

Running

MAGAZINE

ANNO 8 - NUMERO 7/8 - 2019

361°
ONE DEGREE BEYOND



LIVE THE SENSATION

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



RIDE ISO²

ENDLESS COMFORT

saucony

run for good



Running
MAGAZINE

ANNO 8 - NUMERO 7/8 - 2019

- S O M M A R I O -



DATI & STATISTICHE

10 | The state of running 2019

REPORTAGE

12 | Outdoor & Running Business Days,
una formula che piace e convince

28 | LUT: lunghe distanze
per La Sportiva

TEAM

18 | Hoka Rookie Team:
sulle orme di De Gasperi e Collè

IN PRIMO PIANO

19 | On, dall'asfalto alla montagna

SCARPA DEL MESE

20 | ASICS GEL-Kayano 26

FOCUS PRODOTTO

24 | Peregrine ISO di Saucony

24 | Spire 3 di 361°

25 | Suunto 5

25 | Aeropex e XTrainerz di Aftershokz

INTERVISTE

26 | Sofia Goggia, testimonial
Red Bull 400

30 | Michele Graglia, ultra runner
& atleta La Sportiva

CONTEST

32 | I vincitori di #RunWithMe
all'headquarter Diadora

GARE

33 | Dolomites Saslong
Half Marathon

SALVA CON NOME

34 | Salomon Running Milano

RUN THE WORLD

36 | Togo - Africa

IN LIBRERIA

38 | "L'indice di equilibrio" di Iader Fabbri

38 | "Spostando il limite" di Simone Leo



- EDITORIALE -

Quando mischiare funziona

Da sempre come gruppo editoriale abbiamo creduto nella verticalità e nella specializzazione. Non a caso - a differenza di altri media che preferiscono parlare di tutto e un po' - negli anni abbiamo aperto differenti testate per coprire e presidiare al meglio i vari mondi. Action Sport, Outdoor, Running, Bike, Lifestyle e Fashion. Anche la nostra unica testata più trasversale (Sportbusiness Magazine) contiene in realtà degli ampi speciali dedicati a singole discipline o categorie di prodotto (come lo speciale tessuti e tecnologie appena pubblicato, in pratica un magazine nel magazine). Questo perché siamo convinti che solo approfondendo davvero in modo dettagliato e "consistente" un settore, si riesca davvero a interpretarlo al meglio, offrendo un servizio utile e strategico ai lettori.

La medesima logica l'abbiamo applicata sul fronte degli eventi, dove Sport Press già da anni è attiva, avendo organizzato o supportato attivamente iniziative sia B2B che B2C di grande spessore nei mondi neve, bike e outdoor. Ci mancava un evento che fosse anche dedicato al running in tutti i suoi aspetti, dalla strada al trail running. Un passo che, in realtà, avevamo preferito non compiere essendoci già un altro meeting B2B (che per anni ha ben funzionato), organizzato dal magazine Soul Running. Per alcuni anni all'Alpe di Siusi (BZ) e a Enego (VI) nel 2018 come ultima edizione. Ci eravamo quindi concentrati sugli Outdoor Business Days, dedicati al mondo outdoor in tutti i suoi aspetti.

Un evento diventato fin da subito il punto di riferimento del mercato italiano, in costante crescita in termini di numeri e riscontri. Fin dalla prima edizione nell'affascinante e selvaggia cornice della Pietra di Bismantova (RE), proseguendo per due anni in Val di Fiemme, a Cavalese (TN) e sbarcando poi nel 2018 a Riva del Garda. Una location che ha ulteriormente consacrato l'evento, tanto da ragionare subito su un programma di collaborazione triennale. Che da quest'anno ha visto l'allargamento completo e strutturato anche al mondo running, essendo stato non a caso ribattezzato "Outdoor & Running Business Days". Tutti i dettagli dell'evento andato in scena il 14 e 15 luglio scorsi ve li raccontiamo nell'ampio report alle pagine 12-17.

Ma a parlare a volte bastano i numeri: 70 brand e 150 retailer presenti da tutta Italia raccontano di un successo notevole. E della conferma che - in questo caso - l'unione di due settori ha perfettamente funzionato, offrendo un reciproco valore aggiunto a tutti gli operatori presenti. Non a caso molti hanno sottolineato di aver aperto nuovi contatti. Del resto oggi, pur mantenendo alcune proprie peculiarità, assistiamo a una sempre maggior convergenza tra il mondo running con quello outdoor. Non solo un mix di discipline. L'evento di Riva del Garda è stato anche un interessante laboratorio di concetti, in realtà molto concreti. Miscelando di fatto i test e le esperienze con momenti di business e formazione, workshop e networking in un'atmosfera rilassata, oltre che in una splendida location. Una formula che piace e convince. E sulla quale non mancheranno ulteriori novità. Intanto segnatevi le date del prossimo anno: 12-13 luglio, Riva del Garda. Altamente sconsigliato 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. 7/8 - 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 luglio 2019

-PRIMO PIANO-

ARTCRAFTS INTERNATIONAL DISTRIBUTORE PER L'ITALIA DI COMPRESSPORT



Compressport ha affidato in esclusiva ad Artcrafts International di Firenze la distribuzione dei suoi prodotti in Italia. Obiettivo dell'accordo è rilanciare efficacemente le operazioni commerciali e di comunicazione.

Simone Ponziani - ceo di Arcrafts International - ha dichiarato: "Durante le trattative abbiamo conosciuto un team aziendale dinamico, motivato e preparato. Ma, soprattutto, abbiamo appreso quanto validi siano i fondamenti e le verifiche di carattere scientifico che stanno dietro a ogni prodotto".

Attiva con un portfolio di circa dieci brand che spaziano dallo sport, al fashion & lifestyle, Artcrafts persegue l'obiettivo di sviluppare la distribuzione di Compressport in modo graduale e sostenibile: prima ascoltando le esigenze del mercato e intervenendo sui bisogni, poi ampliando la portata delle operazioni su scala maggiore. Il focus rimarrà fissato sui retailer specializzati nelle discipline del running, dell'outdoor e del triathlon.

"L'Italia è una delle nostre priorità distributive in Europa", ha dichiarato Dice Yann Tschumi, group ceo di Compressport International. "In Compressport stavamo cercando un partner solido e strutturato con una forte esperienza nei canali del nostro core business (trail, triathlon e running). Artcrafts International è molto introdotta in questi settori e ha già posizionato stabilmente marchi internazionali in questi segmenti di mercato. Sono fiducioso ed entusiasta di iniziare questa partnership con Simone Ponziani e il suo team".

INFO: Artcrafts International - 055.6818953 - artcrafts.it

OUTDOOR FRIEDRICHSHAFEN, SALTA LA DATA DI SETTEMBRE



Vi avevamo già accennato di come la fiera di Friedrichshafen si stesse preparando a un nuovo capitolo della sua storia. Non più OutDoor (marchio registrato da EOG e che ha contraddistinto la fiera che si è appena svolta nei padiglioni di Monaco di Baviera) ma

OUTDOOR, un nuovo claim e un nuovo format. E anche una nuova data, che avrebbe dovuto essere quella del 17-19 settembre 2019. Dal sito ufficiale però è giunta la notizia che la kermesse è stata posticipata a data da definirsi.

Sul fatto che ci fossero numerose perplessità sulla possibile adesione da parte degli espositori al nuovo format e quindi sulla fattibilità di un nuovo evento dal sapore internazionale sul Lago di Costanza, non vi erano dubbi. E oggi ne abbiamo avuto la conferma: "Nonostante il parere favorevole dei brand sul nuovo format, le adesioni non sono al momento sufficienti per l'effettiva realizzazione", ha dichiarato Klaus Wellmann, chief executive officer di Friedrichshafen Messe.

"Per oltre due decenni, il Lago di Costanza ha ospitato i maggiori brand del segmento outdoor e dato vita alla maggiore piattaforma internazionale di business, per questo motivo le aspettative per il nuovo format sono molto elevate. Per partire con il piede giusto, è fondamentale una buona risposta da parte delle aziende. Purtroppo non siamo certi di poter riprodurre lo stesso clima di entusiasmo che ha contraddistinto la fiera negli ultimi 25 anni", ha spiegato il responsabile di OUTDOOR Stefan Reisinger.



REACH BEYOND

WAVE SKY 3

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

mizuno.it

-PEOPLE-

JULBO: STEFANO FINAZZI È IL NUOVO COMMERCIAL MANAGER ITALIA

Stefano Finazzi è il nuovo commercial manager Italia di Julbo. Si occuperà della gestione sales e marketing della rete commerciale Italia per il settore sportivo e di potenziare il canale ottico, dove l'azienda ha in atto una precisa strategia di supporto al cliente nella lavorazione e personalizzazione degli occhiali da vista. Inoltre, sarà a suo carico anche il coordinamento delle attività di marketing e comunicazione per il brand su tutto il territorio italiano, in particolare verso il mondo sportivo della montagna, in cui Julbo rappresenta un punto di riferimento con testimonial del valore di Hervé Barmasse (alpinista), Dominik Windisch (biathleta), e Katia Tomatis (scialpinista).



RAIDLIGHT LANCIA IL TEAM ITALIA

Ph. Andrea Avolio - Studio Neroluce



RaidLight, il brand francese di proprietà del Gruppo Rossignol, ha annunciato la nascita del team Italia e i primi risultati non si sono fatti attendere. Prima di tutte la recente vittoria di Nicola Bassi, punta di diamante della squadra, al Cro Trail di Limone Piemonte lo scorso 7 luglio. Ma chi sono i membri di questa nuova e promettente realtà? Ragazzi con la passione per la corsa, con specializzazioni che vanno dallo skyrunning fino ai grandi raid multi-tappa in giro per il mondo. Un team con molte sfaccettature: nomi di spicco, amatori e giovani promesse.

STEVE LAYTON NOMINATO NUOVO PRESIDENTE DI POLARTEC

Milliken & Company ha annunciato la nomina di Steve Layton (nella foto) a presidente di Polartec, azienda recentemente acquisita dal marchio. Layton sarà a capo del processo di integrazione, volto a inglobare in Milliken il portfolio completo di tecnologie tessili per l'abbigliamento outdoor di Polartec, tra cui tessuti orientati alle performance sportive. Inoltre, avrà il compito di gestire in maniera permanente le attività del brand, garantendo il successo operativo nella produzione e incentivando l'innovazione nel segmento per sviluppare soluzioni tessili che soddisfino le esigenze dei clienti di Polartec e degli utenti finali.



LA SPORTIVA RAFFORZA LA PRESENZA IN SCANDINAVIA



Da sinistra: Lorenzo Delladio, ceo e presidente de La Sportiva, con Henrik Lyngbye Pedersen, ceo di Odex

La Sportiva, oltre ad aver piacevolmente sorpreso tutti con uno stand molto cool e completamente rinnovato in occasione di OutDoor by ISPO, ha annunciato un nuovo accordo di collaborazione con il distributore locale Odex che si occuperà della distribuzione del marchio trentino in Danimarca e Groenlandia. Con sede a Lynge e presente sul mercato outdoor scandinavo da 10 anni, Odex è una realtà distributiva che si avvale di un network consolidato di specialisti nel settore outdoor a 360°: climbing, trail running e hiking, grazie a uno staff di oltre dieci persone appassionate di sport all'aria aperta. Si rafforza quindi la presenza di La Sportiva sui mercati scandinavi con l'obiettivo di aumentare la presenza all'interno di catene e negozi specializzati con l'approccio total look, apparel & footwear, che caratterizza il marchio della Val di Fiemme nella sua evoluzione da calzaturificio a brand globale.

UNDER ARMOUR RADDOPPIA LA BRAND HOUSE A MILANO

Under Armour sceglie Orefici per l'inaugurazione del secondo monomarca milanese, successivamente all'opening di piazza Gae Aulenti nel 2017. Lo store, nel nuovo shopping district, si espande su una superficie di 550 metri quadrati all'interno del palazzo acquisito da Hines nel 2017. Il progetto è stato definito dal team internazionale di Under Armour successivamente all'analisi del capoluogo meneghino per capirne le caratteristiche e i rispettivi insight. Un concept che racconta i valori



del brand e quelli della città che, manifestandosi congiuntamente, permettono di vivere un'esperienza esclusiva. Milano viene vissuta nello store tanto da essere stilizzata sulle pareti: mappa della città su fondo cemento che, con un progetto d'illuminazione, evidenzia per mezzo di neon rossi i diversi percorsi in città dov'è possibile allenarsi o fare running.

GARMIN E RUNSAFE INSIEME PER PREVENIRE GLI INFORTUNI

Fino al 31 dicembre 2020 i runner di tutto il mondo potranno contribuire, tramite i propri dispositivi Garmin, all'indagine promossa da Runsafe, per studiare e analizzare i fattori che sono causa di infortuni nella corsa. Nasce infatti la collaborazione tra l'azienda produttrice di GPS e il gruppo di ricerca dell'Università di Aarhus in Danimarca, con una partnership per esplorare come i cambiamenti, anche minimi, nella dinamica della corsa a piedi, possano influenzare vari fattori legati alla salute. Durante questo studio verrà esaminata la relazione tra il running, le caratteristiche personali dei podisti e il rischio di lesioni correlate alla corsa. L'analisi si materializza in un questionario in lingua inglese. I runner di tutto il mondo potranno prendere parte al progetto registrandosi a un link dedicato e potranno quindi contribuire alla ricerca in qualunque momento. I dati che verranno raccolti permetteranno a Runsafe di avere una migliore comprensione delle cause degli infortuni correlati alla corsa e, in definitiva, fornire ai podisti le migliori tecniche di prevenzione attraverso feedback in tempo reale.



A MICAM ARRIVA "PLAYERS DISTRICT"

"Where outdoor and sport shoes play the game!", è questo lo slogan di Players District, la nuova area di MICAM che dal 15 al 18 settembre animerà il padiglione 7 con le novità più interessanti del mercato della calzatura sportiva e outdoor. E lo farà con brand come Bjorn Borg, CMP, Dolomite, Joma Sport, Lotto, Skechers e tanti altri marchi internazionali.

All'interno di Players District sarà allestito anche uno spazio speciale in cui si alterneranno performer e iniziative pensati per dare corpo e forma al movimento che diventa sport e che solo le calzature più hi-tech sanno trasformare in vittorie leggendarie: The Arena. Con Players District MICAM si rinnova, dimostrando - proprio in occasione del suo cinquantesimo anniversario - di saper ancora una volta guardare oltre, verso le tendenze in evoluzione e le nicchie di mercato più promettenti in Italia e nel mondo.



NUOVA CAMPAGNA PER LA GENERALI MILANO MARATHON

Appuntamento fissato per il prossimo 5 aprile con la ventesima Generali Milano Marathon. Un'edizione speciale che verrà celebrata con una nuova campagna advertising. L'immagine scelta vuole rappresentare la forza, la determinazione e la soddisfazione per aver raggiunto il traguardo. L'idea creativa concepita enfatizza i valori positivi di questa manifestazione, l'alta qualità tecnico-sportiva dell'evento e l'immagine di Milano, una metropoli sempre più attrattiva e apprezzata a livello internazionale.

L'edizione 2019 ha registrato il miglior risultato in termini di partecipazione con 7.623 runner iscritti alla maratona e 3.691 squadre registrate alla Relay Marathon. Inoltre, alla partenza della Bridge-



stone School Marathon, la corsa dedicata ai più piccoli, si sono presentati in 13 mila, tra bambini e adulti. Un'edizione che verrà ricordata anche per il tempo di 2h 04'46". Nuovo record all-comers sul suolo italiano e ottavo tempo mondiale del 2019 (a oggi), realizzato lo scorso aprile dal keniano Titus Ekiro, grazie al quale la Generali Milano Marathon è entrata di diritto nel gotha delle maratone internazionali. Numeri record, nell'edizione passata, anche per il Charity Program: il progetto di fundraising ha raccolto oltre 1 milione e 300 mila euro che andranno a finanziare i progetti solidali sviluppati dalle cento ONP partecipanti al programma, che si colloca ai vertici europei e mondiali delle attività solidali legate al mondo del running.

FOR YOUR

MOUNTAIN

LA SPORTIVA®
innovation with passion

SHOP NOW ON WWW.LASPORTIVA.COM

MOUNTAIN RUNNING®
APPAREL COLLECTION

DYNAFIT E LIMONE EXTREME ANCORA INSIEME



La collaborazione tra Dynafit e la Limone Extreme continuerà anche quest'anno, con quattro competizioni in programma tra venerdì 18 e sabato 19 ottobre. L'evento di trail running andrà in scena nell'affascinante paesaggio diviso tra lago e montagna dell'Alto Garda e la presenza del brand per il quarto anno consecutivo garantirà ai partecipanti tutto il necessario per sfidare di corsa l'ambiente montano sui sentieri delle Alpi. Ai nastri di partenza delle gare si presenteranno, equipaggiati con il total look del brand, gli atleti del Team Dynafit e i Trail Heroes, ambassador che si sono affidati al marchio del gruppo Oberalp per affrontare le proprie sfide.

NEW BALANCE ALLA CORSA DELLA BORA



La S1 Trail - Corsa della Bora annuncia la collaborazione con il suo nuovo sponsor tecnico: New Balance. Con questa nuova partnership, l'organizzazione punta a far conoscere la gara a un pubblico sempre più ampio. La Corsa della Bora si avvia verso la sua quinta edizione prevista per il prossimo 5 gennaio 2020 e ogni anno coinvolge un pubblico sempre

più internazionale di trail runner. New Balance darà il suo supporto sia in termini di forniture che di coinvolgimento nel circuito di eventi partner. Inoltre, quest'anno, probabilmente l'evento di presentazione degli atleti top coinvolgerà anche il team del brand. I percorsi che caratterizzeranno l'evento saranno cinque: S1 Sprint 16 km, S1 Half 21 km, S1 Trail 57 km, S1 Ultra 164 km e S1 Ipertrail.

NASCE LA CETILAR MARATONA DI PISA



Il title sponsor della Maratona di Pisa sarà Cetilar. Dopo aver scalato tre posti nel ranking nazionale delle maratone ed essersi affermata come 7ª Maratona Internazionale d'Italia, l'accordo con Pharmanutra, marchio nato a Pisa e affermatosi a livello mondiale, permetterà di arrivare ancora più in alto e superare i livelli dell'ultima edizione, già da record: 5mila partecipanti in totale, oltre 1.000 quelli provenienti dall'estero e più di 3.000 quelli da fuori regione. L'appuntamento con la 21ª edizione della Cetilar Maratona di Pisa, questo il nome completo e ufficiale da ora in avanti, sarà il 15 dicembre 2019.

CMP AI CAMPIONATI ITALIANI MOUNTAIN E TRAIL RUNNING

CMP è main sponsor e fornitore tecnico ufficiale dei campionati italiani mountain & trail running, in programma dal 25 al 28 luglio nell'alto vicentino. Si tratta del primo test che anticipa il nuovo format che la Federazione Internazionale di Atletica IAAF ha messo in campo per le discipline dell'outdoor running a partire dai campionati mondiali del 2021. Non più manifestazioni dislocate in un arco temporale ampio e su diverse location, ma un unico grande evento di più giorni in cui inanellare le diverse prove che assegnano i titoli.



UYN CO-SPONSOR DELLA GENERALI MÜNCHEN MARATHON



Con un accordo triennale, il brand italiano di abbigliamento funzionale UYN diventa co-sponsor e fornitore ufficiale Generali München Marathon che, domenica 13 ottobre 2019, vivrà la sua 34esima edizione. Per tutti i partecipanti alla maratona - oltre 20mila runner - UYN ha realizzato una maglia speciale, personalizzata con i colori e i loghi dell'evento. UYN è fornitore ufficiale dell'abbigliamento anche per le oltre 1.500 persone dello staff impegnate a garantire la perfetta organizzazione e la sicurezza della Generali München Marathon.

KARPOS CON IL DELICIOUS TRAIL DOLOMITI PER I PROSSIMI TRE ANNI

Nuova importante collaborazione per Karpos che, per i prossimi tre anni, sarà main sponsor della Delicious Trail Dolomiti, una corsa lungo i celeberrimi sentieri che hanno ricevuto il titolo di patrimonio dell'Umanità, della lunghezza di 44,2 km e 3.240 metri di dislivello positivo. La gara unisce l'aspetto sportivo a quello enogastronomico, perché lungo il percorso i rifugi e i ristoranti coinvolti di Cortina, Regina della Dolomiti, proporranno ai runner un menù di piatti tradizionali di Cortina D'Ampezzo rivisti in chiave sportiva che serviranno a dare energia e un tocco gourmet a ogni ristoro. Grande contributo alla realizzazione di questo progetto verrà anche da Polartec, altro brand capace di trasferire nei tessuti che realizza tutta la sua capacità di innovazione e ricerca che Karpos e Delicious condideranno nelle varie edizioni. Polartec, storico partner di Karpos, contribuirà alla creazione dei tessuti che renderanno iconici e da collezione i capi realizzati per tutti i partecipanti.



