gruppo di podisti affezionati che uscivano a correre alla scoperta delle zone più storiche e inedite della città. "A quei tempi non esistevano Facebook o Whatsapp, si lasciavano i volantini nei campi di atletica".

La lungimiranza di Nannizzi è stata premiata perché oggi il Siena Urban Running & Walking è un marchio registrato e conta oltre 120 persone che orbitano intorno al negozio, appassionati podisti, gente di passaggio per lavoro, studenti universitari e turisti. Il format ha scopo inclusivo, con due gruppi seguiti da uno staff, uno di corsa e uno di camminata, che ogni giovedì per sette mesi coniuga l'attività motoria alla scoperta della Siena più sconosciuta e misteriosa. Solo a questi gruppi, infatti, spesso viene riservato l'accesso a luoghi particolari come chiese sconsacrate e altri posti inediti. E poi il passaggio dalle storiche mura e dalle contrade. Il risvolto sociale di questa esperienza non è secondario. Perché il runner cerca amicizia e condivisione. E il 90% dei camminatori che frequentano il gruppo infatti non entrerebbe mai in un negozio specializzato per acquistare scarpe. In questo il negozio gioca un ruolo fondamentale, con un ritorno anche in termini di incremento delle vendite. Abbiamo intervistato il fondatore e socio, Leonardo Nannizzi.

Da che tipo di esperienza lavorativa provieni?

Sono nel commercio dal 1980, quasi 40 anni, e per i primi sette/otto anni ho gestito un bar paninoteca che ho venduto nel 1987.

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

Nel 1988 ho deciso di aprire un negozio specializzato running. Essendo stato atleta dal 1970 (gareggiavo a livello agonistico), ho pensato di trasformare la mia passione in attività lavorativa. In quel periodo storico lo specializzato era una rarità, perché all'epoca i negozi sportivi erano molto generici. Ma da subito il nome "Maratoneta Sport" ha voluto evidenziare l'identità di questo luogo, dando l'esatta definizione alla mia attività commerciale. Diciamo che allora il concetto di running non era molto diffuso, e forse sono stato troppo lungimirante. Per i primi sei anni non è stato affatto facile. Ma dal '95 in poi abbiamo iniziato a raccogliere i frutti.



Da sinistra
Leonardo Nannizzi
con il campione
Gennaro Di Napoli

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

Il commercio, così come il mondo, sono cambiati molto negli ultimi 30 anni. All'inizio in negozio davo consigli su cose che davvero in pochi conoscevano. Ora invece c'è molta conoscenza e ricerca, quello che noi dobbiamo fare è interpretare bene le esigenze delle persone. Chi viene da noi si sente come in famiglia. Molti chiamano il negozio il "tempio", perché due giorni prima di una gara vengono da noi a confessarsi, a sfogare le ansie, e poi due giorni dopo tornano per fare la foto con la medaglia.

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

Esigente, preparato e risparmiatore, perché tutti cercano di avere il miglior prodotto al miglior prezzo.

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

Ultimamente c'è molta meno voglia di correre per ottenere risultati ma c'è più voglia di correre per stare in compagnia, a un passo più lento, per socializzare con allenamenti collettivi e magari concludere con una bevuta insieme. Il runner di un tempo era un solitario, mentre adesso dietro a questo sport c'è un importante risvolto sociale. Molti amatori, quando si rendono conto che non sono professionisti, riescono a divertirsi di più.

Quanto incidono i camminatori sulle vendite?

Molto. Fin da tempi non sospetti. Non a caso nel 1997 è nato il nostro progetto Siena Urban Running & Walking. Abbiamo puntato da subito a creare cultura e conoscenza della scarpa da running anche per chi cammina o, per motivi lavorativi, sta molto in piedi e si muove molto. E poi, naturalmente, anche per il tempo libero. Se gode il piede, gode tutto il fisico e l'assetto della persona. Questo è stato da sempre il nostro pensiero, anche fin da prima dell'avvento dei camminatori. Chi non può permettersi di andare a correre per vari motivi, va a camminare. Direi che i camminatori incidono sulle vendite delle scarpe da running di un buon 30-35%.

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

L'e-commerce è un fenomeno abbastanza devastante, ma anche un problema che noi commercianti da soli non possiamo combattere. Spetta al Governo prendere in mano la situazione e regolamentare le vendite online, dal momento che solo l'offline è penalizzato da tasse e adempimenti. Detto questo, noi specializzati dobbiamo fare il nostro,

SCHEDA IL MARATONETA SPORT

Indirizzo /

Via Camollia 201

Località /

Siena

Telefono / Fax

0577.44277

Facebook /

@siena.ilmaratonetasport

Gestione magazzino /

manuale

Numero sedi / 1

Titolari /

Nannizzi Leonardo,

Rosini Patrizio,

Bellini Alessandro

Nascita del negozio / 1998

Numero vetrine / 3

Mq totali / 170

Mq calzature / 100

Mq abbigliamento / 30

Mq attrezzatura / 40

Discipline trattate /

running e walking

Marchi calzature /

ASICS, Brooks,

Hoka One One, Lizard,

Mizuno, New Balance,

Saucony, 361°, Vibram

Marchi abbigliamento /

ASICS, Gore, Mico,

Mizuno, New Balance,

Newline, Odlo, Saucony,

Under Armour

Marchi attrezzatura /

ASICS, Ethic Sport, Garmin,

Mizuno, NRC occhiali, Polar

Altri servizi /

valutazione posturale,

appoggio del piede, analisi

della corsa (eseguita da

personale specializzato)

creando sinergia con il cliente e fidelizzandolo, consigliando il prodotto migliore, rimanendo sempre a sua disposizione, coinvolgendolo negli eventi. Alla fine noi diventiamo come una famiglia. Questo rapporto lo si può creare solo con la presenza fisica, guardandosi negli occhi con persone che condividono la stessa passione.

Che rapporti hai stretto con le aziende?

Dopo ormai 31 anni di attività e di confronti con direttori commerciali e rappresentanti, con molti di loro si è creato un rapporto di stima reciproca. Le aziende hanno sempre promosso i loro prodotti tramite il mio negozio, anche quando non esistevano ancora le giornate dedicate. Negli anni hanno imparato che il giorno giusto è il giovedì, quando ci sono le uscite del Siena Urban Running & Walking, e possono incontrare direttamente i clienti. Noi nel volantino dell'evento diamo comunicazione dei vari test prodotto.

Con quali la collaborazione è più stimolante / produttiva / efficace?

Un po' con tutte le aziende. La più presente, perché ha un rappresentante molto attivo, è New Balance. Con loro facciamo qualche evento in più. Ma con tutti c'è massimo rispetto.

Quali sono state le principali innovazioni di prodotto nelle ultime stagioni?

I brand riescono a creare scarpe sempre più leggere, senza far mancare la parte ammortizzante e protettiva.

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?

Facciamo sempre molta fatica a vendere l'abbigliamento. Il cliente che cerca il meglio c'è sempre, ma la massa non è molto attenta a questo aspetto. In inverno riusciamo a vendere di più l'intimo sportivo.

E la tecnologia che parte ha?

La tecnologia prima non esisteva, noi veniamo da un'altra epoca. Mentre adesso è la normalità. Alcune ditte, secondo me, hanno un po' perso di vista la loro mission. Un consiglio che posso dare è di ricordarsi anche da dove vengono e come hanno iniziato. Per chi corre il satellitare è basilare. Ma esistono anche persone che, pur facendo attività fisica, non corrono, e a cui basterebbe avere un dispositivo molto più semplice e quindi meno costoso.

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

Il mondo è talmente variabile e schizofrenico! Oggi come oggi è difficile prevedere il futuro. Io credo che il running vedrà sempre di più tre tipologie nette di clienti: l'atleta professionista, la massa degli amatori medi e poi, sempre più in crescita, la massa dei camminatori. Questo le aziende lo hanno capito e, anche per una scarpa da running performante, scelgono colori che vanno incontro a esigenze di abbigliamento più casual.



Il mio negozio è come un tempio

SE VOLETE CORRERE MEGLIO, ABBIATE CURA DEI VOSTRI MUSCOLI!

NEW

FINO A 42% RIDUZIONE DELLE VIBRAZIONI

79% OTTIMIZZAZIONE DEL RITORNO VENOSO

39% RIDUZIONE DEI DOLORI MUSCOLARI IL PRIMO GIORNO

ACCELERA IL VOSTRO RECUPERO | **RIDUCE IL RISCHIO DI LESIONI** | **OTTIMIZZA 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

Diadora e Intersport insieme per #RunWithMe

Intervista doppia a Gelindo Bordin, merchandising & sport marketing director dell'azienda veneta, e Volfango Bondi, general manager del gruppo di cui fa parte Cisalfa, DF Sport Specialist, King Sport&Style e Nencini

— DI MANUELA BARBIERI

Lo scorso 15 maggio si è conclusa la fase di candidatura del web contest #RunWithMe di Diadora, ideato in collaborazione con Intersport. Con più di 350 negozi affiliati, da oltre 20 anni il gruppo è uno dei retailer di riferimento per gli sportivi di tutto il territorio nazionale. Ne fanno parte Cisalfa, DF Sport Specialist, King Sport&Style e Nencini. In attesa di conoscere le dieci coppie vincitrici, ecco la nostra intervista doppia a Gelindo Bordin, merchandising & sport marketing director di Diadora, e Volfango Bondi, general manager di Intersport.

Come Diadora e il Gruppo Intersport si sono scelti per il nuovo contest #RunWithMe?

GELINDO BORDIN: il concorso ha l'obiettivo di parlare e interagire con un consumatore che non è legato alla performance ma al puro piacere di fare sport per rimanere in forma e trovare il proprio benessere fisico e interiore. Per questo motivo il partner ideale per interagire con questo tipo di consumatore è sicuramente il Gruppo Intersport, che parla esattamente ai nostri interlocutori e presidia il territorio italiano in modo capillare.

VOLFANGO BONDI: abbiamo scelto questo progetto perché lo troviamo coerente con il nostro cliente di riferimento e perché siamo rimasti positivamente colpiti dal tono e dai contenuti che Diadora sta utilizzando verso le reali necessità del consumatore. Il tutto realizzato con un'attenzione davvero speciale.

Con questo concorso che obiettivo vi ponete come brand e come gruppo? Quale messaggio volete veicolare?

G. B.: oggi assistiamo continuamente a messaggi sportivi legati a prestazione, competizione e profitto. Diadora ha la volontà di impegnarsi per rispondere alle esigenze di tutti coloro che vivono lo sport come un momento di gioia, per migliorare sé stessi, al di là della performance. Dal 2016 abbiamo iniziato un percorso di storytelling che mira ad avvicinare le persone al mondo della corsa, facendole mettere in gioco e stimolandole a vivere esperienze uniche. Dalla condivisione della staffetta più lunga del mondo per consegnare un paio di scarpe, alla grande sfida personale di correre la Maratona di NYC, passiamo oggi con #RunWithMe a partecipare insieme a un viaggio da sogno dove uno sportivo ha l'arduo compito di coinvolgere un amico pigro. Grazie a questi progetti trasmettiamo la visione che Diadora ha dello sport. L'esclusività di questo progetto, che non si basa sul solo scopo di vendita ma sul coinvolgimento del consumatore nel sistema valoriale di Diadora, mira a creare una forte distintività del brand sul mercato, facendo vivere al consumatore esperienze vere e uniche.

V. B.: oggi più che mai i consumatori sono affamati di esperienze autentiche, uniche e dal grande valore emozionale. Non dimentichiamo che nel nostro mercato Diadora rappresenta un'eccellenza italiana. Quando Diadora ci ha proposto di lavorare insieme per rispondere a temi come gioia per lo sport, aggregazione e sfide personali, non potevamo fare altro che "salire on board".

Quanto conta per entrambe le realtà entrare in contatto con chi ancora runner non è?

G. B.: il mondo del running in Italia si arricchisce quotidianamente di nuovi attori che scoprono la specialità della corsa a volte per caso, a volte perché gli viene suggerito per ritrovare la forma fisica o semplicemente per stare bene. Diadora crede fermamente che lo sport, in questo caso la corsa, sia una componente fondamentale per una vita felice e in salute. Per questo motivo mette a disposizione le sue risorse per promuovere la corsa anche a chi ancora non la conosce. Questo concorso ne è quindi un chiaro esempio.

