

Running

MAGAZINE

ANNO 8 - NUMERO 9 - 2019

SAVE
ENERGY
EVERY
STEP

POWERED BY
GUIDESOLE™
TECHNOLOGY


—
SAVE
ENERGY


+
RUN
FURTHER

INTRODUCING
GLIDERIDE™



Grip e trazione su ogni terreno.



Peregrine ISO

Per chi vuole esplorare le molte sfumature dell'off-road, Peregrine ISO
assicura trazione, supporto e ammortizzamento,
sia in salita che in discesa.



Running

MAGAZINE

ANNO 8 - NUMERO 9 - 2019

- S O M M A R I O -



DATI & STATISTICHE

10 | Tempi di percorrenza

a confronto

14 | L'era del trail running

16 | Sempre più "equipment sport"

INCHIESTA

18 | Green revolution

SCARPA DEL MESE

22 | ASICS Glideride

BRAND PROFILE

24 | Pilogen: una "carezza"

che dura da 100 anni

FACCIA A FACCIA

25 | Lisa Migliorini e Andrea Pinna,
ambassador del progetto
#RunWithMe di Diadora

INTERVISTE

26 | Origin di Tecnica: parlano
tre negozianti abilitati
al servizio di termoformatura

FOCUS PRODOTTO

29 | Guide ISO 2 di Saucony

30 | Ghost 12 di Brooks

31 | Effektor 4.0 Trail Run di X-Bionic

32 | Taroko 2 di 361°

32 | Supertrac 2.0 di Scott

33 | Samsung Galaxy Watch Active2
Under Armour Edition

33 | Universal-NO2 di Noene

FOCUS SHOP

34 | Grip Dimension di San Marino

SOCIAL MEDIA

36 | Il futuro "social" del retail

SALVA CON NOME

38 | Le gare autunnali del circuito
FollowYourPassion

42 | Marco Olmo Desert Training

REPORTAGE

39 | Monza-Resegone

40 | Marcialonga

RUN THE WORLD

41 | Benin - Africa



(Trail) running a valore aggiunto

Sullo scorso numero vi avevamo presentato una ricca serie di numeri riguardanti la corsa su strada. Grazie a un'ampia mappatura mondiale che prendeva in considerazione qualcosa come 70mila eventi e 107,9 milioni risultati dal 1986 al 2018. A conferma che su queste pagine i dati di mercato sono uno dei nostri (e dei vostri) focus preferiti, questo mese vi proponiamo la prima puntata di alcune statistiche altrettanto interessanti. Questa volta focalizzandoci sul trail running, ormai parte integrante del mondo e del business della corsa.

Già, perché se fino a non molti anni fa il movimento trail era considerato (a ragione) una piccola nicchia, oggi è una realtà in costante crescita. Su quasi 200 milioni di runner stimati in tutto il mondo (dei quali 50 milioni in Europa), quelli dediti, parzialmente o esclusivamente, al trail running sono circa 15 milioni. La popolazione più numerosa è negli USA, con oltre 9 milioni di sportivi, contro i 3,5 milioni di europei. Dei quali oltre un milione in Francia e quasi 900mila in Germania. L'Italia si contende la terza posizione insieme al Regno Unito, con circa 136mila praticanti.

Molti altri dettagli li trovate alle pagine 14-15. In generale c'è un'ultima ma importante considerazione da fare, non desumibile da meri dati statistici, bensì dall'esperienza empirica e da alcuni elementi oggettivi. Premesso che i numeri della corsa su strada – come evidenziato sopra – rimangono di gran lunga superiori, possiamo affermare che il trail runner è potenzialmente un consumatore più "qualitativo" e interessante per aziende e retailer. Per partecipare a un trail anche di breve o media lunghezza, l'attrezzatura necessaria (e spesso obbligatoria) è assai superiore rispetto a quella che occorre per correre in strada (perfino nelle maratone o nelle ultra maratone road bastano un paio di scarpe, abbigliamento e qualche accessorio, orologio GPS su tutti).

Questo significa una maggior necessità di acquisto da parte dei trail runner. I quali si dimostrano in media anche clienti più attenti alla qualità dei prodotti, disposti a spendere di più e a investire su attrezzature di gamma medio-alta. Ecco perché, sebbene rappresentino numericamente magari tra il 5 e il 20% dei clienti di un punto vendita (o di un brand), sono da considerare a tutti gli effetti runner a valore aggiunto. Per questo, anche se più difficili magari da gestire e accontentare, vale la pena fare di tutto per intercettarli, conquistarli e fidelizzarli.

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. 9 - 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 12 settembre 2019

-PRIMO PIANO-

IL VERDETTO DELLA CORTE: ORTLIEB BATTE AMAZON



Nella lotta tra i brand e i marketplace giganti del web il settore dell'outdoor (e non solo) ora ha un precedente importante. Sì perché, come riferito dal sito ispo.com, il 25 luglio scorso la corte federale suprema di Karlsruhe (Germania) ha emesso la sentenza in merito al caso Ortlieb-Amazon. Il vincitore è Ortlieb! Amazon potrebbe quindi non poter più pubblicare adv che contengano tra le parole chiave di ricerca il nome di Ortlieb e linkarle poi a prodotti di terze parti. Chiunque può comprendere personalmente la situazione di negoziazione che era in corso nella disputa legale, semplicemente digitando su Google le parole chiave "Ortlieb bicycle bag". Noterete che le pubblicità di Amazon advertisement che compaiono in cima alla lista (e che contengono esattamente queste parole) rimandano a una colorata collezione di borse da bici di produttori diversi da Ortlieb. Questo non solo induce in errore i potenziali acquirenti, ma abusa anche del nome del brand. In futuro il marchio con sede a Heilsbronn (e qualsiasi altra azienda visto il precedente) non accetterà più il fatto che la propria brand awareness serva a promuovere i competitor.

CONTINUA LA CRESCITA DI ASICS NEI MERCATI EMERGENTI



ASICS continua la sua crescita nei mercati emergenti nel secondo trimestre del 2019. Le vendite YTD nei canali wholesale aumentano su una base neutrale in valuta in Medio Oriente del 29,2%, in Russia del 19,9% e in Sudafrica del 13,7%. Continua la crescita anche nei canali direct to consumer. Le vendite nei canali retail sono aumentate del 13,4% e nell'e-commerce dell'82,3% su base annua. Mentre le vendite nette consolidate in EMEA nel primo semestre 2019 sono diminuite del 5,8%.

Durante il secondo trimestre del 2019, ASICS ha continuato a guidare iniziative per aiutare i runner a trovare la scarpa giusta per loro, sia online che in negozio. Seguendo i progetti pilota di successo in Germania e Irlanda e negli ASICS store, una nuova parete di scarpe semplificata è stata implementata in tutta l'area EMEA. Il muro è progettato per essere funzionale all'interno di una vasta varietà di negozi e aiuterà i consumatori a orientarsi più facilmente nell'intera categoria, attraverso tutti i brand running.

Durante il secondo trimestre, ASICS ha lanciato gli aggiornamenti delle sue popolari scarpe da running GEL-Kayano 26 e GEL-Cumulus 21. Ha inoltre sponsorizzato una serie di importanti eventi running nell'area EMEA nel secondo trimestre, tra cui la maratona di Parigi, la maratona di Stoccolma e la Vienna Women's Run. Inoltre, sottolineando il suo impegno per la sostenibilità, l'azienda ha annunciato una partnership con Worn Again Technologies nel maggio 2019 per riciclare l'abbigliamento usato e creare nuovi capi sportivi all'interno di un modello circolare di risorse per i tessuti.



CLIFTON 6

THE SMOOTHEST CUSHION
DAILY RUNNER

CHASE YOUR AMAZING

MIREILLE SINÉ
LOS ANGELES, CA

HOKA ONE
ONE®

BOA, NASCE IL LABORATORIO CHE GUARDA AL FUTURO DELLE PRESTAZIONI



Boa Technology Inc. ha annunciato l'apertura presso la propria sede centrale a Denver (Colorado, Stati Uniti) del Boa Performance Fit Lab, un laboratorio di 250 metri quadri in cui sperimentare le soluzioni e le innovazioni del fit, per ottenere i massimi

benefici dalle performance. I dati rilevati al Boa Performance Fit Lab, prima di essere utilizzati nella fase di ricerca e sviluppo, saranno completati da una validità esterna da parte dell'Università di Denver. Boa Technology Inc., creatore del brevettato Sistema Boa Fit, collabora con marchi leader nel mercato in diversi settori. Fornendo soluzioni create appositamente per le prestazioni, il Sistema Boa Fit è pensato per prodotti utilizzati per sport invernali, ciclismo, escursionismo/trekking, golf, corsa, attività su campi sportivi, abbigliamento da lavoro, rinforzi medici e protesici. Boa Technology Inc. ha sede a Denver, Colorado, con uffici in Austria, ad Hong Kong, in Cina, Sud Corea e Giappone.

-ASICS NEWS-

PARTNERSHIP CON KLM PER IL SUO CENTENARIO



Con una nuova scarpa da running, la ASICS KLM100, il brand giapponese annuncia la partnership con KLM. L'obiettivo è quello di consentire ai dipendenti KLM e ai frequent flyer di scoprire i benefici fisici e mentali della corsa, consentendogli l'accesso, tramite il programma Vitality dell'azienda dei Paesi Bassi, a eventi running e training. La partnership collegherà i 30.000 dipendenti di KLM ai servizi di ASICS, come l'app RunKeeper, e offrirà loro l'accesso a calzature e abbigliamento tecnologicamente avanzati. La scarpa ASICS KLM100 in edizione limitata è stata appositamente creata dal brand per offrire ai runner KLM una corsa leggera e ammortizzata grazie alla tecnologia FlyteFoam Propel. L'esclusiva scarpa KLM Blu presenta due cartine geografiche sulle solette che, unite, formano la mappa della terra. Il modello è stato appositamente progettato per celebrare il centenario di KLM.

LA RICERCA INDIPENDENTE E IL RUNNING LAB

In Italia, oltre tre runner su quattro (ben l'85%) sembrerebbero non essere consapevoli del proprio stile di corsa, perché non hanno mai effettuato un'analisi dell'andatura attraverso il test che esamina il movimento durante la corsa. Un ulteriore 50% inoltre non sa se, in base alle proprie caratteristiche, è iperpronatore, neutro o sotto-pronatore. Solo il 42% dei runner italiani sembra conoscere effettivamente la differenza tra una scarpa da corsa stabile e una neutra. Questi i risultati di una ricerca indipendente commissionata per conto di ASICS.*

Se i corridori non consapevoli del proprio stile di corsa e del tipo di scarpa più adatto a loro corrono con un modello di scarpa sbagliato, rischiano più facilmente di infortunarsi. Per aiutare i corridori a ridurre questo rischio, e quindi a trovare le scarpe appropriate, ASICS ha lanciato il Running Lab.

NOTE*

- Tutte le cifre, se non diversamente indicato, provengono da YouGov Plc.
- Il lavoro sul campo è stato condotto tra il 2 e il 3 luglio 2019.
- Il sondaggio è stato condotto online.
- Sono definiti "runner" coloro che corrono per esercizio fisico.
- Le cifre sono state ponderate e sono rappresentative di tutti gli adulti italiani (dai 18 anni in su).
- La dimensione totale del campione era di 1.016 adulti, di cui 584 non sono corridori abituali.
- Il dato relativo all'85% dei runner che potrebbero correre con la scarpa sbagliata si riferisce a un dato combinato tra l'81% dei corridori che non hanno mai effettuato un'analisi dell'andatura e del 4% che non riesce a ricordare.

CROSSCALL, 10° ANNIVERSARIO NEL SEGNO DELLA CRESCITA



Nonostante la fase di contrazione che il settore della telefonia sta attraversando, la crescita di Crosscall – che celebra quest'anno il suo decimo anniversario – non si arresta. L'azienda francese, durante l'anno fiscale 2018-2019, ha fatto registrare la cifra di oltre 500.000 dispositivi venduti. Merito soprattutto del nuovo focus strategico che prevede il rafforzamento del presidio del mercato B2B, rivolgendosi a tutte le grandi aziende che necessitano di telefoni dalla durabilità e dall'elevata resistenza. A fronte della crescita del fatturato del 40% rispetto ai 51 milioni di euro dello scorso anno, e al fine di perseguire ulteriormente la sua politica di innovazione e di continuare il suo sviluppo, negli ultimi 12 mesi Crosscall ha creato, in Francia e all'estero, 26 nuove posizioni lavorative. Sempre in un'ottica di crescita commerciale, Crosscall si sta apprestando a lanciare il proprio store online anche in Spagna, Portogallo, Belgio e Paesi Bassi.

MACRON, AVVIATA LA COSTRUZIONE DELLA NUOVA SEDE



Venerdì 26 luglio scorso è stato celebrato a Valsamoggia (Bologna) l'avvio dei lavori della nuova sede di Macron, la cui realizzazione dovrebbe essere completata entro aprile 2020. Presenti alla cerimonia tutti i vertici di Macron, a partire dal ceo Gianluca Pavanella. Il nuovo impianto sarà di proprietà della multinazionale VGP NV, società di investimenti immobiliari paneuropea in ambito logistica e light industrial. Il progetto sarà re-

alizzato su un terreno di circa 55.000 mq, dove verranno edificati 22.000 mq destinati: alle attività di logistica (16.000 mq attualmente distribuite su tre diversi impianti) e agli uffici centrali (6.000 mq) del Gruppo Macron. Lo spazio è stato concepito con una particolare attenzione all'impatto ambientale. Il progetto, infatti, prevede la realizzazione di un impianto fotovoltaico per la produzione di energia elettrica da fonte rinnovabile per le attività dello stabilimento, la predisposizione di ampie vasche per l'accumulo di acqua meteorica al fine di soddisfare le esigenze di irrigazione e la piantumazione di circa 150 alberi e 2.000 arbusti.