HOKA ONE ONE AL FIANCO DEL DOLOMITI BRENTA TRAIL

La quarta edizione del Dolomiti Brenta Trail quest'anno, per la prima volta, verrà affiancata da Hoka One One. Il brand ha scelto questa manifestazione per la qualità organizzativa dell'evento e per la bellezza del tracciato che può vantare un contesto naturale unico al mondo, per la bellezza dei panorami e per la natura selvaggia. Appuntamento per il prossimo 7 settembre quindi di fronte al lago di Molveno, nominato dal Touring Club e da Legambiente "il lago più bello d'Italia". Due i format di gara: l'ultra di 64 km, con 4.200 mD+ e il trail di 45 km, con 2.850 mD+. Due sfide nelle quali si cimenteranno più di 700 atleti, che correranno e percorreranno la storia dell'alpinismo del Brenta, toccando vette come cima Tosa e cima Grostè. Hoka One One sarà presente con i suoi atleti di punta ma non è questa l'unica novità. Per la prima volta l'organizzazione fornirà, in collaborazione con SeTe Track, un tracker GPS a tutti gli atleti (l'anno scorso solo ai partecipanti della 64km), utile alle squadre di tecnici del soccorso alpino dei Carabinieri e della Guardia di Finanza per garantire la sicurezza durante l'evento, monitorando i runner che si misureranno sui tecnici e ardui sentieri del percorso.



L'UTMB E WWF FRANCIA ANCORA INSIEME PER L'AMBIENTE

Dopo gli sforzi profusi nel 2017, quando l'organizzazione dell'UTMB si è impegnata a fianco di altri 19 importanti organizzatori di eventi sportivi per rispettare 15 impegni eco-responsabili dietro la spinta del WWF Francia e del Ministero dello Sport (un'iniziativa acclamata e riconosciuta a livello nazionale dall'ONU in occasione dello "Sports for climate action" il 5 giugno 2019), questa partnership si è consolidata ulteriormente. UTMB e WWF France, infatti, hanno stretto un nuovo legame. La partnership vuole dimostrare che un grande evento internazionale può essere un esemplare promotore del rispetto per l'ambiente e partecipare allo sviluppo sostenibile del suo territorio.



Da sinistra, Catherine Poletti, fondatrice dell'UTMB, con Isabelle Autissier, presidente del WWF Francia

PILLOLE BY



Pronti per gennaio 2025?

RadiciGroup e Lampo
insieme per la riciclabilità
dei capi, accessori compresi



Sposando il concetto di economia circolare e vista la nuova Direttiva UE 2018/851 del Parlamento Europeo che istituisce per gli Stati Membri la raccolta differenziata per i tessuti entro il 1° gennaio 2025 con scopo

di riciclo e non di termovalorizzazione, Lampo ha collaborato con RadiciGroup per mettere a punto delle zip che rispondano proprio a queste linee guida. Un capo di abbigliamento, infatti, non è solo tessuto, ma anche accessori. E per garantirne la riciclabilità a fine vita va pensato "monomateriale".

RadiciGroup – azienda leader nella filiera del nylon da sempre impegnata per contribuire alla sostenibilità dell'industria tessile europea – ha messo quindi a disposizione di Lampo il suo know-how per mettere a punto cursori delle zip utilizzando un polimero speciale su base poliammidica compatibile con il materiale di filati ed eventuali imbottiture utilizzate negli indumenti, in maniera da proporre una soluzione che consenta ai capi giunti a fine vita di essere macinati e riciclati "così come sono", eliminando quindi costose lavorazioni di rimozione di bottoni, cursori e particelle metalliche varie. Dopo aver valutato e sperimentato varie possibilità, i cursori sono stati realizzati con un compound speciale su base poliammidica con fibra di vetro e altri additivi, in modo da avere il giusto mix di rigidità, scorrevolezza, stampabilità e aspetto estetico; in questo modo i cursori risultano compatibili in termini sia chimici sia di punto di fusione con tessuti su base PA6 e PA66 utilizzati per tessuti, cuciture, imbottiture delle giacche.

INFO: lampo.eu - radicigroup.com

BOOSTER
ELITE EV2

**SE VOLETE CORRERE MEGLIO,
ABBIATE CURA DEI VOSTRI MUSCOLI!**

**FINO A
42%
RIDUZIONE
DELLE
VIBRAZIONI**

**79%
OTTIMIZZAZIONE
DEL RITORNO VENOSO**

**RIDUZIONE
DEI DOLORI
MUSCOLARI
39%
IL PRIMO GIORNO**

**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

The state of running 2019

La prima mappa mondiale sulla partecipazione alle gare di corsa su strada.
Analisi di 70.000 eventi e 107,9 milioni risultati dal 1986 al 2018

_ DI KAREN POZZI - FONTE: RUNREPEAT.COM

Nel giugno 2019 è stato presentato in Cina il più grande studio della storia sulla partecipazione alle gare podistiche. Svolto da RunRepeat.com in collaborazione con l'International Association of Athletics Federations (IAAF), ha generato dati unici e molto interessanti. Il settore delle competizioni di running è numericamente importante seppur la partecipazione sia in calo negli ultimi due anni soprattutto in Europa e negli Stati Uniti. È invece aumentata in Asia ma non abbastanza per compensare il calo registrato negli altri paesi.

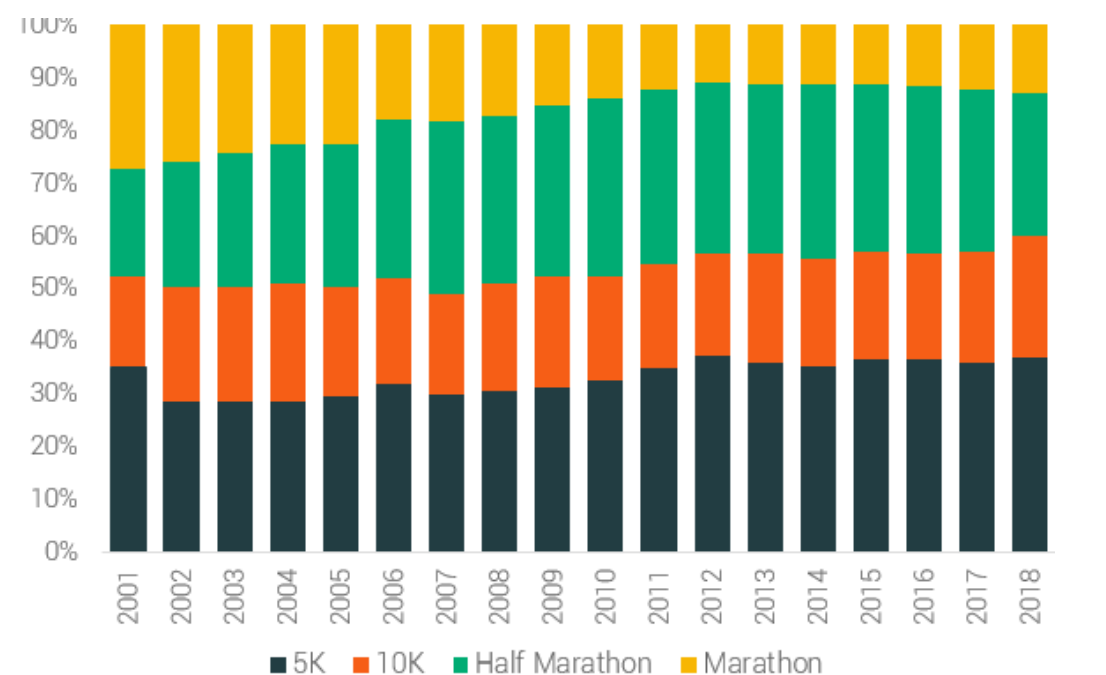
La partecipazione alle gare podistiche ha raggiunto il picco nel 2016 con un totale di 9,1 milioni di risultati e poi è scesa a 7,9 milioni (in calo del 13%) nel 2018. I partecipanti a gare podistiche negli ultimi 10 anni ricoprono il 57,8% (da 5 a 7,9 milioni di partecipanti). Le gare di 5 chilometri e le mezze maratone mantengono il maggior numero di partecipanti (rispettivamente 2,9 e 2,1 milioni di partecipanti nel 2018), ma hanno anche sofferto il più grande calo negli ultimi 2 anni: - 13% (da 3,4 milioni) per la prima tipologia di gara e -25% (da 2,9 milioni) per la seconda.

10K e maratone hanno un seguito più modesto, 1,8 e 1,1 milioni di partecipanti rispettivamente nel 2018. Piuttosto stabili negli ultimi 2-3 anni, i tassi di partecipazione hanno oscillato meno del 2%.

Non esistono informazioni ufficiali riguardo le motivazioni del potenziale declino ma ci sono alcune ipotesi:

- la corsa è cresciuta del 57% negli ultimi 10 anni e come ogni sport che attrae la massa, alterna periodi di crescita e calo. Non si può ipotizzare la lunghezza di un periodo di declino;
- quando una disciplina diventa molto popolare, si formano diverse nicchie interne. Questo è il caso della corsa: 10 anni fa, correre una maratona era l'obiettivo ultimo per molti atleti. Chi è riuscito a farlo, ha incuriosito altri potenziali maratoneti e piano piano il numero di atleti in questa disciplina è aumentato. A un certo punto gli atleti estremi non trovano più la maratona così estrema. Per questo motivo, l'ultramaratona, il trail running, l'Ironman e così via sono esplosi;
- le motivazioni alla base della corsa sono potenzialmente in cambiamento e le gare non sempre hanno seguito le nuove tendenze. Rispetto a 15 anni fa, le persone viaggiano di più per correre e i tempi di arrivo sono diventati più lenti. Questi fattori indicano una crescente interpretazione delle gare come esperienza piuttosto che come elemento di successo. Le organizzazioni dovrebbero adattarsi a questa tendenza.

DISTRIBUTION OF PARTECIPANTS BETWEEN DISTANCES



LUNGHEZZA DELLA GARA

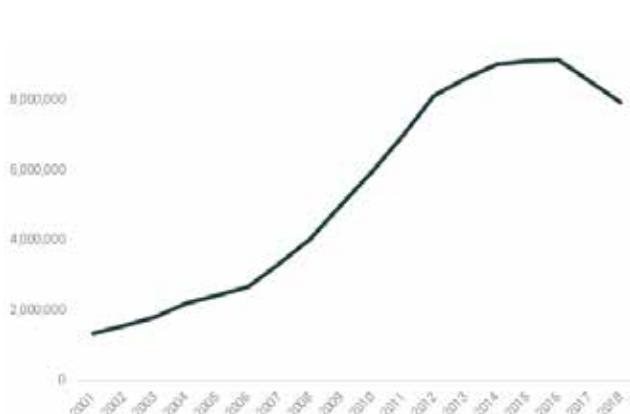
La gara di corsa su strada più iconica è la maratona. Tuttavia, negli ultimi anni, questo tipo di corsa rappresenta solo il 12% dei risultati (ridotti di oltre il 25% all'inizio del secolo). Ciò ha portato a una crescita della partecipazione alla mezza maratona, un aumento dal 17% al 30% dei partecipanti totali.

Le proporzioni dei partecipanti in 5K e 10K sono abbastanza stabili, ma stanno comunque registrando una crescita, rispettivamente del 3% e 5%.

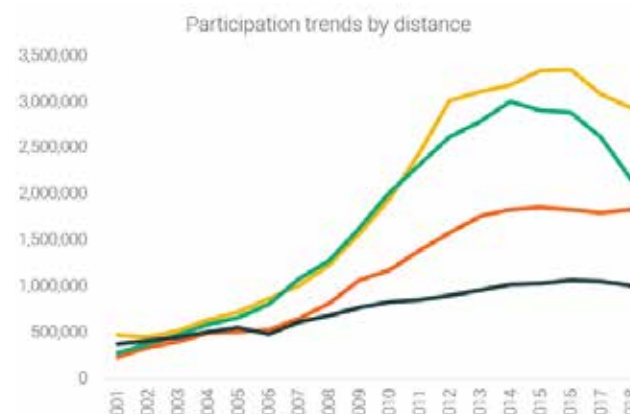
ETÀ DEI PARTECIPANTI

I runner stanno invecchiando: infatti l'età media passa dai 35.2 del 1986 ai 39.3 del 2018. Il motivo potrebbe essere relativo alla lunghezza della loro carriera, cresciuta negli anni, o a un inizio della stessa in età più avanzata. Si assiste a un forte aumento dell'età media dei partecipanti alle 5K negli ultimi 7 anni, da 32 a 40 (25%) e alle 10K, da 33 a 39 (23%). Minore la crescita nelle mezze maratone, da 37,5 a 39 (3%) e le maratone da 38 a 40 (6%). Per le maratone, vi è un aumento della partecipazione dei più giovani (dall'1,5% al 7,8%), ma anche un calo dei runner tra 20 e 30 anni (dal 23,2% al 15,4%). È interessante notare che la partecipazione nella fascia 40-50 anni è in aumento (dal 24,7% al 28,6%), il che dimostra che ci sono molte persone con una lunga carriera nelle corse.

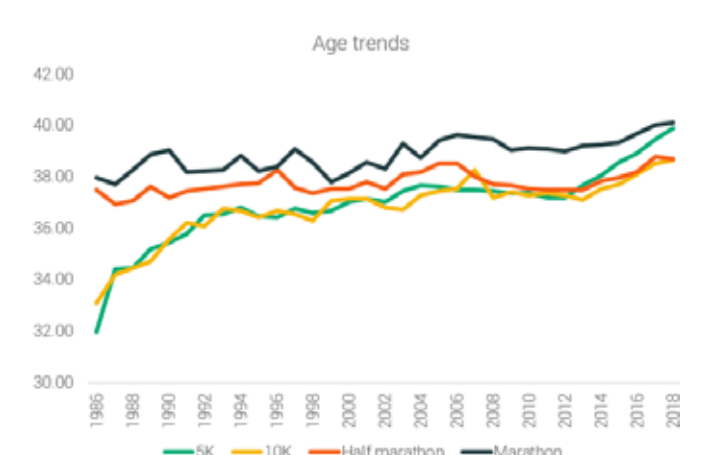
TOTAL NUMBER OF PARTECIPANTS



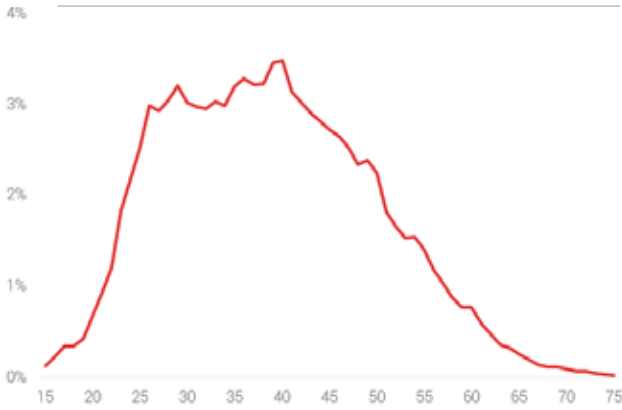
PARTECIPATION TRENDS BY DISTANCE



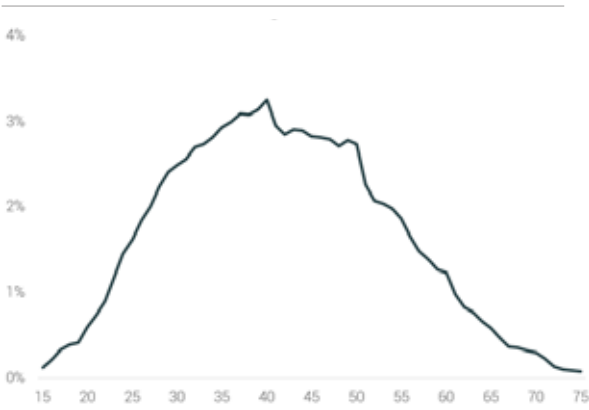
AGE TRENDS



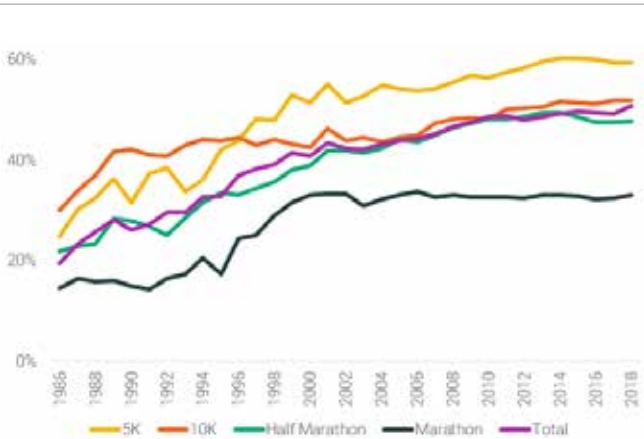
FEMALE AGE DISTRIBUTION



MALE AGE DISTRIBUTION



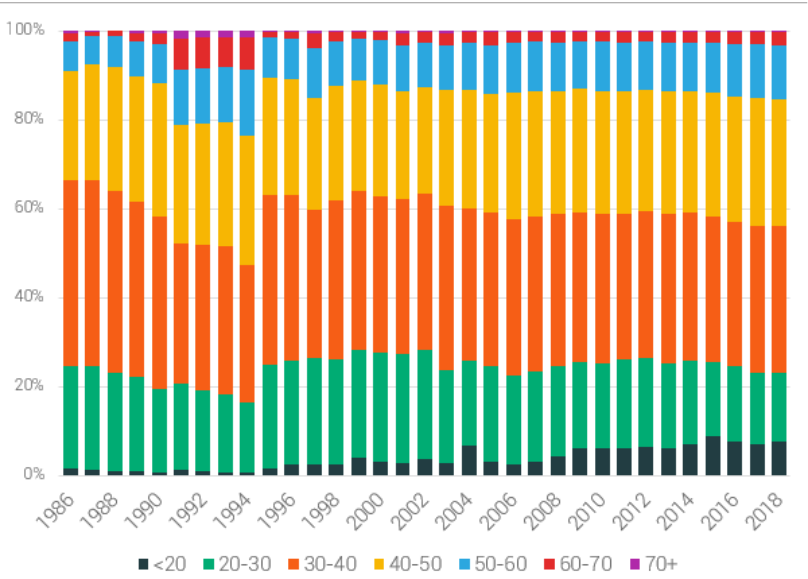
% WOMAN



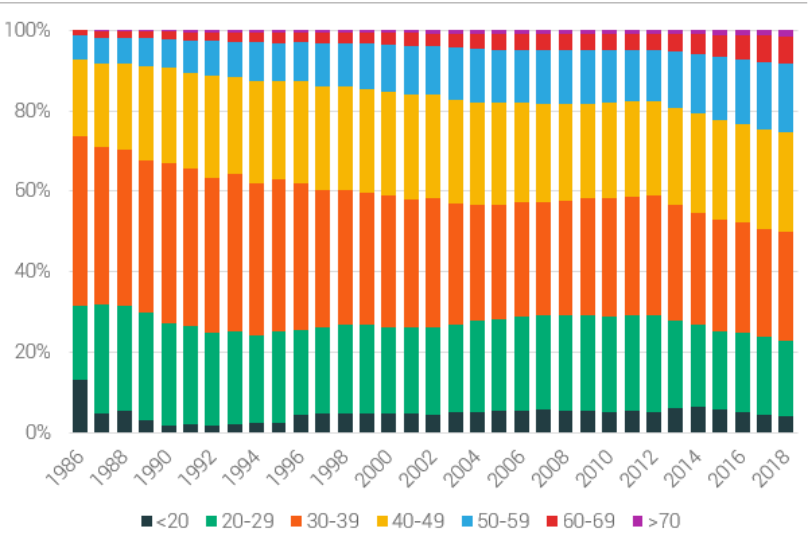
Per i 5K i partecipanti più giovani sono in declino, ma sempre più partecipanti hanno più di 40 anni. Ciò è coerente con il fatto che molti iniziano a gareggiare in età avanzata e lo fanno a partire da una piccola distanza.