V. B.: il mondo del running è in fermento. Quello che notiamo è che se questo movimento viene percepito in maniera adeguata (un nuovo

spirito della corsa che non è solo agonismo puro, ma sta diventando una forma di aggregazione e di condivisione di un'esperienza) il consumatore segue e partecipa in maniera attiva, allargando i perimetri dello sport.

Rapporto azienda e mondo retail: come è strutturato la vostra collaborazione? Punti forti ed eventuali criticità?

G. B.: come strategia aziendale riteniamo il mondo retail un partner con cui sviluppare progetti in stretta collaborazione. Per questo motivo è importante avere un dialogo e un confronto costante per dar vita a progetti sempre nuovi ed efficaci. In questo caso, l'obiettivo non si limita allo sviluppo del business, ma a quello di trasferire i valori del brand e del Gruppo Intersport che spesso convergono. Naturalmente operiamo in un contesto competitivo e la creatività che contraddistingue il marchio è il fattore chiave che ci permette di coltivare la nostra collaborazione con successo.

V. B.: il rapporto fra brand e retail è in costante mutazione. Intersport si rifiuta di occupare il ruolo di "cliente", ma vuole sempre di più unire le forze insieme ai brand per aumentare l'interesse del consumatore verso lo sport attivo e il look sportivo. La vera sfida è attirare maggiore consumo nel nostro settore e i veri competitor sono rappresentati da tutti gli altri mercati che

attraggono potere d'acquisto lontano dallo sport.

Quali sono le altre attività che attualmente vi vedono coinvolti insieme oltre a questo web contest?

G. B.: #RunWithMe è la parte più emozionale ed esclusiva della nostra partnership che viene però sempre supportata da attività, caratterizzate da una forte presenza del brand nei punti vendita e su molte manifestazioni in partnership con il Gruppo Intersport: una pianificazione di attivazioni mirate a creare un rapporto one-to-one con il consumatore e per questo premiante.

V. B.: tutte le attività volte a migliorare il nostro rapporto con il consumatore finale. Vogliamo trasformare le emozioni dello sport in esperienze nei nostri punti vendita per attirare maggiore traffico.

Quali sono i feedback rispetto alla tecnologia Diadora Blushield? Siete soddisfatti delle vendite?

G. B.: l'esclusiva tecnologia Diadora Blushield ha rivoluzionato la presenza di Diadora nel mondo del running perché offre un'ammortizzazione bilanciata che si adatta al corpo garantendo il massimo comfort e il necessario supporto. Inoltre, essa propone un'offerta completa e varia che soddisfa tutte le tipologie di runner e i risultati più che positivi ne confermano il successo. In particolare oggi sta riscuotendo molti apprezzamenti il modello Diadora Blushield 3 che combina un comfort straordinario a stabilità e dinamismo.

V. B.: la tecnologia rappresenta un valore aggiunto di grande livello per il nostro mercato e Diadora ha dimostrato di poter essere un player importante capace di sviluppare un'innovazione "italiana" nel mondo dello sport. Le vendite dei prodotti Blushield sono positive e continueremo a seguire Diadora in ogni passo verso la ricerca tecnologica del futuro.

Progetti futuri di nuovo insieme?

G. B.: stiamo finalizzando con il Gruppo Intersport il progetto running per il 2021, che, pur seguendo il file rouge dei progetti creati fino ad ora, ha l'ambizione di amplificare ancora di più la risonanza, andando ad abbracciare un mondo sempre più ampio, ma allo stesso tempo offrendo esperienze personali, con grande attenzione alla singola individualità.

V. B.: continueremo a collaborare con Diadora in maniera attiva perché il linguaggio marketing che usano è innovativo e capace di muovere l'interesse dei nostri consumatori.



*Gelindo Bordin,
merchandising & sport
marketing director di
Diadora*



*Volfango Bondi,
general manager
di Intersport*



STAY
DRY
FEEL
COOL



BUFF® is a registered trademark, property of Original Buff, S.A. (Spain)

www.nov-ita.com

Hall:A4
Booth:406

OutDoor
by ISPO



ALTE PRESTAZIONI PER ALLENAMENTI IN CONDIZIONI SFIDANTI

Men's Active Extreme 2.0 Long Sleeve Baselayer

Progettati per alte prestazioni in termini di leggerezza e velocità, i baselayer Active Extreme 2.0 sono realizzati in un tessuto sottile, leggero ed elastico con CoolMax Air, una fibra di raffreddamento che fornisce una gestione ottimale della temperatura corporea durante gli allenamenti intensi. I pannelli in mesh con bodymapped e grandi fori garantiscono una ventilazione eccellente, mentre il design ergonomico in 3D assicura vestibilità aderente, libertà nei movimenti e comfort. Sviluppato per gli atleti che corrono, sciano o si allenano in condizioni estreme.

Men's Essential 2-in-1 Running Shorts

Pantaloncini da running leggeri 2 in 1 con vestibilità ergonomica e calzamaglia interna per un sostegno e una libertà di movimento ottimali. Gli Essential sono realizzati in tessuto morbido con elasticità meccanica, collant interno per garantire supporto ottimale e dettagli riflettenti per una maggiore visibilità. Sono dotati, infine, di cintura foderata in jersey per il massimo comfort e per evitare irritazioni e di pannelli a rete sui lati e sulla gamba interna per un migliore trasporto dell'umidità.

INFO:

New Wave Italia - 0377.316041 - craft@newwave.it



BUFF PRESENTA COOLNET UV, DA POLIESTERE RICICLATO AL 95%

Ridurre, riutilizzare e riciclare sono azioni presenti in ogni passaggio dei processi manifatturieri e di produzione tessile che il marchio intraprende, stagione dopo stagione, con l'obiettivo di ridurre al minimo il loro impatto sulla natura. Con questo intento, molti dei prodotti progettati sono stati realizzati con il nuovo CoolNetUV+, creato con le fibre derivanti dal riciclo delle bottiglie di plastica.

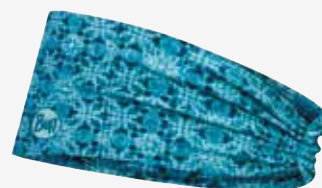
CoolnetUV+ Tapered Headband

Questa fascia può essere indossata in due modi diversi e utilizza la HeiQ Smart Temp, la nuova tecnologia intelligente di termoregolazione che dona sensazione di freschezza e assicura una immediata traspirazione. Il CoolnetUV+ è elastico nelle quattro direzioni, e la lavorazione seamless, unita alla presenza di strisce in silicone per una maggiore aderenza, assicura ottimo comfort per le donne che praticano attività a qualsiasi intensità. A differenza del poliestere ottenuto dal

processo chimico, il poliestere riciclato utilizza il PET come materia prima. Questo è lo stesso materiale utilizzato per le bottiglie di plastica trasparente, e riciclarlo per creare i tessuti contribuisce a conservare un ambiente più integro. Questo processo di conversione di PET in poliestere riciclato utilizza il 33-53% di energia in meno rispetto alla produzione di poliestere normale. Ancora più, i capi creati con poliestere riciclato possono essere riciclati a loro volta senza perdere in qualità. Il tessuto CoolNet UV + è realizzato con microfibra di poliestere riciclato al 95% e risulta più leggero, stretching nelle quattro direzioni e protettivo dai raggi UV UPF 50+.

Pack Baseball Cap

Il tradizionale baseball BUFF è realizzato con tecnologia packable che consente di piegarlo e avvolgerlo su se stesso e di farlo ritornare in forma, senza ammaccature e deformazioni, dopo averlo riaperto.



CAMELBAK: PRATICITÀ E LEGGEREZZA PER LE LUNGHE DISTANZE

Zephyr Vest è dedicato ai corridori di ultra-trail e gare di lunga distanza. Il nuovo gilet Zephyr, disponibile in versione uomo e in versione donna, è stato progettato grazie a un accurato studio di mappatura del corpo, per offrire una ventilazione ottimale nelle varie zone della schiena. Molto capiente (12 litri inclusa idratazione) è dotato di fischietto di emergenza, ben otto tasche, tra cui una di sicurezza, per gli oggetti più preziosi come il cellulare, attacchi per i bastoncini da trekking e naturalmente idratazione, grazie alle due fiaschette morbide Quick Stow, posizionate sulla parte anteriore. Il materiale è trattato Polygiene, antimicrobico, per tenere a bada i batteri durante l'uso. Il nuovo gilet pesa solo 200 g. Nella serie di zaini dedicati a un uso misto,

ossia multi-sportivo, arriva una nuova versione molto capiente del noto Octane: Octane 18. Diciotto litri di carico, inclusi 2 litri di idratazione grazie al serbatoio Crux con Quicklink. Il nuovo zaino, con vestibilità "gilet", offre spazio per tutto ciò che è essenziale durante una corsa in montagna o una camminata. È dotato di una tasca estensibile, esterna, per avere a portata di mano una mantellina o un capo di ricambio. Gli attacchi per i bastoncini da trekking, le doppie cinghie allo sterno, il fischietto d'emergenza e il filato in mesh 3D, posizionato nei punti strategici per la traspirazione, completano il quadro. Le tasche frontali sono compatibili con le fiaschette morbide QuikStow per offrire ulteriore idratazione in caso di necessità.



INFO: Nov.Ita - 011.6467743 - nov-ita.com

HOKA PRESENTA LA VERSIONE IMPERMEABILE DELLA CHALLENGER ATR



Differenziale 5 mm
Tacco 29 mm
Punta 24 mm
Peso 297 g
Taglie (US) 7-13,14

Questa scarpa ammortizzata e adatta ai terreni misti viene proposta in versione impermeabile, con tomaia Gore-Tex leggera e traspirante che mantiene i piedi asciutti in svariate condizioni atmosferiche. Il mesh resistente all'acqua offre vestibilità e rende questo modello adatto in tutte le stagioni. La tomaia inoltre include rinforzi in TPU testurizzati nei punti strategici per una maggiore durata. La parte interna del tallone fornisce supporto su tutti i tipi di terreni. Il Meta Rocker dell'intersuola, con la forma tipica della sedia a dondolo, facilita una corsa fluida. Intersuola in EVA leggera e "oversized" fornisce l'ammortizzazione tipica Hoka One One. L'intersuola in schiuma CMEVA offre stabilità del piede fornendo un supporto superiore e assorbimento agli urti. La suola, con le sue alette da 4 mm, offre trazione su fuoristrada. Il design modulare del battistrada inoltre fornisce stabilità su terreni sconnessi.

INFO:

Artcrafts International - 055.6818953 - hokaoneone@artcrafts.it

-ROAD RUNNING-

TRIUMPH 17 DI SAUCONY: COMODITÀ DA CORSA IN PRIMA CLASSE

Per tutti coloro che ambiscono al meglio in termini di cushioning e protezione, Triumph 17 è il modello più ammortizzato di casa Saucony. Ideale per le lunghe distanze, il PWR-RUN+ di cui è composta l'intersuola, rappresenta l'ultima generazione in fatto di ammortizzamento, sia in termini di peso, che di durezza e di flessibilità. Il risultato? Una risposta elastica e reattiva a ogni passo, e al contempo massimo comfort e leggerezza. Il Sistema Formfit avvolge e protegge il piede in tre strati di schiuma ammortizzante, assicurando un fit perfetto.



INFO: Wolverine Italia Srl - 0423.622009 - saucony.it



"ULTIMATE COMFORT" PER LA SPIRE 4 DI 361°

Tra le protagoniste su strada della prossima stagione calda, ci sarà anche lei, la nuova Spire, la scarpa neutra dedicata alle medie/lunghe distanze che si rinnova, migliorando le caratteristiche di comfort e ammortizzazione con cui si è fatta apprezzare nelle precedenti versioni. La novità è il Quikspring+ che compone l'intersuola, più leggero del Quikfoam, che aumenta l'energy return, togliendo peso complessivo. Mentre lo strato dell'intersuola in Quikfoam per tutta la lunghezza della scarpa garantisce un cushioning eccellente e una piattaforma più ampia. Anche la linguetta dal design ergonomico è stata progettata per evitare le irritazioni e fornire un comfort maggiore. Il Morphit Fitting System nell'area mediale/laterale ha una costruzione della parte interna della tomaia con pannelli a forma di web, come extra supporto del mesopiede. L'avampiede è più ampio, con una forma che aiuta il movimento e la spinta naturale del piede mentre la suola ha la tecnologia "full ground contact", per avere il pieno contatto con il battistrada sulla superficie per una corsa dinamica e efficiente. Drop 9 mm. Peso 282 g - 232 g.