TECNICA GROUP SALE AL 75% IN LOWA, CHE ACQUISISCE RIKO SPORT

La famiglia Castellani, tramite Elfra, ha ceduto a Lowa, controllata di Tecnica Group, l'intero capitale di Riko Sport S.r.l, società di Altivole (Tv) specializzata nella produzione di calzature di alto livello. Il Gruppo Tecnica acquisisce inoltre, sempre dalla famiglia Castellani, il 15% di Lowa portando la quota di partecipazione al 75%. Il restante 25% fa capo al manager svizzero Werner Riethmann. Riko Sport, con un fatturato 2018 di circa 110 milioni di euro e un margine Ebitda di oltre il 10%, occupa 1.900 dipendenti e produce circa 12mila paia di calzature al giorno. L'azienda è da diversi anni il principale fornitore di Lowa per quanto riguarda calzature da trekking leggero, calzature outdoor, casual e bambino. Una duplice operazione che rafforza la presenza di Tecnica Group nel mondo outdoor, un settore che per il gruppo rappresenta il 55% del fatturato.



IL NUOVO SHOWROOM DI STUDIO MODA SPORT

Studio Moda Sport - agenzia di rappresentanza lombarda attiva nel settore outdoor da più di quarant'anni - il 19 settembre 2019 ha inaugurato il suo nuovo showroom a Lissone. Un ampio spazio industriale recuperato e rinnovato, dove i marchi rappresentati troveranno ampia espressione. Nel portfolio di Studio Moda Sport: Hoka One One, Mico Sport, Compressport, Teva,

Gipron, Naked, Redelk, Aku, Mountain Hardware, Redchili, Edelrid, Wild Tee, Heart and Soul. L'idea del titolare Camillo Calloni va ad aumentare lo spettro dei servizi della sua agenzia con una visione e un progetto in controtendenza nel panorama italiano.

"Oltre all'esposizione delle collezioni che l'agenzia rappresenta in Lombardia, la nuova sede sarà un luogo di ritrovo per momenti di lavoro e situazioni conviviali, dal product training proposto dalle aziende ai clienti, fino ai lanci delle nuove collezioni". Senza dimenticare, in tutto ciò, l'aspetto della sostenibilità. L'allestimento è infatti concepito in chiave green: materiali di recupero che avranno una nuova vita e finestre sul verde. Il tema green costituisce un asset centrale per Studio Moda Sport che da sempre lavora nell'ambito outdoor e con piccole iniziative cerca di salvaguardare l'ambiente. Oltre al titolare, lo staff è composto da: Federica Cremascoli (responsabile amministrazione), Lorenzo Calloni (eventi e products training), Luca, Maurizio, Giuseppe (collaboratori per la parte commerciale).



Osprey, da sempre attiva nel settore degli zaini specializzati, sembra avere obiettivi molto ambiziosi per il prossimo triennio. Nell'ultimo Europe Sustainability Plan, l'azienda ha annunciato di voler "diventare il brand di beni per l'outdoor più innovatore, trasparente e sostenibile al mondo". Il marchio, che ha mosso i primi passi verso la sostenibilità nel 1974 - con la creazione del suo primo zaino da backpacking - cerca da sempre di minimizzare la quantità di materiali che finiscono in discarica. Tra le iniziative già messe in

OSPREY RINNOVA IL PROPRIO IMPEGNO PER L'AMBIENTE

campo figura All Mighty Guarantee, attraverso cui Osprey garantisce di riparare i propri zaini e rimetterli in uso in tutti i casi possibili. SecondLife, un ampio programma di ricondizionamento, prevede invece dei corsi di formazione e materiali specialistici per riparare gli zaini più vissuti e renderli nuovamente pronti per affrontare altri sentieri. Ultimo, ma non per importanza, il finanziamento di svariati progetti in tutto il mondo. La primavera 2020 segnerà la tappa successiva di questo viaggio. Impermeabilizzazione, durezza e longevità dipendono dalle sostanze chimiche utilizzate per la produzione dell'attrezzatura tecnica. Osprey intende impegnarsi, laddove possibile, a passare a sostanze chimiche "verdi", mantenendo inalterata la qualità tecnica degli zaini che produce. Questo processo inizierà con l'adozione e il lancio del rivestimento C0 DRW, e continuerà con l'obiettivo di eliminare completamente i PFC entro il 2022. Gli zaini delle nuove serie Archeon e Arcane di Osprey saranno gli apripista di questa iniziativa.

PILLOLE BY



Fare squadra per un'economia circolare del mondo tessile

RadiciGroup è parte del progetto "Make Fashion Circular" della Ellen Mac Arthur Foundation



Gli abiti sono una necessità quotidiana e, per molte persone, costituiscono un aspetto importante dell'espressione di sé. Tuttavia, il modo in cui sono realizzati e utilizzati attualmente comporta spesso elevati sprechi. Dall'obsolescenza programmata che fa sì che capi nuovi siano distrutti perché rapidamente "fuori moda" alla mancanza di adeguate soluzioni di riciclo su vasta scala dei tessuti usati, tutto questo contribuisce a una grande perdita di valore.

Il progetto "Make Fashion Circular" incoraggia la collaborazione tra i leader del settore industriale e gli attori della filiera a creare un'economia circolare nel mondo tessile. L'obiettivo è quello di realizzare abiti con materiali sicuri e rinnovabili o da fonte bio, di prolungarne la vita e di promuoverne il riuso e il riciclo secondo modalità che ne preservino il valore.

Dal 2018 RadiciGroup - multinazionale attiva nei settori della chimica, della plastica e delle fibre sintetiche - è ufficialmente membro del team di questo progetto promosso dalla Ellen Mac Arthur Foundation, prestigiosa associazione internazionale nata nel 2010 con l'obiettivo di accelerare in ogni ambito possibile la transizione verso un'economia circolare. In particolare, le attività del Gruppo nell'associazione si concentrano sui temi della riciclabilità, del riciclo e dell'ecodesign, sfide che da tempo vedono RadiciGroup in prima linea, senza ignorare la sfida, più generale, di un nuovo modello di business sostenibile.



NO ENERGIA NEGATIVA

PROTEGGITI DA SHOCK E VIBRAZIONI

-92%

E GODITI UNA VITA
ATTIVA CON NOENE®



Shock e vibrazioni causano microtraumi e infiammazioni

(tallonite, fascite plantare, tendinite,
epicondilite, fratture da stress,
dolori articolari, mal di schiena, ecc.)



SWISS MADE
UNDER ISO 9001&14001



WWW.NOENE-ITALIA.COM



NOENE® è una linea completa di PLANTARI - SOTTO PLANTARI
SOLETTE - TALLONETTE - UNDER GRIP, per qualsiasi sport,
il lavoro e la vita di tutti i giorni

-DELICIOUS FESTIVAL DOLOMITI-



IL PRIMO WOMEN'S TRAIL DI SCARPA

In occasione del Delicious Festival Dolomiti, il 21 settembre a Cortina D'Ampezzo si è svolta la prima edizione di Women's Trail organizzata da SCARPA. Un percorso di 7 km con 100/150 metri di dislivello positivo aperto a tutte le donne che si sono volute misurare con la meravigliosa cornice delle Dolomiti: dalle più allenate, alle appassionate di montagna. Un trail non competitivo, partito dal PalaDelicious nella zona di Pocol, per procedere nella Valle d'Ampezzo con due tappe davvero invitanti che hanno dato un sapore indimenticabile all'experience: la prima a Malga Peziè de Parù, la seconda alla Baita Resch, dove gli chef dei rifugi hanno preparato dei ristori speciali da assaporare e gustare con vista sulle Dolomiti.

POLARTEC SOSTIENE KARPOS NELLA SPONSORIZZAZIONE

Tra Polartec e Karpos è nata una nuova collaborazione iniziata con la Delicious Trail Dolomiti 2019. La corsa che si è tenuta lo scorso 21 settembre lungo i celeberrimi sentieri della lunghezza di 44.2 Km e 3.240 metri di dislivello positivo che hanno ricevuto dall'UNESCO il titolo di Patrimonio dell'Umanità. Il tessuto Polartec Delta è stato selezionato da Karpos per la realizzazione dei capi che sono stati distribuiti a tutti i partecipanti dell'evento. Delta – creato affinché i tessuti tecnici potessero sfruttare meglio il naturale sistema di raffreddamento del corpo: il sudore – è in grado di aumentare la performance del corridore in condizioni di estremo calore, grazie al suo principio meccanico di cooling effect.



GORE-TEX: ULTIMA EDIZIONE COME MAIN SPONSOR DELLA TRANSALPINE RUN



Al termine della quindicesima edizione della Transalpine Run (31 agosto – 7 settembre), Gore-Tex non è più lo sponsor principale dell'evento. Ecco perché il marchio, che ha ricoperto questa carica sin dalla nascita della manifestazione, ha voluto celebrare il lungo sodalizio con delle parole di ringraziamento. Gore-Tex ha detto grazie a tutti i partecipanti, amici e collaboratori che hanno preso parte all'evento, resistito durante la prova o anche solo tifato. "Ma il nostro ringraziamento più grande va all'organizzatore, l'agenzia di eventi Plan B, per i numerosi anni di collaborazione professionale", si legge in una nota ufficiale.

LA CORRIPAVIA COMPIE 18 ANNI E DIVENTA PLASTIC FREE

La Corripavia in programma il 29 settembre diventa grande, diventa maggiorenne e così, per festeggiare i 18 anni, si fa un meraviglioso regalo diventando un evento "Plastic Free". "Per limitare l'uso della plastica nei tre rifornimenti lungo



il percorso e in quello finale nel Castello Visconteo sono stati eliminati ben 7.500 bicchieri, 4.000 forchette e 4.000 piattini per il risotto. Sostituiti con altrettanti prodotti di materiali 100% biodegradabili e 100% riciclabili nelle catene di raccolta della carta e dell'organico", ha fatto sapere Franco Corona, presidente Asd Atletica 100 Torri, società organizzatrice dell'evento da sempre. "L'iniziativa Plastic Free è attuata in collaborazione con "Il Girasole" di Travacò Siccomario e l'Associazione "Il mondo gira – ha continuato il presidente Corona – Corripavia è diventato anche un evento a chilometri zero perché offre come premi per i vari vincitori solamente prodotti enogastronomici locali. I 98 premi in natura previsti dal regolamento sono infatti costituiti da prodotti enogastronomici di aziende presenti nel territorio pavese".

BROOKS RUN HAPPY TOUR: 3.500 RUNNER COINVOLTI E 3.700 EURO DONATI IN BENEFICENZA



La seconda edizione del Run Happy Tour è stata un grande successo, con 3.500 runner coinvolti nelle varie tappe che, oltre a divertirsi, hanno sostenuto la raccolta fondi a favore dell'associazione "I Maratonabili". Migliaia di partecipanti, tra appassionati di corsa e neofiti, si sono così dati appuntamento a Padova, Milano, Viareggio, Roma, e Bari per correre 5 km testando le ultime novità di stagione insieme alla grande famiglia Brooks. Il Run Happy Tour quest'anno ha "adottato" cinque atleti

speciali de "I Maratonabili" - Raffaele, Caterina, Alessandro, Margherita e Linda - che hanno avuto la possibilità di divertirsi insieme a tutti gli altri runner. In ogni tappa Brooks ha donato un euro per ogni singolo partecipante. Il risultato? La raccolta di 3.700 euro, interamente devoluti all'associazione, serviranno per sostenere le spese di manutenzione delle carrozzine "speciali" e supportare le trasferte per le gare che hanno in programma. "Abbiamo registrato un aumento del 25% dei partecipanti rispetto all'anno precedente e stiamo già studiando le novità della prossima edizione" – racconta Susana Pezzi Rodríguez, marketing manager Brooks Italy&Spain.

AFTERSHOKZ PARTNER DI IRONMAN EMILIA-ROMAGNA E IRONMAN BARCELLONA

Ironman ha annunciato Aftershokz come official earphones partner di Ironman Barcelona e Ironman Italy Emilia-Romagna 2019. Distribuito in Italia da Athena, Aftershokz è leader di mercato nella produzione di auricolari che diffondono la musica in tutta sicurezza attraverso gli zigomi. Grazie all'esclusiva tecnologia a conduzione ossea e al design a orecchio libero, l'esperienza di ascolto è unica perché permette allo stesso tempo di percepire l'ambiente circostante.

"La collaborazione con Ironman è un processo naturale per Aftershokz ed è il primo step per aumentare la visibilità del brand fra tutti gli atleti", ha dichiarato Stefania Vercesi, head of marketing Athena, distributore ufficiale Aftershokz in Italia e Penisola Iberica. "Le cuffie a design a orecchio libero permettono agli atleti di ascoltare la musica e, allo stesso tempo, sentire l'ambiente circostante, rendendole l'alternativa più sicura agli auricolari tradizionali. Per questa ragione sono l'accessorio ideale per allenarsi con intensità, ma in totale sicurezza. In aggiunta, il nuovo modello Xtrainerz è completamente impermeabile e perfetto per resistere a tutte le discipline degli atleti Ironman, che sia corsa, nuoto o bici".



ANCHE LIVIGNO HA LA SUA PISTA D'ATLETICA



Anche Livigno ha aperto, il 29 luglio, la sua pista di atletica, un elemento mancante tra le già presenti strutture dedicate all'allenamento dei grandi campioni della disciplina. Costruita a quota 1.800 metri, la pista nasce nell'area Run&Play accanto all'Aquagranda Active You, la piscina punto di riferimento per sportivi quali le maratone Valeria Straneo e Sara Dossena, le biathlete Dorothea Wierer, Lisa Vittozzi, Ivona Fialokova e Tiril Eckhoff e le nuotatrici Federica Pellegrini, Margherita Panziera e Simona Quadarella. La nuova pista è pronta ad accogliere gli atleti italiani e stranieri, che verranno ad allenarsi nel "Piccolo Tibet" in vista dei mondiali di atletica leggera che si terranno a Doha a partire da fine settembre.

GLI SPORT OUTDOOR ORA SI STUDIANO ALL'UNIVERSITÀ



L'Università di Trento e l'Università di Verona - coadiuvate dal Centro di Ricerca Sport Montagna e Salute (CeRiSM) - hanno attivato il primo anno del corso di laurea magistrale in Scienze dello Sport e della Prestazione Fisica "Sport della Montagna". Un percorso biennale che ha l'obiettivo di creare nuove figure di professionisti con conoscenze e competenze mirate negli sport di montagna, sia in ambito scientifico/sportivo che a livello professionale e organizzativo. Un corso unico nel panorama italiano, fortemente voluto dal Comune di Rovereto, che si inserisce nella proposta formativa attuata dalla Provincia di Trento verso una sempre maggiore diffusione dello sport come elemento di promozione della salute, del turismo e dell'innovazione.