La proporzione di partecipanti di 20 anni nei 5K non è cambiata molto, ma la percentuale di giovani di 20-30 anni è passata dal 26,8% al 18,7%. Inoltre, la proporzione tra i 30 e i 40 anni si sta riducendo dal 41,6% al 32,9%. La percentuale di partecipanti over 40 è passata dal 26,3% al 50,4%.

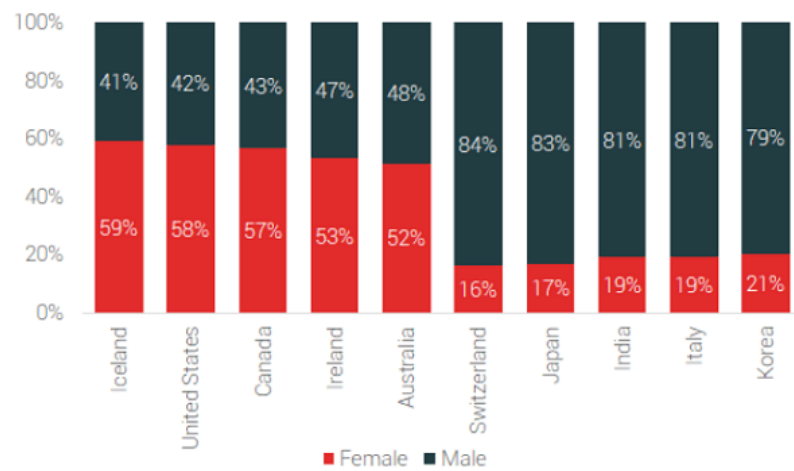
AGE DISTRIBUTION - MARATHON



AGE DISTRIBUTION - 5K



TOP 5 AND BOTTOM 5 COUNTRIES BY FEMALE PROPORTIONS



LE DONNE: ETÀ E PAESI

Per le donne l'età media delle partecipanti alle gare è di 36 anni. In generale, iniziano e smettono di correre in giovane età. A incidere su questa tendenza sono sicuramente il parto e i maggiori impegni legati alla famiglia. La partecipazione maschile raggiunge i 40 anni. La corsa è tra gli sport più in voga tra le donne. Oggi, nelle 5K quasi il 60% dei partecipanti sono donne. In totale la partecipazione femminile è passata da meno del 20% nel 1986 a poco più del 50% nel 2018. I paesi con la più alta percentuale di partecipanti donne sono anche quelli che hanno la maggiore parità di genere. Nel grafico si vedono l'Islanda, gli Stati Uniti e il Canada in testa. È abbastanza sorprendente che la Svizzera e l'Italia siano tra i paesi con la minore partecipazione femminile.

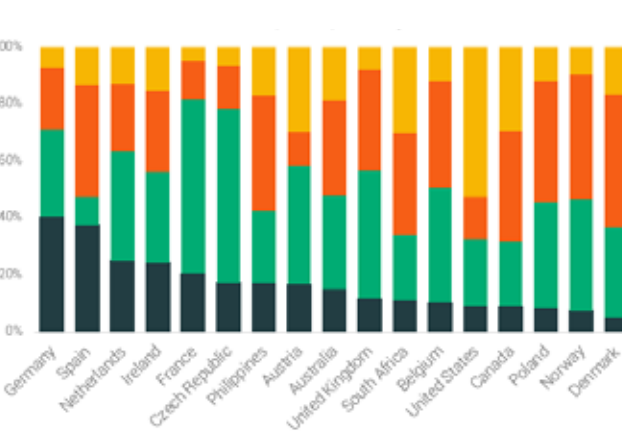
PAESI E TIPOLOGIA DI GARE

Le prime tre nazioni con la maggior parte dei maratoneti sono Germania, Spagna e Paesi Bassi. La Francia e la Repubblica Ceca hanno le maggiori proporzioni di mezza maratona. Norvegia e Danimarca hanno il maggior numero di corridori 10K. E negli Stati Uniti, nelle Filippine e in Sudafrica, le 5K sono le più popolari. In quanto a distribuzione dei partecipanti per continente, vediamo che il Nord America è il continente dei 5K, la distanza preferita dall'Asia sono i 10K e quello dell'Europa le mezze maratone. Se consideriamo il numero di corridori come percentuale della popolazione del paese, i corridori più dedicati sono gli irlandesi, seguiti da quelli dei Paesi Bassi e del Regno Unito.

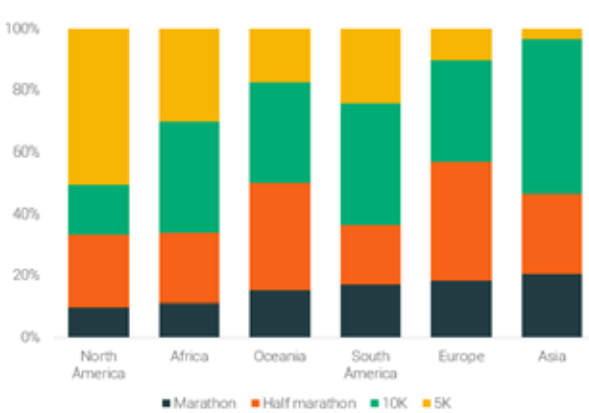
DATI & METODOLOGIA

I dati coprono il **96%** dei risultati delle gare negli Stati Uniti, il **91%** dei risultati di gara in UE, Canada e Australia e una grande porzione anche da Asia, Africa e Sud America. I **corridori d'élite** sono stati esclusi, si tratta quindi di un'analisi dei corridori amatoriali. **Passeggiate e "corse per beneficenza"** sono state escluse, così come gare a ostacoli e altri eventi di corsa non tradizionali. Sono incluse tutte le **193 nazioni** riconosciute dall'ONU. Lo studio è stato svolto in collaborazione con l'**International Association of Athletics Federations (IAAF)** e presentato in **Cina nel giugno 2019**. La raccolta dei dati è stata effettuata attraverso un **database** di risultati di gare, nonché singole **federazioni di atletica leggera** e gare che condividevano i risultati. La ricerca prende in considerazione **70.000** eventi, **107,9 milioni** di risultati di gara (database pubblici o singole federazioni di atletica leggera e gare che condividevano i risultati) **dal 1986 al 2018**.

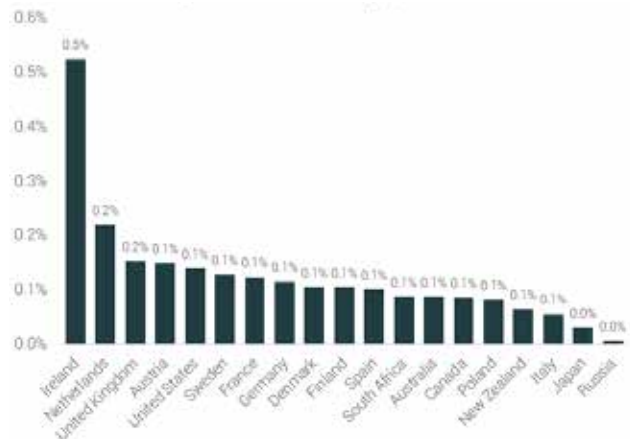
DISTRIBUTION OF PARTICIPANTS BY DISTANCE



DISTRIBUTION BY DISTANCE



PARTECIPATION AS % OF COUNTRY POPULATION 2018





Outdoor & Running Business Days, una formula che piace e convince

La quinta edizione si è rivelata la migliore sotto svariati punti di vista: 70 i brand espositori e 150 i negozi specializzati. Workshop sold out e numerose possibilità di test prodotto in vista dei nuovi ordini. Grande successo per l'apertura al mondo running

DALLE NOSTRE INVIATE _ MANUELA BARBIERI E CRISTINA TURINI - FOTO: OUTDOOR STUDIO

Un giusto mix di experience, prove sul campo, momenti di business e formazione, workshop e networking in un'atmosfera rilassata, oltre che in una splendida location. Ideale per lavorare ma anche per trascorrere due giorni in puro spirito outdoor. Con l'aggiunta quest'anno di tutto il mondo running (dalla strada al trail). Questa in sintesi la formula degli Outdoor & Running Business Days, giunti alla loro quinta edizione. Rivelatasi la migliore sotto svariati punti di vista. L'evento, che si è svolto gli scorsi 14 e 15 luglio a Riva Del Garda, si è ormai consolidato come punto di riferimento per gli operatori del settore, richiamando sia le aziende più importanti nel

panorama outdoor e running, sia i dealer provenienti da tutta Italia. Per i vari brand non è stata solo un'occasione per consolidare e fidelizzare il rapporto con i propri negozi, ma anche per conoscerne e inserirne di nuovi all'interno della propria rete distributiva. Per i negozi, invece, l'evento è stata un'importante occasione per rapportarsi direttamente con le aziende e per confrontarsi con i tanti colleghi presenti a Riva Del Garda. Il tutto in un'atmosfera rilassata e coinvolgente, in una location eccezionale e ideale per ospitare l'evento. Come si è confermata essere, anche quest'anno, Riva del Garda.

I WORKSHOP

Tra creatività e social: come conquistare i clienti

Loredana Meduri e Alessandro Spanu - esperti in comunicazione, sales marketing ed economia internazionale con esperienza ventennale - sono stati tra i protagonisti degli esclusivi workshop in programma che hanno registrato il tutto esaurito (ben 60 persone in totale). Il primo, intitolato "Design thinking: Il cliente del futuro come lo conquistiamo?", ha coinvolto direttamente i negozianti con una metodologia interattiva e creativa per trovare nuove soluzioni e idee sulla fidelizzazione dei clienti. L'incontro è stato ripetuto due volte nella stessa giornata per dare la possibilità a tutti di partecipare a questa esperienza formativa. Il secondo workshop, intitolato: "Be wow - Come affascinare con creatività e autenticità i propri clienti", incentrato sulla passione e il cuore nella relazione con il cliente, ha chiuso con energia positiva la giornata di domenica. Anche il workshop di Green Media Lab ha registrato il tutto esaurito coinvolgendo un pubblico di oltre 70 persone, con un argomento che sta a cuore sia ai brand che ai negozianti: "Nuovi equilibri fra online e offline: social media marketing per il retail". L'intervento della media relation & digital company milanese - specializzata in attività di comunicazione e consulenza strategica - ha avuto l'obiettivo di trasferire conoscenze, abilità e tool per un utilizzo corretto delle piattaforme social al fine di migliorare la visibilità del retail, integrare le attività offline con quelle online e impostare una corretta strategia di comunicazione.





Alcuni momenti
dei test prodotto
su strada e sterrato,
lungo i percorsi
sponsorizzati da:
361°, Saucony,
Hoka One One e
Compressport,
CMP e Masters,
e La Sportiva



I NUMERI - I protagonisti che hanno animato il Centro Congressi Palavela hanno confermato una forte crescita rispetto al 2018, dovuta anche all'inserimento, per la prima volta in modo strutturato, del settore running, oltre a quello trail già in parte presente nelle scorse edizioni. Con 70 brand espositori e 150 negozi specializzati, gli Outdoor & Running Business Days hanno confermato il loro forte appeal tra i protagonisti del settore.

I TEST PRODOTTO - Con tre percorsi running, tre di trail, la falesia La Ponta per gli appassionati climber e la splendida cornice del lago di Garda per gli sport acquatici, le numerose possibilità di test prodotto hanno coinvolto i dealer che, oltre a provare direttamente le attrezzature in vista dei nuovi ordini, hanno avuto la possibilità di passare due giorni all'insegna dello sport, godendo dello splendido panorama che il territorio offre.



A lato, Matteo Cevoli
del negozio Grip
Dimension

Sotto, lo staff
dello storico shop
milanese
Verde Pisello
- La Casa
Dei Trop Runners

A lato, prova della
mescola Vibram
Megagrip sul modello
di calzatura Vibram
FiveFingers V-Aqua

Sotto, presentazione
e test prodotto
di Theragun,
brand californiano
specializzato nella
terapia a percussione



DOMANDE

1. Pareri e osservazioni sull'evento

2. Quanti negozianti hanno visitato il vostro stand?

3. Quanti nuovi potenziali clienti?

4. Avete fatto dei test prodotto? Quali feedback avete ricevuto?

5. Altri commenti

SCOTT - MARIO POLETTI, PRODUCT MANAGER RUNNING



1. L'evento è stato in linea con le nostre aspettative. L'abbinata outdoor e running è stata positiva. Il fatto di aver completato il nostro pacchetto offerta con dei marchi outdoor come Lizard, Outdoor Research, Bach e l'ormai consolidata Dolomite, ha favorito un interscambio interessante con i negozi.

2. In totale abbiamo spuntato dalla lista circa 60 clienti, molti dei quali hanno dimostrato interesse per le nuove collezioni.

3. Questa fase di recruiting è importante per noi e siamo soddisfatti di quanto fatto in questa due giorni. Abbiamo attivato nuovi contatti interessanti.

4. Abbiamo fatto più di 15 test prodotto, quasi tutti con la Ultra, il nostro best seller. Alcuni hanno riscontrato interesse anche per la nostra nuova scarpa: la Kinabalu RC 2.o. I feedback per entrambe sono stati molto positivi.

BROOKS - ROBERTO CORDOPATRI, TECH REP ITALIA



1. Per essere il primo anno per noi è andato molto bene. Abbiamo avuto un buon feedback da parte di tutti i clienti che sono passati, interessati sia alle novità del mondo trail che strada. Quest'ultimo un settore per noi già affermato con i modelli Glycerin e Ghost che si confermano.

2. Nella giornata di domenica abbiamo avuto un passaggio di oltre 25 clienti.

3. Dei 25 di domenica, sette erano clienti nuovi. Magari ci conoscevano già, ma non avevano mai avuto contatto diretto con l'azienda oppure un'occasione per confrontarsi con noi in maniera più approfondita. Tutti sono stati molto propositivi sia nei confronti dell'azienda che delle novità.

4. Abbiamo fatto circa una ventina di test. Con feedback molto positivi sulla nuova Cascadia 14 che è stata la scarpa più provata. Seguita dalla Ghost e poi dalla Glycerin. Tutti i test della Cascadia hanno evidenziato come la nuova geometria della tassellatura della suola e la nuova mescola TrailTak siano i punti di forza, assicurando un maggiore grip sul terreno.

BV SPORT - FILIPPO ERDAS, SALES RAPPRESENTATIVE - NORD OVEST ITALIA



1. Il bilancio è stato abbastanza positivo per il mondo running. Sono state coperte, a livello di partecipazione, quasi tutte le zone. Circa il 35% degli iscritti agli Outdoor & Running Business Days sono passati nel nostro stand.

2. Oltre cinquanta negozi.

3. Non molti in rapporto alle visite ricevute al nostro stand. Avremmo voluto, in questa occasione, poter conoscere nuove realtà, soprattutto del mondo outdoor.

4. Sì, calze, pantaloncini e maglie. I feedback sono stati molto positivi. Tanti negozianti che hanno fatto i test erano già nostri clienti, quindi il prodotto lo conoscevano già. Agli Outdoor & Running Business Days abbiamo presentato delle novità che usciranno il prossimo anno. Per noi era importante farle vedere in anteprima ai clienti.

5. Bella la location e buona l'organizzazione. La visita dei nostri clienti era programmata in quanto erano tutti stati informati della nostra presenza ed è stato per noi un grande piacere accoglierli al nostro stand. Ci sarebbe piaciuto conoscere anche nuovi punti vendita, soprattutto nel settore outdoor, fetta di mercato al quale stiamo cercando di avvicinarci considerata anche la nuova gamma di prodotti da noi dedicata.

ON - GÜNTHER HELL, BRAND MANAGER ITALIA - CARLO DEL BO, RESPONSABILE MARKETING ITALIA - GUIDO DE PACE, RESPONSABILE SVILUPPO NETWORK SPORT2000 ITALIA



1. La nostra prima volta agli Outdoor e Running Business Days è stata molto positiva. C'è stata una buona affluenza in entrambi i giorni e abbiamo avuto un primo contatto con parecchi clienti potenziali.

2. Sono passati al nostro stand tra i quaranta e i cinquanta negozi.



3. La maggior parte, perché noi siamo ancora un brand giovane. Siamo sul mercato da 10 anni e da nove con la distribuzione. Siamo in continua espansione. Per un brand come il nostro è interessante vedere quali sono le zone d'Italia che iniziano ad avere un elevato interesse per il nostro marchio. Essendo un brand svizzero, l'influsso è partito ovviamente dalle regioni

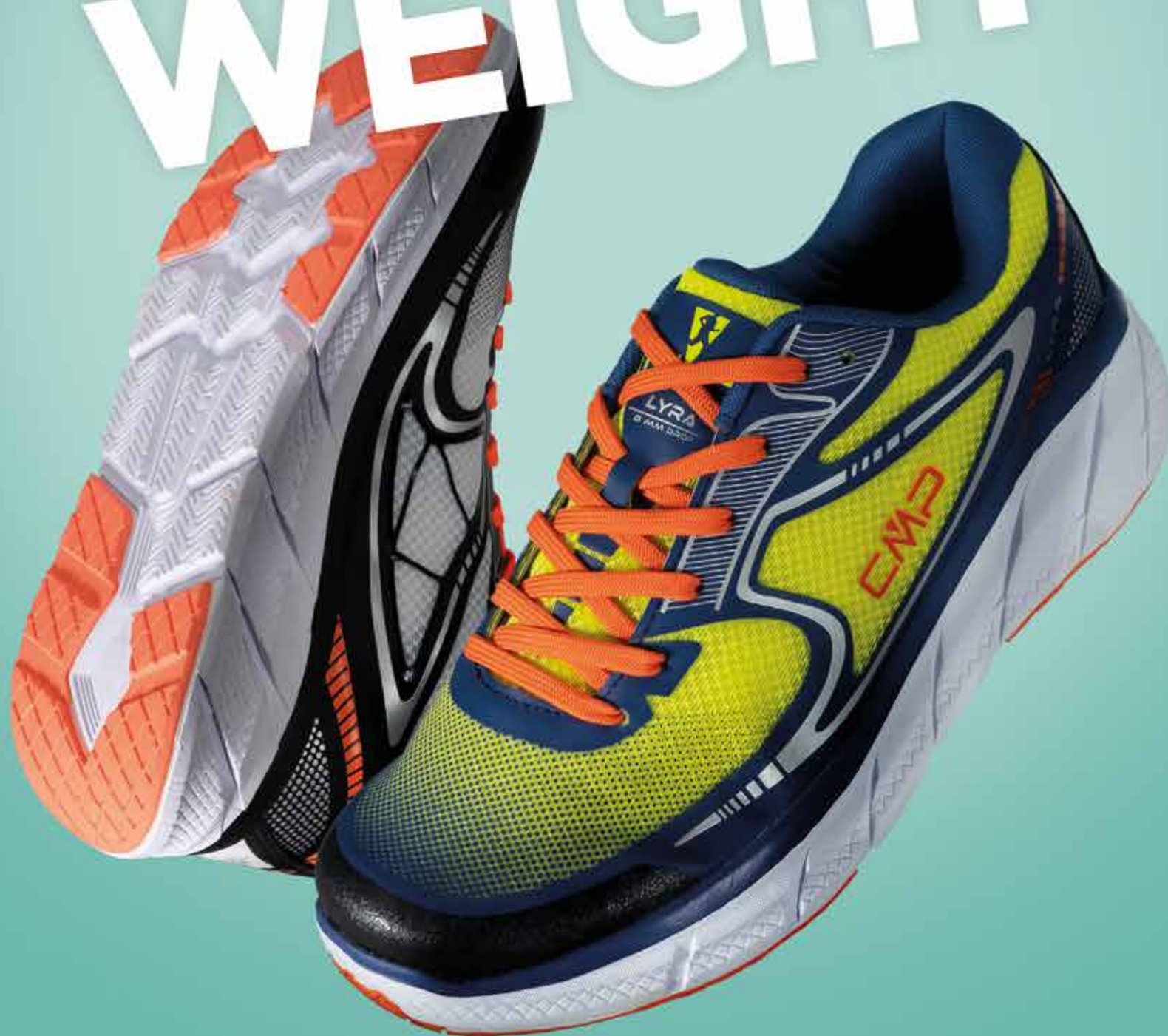
del Nord Italia, ora però il marchio inizia a suscitare grande interesse anche in tutta la penisola. Sono passati allo stand molti negozianti di Marche, Abruzzo, Lazio e altre regioni che ci hanno detto: "Abbiamo sentito parlare di voi!". Significa che interesse e curiosità dei rivenditori si stanno facendo sempre più vivi.

4. I test richiesti sono stati tanti e la maggior parte dei tester ci ha dato un riscontro positivo. I negozianti hanno apprezzato la possibilità di poter provare differenti modelli della nostra collezione.