INFO: Sprint Commerce - 0171.689990 - info@361sport.it

-TRAIL RUNNING-

LE DISTANZE SI ALLUNGANO CON JACKAL DI LA SPORTIVA

Questa scarpa da mountain running è dedicata alla corsa off-road su distanze ultra e allenamenti prolungati. Ogni dettaglio infatti, dalla tomaia alla suola, è studiato per favorire il comfort del piede: fit confortevole e calzata ampia pensata per utilizzo nelle ultra-marathons, linguella elastica comfort fit avvolgente e morbida per massima libertà di movimento, costruzione a soffietto interno per protezione contro sassi o fango. L'allacciatura vede i passanti incorporati direttamente nei pannelli laterali della tomaia: soluzione che facilita l'adattamento dei volumi durante le corse di lunga distanza, in cui il piede tende all'ingrossamento. Il Net-Mesh laterale favorisce la ventilazione e il comfort climatico. Il cuore di Jackal sta però nell'innovativo pacchetto suola/intersuola in EVA con cuscinetti interni ammortizzanti in poliuretano ad alto ritorno di energia InfiniToo Technology. L'intersuola integra inoltre un inserto Rock-Shield in EVA ad alta densità per una corsa più stabile ed effetto rock-guard. Il battistrada è in mescola Frixion Red con tasselli a spessore differenziato Impact Brake System e Flex grooves longitudinali che favoriscono la piega della suola. Il puntalino termo-sagomato, leggero e anti-urto, è garanzia di protezione, mentre la suola bimescola Frixion Red assicura alte prestazioni in termini di grip.



INFO:

La Sportiva - 0462.571800 - lasportiva.com

LE NUOVE APPLICAZIONI DELLA SUOLA VIBRAM CHE AVVOLGE IL PIEDE

Si evolve il concept di suola performante che avvolge la scarpa. Vibram Wrap Tech combina le performance di leggerezza e di grip in una inedita costruzione "avvolgente", che grazie al suo design intrinseco e alle caratteristiche uniche della tecnologia della gomma passa da 2D a 3D, limitando al massimo gli scarti e garantendo libertà di customizzazione della scarpa. Presentata per la prima volta alla scorsa edizione di ISPO, Vibram Wrap Tech amplia la propria gamma di soluzioni d'utilizzo, inserendo tre nuove versioni di suola, che vanno ad aggiungersi alla Vibram Speedstar, progettata per l'urban running.

Vibram Amanita

Questo modello dedicato al trail running fa parte della nuova gamma. In questa scarpa, come nelle altre due versioni specificamente studiate per il mondo outdoor (hiking e approach), il laterale "avvolgente" della suola è stato rivisitato e studiato per l'uso specifico attraverso l'inserimento di punti di rinforzo e protezione nelle aree di maggiore sollecitazione, usura e stress.



INFO: Vibram Spa - 0331.999777 - vendite@vibram.com



COMFORT A 360° CON RUSH DI SCARPA

Questa scarpa versatile è specifica per il trail running ed è caratterizzata da una particolare costruzione della tomaia che si sviluppa in un unico elemento, assieme alla linguella, offrendo così un fitting perfetto e una sensazione di avvolgimento totale attorno al piede, evitando punti di pressione. Il sistema di allacciatura inizia dall'arco plantare ed è collegato a un sistema di fettucce per migliorare la sensazione di avvolgimento e aiutare la microregolazione dei volumi in un solo gesto. Ma la vera novità è il nuovo concetto di suola, IKS (Interactive Kinetic System), un battistrada che reinventa i principi di comfort e di cushioning diversi da quelli standard che si trovano sul mercato. È costituita con aree incave con anelli concentrici in grado di assorbire in maniera progressiva il peso del corpo nei punti anatomici specifici di pressione del piede.

INFO:

Calzaturificio SCARPA - 0423.5284 - info@scarpa.net



Comfort e ammortizzazione a lunga durata

La Sensation è uno tra i modelli più apprezzati della gamma da strada 361°. Particolarmente indicata per le lunghe distanze, la 4 è un ulteriore aggiornamento della versione che ha vinto il "Best Debut" di Runner's World



Chi sceglie questa scarpa non trova solo caratteristiche di ammortizzazione e reattività, ma anche comfort e supporto anti-pronazione a livello mediale, grazie al fit-sleeve particolarmente utile nelle fasi di massimo carico.

La tomaia in jacquard mesh leggero è priva di cuciture, per portare al massimo la traspirabilità e un fit confortevole. La Pressure Free Tongue morbida e dal design anatomico evita irritazioni e pressioni sulla caviglia in fase di flessione del piede e contribuisce al comfort che caratterizza questo modello. Nella parte anteriore il puntale ha un design nuovo con maggior volume per un naturale movimento del piede e per avere una spinta più efficace. Il sistema Morphit è composto dalla tecnologia Morphit Sleeve Construction con la quale il piede viene avvolto, e dal Morphit Lacing System,

un sistema di chiusura a lacci che agisce in modo dinamico con il piede su più livelli. Entrambi assicurano supporto nella fase di impatto.

L'intersuola è caratterizzata dall'ormai nota tecnologia QuikFoil estesa in tutta la lunghezza della scarpa, una miscela espansa a base di EVA e rubber protetta da una pellicola di poliuretano, per avere un'ammortizzazione a lunga durata e ritorno di energia.

La stabilità in fase dinamica è garantita dal Quik Spine shank una piastra in fibra carbonio posizionata nella suola. Mentre un supporto e un cushioning maggiore sono forniti dal sottopiede sagomato Quik Comfort Insole. Completa il pacchetto intersuola il Quik Flex 4Foot Engineering, una guida di flessione nella parte anteriore della suola per ottimizzare la fase di spinta.

INFO: 0171 689990 - info@361sport.it - sprint-commerce.it

A tutta velocità anche sui sentieri più sconnessi

Disegnata per le gare di trail e di corsa in montagna, la nuova Kinabalu RC 2.0 di Scott offre trazione su ogni tipo di percorso



La nuova Kinabalu RC 2.0 è una scarpa che Scott ha progettato per affrontare trail sconnessi e difficili a velocità più elevata, combinando le più recenti conoscenze nel campo scientifico della tecnologia di trazione (la più avanzata di Scott fino a oggi) con nuovi materiali innovativi e soluzioni di montaggio ingegnerizzate. Kinabalu RC 2.0 si muove al meglio su trail veloci e sconnessi intervallati da sezioni di asfalto. La corsa che la incarna al meglio è la gloriosa Sierre Zinal, che per la sua notorietà è andata al di là dei confini elvetici coinvolgendo atleti di valore mondiale.

KINETIC FOAM /
Scott Kinetic Foam è la schiuma più leggera e reattiva di Scott. Offre il 14% in più di energia rispetto all'EVA standard, garantendo una corsa morbida, stabile e più dinamica

HYBRID TRACTION /
La suola presenta una combinazione di tacchetti triangolari, che offrono trasferimento di potenza, posizionati in linea con tacchetti conici che forniscono trazione multidirezionale per supportare le curve ad alta velocità. Questa suola è ottimizzata per una corsa veloce ed efficiente su sentieri creati dall'uomo



INTERNAL FIT SYSTEM /
Utilizzando una leggera microfibra ingegnerizzata con taglio esagonale, Scott Internal Fit System blocca l'avampiede in posizione per offrire un trasferimento di potenza ottimale dal piede a terra e controllare in curva

PESO /
255 g - uomo,
230 g - donna
DROP / 3 mm

UN PO' DI STORIA

Quattro anni fa, Scott ha progettato una calzatura adatta a muoversi su terreni tecnici. Si chiama **Supertrac RC** ed è una pura scarpa da skyrunning. Nel 2018 è nata invece **Supertrac Ultra RC**, adatta per correre a un ritmo più lento e per molto più tempo; offre comfort, protezione e ammortizzazione soddisfacendo così le esigenze dei runner che amano le ultra distanze.

INFO: Scott Italia - 035.756144 - onlineshop@scott-sports.it

La performance raddoppia

Per nove anni On ha puntato sulla tecnologia esclusiva CloudTec.
Ora "double" con la nuova Cloudstratus

L'ultima scarpa da strada firmata On si chiama Cloudstratus ed è costruita con il CloudTec raddoppiato. Nel momento in cui si inizia a scattare, entra in azione il sistema di ammortizzazione sequenziale doppio. Per andare due volte più lontano.

"Abbiamo lavorato per anni su questa scarpa, con l'obiettivo di offrire ai runner un'esperienza di corsa 'premium' super ammortizzata. Abbiamo fatto qualcosa di unico e lo credo davvero. A prima vista si capisce che non è una scarpa da corsa standard. E indossandola, dopo il primo passo, si sente anche. Sono davvero orgoglioso del nostro team di R&D e della ricerca e dedizione dedicata allo sviluppo della Cloudstratus" - ha dichiarato Olivier Bernhard, co-fondatore di On, ex campione mondiale di triathlon e capo di R&D.

SOLETTA INTERNA /

Attiva la propriocezione nel piede per un miglior feedback sensoriale, stabilizzandolo inconsciamente



TOMAIA / Asimmetrica, è stata realizzata pensando al movimento. Dove il piede si flette, anche la scarpa si flette. Inoltre, il sistema di allacciatura anatomicamente orientato crea una configurazione a forma di stella per un maggiore controllo dell'avampiede. Con due opzioni di occhio per una personalizzazione supplementare. Nella Cloudstratus la suola non è l'unico dettaglio a raddoppiare



RUNNER PROFILE /

Per i corridori che vogliono raddoppiare ammortizzazione e supporto senza rallentamenti. Adatto a piedi più larghi

PESO / Uomo: 305 g - Donna: 270 g



SUOLA / Con il suo sistema di ammortizzazione sequenziale doppio, la Cloudstratus è pensata per offrire più ammortizzazione ai runner che percorrono lunghe distanze. Due livelli distinti di CloudTec lavorano visibilmente in sincrono garantendo fluidità e supporto. Sulla suola, lo strato inferiore di "capsule" vuote chiamate "Clouds", oltre ad attutire ogni colpo del piede, spinge il corridore in avanti. Il secondo strato invece si unisce per assorbire l'impatto residuo e aggiungere ancora più propulsione. Questa nuova scarpa da strada è la prima di On ad aver connesso le nuvole anche nell'avampiede per prestazioni ancora maggiori il giorno della gara. Questa struttura adattata aumenta l'area di contatto, distribuisce la pressione e migliora il movimento esplosivo dello Speedboard nell'intersuola

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



La Sonic RA 2 di Salomon offre il giusto equilibrio tra ammortizzazione e reattività, garantendo una rullata stabile e confortevole. La tecnologia Vibe dell'intersuola sfrutta i vantaggi di EnergyCell+ e Opal per ridurre l'affaticamento causato dalle vibrazioni, offrendo una propulsione ammortizzata ma reattiva. L'asse del Geometric Decoupling è orientato per garantire una transizione in avanti bilanciata e senza sforzo dall'appoggio sull'asfalto alla propulsione. Infine, la nuova costruzione Engineered Mesh e la tomaia SensiFit specifica per la strada si adattano al profilo del piede tenendo stabilmente ma delicatamente la scarpa al proprio posto e regalando - come dichiara l'azienda - una calzata personalizzata. La nuova gamma si declina nei modelli: RA pro 2, RA 2 (nella foto), RA max 2, tutti con declinazioni uomo e donna e vari colori.