A giugno è avvenuta l'inaugurazione delle nuove sale che ospiteranno le lezioni alla storica Manifattura Tabacchi di Rovereto.

ADIDAS LANCIA LA NUOVA CAMPAGNA GLOBALE "FEEL THE BOOST"

Dal lancio del Boost, introdotto nel 2013, i creator di tutto il mondo scelgono questa innovazione ogni due secondi.

Per celebrare le prestazioni e l'impatto culturale della tecnologia Boost, adidas ha presentato le nuove varianti cromatiche di Ultraboost 19. Le nuove versioni della silhouette arrivano in concomitanza con il primo lancio di "Feel The Boost", una campagna globale che celebra l'impatto della tecnologia Boost nel mondo sportivo che si protrarrà per



tutta la stagione. Dal suo lancio, avvenuto nel 2013, Boost fissa nuovi standard a livello di comfort e design, aiutando schiere di atleti impegnati in qualsiasi disciplina: dal running al basket, passando per tennis, golf, skateboarding e baseball. Boost continuerà a far parte dei prodotti più rivoluzionari nell'assortimento adidas, tra cui spicca la nuovissima FUTURECRAFT.LOOP, una scarpa da running ad alte prestazioni riciclabile al 100%.

Follow Your Passion^Y
presenta

Natural Mineral Water
Ganten

MONZA

MEZZA DI MONZA **21**

29 / 09 / 2019

ISCRIVITI ORA SU:
www.followyourpassion.it

Scegli la tua distanza

5 km **10 km** **21 km** **30 km**

Title Sponsor Main Sponsor Official Sport Drink Official Car Official Sponsor Hospitality Partner

Ganten **Ventura** **POWERADE** **BMW** **MG** **BIOCLIN** **B&B HOTELS**

Col Patrocinio di

COMUNE DI MONZA **REGGIA MONZA** **Regione Lombardia** **MG SPORT**

Tempi di percorrenza a confronto

La seconda puntata del più grande studio sul mondo del running.
Le statistiche per distanza, paesi ed età

_ DI KAREN POZZI - FONTE: RUNREPEAT.COM

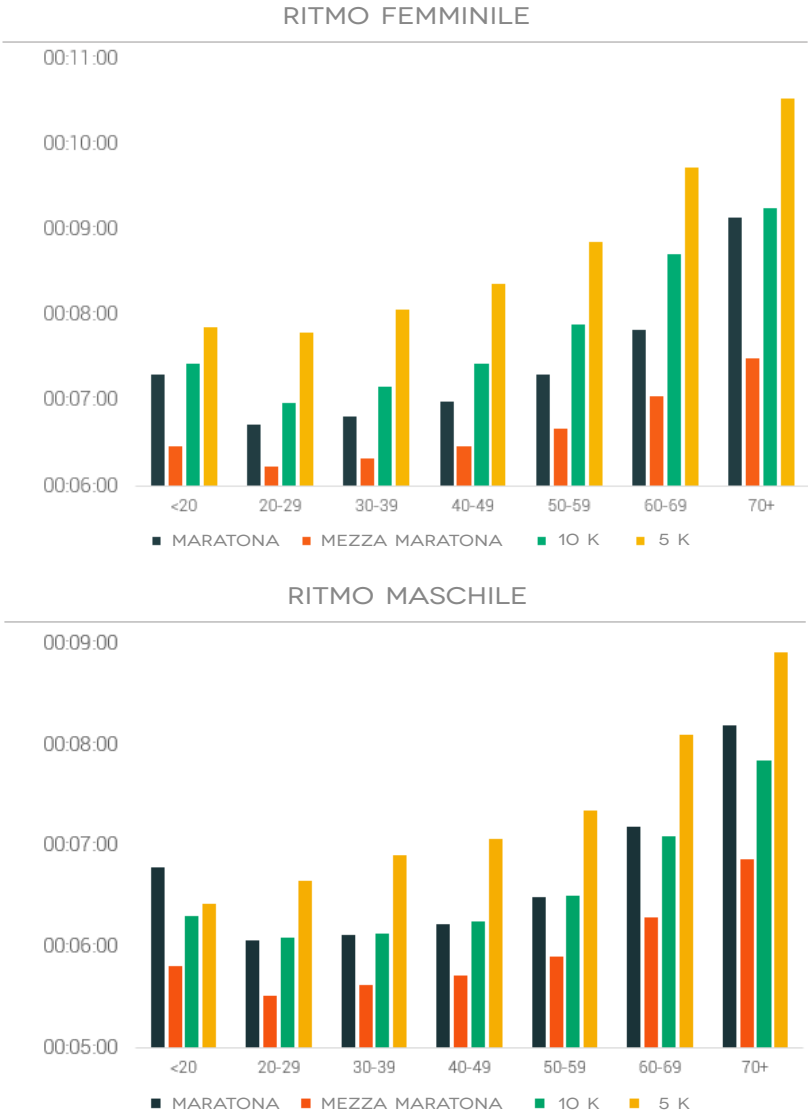
Presentato in Cina nel giugno 2019, lo studio sui risultati delle gare di corsa su strada è il più grande della storia. RunRepeat.com e l'International Association of Athletics Federations (IAAF) hanno analizzato 70.000 eventi e 107,9 milioni di risultati dal 1986 al 2018. Nel precedente numero del nostro magazine abbiamo riportato i dati relativi alla popolazione mondiale dei runner: provenienza, età e sesso. In questa nuova puntata invece il focus è sui tempi di percorrenza nelle quattro distanze più diffuse: 5K, 10K, mezza maratona e maratona.

PANORAMICA GENERALE

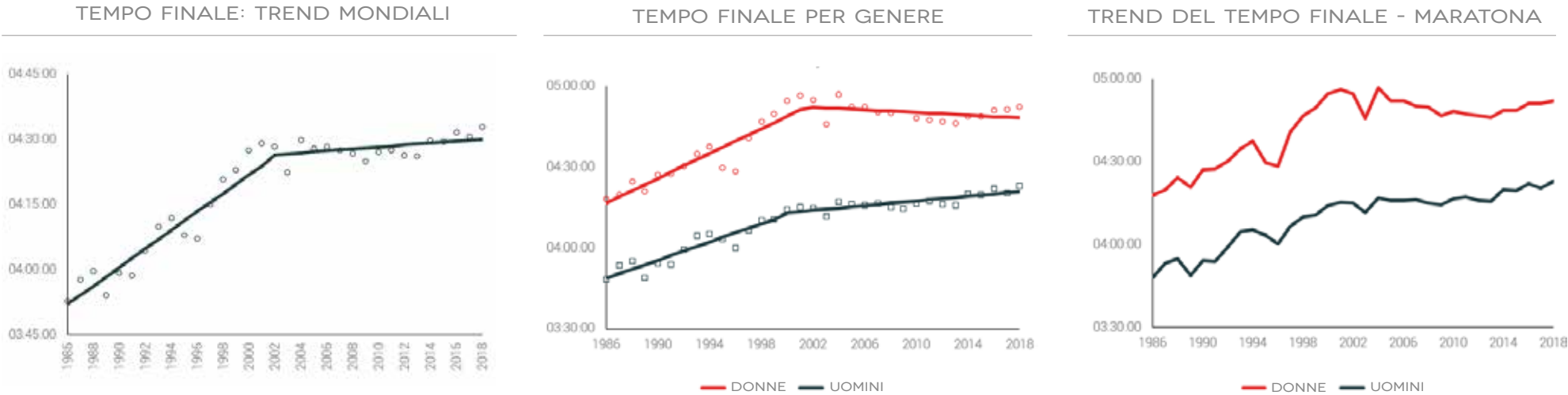
Osservando il ritmo medio per le quattro distanze, notiamo che i corridori di entrambi i sessi e di tutte le età hanno risultati migliori nelle mezza maratone. Il ritmo su questa distanza è significativamente inferiore a quello di tutte le altre. Il ritmo medio della mezza maratona maschile è 5:40 al chilometro e per le mezza maratone femminili è di 6:22. Il ritmo maschile medio per le maratone è 6:43 al chilometro (-18% rispetto alla mezza maratona), e il ritmo medio femminile è 7:26 (-17% rispetto alla mezza maratona). Il ritmo medio maschile per le 10K è 5:51 al chilometro (-3% rispetto alla mezza maratona), e il ritmo medio femminile è 6:58 (-9% rispetto alla mezza maratona). Il ritmo maschile medio per le 5K è 7:04 al chilometro (-25% rispetto alla mezza maratona), e il ritmo medio femminile è 8:18 (-30% rispetto alla mezza maratona). Una tendenza legata probabilmente all'aumento dei partecipanti nelle mezza maratone: è possibile che molti dei migliori maratoneti utilizzino queste distanze durante la loro preparazione. Inoltre, il ritmo medio più lento corrisponde alle 5K, la distanza con un maggior numero di principianti.

TEMPI DI PERCORRENZA IN MARATONA

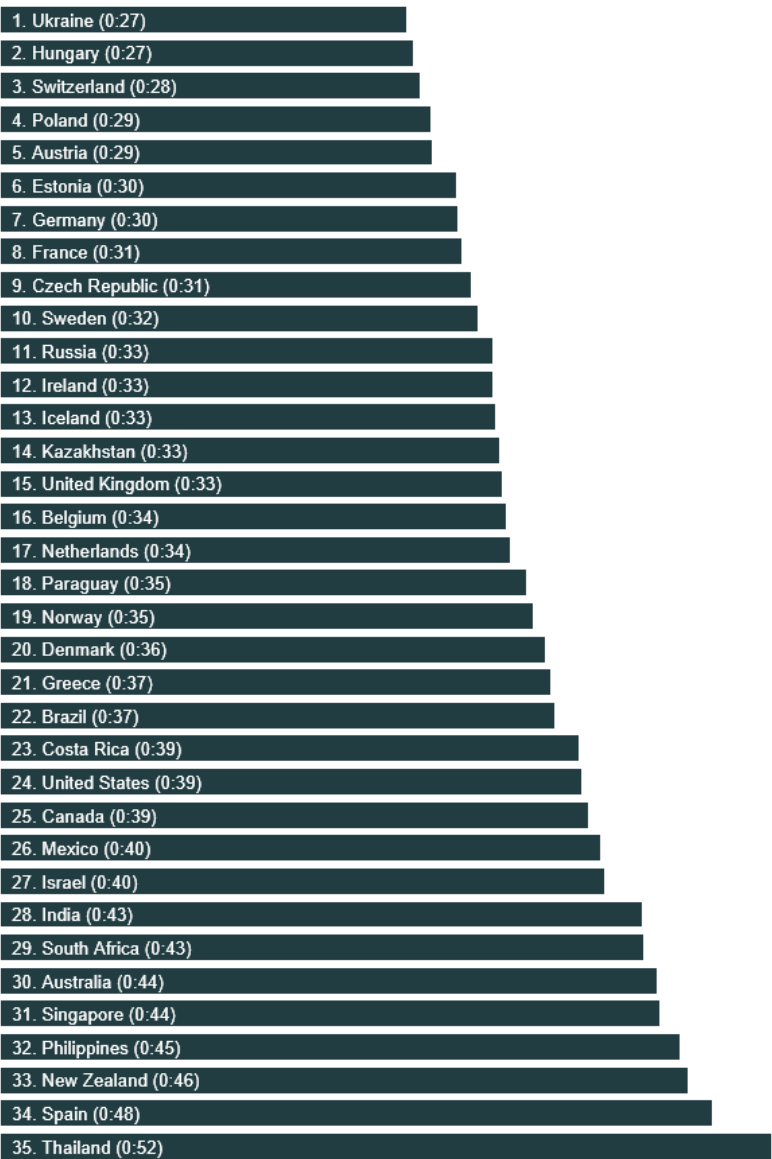
Osservando i risultati di ricerca, il mondo sta diventando più lento, ma i runner stanno rallentando molto meno dal 2001. Il tempo di arrivo della maratona infatti era aumentato di 36 minuti, da 3:52:35 a 4:28:56 (con un incremento del 15,6%) nel periodo tra il 1986 e il 2001, da quell'anno in poi di soli 4 minuti, ovvero 4:32:49 (+1,4%). Le tendenze dei tempi di percorrenza per genere dimostrano che gli uomini stanno continuamente rallentando, anche se in misura minore dopo il 2001. I tempi degli uomini erano au-



mentati di 27 minuti, da 3:48:15 a 4:15:13 (+10,8%) entro il 2001 e successivamente di 7 minuti (+3%). Le donne invece stanno rallentando più velocemente degli uomini, da un tempo medio di 4:18:00 nel 1986 a 04:56:18 nell'anno 2001, una differenza di 38 minuti (+14,8%). I tempi di arrivo delle donne sono diminuiti in media di 4 minuti (-1,3%). Per tutte le altre distanze, assistiamo a un aumento sostanziale dei tempi di arrivo per uomini e donne, una tendenza che si assottiglia solo per la maratona. Per quanto riguarda il confronto tra paesi, gli Stati Uniti sono



CLASSIFICA 5K

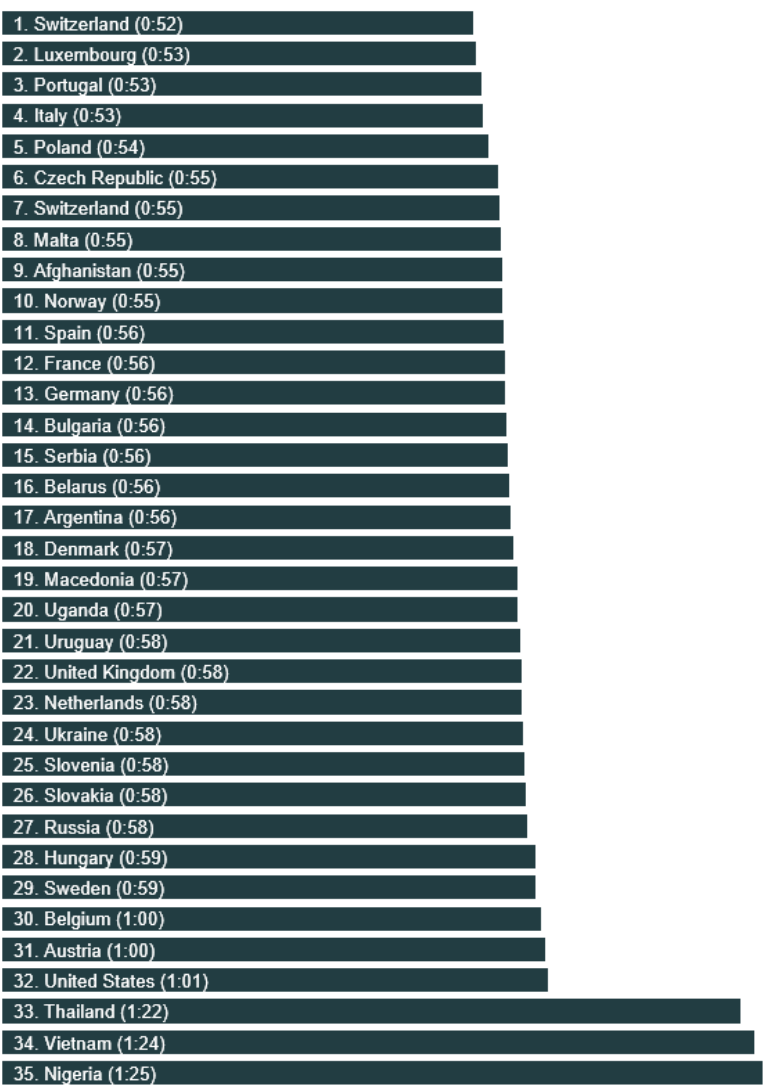


il paese con il maggior numero di corridori, ma tra i paesi con il maggior numero di partecipanti è il più lento e cala costantemente. Dopo il 2002, la Spagna è sempre stata la nazione più veloce in maratona.