5. Perfetta la formula B2B, va mantenuta. Abbiamo provato altre esperienze dove sono stati messi insieme i due target e si sono dimostrate poco chiare e confusionarie. Molti sono i complimenti da riservare per l'organizzazione. Abbiamo anche apprezzato il sito degli Outdoor & Running Business Days, chiaro e fatto bene.



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.cmpsport.com

NOENE - PIERPAOLO CHIOFALO, PRODUCT SPECIALIST



1. Sì. Per noi che abbiamo recentemente cambiato distribuzione, è stata un'importante occasione per ascoltare direttamente la risposta del cliente finale. In questo primo periodo ci siamo confrontati con gli agenti e non ancora con il cliente. Le varie agenzie ci forniscono report, ma è molto importante avvicinarsi personalmente ai negozi e ascoltare le loro esigenze e proposte.

2. Oltre 35 negozi.

3. Circa otto potenziali clienti che in percentuale rispetto alle visite, è tantissimo.
4. Il test solette e plantari non è semplice per Noene. Il beneficio del prodotto si misura nel tempo e non ha una sensazione istantanea. Abbiamo raccontato la tecnologia e le nostre future ricerche. Porteremo i dati direttamente in store organizzando eventi e conferenze.

5. Forse avremmo preferito ci fosse un unico padiglione, per poter essere presenti anche noi durante i momenti sul palco e poter confrontarci con i nostri colleghi degli altri stand.

LA SPORTIVA - ALESSANDRO TEDOLDI, ATHLETES & SPONSORSHIP COORDINATOR



1. Sicuramente è andata benissimo, la combinata outdoor e running insieme funziona. Il numero di clienti presente è stato buono. Ci sono stati sia trentini, che lombardi che veneti. E anche qualcuno dal centro Italia, che magari a ISPO non era presente. Sicuramente questo aspetto è più che positivo.

2. Circa 45/50 negozianti hanno testato le nostre calzature.

3. Un po' di negozi nuovi ci sono stati. Hanno chiesto i contatti degli agenti della loro zona e informazioni su nuovi prodotti.

4. I test sono andati bene, i feedback sui prodotti del 2019 sono tutti positivi e anche le novità per il 2020 hanno suscitato un ottimo interesse.

5. Il format e la location funzionano davvero molto bene.

I-EXE - GIORGIO GIORGETTI, RESPONSABILE MARKETING



1. Siamo stati appagati sotto certi punti di vista, un po' meno sotto altri. All'interno dello stand movimento c'è stato, pensiamo comunque di aver fatto un buon lavoro, per essere il primo anno.

2. Una quindicina/ventina.

3. Qualche nuovo c'è stato.

4. Sì, li abbiamo fatti fare per prodotti specifici. Sono andati bene. Sapevamo quello che andavamo a presentare al cliente e abbiamo riscontrato il feedback che ci aspettavamo.

5. Forse sono mancati qualche attrattiva in più e dei momenti di coinvolgimento.

COLUMBIA - DANIELE PICCIN, KA REP. ITALY



1. Abbiamo trovato interessanti i workshop e i test prodotto, fatti in una location molto adatta allo scopo. Abbiamo partecipato con il nostro marchio Montrail, specialista nel trail running fin dalle sue origini, nel padiglione del running per avere appunto la possibilità di far provare le nostre calzature da trail e mountain running e presentare le nostre novità e l'evoluzione del marchio. La scelta di concentrare l'evento su due giorni, domenica e lunedì, e concentrarsi sul prodotto, sembra funzionare molto bene per il cliente e la gestione del suo tempo. Questi sono anche i riscontri che abbiamo avuto dai clienti che abbiamo incontrato. Purtroppo però c'è stato poco tempo a disposizione per la prova dei prodotti. Anche la scelta del periodo si allinea perfettamente ai tempi della campagna vendite.

2. Abbiamo ricevuto la visita di circa 40 clienti.

3. Almeno la metà di essi sono nuovi contatti, specializzati in running e trail running.

4. Avevamo a disposizione calzature per i test, ma i clienti erano più focalizzati a conoscere le novità di prodotto e lasciavano i test alla fine nel caso fossero riusciti a trovare il tempo per farlo.

MICO - GIOVANNI SETTI, INTERNATIONAL SALES DIRECTOR



1. È il primo anno che partecipiamo agli Outdoor & Running Business Days ed è stata un'esperienza positiva, anche dal punto di vista organizzativo. La scelta dei giorni mi sembra buona, così come anche degli spazi espositivi. Siccome credo che l'anno prossimo riparteciperemo, ci piacerebbe mantenere la stessa posizione e ci auguriamo che l'organizzazione mantenga questo tipo di format espositivo molto smart.

2. Allo stand abbiamo avuto più di cinquanta visite. Noi tra l'altro, prima dell'evento, avevamo inviato una e-mail di invito ai nostri clienti, come suggerito da voi.

3. Una buona parte dei visitatori erano già nostri clienti. Ma per noi, come azienda, è stata un'occasione importante (essendo produttori al 100% dei nostri articoli) di confronto diretto con il negoziante che

solitamente è abituato a rapportarsi con l'agente di zona: un modo molto utile per rafforzare e supportare il lavoro dei nostri preziosi collaboratori.

4. Essendo il nostro un prodotto che poco si presta al test (calze e intimo tecnico non possono essere restituite dopo l'uso), abbiamo optato per far avere a ogni visitatore un paio di calze della nuova collezione RUN SS20; molti hanno potuto utilizzarla durante i giorni di fiera e i feed-back sono stati molto positivi.

5. Inizialmente avevamo il timore che, essendoci la possibilità di fare dei test prodotto, il padiglione un po' si svuotasse e invece non è stato così. Anche il workshop e le attività collaterali organizzate ci sono sembrate puntuali; per l'anno prossimo credo proprio che ci inventeremo qualche iniziativa interessante.

361° - ALBERTO FANTINI, GENERAL MANAGER



1. Per noi è stata la prima edizione. Si sono rivelate due giornate molto positive e c'è stato molto interesse per il nostro marchio.

2. Nella giornata di domenica abbiamo incontrato circa 25 punti vendita.

3. Una parte di questi sono già nostri clienti ma la cosa fantastica è che una buona parte, il 35%, non sono nostri clienti, quindi ci siamo conosciuti. Questo per noi è molto importante.

4. I test sono andati avanti sempre senza interruzioni già dall'apertura. I feedback sono sempre molto positivi, questa è la forza del nostro marchio.

5. L'organizzazione è ben fatta, è un bell'evento, bisogna continuare su questa strada e puntare sul B2B. Se si potesse, se ne dovrebbe organizzare uno in centro Italia. Bisognerebbe far entrare più brand e studiare il modo di intercettare quelle aree che, per lontananza, non riescono a raggiungerci.

UNDER ARMOUR - MATTEO GUIDOTTI, TECH REP



1. Abbiamo avuto un ottimo afflusso di potenziali clienti. E i workshop hanno decisamente contribuito a incuriosire i visitatori. Per noi gli Outdoor & Running Business Days sono stati un'occasione per dare continuità al nostro messaggio dopo la Milano Marathon e potenziare la nostra presenza nel mondo del running.

2. Circa una quarantina solo nella giornata di domenica.

3. Tra i 15 e 20 nuovi potenziali clienti, quindi ottimo.

4. Abbiamo fatto provare circa 20 paia di scarpe, tra Infinite (neutra) e una stabile come la Guardian. Feedback positivi, soprattutto da parte di chi non aveva mai indossato una calzatura da running Under Armour. Per loro è stata una bella sorpresa, anche per quanto riguarda l'abbigliamento che si conferma un punto di forza del brand.

SAUCONY - MORGAN GUIZZO, SALES & MARKETING MANAGER RUNNING WOLVERINE ITALIA



1. Siamo molto soddisfatti. Organizzazione e location hanno fatto la differenza rispetto a iniziative analoghe.

2. Abbiamo incontrato circa 40 negozianti e siamo molto soddisfatti.

3. Dodici. Decisamente un buon numero.

4. Le nostre shoe test erano sempre in strada. I test sul prodotto sono proseguiti senza sosta. Particolare interesse per la

nuova Ride ISO 2, che ha messo tutti d'accordo, e il trail, con Peregrine su tutte.

5. Aprire al consumatore finale, magari a orari prestabiliti. È una zona turistica, e molti vacanzieri, ma anche residenti, potrebbero trovare interessante visitare un Expo come questo. La sera del sabato ci poteva stare un incontro tra aziende, con moderatore, per discutere e condividere tematiche relative al nostro mondo (prodotto, canali distributivi, web, etc.).

GIPRON E NAKED - NICCOLÒ PRONZATI, RESPONSABILE COMMERCIALE



1. L'evento ci piace, è il primo anno di partecipazione per noi. È una formula un po' diversa dalle solite fiere a cui partecipiamo. Il contatto con i negozi è molto più personale, quindi si riesce a entrare un po' più nel profondo, e spiegare bene anche i prodotti. È stata una buona occasione per presentare anche il nuovo brand Naked, di cui saremo distributori per l'Italia (nakedsportsinnovations.com).

2. Intorno a 55 negozianti.

3. Una ventina di negozianti che sono passati dallo stand non erano mai stati clienti e hanno trovato molto interessanti i prodotti. Da questi potenzialmente ci aspettiamo che possa nascere una nuova collaborazione.

4. Quest'anno no perché abbiamo deciso all'ultimo di partecipare, ma l'anno prossimo, se parteciperemo ancora, valuteremo attentamente la possibilità di fare dei test prodotto. È un ottimo modo per provare quello che a parole raccontiamo allo stand.

HOKA ONE ONE - SIMONE PONZIANI, CEO DI ARTCRAFTS INTERNATIONAL



1. Le due giornate sono andate molto bene. Soprattutto nella giornata di domenica, sono passati alcuni dei nostri clienti principali.

2. Nelle due giornate sono passati a trovarci 35 negozi.

3. I potenziali negozi nuovi che sono passati a trovarci sono tre. Ormai la distribuzione del nostro prodotto è abbastanza uniforme. E noi non abbiamo aspettativa di clienti nuovi, se non occasionali. Non riusciremmo neanche a servire questi nuovi negozi che si sono presentati, in quanto nelle aree in cui operano siamo già presenti con altri specializzati.

4. Abbiamo fatto vari test, soprattutto su un paio di modelli nuovi, tipo le Rincon, sulle quali c'era una certa aspettativa. Devo dire che i giudizi che ho raccolto sono molto positivi. Siamo molto contenti perché è un bel modello con un prezzo sicuramente invitante.

5. Ottimo aver unito l'outdoor con il running, questo ha creato un flusso maggiore. Anche se noi vediamo clienti che già conosciamo, abbiamo concluso che è proprio con questi clienti che dobbiamo consolidare il rapporto, fidelizzarli, mostrare un aspetto diverso da quello dell'agente di zona con cui hanno rapporti.



Sulle orme di De Gasperi e Collè

A Riva del Garda il battesimo del neonato Hoka Rookie Team. Quattro giovani promesse capitanate dai campioni della corsa in montagna

_ DI KAREN POZZI

Nella spettacolare cornice del Lago di Garda, location degli Outdoor & Running Business Days, si è tenuto l'esordio del gruppo di atleti Hoka Rookie Team. Un progetto nato dall'intento di sostenere e motivare alcune giovani promesse, tra i 18 e i 20 anni, della corsa in montagna.

A dare vita all'idea sono stati i due campioni Marco De Gasperi e Franco Collè, atleti del Team International Hoka One One con una forte vocazione di sostegno e stimolo verso i ragazzi che praticano sport outdoor. Nel ruolo di capitani, cercheranno di trasmettere ai giovani atleti i valori del mountain running. Questa è la priorità del progetto.

A Riva del Garda, le quattro promesse del Hoka Rookie Team si sono allenate, insieme ai due tutor, su un percorso saliscendi e hanno effettuato il loro primo photo shooting tutti insieme. De Gasperi e Collè condivideranno con i ragazzi la preparazione alle future sfide, a partire dalla Limone Extreme di ottobre.

"Sono da sempre un promotore di iniziative come quella del Rookie Team propostami da Hoka" spiega Marco De Gasperi, "Mi diverte allenare i ragazzi, lo dimostra il mio ruolo di allenatore decennale nell'Atletica Alta Valtellina. Lo faccio perché qualcun altro, molti anni fa ormai, lo ha fatto con me, e credo che mettermi a disposizione dei più giovani sia un atto dovuto per ciò che lo sport mi ha dato nella mia carriera. Trovare un gruppo di ragazzi così affiatato, dove già emergono caratteristiche di assoluto valore è molto motivante. Spero di essere un buon esempio per loro e di poterli sostenere nel miglior modo possibile, motivarli e farli divertire. Sono sicuro che così sarà anche più facile per loro raggiungere risultati sempre più grandi".

HOKA ROOKIE TEAM



Da sinistra: Franco Collè, Davide Lucchini, Christian Lucchini, Luca Merli, Alessandro Crippa e Marco De Gasperi



ALESSANDRO CRIPPA

Nato il 5 settembre 2001 a Sondalo (SO). Vive a Grosotto (SO) e ha iniziato a correre nel 2014 sulle orme del papà Gaetano. Nel 2018 da allievo ha colto un quarto posto ai campionati italiani di corsa in montagna. Nel mese di luglio 2019 è arrivato 16° agli Europei Junior a Zermatt, contribuendo al bronzo a squadre. Predilige i percorsi in salita non troppo tecnici.



LUCA MERLI

Nato a Gavardo (BS) il 10 marzo 2000, residente a Ponte Caffaro (BS). Nel 2014 ha iniziato a correre per caso, mentre da un paio d'anni lo fa più seriamente. Quest'anno ha vinto il titolo regionale Juniores lombardo sia nel cross che in montagna, mentre nel cross è stato anche 18° agli italiani. Spicca l'11° posto degli Europei di corsa in montagna a Zermatt, con la ciliegina sulla torta del bronzo a squadre. Appassionato delle campestri e dei percorsi misti saliscendi.



CHRISTIAN LUCCHINI

Nato a Sondalo (SO) il 17 marzo 1999, è il più grande del gruppo. Risiede a Grosotto (SO). Da Junior ha colto un brillante secondo posto ai campionati italiani a staffetta nel 2017 assieme ad Andrea Prandi. Decimo ai campionati italiani Junior nel 2018 e sesto alla Limone Extreme sui 10 Km, oltre al decimo della Sierre Zinal giovani nel 2018. Il suo piatto forte sono le distanze da 10/15 Km saliscendi.



DAVIDE LUCCHINI

Nato a Sondalo il 25 agosto del 2000. Abita a Grosio (SO). Vice campione italiano junior di corsa in montagna a staffetta nel 2019 con Alessandro Crippa. Appassionato di skialp durante la stagione invernale, ama particolarmente le pendenze impegnative come i vertical molto tecnici.



On, dall'asfalto alla montagna

L'azienda svizzera, conosciuta per la corsa su strada, lancia la Cloudventure Peak e Cloudrock Waterproof. La prima, totalmente riprogettata, è una scarpa con il dna da competizione. La seconda è il primo modello per l'hiking

— DI TATIANA BERTERA

Sono circa 3.500 i negozi nel mondo che, oggi, vendono scarpe On. Un numero impressionante se pensiamo che l'azienda Svizzera, la cui sede centrale si trova a Zurigo, ha iniziato la sua attività solamente nel 2010 e che in nove anni ha conquistato oltre 3 milioni di runner in 55 paesi. Le curiose "nuvole", tecnicamente le "cloud", poste sotto la suola e molto evidenti nei modelli da road running incuriosirono fin da subito, tanto da ottenere (ancora in fase di prototipo e appena un mese dopo la fondazione dell'azienda) l'ISPO Brand New Award, uno dei riconoscimenti più importanti per l'innovazione nello sport.

Siamo nel 2010. Dopo aver sorpreso tutti con una idea assolutamente innovativa, il sistema brevettato CloudTec continua a essere una parte fondamentale di On e nel giro di nove anni le calzature subiscono ulteriori evoluzioni fino a giungere al doppio strato di strutture Cloud per la scarpa da strada e alla presentazione del modello più leggero e reattivo di sempre prodotto dal brand per il trail running. Il lancio di quest'ultimo, un gioiellino tutto bianco che prende il nome di Cloudventure Peak (completamente riprogettato e molto migliorato rispetto al modello precedente), è avvenuto lo scorso 18 luglio e noi, in anteprima, abbiamo già avuto modo di testarlo. Contestualmente è uscita anche la Cloudrock Waterproof, la novità assoluta nel mondo del trekking leggero.

Abbiamo testato i modelli sui sentieri del Wendelstein, a un'ora circa di auto da Monaco. Oltre alla sensazione di leggerezza, apprezzabile in particolar modo nel modello da trail, ne abbiamo apprezzato anche la comodità. Il piede rimane sempre avvolto senza essere compresso e la punta rimane libera di muoversi all'interno della calzatura senza perdere, tuttavia, di precisione in fase di appoggio.



I NUOVI MODELLI

CLOUDVENTURE PEAK è reattiva e veloce, ideale per vertical e per corse su brevi distanze dove è richiesta la performance. Il co-fondatore di On ed ex sportivo professionista Olivier Bernhard e il suo team hanno voluto questa scarpa da gara competitiva ultraleggera, la cui costruzione interna a calzino offre un sostegno ottimale del piede. Durante la salita, la suola Missiongrip offre tutta la trazione necessaria, mentre durante la discesa l'ammortizzazione è assicurata dagli elementi Cloud della suola.



CLOUDROCK WATERPROOF è comoda e stilosa, adatta non solamente al trekking ma anche in città nella stagione più fredda. Stabile e sorprendentemente leggera, è la prima scarpa da trekking di On. La sua membrana all'avanguardia protegge da vento e acqua pur consentendo una circolazione dell'aria ottimale. Come tutte le scarpe On, Cloudrock Waterproof presenta gli esclusivi elementi "Cloud" sulle suole, insieme alla tecnologia brevettata CloudTech. Una presa sicura su terreni accidentati è assicurata anche dalla suola in gomma Missiongrip, particolarmente aderente che copre gli elementi Cloud.



AMMORTIZZAZIONE PERFETTA GRAZIE AGLI ELEMENTI CLOUD



Quando si tocca terra ammortizzano le forze verticali e orizzontali, assicurando un atterraggio morbido e adattandosi al movimento individuale del proprio piede. In fase di atterraggio, tengono poi ancorati al terreno per una spinta potente e naturale. La struttura delle speedboard integrate nell'intersuola agevola inoltre la rullata del piede, aiutando il runner a passare senza problemi dal tallone alla punta.

INFO: [Sport Alliance International](mailto:info@sportalliance.it) - 0471.208300 - info@sportalliance.it



Laser Pink /
Sour Yuzu

ASICS GEL-KAYANO 26

TOMAIA /

Particolarmente protettiva e stabile grazie alla tecnologia **Fluid Fit 2.0**, la punta risulta più arrotondata e larga per permettere al piede di distendersi con più facilità

ALLACCIATURA /

Tradizionale

SOLETTA /

Nuova soletta ergonomica in **EVA** morbida per garantire il massimo del comfort già dalla prima calzata



CONCHIGLIA /

Esterna **MetaClutch** che garantisce grande stabilità e protezione

Mako Blue /
Sour Yuzu

INFO DI BASE

DISCIPLINA /
Road running

TARGET /
Runner pronatore –
target time 3.45 – 7 Km/h

PER / Uomo - Donna

COLLEZIONE /
Spring Summer 2019

PESO /
310 g uomo
278 g donna

DIFFERENZIALE /
10 mm uomo
13 mm donna

MISURE (US)
6-13 uomo
5,5-11 donna

PREZZO CONSIGLIATO /
180 euro

INTERSUOLA /

La combinazione di **FlyteFoam Lyte** e **FlyteFoam Propel** garantisce eccellenti livelli di compressione e ritorno di energia uniti a massima ammortizzazione e maggior durata
• Sistema di supporto **Dynamic Duomax**

GEL /

Ampia capsula di **ASICS GEL** visibile nella parte posteriore (e presente anche in quella anteriore) garantisce massimo comfort e ammortizzazione

COLORI UOMO /



Black / Black



Black / Electric Blue



Piedmont Grey / Black



White / Lake Drive



Midnight / Grey Floss



Speed Red / Black

I TRE PUNTI DI FORZA

1/1 INTERSUOLA IN FLYTEFOAM PROPEL

Dopo l'anteprima nella primavera 2016, l'innovativo materiale FlyteFoam dell'intersuola di ASICS è stato applicato a molti altri modelli, garantendo performance migliori. FlyteFoam ha aiutato molti runner a raggiungere i propri obiettivi. ASICS ha continuato a studiare e sviluppare la formula cercando nuove applicazioni di questo componente super leggero. E ha raggiunto ottimi risultati. Come tutti i tipi di FlyteFoam, il nuovo FlyteFoam Propel è realizzato in EVA leggera. Partendo da questo punto, ASICS ha aggiunto due componenti innovative: una varietà di polietilene specifico e un tipo particolare di polimero molto elastico. Questa combinazione raggiunge i più alti livelli di restituzione di energia e capacità di ritornare alla forma originale. Oltre a ridurre il peso della scarpa, il FlyteFoam Propel eccelle nella capacità di rigenerarsi, una qualità grazie alla quale supera tutti gli altri materiali attualmente disponibili sul mercato. FlyteFoam Propel definisce un nuovo standard per la combinazione di ammortizzazione e massimo ritorno di energia.