SOTTOPIEDE /

La tecnologia della soletta OrthoLite sagomata offre comfort, ammortizzazione, traspirabilità e resistenza



INTERSUOLA /

La tecnologia Vibe è la combinazione di EnergyCell+ e Opal in un sistema per attenuare le vibrazioni e ridurre il carico per il corpo, garantendo una reattività elevata durante la corsa

La scarpa da strada con rullata reattiva

Ammortizzazione delle vibrazioni. Transizione fluida. Calzata confortevole.
Ecco la nuova Sonic RA 2 di Salomon

FODERA /

Fodera in tessuto e rete, morbida e traspirante

ALLACCIATURA /

Tradizionale con occhielli



TOMAIA /

Tomaia saldata con bordatura del collarino senza cuciture. La struttura SensiFit avvolge il piede dall'intersuola al sistema di allacciatura, garantendo una calzata precisa e sicura

• **Misure:** UK da 6m a 13m (uomo) - UK da 3m a 10m (donna)

• **Differenziale:** 8 mm

• **Intensità di utilizzo:** allenamento e gara

• **Prezzo:** 140 euro



SUOLA /

Il Geometric Decoupling lavora in sinergia con il piede per consentire una spinta più graduale ed efficace, creando una transizione più efficiente e senza sforzo dal tallone alla punta. La suola Contagrip FA unisce tasselli larghi e piatti, per trazione e grip sulle superfici dure e piane, alla mescola Contagrip Blown rubber dalla formula ultra leggera che bilancia ammortizzazione, resistenza e aderenza sul terreno



INFO: Amer Sports Italia - 0422.5291 - salomon.com

FB @salomonrunning - IG @salomonrunning - YouTube: SalomonTV - Twitter @salomonrunning



Per chi va lontano

Caratterizzata da un design completamente nuovo, Triumph ISO 5 di Saucony offre una corsa ancor più flessibile e ammortizzata. Questa calzatura è studiata per allenamenti di fondo e per macinare tanti chilometri

Simbolo da sempre di protezione e comfort in casa Saucony, questa nuova versione presenta una tomaia completamente aggiornata. La particolare lavorazione del mesh in Jaquard dona alla calzatura un look accattivante e curato. Inoltre lo speciale tessuto ne aumenta la traspirabilità. Il sistema Isofit Dynamic Upper avvolge il piede senza creare picchi di pressione, lasciandolo libero di muoversi. La coppetta sul tallone è particolarmente contenitiva, creata con una struttura tessile innovativa, che lo ingabbia saldamente. Massima attenzione anche alle finiture dei materiali interni, specificatamente studiati per donare un comfort superiore. Due ali laterali sostengono il calcagno e assicurano ulteriore stabilità in tutte le fasi della corsa. Come nella versione precedente, l'intersuola è costituita in Everun, un materiale in TPU più consistente delle classiche schiume EVA, più durevole e resiliente. Sono state ridefinite le proporzioni e l'assetto della scarpa, che ora presenta ulteriori

16 mm di materiale, per avere protezione e ritorno di energia a ogni falcata. L'alloggiamento del piede è stato rivisto, grazie alla tecnologia Formfit Contour, una speciale sagomatura interna che permette al piede di trovare lo spazio ideale, regala stabilità ed evita movimenti indesiderati durante tutta la dinamica di rullata, sia in fase d'appoggio che di spinta. In questo nuovo modello anche la topsole diventa Contour. Lo spessore di 3mm in Everun e la speciale sagomatura donano ulteriore ammortizzamento e comfort alla calzatura. La suola è formata da due mescole posizionate in punti strategici e ben definiti. Il composto alle particelle di minerali di casa Saucony, Crystal Rubber, assicura flessibilità, adattabilità e durata superiori. La zona centrale e la parte esterna del tallone privilegiano la gomma IBR+, in grado di offrire ammortizzamento e trazione superiori. Triumph ISO 5 è rivolta a runner pesanti e camminatori che affrontano lunghe distanze.

DROP /
8 mm (28/20)

PESO /
323 g uomo
283 g donna

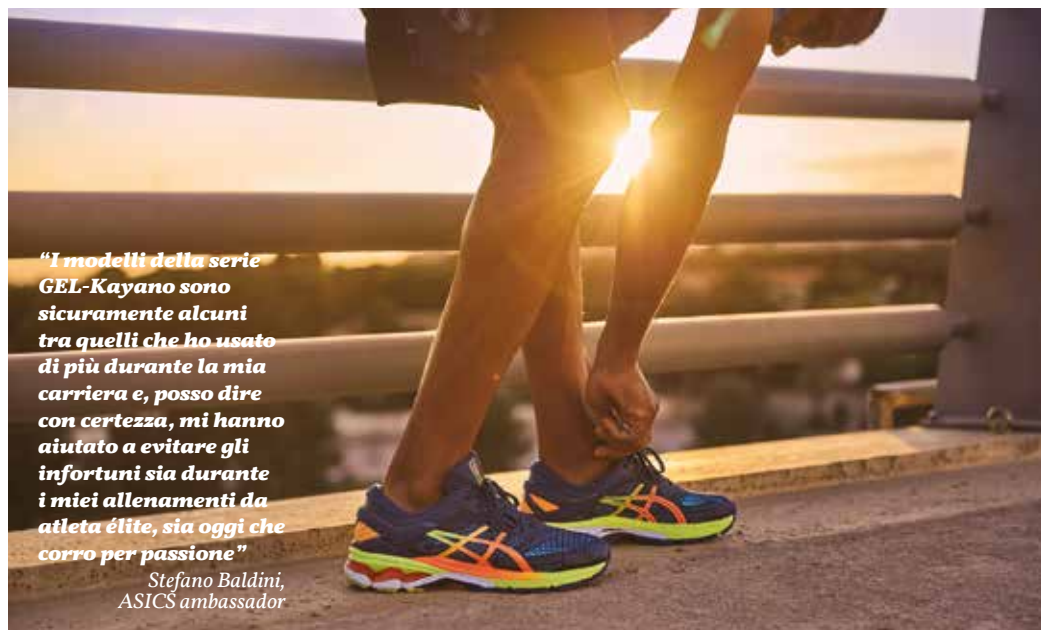
TAGLIE /
7-13,14,15 uomo
5-12 donna

INFO: 0423.622009 – saucony.it

Comfort e stabilità

La GEL-Kayano aveva stupito tutti lo scorso anno con significativi cambiamenti (e miglioramenti) nella versione 25. Dedicata alle lunghe distanze, la scarpa di ASICS stabile per eccellenza, è stata ulteriormente perfezionata

Il modello rientra in quel processo di ricerca, innovazione tecnologica e ambizione d'eccellenza che l'azienda porta avanti da sempre. Progettato anch'esso, come tutte le scarpe del brand, dall'Istituto di Scienze Sportive ASICS di Kobe (ISS), si presenta in questa versione con significativi miglioramenti. La GEL-Kayano 26 porta la tecnologia della 25 ma è stata migliorata in termini di ammortizzazione senza compromettere la sua iconica stabilità. Maggior stabilità nella zona tallone è assicurata dalla tecnologia Metaclutch, mentre la tomaia con nuovo design caratterizzato dalla sovrapposizione di tre strati di mesh con lavorazione jacquard, oltre ad aumentarne la stabilità, garantisce un miglior comfort grazie al maggior spazio per le dita del piede. Nella zona tallone è stato aggiunto un utile inserto riflettente. La speciale costruzione delle scanalature Flex Groove permette alla scarpa di flettersi facilmente nei punti strategici. Il FlyteFoam Propel presente su tutta la suola assicura una maggiore risposta elastica. L'ampio cuscinetto di GEL, visibile nella parte posteriore, ma presente anche in quella anteriore, unito al Flytefoam nella parte posteriore, garantisce il massimo dell'ammortizzazione. La maggior superficie di appoggio nella parte anteriore consente un'ottima stabilità a qualsiasi tipologia di runner. Anche la suola è stata modificata, nel materiale e nel design: maggiore durata e trazione sono garantite dalle tecnologie Guidance Trusstic e Guidance Line e alla Light Ahar sponge rubber di cui il battistrada è composto.



DROP
10 mm uomo / 13 mm donna

PESO
310 g uomo / 275 g donna

TAGLIE
6-14,15,16 uomo – 5-13 donna

TECNOLOGIE /

TOMAIA

- Conchiglia esterna Metalclutch
- Tomaia in mesh con lavorazione jacquard

INTERSUOLA

- Improved shear deformation design
- Capsula non visibile di GEL nell'avampiede
- Sistema di support Dynamic Duomax
- Tecnologia FlyteFoam
- Tecnologia FlyteFoam Propel
- Intersuola PLUS 3 mm
- Ortolithe lasting
- Capsula di GEL visibile sul tallone

SUOLA

- Sistema Guidance Trusstic
- Tecnologia Guidance Line
- Light Ahar sponge rubber
- AharPlus heel-plug

INFO: ASICS Italia – 0171 416111 – info@asics.com

Sport ed empowerment femminile alla Lierac Beauty Run

Parlano Filippo Manucci, amministratore delegato Alès Groupe Italia, e Andrea Trabuio, responsabile area mass events di RCS Sports & Events

_ DI MANUELA BARBIERI

Lo scorso 8 giugno, all'Arena Civica Gianni Brera di Milano, oltre 3.500 runner si sono dati appuntamento per correre insieme la quarta edizione della Lierac Beauty Run. L'evento dedicato alle donne e alle loro famiglie organizzato da RCS Sports & Events - RCS Active Team in collaborazione con Lierac, il brand cosmetico da sempre vicino all'universo femminile. Post-evento abbiamo intervistato le due anime di questo evento che ha trovato una sua collocazione nel calendario delle gare milanesi e ogni anno è sempre più atteso. Parlano Filippo Manucci, amministratore delegato Alès Groupe Italia, e Andrea Trabuio, responsabile area mass events di RCS Sports & Events.



La vincitrice Elisa Migliorini

La quarta edizione della corsa dedicata alla bellezza ha raggiunto 3.531 partecipanti. Siete soddisfatti della risposta del pubblico?

FILIPPO MANUCCI: certamente. Quest'anno, alla nostra quarta edizione, l'Arena Civica è stata ancora più gremita di partecipanti e abbiamo battuto il nostro record d'iscritte, ma anche d'iscritti. La partecipazione maschile, e anche quella dei bambini, sono infatti aumentate. Questo ci rende molto felici, sia perché è importante che anche gli uomini condividano il messaggio di empowerment femminile che sta alla base di quest'evento, sia perché, fin dalla prima edizione, abbiamo sempre voluto che questo fosse anche un momento di gioia e di festa anche per le famiglie. Devo dire che l'atmosfera all'Arena è ogni anno più speciale e più carica di emozioni e di energia.

ANDREA TRABUIO: portare oltre 3.500 persone a correre il secondo weekend di giugno non è un'impresa facile, considerando che è proprio il periodo in cui iniziano i weekend fuoriporta. Vuol dire che le donne ci tengono a questa manifestazione. Anche quest'anno, tra l'altro, siamo cresciuti di qualche centinaio di partecipanti.

Un bilancio di queste quattro edizioni?

F. M.: il bilancio è di sicuro positivo. In questi quattro anni, grazie al nostro impegno e a quello fondamentale dei nostri collaboratori e sponsor, abbiamo creato un evento che si sta piano piano trasformando in uno tra i principali appuntamenti del calendario estivo milanese. E che, come dimostrano i numeri di quest'anno, ogni anno attira un numero sempre maggiore di partecipanti e un target sempre più vario. Le nostre runner sono ragazze giovani, mamme coi loro bambini, donne mature.

A. T.: siamo molto soddisfatti perché l'evento ogni anno cresce e, rispetto alle edizioni precedenti, c'è sempre un "+" davanti alla percentuale di partecipanti. Ma soprattutto ci rendiamo conto che la gara è attesa e l'atmosfera il giorno dell'evento è sempre più carica di energia, non solo al momento della corsa ma anche al Villaggio nelle ore precedenti. In questi anni, tra l'altro, siamo stati anche fortunati con il clima. La Lierac Beauty Run ha trovato una sua collocazione nel calendario delle gare milanesi, anche se, come dicevo prima, è una data proprio a ridosso dell'estate, quando la gente è pronta per andare al mare. La nostra scelta di farla in orario serale ci entusiasma. Il sabato mattina probabilmente verrebbe molta più gente, ma ci piace l'idea di dedicare alle donne un intero pomeriggio e una serata. Poi passare per il centro di Milano e il Duomo la sera è più suggestivo e spettacolarizza un po' tutto il percorso.

Lo sport al femminile è sempre più sotto i riflettori. Che tipo di donna rispecchia la Lierac Beauty Run?

F. M.: fortunatamente è così, basti vedere l'attenzione senza precedenti che i Mondiali di calcio femminili stanno ricevendo proprio in queste settimane. La Lierac Beauty Run è un evento ispirato alle donne di oggi: attive, dinamiche, consapevoli, che si mettono alla

prova e desiderano superare i propri limiti. Come le imprenditrici creative che sono il volto dei nostri prodotti. E la corsa, oltre a essere un'attività fisica salutare, è esattamente un tipo di sport che mette alla prova, una sfida con se stessi.