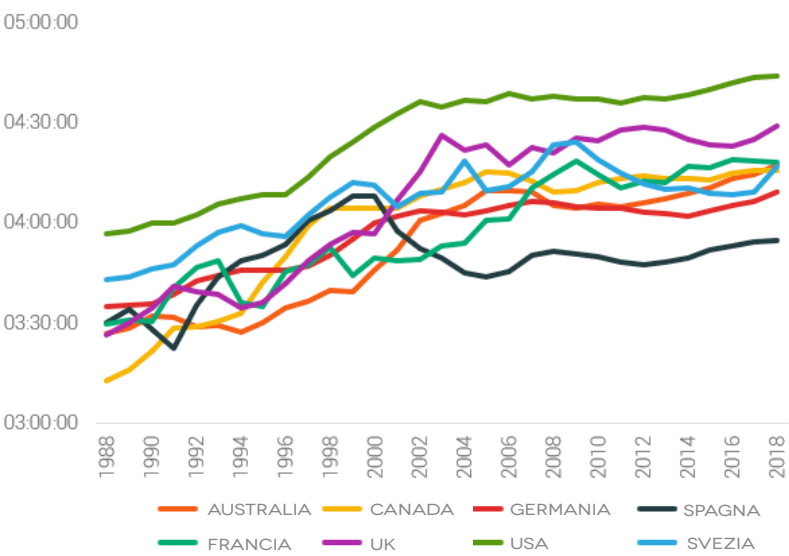
CONFRONTO PER TEMPI DI PERCORRENZA E PAESI
- 5K

Se la Spagna è la più veloce in maratona, è invece tra le nazioni più lente nelle 5K per le quali invece le nazioni più rapide sono l'Ucraina, l'Ungheria e la Svizzera. Quest'ultima è al terzo posto nelle 5K, prima nelle 10K e seconda in maratona. Gli svizzeri sono quindi tra i runner migliori al mondo. Nelle classifiche separate per genere, gli uomini spagnoli sono ancora tra i più veloci nelle 5K, ma costituiscono solo una piccola parte dei partecipanti. Le nazioni con gli uomini più veloci sono Ucraina (25:8), Spagna (25:9) e Svizzera (25:13). Gli uomini più lenti provengono dalle Filippine (42:15), dalla Nuova Zelanda (43:29) e dalla Thailandia (50:46). Le donne più veloci nelle 5K sono ucraine (29:26), ungheresi (29:28) e austriache (31:8). Le prime sono più veloci degli uomini di 19 dei 34 paesi in classifica.

CLASSIFICA 10K



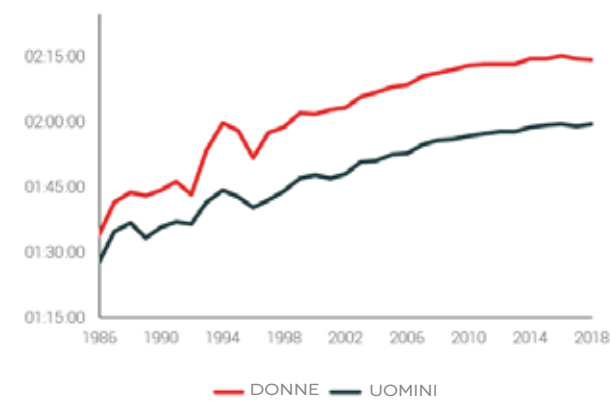
TREND DEL TEMPO FINALE



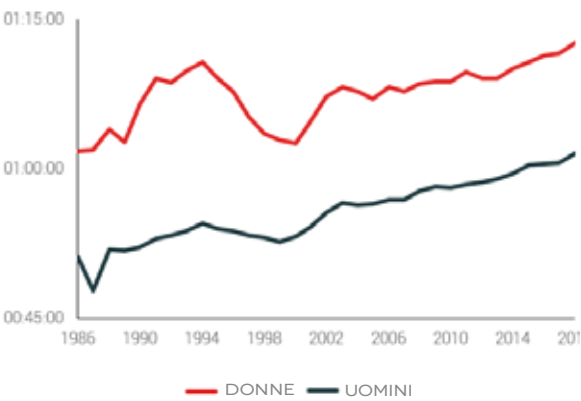
- 10K

Gli svizzeri sono al primo posto nella classifica delle 10K con un tempo medio di arrivo di 52 minuti e 42 secondi. Il Lussemburgo è al secondo posto (53:6). Anche il Portogallo è ben piazzato nelle 10K (53:43 secondi) e nelle maratone, conquistando il terzo posto in entrambe le distanze.

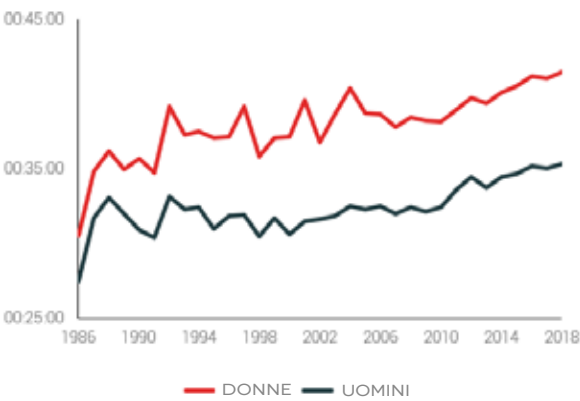
TREND DEL TEMPO FINALE - MEZZA MARATONA



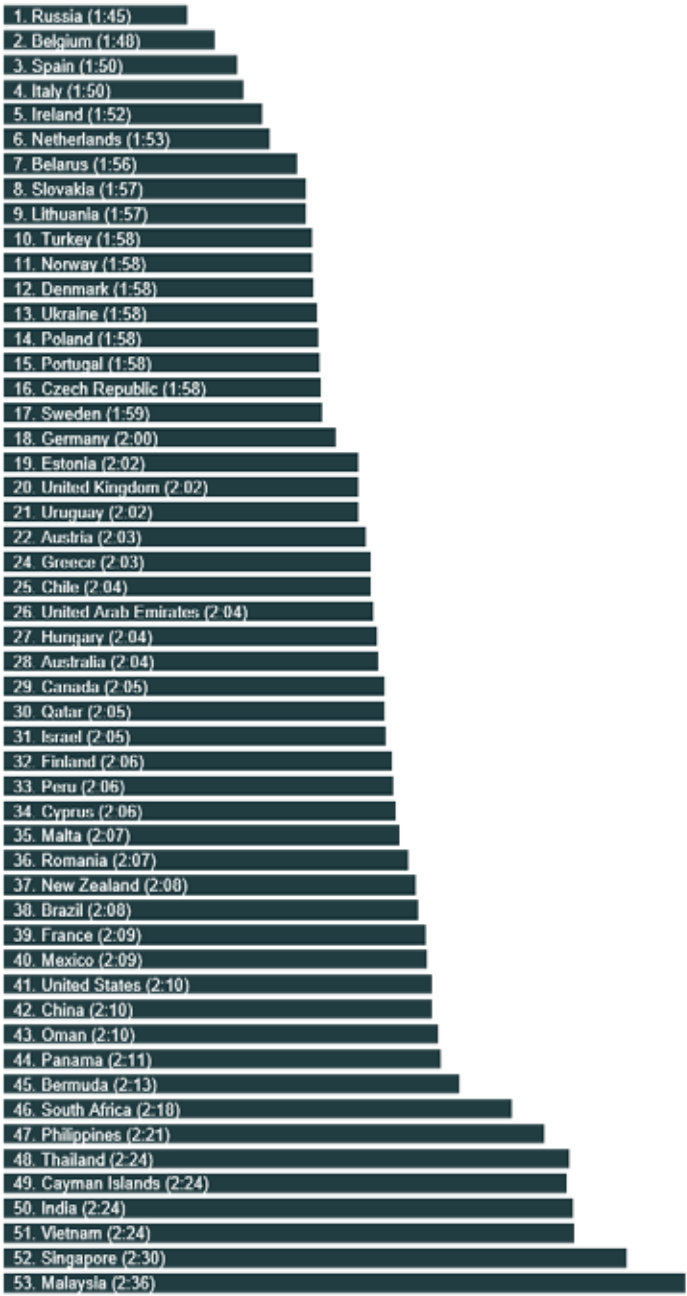
TREND DEL TEMPO FINALE - 10K



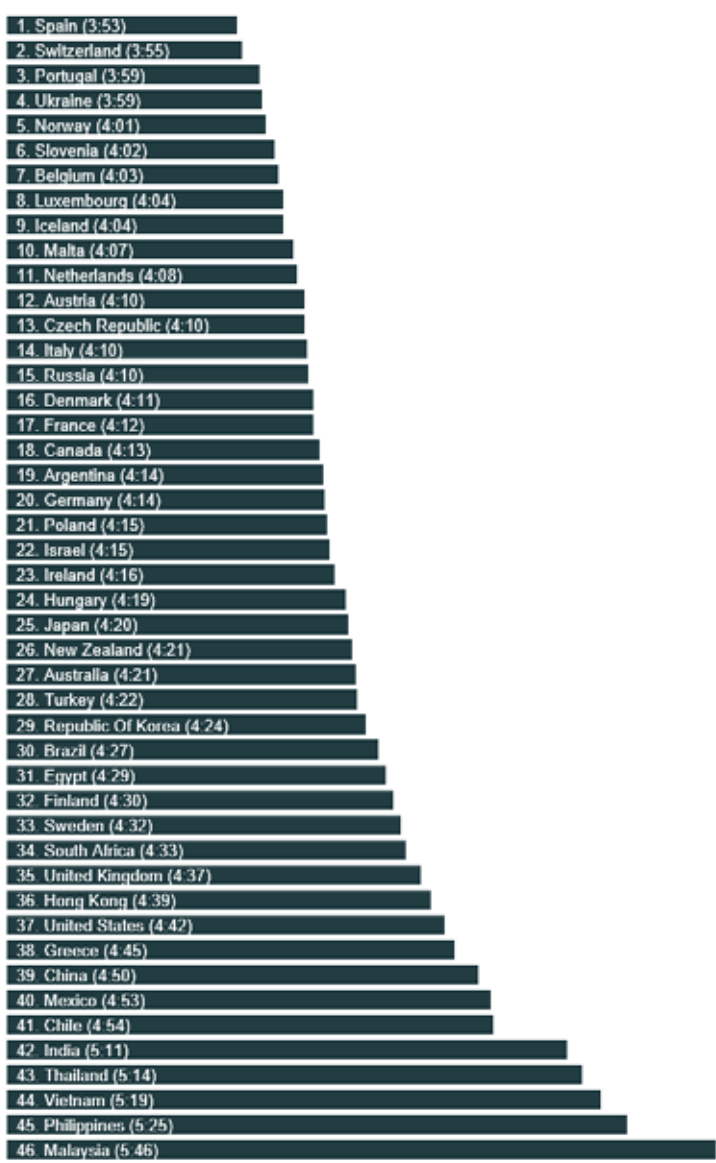
TREND DEL TEMPO FINALE - 5K



CLASSIFICA MEZZA MARATONA



CLASSIFICA MARATONA



Thailandia e Vietnam sono tra le nazioni più lente in tre delle quattro distanze.

Nella classifica maschile, la Svizzera è ancora al primo posto (48:23) e gli uomini del Lussemburgo sono secondi (49:58) ma il terzo posto è dei norvegesi con un tempo medio di 50:1. Le donne portoghesi sono le più veloci nelle 10 km (55:40). Seguite da Vietnam, Nigeria, Thailandia, Bulgaria, Grecia, Ungheria, Belgio, Austria e Serbia.

- MEZZA MARATONA

La Russia è in testa alla classifica delle mezze maratone (1:45:11), il Belgio è al secondo posto (1:48:1) e la Spagna terza (1:50:20). Non sorprende che i paesi europei raggiungano i primi tre in questa distanza, dato che la mezza maratona è la distanza preferita dell'Europa. Sul lato lento, la Malesia è la più lenta in mezze maratone e maratone. I malesi sono il 33% più lenti dei russi.

La Russia è in testa alla classifica maschile e femminile e il Belgio secondo.

Le donne russe sono più veloci degli uomini di 48 dei 53 paesi in classifica.

- MARATONA

Le prime tre nazioni della maratona sono Spagna (3:53:59), Svizzera (3:55:12) e Portogallo (3:59:31).

Gli uomini con i migliori tempi in maratona provengono dalla Spagna (3:49:21), dal Portogallo (3:55:10) e dalla Norvegia (3:55:14).

Il podio delle donne è completamente diverso da quello degli uomini: le svizzere sono le più veloci (4:4:31), seguono l'Islanda (4:13:51) e l'Ucraina (4:14:10).