2/R EARFOOT E FOREFOOT GEL CUSHIONING SYSTEM

L'ampia capsula di GEL, visibile nella parte posteriore e presente anche in quella anteriore, garantisce il massimo comfort e ammortizzazione.

3/TOMAIA IN FLUID FIT 2.0

Sistema che consiste in un miglioramento del mesh con inserti in TPU termosaldati all'interno della tomaia presenti su entrambi i lati all'altezza della zona mediale. Garantisce un maggior comfort e maggiore stabilità nell'area dell'avampiede e del mesopiede.

ALTRE CARATTERISTICHE /

Clutch Counter è una struttura esoscheletrica che fornisce un maggiore sostegno e garantisce una calzata ottimale per il tallone

Sottopiede in SpEVA 45 con rivestimento interno che assicura comfort, un'eccellente gestione dell'umidità e traspirabilità di alto livello

COLORI DONNA /



Black / White



Black / Heritage Blue



Piedmont Grey / Silver



White / Peacoat



Midnight / Frosted Almond



Violet Blush / Dive Blue

SUOLA /

La gomma solida **ASICS Ahar+** garantisce il massimo grip in ogni situazione e una maggior resistenza all'abrasione.

Guidance Line, la scanalatura flessibile verticale disaccoppia l'intersuola lungo la linea di progressione, per ottimizzare l'efficienza dell'andatura.

Guidance Trusstic, integrato nella Guidance Line sostiene l'arco del piede e limita la deformazione longitudinale



COMUNICAZIONE E MARKETING /



- Backdrop vetrina
- Espositore vetrina
- Supporti in store

INFO MARKETING GENERALI /

- ADV digital e print
- Test scarpa ASICS Frontrunner
- Seeding prodotto

DESCRIZIONE ATTIVITÀ DI TRADE MARKETING /

Supporto a tutti i punti vendita coinvolti con materiale dedicato

e organizzazione di giornate educational focalizzate su test prodotto. Supporto ai punti vendita con asset digital per i propri siti che le rispettive piattaforme social.

DESCRIZIONE ATTIVITÀ PR E COMUNICAZIONE

- Press release
- PR-photography
- Product seeding (tester, influencer, celebrity)

DISTRIBUITA DA /
ASICS Italia - 0171.416111 - info@asics.com

LA NUOVA STRADA DI CMP



Lyra Maxi è la nuova scarpa running "on road" ben ammortizzata e progettata per chi vuole fare tanta strada. È pensata per tutti coloro che cercano una scarpa da strada che massimizzi la sensazione di comfort durante la corsa, grazie anche alla tomaia leggera in mesh seamless con iniezioni laterali per garantire comunque il giusto grado di supporto e per avvolgere il piede senza creare punti di frizione. La suola in EVA è costruita secondo la tecnologia Pro&Pro. L'altezza sul tallone è di 5,5 cm, quindi con un'elevata capacità di assorbimento degli urti con l'asfalto e disegnata con una curva differenziale punta-tallone in grado di favorire la propulsione in avanti della rullata massimizzando l'efficienza del movimento.

INFO: CMP - cmpsport.com

WAVE MUJIN 6 DI MIZUNO PER I TERRENI PIÙ DIFFICILI



Completamente rinnovata per i trail runner più tecnici, abituati a percorrere lunghe distanze e che cercano quindi la massima ammortizzazione e tenuta della scarpa, la Wave Mujin 6 è il modello di punta di questa stagione. La tecnologia XtaGrip e la suola in gomma Michelin la rendono facilmente adattabile a vari tipi di terreno. I tasselli della suola sono strutturati con basi a diverse dimensioni per una maggiore stabilità. La piastra Mizuno Wave e la miscela in U4icX dell'intersuola, offrono invece un appoggio fluido e incredibilmente confortevole, con un grande equilibrio di reattività e stabilità. Peso: 380 g (M) / 330 g (W). Drop: 12 mm.

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

SPIN PRO HD DI SCARPA, PERFORMANCE ANCHE SUL BAGNATO



Design distinto e funzionale, per questa scarpa da alpine running leggera e reattiva, pensata per corse off-road, anche su terreni bagnati. La tomaia idrorepellente ha il sistema costruttivo Sock-Fit Plus by SCARPA con ghetta integrata che protegge e avvolge il piede come una calza e garantisce precisione e comfort di calzatura evitando l'ingresso di fango, sassi e neve. La fodera in tessuto tecnico elasticizzato con membrana HDry fornisce impermeabilità e comfort. La suola Fixion ha un elevato grip e trazione su qualsiasi tipo di terreno, grazie al design del battistrada in miscela Vibram Megagrip. L'intersuola in EVA fornisce massima reattività e assorbimento degli impatti. Disponibile anche nella versione donna, ottimizzata per il piede femminile.

INFO: Calzaturificio SCARPA - 0423.5284 - info@scarpa.net

TECNOLOGIA HOVR PER LA VELOCITÀ 2 DI UNDER ARMOUR



Evoluzione della Velocità, la nuova versione incorpora uno strato più sottile di ammortizzazione con tecnologia Hovr, per fornire il massimo ritorno di energia. L'ammortizzazione Hovr si trova anche nell'avampiede, per portare il corridore più avanti sul piede. Le Hovr Velocità 2 sono quindi scarpe reattive, per runner che hanno bisogno di velocità. La tomaia in mesh ingegnerizzata è leggera e traspirante grazie a elasticità e struttura nei punti strategici e presenta una conformazione superiore compatta, con una rete a coste che consente un flusso d'aria extra e una migliore vestibilità. Questo modello ha un sensore incorporato nell'intersuola della scarpa destra che si collega digitalmente all'app MapMyRun tramite Bluetooth.

INFO: Oberalp Spa - 0471.242900 - info@oberalp.it

LUNGHE DISTANZE CON LEGGEREZZA PER LE RUNNER DI CRAFT



Nanoweight Hood Jacket è una giacca da corsa leggera con frontale antivento e impermeabile. L'ottima gestione della temperatura corporea è garantita da pannelli traforati sul retro, e a rete sui lati e in corrispondenza delle ascelle. Ideale per chi affronta allenamenti intensi. La vestibilità aderente è fornita dall'elastico sul fondo, sulle maniche e sul cappuccio. L'ultra leggerezza di questa giacca, data dai tessuti sottili e dal design pulito e minimalista, la rende ideale per le runner che affrontano le lunghe distanze e vogliono rimanere al caldo.

CARATTERISTICHE: membrana antivento e impermeabile sul davanti; perforazione sul retro per una migliore ventilazione; pannelli in mesh ai lati e sotto le ascelle per una maggiore traspirazione; nastro elastico sul fondo, sulle maniche e sul cappuccio aderente.

INFO: New Wave Italia - 0377 316041 - craft@newwave.it

PRATICITÀ IN ALLENAMENTO CON CAMELBAK



Comoda, pratica da mettere e togliere grazie al tessuto in maglia elastica, la cintura Ultra Belt di CamelBak è ideale per un'uscita di allenamento o per un percorso corto, quando serve portare con sé l'acqua e l'essenziale. La rete a maglia 3D posta all'interno, garantisce un'ottima ventilazione oltre ad alleggerire la cintura. Disponibile nelle taglie XS/S, S/M, M/L, la Ultra Belt aderisce come un guanto ai fianchi, non ingombra e non si sente. È dotata di una fiaschetta morbida quick stow da 0,5 l. In aggiunta, offre 2 l di capacità di carico, con una tasca zippata per gli oggetti più preziosi e strap porta bastoni. Pesa 83 g.

INFO:

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

COMFORT E SUPPORTO CON REWOOLUTION

Le proposte dell'azienda biellese puntano sulla qualità e sulla tecnica per soddisfare le esigenze di ogni runner. In evidenza per la donna la t-shirt Dimsdale, realizzata in doppio jersey, dal peso medio e molto traspirante. Con manica lunga e girocollo, il capo presenta tagli asimmetrici e ha una vestibilità slim. È composta al 100% da Reda Active Merino Punto Roma ed è da abbinare ai leggings Byss, che forniscono supporto e compressione adeguati durante l'attività, oltre a un'estrema sensazione di comfort. Presenta inserti funzionali in Sensitive.

INFO:

Rewoolution - 015.7049111 - customercare@rewoolution.it



TUTTO QUELLO CHE SERVE NELLO ZAINO KINABALU TR' 20 DI SCOTT



Quando si corre in montagna serve leggerezza e velocità. Questo zaino inoltre offre anche maggior spazio per la nutrizione, l'acqua e l'abbigliamento, per affrontare al meglio le lunghe uscite in alta quota. La tasca posteriore impermeabile è una soluzione pratica per tenere l'abbigliamento di ricambio al riparo dalla pioggia e dal sudore. La vestibilità ergonomica è esaltata da cinghie regolabili che permettono di tenere il carico al suo posto in sicurezza.

Caratteristiche: scomparto principale impermeabile con cuciture termosaldate e chiusura avvolgibile; tasche elastiche sui lati per trasportare borraccia e bastoncini; bretelle stile gilet per una vestibilità comoda; compressione laterale e cinghie di carico per adattarsi a diverse corporature; diverse tasche con zip o chiusura elastica sulla parte anteriore delle bretelle per un facile accesso; scomparto separato per sacca idrica; 20 l; taglia unica.

INFO:

Scott Italia - 035.756144 - infosport@scott-sports.it

PLAYERS DISTRICT

15TH - 18TH SEPTEMBER 2019
FIERA MILANO RHO

DON'T MISS THE NEW AREA IN HALL 7
WHERE OUTDOOR AND SPORT SHOES PLAY THE GAME.
DISCOVER THE ATTENDING BRANDS LIKE
BJÖRN BORG, CMP, DOLOMITE, JOMA SPORT, LOTTO, SKECHERS...

INFO@THEMICAM.COM - TEL. +39 02 43829.1
THEMICAM.COM - FOLLOW US ON



MICAM^{88°}
M I L A N O



IN PARTNERSHIP WITH

ASSOSPORT

ASSOCIAZIONE NAZIONALE
FRA I PRODUTTORI DI ARTICOLI SPORTIVI



In questa versione la tomaia è stata ridisegnata implementando il sistema di allacciatura Isofit, una speciale gabbia mobile che permette un fit personalizzato. Il piede alloggia in una calza morbida ed estremamente

— Editor's Choice per la rivista Runner's World USA 2019 e 2016

traspirante e le alette di chiusura rendono la tomaia un tutt'uno con il piede, garantendo comfort, sensibilità e stabilità. In questo modo la scarpa si adatta al piede su ogni superficie.

Inseriti in Flexifilm donano struttura ulteriore e durata alla calzatura, e lo speciale Mesh ingegnerizzato è stato migliorato e reso più durevole, grazie alla lavorazione a trama in cordura. Il puntale è ben strutturato ma non troppo invadente, creando la giusta protezione da eventuali ostacoli ed evitando fastidiose pressioni che potrebbero causare l'insorgenza di unghie nere. Anche la coppetta posteriore presenta la medesima filosofia: il tallone è mantenuto in asse dalla conchiglia, che risulta contenitiva ma non costringitiva. La stabilità risulta ulteriormente



Tutte le strade (sterrate) portano alla Peregrine ISO

La scarpa pluripremiata di Saucony, dedicata al trail running, è adatta a ogni tipo di runner, risultando al tempo stesso versatile e performante. Dal fango e roccia, trazione e flessibilità rendono ogni uscita più sicura

— Migliore scarpa da trail running nel 2018 per trailrunning.it

migliorata grazie alla presenza del Rock Plate all'avampiede, una piastra in Kevlar e carbonio che permette di assorbire al meglio le asperità del terreno. Inoltre lo stesso è posizionato in modo tale da favorire energicamente la spinta in fase di salita: a ogni sollecitazione risponde imprimendo una sorta di frustata, agevolando la rullata del piede e l'avanzamento.

Il comparto ammortizzante è composto da un'intersuola in Power Foam e dalla topsole in Everun: questo collaudato connubio garantisce ammortizzazione e ritorno d'energia. L'adozione del Formfit Contour, una speciale sagomatura interna dell'intersuola, accoglie il piede e lo avvolge efficacemente evitandone movimenti indesiderati e assicurando maggiore comfort. La suola in Powertrac fornisce un'ottima trazione in ogni condizione e terreno. I tasselli alti 6 mm hanno una geometria che permette un miglior scarico del fango in situazioni di bagnato o di terra grassa.



DROP /
4 mm (22,5 / 18,5)

PESO /
298 g uomo
261 g donna

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

INFO:
0423.622009
saucony.it



Il modello di 361° dedicato alle lunghe distanze torna con nuove colorazioni per il prossimo autunno-inverno. Le caratteristiche sono sempre quelle che l'hanno resa apprezzabile a un ampio pubblico di runner: comfort e ammortizzazione, unite a leggerezza e reattività. La costruzione della Spire 3 prevede una piattaforma ampia e comoda, grazie a un incremento del foam sotto il piede. Comodità e ammortizzazione sono assicurate dal QuikFoam per tutta la lunghezza dell'intersuola. Quest'ultimo è visibile nella geometria della parte laterale della scarpa, per addolcire l'impatto al terreno. Nella parte mediale è meno visibile rispetto allo strato in EVA, che garantisce maggiore stabilità. In aggiunta all'inserito in fibra di carbonio che assicura il controllo della torsione, è stata creata una base di appoggio stabile nella fase di massimo carico. Grazie al posizionamento del QuikFoam a diretto contatto con il battistrada, maggior comfort e flessibilità si possono percepire spostando il peso verso l'avampiede. La tomaia della Spire 3 è minimalista nel look ma funzionale. Gli strati di supporto supplementari si trovano sotto l'engineered mesh. La tomaia, inoltre, presenta una struttura di supporto mediale così come dei rinforzi sul puntale, per avere maggiore sensazione di stabilità. Per ultimo ma non meno importante, la linguetta progettata anatomicamente in morbido synthetic suede.



Una creatura "a metà tra una pecora e un ghepardo". Così la campagna pubblicitaria 361° della Spire 3 vuole rappresentare le maggiori caratteristiche di questa scarpa. Morbida ma veloce



CARATTERISTICHE /

- Fitz-Ritz: struttura interna della tomaia che avvolge il piede riducendo i movimenti non necessari
- Conchiglia sagomata anatomicamente per contenere gli spostamenti del tallone
- Pressure Free Tongue: linguetta studiata per offrire massimo comfort e per le irritazioni in fase di flessione del piede
- Battistrada Full Ground Contact
- Quik Spine: piastra stabilizzatrice in fibra di carbonio all'interno della suola
- Quik Flex 4Foot Engineering: guide di flessione nella parte anteriore della suola-intersuola per ottimizzare la fase di spinta
- Intersuola powered by QuikFoam
- Peso: 295 g
- Drop: 9 mm

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



In trance (sportiva)

Suunto 5: uno sportwatch che lascia libero l'atleta di concentrarsi unicamente sulla performance. Con una batteria dalla lunga durata e un'ampia serie di funzionalità

Decenni di cooperazione con atleti e appassionati outdoor hanno portato alla realizzazione di un dispositivo che sia in grado di supportare gli sportivi nel raggiungimento del proprio ritmo di allenamento ottimale. Passo, bracciata o giro di pista che sia, grazie alla funzione multisport è possibile rimanere concentrati sull'obiettivo senza preoccuparsi della durata della batteria (fino a 40 ore). Inoltre, grazie alla modalità "gestione intelligente" questo sportwatch apprende i modelli di allenamento di chi lo ha al polso e invia dei promemoria per essere messo in carica prima della sessione successiva.

Suunto 5 monitora il livello di forma di chi lo indossa e adatta il livello di allenamento in modo personalizzato a seconda dei progressi e degli obiettivi. Esattamente come un allenatore, comunica all'atleta di recuperare quando lo sforzo è eccessivo. In caso di scarso impegno invece lo sprona a incrementare l'attività. In aggiunta, monitora il livello di stress e il sonno, in modo che l'utente abbia la certezza di avere recuperato pienamente e di essere pronto per la

prossima attività sportiva. Fornisce anche un aiuto nel mantenere, migliorare o potenziare il livello di forma fisica dell'utente e le sue prestazioni. Grazie alle oltre 80 modalità sport personalizzabili, l'utente è in grado di ottenere statistiche pertinenti indipendentemente dallo sport praticato.

Suunto 5 mette in contatto persone attive e amanti dell'avventura con un mondo di nuovi itinerari, da scoprire attraverso le "mappe di calore" presenti nella Suunto app. Le mappe di calore mostrano dove e lungo quali percorsi le persone si allenano, fornendo stimoli per nuove sfide e nuove scoperte. Una volta effettuata la sincronizzazione, gli utenti possono utilizzare i nuovi itinerari e percorsi sul proprio orologio.

Alcune delle app sportive più famose come Strava, TrainingPeaks e Relive, sono integrate all'interno della Suunto app, offrendo all'utente la possibilità di sfruttare al meglio le sessioni di allenamento. Suunto 5 ha una ghiera in resistente acciaio inox e quattro varianti di colore: All Black, White, Burgundy Copper and Graphite Copper.



INFO:
Amer Sports Italia
0422.5291
suunto.italy@
amersports.com

Per ottimi ascoltatori

Si chiamano Aeropex e XTrainerz i nuovi auricolari a conduzione ossea che l'azienda americana lancia sul mercato. Leggeri, performanti e sicuri, sono pensati per qualsiasi disciplina sportiva, anche il nuoto



Chi ha provato gli auricolari Aftershokz conosce già i benefici di utilizzo di dispositivi studiati ad hoc per gli sportivi: massimo comfort e ottima qualità audio, con un'importante caratteristica di sicurezza: rimanere in ascolto dell'ambiente circostante grazie alla tecnologia a conduzione ossea, che lascia libero l'orecchio e quindi il timpano.

Oggi l'azienda americana, specializzata proprio nello sviluppo e nella produzione di tecnologie a conduzione ossea, lancia sul mercato due nuovi e performanti modelli di auricolari, Aeropex e XTrainerz, disponibili da luglio.

Questi due nuovi dispositivi sono stati progettati per resistere a tutte le condizioni e consentire massima libertà di movimento, senza nessun limite dato da cavi o altri dispositivi.

La loro particolarità è che sono utilizzabili anche in acqua, diventando un modello trasversale utilizzabile per chi pratica multi-discipline come il triathlon.

XTRAINERZ /

Modello dal design rinnovato, certificato IP68 (può essere immerso in acqua fino a due metri di profondità per due ore) e con una memoria interna da 4 Gb che può contenere fino a 1.000 canzoni. Questo rende le XTrainerz perfette per nuotare al mare o in piscina, correre, andare in bici o allenarsi in palestra senza smartphone.

Offrono un'autonomia di ascolto fino a sei ore e sono il 20% più leggeri rispetto alle Trekz Air, grazie a una struttura in titanio flessibile e resistente.



COLORAZIONI:
black diamond, ruby red, aquamarine, sapphire blue



AEROPEX /

Sono auricolari a conduzione ossea di ultima generazione, che garantiscono una straordinaria qualità audio e una dispersione del suono praticamente dimezzata. Paragonate alle Trekz Air, le Aeropex sono più piccole, più leggere e le vibrazioni escono con un'inclinazione di 30 gradi rispetto al volto. Ciò consente di percepire una più ampia gamma dinamica e una minore sensazione di vibrazione. In aggiunta le cuffie sono certificate IP67 e quindi resistenti ad acqua e sudore, con allarme sudorazione integrato e danno la possibilità di ascoltare musica o effettuare chiamate fino a otto ore.