A. T.: la corsa è aperta a tutte le donne. Le abbraccia tutte nel senso più ampio, sia per età che per forma fisica e allenamento. Questa è una corsa che non vuole essere agonistica, ma un'esperienza. L'abbiamo più volte ribadito anche durante il programma

di allenamento Run4Me. L'importante è che la donna trovi del tempo per sé e per andare a correre. La Lierac Beauty Run rappresenta la festa conclusiva di un percorso iniziato tempo prima e voluto solo ed esclusivamente per il suo benessere.

Quest'anno la Lierac Beauty Run si è caratterizzata per il suo importante valore sociale attraverso il coinvolgimento di cinque onlus. Milano quanto è sensibile ai temi sociali?

F. M.: la Lierac Beauty Run non è solo un momento dedicato all'empowerment femminile, alla salute e alla bellezza. Fin dai suoi esordi è sempre stata anche un momento d'impegno sociale e d'inclusione e Milano si è dimostrata coinvolta e sensibile al tema. Basti pensare che per Fondazione Veronesi abbiamo avuto ben 100 runner del progetto Pink is Good iscritte a quest'edizione. I partecipanti, inoltre, come lo scorso anno, hanno avuto la possibilità di sostenere i singoli progetti devolvendo cinque euro della quota di partecipazione a una delle cinque associazioni partner che sono Fondazione Umberto Veronesi, Dynamo Camp, DiversityLab, Fondazione Francesca Rava e Professional Women Network.

A. T.: noi, come RCS, siamo dei precursori in questo senso. Abbiamo iniziato molti anni prima a lavorare sul sociale e a far sì che la corsa diventasse uno strumento attraverso il quale poter aiutare le onlus, sia in termini di raccolta fondi che di comunicazione. Le associazioni coinvolte nella Lierac Beauty Run hanno le donne come elemento comune e fanno parte del Charity Program della Milano Marathon. Per noi l'aspetto sociale è un fil rouge che unisce tutti i nostri eventi. Ci siamo ispirati al modello anglosassone dove è assolutamente normale correre per sostenere una causa. Milano è unica, tutti gli altri la rincorrono e noi ne siamo orgogliosi, perché crediamo di aver dato il via a un processo virtuoso.

Punti di forza?

F. M.: è un evento che ci accompagna ormai da quattro anni. Il punto di forza è che non è solo un momento di sport, ma anche una festa dedicata all'empowerment femminile attraverso lo sport e la bellezza che coinvolge e unisce le donne. Donne mature, mamme che vengono con i loro bambini e che corrono in famiglia, facendole sentire libere.

A. T.: tra i punti di forza ci metterei sicuramente la presenza di un brand come Lierac, attento a diverse tematiche. La nostra capacità organizzativa come RCS e l'attenzione che Lierac rivolge alle donne fa sì che questa gara sia amata. Poi negli anni si è creata una bella sinergia che a ogni edizione cerchiamo di rafforzare. Sicuramente anche il pacco gara, diciamo pure, è un bel valore aggiunto.

Novità per l'edizione 2020?

F. M.: sicuramente correre resterà la nostra missione con tante novità che vi sveleremo presto.

A. T.: la Lierac Beauty Run è una corsa fatta a quattro mani, tra RCS e Lierac. Dobbiamo ancora rivederci per fare un punto della situazione e confrontarci per il 2020. Per le novità dovrete quindi attendere ancora un po'.



Filippo Manucci, amministratore delegato Alès Groupe Italia



Andrea Trabuio, responsabile area mass events di RCS Sports & Events

PARTECIPANTI

2019
3.531

2018
oltre 3.300

2017
2.783

2016
quasi 2.200

PRESENTI GARMIN E NEW BALANCE

New Balance, oltre ad aver disegnato la maglia ufficiale della quarta edizione della Lierac Beauty Run, ha offerto uno speciale "test di appoggio del piede" a cura di un esperto per aiutare i partecipanti a riconoscere la scarpa giusta per la corsa. Presente anche Garmin che ha dato la possibilità ai partecipanti di testare i suoi nuovi device running: forerunner 45 e forerunner 245.

Sulla via della gomma

— DAL NOSTRO INVIATO BENEDETTO SIRONI



Celebrazione in grande stile tra la Cina e l'Italia per l'anniversario del Vibram Technological Center, inaugurato nel 2009. Non un centro produttivo, bensì una struttura polivalente, tra aree test, R&D, prototipia e servizi di alto livello per clienti e dipendenti (230 quelli attuali)

“Suggerimenti cinesi”, avevamo titolato l'editoriale del numero 4 scritto a caldo di rientro dalla trasferta dello scorso 7-9 aprile. A distanza di tre mesi le suggestioni rimangono ancora vivide e intense. A mantenerle tali sono i numerosi spunti e stimoli raccolti durante il nostro viaggio nella terza città più popolosa (10,7 milioni di abitanti) e importante dopo Shanghai e Pechino del Paese asiatico: Guangzhou, nota anche come Canton (dal francese), la più grande città costiera del sud della Cina, capoluogo della provincia di Guangdong. Destinazione: il VTC (Vibram Technological Center). Una struttura unica e sorprendente che con grande coraggio, visione e lungimiranza il patron dell'azienda di Albizzate (VA) Marco Bramani, insieme al management dell'azienda, inaugurò nell'aprile 2009. Così differente dalle tante fabbriche di calzature presenti in questo distretto.

Certo, non manca la divisione prototipia e produzione, ma nel suo insieme si tratta di un moderno e bellissimo centro di ricerca con laboratori, aree test di ogni genere, pareti d'arrampicata, accoglienti sale e uffici luminosi, hotel interno, piscine, spa, zone relax e aree verdi. Che ospita decine di ingegneri cinesi nonché numerosi altri dipendenti e collaboratori da tutto il mondo. In un prezioso e produttivo clima di continuo scambio di idee e innovazioni. Grazie ai macchinari di recente acquisizione e al know-how tecnico sviluppato dalle risorse interne, oggi Vibram ha portato a un livello ancora più avanzato la propria ricerca e sviluppo, in termini di efficienza e riducendo i tempi di progettazione, ove possibile. Impiegando le più innovative apparecchiature – dagli scanner 3D alle macchine per la realizzazione di stampi interne al centro – è possibile studiare i primi prototipi in tempi rapidi, ottimizzando di conseguenza i processi. Non a caso molti dei prototipi che anticipano i lanci sul mercato,

nascono proprio tra le mura del centro, grazie al lavoro in stretta sinergia del team R&D del VTC, con i dipartimenti che hanno sede in Italia – nell'headquarter di Albizzate (Varese) – e negli Stati Uniti – a North Brookfield (MA). Il processo che ha portato alla scelta operata dal management di Vibram di investire in Cina è iniziata a metà degli anni Novanta. Del resto la Cina era ed è tuttora il principale paese produttore di scarpe al mondo: quasi due su tre paia sono prodotte qui. Oggi Vibram è presente in Cina lungo tutta la filiera, dallo sviluppo del prodotto alla sua commercializzazione, passando per logistica, produzione, vendita, postvendita, marketing; una strategia di business completa e organizzata nel dettaglio, che ha portato Vibram in Cina a evolversi da semplice ditta che si occupava solo di supply chain, a società con un avanzato livello tecnologico e di ricerca e con una precisa strategia commerciale per il mercato cinese e orientale.

Il VTC, come detto, conta al suo interno dipartimenti dedicati alla sperimentazione, alla prototipazione, ai test – in laboratorio e in vivo – e all'industrializzazione di piccoli lotti produttivi, oltre alle funzioni marketing e sales. Fiore all'occhiello della struttura, il Performance Test Center, che abbiamo avuto occasione di provare di persona durante il primo giorno della nostra visita: un'area completamente dedicata ai test di prodotti e tecnologie, organizzata con pareti climbing, ice room, rampe test per mettere alla prova le suole su terreni bagnati, una vasca per i test in acqua e oltre 100 metri di vie e percorsi che connettono piattaforme con le superfici più diverse. Così come di visitare le altre strutture, ognuna destinata a uno scopo ben preciso: showroom per la vendita, laboratorio di progettazione, padiglione di ricerca e sviluppo, padiglione per la creazione e la sperimentazione delle nuove miscele, area per lo sviluppo e l'industrializzazione.





Nella pagina di apertura e qui in basso: quattro scatti del VTC allestito per la celebrazione dei 10 anni e in versione "serale" per la cena di gala e il successivo party

A fianco: dall'alto in senso orario, una parte dello showroom con in mostra centinaia di suole e calzature dei brand partner; veduta aerea del centro; un particolare di una gomma da mtb equipaggiata con Arctic Grip; uno degli uffici interni; il workshop con gli atleti Vibram



La seconda giornata è stata dedicata a vari workshop e all'incontro con alcuni degli atleti Vibram presenti, tra i quali l'alpinista Hervé Barmasse (vedi box della pagina seguente) e i trail runner Gediminas Grinius e Scott Hawker. I quali – oltre a parlare di prodotto e del loro rapporto con Vibram – hanno raccontato le proprie sfide fisiche e mentali, i futuri progetti e la loro visione dell'essere atleti. Il trail biker Andrea Pilo con le sue evoluzioni ha introdotto gli oltre 300 invitati (tra i quali Istituzioni, partner, ospiti speciali, giornalisti e atleti) ai momenti più ludici e celebrativi della serata. Partendo da una speciale competizione di climbing in scena su un imponente parere boulder allestita per l'occasione, seguita dalla celebrazione ufficiale dei 10 anni del VTC, che si è svolta alla presenza di importanti autorità cinesi nonché del console italiano. Dopo aver acceso con lettere dorate la scritta commemorativa dell'anniversario, il patron Marco Bramani con la famiglia, la moglie Laura e i figli Matteo e Margherita, hanno dato il via a una bella sfilata: protagonisti i modelli più iconici della storia di Vibram, nonché molte delle più recenti novità. Tra suole e prodotti finiti (Fivefingers e Furoshiki) indossati da modelli e modelle di ogni età (compresi alcuni giovanissimi).

Con un salto spazio-temporale di pochi giorni, in una sorta di dialogo continuo tra i due paesi, le celebrazioni per il decimo anniversario del VTC sono proseguite a Milano, durante la Design Week, dove è stata allestita un'esposizione aperta presso la sede Vibram di via Voghera. In concomitanza con la settimana del design milanese, Vibram ha proposto un suggestivo allestimento per immergere i visitatori nelle diverse anime del brand, attraverso design, sport, artigianalità e innovazione tecnologica. Richiamando appunto attraverso contenuti video, installazioni e dimostrazioni dal vivo l'incontro tra Oriente ed Occidente. Due mondi certo differenti ma di pari fascino, connessi in questo caso da una vera e propria "via... della gomma".



AMBASSADOR



Barbara Zangerl



Eva Hammelmüller



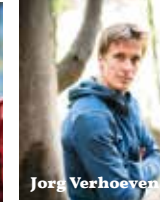
Jernej Kruder



Fanny Gibert



Nicolò Balducci



Jorg Verhoeven

Facce (e piedi) da ambassador

Numerosi gli atleti supportati da Vibram in tutto il mondo, in svariate discipline. Spesso coinvolti attivamente nel processo di sviluppo prodotti

Tra i momenti più interessanti e coinvolgenti della nostra visita cinese, annoveriamo senz'altro l'incontro con alcuni degli atleti supportati da Vibram, protagonisti di interessanti workshop sui prodotti ma anche sulle proprie esperienze e progetti. Tra questi il noto alpinista Hervé Barmasse, di recente entrato a far parte ufficialmente del team di ambassador del brand. Nato e cresciuto ai piedi del Cervino, Hervé Barmasse tra nuove vie, prime invernali e prime solitarie, ha collezionato negli anni una serie di successi che lo hanno portato a essere uno tra gli alpinisti italiani più esperti e rispettati. Da sempre gran conoscitore e utilizzatore di calzature con suola Vibram, Hervé ha iniziato a collaborare con l'azienda nel 2018 come tester, in modo particolare di prodotti con tecnologia Litebase, l'ultima innovazione progettata per ridurre il peso della suola senza intaccare le prestazioni. "La leggerezza è un fattore fondamentale sia per quanto riguarda le prestazioni come atleta, sia per la sicurezza come professionista della montagna. Litebase di Vibram garantisce un peso minore della suola, con conseguente possibilità di far meno fatica, e le stesse prestazioni di grip e durata nel tempo che mi consentono di muovermi su tutti i terreni con precisione e velocità ma senza correre rischi" ha dichiarato Hervé.