Le donne svizzere sono 9'20" più veloci delle seconde e degli uomini del 63% dei paesi analizzati.

Il loro tempo medio di arrivo è più veloce di quello degli uomini di Stati Uniti, Giappone, Sudafrica, Regno Unito, Singapore, Vietnam, Filippine, Russia, India, Cina, Messico e molti altri.

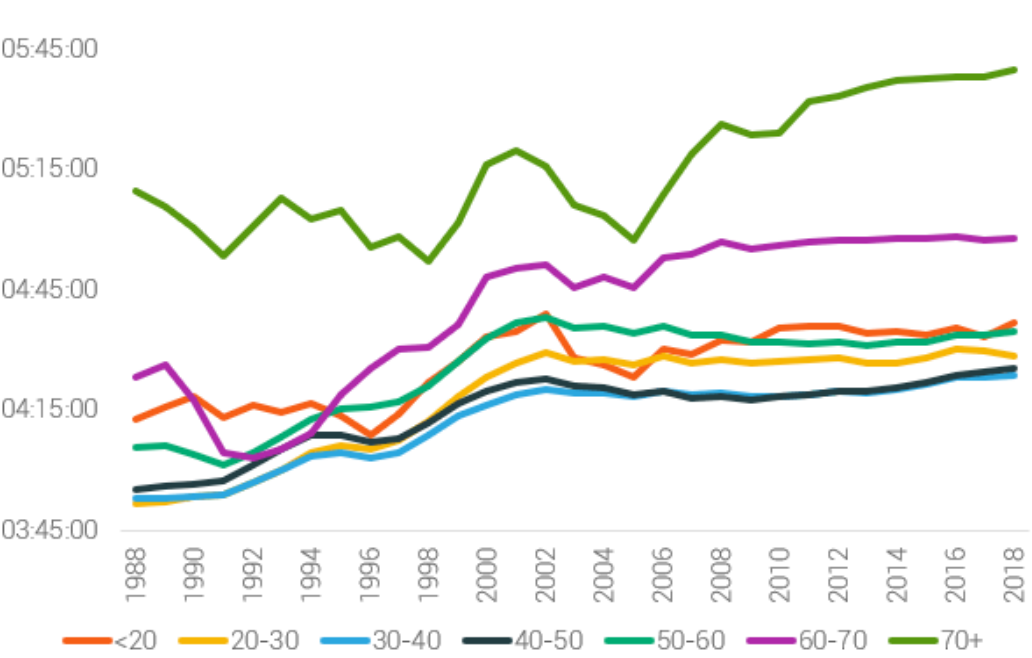
CONFRONTO PER ETÀ

Non sorprende che i partecipanti sopra i 70 anni siano costantemente i più lenti (tempo medio di fine 2018, 5 ore e 40 minuti), ma i più giovani non sono sempre i migliori.

I partecipanti tra i 30-50 anni hanno il rendimento migliore (4:24). I partecipanti al di sotto dei 30 anni sono paragonabili ai partecipanti tra i 50 e i 60 anni con un tempo medio di 4:32. Tra i 50-60 anni è di 4:34.

Ciò potrebbe essere dovuto alla mancanza di esperienza o formazione, o forse perché molti giovani partecipanti preferiscono correre distanze inferiori.

TEMPO FINALE PER FASCIA D'ETÀ



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

361°

ONE DEGREE BEYOND

SPIRE 3
ULTIMATE COMFORT



Sprint Commerce Srl

[SPRINT-COMMERCE.IT](https://www.sprint-commerce.it)

 [@sprintcommercedistribution](https://www.instagram.com/sprintcommercedistribution)
 [@sprintcommercedistribution](https://www.facebook.com/sprintcommercedistribution)

L'era del trail running

Una disciplina che trova ampio spazio nel contesto europeo.

Da una panoramica generale sullo sport
e le sue tendenze fino all'identikit del praticante

— DI KAREN POZZI - FONTE: TRAIL RUNNING MOVEMENT



Christian Pizzatti

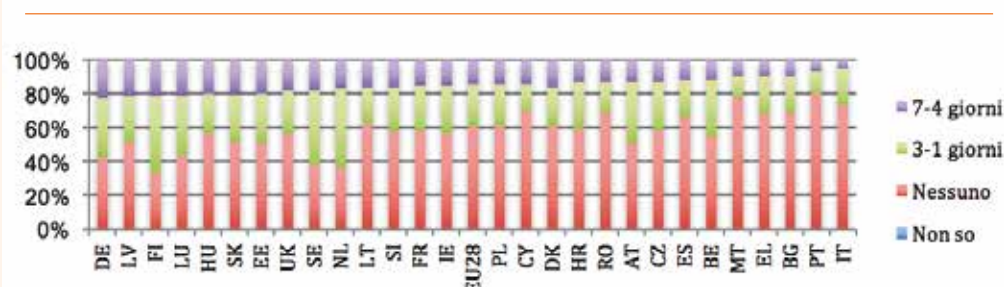
Negli ultimi anni la popolazione mondiale che pratica attività fisica costante è in leggera e continua crescita, spinta da stili di vita e mode sociali che stimolano le persone a dedicare del tempo al proprio benessere psico-fisico. Focalizzandosi sul contesto europeo che verrà preso in esame in questo articolo, la popolazione attiva, o sportiva, è stimata intorno ai 250 milioni. Nell'ultimo quinquennio, a causa degli effetti della crisi economica, è in leggero calo soprattutto nei paesi del sud Europa. Analizzando nel dettaglio l'andamento statistico della partecipazione ad attività sportive emergono due tendenze che si contrappongono: si registra da una parte un forte calo di partecipazione negli sport tradizionali e contemporaneamente dall'altra si assiste a un netto aumento degli sportivi impegnati in discipline emergenti e a volte più "estreme" come il trail running.

Gli sportivi che praticano attività fisica con maggiore assiduità sono collocati nel centro-nord Europa (fonte: Eurobarometer) nonostante le condizioni atmosferiche siano meno favorevoli rispetto all'Europa del sud. La popolazione sportiva europea parla principalmente, nell'ordine, lingue di ceppo anglosassone, germanico e latino. Tra gli sport più praticati troviamo: calcio, tennis, nuoto, atletica e a seguire tutti gli altri. Le differenze degli sport preferiti sono molto marcate di nazione in nazione e sicuramente frutto di culture e abitudini distintive, quasi secolari, di ognuna di esse. L'atletica ed in particolare il running possono essere considerate discipline trasversali e praticate in simile misura, in età giovanile, in quasi tutte le nazioni europee. Molto spesso, in età più "avanzata", il running conduce alla pratica del trail running, a seguito di una lunga esperienza amatoriale o professionale. Trattandosi di una disciplina "giovane" il censimento di atleti è praticamente inesistente. Negli ultimi anni è notevolmente aumentato il desiderio di praticare lo sport all'aria aperta (outdoor) e conseguentemente la scelta della disciplina come il trail running, che consente di svolgere l'attività senza vincoli di orari e senza la necessità di avvalersi di strutture sportive. Spesso la pratica del trail running non solo risponde al desiderio di praticare uno sport all'aperto ma anche e soprattutto di tornare ad apprezzare il contatto con la natura, gli spazi aperti, la tranquillità, la variabilità dei paesaggi anche proposti dal cambio delle stagioni. La principale motivazione che spinge alla pratica degli sport è prevalentemente il desiderio di migliorare il proprio fisico e, sempre più spesso, la necessità di trovare uno sfogo agli stress della vita quotidiana. In questo senso il trail running risponde perfettamente alle necessità emergenti. La pratica della disciplina del trail running, come delle altre discipline sportive outdoor, è apprezzata perché consente di superare i principali freni alla pratica dello sport, cioè: la mancanza di tempo o le difficoltà economiche. Il trail running, infatti, può essere praticato ovunque e in qualunque situazione: al mare, sulla sabbia (desert running); in pianura, collina e montagna (mountain running), sulla neve (snow running) e perfino in città (urban running). Chiunque ha la possibilità di allenarsi e partecipare a competizioni indipendentemente dal luogo in cui vive e dal suo clima.

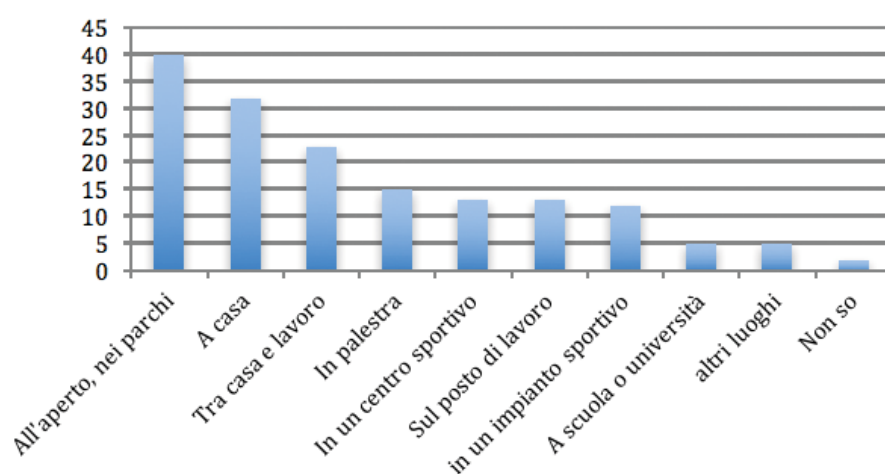
I TRAIL RUNNER EUROPEI

La popolazione mondiale dei trail runner è una nicchia che si disegna all'interno della più ampia popolazione che pratica atletica leggera e rientra nella categoria running. I runner nel mondo sono stati stimati in 165 milioni di individui (fonte: USA Poll 2006) ma negli ultimi anni il trend di crescita è proseguito portando la stima a quasi 198 milioni.

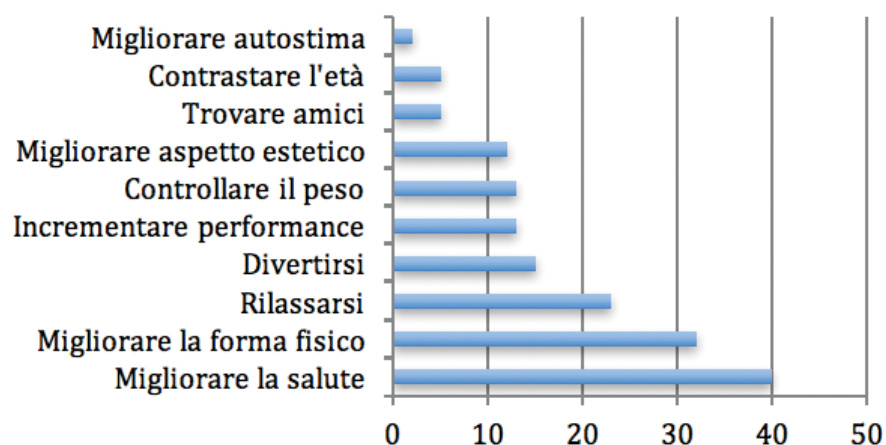
LE GIORNATE DEDICATE ALLO SPORT



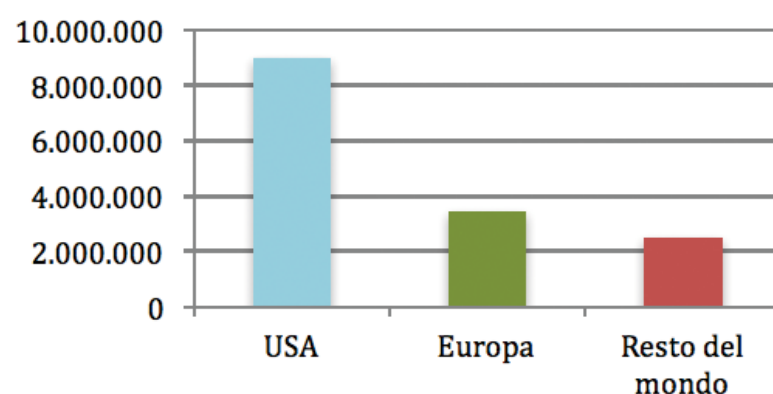
IL LUOGO PREFERITO PER SVOLGERE LO SPORT



LA MOTIVAZIONE ALLA PRATICA DELLO SPORT



I TRAIL RUNNER NEL MONDO



TRAIL RUNNING MOVEMENT

Programmi online per iniziare, crescere e migliorare nel running, su strada e trail. TRM nasce nel 2014 dall'idea di Cristina Tasselli e Marco Mori, preparatori atletici certificati e atleti internazionali esperti di competizioni di ultra trail running. La peculiarità di Trail Running Movement è quella di erogare piani di allenamento in modalità "a distanza" via web e mobile in quattro lingue (italiano, inglese, francese, spagnolo).



Il team e gli atleti TRM possono contare su un network di allenatori e professionisti esperti nelle specifiche discipline: TRM Coach, preparatori atletici certificati e specializzati nel trail running, allenatore tecnico FIDAL di atletica leggera, nutrizionisti, fisioterapisti, psicologi ed esperti di materiali tecnici outdoor. Il metodo TRM, destinato ad atleti di tutti i livelli, è una tipologia di preparazione fondata su rigorose ricerche scientifiche e pluriennale esperienza acquisita sul campo. Tra gli atleti élite di TRM spicca Christian Pizzatti (Campione Italiano Trail Running World Championships 2017). A fianco dell'offerta online la società organizza gruppi di allenamento con finalità sportiva e turistica nelle zone montane più belle d'Italia (Monte Bianco e Alte Vie) e nei TRM Camp.

trailrunningmovement.com

In Europa tale popolazione è stimata in quasi 50 milioni di individui (stima Trail Running Movement). La popolazione di runner dedica, parzialmente o esclusivamente, al trail running si aggira intorno ai 15 milioni di individui a livello globale. La popolazione più numerosa è residente negli USA dove si contano oltre 9 milioni di sportivi (Statista) contro i 3,5 milioni di europei. In Europa occidentale la stima attuale supera i 3,5 milioni di individui: in prima posizione vi è la Francia che ha la leadership assoluta sia per numero di trail runner che per eventi. Seguono la Germania, che conta un elevato numero di runner e, quasi a parità di numero, Regno Unito, Italia e Spagna. Quest'ultima in considerevole ascesa rispetto a cinque anni fa. Il fenomeno del trail running è in rapida crescita, complice la moda di perseguire obiettivi sportivi "estremi" che spingono sempre più trail runner o runner ad affrontare le competizioni Ultra Trail anche sopra ai 100 km. La popolazione dei trailer per lingua parlata (panel di 10,5 milioni) mostra un primato della lingua inglese, come prima o seconda lingua (65%), seguita da quella francese (13%). Mentre se si considera solo la prima lingua, il francese rappresenta la lingua maggiormente diffusa (35%).