COLORAZIONI:
lunar grey, cosmic black, blue eclipse, solar red



ph: Federico Modica / Red Bull Content Pool



ph: Gabriele Sagghiz / Red Bull Content Pool

Con Sofia Goggia sul trampolino di Milano-Cortina 2026

Oltre 650 i partecipanti al Red Bull 400 in Val di Fiemme, dove fra sette anni andranno in scena i Giochi invernali. Presente in gara anche la campionessa olimpica di discesa libera

— DI MANUELA BARBIERI

Sopra a sinistra, Sofia Goggia in action; a destra lo Stadio del Salto di Predazzo

Al centro pagina, i vincitori Jakob Mayer e Antonella Confortola

Sotto, alcuni momenti del Red Bull 400

Lo scorso 6 luglio, in Val di Fiemme, una delle valli dolomitiche più belle, si è svolta la terza edizione italiana di Red Bull 400 – la corsa breve più ripida al mondo. Ogni anno, ad ospitare questa gara adrenalinica, è il trampolino del celebre Stadio del Salto di Predazzo. Proprio quello che, in occasione di Milano-Cortina 2026, sarà teatro delle gare di combinata nordica e salto speciale. “Competere laddove fra sette anni andranno in scena le Olimpiadi invernali ha un sapore ancora più speciale”, ha dichiarato la campionessa olimpica di discesa libera Sofia Goggia, ospite d'eccezione dell'evento in qualità di atleta del team Red Bull. Reduce dalla recente emozione per la vittoria alle candidature olimpiche di Milano-Cortina, Sofia ha ultimato la faticosa salita di Red Bull 400 indossando il pettorale numero uno. E una volta arrivata in cima, ha avuto ancora fiato per ringraziare chi, insieme a lei, ha contribuito affinché si avverasse il sogno olimpico italiano. Sono state oltre 2.000, tra partecipanti e pubblico, le persone che si sono riunite in Val di Fiemme per assistere alla competizione. L'evento, nato per conquistare i trampolini di salto con gli sci più spettacolari d'Europa e del Nord America, ha messo a dura prova la resistenza e la potenza dei polpacci di oltre 650 runner, professionisti e non, provenienti da 27 Paesi del mondo. La gara è, infatti, inserita nel circuito internazionale che prevede 20 appuntamenti distribuite in tre continenti. I partecipanti hanno gareggiato nella categoria individuale, maschile e femminile, e in staffetta (4x100m) in una giornata davvero caldissima che ha reso la sfida ancora più ardua. L'obiettivo è stato quello di raggiungere la vetta dopo 400 metri di corsa in salita su un percorso con una pendenza del 78% e un dislivello di 135 metri, corri-



ph: Federico Modica / Red Bull Content Pool

spondenti a un palazzo di 40 piani.

NUOVO RECORD ASSOLUTO - Il runner austriaco Jakob Mayer ha siglato il nuovo record assoluto della competizione con il tempo di 3'32" e parteciperà al circuito della 4titude Challenge. Una sfida a punti che coinvolge quattro gare Red Bull 400 del 2019 in altrettante località europee (Predazzo, Titisee-Neustadt in Germania il 20 luglio, Bischofshofen in Austria il 24 agosto e Planica in Slovenia il 14 settembre). A Planica, l'uomo e la donna che avranno totalizzato il punteggio maggiore saranno incoronati campioni della 4titude Challenge. Prima donna, dopo un'agguerritissima manche in rosa, la fondista olimpica di Ziano di Fiemme Antonella Confortola che, con i suoi 5'10", ha festeggiato la vittoria di fronte al pubblico di casa. “Sono contentissima perché questa è la mia prima vittoria dopo la maternità”, ha affermato la Confortola, “e la soddisfazione è ancora più grande perché sono circondata dal tifo e dall'affetto del mio pubblico di casa”. Antonella aveva vinto anche la prima edizione del Red Bull 400 nel 2011 in Austria e si era classificata seconda nel 2017, sempre qui a Predazzo, prima di diventare mamma.



ph: Red Bull Content Pool



I VINCITORI DELLA STAFFETTA

Marchetta, Pagano, Gianatti, Garcia Luna con il tempo di 2'33"; secondi classificati Runngalder, Mussner, Gross e Brunello con il tempo di 2'37"; terzi Sonn, Boccardi, Boccardi e Pasqualini con 2'41".



Si è svolta anche una staffetta dedicata ai Vigili del Fuoco e i vincitori sono stati i “Fire Fighter Taisten” con il tempo di 2'44”.



ph: Red Bull Content Pool

INTERVISTA A SOFIA GOGGIA, CAMPIONESSA OLIMPICA DI DISCESA LIBERA A PYEONGCHANG 2018

“Sorella” d'Italia

Quando l'abbiamo intervistata, dietro a quello sguardo deciso e a quella stretta di mano così potente, c'era ancora tutta l'emozione provata sul palco di Losanna durante lo speech insieme a Michela Moioli, campionessa olimpica di snowboard cross ai Giochi di Pyeongchang 2018. Un intervento spontaneo che ha divertito, e insieme emozionato, tutta l'Italia.

Tu che sei abituata ad andare in discesa, come è stato dover correre in salita su un percorso di 400 metri con una pendenza del 78%?

Mi piace poter cambiare prospettiva cimentandomi in una sfida sportiva così diversa dalla mia routine abituale. Si sa, le soddisfazioni migliori si raggiungono sempre dopo le più ardue salite.

Il trampolino di Red Bull 400 sarà uno dei protagonisti delle Olimpiadi 2026. Raccontaci come hai vissuto l'esperienza di Losanna e cosa ha significato per te essere lì.

Losanna è stata veramente un'esperienza che mi ha segnata a vita. Sono venuta a contatto con la “crème de la crème” dell'Italia. Eravamo una delegazione forte e solida. Per portare a casa questo grande risultato, abbiamo lavorato tutti in sinergia. Come un'orchestra.

Cosa hai provato quando sei salita sul palco di Losanna per il tuo intervento?

Il momento dello speech è stato davvero emozionante. Ma poterlo fare con la mia “sorella gemella” Michela Moioli mi ha alleggerito la mente.

Perché, secondo te, l'Italia ha vinto questa finale con la Svezia?

Innanzitutto perché, oggettivamente parlando, il progetto che noi abbiamo presentato è più solido e concreto di quello della Svezia. Inoltre, è più interessante a livello sportivo, culturale e anche dal punto di vista sociale e di valorizzazione del territorio. E poi perché abbiamo dato l'idea di un'Italia veramente unita, indipendentemente dalle fazioni politiche. Come piace a me.

Sofia tra sette anni. Come ti vedi?

Spero di essere ancora un'atleta performante ad alti livelli. Questo però dipenderà solo dalle mie scelte e da come mi gestirò in questi anni.

Milano-Cortina 2026, anche se lontano, è per te un obiettivo stimolante?

Absolutamente sì, e spero di arrivarci pronta per dare la “zampata finale”. Con questa Olimpiade in Italia posso anche allungarmi la carriera.



ph: Gabriele Seghizzi / Red Bull Content Pool

Il poster per Salomon Running Milano 2019 ha uno sfondo scuro con immagini sfocate di corridori. In alto a sinistra c'è il logo #SRM19 con un'icona di un corridore. Al centro, il titolo "SALOMON RUNNING MILANO 2019" è scritto in grandi lettere bianche e blu, con la data "15 SETTEMBRE" sotto. A destra c'è un QR code. In basso, le distanze delle gare "25 km", "15 km", "9.9 km" e "25 km RELAY" sono elencate in colori vivaci. Sotto le distanze, il testo "Sfida, avventura, divertimento, gara. Milano va di corsa." è in bianco. Seguono i dettagli dell'evento: "Salomon Running Milano 2019 è l'Urban Trail più partecipato d'Italia. Attraversa alcuni dei più suggestivi luoghi di Milano, è un momento di festa sportiva per tutta la Città." Le informazioni di contatto "INFO #SRM19" e i siti web/social media sono in bianco. In fondo, una fila di loghi dei partner include: Comitato di Milano, Federazione Italiana di Atletica Leggera, LILT, Salomon, Suunto, Allianz, CityLife, SIS, Lombarda Motori, dib, Apropos, Paulaner, FISTORUNNING.NET e Radio Number One.

#SRM19

**SALOMON
RUNNING
MILANO 2019**
15 SETTEMBRE

25 km 15 km 9.9 km 25 km
RELAY

**Sfida, avventura, divertimento, gara.
Milano va di corsa.**

Salomon Running Milano 2019
è l'Urban Trail più partecipato d'Italia.
Attraversa alcuni dei più suggestivi luoghi di Milano,
è un momento di festa sportiva per tutta la Città.

**INFO
#SRM19**
info@runningmilano.it - www.runningmilano.it
facebook.com/salomonrunningmilano - instagram.com/salomonrunningmilano

Comitato di Milano
FEDERAZIONE ITALIANA DI AFLETICA LEGGERA
LILT
salomon
SUUNTO
Allianz
CityLife
SIS
Lombarda Motori
dib
Apropos
PAULANER
FISTORUNNING.NET
RADIO NUMBER ONE



ph: Dino Bonelli



Lunghe distanze per La Sportiva

Il brand è title sponsor della Lavaredo Ultra Trail per tre anni.
Si concretizza la visione aziendale verso questa disciplina,
intesa come sfida dei propri limiti

_ DI BENEDETTO SIRONI E KAREN POZZI

La Lavaredo Ultra Trail è 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. L'edizione 2019 si è svolta a Cortina d'Ampezzo, da poco chiamata assieme a Milano a ospitare le Olimpiadi invernali 2026, dal 26 al 30 giugno tra le Tre Cime, le Cinque Torri, le Tofane ed il Cristallo.

Immersa in uno degli scenari più spettacolari delle Dolomiti, questa gara è senza dubbio il sogno di tutti i trail runner. Dodici le edizioni disputate sino ad oggi in un percorso di crescita costante in termini di iscritti, servizi offerti ai partecipanti e comunicazione. Quattro le gare che ne fanno parte a oggi: Ultra Trail (120 Km con partenza dal centro di Cortina d'Ampezzo), UltraDolomites (87 Km) Cortina Trail (48 Km), Skyrace (20 Km) oltre alla Cortina Kids dedicata ai più piccoli. Tremilaseicento atleti iscritti per oltre 60 nazioni rappresentate da ultra runner di livello internazionale e normali appassionati.

LA SPORTIVA TITLE SPONSOR - L'azienda della Val di Fiemme, situata tra le Dolomiti patrimonio dell'Unesco a poche decine di chilometri da Cortina d'Ampezzo, patria degli ultra trailer, ha siglato un accordo di sponsorizzazione per i prossimi tre anni. Una scelta che deriva da un'attenzione sempre maggiore allo sviluppo di prodotti costantemente più focalizzati alle performance su lunghe distanze. La storia dell'azienda nel settore del trail running è di lunga data e vede il lancio della prima calzatura da mountain running, marchio registrato proprio da La Sportiva, già nei primi anni 2000: da quel momento in poi l'azienda si afferma tra i top brand nel mercato delle calzature, e in seguito abbigliamento, da trail running con particolare focus per discipline quali Sky e Vertical Races, prima di mostrare il suo forte interesse per le ultra distanze con prodotti specifici quali Unika, Ultra Raptor, Akasha e Akyra. E con la creazione del primo team di atleti dedicati alla disciplina. Un percorso che culmina con la sponsorizzazione della LUT che prende ora il nome di La Sportiva Lavaredo Ultra Trail.

INTERVISTA A SIMONE BROGIONI

Dagli occhi della LUT

Rispetto alla partnership con La Sportiva, abbiamo posto qualche domanda all'organizzatore, dal 2007, della Lavaredo Ultra Trail

Com'è nata questa partnership?

Nel 2008 andammo a Ziano di Fiemme a presentare a La Sportiva il progetto per una nuova rivista: Spirito Trail. Ci dimostrarono subito il loro entusiasmo e diventarono i primi inserzionisti. La fiducia che ci dettero a scatola chiusa ci è sempre rimasta impressa, e il nostro rapporto con La Sportiva si è mantenuto e rafforzato negli anni, fino ad arrivare all'incontro che ha portato alla partnership triennale con la LUT.

Quali sono stati i riscontri di questa prima edizione al fianco de La Sportiva?

Al di là dell'aspetto "grafico", con il giallo-nero che ha colorato le vie di



Cortina, i runner hanno apprezzato fin da subito questo matrimonio tra due brand dolomitici, uniti dagli stessi valori e dalle stesse passioni.

Qual è il valore aggiunto che può offrire un brand così importante a una gara come la vostra e viceversa?

La stima e i buoni rapporti che ci legano ci permettono di lavorare con serenità e in perfetta sinergia e siamo convinti che la crescita reciproca sarà un processo naturale che si consoliderà in questi tre anni e, perché no, anche negli anni successivi. In più La Sportiva ha un'ottima gamma di prodotti legati al trail running, un settore che per l'azienda è in ulteriore espansione.

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.



I due migliori risultati del team La Sportiva: Francesca Pretto (terza donna alla LUT) e Christian Insam (15esimo assoluto), insieme a Matteo Demicheli (responsabile eventi e team trail running La Sportiva), a sinistra, e Massimo "Macha" Dondio, athletes supporter, a destra

Sotto, da sinistra, Anton Krupicka, Michele Graglia e il moderatore Folco Terzani

"Non abbiamo mai nascosto il nostro interesse per la LUT, una gara dal carattere internazionale e riconosciuta non solo per la spettacolarità del suo percorso e delle sue cime, ma anche per il livello di organizzazione e servizi offerti ai runner" commenta Lorenzo Delladio, ceo & president de La Sportiva. "Si tratta di una competizione di assoluta eccellenza, oltretutto a pochi km da casa nostra: sarà un'ottima occasione per comunicare l'appartenenza a questo territorio".

LASPO EXPERIENCES

A inaugurare il lungo weekend di Cortina ci ha pensato la doppia esperienza Hiking e Running, mirata a scoprire la bellezza delle Dolomiti. Ripercorrendo parte dei tracciati di gara assieme agli atleti del Team La Sportiva, offriva agli iscritti la possibilità di testare le novità prodotto 2019, Bushido II e Kaptiva, Tx2 e TX4.

THE ULTRA TALK: FACCIA A FACCIA CON I CAMPIONI

Per la prima volta, Michele Graglia e Anton Krupicka, tornato a Cortina dopo la vittoria del 2014, si sono incontrati sul palco dell'Alexander Hall. Un talk moderato dallo scrittore Folco Terzani, che con dinamicità e delicata ironia, è riuscito a cogliere le tante sfaccettature che caratterizzano la corsa su lunghe distanze. Parlando di meditazione, allenamento e superamento di limiti, le due icone dell'ultra running si sono confrontate per più di un'ora davanti all'ampio pubblico presente in sala e online arrivando a toccare temi importanti, che parallelamente abbracciano la disciplina, come quello dell'inclusione e della sostenibilità.

#MYLUT

La Lavaredo Ultra Trail è una gara di tutti, non solo dei top runner che finiscono a podio. La Sportiva racconta in una video webseries gli aspetti fondamentali per ogni atleta che si appresta a correre una ultra race: Tempo, Fisico e Mente. Per farlo, ha scelto di seguire nel loro percorso tre diversi runner; dall'amatore Alberto Ferretto al professionista Adell Christobal, fino alla mental coach Sandra Mastropietro. La web-series in tre episodi più season final post gara presenta tematiche ed esperienze comuni a molti appassionati alla costante ricerca del proprio limite, della propria ideale montagna interiore da "scalare". Così il claim aziendale "for your mountain", per la tua montagna, si declina in quella che è l'esperienza di ricerca, passione e dedizione dietro a una gara così importante. Ne esce il progetto #MyLUT, che dai video prosegue in un racconto sociale su Instagram e Twitter al quale migliaia di persone hanno voluto prendere parte nei giorni della gara utilizzando sui propri social l'hashtag #MyLUT e condividendo con la community trail le proprie storie.



Una collezione Ultra

La Sportiva ha presentato a OutDoor by ISPO la linea SS20 dedicata a questa disciplina. Ponendo attenzione alle esigenze degli atleti che corrono lunghe distanze

Negli ultimi anni in La Sportiva si è spesso parlato di evoluzione.

Nel corso dei 90 anni di storia, l'azienda ha sempre cercato di allinearsi ai cambiamenti del settore dell'outdoor e dei suoi consumatori, divisi sempre più in fasce di livelli differenti. Quello che accomuna tutti i protagonisti di oggi è la volontà di spingersi oltre. È questa la base dell'evoluzione come la intende La Sportiva, quella espressa dal claim "for your mountain", qualunque sia la propria montagna da scalare, il proprio limite da superare.

Parte da queste basi lo sviluppo della collezione SS20 che, oltre all'attenzione verso l'indoor climbing, l'hiking e approach, ha proposto novità per l'ultra trail running. Ispirato dal crescente movimento ultra, gare su lunghe distanze alla ricerca del limite fisico e mentale di chi oggi corre per trovare significati profondi del proprio essere.

Confermato l'impegno per l'ambiente e il sostegno ad associazioni quali 1% for the Planet (l'uno per cento del fatturato del settore apparel è dedicato a pratiche ambientali) ed EOCA con piccole, ma significative azioni per contribuire al contenimento dell'impatto ambientale e alla salvaguardia del pianeta.

La capsule collection dedicata al trail running in tutte le sue forme si arricchisce di prodotti ad asciugatura super rapida realizzati in Polygiene, il trattamento anti-odore e anti-batterico e con grafiche accattivanti che incarnano a pieno il senso di movimento e velocità. Run Jacket rimane il prodotto iconico, che i finisher della Lavaredo Ultra Trail si sono guadagnati alla fine della loro sfida.

INTERVISTA A MICHAEL CARLI product manager mountain running, approach & hiking shoes

Tre caratteristiche della collezione SS20.

Leggerezza, reattività e controllo.

Avete collaborato con qualche atleta per l'ideazione di questa collezione?

Jonthan Wyatt, il nostro product specialist per la categoria mountain running e, tramite lui, con i diversi atleti del nostro team che si dedicano alle varie discipline.

Tra tutte le calzature per il mountain running, quali sono i prodotti più innovativi?

Jackal per tecnologia intersuola, Infinitoo e VK Boa per leggerezza assoluta (180g).

Questa collezione è in continuità con le precedenti?

La nostra filosofia di voler sempre soddisfare la richiesta e le necessità dell'atleta ci garantisce costanza nella costruzione della nostra collezione.

Chi è il vostro target?

Siamo sicuri che il prodotto che soddisfa i nostri atleti possa anche soddisfare chi ambisce a diventare come loro.



Jackal



VK Boa

PARLA L'AMBASSADOR MICHELE GRAGLIA

Dal glamour alle Ultra

Una storia affascinante quella dell'ultramaratona diventato atleta La Sportiva. Un percorso fisico e mentale culminato con vari successi. E nuovi, ambiziosi progetti

Nelle Ultra, quanto conta la mente rispetto al corpo?

La preparazione fisica deve assolutamente esserci, ma per me la parte mentale è la chiave di tutto, soprattutto in una gara ultra. C'è un detto famoso che dice "l'ultra è per il 90% mentale e il restante 10% è nella tua testa", quindi ti lascio immaginare quanto questo aspetto possa contare per chi decide di affacciarsi a questo mondo. Ci siamo evoluti come specie tramite la corsa e quindi, come nel famoso libro di McDougan, siamo tutti "born to run" e di questo ne sono fermamente convinto. La questione chiaramente è che tutti potrebbero farlo, ma non tutti possono farlo per il fatto che ci vuole una predisposizione, o meglio, una vocazione personale che ti apra la mente alla possibilità di fare qualcosa di così straordinario, perché stiamo parlando di sforzi straordinari. Ovvio che poi, in base alla propria preparazione fisica, si può correre più o meno veloci. Ma a qualsiasi livello, se ti poni un obiettivo e non ti arrendi, ce la puoi fare. Si chiamano resilienza e dedizione.

Com'è nato il tuo rapporto con Folco Terzani?