Hervé Barmasse

Le novità non mancano anche sul fronte climbing, dove Vibram ha di recente annunciato i sei atleti che compongono la sua prima squadra ufficiale di arrampicata. Sul modello vincente di quanto già fatto in settori come lo scialpinismo e il trail running, con team di grande spessore tecnico e umano. Versatilità, esperienza e entusiasmo sono il mix di ingredienti che caratterizzano i sei climber: Barbara Zangerl, Eva Hammelmüller, Jernej Kruder, Fanny Gibert, Nicolò Balducci e Jorg Verhoeven, provenienti da Austria, Slovenia, Francia, Italia e Olanda, specializzati nelle varie discipline. Un team versatile per specialità, giovane, ambizioso e motivato, con alcuni componenti che puntano ad accedere alle Olimpiadi di Tokyo 2020. Una scelta doppiamente strategica per Vibram che coprirà così ancor meglio un segmento che la vedeva già da anni protagonista con le sue soluzioni sulle scarpette d'arrampicata, utilizzate da molti dei brand leader. Nel quale ora rilancia con un'importante evoluzione, della quale vi parliamo in esclusiva anteprima a pagina 18 della nostra Guida Prodotti allegata a questo numero.

INTERVISTA CON ALBERTO DE CAMPOS, RESPONSABILE DEL VTC

Al centro del distretto

“Dieci anni fa erano meno di 300. Oggi siamo arrivati a quasi 800 calzaturifici con i quali solo noi ci interfacciamo in quest’area della Cina. Che non ha eguali nel resto del mondo e che punta forte – come nel caso di Vibram - su innovazione e sostenibilità”

Durante la nostra visita al VTC abbiamo avuto l'occasione di incontrare Alberto De Campos, responsabile del VTC, in Cina da 15 anni. Con oltre 25 anni di esperienza lavorativa in tutto il mondo, Alberto in passato ha ricoperto posizioni aziendali di vertice in diverse multinazionali leader nei settori gomma, energia, telecomunicazioni e idraulica. Lo abbiamo intervistato seguendolo in varie aree del centro, dal reparto test alle divisioni R&D, fin dentro il suo ufficio “ai piani alti”, pieno di prototipi di ogni genere e progetti “top secret”.

Come abbiamo visto, avete di recente aggiornato l'area dedicata agli stampi, qual è il valore aggiunto di questa operazione?

Più che un risparmio di tempo o un vantaggio in termini produttivi, visto che in questo centro facciamo più che altro ricerca, si tratta di un grande valore aggiunto nella fase di sviluppo. In quanto ci permette di studiare il prodotto e in contemporanea realizzarne in modo immediato un prototipo o anche la versione definitiva della suola. Procedendo poi con la fase di know how transfer con i nostri partner produttivi.

A proposito, quali e quanti sono questi partner?

Si tratta di grandi aziende che lavorando con noi da parecchi anni, il loro numero comunque si conta sulle dita di due mani. Sono gestiti e seguiti da un nostro nutrito team interno dedicato.

Composto da chi?

Ben 22 persone tra responsabili della qualità, sostanze nocive, impatto ambientale e vari altri parametri. Che ci permettono di proteggere il brand e mantenere elevati tutti gli standard produttivi.

Quindi la Cina è capofila non solo in termini produttivi ma anche qualitativi?

Su alcune tipologie di prodotti assolutamente sì. Altrimenti non saremmo venuti qui 10 anni fa. Prendiamo quest’area, vale a dire Guangzhou e la provincia di Guangdong, con il suo relativo distretto calzaturiero. Negli ultimi 20 anni ha vissuto un grandissimo sviluppo. Certo, ci sono anche altri paesi in forte evoluzione in Asia come Vietnam, Cambogia, Indonesia. Ma l’indotto che si è sviluppato qui non trova eguali al di fuori della Cina.

Quante aziende ci sono nel distretto?

Dieci anni fa erano meno di 300. Oggi siamo arrivati a quasi 800 calzaturifici con i quali solo noi ci interfacciamo. Potrei dire che al di fuori della Cina ce ne sono altrettanti. Ma molti di questi chiudono o tornano indietro perché oggi la differenza è davvero ancora molto marcata.

Quali quindi i valori aggiunti maggiori di cui avete beneficiato in questi 10 anni grazie al VTC?

Alcuni numeri sono emblematici: da 40 persone nel 2009 siamo passati alle 230 di oggi. Senza produrre. Il VTC è – come dicevo – un grande centro di innovazione. Questo ci ha portato ad accrescere il già elevato know how dell’azienda, sviluppando internamente nuove competenze e progetti. Peraltro interamente controllabili e proteggibili. Non è un caso che tutte le ultime innovazioni di casa Vibram abbiano avuto nel VTC un acceleratore decisivo.

A quali innovazioni ti riferisci in particolare?

Basti citare Arctic Grip o Litebase. Tutte nate qui, ovviamente grazie a un lavoro in stretta sinergia con i team italiani e americani. Tecnologie che – se paragonate ai migliori prodotti similari presenti sul mercato – sono superiori di almeno il 50% in termini di grip, resistenza all’abrasione e sotto molti altri parametri.



Possono essere ulteriormente migliorate e in cosa?

Il processo di R&D non si ferma mai. Nel caso dell’Arctic Grip, per esempio, dopo aver messo a punto la soluzione standard ideale per i terreni ghiacciati in montagna o nelle città, è stata sviluppata in seguito una variante per l’industria: oil resistant, antistatica, adatta a temperature ancor più sfidanti (fino a -50°). Venendo invece alle suole Litebase, il focus è stato sulla leggerezza. Del resto a volte 100 grammi risparmiati su una calzatura per un atleta possono valere la vittoria in una gara. Anche in questo caso l’evoluzione non si ferma e stiamo mettendo a punto soluzioni con Litebase anche in chiave lifestyle e fashion.

Avete massima libertà creativa o ci sono dei focus sui quali vi concentrate?

Lavoriamo spesso su molteplici idee e progetti. Le direzioni sono tantissime e in Vibram devo dire abbiamo grande libertà di movimento. In certe fasi ovviamente questa grande energia va incanalata in progetti concreti e mirati condivisi con i team commerciali e di marketing. Altrimenti avremmo decine di progetti in continua uscita.

Ma quanto e come può essere sostenibile una suola e in generale una calzatura? Le prestazioni possono risentirne?

Bella domanda, l’argomento è complesso. Chiaramente questo è uno dei nostri focus principali e ci sono tantissime attività in corso. Quelle sulle quali siamo più concentrati riguardano l’utilizzo dei materiali presenti in natura: gomma naturale, fibre vegetali, animali o minerali. Stiamo sintetizzando e poi testando una miriade di prodotti. Diciamo che la soluzione universale non esiste ma ci sono varie combinazioni più o meno virtuose e sensate. Riassumendo a grandi linee, potrei direi che è più semplice realizzare prodotti per la maggior parte o totalmente eco per un utilizzo casual o moda. Quando si vira su modelli tecnici e prestazionali è più difficile perché permane ancora una certa componente sintetica. Ma le prospettive sono davvero vaste.

Anche sul tema dei prodotti con materiale riciclato?

In effetti abbiamo già realizzato suole da scarti di gomma o da gomma riciclata. Ma su questo tema mi permetto di dire che se per molti si tratta di prodotti sostenibili, a mio parere non lo sono. Sono riciclati... preferisco parlare di sostenibilità quando lavoriamo su materiali come sughero, gomma naturali, lana, fibre di legno o di riso. Biomasse insomma. Ogni componente di una calzatura dovrebbe essere eco se si vuole essere coerenti. Abbiamo competenze già avanzate per realizzare questo genere di prodotti ma a volte ci freniamo perché occorre poi avere anche massima chiarezza sui messaggi che si vogliono comunicare.

Ma anche in Cina oggi c’è più sensibilità sull’argomento?

Non solo c’è... ma qui sono molto più avanti dell’Occidente su certi aspetti. Non è una tendenza ma una realtà applicata in modo rigoroso, anche per una precisa volontà politica e certo anche di opportunità. Qui iniziano a smantellare fabbriche che non rispettano gli standard richiesti. Inoltre c’è un grande focus nello sviluppo della mobilità elettrica. Dai motocicli alle auto. Settori nei quali il governo ha investito ingenti cifre. Vogliono l’elettrico e pure senza problemi di smaltimento. Per questo stanno chiedendo alle grandi aziende – anche straniere, come Nissan – di trovare soluzioni alternative eliminando al massimo batterie, metalli, benzine o qualsiasi genere di componente potenzialmente inquinante durante o dopo il ciclo di vita dei prodotti. Insomma i cinesi hanno capito, a volte prima di molti altri, che il futuro passa da scelte drastiche sul tema della sostenibilità.

MERCATO CINESE OUTDOOR (2017)

3,2 miliardi di € fatturato del mercato outdoor cinese (12,3 miliardi il valore del mercato europeo) equivalente al 40% dell’intero settore sportivo cinese

1,4 miliardi di abitanti in Cina

510 milioni di abitanti europei

MERCATO CINESE CLIMBING (2018)

25mila climber (che arrampicano indoor o outdoor almeno una volta a settimana)

65 le palestre d’arrampicata nel 2013

338 quelle mappate nel 2018

30 anni l’età media dei climber

6:4 la proporzione uomo:donna

VTC & VIBRAM

4.000 mq la superficie complessiva del VTC

650 mq l’area dedicata ai test

40 i dipendenti del VTC nel 2009

230 i dipendenti attuali

6 camere hotel interno

20 posti addizionali in camere e appartamenti

2 le piscine del centro

40 milioni di suole prodotte all’anno da Vibram

150 modelli sviluppati ogni stagione

120 i paesi nei quali Vibram è presente

più di 1.000 i brand partner

oltre 4 milioni visitatori online sul sito

oltre 1 milione km percorsi all’anno per i test di sostenibilità



Alcuni scatti dell’area produzione/prototipia interna al VTC

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

MARCHI



PER INFO > OUTDOORBUSINESSDAYS.COM



Una scarpa da trail running su misura

Tecnica ha presentato alla stampa mondiale “Origin” e la tecnologia Custom Adaptive Shape. con l’obiettivo di supportare il negoziante per l’assistenza al cliente e la sua fidelizzazione

_ DI KAREN POZZI

“Noi pensiamo che i prodotti si debbano adattare agli atleti e non viceversa”. Da questo assunto prende vita la novità di Tecnica, brand di attrezzatura outdoor che la prima settimana di giugno ha lanciato Origin. Un evento dedicato alla stampa mondiale in costiera amalfitana dove i partecipanti, tra i quali anche noi, hanno potuto conoscere e provare la nuova scarpa, solo dopo averla adattata al proprio piede.

LA PROCEDURA DI PERSONALIZZAZIONE

Fino ad oggi, il focus progettuale delle scarpe da trail running è stato concentrato sulla riduzione del peso, l'aumento della performance o il miglioramento dell'ammortizzazione, del comfort e del grip, senza porre troppa attenzione alle diversità individuali dei runner e, di conseguenza, alle esigenze che possono emergere a seconda del sesso e della struttura corporea. Origin è invece una scarpa da trail running con calzata personalizzabile che si adatta all'anatomia del consumatore tramite una procedura brevettata di termoformatura eseguita in negozio. Ne deriva una scarpa dalla calzata ideale e una possibilità per i rivenditori di offrire ai clienti un servizio altamente specializzato. Nello sviluppo di Origin, Tecnica si è concentrata sulle caratteristiche uniche di ciascuna tipologia corporea (sesso e peso) dando vita

a quattro varianti di scarpa, ciascuna con diversi livelli di sostegno e ammortizzazione. Successivamente con una semplice applicazione digitale, i rivenditori saranno guidati nella scelta del modello Origin più adatto al cliente che ha di fronte.

Il passo successivo prevede che la tomaia e il sottopiede vengano termoformati direttamente sul piede di ciascun cliente attraverso l'utilizzo della speciale macchina Custom Adaptive Shape (C.A.S.), in attesa di brevetto, per migliorare il comfort e la performance. La procedura dura 15 minuti e il risultato sarà una scarpa unica.