IDENTIKIT DEL TRAIL RUNNER EUROPEO

Nella maggior parte dei casi, il trail runner europeo è un runner di strada o di corsa in montagna (92%). Più raramente pratica anche altri sport outdoor. Rientra in una fascia di età tra i 25 e 65 anni, è di sesso maschile e di ceto reddituale medio o medio-basso, residente in provincia e di professione dipendente. Il trail runner uomo è più longevo nella carriera sportiva rispetto alla donna.

In base all'esperienza e padronanza della disciplina, possiamo distinguere quattro tipi di trail runner: principiante, amatore, esperto e professionista. Il trail runner professionista è uno sportivo nella fascia di età tra i 30 e 40 anni (a seconda della distanza percorsa), è uomo, spesso single e propenso a gestire la propria vita privata in un gruppo ristretto di relazioni. È molto motivato a investire il proprio tempo nell'attività sportiva e attivo sui social network, dove gradisce comunicare i propri successi e costruire un profilo sportivo che possa attrarre brand o in generale sponsor.

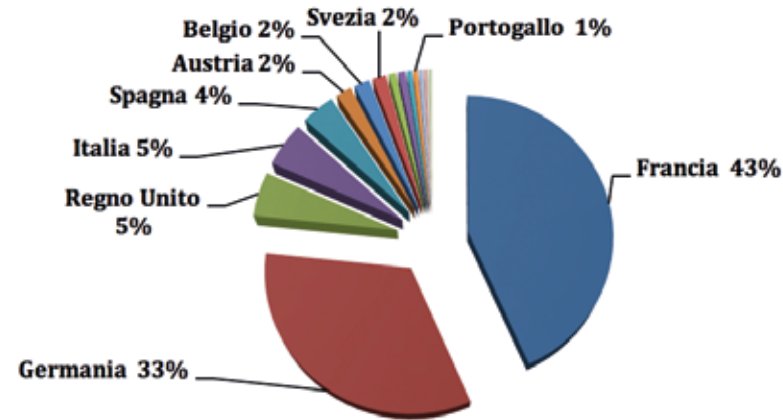
Il trailer amatoriale gestisce i propri allenamenti in forma individualistica e/o cercando consigli da amici o via internet, mentre quello professionista si allena in maniera scientifica e metodica attingendo informazioni tramite riviste cartacee e siti internet specializzati. Il trailer principiante ha la tendenza a prepararsi autonomamente e in maniera poco strutturata cercando consigli da diverse fonti di conoscenza più o meno autorevoli: amici, colleghi di lavoro, negozianti, trail runner, siti web, riviste specializzate e in pochi casi, allenatori. Questo tipo di preparazione produce spesso risultati parziali e discontinui ed è il principale motivo dell'elevata percentuale di ritiri nelle gare, soprattutto Ultra Trail, e della insorgenza di infortuni e in molti casi dell'abbandono della disciplina.

METODOLOGIA DI ANALISI

La ricostruzione della panoramica sul settore trail running è stata condotta dalla società Trail Running Movement seguendo una metodologia a più step.

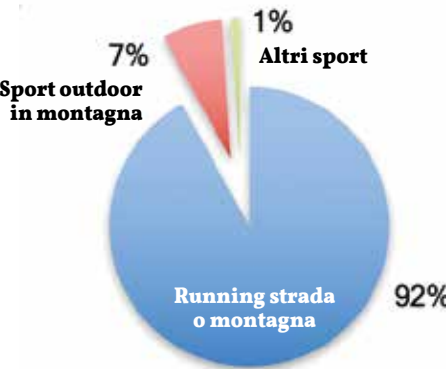
- Individuazione della popolazione mondiale
- Estrapolazione della popolazione globale sportiva con focus sui numeri del running in ogni nazione tramite fonti ufficiali
- Individuazione dei parametri che portano a tendenze disomogenee per nazione
- Raccolta di statistiche di trail running individuate tramite ricerche, studi e statistiche (prevalentemente da paesi occidentali).
- Definizione di sette parametri di analisi: grado di industrializzazione; grado di democratizzazione; reddito medio popolazione; % popolazione sportiva vs. popolazione; sport prevalenti; % popolazione running vs. popolazione sportiva; presenza e numero di eventi sportivi trail running
- Verifica della percentuale di partecipanti per nazioni nelle principali competizioni sportive e controllo con i parametri precedentemente individuati
- Calcolo dei praticanti running e trail running applicando i parametri
- Ottenuti i numeri complessivi e per nazione sono stati rivisti i valori assoluti con un ultimo criterio di esperienza dell'osservazione diretta considerando: partecipazione in gare o eventi; abbonati a riviste specializzate o follower di gruppi di social network; articoli di associazioni o istituti di ricerca di ogni nazione resi noti via internet (nelle lingue inglese, francese, tedesco e spagnolo)

I TRAIL RUNNER NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI

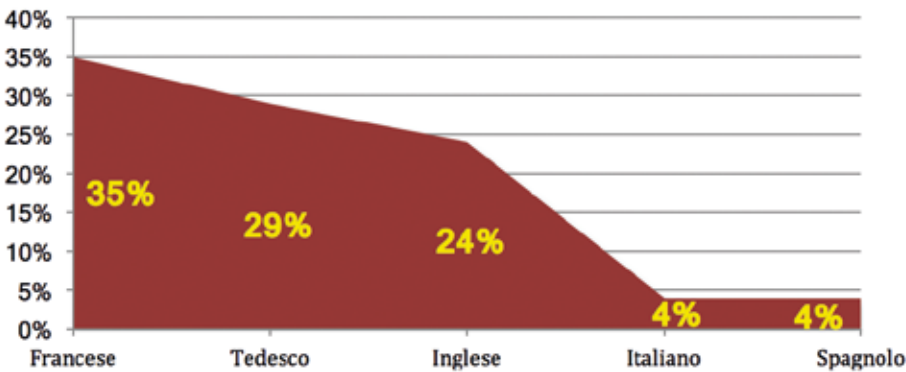


NAZIONE	TRAIL RUNNER
Francia	1.161.950
Germania	888.550
Regno Unito	136.700
Italia	136.700
Spagna	102.525
Austria	49.065
Belgio	48.102
Svezia	41.460
Grecia	24.102
Irlanda	22.783
Paesi Bassi	14.800
Portogallo	13.729
Danimarca	12.401
Finlandia	11.753
Norvegia	10.922
	2.675.541

GLI SPORT DI PROVENIENZA DEL TRAIL RUNNER



LA PRIMA LINGUA PARLATA DAI TRAIL RUNNER





Sempre più “equipment sport”

Il trail running sta diventando sempre più popolare. Ad OutDoor by ISPO si è cercato di analizzare il “boom” relativo alla vendita di attrezzature

_ DI ANDREA LAMPERTI _ FONTE: ISPO.COM

“Vedete, siamo molto attivi”, ha detto Urs Weber (direttore della rivista *Runner's World*) con un sorriso, mentre foto di persone in abiti da corsa scorrevano dietro di lui. “Ogni mercoledì corriamo insieme, ma ogni pausa pranzo, per noi, è comunque una running break”. Nell'edizione 2019 di OutDoor by ISPO il team editoriale di *Runner's World* ha ospitato per la seconda volta il Run & Trail Summit, e Weber, che ha seguito personalmente il programma come in occasione del tradizionale incontro sulle scarpe da corsa di ISPO Munich, ha presentato i trend più importanti relativi al mondo del trail running.

“Oggi stanno investendo sul trail tutti i grandi marchi, come adidas con Terrex e Nike, ma anche un vecchio marchio outdoor come The North Face”. Aziende che vedono un grande potenziale in questo settore, ancora in fase di crescita. L'interesse per il trail running, infatti, è aumentato considerevolmente negli ultimi anni, come spiegato da Urs Weber. All'interno del consueto sondaggio della rivista, cui prendono parte circa 9.000 persone ogni anno, il 32% dei lettori (una community di abituali corridori) ha dimostrato interesse a partecipare a corse off-road. “E negli ultimi cinque anni, la partecipazione è aumentata dell'8%”, ha spiegato Weber. Non stupisce, quindi, il fatto che la corsa in generale e in particolare il trail running siano stati ancora una volta un tema centrale ad OutDoor by ISPO. Dopotutto, gli approcci a questo settore sono sempre più diversi. Marchi come Salomon o Icebug si stanno muovendo dall'off-road alla strada, mentre On va nella direzione opposta, come ha fatto adidas con Terrex. Nel frattempo, 43 marchi offrono scarpe da trail running e una dozzina, come True Motion o UYN, sono ai blocchi di partenza.

Allo stesso tempo, come spiegato da Weber, gli esperti stanno osservando il “fenomeno delle attrezzature” e la progressiva trasformazione del running in un “equipment sport”. Invece di correre con qualsiasi abbigliamento sportivo, come avveniva in passato, “i runner, oggi, vogliono sempre più definirsi come runner” e spendono circa 300 euro all'anno per le attrezzature. Nell'ultimo anno un aumento nelle vendite di dispositivi indossabili ha interessato in modo significativo gli orologi con GPS e cardiofrequenzimetro (+20%, anno precedente



+14%), mentre il lettore *Runner's World* ha in media 5.5 paia di scarpe da corsa, almeno uno dei quali da trail running.

Tuttavia, Weber ritiene che il cosiddetto boom debba essere “adeguatamente classificato”. L'84% dei suoi lettori, infatti, corre in strada, quindi il 32% relativo ai trail runner ha un impatto minore. In accordo con questa considerazione si è espresso anche Christoph Görner di Lauf-Profis, associazione che rappresenta circa 120 retailer sportivi in Germania, il quale ha sottolineato che il trail running non copre ancora una quota sufficientemente importante del fatturato: i rivenditori di scarpe da corsa, infatti, ottengono ad oggi solo il 5% dei propri ricavi dai prodotti destinati all'off-road. Allo stesso tempo però Görner, che ha recentemente organizzato una serie di eventi trail, ha voluto sottolineare l'importante ritmo di crescita dell'interesse per questa attività.

“I commercianti devono invitare le persone e portarle con sé, perché l'interesse è vivo”, ha detto Weber. La leva più importante, in questo, è rappresentata proprio dai rivenditori. Nel sondaggio (a risposte multiple), l'84% ha dichiarato di acquistare i propri abiti da corsa in negozi che si rivolgono agli sportivi e il 79% in store specializzati nel mondo del running – “ed è davvero tanto”, secondo Weber. Lo shopping online, in ogni caso, ha numeriche a oggi appena inferiori (79%).



A sinistra Urs Weber, direttore della rivista *Runner's World*

DOVE
ACQUISTANO
I RUNNER *

84%
in negozi
sportivi

79%
in store
specializzati
running

79%
shopping
online

*: sondaggio
a risposte multiple

SUPERA OGNI LIMITE CON LA NUOVA COLLEZIONE EFFEKTOR® 4.0 TRAIL RUN DI X-BIONIC®!



SWISS ENGINEERED

SVILUPPATO APPOSITAMENTE PER IL TRAIL RUNNING, IL NUOVO EFFEKTOR® 4.0 TRAIL RUN E' STATO PROGETTATO PER OFFRIRE UNA PERFORMANCE OTTIMALE.
PROVA L'ULTIMO MODELLO DELLA GENERAZIONE X-BIONIC® 4.0 E SCOPRI TUTTI I SUOI PLUS!

TERMOREGOLAZIONE
OTTIMIZZATA.
TI RINFRESCA
QUANDO SUDI,
TRATTIENE IL CALORE
QUANDO HAI FREDDO.

3D BIONIC SPHERE® SYSTEM

CON TECNOLOGIA THERMOSYPHON®

Brevettato in 29 paesi: AT, BE,
BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES,
FI, FR, GB, GR, HU, IE, IT, LU,
MC, NL, PT, SE, SI, SK, TR, AU,
CA, CN, JP

PRESSIONE DIFFERENZIATA
PER UN MAGGIOR COMFORT.

AIRDUCT SHOULDERPADS

COMPRESSIONE PARZIALE,
PER UNA TERMOREGOLAZIONE
PIU' EFFICIENTE.

PARTIALKOMPRESSION®

Brevettato in 8 paesi: AU, CA, JP, KR, MX, NZ,
RU, ZA



PRESTAZIONI STRAORDINARIE

+13%	Durata della performance	(+3%*)
-8%	Formazione di lattato	(-1%*)
-70%	Formazione di calore	(-20%*)
+32%	Rigenerazione più rapida	(+12%*)
-2.8	Battiti al minuto	(-0.4*)

Scientificamente provato dal Centro
di Ricerca «Sport, Montagna e Salute»
dell'Università di Verona.

* Rispetto al modello X-BIONIC®
precedente.

+ TRAMA AD
ALTA DEFINIZIONE
per una funzionalità
migliorata

NOVITÀ: RETINA®
RISOLUZIONE PRECISA
COME L'OCCHIO UMANO

+ BODY MAPPING
STRATEGICO
per il posizionamento esatto
delle funzionalità

+ MAGGIORE
COMPATTEZZA
per una trasmissione
delle funzionalità
senza compromessi

THE WORLD'S MOST
AWARDED LUXURY
SUPER SPORTSWEAR

TURN SWEAT INTO ENERGY®

X-BIONIC RESEARCH, DEVELOPMENT, DESIGN + COMMUNICATION DONE IN SWITZERLAND

Parola d'ordine: sostenibilità

Continua la nostra indagine dedicata ai "virtuosi" del running. Focus sulle gare di trail

_ DI MANUELA BARBIERI

O rmai si sa, il futuro passa dal rispetto dell'ambiente che ci circonda. Anche nello sport. L'obiettivo della nostra indagine che abbiamo voluto intitolare "Green revolution", è illustrarvi i passi avanti che sono stati fatti anche nel running dal punto di vista della sostenibilità. Dando spazio sul nostro magazine alle voci e ai comportamenti dei più importanti organizzatori di gare podistiche. Sia strada che trail. Quest'ultimi già piuttosto sensibili all'argomento.