Era il febbraio del 2016, rientro dalla Yukon dove avevo vinto. Dino Bonelli mi scrive facendomi i complimenti e mi comunica che un suo caro amico, residente a Firenze, ma con una casa a Malibù, verrà da queste parti per qualche tempo. Mi chiede di poterlo accompagnare ad allenarsi visto che anche lui è un amante di questa disciplina. Si tratta di Folco. Usciamo insieme a correre e, come capita con poche persone, trovo una connessione molto profonda tra di noi e nasce questa immediata e bellissima amicizia. Corriamo sempre più insieme, parliamo e gli racconto il mio per-

corso. Un giorno a tavola realizziamo il fatto che, pur arrivando da percorsi di vita molto diversi, ci troviamo a condividere lo stesso pensiero, una filosofia di vita, la stessa concezione di quella che è la nostra esistenza. Ci avvicina molto la spiritualità che lui ha scoperto in Estremo Oriente e io in Estremo Occidente e che ci siamo ritrovati a condividere in un punto di mezzo. A un certo punto mi chiede di poter scrivere un articolo e la settimana successiva pubblicano sei pagine sulla mia storia su Vanity Fair in Italia. Passano 24 ore e mi chiama la Sperling di Milano proponendomi il libro, e io accetto.

Cosa ci dici del tuo libro?

Il risultato dell'incontro con Folco, oltre a una bellissima amicizia che prosegue tra Firenze e Malibù, è stato "Ultra". Il libro appare come una conversazione aperta in cui Folco è il mio interlocutore e io gli racconto la mia storia in modo molto umano, senza peli sulla lingua aperta, tanto che chi l'ha letto dice di fluire da un capitolo all'altro molto velocemente. Per me è stata un po' come una seduta psicoanalitica perché ho rivissuto e rianalizzato certi passaggi della mia vita. La storia di cui parlo nel libro è la transizione che mi ha portato dal mondo di luci, eccessi e glamour a ritrovarmi, sfidare i miei limiti e ritrovare la connessione con me stesso e la natura.

Di quel mondo c'è qualcosa che non rinneghi?

Non rinnego nulla del mio passato, ma quella vita non mi manca. Quel mondo mi ha insegnato tanto, mi ha fatto crescere e mi ha aiutato a interpretare al meglio le relazioni umane. L'industria della moda è difficile perché sei un prodotto, oggi sei hot e ti vogliono tutti, domani non sei nessuno. Quando vivevo a New York era successo che due ragazze si fossero suicidate per questo motivo.

Raccontaci del tuo passaggio dal mondo glamour a quello delle ultra.

Con Folco ho cercato di capire il perché avessi scelto di abbandonare la



ph: Cano Fotosports

- SCHEDA GARA -

NOME EVENTO	La Sportiva Lavaredo Ultra Trail
CITTÀ	Cortina d'Ampezzo (BL)
TIPOLOGIA GARA	Trail running
N. PERCORSI	4
ENTE ORGANIZZATORE	Camelbag ssdrl
EDIZIONE N.	13
N. ISCRITTI TOTALI	5.000
N. ISCRITTI UOMINI	3.700
N. ISCRITTI DONNE	1.300
NAZIONI PARTECIPANTI	60
NOVITÀ 2019	Introduzione di una nuova gara che ogni anno partirà da una località diversa (UltraDolomites, quest'anno 87 km con partenza da Auronzo di Cadore).
	Spostamento della Cortina Trail 48km dal sabato al venerdì
TITLE SPONSOR	La Sportiva
ALTRI SPONSOR	Buff, Vibram, Petzl, La cooperativa di Cortina, Rudy Project
MEDIA PARTNER	Spirito Trail, Radio Cortina
SITO WEB	ultratrail.it
PAGINE SOCIAL	FB: @LavaredoUltraTrail IG: @lavaredoultratrail Twitter: @LavaredoUT Youtube: @LavaredoUltraTrailChannel

FINISHER

71.8%
La Sportiva
Lavaredo Ultra
Trail 2019

83.1%
UltraDolomites
2019

89.7%
Cortina Trail
2019

89.3%
Cortina Skyrace
2019

A CURA DELLA REDAZIONE

Nella LUT 2019 abbiamo percepito un forte calore e una situazione più coinvolgente e familiare rispetto alle scorse edizioni. La Sportiva è stata in grado di entrare in forte contatto con la community dei trail runner grazie all'interesse attivato verso tutte le categorie di atleti, dai professionisti ai "sognatori" in cerca di limiti da superare.

ph: Dino Bonelli



Michele Graglia

bella vita per una vita di fatica. Mi chiedevano "chi te l'ha fatto fare?". A un certo punto ho iniziato a pormi domande sulla mia esistenza e ho scelto. Ho capito che la mia vita non mi piaceva più. E così è iniziato un periodo di transizione durato un anno che mi ha portato alla scoperta delle ultra maratone. Questo passaggio mi ha salvato la vita. A influenzarmi è stato sicuramente quello spirito americano per il quale con la dedizione ci si può reinterpretare, creando una nuova vita. In Italia è molto più difficile, non so se per una questione di opportunità o mentalità. Io ho creduto che anche a 30 anni sarei potuto diventare un atleta e mi sono impegnato per raggiungere il mio risultato. Ho investito su me stesso anima, cuore, fisico e testa: nel giro di tre anni, ho trasformato la mia vita. Ho iniziato a fare gare internazionali, ad avere i primi risultati e una cosa tira l'altra.

Com'è nato il tuo rapporto con La Sportiva?

Il mio primo sponsor è stato Altra nel 2014, durante una bellissima stagione di gare. Loro in America sono molto forti e io ero orgoglioso di essere un loro atleta. Mi ha cercato uno dei fondatori del brand e mi ha proposto la collaborazione. Prima di quel momento correvo con le Glycerin di Brooks con cui ho partecipato in quell'anno alla Milano-Sanremo. Fino al 2017 sono stato con Altra e in quell'anno ho avuto la peggiore stagione, forse perché in concomitanza con la stesura e l'uscita del libro. Non avevo energia per allenarmi e non avendo raggiunto risultati, Altra non mi ha rinnovato il contratto. Nel 2018 non avevo sponsor e sono tornato a correre con le Brooks. Proprio quell'anno si è proposta La Sportiva con un interesse nei miei confronti e io ovviamente ho accettato di diventare loro atleta. Si tratta di un team meraviglioso, sono giovani, hanno voglia di fare e per me è un onore fare parte di un'azienda italiana così forte e che sta crescendo esponenzialmente in tutto il mondo, anche in America.

Progetti futuri legati alla scrittura?

Vorrei scrivere tante cose per condividere questo concetto di individualità che per me è molto importante, ma non credo di essere ancora pronto. Ogni esperienza mi fa crescere, ma devo piano piano metabolizzare alcuni concetti. Anche se ho raggiunto un livello di consapevolezza di cui sono soddisfatto, proprio per questo "so di non sapere" abbastanza per un nuovo libro. Sicuramente lo scriverò nel 2021/22 alla fine del mio progetto nei deserti: deserto del Gobi in Mongolia, dove andrò tra due mesi, l'Atacama in Cile, il Sahara e il deserto dell'Antartide.



ph: Dino Bonelli

BIO

Michele Graglia è un ultramaratoneta italiano, attualmente atleta de La Sportiva.

Ha partecipato due volte alla Badwater 135 (circa 217 chilometri) che parte dal Bacino di Badwater, nella Valle della Morte e che ha vinto nel 2018 con il tempo di 24:51:47. Nel 2017 ha pubblicato insieme allo scrittore Folco Terzani il libro "Ultra. La libertà è oltre il limite", in cui racconta come da fotomodello è diventato un ultramaratoneta

Gli altri marchi protagonisti

ALTRI BRAND, OLTRE AL MAIN SPONSOR,
HANNO PRESENTATO NOVITÀ E LIMITED EDITION



BROOKS

Cascadia 14

Nello scenario della LUT, alcuni selezionati giornalisti hanno assistito alla presentazione della Cascadia 14. La rivisitazione della calzatura off road per eccellenza del brand di Seattle, tutta nuova grazie alla suola in TrailTack, capace di offrire la massima aderenza sui terreni più tecnici e accidentati.

TrailTack è una miscela di gomma appositamente studiata e brevettata da Brooks per garantire la massima connessione della suola al terreno, sia sul bagnato che sull'asciutto, anche su terreni particolarmente irregolari. Un materiale che, associato al nuovo sistema pivot di tassellatura a quattro punti di stabilizzazione, la colloca di diritto al vertice della categoria. Guaina rinforzata in Rock Plate sull'avampiede, pensata per proteggere il piede in caso di urto con superfici appuntite e sporgenti. Tomaia in Cordura Mud Guard per evitare che fango e detriti creino ostacolo alla corsa. Un materiale che consente al tempo stesso un efficace drenaggio dell'acqua in caso di avventure in mezzo a condizioni estreme.

Nella versione Gore-Tex, Cascadia 14 si veste di una tomaia impermeabile e traspirabile. A raccontare tutti i dettagli della calzatura Nick Clinton, footwear product line manager, impegnato per qualche mese in un tour europeo legato al loro mondo trail.

BUFF



Trucker Cap

Ottima protezione solare, massima traspirabilità, rapida asciugatura. Rete per aerazione, fascia interna assorbi-sudore, regolazione circonferenza testa.

Pack Run Cap

Leggerezza, elasticità, protezione e traspirabilità in soli 30 grammi packable, realizzato in Fastwick Extra Plus, UPF 50+. Visiera indeformabile.

Pack Run Visor

Fascia ultraleggera con visiera indeformabile, altamente traspirante e assorbente realizzata in Coolnet UV +, microfibra elastica nelle quattro direzioni realizzata al 95% con plastica riciclata.

PETZL

NAO +

Con la potenza di 750 lumen, è adatta ad attività impegnative notturne. Grazie all'applicazione mobile MyPetzl Light, lo sportivo può consultare, in tempo reale su smartphone o tablet, l'autonomia residua e adattare le prestazioni della propria lampada frontale. Durante l'attività, con la tecnologia Reactive Lighting, valuta la luminosità ambientale e adatta immediatamente la potenza d'illuminazione alle esigenze dello sportivo.



SWIFT RL

Con una potenza di 900 lumen per soli 100 g, è la più potente delle lampade compatte Petzl. Dotata della tecnologia Reactive Lighting. La fascia elastica è riflettente per essere visti di notte. È realizzata in due parti per garantire un'eccellente stabilità nelle attività dinamiche e impegnative come alpinismo, trail o sci. Dotata di un singolo pulsante che consente di accedere facilmente a tutte le funzioni della lampada. Ricaricabile, dispone di un indicatore di potenza a cinque livelli che consente di consultare con precisione il livello della batteria.



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 INCLUSE
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.



I vincitori di #RunWithMe all'headquarter Diadora

Pigri e sportivi voleranno in Florida
il prossimo 26 ottobre per correre
la Miami Halloween Half Marathon and Freaky 4 Miler 2019

— DI MANUELA BARBIERI

“**R**unWithMe”, il web contest di Diadora nato in collaborazione con il Gruppo Intersport (Cisalfa, DF Sport Specialist, King Sport&Style, Nencini) ha proclamato i suoi vincitori. E lo ha fatto lo scorso 22 giugno presso il suo headquarter a Caerano di San Marco. Ad accoglierli Gelindo Bordin, medaglia d'oro olimpica a Seoul '88 e ora sport marketing e merchandising director del brand. Con lui gli ambassador del web contest Lisa Migliorini - in arte “The Fashion Jogger” - runner influencer e madrina degli “sportivi” e Andrea Pinna - in arte “Le Perle di Pinna” - youtuber e rappresentante dei “pigri”.

Per partecipare al contest lanciato il 15 marzo scorso, ciascun runner ha dovuto sfidare un amico “pigro” con un video. È stato il pubblico poi a selezionare con un voto, tra i centinaia di iscritti, le venti coppie più divertenti da mandare in finale. Una giuria di qualità ha decretato infine le dieci coppie vincenti. Scelte per la simpatia trasmessa dai video postati, e perché rappresentano lo spirito del brand. In particolare il suo motto “Make it Bright”, che significa tra-

sformare l'ordinario in straordinario, vivendo lo sport come momento di condivisione, gioia e divertimento, più che di performance.

Per tutti i vincitori, cinque giorni di divertimento in Florida - dal 24 al 28 ottobre - per correre la Miami Halloween Half Marathon and Freaky 4 Miler 2019. Nel corso dell'incontro, alle dieci coppie è stato presentato un piano di allenamento stilato in base alle loro caratteristiche e al tipo di gara a cui parteciperanno. Cinque chilometri per i pigri e 21 per i runner.

Quest'anno la Miami Beach Halloween Half Marathon & Freaky 4-Miler si corre sabato 26 ottobre 2019. La startline è a South Pointe Park, o per i locali semplicemente South Ponte, nella parte più a sud di South Beach. Uno dei luoghi più suggestivi di Miami tra il verde rigoglioso della vegetazione e il blu intenso dell'Oceano Atlantico. Da ormai dieci anni è un evento a tema, dedicato ogni edizione a un diverso personaggio tradizionale di Halloween, che ispira sia la maglia ufficiale che la medaglia, vero e proprio oggetto da collezione.

Sopra, da sinistra, Lisa Migliorini, in arte “The Fashion Jogger”, con Andrea Pinna, in arte “Le Perle di Pinna”

Con la maglia azzurra, nell'altra foto, Gelindo Bordin, medaglia d'oro olimpica a Seoul '88 e ora sport marketing e merchandising director di Diadora

I NUMERI
DEL CONCORSO

279
video
caricati

44mila
voti

LE 10 COPPIE VINCITRICI

- ANDREA BALDO E MARCO GANAPINI
- MARTA DI SANTO E SARA VIANI
- VIRNA ZANARDO E STEFANIA DALLA CIA
- CARLO MASOERO E FEDERICO DELL'ANESE
- BRUNO DE FLORIO E VALERIO CARTONI
- MARIA MIRANDA E MARCO ZENNARO
- FRANCESCO MIRANDA E SIMONE PERRICCI
- EMILIANO E MORENO FACIN
- GIULIA SZALAI E GUGLIELMO SOBRINI
- ANDREA BRINIS E EMANUEL MIAN





Trail running in uno scenario da favola

Nata solo un anno fa, la Dolomites Saslong Half Marathon è già diventato un appuntamento da segnare in agenda per gli appassionati della disciplina. Merito di un percorso sfidante lungo un paesaggio meraviglioso dominato dal Sassolungo

_ DI CRISTINA TURINI

Inserita in un paradiso a cielo aperto per gli amanti della corsa in montagna, l'appeal di questa manifestazione è tale, che l'organizzazione ha deciso di alzare il tetto massimo delle iscrizioni da 400 a 600. La seconda edizione è andata in scena lo scorso 8 giugno con un tracciato di poco variato, grazie all'impegno della ASV Gherdeina Runners che, a causa della presenza di neve in alta quota.

Il piatto forte di questa gara è senza dubbio il percorso, che regala viste e scorci unici con le Dolomiti a dominare metro dopo metro, in particolare l'imponente Sassolungo, ammirato e sfidato da tutti i versanti. In questo secondo anno il sole, che tanto aveva latitato in precedenza, ha accolto con i suoi caldi raggi i partecipanti al via, rendendo così ancora più spettacolare la vista sul Monte Pana (1.424 slm) a Santa Cristina, da dove i concorrenti sono partiti per addentrarsi nei punti più alti, verso il passo Sella, per poi raggiungere il Rifugio Sandro Pertini e, dopo un meraviglioso traverso di costa, iniziare la lunga discesa verso l'arrivo. Con 17 nazioni presenti, la Saslong Half Marathon è destinata ad attrarre sempre più runner, diventando l'evento podistico con uno dei percorsi più spettacolari del mondo.

SCHEDA GARA



NOME EVENTO <i>Dolomites Saslong Half Marathon</i>	ISCRITTI TOTALI 600	SPONSOR TECNICO SCARPA
CITTÀ <i>Santa Cristina (Monte Pana) Val Gardena</i>	ISCRITTI UOMINI 412	ALTRI SPONSOR <i>Martini, Associazioni Turistiche Val Gardena, Comuni Val Gardena e Alto Adige</i>
TIPOLOGIA GARA <i>21 km - 900 m d+</i>	ETÀ MEDIA PARTECIPANTI <i>20 ai 70 anni</i>	MEDIA PARTNER <i>Newspower</i>
N. PERCORSI <i>1</i>	NAZIONI PARTECIPANTI 16	SITO WEB <i>saslong.run</i>
ENTE ORGANIZZATORE <i>ASV Gherdeina Runners</i>	NOVITÀ 2019 <i>200 iscritti in più</i>	PAGINE SOCIAL <i>FB: facebook.com/saslong-half-marathon</i>
EDIZIONE <i>Seconda</i>	MAIN SPONSOR SCARPA	IS: @dolomites.saslong.halfmarathon



Stefano Gardener, vincitore della gara

“L'esperienza di SCARPA alla Saslong Half Marathon è stata sicuramente più che positiva e incoraggiante. Il paesaggio della Val Gardena ha contribuito a rendere questa esperienza meravigliosa, grazie alla bellezza di un luogo tra i più invidiati al mondo. L'organizzazione della gara è stata impeccabile, soprattutto se si considera che fino a pochissimi giorni prima aveva nevicato e il percorso poteva essere compromesso. Le strade sono state ripulite e in generale il percorso era stato studiato molto bene, a livello tecnico e anche emozionale, dimostrando un ottimo lavoro di squadra da parte del team organizzativo. Non possiamo che ringraziare l'organizzazione per la sua massima disponibilità e professionalità. All'arrivo della gara c'era un clima di festa con professionisti e persone dello staff pronti ad accogliere i corridori. Se questa esperienza è stata positiva, l'azienda è senza dubbio pronta a dare il massimo dell'appoggio per l'edizione del prossimo anno, portando anche gli atleti di SCARPA a competere qui. Questa gara inoltre ci permette di essere maggiormente attivi sul territorio di Val Gardena, sia per la presenza dei nostri punti vendita, sia per sviluppare e organizzare eventi con il territorio stesso.

Francesco Favilli,
sales manager di SCARPA

PARLA MANUELA PERATHONER,
PRESIDENTE ASV GHERDEINA RUNNERS

“L'organizzazione è il nostro punto di forza”



Come è nata l'idea di questa gara?

Abbiamo organizzato per sei volte la Val Gardena Mountain Run, che portava da Ortisei fino in cima al Seceda, con 14,5 km e 1.200 m di dislivello. Le iscrizioni ogni anno erano di meno e abbiamo preso la decisione di cambiare posto e gara. Si è rivelata un'ottima scelta.

Oltre che sull'aspetto agonistico, abbinate il vostro evento anche alle caratteristiche turistiche – culturali – enogastronomiche del territorio o della città?

Altre iniziative in quel periodo non ci sono, la gara si svolge a inizio stagione estiva e questo è stato determinante per la scelta della data.

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

La rilevanza dello sport oggi, dal punto di vista sociale, è molto importante. Enti e amministrazioni locali aiutano così a garantire la gara. Non solo ci sostengono economicamente ma dimostrano anche responsabilità sociale per la Val Gardena e per l'associazione che la organizza.

Avete siglato accordi di cooperazione anche con enti stranieri?

No, niente cooperazioni con enti stranieri.

Come è nata la partnership con lo sponsor tecnico SCARPA?

Abbiamo fatto richiesta a più ditte che potevano andare bene per la nostra gara nell'ambito del trail running e SCARPA era quella che andava meglio per la nostra gara. Abbiamo iniziato a novembre a parlare per la sponsorizzazione e siamo stati molto contenti della loro collaborazione. Avevano uno stand e l'amministratore commerciale ha anche partecipato alla gara, di cui è stato molto entusiasta.

È confermato anche per il 2019?

Sì, è confermato. Però ci sono da rivedere alcuni punti. Per settembre dovremmo concludere.

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

I nostri punti di forza sono sicuramente il bel panorama, il Sassolungo e le Dolomiti in generale. Inoltre è una gara fattibile anche per runner non molto allenati. Perciò siamo anche riusciti a far sì che le iscrizioni si siano chiuse tre settimane prima della gara con 600 iscritti. Inoltre, un altro punto di forza sono sicuramente le 10 persone del comitato organizzatore, che si danno da fare per far sì che la gara vada bene e che tutti i concorrenti e visitatori si sentono come a casa loro.

Novità per l'edizione 2019 e progetti futuri?

Per adesso possiamo dire che la gara si terrà il 6 giugno 2020 sempre con numero chiuso a 600 iscritti.



ph: Roberto Mnedelli



Salomon Running Milano non smette di stupire

Percorso unico e divertente con tante novità. Tra le quali anche una staffetta in team da tre persone sulla distanza Top, a sostegno della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT)

— A CURA DELLA REDAZIONE

Non si smette mai di conoscere veramente Milano, città sempre in forte evoluzione e rinnovamento, una metropoli che corre e che fa correre. La Salomon Running Milano è ormai un grande classico delle competizioni meneghine, anzi è “La gara urban trail” per eccellenza, che con 3.600 classificati nel 2018, è la più partecipata d'Italia. Organizzata da A&C Consulting con il supporto del Comune di Milano, la nona edizione è in programma per domenica 15 settembre e come sempre sarà speciale perché toccherà luoghi noti ma anche nuovi della città.