“Il runner ha sempre comprato scarpe progettate per un utente medio. Che il peso sia 45 kg o 95 kg, è forzato a calzare la stessa scarpa, ma è chiaro che questa sarà troppo rigida per l'uno e troppo morbida e flessibile per l'altro”, afferma Federico Sbrissa, business unit manager di Tecnica Footwear.

“Da molti anni i produttori stanno cercando di produrre una scarpa da corsa personalizzabile,” afferma Sbrissa. “Tuttavia le soluzioni proposte fino a oggi erano complicate, costose e non tenevano conto del valore aggiunto del rivenditore specializzato. Unendo le nostre tecnologie con la competenza e il servizio di personalizzazione dei migliori retailer mondiali nei settori outdoor e running, riteniamo di offrire alla comunità outdoor prodotti di livello eccellente”.

INTERVISTA A MAURIZIO PRIANO, DIRETTORE MARKETING TECNICA

Per il runner e per il negoziante

Con la nascita di Origin e della nuova tecnologia che verrà applicata a tutte le future scarpe da trail running del brand, Tecnica raggiunge un duplice obiettivo. Migliori performance dell'atleta e un vantaggio competitivo dei rivenditori.

Qual è stata l'ispirazione alla base del progetto Origin?

Per la Origin così come per tutti i nuovi modelli presentati da Tecnica (scarpe e scarponi) c'è la fondamentale convinzione che debbano essere i prodotti a doversi adattare a chi li usa e non viceversa. In realtà invece, siamo costretti a imparare a utilizzare nuove tecnologie, nuovi strumenti, a modificare le nostre abitudini, il nostro stile o addirittura il nostro corpo. Se realmente si vuole mettere al centro la persona occorre cambiare radicalmente il modo in cui vengono creati i prodotti che utilizza, in cui vengono disegnati i servizi a supporto.

Ogni persona è diversa e per metterla nella condizione di esprimersi al meglio, di raggiungere le migliori prestazioni sportive, per godersi appieno il

tempo libero occorre creare dei prodotti che sappiano adattarsi ai propri utilizzatori. Grazie a questa filosofia costruttiva e a una tecnologia che abbiamo chiamato Custom Adaptive Shape (C.A.S.), Tecnica è in grado di creare prodotti che possono letteralmente adattarsi alla forma di ciascun piede, corporatura e stile.

Come e da dove nasce l'idea di imporvi nel settore trail running con una novità di questo tipo?

Le ragioni sono sostanzialmente due. Dal punto di vista del mercato, il trail running rappresenta il secondo segmento più importante in termini di fatturato nella calzatura outdoor e quello che senza dubbio ha influenzato maggiormente lo sviluppo e il design del prodotto dedicato alla “camminata in montagna”. Dal punto di vista del brand e soprattutto del consumatore il trail running è un segmento imprescindibile per il posizionamento di un marchio come Tecnica, che fa delle performance e dell'innovazione tecnologica una ragione d'essere. Inoltre il trail running e l'allenamento in montagna sono sicuramente tra le principali attività che il nostro consumatore pratica durante i mesi nei quali non può sciare.

Quali obiettivi avete in questo ambito?

A dire il vero Tecnica è entrata nel settore del trail running già a partire dal 2009 in Italia e successivamente in Asia (in particolare in Cina) ma non nel resto



Maurizio Priano

ORIGIN

La nuova calzatura pesa 300 grammi, è adatta a terreni tecnici, sia bagnati sia asciutti, grazie alla suola con mescola Vibram Megagrip progettata in esclusiva

Origin è una tra le scarpe più leggere sul mercato a pari condizioni di sostegno e protezione, ideale per le corse di breve e media distanza. La tomaia è molto avvolgente e creata con un tessuto robusto completamente elasticizzato unito a un rivestimento interno semirigido e termoformabile con la tecnologia di termoformatura C.A.S. , fettucce per l'allacciatura e rinforzi per un'aderenza perfetta e un corretto sostegno. Disponibile in quattro versioni e altrettante intersuole suddivise per genere e peso. Stampate a compressione in quattro diverse durezze sono state appositamente progettate per offrire il giusto livello di ammortizzazione e protezione in base al peso del runner e al suo stile di corsa. Entrambe hanno un drop di 9 mm: l'intersuola "LT" (<55 Kg per la donna e <75 Kg per l'uomo) presenta un'altezza di 9 mm sull'avampiede e di 19 mm sul tallone, mentre l'intersuola "XT" (>55 Kg per la donna e >75 Kg per l'uomo) ha un'altezza di 12 mm sull'avampiede e di 22 mm sul tallone.

L'allacciatura integrata assicura chiusura e regolazione perfette senza punti di pressione. La scarpa è inoltre autobloccante nella zona dell'avampiede, offrendo così a ciascuna tipologia di piede la possibilità di una regolazione extra-precisa.

Il sottopiede personalizzabile al piede di ciascun cliente garantisce un sostegno naturale, che migliora il comfort e riduce la fatica.

FODERA /

rivestimento in mesh
traspirante

PLANTARE /

personalizzabile
con tecnologia C.A.S.

TOMAIA /

tessuto in poliestere
elastico con rinforzi
in TPU laminato e
rivestimento interno in
TPU personalizzabile



INTERSUOLA /

LT / XT intersuola da
uomo in EVA a doppia
densità con cambrione in
TPU e piastra rialzata di
protezione sull'avampiede

BATTISTRADA /

Vibram Origin
con mescola Megagrip



Il Sentiero degli Dei

Il brand ha scelto una location unica per far conoscere la sua nuova creazione. Collocato in costiera amalfitana, rientra tra i dieci itinerari di trekking più belli al mondo

Il Sentiero degli Dei collega Agerola, un paesino sulle colline della costiera amalfitana, a Nocelle, frazione di Positano abbarbicata alle pendici del Monte Pertuso. Un itinerario dal panorama spettacolare che per secoli ha collegato le frazioni della costiera. Ben contrassegnato in bianco e rosso, il sentiero numero 02 si caratterizza di ambientazioni diverse che si susseguono. Da una vegetazione fatta di pochi arbusti ed erba, dove si incontrano spesso pecore e capre al pascolo, si passa alla macchia mediterranea di lecci, corbezzoli, erica e rosmarino. Il sentiero diventa a un certo punto più tortuoso e, attraverso salite, discese e panorami da vertigine, si passa il vallone Grarelle fino ad arrivare al borgo di Nocelle. Il Sentiero degli Dei si sviluppa interamente lungo il crinale alto della montagna, passando da quota 650 m di Bomerano ai 440 m di Nocelle. Benché sia possibile percorrerlo in entrambi i sensi, è consigliato andare in direzione di Positano, per la posizione del sole al mattino, che trovandosi sempre dietro la montagna permetterà di camminare con l'ombra soprattutto nei mesi più caldi e per il panorama: camminando con la montagna sulla destra e il mare sulla sinistra c'è un paesaggio nuovo e più bello ad ogni svoltar di crinale. Il mare con golfi e crinali scoscesi, la rocca della montagna, il golfo di Salerno e tutta la penisola sorrentina, Punta Campanella, l'isola de Li Galli in mezzo al mare, Capri e i suoi Faraglioni, sono uno spettacolo divino.

TRAIL DEGLI DEI. CORRERE CON IL PARADISO SOTTO AI PIEDI

In questa location ha luogo una gara dal panorama splendido. Andato in scena lo scorso maggio, questo trail è stato ideato dall'associazione sportiva Amalfi Coast UltraTrail, con il patrocinio della Regione Campania e dei Comuni di Agerola, Amalfi, Conca dei Marini, Furore, Positano, Praiano e Scala, e la collaborazione di numerosi partner. Sono disponibili quattro gare completamente immerse nella natura, su altrettante distanze: 50 km (Amalfi Positano UltraTrail), 35 km (Trail delle Sirene) e 17 km (Trail degli Dei) con 3.060, 2.150 e 1.060 metri di dislivello positivo e un vertical di 4 km con partenza da Nocelle di Positano fino a Monte Castello di Agerola.

del mondo. Il nostro obiettivo, presentando Origin, è perciò di entrare in questo segmento anche negli altri mercati. Soprattutto in quello statunitense, in cui il brand Tecnica è particolarmente forte (è il marchio numero due negli USA per gli scarponi) e nel resto dei mercati europei. Siamo forti di una reale innovazione che risponde in modo concreto ad un'aspettativa fortemente espressa dai consumatori, ovvero la personalizzazione dei prodotti in generale e dei servizi. Origin infatti è la prima scarpa da trail completamente customizzabile sul piede dei runner attraverso un processo di termoformatura che può essere svolto in negozio, donando un comfort e quindi anche delle performance difficilmente raggiungibili diversamente ed inoltre configurabile in base al sesso, al peso e allo stile di corsa.

Con l'introduzione di questa novità qual è il destino di tutte le precedenti scarpe da trail Tecnica?

Per il futuro abbiamo intenzione di allargare la gamma di modelli dedicati al trail, tutti ovviamente accumulati dalla tecnologia Custom Adaptive Shape. I modelli attuali, che non rappresentano tale approccio, verranno perciò gradualmente sostituiti.

Perché avete deciso di dividere in più tranches il lancio e sulla base di cosa avete selezionato un negozio piuttosto che di un altro?

Per motivi legati alle tempistiche di sviluppo e produzione di prodotto, normalmente passa circa un anno tra la presentazione ai negozianti e l'effettiva

messa in vendita di un prodotto. Ciò ad esempio comporta un certo grado di frustrazione per quei consumatori che, attenti alle novità di mercato e alle innovazioni, le vorrebbero provare subito anziché aspettare dei mesi. La nostra intenzione perciò è stata quella di fare un pre-lancio quasi simultaneo sia al trade sia al consumer. Poiché Origin richiede l'intervento del negoziante, non solo per vendere il prodotto ma anche per eseguire la customizzazione della scarpa, abbiamo deciso di farlo con quei negozi specializzati i quali hanno le competenze tecniche e hanno ricevuto la necessaria formazione. Speriamo, così facendo, di facilitare la vita e di convincere quei negozi che non hanno ancora individuato, nella estrema specializzazione e nella personalizzazione dei propri servizi, quel vantaggio competitivo, rispetto ai dealer online e alle grandi catene generaliste, che gli permetterà di aver successo in futuro, trasformandosi da negozio a vere e proprie "destinazioni".

Il procedimento di personalizzazione di Origin cosa offre al negoziante?

La nostra scarpa non è vendibile online. Secondo noi oggi le persone vanno alla ricerca del miglior prezzo ma solo per prodotti che non hanno bisogno di particolari servizi e che ormai vanno da sé, ma poi vanno alla ricerca di un servizio eccellente e personalizzato dedicato a loro. Proprio per questo abbiamo deciso di imporci nel mondo del trail running proponendo una scarpa che può essere adattata al cliente e che possa confermare l'importanza del ruolo del negoziante.



ph: Stefano Jéarrier



ph: Stefano Jéarrier

Il lato rosa del Tor

Una gara a forte connotazione femminile, dall'organizzazione ai partecipanti. Ferrino è ancora una volta partner dell'evento e portatore dei valori delle donne

_ DI KAREN POZZI

I numeri parlano chiaro, al Tor des Géants le donne hanno un ruolo rilevante: intorno a questa manifestazione internazionale ruota infatti un'importante quota rosa per quanto riguarda diversi ambiti. Per quanto concerne i partecipanti, la percentuale femminile è di oltre il 10% sul totale, e quella delle atlete che completa il percorso è superiore a quella dei finisher. Anche dal punto di vista dell'organizzazione e dei volontari, la metà è costituita da donne. Ma non solo.

"Il Tor des Géants è una gara a forte connotazione femminile: sono donne - dichiara Alessandra Nicoletti, presidente dei VDA Trailers - quattro delle cinque persone che lavorano tutto l'anno nella sede di Aosta, è donna la coordinatrice dell'Esercito dei 2.500 VolonTOR, sono donne moltissime delle rifugiste che accolgono i concorrenti in gara a qualunque ora del giorno e della notte. Ma soprattutto sono le atlete a ottenere i risultati più significativi in termini di per-

centuali di finisher, grazie anche alla capacità di gestione della fatica e degli imprevisti. Proprio come accade in ogni altro momento della loro vita".

TOR IN TOUR

Il 14 maggio presso il Museo Nazionale della Montagna del CAI Torino si è tenuta una delle tappe del TOR in Tour dedicata alla quota rosa del TOR. Protagoniste sono state volontarie, organizzatrici, atlete e sponsor. Ognuna, parlando del proprio ruolo al TOR, ha fatto emergere le peculiarità nascoste, svelando tutti i segreti del successo della gara.