Altri interventi troveranno spazio sui prossimi numeri in uscita.

LE DOMANDE

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

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

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

4 Idee e proposte per questa "green revolution" nel running?



Tommaso De Mottoni,
direttore di gara
Sitrail – La corsa
della Bora



LA CORSA DELLA BORA

1. La plastica è solo la punta dell'iceberg. Noi, da ben prima dell'antipatica Greta, ci siamo impegnati su questo versante. In prima battuta, nel completo disinteresse degli enti e dei concorrenti. Anzi, raccogliendo semmai reazioni di disappunto per le misure adottate. Tutto questo da circa quattro anni. Quando ancora di queste cose non se ne parlava. Eravamo soli, ma ora siamo lieti che in molti stiano cambiando le loro prospettive. Ma andiamo con ordine su cosa stiamo facendo.

- Totale abolizione della plastica e delle confezioni individuali: via gli imballi, via le monodose, via le bottiglie di plastica di tutte le dimensioni. Via piatti e bicchieri di plastica. Solo bevande alla spina, solo piatti e posate compostabili e i concorrenti sono obbligati ad avere il loro bicchiere personale. Bottiglie e bicchieri in plastica sono solo la punta dell'iceberg. Il vero problema sono gli imballi e le confezioni, tutto quello che Greta non vede, ma che avviene dietro le quinte. Uso la metafora di Greta per rappresentare con questo nome l'opinione pubblica: oggi l'opinione pubblica parla di bottiglie e bicchieri, ma l'universo di plastica è molto di più e la vera sfida è eliminare quello che non si vede, non fare un po' di marketing dicendo di eliminare la plastica dal percorso o da qualche ristoro. La maratona di Londra ha fatto un gesto che da un lato è un bel segnale, ma dall'altro è una bieca operazione di marketing per attirare l'attenzione su quello che è caro all'opinione pubblica.

- Marcatura del percorso con segnali ecologici a base di gesso e nastri riutilizzabili: non lasciamo plastica e non usiamo plastica sui sentieri.
- Regolamento di gara stringente e impopolare: penalità per chi non ha il bicchiere personale e divieto di accesso ai ristori. Penalità per chi non scrive con un pennarello il proprio numero di gara su tutti gli incarti. Dal 2020 per chi non lo avrà, oltre alla penalità, daremo in omaggio un bellissimo bicchiere ultralight in silicone S1. Quindi da un lato puniamo chi non rispetta l'ambiente e dall'altro facciamo qualcosa di concreto per farlo rispettare. Ecco, questo regolamento ha fatto inferocire non pochi runner. Gli stessi che non usano un bicchiere

personale perché è scomodo o credono che 20 grammi in meno li facciano andare più veloci. Lo stesso vale però per i campioni: questi devono dare l'esempio e un bicchiere da 10 grammi non può essere la causa di una mancata vittoria.
- Utilizzo di prodotto a km o per ridurre le emissioni di Co2 nel trasporto e favorire l'economia locale.
- Pulizia prima e dopo la gara di quasi 300 kmq di territorio, ripuliti non solo dai nostri rifiuti ma anche da quelli che troviamo. Abbiamo partnership strategiche con associazioni specializzate nella tutela ambientale e vogliamo lasciare tutto più pulito di come lo troviamo.
- Siamo la prima manifestazione podistica di Trieste, sia trail che asfalto, con quasi 2.400 persone sui sentieri, di cui 1.634 competitive. Durante la pulizia post-gara, ripercorrendo 169 km di percorso, nel 2019 abbiamo rinvenuto tre soli incarti di gel e barrette. Possiamo tranquillamente dire che sono "caduti" e non sono stati abbandonati volontariamente dai concorrenti.
- Raccolta differenziata certificata su tutto il percorso di gara. Ovvero non solo abbiamo la differenziata, ma a termine manifestazione tutto il nostro rifiuto viene prelevato, pesato e certificato dal gestore locale. Nel 2019 per quasi 3.000 persone totali in gara e al party post-gara abbiamo consumato solo: secco kg 100, umido kg 60, carta kg 40; plastica/lattine kg 20, vetro kg 70. Un quantitativo ridicolo se si pensa al numero di concorrenti. Tutto questo viene controllato e certificato dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia e ci siamo volontariamente imposti il protocollo delle Ecofeste, un'iniziativa importantissima con regole stringenti ma pensate da chi davvero vuole fare qualcosa per l'ambiente.

2. Semplice realtà e presente delle gare che sono al passo con i tempi. Ecco, fatemi sapere chi risponde utopia...!

3. Potevano farlo prima e potevano fare meglio. Il grande problema è che molti produttori di acqua e multinazionali di bibite e integratori sponsorizzano le gare. Quindi se parliamo di modelli a cui gli organizzatori si ispirano, parliamo di modelli di business. Non modelli ecologici.

4. Aprire gli occhi. È già in atto.

VALTELLINA WINE TRAIL

1. Anche il Valtellina Wine Trail, come alcune fra le più importanti gare di trail running in Europa, ha scelto di eliminare completamente i bicchieri di plastica in gara e nel post gara. Immaginatevi l'impatto a livello di rifiuti che può avere un evento in cui sono previsti 8 ristori per circa 2.500 atleti. Ci siamo trovati a fare i calcoli di quanta fosse la plastica che finiva fra la differenziata e per forza di cose, l'indifferenziata, e guardandoci in faccia molto seriamente abbiamo scelto di dire basta ai bicchieri in plastica usa e getta. Il runner va educato nella maniera in cui deve portarsi appresso un bicchiere in silicone riutilizzabile piuttosto che un soft flask, le cui vite sono molto durature nel tempo e l'impatto del rifiuto molto più limitato. Anche nella festa conclusiva dove viene servito il pasta party per trail runner e accompagnatori si è deciso di acquistare stoviglie biodegradabili. Un piccolo gesto dovuto per questo Pianeta da parte dello sport che più di ogni altro si sposa con la salvaguardia dell'ambiente. Per concludere, da quest'anno elimineremo completamente le bandelle in plastica, a favore di frecce direzionali in metallo e bandierine di bambù e tela riutilizzabili.

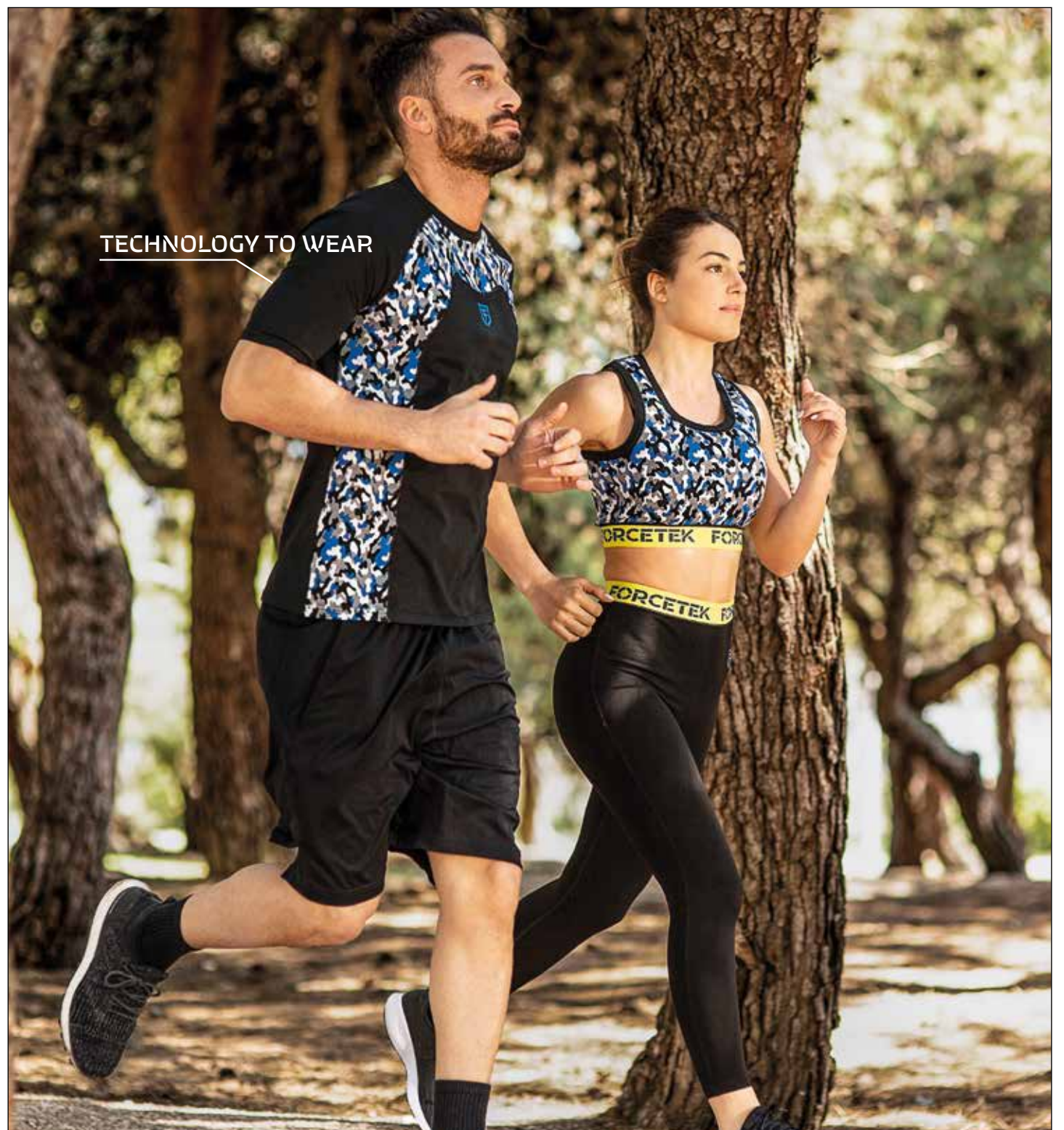
2. Diciamo che oltre al runner va educato anche il volontario a non proporre il bicchiere di plastica usa e getta. In molte occasioni ci siamo trovati a dibattere con alcuni responsabili dei ristori, i quali, contravvenendo alle nostre indicazioni di non mettere i bicchieri, finivano per cedere alla tentazione di metterli per il semplice fatto che così è più comodo per tutti. Ora sembra che pian piano si stia modificando anche questa tradizione sbagliata, però riteniamo che non bisogna mai abbassare la guardia in questa lotta contro la plastica. Tutte le organizzazioni lo possono fare, basta voler applicare questa regola!

3. L'idea delle palline d'acqua è molto intrigante, e non nascondo che abbiamo tentato di arrivare - invano - a un preventivo per questa innovazione green. Rimane il dubbio di come questo prodotto possa essere anche sicuro dal punto di vista igienico per via dell'esposizione all'ambiente esterno e al tocco altrui. Comunque l'idea è geniale. Il trail running rimane comunque uno sport eco-solidale i cui valori di fondo del rispetto per l'ambiente vengono condivisi dai più. Perciò siamo certi che gli atleti siano orientati verso qualsiasi forma di maggior attenzione ambientale venga messa in atto dagli organizzatori.

4. Il passo per un mondo sportivo più eco compatibile può e deve essere attuato da chiunque. Propongo che gli enti che elargiscono fondi pubblici a supporto delle manifestazioni pretendano, nella domanda, la garanzia di uno spreco di plastica ridotto se non addirittura nullo, pena la perdita del contributo.



Marco De Gasperi,
ideatore



In collaborazione con
Dryarn
THE FEEL GOOD MICROFIBRE
BY AQUAFIL



FORCETEK

www.forcetek.it    



**Alberto Rovera,
direttore di gara
e coordinatore
organizzazione
Cro Trail**

CRO TRAIL

1. Abbiamo utilizzato solo ed esclusivamente materiale biodegradabile per tutta la gara in tutti i suoi frangenti, sia per le segnalazioni sul percorso che ai ristori e al pasta party. Le fettucce segna percorso erano in cotone, i paletti in quota in bambù, ai ristori solo alimenti non confezionati. Non forniamo alcun tipo di bicchiere, ogni atleta deve per regolamento portarne con sé uno proprio. Al pasta party vettovaglie biodegradabili (vassoi, posate, bicchieri, tovaglioli). Acqua del rubinetto distribuita in caraffe di vetro (ma c'è già qualche azienda che commercializza la propria acqua in bio-bottle). Sacchi di raccolta spazzatura rigorosamente bio e diversificati per il tipo di rifiuto.

2. È già presente. Assolutamente possibile e, come avete visto, già fatto.

3. Non sapevo dell'iniziativa della maratona di Londra. Il Cro Trail è stato il primo trail completamene plastic free. L'abbiamo voluto fortemente. Un modo per sensibilizzare ulteriormente al possibile consumo zero della plastica. Il Cro Trail è contraddistinto dal logo "Platic Free" che noi stessi abbiamo creato. Ben volentieri daremo a chiunque la possibilità di utilizzarlo per i loro eventi.

4. Il popolo del running, e in particolare i corridori di trail running, sono già molto sensibili al problema. Il rispetto della natura nella quale si corre è spesso prioritaria ai propri bisogni. Come si è riusciti ad arrivare a non trovare un solo pezzo di carta lungo i percorsi di gara, sono convinto che si possa benissimo arrivare a far capire l'importanza di questo altro aspetto. Non è necessario premiare, bisogna sensibilizzare. Come si è arrivati a ottenere tanto con la campagna



"Io non getto i miei rifiuti", si può fare altrettanto con "Io non uso la plastica". E non basta. Sensibilizzare altresì le aziende produttrici di borracce e camelbak (ma non solo) affinché orientino loro stessi la produzione dei propri articoli, utilizzando materiale bio. Con lo sport si può, diamo il buon esempio!