Partenza e arrivo sarà viale Boezio presso CityLife dove si troverà anche il quartier generale dell'evento, con l'Expo Village attivo già dal venerdì e passaggi in corsa presso luoghi spesso inaccessibili e per questo esclusivi.

LE DISTANZE – Tra conferme e novità: Allianz Top Cup 25 km, Allianz Fast Cup 15 km e CityLife Shopping District Smart Cup 9,9 km non competitiva, nuova invece la Salomon Running Milano Relay, staffetta in team da tre persone e massimo 300 squadre sul totale dei 25 km. I proventi della nuova Relay saranno devoluti alla Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT) che sosterrà il progetto ‘Case del Cuore’ promosso da Lilt Milano.

IL PERCORSO – Come da tradizione ogni anno c'è qualche novità che renderà sempre nuova e diversa la gara. Un percorso che può solo divertire, su giro unico che si svilupperà su strade asfaltate, strade sterrate, sentieri, gradinate, e presenterà ostacoli naturali e artificiali. Ancora una volta la missione è semplice: dimostrare che Milano è tanto verde e che ci si può distrarre correndo tra importanti dislivelli naturali e artificiali, in quella che è considerata da sempre una città in piano. Non esiste gara a Milano con simili passaggi. Per tutte le distanze la partenza non sarà più dall'Arena ma da viale Boezio, presso CityLife. Nel corso dei 25 km si passerà per almeno 21 punti caratteristici di Milano. Dopo lo start si passerà all'interno dei Giardini della Triennale al Parco Sempione, per poi dirigersi verso piazza Castello prima e verso la discesa nel Fossato del Castello Sforzesco poi. Da qui si prosegue verso una delle novità 2019, la zona di Milano con piazza Gae Aulenti e il nuovo passaggio alla Biblioteca degli Alberi, per poi dirigersi verso la Chiesa di Leonardo da Vinci in zona via San Marco/Porta Nuova. Poi ancora il passaggio nel centro storico con Brera, il ritorno del passaggio all'interno di Palazzo Marino, sede del Comune di Milano in piazza Scala, la Galleria del Corso e poi, immane, Piazza Duomo.

Ci saranno i gradini per scendere in metropolitana alla fermata Cairoli per uscire davanti al Parco Sempione, tutto da percorrere fino all'Arco della Pace. In successione dal Velodromo Vigorelli si passerà in piazza Gino Valle, zona Portello, la piazza più grande di Milano dedicata ad uno degli architetti simbolo delle grandi trasformazioni urbanistiche di Milano. Salita e discesa nell'affrontare il Ponte Iper Portello per poi correre i saliscendi del Montestella, la mitica montagnetta di San Siro. Ancora gambe e fiato per la Collina Alfa Romeo chiamata “Helix”, il cono elicoidale: è conica e percorsa da un doppio tracciato a spirale, uno a salire e l'altro a scendere senza incrociarsi: sulla sommità ospita una scultura che rappresenta la doppia elica di dna.

C'è poi ancora il passaggio in Mi.Co e dentro CityLife Shopping District, prima di salire e scalare i 600 gradini dei 23 piani della Torre Allianz che verranno così affrontati prima di tagliare il traguardo in viale Boezio. In tutto questo quattro ristori e quattro spugnaggi previsti.

LA MEDAGLIA – Sfondo nero per tutte e scritta ‘yellow’ per chi correrà la CityLife Shopping District Smart Cup 9,9 km non competitiva, scritta ‘pink’ per chi farà uno sforzo in più e si cimerà nella Allianz Fast Cup 15 km ed infine scritta ‘light blue’ per chi farà la gara principale Allianz Top Cup 25 km. Differenti colori ma stesse motivazioni quali la forte voglia di esserci e conquistare un traguardo che non è mai scontato bensì frutto di allenamenti, fatica, determinazione.



GLI SPONSOR

Salomon Running Milano è organizzata grazie al supporto di:
Comune di Milano, ATM, MI.CO, Fidal Lombardia.

TITLE SPONSOR

Salomon, Suunto Allianz

MAIN SPONSOR

CityLife Shopping

SILVER SPONSOR

District

AUTO UFFICIALE

Lombardia Motori

ENERGIA

SIS Sceince in Sport

RADIO PARTNER

Dib Hotel, Radio Number One

PARTNER

ORGANIZZATIVO
Running Magazine, Runners World, Correre, Birra Paulaner, Fisiorunning e Friesian Team

FOTO UFFICIALI

Phototoday

T-SHIRT BY SALOMON



Modello nero
per le distanze
25, 15 e 9,9 km,
bianco invece
per i partecipanti
della Relay

Medaglia speciale, e in questo caso lo sfondo è 'white' con scritta totalmente nera, per chi parteciperà alla Salomon Running Milano Relay. In questo caso, quasi superfluo dirlo, emozioni moltiplicate per tre, correre e conquistare una medaglia in team è sempre qualcosa di speciale che rafforza amicizie e amori.

LA T-SHIRT - Due diversi modelli che vanno a comporre il pacco gara per ogni partecipante iscritto. Prodotte e firmate da Salomon, sono in materiale tecnico, perfette per correre la competizione e usare negli allenamenti di tutto l'anno per sognare nuovi traguardi. Come per le medaglie, sarà nera per le distanze 25, 15 e 9,9 km, bianca invece per i partecipanti della Relay.

TROFEO SUUNTO - La gara nella gara si gioca tra Montestella e la Collina Alfa Romeo con il Trofeo Suunto. Verrà cronometrato un tratto lungo 4,2 km con notevole dislivello e molto off-road, dove si passerà dai 132 metri di altitudine ai 184 metri con una pendenza massima del 36,4%. Due i Suunto 9 in palio, ad aggiudicarsi saranno il primo uomo e la prima donna in quel parziale, mentre saranno ben quattro i Suunto Spartan Sport in premio al 2° e 3° uomo e alla 2ª e 3ª donna.

TROFEO ALLIANZ TOWER - Altro momento elettrizzante sarà la salita tra le scale dei 23 piani con 644 gradini e 100 metri di dislivello nella Torre Allianz. Anche in questo caso misurazione parziale e premi dedicati ai primi tre classificati maschili e femminili che dimostreranno di essere i più veloci a salire.

ISCRIZIONI - Online fino al 12 settembre con scaglioni di prezzo, mentre sarà possibile registrarsi anche all'Expo Village nei giorni di venerdì 13 e sabato 14 settembre. Il numero massimo istituito dall'organizzazione è di 1.500 presenze per ciascuna distanza. Sul sito si trova anche l'elenco completo dei negozi-punti d'iscrizione.

runningmilano.it



EUROPEAN
OUTDOOR
SUMMIT

INTERLAKEN
SWITZERLAND
26 - 27 SEPTEMBER 2019

PRENOTA ORA

Summit Sponsor



Presented by



Major Sponsors



OutDoor
by ISPO



www.europeanoutdoorsummit.com +44 161 4374634
info@europeanoutdoorsummit.com

Il mare all'improvviso

Anche se la strada è sbagliata,
la direzione sembra essere quella giusta.
Soprattutto se si tratta della splendida
spiaggia togolese di Coco Beach.
Un passaggio paradisiaco dove trovare
nuove strade per allenarsi.
In attesa di approdare in Benin

— DI DINO BONELLI - FOTO DANILO RUBINI E DINO BONELLI



Nei nostri programmi c'era l'attraversamento in Togo, dal Ghana, fino alla prima frontiera dell'entroterra, a duecento chilometri circa da quella della costa. Da lì, dopo le pratiche doganali, avremmo raggiunto Kpalimé, la prima cittadina togolese e quindi saremmo andati a correre fino alle decantate cascate Womé, con tanto di bagnetto rigeneratore. Con questo proposito abbiamo dormito appena prima di Ho, una cittadina del Ghana centro orientale, non lontana dal confine, e di buon mattino abbiamo preso un minibus verso la stazione degli autobus della cittadina. Qui in un caotico vociferare di tutti, dove tutti sanno, tutti indicano e tutti vogliono vendere qualcosa, specie se il potenziale cliente è uno dei pochissimi bianchi che si inoltra fin quassù, ci facciamo consigliare un bus per la frontiera dal nostro precedente autista che, senza indugiare, ci carica su un pulmino bianco di decente fattezze. Due ore e mezza di viaggio, un po' troppe per la mia precedente stima, ma la strada è piena di buchi e il pulmino si ferma sovente a caricare e scaricare gente o merce. Scendiamo in quella che sembra la terra di nessuno con i soliti noti che sanno tutto e che tutto vogliono vendere. Espletiamo le operazioni frontaliere d'uscita dal Ghana e, cambiando casa e quindi ufficio, consegnamo i passaporti all'ispettore doganale del Togo al fine di avere anche da lui il timbro lascia passare per il suo paese.

UNA PIACEVOLE SCOPERTA - Con me c'è Danilo, infaticabile compagno di viaggio che, mentre stiamo seduti su una panca in legno ad aspettare i controlli telematici dei nostri documenti, fissa oltre le mie spalle e in candida innocenza mi dice: "Ma il lago Volta non dovrebbe essere dall'altra parte e comunque non visibile da qui?". Io mi giro e senza alzarmi guardo oltre i vetri piccoli e sudici che adornano una porta altrettanto mal ridotta e rispondo: "Quella riga azzurra scura che si staglia nel cielo terso, che vedi oltre il muro, dev'essere il tetto in lamiera ondulata e dipinta di una casa e se non erro si vedono anche alcuni comignoli". Ma a Danilo la mia risposta non piace e me lo dice con una smorfia di poca convinzione, e forse questa mia risposta non convince nemmeno me, infatti mi alzo e vado a vedere meglio aprendo la porta. In effetti, oltre a un muro di cinta, c'è un'enorme distesa d'acqua e quelli che prima sembravano comignoli ora sono i fumaioli di alcune navi in lontananza.

Va bene che il lago Volta, con i circa 8502 km quadri di superficie e 148 km cubi di acqua immagazzinata, è l'invaso artificiale più grande del mondo, ma così esteso e così ricco di grossi naviganti, inoltre nella direzione opposta rispetto a dove ce lo aspettavamo, non ci convince nuovamente, così chiediamo. "Quello è il mare" risponde in un buon francese, lingua ufficiale del Togo, il commissario doganale interpellato. Lo stupore ci aggredisce e nel contempo dissolve tutte le nostre perplessità. Ebbene sì, alla stazione degli autobus di Ho, abbiamo chiesto di andare in un posto e ci hanno caricati su un bus che andava in un altro, sempre a una frontiera, sempre tra Ghana e Togo, ma 200 km più a sud e attaccati al mare. Quindi ad aspettarci oltre il boarder non ci sono più le verdi e lussureggianti colline dell'entroterra, gli infiniti bananeti e ovviamente nemmeno le blasonate cascate di Womé, ma le lunghe coste sabbiose del Togo, e noi, sorridenti e fatalisti sull'accaduto, ci poniamo come nuova meta la splendida e rilassante spiaggia di Coco Beach, appena oltre Lomé, la capitale.

— ad aspettarci oltre il boarder non ci sono più
le verdi e lussureggianti colline dell'entroterra,
gli infiniti bananeti e ovviamente
nemmeno le blasonate cascate di Womé,
ma le lunghe coste sabbiose del Togo

DAL MARE AI SENTIERI STERRATI - Tre giorni di relax prima di riprendere il viaggio. Destinazione: una missione-orfanotrofio nel Benin. Tre giorni in cui ci si allena alle prime ore del mattino o alla sera, quando le temperature sub tropicali lo permettono ancora. Si parte dall'arena del nostro piccolo e accogliente resort che porta il nome della spiaggia che lo ospita, si costeggia un po' il mare con una corsa faticosa in forte contropendenza per poi infilarsi tra le tante lunghe barche dei pescatori messe a secco sulla parte alta della spiaggia alla ricerca di un'uscita. Si esplora per trovare un passaggio che ci faccia uscire dalla sab-





bia, verso stradine sterrate e sgarrupate che si perdono nell'entroterra.

NELLA CULTURA TOGOLESE - La ricerca del cammino tra le tante barche pittoresche diventa ogni volta una specie di roulette, in quanto non si sa mai dove l'itinerario scelto vada a finire e molte volte si è costretti a tornare indietro per ritentare la sorte dietro ad un'altra sgangherata piroga. Imbarcazioni, queste, talvolta di fresco uso e talvolta dismesse da tempo e visibilmente logorate dagli agenti atmosferici. Natanti grezzamente intarsiati o ridipinti a nuovo, da cui proviene ancora un forte odore del pesce appena pescato. Tutt'intorno pescatori nel loro fare quotidiano, bambini incuriositi dalla nostra presenza e qualche giovane che si allena correndo avanti e indietro sulla sabbia. I più lo

fanno per dare una base aerobica a uno sport di combattimento come la boxe e il taekwondo, intervallando la loro corsa con serie di flessioni a terra e addominali.

Tre giorni di relax con qualche incursione nelle viscere della cultura rurale locale. Una civiltà, quella del Togo agricolo, molto povera e incredibilmente radicata al passato, dove l'animismo rimane la religione di massa e il Vudù è praticato ancora con riti sacrificali.

Tre giorni, poi on the road again, rigorosamente su uno dei tanti affollati bus locali, sperando che almeno stavolta, dove ci sono solo due direzioni da prendere, ovvero ovest, da dove siamo arrivati, ed est dove vogliamo andare, non ci facciano sbagliare strada.

SUL PROSSIMO
NUMERO...
concluderemo la nostra
mini avventura nel
West Africa andando
a correre in Benin.

UNLEASH THE GREYHOUND IN YOU!

Crafted for hard-surface running.



GREYHOUND

SALMING.
no nonsense.

“L’indice di equilibrio” di Iader Fabbri

Strategie per vivere in salute, dimagrire se necessario, ma soprattutto rimanere in forma per tutta la vita

— DI MANUELA BARBIERI



“L’indice di equilibrio” del nutrizionista romagnolo Iader Fabbri – ex ciclista, ora divulgatore scientifico e anche mental coach – suggerisce un insieme di strategie, facilmente applicabili alla quotidianità, per vivere in salute, dimagrire se necessario, ma soprattutto rimanere in forma tutta la vita. Senza troppe rinunce. Scritto in modo semplice e con pochi giri di parole, “L’indice di equilibrio” fornisce tutti gli strumenti necessari per crearsi una propria “coscienza alimentare”, e imparare a mangiare correttamente scegliendo i giusti abbinamenti tra i macronutrienti: proteine, grassi e carboidrati. Il mio consiglio è di partire dal quarto capitolo. Quello che Iader Fabbri ha provocatoriamente chiamato “Che scuse hai ora?”. Lo suggerisco perché i risultati non si ottengono in un giorno, ma sono il frutto di scelte quotidiane, e gli unici responsabili di ciò che siamo e, soprattutto di ciò che vogliamo essere, siamo noi. La cosa importante, oltre ad avere ben chiaro in testa il proprio obiettivo, è trovare una serie di strategie pratiche per ingannare il nostro cervello e interrompere quei circoli viziosi che portiamo avanti per abitudine. Come, per esempio, zuccherare il caffè.

Ma noi runner siamo abituati a ragionare per obiettivi, quindi non sarà particolarmente difficile.

Dalla teoria poi si passa alla pratica. Come sostiene Iader, e non posso che appoggiarlo, la miglior teoria, se inapplicabile, mette solo in difficoltà e non porta ai risultati sperati.

Ho trovato particolarmente interessante il decimo capitolo dedicato al movimento. Sapete qual è l’attività fisica più efficace per dimagrire? Quella che si fa con in mano la forchetta e il bicchiere. I nostri antenati paleolitici si muovevano tanto per cacciare e scappare dai predatori, ma sicuramente lo facevano molto meno dei quarantenni che oggi giorno si cimentano negli sport di resistenza. La sedentarietà, quindi, non è di certo il nostro problema. È infatti sempre più frequente trovare chi ha portato a termine almeno una maratona.

Tra i testimonial che hanno sperimentato il “metodo Iader” ce ne sono di illustri, come Matteo Marzotto, il pilota Jorge Lorenzo e anche l’ex pallavolista della Nazionale italiana Rachele Sangiuliano. Io, Iader Fabbri, l’ho incontrato per la prima volta presso l’Enervit Nutrition Center di Milano, ma lui riceve anche a Faenza e Pesaro.



WEB:
iaderfabbri.com
FB:
facebook.com/
iaderfabri
IG:
@iaderfabbri

Spostando il limite

Lo avevamo intervistato qualche mese fa, perché Simone Leo è l’unico atleta al mondo ad aver completato le “Seven Sisters”, le sette ultra più difficili.

Un’avventura che ha raccontato in un libro. La sua storia dagli esordi fino al record

— DI CRISTINA TURINI

“Il fallimento non esiste, è la lotta stessa a garantirti il successo”. Una frase all’inizio del libro molto significativa, perché è proprio attraverso una lotta continua con i propri limiti e una buona dose di determinazione che Simone riesce ad arrivare lontano, in tutti i sensi. Dopo un inizio in sordina, in sovrappeso e senza troppe aspettative, in pochi anni l’ultra-maratoneta ha aggiunto sempre più chilometri alle sue corse e ambizioni ai suoi progetti. Ma che cosa porta un uomo al desiderio di spostare il limite ogni volta di più? Sicuramente la determinazione gioca un ruolo fondamentale, perché conduce a ottenere risultati che la razionalità umana riterrebbe impossibili.

Tutto ha inizio nel 2011 con l’esordio alla sua prima 100 km, il Passatore. Un “viaggio” duro affrontato senza una preparazione adeguata. Ma comunque una sfida a fare di più e a fare meglio.

Nel 2013 arriva la prima “sorella”, la Ultrabalaton, 212 km intorno al lago di Balaton in Ungheria. Affrontata dopo aver corso, solo sei giorni prima, la 100 km del Passatore. Un modo originale per festeggiare il suo addio al celibato. L’anno seguente è la volta della Nove Colli, la seconda “sister” di 202 km caratterizzata da dislivelli importanti. Terminata questa, il pensiero di Simone è la durissima Spartathlon, una gara per cui dovrà aspettare ancora, senza perdere tempo e chilometri però. Nel 2015 si avventura nella Milano-Sanremo, la terza “sorella”, ideata da Michele Graglia, che è stato anche il vincitore della prima edizione. 285 km in 48 ore dal Naviglio alla Riviera di Ponente attraverso il passo del Turchino. E finalmente Spartathlon



arriva nel 2016, la gara più dura in assoluto per Simone, a causa dei numerosi cancelli orari da rispettare, ma anche quella che gli ha dato più soddisfazione. E poi, rendendo possibile l’impossibile, nel 2017 torna ad Atene per la A.S.A. Atene – Sparta – Atene, 492 km, un vero viaggio realizzato, come tutti, grazie anche agli amici che gli hanno dato assistenza lungo il

— “Simone ha la tenacia dei licaoni, capaci di correre per giorni nelle zone aride senza l’ausilio dell’aria condizionata”

Giovanni Storti

percorso. Nel 2018 arriva la sesta “sorella”, la Badwater, 217 km nella Death Valley caratterizzata da temperature elevatissime di giorno e di notte. Tanto da sciogliere le suole delle scarpe. Una corsa durissima portata a termine grazie anche un’assistenza curata nei minimi dettagli e animata dall’amico e comico Giovanni Storti che lo ha accompagnato negli ultimi chilometri. Infine l’impresa unica nel suo genere, la conquista delle “sette sorelle”, si è conclusa quest’anno con la partecipazione a Brazil 135, un’ultra-maratona attraverso la foresta brasiliana che ha coronato un sogno durato anni ma non ha fermato quella linfa vitale che ogni volta porta Simone ad alzare l’asticella. La prossima avventura infatti è fissata per fine gennaio 2020 con la Arrowhead 135 in Minnesota. Una gara in autosufficienza con slitta trainata e agganciata ai fianchi dell’atleta, con temperature che arrivano anche a -40°. Il freddo, il punto debole di Simone sarà un limite? Non possiamo saperlo. Perché il limite non lo si conosce fino a quando non lo si affronta.

FB:
facebook.com/
spostandoilimito.
simoleo
IG:
@simorun





STAY
DRY
FEEL
COOL





CLIFTON 6

THE SMOOTHEST CUSHION
DAILY RUNNER

CHASE YOUR AMAZING

MIREILLE SINÉ
LOS ANGELES, CA