Il TOR in Tour è la rassegna itinerante di conferenze e incontri organizzata dalla società VDA Trailers insieme ai suoi sponsor per far conoscere il Tor des Géants nelle diverse regioni italiane. Dopo gli appuntamenti primaverili svoltisi nel Nord Italia, da metà luglio a

ISCRITTE
EDIZIONE 2019

I39
Tor des Géants
330 km
24.000 D+

4
Tor des
Glaciers 450
km 32.000 D+

66
TOR130-Tot
Dret 130
km 12.000 D+

I37
TOR30-
Passage au
Malatrà 30 km
2.300 D+

A TU PER TU CON ANNA FERRINO, CEO DI FERRINO & C. E SPONSOR TOR DES GÉANTS

La forza delle donne

Cosa vi spinge a confermare ogni anno la partnership con il Tor des Géants?

È una gara estremamente interessante e unica con grandi valori distintivi e un posizionamento internazionale. Si corre su un territorio al quale ci sentiamo molto vicini; ha un team organizzativo con il quale siamo sempre stati in grande sintonia e con il quale collaboriamo particolarmente bene.

Ferrino Women Team: qual è il principale obiettivo?

Il team di donne è nato qualche anno fa e forse siamo stati tra i precursori di questa tendenza che vede l'unione tra donne e outdoor. Con questo vogliamo trasmettere che una delle caratteristiche femminili è proprio la capacità di essere multitasking e affrontare delle sfide importanti come il TOR pur conducendo una vita normale e impegnativa

su più fronti. Il nostro intento è far sì che le donne del Ferrino Women Team siano di ispirazione per tutte le altre, inducendole a mettersi in gioco nel mondo della montagna.

Qual è il profilo della donna che volete raggiungere e ispirare con questo progetto?

Donne sportive con valori veri, disposte a mettersi in gioco.

Quali prodotti Ferrino sono consigliati per il Tor des Géants?

La nostra gamma trail running è molto vasta e la scelta del prodotto dipende molto da come il concorrente interpreta la gara. I nostri zaini maggiormente selezionati dagli atleti negli ultimi anni per correre il TOR sono stati il Dry Run, completamente impermeabile e il Desert Kat, che tra l'altro è appena stato nominato "Zaino dell'anno" nella categoria "Adventure Raid" dalla Buyers Guide 2019 di Skialper.



ph: Nicola Morabito

Anna Ferrino

fine agosto il TOR in Tour tornerà a casa, in Valle d'Aosta, con una serie di eventi che saranno organizzati nei rifugi di montagna, con protagonisti vari, dai corridori ai volontari. Racconti di TOR attorno al fuoco, quindi, nell'ambiente caldo dei rifugi, per celebrare il decennale di uno dei trail endurance più duri del mondo.

A Torino, il giornalista Ettore Pettinaroli ha moderato il dialogo con Daniela Berta (direttrice del Museo Nazionale della Montagna - CAI Torino), Erika Noro (responsabile del progetto VolonTOR e coordinatrice dei 2.500 volontari del Tor des Géants), Anna Ferrino (ceo di Ferrino & C. e sponsor Tor des Géants), Scilla Tonetti (ultratrail runner, atleta Ferrino Women Team, seconda classificata tra le donne al Tor des Géants 2018) e Alice Modignani Fasoli (ultratrail runner, atleta Ferrino Women Team, finisher del Tor des Géants per quattro edizioni).

"Abbiamo voluto rendere omaggio a una delle corse di montagna più importanti del mondo, nel suo decennale. Dialogare con alcune delle sue protagoniste è il nostro obiettivo, non solo per raccontare il lato femminile dell'evento, come già facciamo con il progetto "Ferrino Women Team", ma anche per far percepire al grande pubblico il lato umano e le motivazioni delle atlete che affrontano o si avvicinano a una gara di trail così dura dove gli elementi determinanti per tagliare il traguardo sono costanza, pazienza, abnegazione e resistenza: doti femminili al 100%", ha dichiarato Anna Ferrino. Tutte le caratteristiche di cui parla il ceo di Ferrino sono emerse durante la serata nei vari ruoli presentati.

FERRINO E IL TOR

Ferrino è sponsor del Tor des Géants fin dalla prima edizione. In qualità di sponsor tecnico fornisce materiale come brandine da campo per il riposo degli atleti nelle basi vita e tende per accoglierli lungo il percorso. I volontari del TOR saranno spalleggiati nel loro fondamentale lavoro con la fornitura di tende e sacchi a pelo Ferrino.

DONNE CHE CORRONO: IL FERRINO WOMEN TEAM

Il team di donne creato da Ferrino nasce nell'autunno del 2017, quando le quattro trail runner di questo gruppo decidono di cimentarsi insieme nel Tor des Géants. Una sfida complessa ed estenuante che le quattro ragazze scelgono di affrontare insieme, nonostante i loro background atletici differenti, per comunicare al mondo il "lato rosa" di imprese anche durissime, come gli ultra trail e il Tor des Géants. La volontà è quella di far percepire il loro lato umano e dimostrare che con passione e determinazione si possono raggiungere tutti gli obiettivi. Un messaggio non solo sportivo ma anche sociale, la corsa come metafora di un viaggio. Fanno parte del team alcune delle migliori trail runner del panorama italiano e internazionale: Katia Figini, Alice Modignani Fasoli, Scilla Tonetti, Luisa Balsamo.

Il progetto Ferrino Women Team è sempre in crescita e cerca di superare i confini. Infatti, alla decima edizione del TOR faranno parte del team le spagnole Mirei Soler e Monica Guilera.



ph: Nicola Morabito

Da sinistra:
Daniela Berta,
Erika Noro,
Scilla Tonetti,
Alice Modignani
Fasoli, Anna Ferrino
e il giornalista Ettore
Pettinaroli

CAMELBAK

**PENSATO PER LEI.
CREATO PER DURARE.**

OutDoor
by ISPO

HALL C6 BOOTH 104

NEW WOMEN'S ULTRA PRO VEST

ULTRA LEGGERO
RETE VENTILATA IN 3D
PORTA BASTONCINI
TASCA STRETCH PER EXTRA CARICO
TASCA PER CELLULARE
INSERTI RIFLETTENTI
2 FLASK 500ML INCLUDE
DOPPIA REGOLAZIONE STERNALE MOBILE

WWW.NOV-ITA.COM



VISTA POSTERIORE



GIBRALTAR NAVY / SILVER
AQUA SEA / SILVER

PER VEDERE LA GAMMA COMPLETA DEGLI ZAINI RUNNING VISITA: CAMELBAK.COM/PACKS

© 2018 CAMELBAK PRODUCTS, LLC.

Una corsa (quasi) spensierata

In Ghana, intorno a quel Castello
che servì da base operativa
per lo “smercio” di centinaia
di migliaia di schiavi

— DI DINO BONELLI - FOTO DANILO RUBINI

Ci sono storie, scritte dall'essere umano, talmente orrende che la stessa umanità tende a voler dimenticare, ma alcuni simboli, sovente opere murarie erette dall'uomo, sembrano rimanere indelebili al tempo e a garanzia dei ricordi, per tanto orrendi che essi siano. Arrivando di notte in Ghana, dai finestrini dell'aereo, Accra, la capitale, sembra un'estesissima coperta di luci fioche che fluttua nel nero più intenso. La realtà del giorno dopo la restituisce come tranquilla cittadina senza arte ne parte, con l'Africa vera che vive e ribolle ai bordi delle strade, con i suoi mercati e i suoi profumi, il suo caotico vociferare e i suoi mille clacson di una viabilità pubblica affibbiata ai privati e proprio per questo funzionante anche se con i logoranti tempi africani. Nell'aria rumoreggia un dialetto incomprensibile, ma con l'inglese, che è anche lingua ufficiale, ci si comprende a vicenda e riusciamo a muoverci. In un paio d'ore abbondanti di un minivan semi arrugginito stracarico di gente e roba, arriviamo a Cape Coast, più che un a cittadina, un paesone, di pescatori. Con me c'è l'amico e coach Danilo Rubini, già compagno di mille viaggi e altrettante avventure. Ci sistemiamo al consigliato Oasis Beach Resort, un modesto complesso turistico per viaggiatori fai da te, pulito ed accogliente, che per il paese sconquassato in cui si trova è quasi un lusso. Nel caldo del primo pomeriggio, facciamo la visita al grosso castello che capeggia tra la spiaggia dei pescatori, con una miriade di barche in secca, ricoperte da reti riavvolte e panni messi ad asciugare, e quella di arena chiara in cui le onde s'infrangono su una battaglia libera da tutto e circondata da alte palme.

IL CASTELLO

Il castello è il motivo principale della nostra visita in questo paese, in quanto questa struttura tra la fine del XVII agli inizi del XIX, servì come base operativa, ricovero e smercio (termine duro ma purtroppo appropriato) di centinaia di migliaia di schiavi che dopo una lunga marcia in catene, qui venivano incarcerati per settimane prima di essere malamente stipati nelle anguste stive delle navi che facevano rotta verso le Americhe. Questo maestoso edificio, inizialmente costruito dagli svedesi per il commercio del legno e dell'oro, poi convertito dagli olandesi al traffico di esseri umani, fu solo uno dei trenta, tra castelli e fortezze, che sorsero sul litorale dell'ex Costa d'oro, oggi Ghana, per lo stesso fine. Questo imponente stabile imbrattato di bianco, insieme a quello di



pari imponenza di Dakar, in Senegal, ha il triste duplice primato di esser stato uno dei più grandi e con il più alto numero di schiavi deportati verso le terre d'oltreoceano. La visita è nello stesso tempo interessante e triste. Le anguste celle buie dei sotterranei piuttosto che le tre grandi batterie d'artiglieria ancora esposte alle intemperie sulle alte mura di cinta, sono il ricordo di un tempo che fu, un tempo in cui l'animo umano ha forse toccato il minimo storico in quanto umanità. Un piccolo museo all'interno della fortezza spiega le varie fasi della tratta di uomini, donne e bambini, e antiche catene originali appese al muro lasciano il visitatore esterrefatto, in silenzio a pensare. Il silenzio nel castello è irreal, mentre fuori, l'oceano che s'infrange sulle rocce, ritorna a dare una qualche sonorità alla vita quotidiana di un popolo che nonostante non abbia dimenticato, è comunque molto ospitale, gentile e sorridente.

CORSA E TRX

Finita la visita culturale, e rientrati nel nostro “lussuoso” resort, con il sole che inizia la sua lenta parabola verso il tramonto, col mio socio decidiamo di uscire ad allenarci, ognuno a modo suo. Io opto per andare a correre la mia solita oretta, periodo questo che cerco di ritagliarmi in ogni viaggio, mentre Danilo tira fuori il suo TRX, lo aggancia a una barca e inizia una serie di esercizi full-body. La mia corsa è spensierata o meglio i pensieri ci sono, ci sono eccome, e sono tutti rivolti al passato, a quei poveri esseri umani cacciati, incatenati, fatti marciare per giorni e giorni senza cibo né acqua, per poi essere rinchiusi nelle segrete di queste orribili fortezze e imbarcati e stipati come animali. Corro tra le vie del paesone, poi arrivo di fronte al castello e decido di girargli intorno dalla parte del mare, saltellando sugli scogli infradiciati dalle onde. Ho scarpe da trail running che, seppur molto usate, mantengono ancora il loro ottimo grip iniziale e il lento e attento giro sui faraglioni non mi crea alcun problema. Quando sono già di nuovo in vista della spiaggia, nei pressi di alcuni cannoni caduti dalle mura e abbandonati alla loro lenta rugginosa degradazione, incontro Danilo che, finito l'allenamento è tornato ai piedi del castello in versione fotografo, e m'immortalava. Altri trasferimenti sui caotici mezzi pubblici ci portano, nei giorni successivi, a visitare un'innovativa azienda che fabbrica telai di biciclette interamente fatti in bamboo, poi tra i bananeti delle colline dell'est, dove attraverseremo la frontiera verso il Togo.

SUL PROSSIMO
NUMERO...
ci sposteremo
nel vicino Togo.



REACH BEYOND

WAVE SKY 3

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

mizuno.it

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



RIDE ISO²

ENDLESS COMFORT

saucony.it

saucony | run for good