VUT

1. La VUT si corre in gran parte sopra i 2.000 metri di quota in ambiente alpino, per cui il rispetto del territorio per noi è fondamentale. Quest'anno abbiamo eliminato completamente i bicchieri di plastica ai ristori - circa 6.000, e abbiamo fornito nei pacchi gara (in collaborazione con Scott) dei bicchieri in silicone riutilizzabili. Per il pasto finale e per le attività del race village abbiamo utilizzato vassoi, posate e bicchieri in materiali compostabili, e l'acqua in bottiglie di vetro a rendere. Per la plastica che non è stato possibile sostituire, per esempio le bibite, abbiamo predisposto diversi punti per la raccolta differenziata. Infine, avendo dovuto utilizzare nastri segnaletici in polietilene, abbiamo previsto due scope in più lungo tutto il percorso preposte a rimuoverle immediatamente al loro passaggio (e sono stati gettati nella raccolta differenziata).

2. Sicuramente è la direzione da intraprendere, in particolare per i trail e le sky che si svolgono in ambienti incontaminati. Non è utopia, ci vuole

soltanto la volontà da parte degli organizzatori: oggi è facile trovare prodotti anche economici realizzati con surrogati green della plastica, come il PLA o la fibra di mais.

3. Per la gente di montagna il rispetto dell'ambiente è un principio morale. In quest'ottica, non abbiamo dei modelli precisi, ma accogliamo tutte le buone idee che vediamo nelle altre gare e negli altri eventi. Non è detto che per essere più eco-friendly serva scomodare gli ultimi ritrovati in fatto di materiali e di prodotti, basta per esempio ricordarsi che in molte zone l'acqua del rubinetto è buona come quella nelle bottigliette di plastica.

4. Sugeriamo solo di cominciare a informarsi a quegli organizzatori che ancora non si sono mossi in questa direzione. Essere green non comporta costi aggiuntivi, soltanto qualche attenzione in più da parte dell'organizzazione.



**Fabio Cometti,
responsabile
C.O. della VUT**



The CMP logo is displayed in white on a black square background in the top left corner. It features the letters 'CMP' in a bold, sans-serif font, with a small red triangle positioned above the 'M'.

TIME FOR

Time for running

in partnership with
DOLOMITI
val d'ega
CAREZZA | OBEREGGEN



share your #timefor

www.cmpsport.com



ASICS GLIDERIDE

FODERA /

Engineered Mesh: maglia elasticizzata multidirezionale che si adatta alla forma del piede per una calzata eccezionale

ALLACCIATURA /

Tradizionale

TOMAIA /

Engineered Mesh Upper: confortevole tomaia rinforzata che migliora supporto e traspirabilità



COLORI UOMO /

Speed Red - Black

Black - Pure Gold



INTERSUOLA /

Flytefoam Midsole Technology: intersuola particolarmente resistente che fornisce ammortizzazione e garantisce leggerezza; il Flytefoam Propel garantisce un sensazionale "effetto rimbalzo"

Flytefoam Propel Technology:

schiuma dell'intersuola che migliora la reattività durante lo stacco

Rearfoot Gel Technology Cushioning:

materiale più morbido alloggiato sotto il tallone che riduce gli urti quando il piede entra in contatto con il suolo

I TRE PUNTI DI FORZA

1/ TECNOLOGIA GUIDESOLE

riduce la perdita di energia nell'articolazione della caviglia, punto dove i runner consumano più energia

2/ GRANDE AMMORTIZZAZIONE

per un maggiore comfort

3/ PESO RIDOTTO

con grande stabilità per garantire prestazioni e protezione



INFO DI BASE

DISCIPLINA /

Road running

TARGET /

Corsa su strada

PER / Uomo - Donna

COLLEZIONE /

Spring Summer 2020

PESO /

265 g (uomo)

245 g (donna)

DIFFERENZIALE /

5 mm

MISURE (US)

7-12, 5/14 uomo - 6-11,5 donna

COLORI

Speed Red - Black;

Black - Pure Gold (uomo)

Rose Petal - Breeze;

Black - Rose Gold (donna)

PREZZO CONSIGLIATO /

160 euro

COLORI DONNA /

Rose Petal - Breeze / Black - Rose Gold



SUOLA /

Guidesole Technology: la costruzione curva dell'intersuola aiuta a ridurre il senso di fatica e consente ai corridori di spingersi oltre, più facilmente e più a lungo. Il lower drop di 5 mm supporta il particolare movimento rotatorio e la sensazione di avanzamento senza sforzo

Full Ground Contact: garantisce una transizione più fluida dal tallone alla punta dei piedi per runner da neutri a supinatori

Super Ahar Outsole: l'high abrasion rubber della suola garantisce resistenza



DISTRIBUITO DA /

ASICS Italia

0171 .416111

info@asics.com

COMUNICAZIONE E MARKETING

INFO MARKETING GENERALI /

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

DESCRIZIONE ATTIVITÀ DI TRADE MARKETING /

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

DESCRIZIONE ATTIVITÀ PR E COMUNICAZIONE /

- Evento test svoltosi nel deserto salato di Bonneville (USA) il 7 settembre con la partecipazione di 30 runner, ingegneri e ricercatori ASICS oltre a esperti di scienze motorie e allenatori.
- Press release
- PR-photography
- Product seeding (tester, influencer, celebrity)

Una “carezza” che dura da 100 anni

L'azienda di Salsomaggiore
e le sue evoluzioni. La storia di Pilogen
e dei suoi protagonisti. Una società
con una grande tradizione.
Ma sempre orientata all'innovazione

DI SERGIO VIGANÒ



Alla fine dell'800 Salsomaggiore si presenta come un sogno a occhi aperti per l'alta società, un luogo dove alternare le cure termali con momenti di riposo, passeggiate, concerti e spettacoli. In questo ambiente idilliaco, Vittorio Pignacca inizia la sua attività come semplice barbiere ma da subito sente il desiderio di prendersi cura con impegno della bellezza dei suoi clienti e crea la sua prima formulazione. Il Pilogen, una lozione rinforzante per capelli a base di petrolio naturale, trovato per caso durante la ricerca di nuove sorgenti termali.



DI PADRE IN FIGLIO

Nel 1898 viene fondata la Pilogen Pignacca e Vittorio inaugura un prestigioso salon de beauté, dove offre trattamenti estetici e si dedica alla creazione di nuovi preparati destinati a una clientela di lusso, tra cui anche lo zar di Russia. È così che nascono il Supersapone Tabiano a base di zolfo e il Latte Carezza, che rimarrà un'icona della cosmetica fin nel tardo dopoguerra. Nel 1905 viene inaugurato il primo punto vendita, lo Chalet Pignacca e subito dopo inizia spontaneamente l'attività della vendita per corrispondenza. I turisti, molto soddisfatti per la qualità dei prodotti acquistati durante i loro soggiorni, fanno richieste per ricevere forniture private. I figli Mario e Giuseppe decidono quindi di affiancare il papà Vittorio e durante la stagione invernale, quando Salso si ferma, si imbarcano sui transatlantici come responsabili degli istituti estetici di giorno e musicisti di sera. Questi viaggi diventano cruciali: i fratelli Pignacca conoscono lo stile americano, le mode, le esigenze e le tendenze. Tutto ciò verrà portato in Italia e sarà fonte di ispirazione per creare prodotti d'avanguardia. Rientrati definitivamente a Salsomaggiore, Mario diventa maître-coiffeur pettinando, fra le altre, la regina Margherita mentre Giuseppe diventa una figura di spicco del panorama culturale cittadino.

IL BOOM DEL DOPOGUERRA

Alla morte di Giuseppe, da tutti detto Peppino, prese le redini della ditta la sorella minore Maria. Degna erede di Vittorio e detentrica della formula del Latte Carezza, produceva il prezioso elisir di bellezza alla sera, lontano dagli occhi di tutti. Al mattino poi, in laboratorio, utilizzando come base il Latte Carezza, si producevano altri eccellenti prodotti, fra cui il Cremalatte. La famiglia Pignacca ha attraversato un secolo ricco ma anche turbolento, disseminato di grandi eventi storici quali le grandi guerre, la rinascita economica e lo sviluppo delle nuove tecnologie, senza mai arrendersi e continuando a crescere. Nel 1974 la proprietà dell'azienda passa al nipote Enrico Pignacca che si trasfe-

risce da Milano a Salsomaggiore con la moglie Lucia e i quattro figli, Luca, Sara, Michele e Francesco. Salsomaggiore sta vivendo il suo momento di massimo splendore, Enrico e Lucia lavorano con totalizzante impegno per far fronte ai quantitativi richiesti. Pur conservando il carattere fortemente artigianale, Enrico inizia a portare innovazioni tecnologiche in azienda, spostando la ditta dal centro di Salsomaggiore in un capannone nella prima periferia e inserendo le prime macchine per la produzione e il confezionamento. Lucia invece nel punto vendita mantiene vivo il contatto diretto coi clienti.

LA SCIENZA AL SERVIZIO DELLE MODERNE INNOVAZIONI

A metà degli Anni '80 Sara entra in azienda portando un notevole impulso di crescita grazie alla sua energia e determinazione. Poco dopo si unisce Michele che, avendo conseguito la laurea in Chimica e Tecnologie Farmaceutiche, contribuisce allo sviluppo con un forte approccio tecnico e scientifico applicato all'inesprimibile esperienza cosmetica accumulata negli anni. In questi ultimi 30 anni sono state create nuove linee e ampliate quelle esistenti. È stata notevolmente implementata la distribuzione ed è iniziata l'attività per conto terzi con realtà desiderose di collaborare con un'azienda conosciuta nell'ambiente per qualità, precisione e affidabilità. Oggi Pilogen Carezza è pronta ad affrontare sfide sempre più ambiziose, rimanendo sempre al passo con le tecnologie e i processi produttivi, anticipando le nuove necessità e proponendo prodotti sempre all'avanguardia. Il laboratorio chimico interno è sempre attento a monitorare ciascuna produzione e attivo nella continua ricerca. Pilogen Carezza ogni anno si rivolge a nuovi mercati proponendo prodotti di qualità sempre crescente, ottenuti miscelando instancabilmente tradizione, innovazione e ricerca.

“ Chi vi partecipa finisce inevitabilmente per lasciarci un pezzetto di sé: pezzetti di vita di tante persone, molte delle quali appartenenti alla mia famiglia, che han dato il contributo per rendere straordinario qualcosa che noi possiamo trovare nella vita di tutti giorni: i nostri cosmetici. Essi hanno un'anima, come emerge parlando con alcuni clienti ed è questa molteplice personalità a renderli speciali, non solo una formula. La sfida sta in questo: portare avanti la tradizione di famiglia facendo sì che l'arte e il sapere di tanti decenni, di più di un secolo, possano essere percepiti nei nostri cosmetici.

Michele Pignacca

IL BENESSERE ATTRAVERSO LO SPORT

Pilogen, grazie alla sua vasta esperienza, conosce bene il mondo del benessere e tutti i fattori che giocano nel complesso puzzle che compone la salute di un individuo. Per questo motivo, l'azienda di Salsomaggiore ha sviluppato un'intera linea che va a supporto dello sportivo. L'attività sportiva è senza dubbio una pratica che apporta grandi benefici all'organismo ma comporta anche uno stress a livello organico. La linea dell'azienda di Salsomaggiore si pone come obiettivo di fornire un prodotto in grado di tamponare questi aspetti, applicando il preparato prima dell'attività e di favorire il recupero nel post allenamento. Sicuramente un'arma in più per vivere al meglio le proprie esperienze sportive e per prendersi ulteriormente cura del proprio corpo.

Sopra da sinistra:
Michele Pignacca,
Lucia Bazan,
Francesco Pignacca
e Sara Pignacca

A fianco, lo chalet
Pignacca,
il primo punto vendita
inaugurato nel 1905



INFO:
pilogen.it

A Miami con Diadora e due ambassador agli antipodi

Intervista doppia alla runner/influencer Lisa Migliorini e al portavoce dei pigri Andrea Pinna. Madrina e padrino del progetto #RunWithMe

_ DI MANUELA BARBIERI

Sullo scorso numero di *Running Magazine*, vi abbiamo annunciato le dieci coppie vincitrici del web contest di Diadora #RunWithMe che voleranno a Miami per correre la Miami Halloween Half Marathon & Freaky 4 Miler 2019. Ad accompagnarle e supportarle saranno i due ambassador del progetto: la runner/influencer Lisa Migliorini – “The Fashion Jogger” – e il portavoce dei “pigri” Andrea Pinna – in arte “Le Perle di Pinna”. Una coppia esplosiva che abbiamo coinvolto in un'intervista doppia.

Enrico Moretti Polegato - presidente e amministratore delegato di Diadora - in occasione di un'intervista ha dichiarato che quando scelgono gli ambassador puntano su persone che condividano la loro visione e che apprezzino il loro prodotto, perché i clienti finali sono molto smart e sanno riconoscere quando un messaggio è vero o costruito. Come è nata la collaborazione con Diadora?

Lisa: ha perfettamente ragione. Nello sponsorizzare un prodotto prima di tutto bisogna essere credibili e apprezzare sul serio il brand con cui si collabora. Per questo la collaborazione con Diadora sta andando molto bene. Ho iniziato a lavorare con loro nel 2018 e per tutto l'anno ho sponsorizzato la collezione Diadora Blushield. Quest'anno sono felicissima di far parte del grande progetto #RunWithMe che ci porterà a correre fino a Miami.

Andrea: il binomio Andrea Pinna e sport è davvero poco credibile, ma Diadora mi ha scelto proprio per rappresentare i “pigri” ed essere me stesso al 100%. Secondo me, questa partnership con Diadora farà in modo che io possa sentirmi sempre più a mio agio con lo sport!

Come ci ha spiegato Gelindo Bordin, oggi assistiamo continuamente a messaggi sportivi legati a prestazione, competizione e profitto. Diadora ha la volontà di impegnarsi per rispondere alle esigenze di tutti coloro che vivono lo sport come un momento di gioia, per migliorare sé stessi, al di là della performance. Qual è il vostro pensiero in merito?

L.: condivido pienamente il messaggio che il brand vuole trasmettere. Lo sport come un divertimento, un modo per sentirsi bene e stare in forma. Sono un'agonista da quando ero piccola, la competizione è nel mio dna, ma il tutto deve sempre portare al benessere fisico e mentale e al divertimento.

A.: si dice sempre “l'importante non è vincere, ma partecipare”. A mio avviso: “L'importante non è vincere, ma divertirsi!... sempre!”.

Con quale scarpa vi state allenando? Sarà la stessa con la quale correrete la Miami Halloween Half Marathon & Freaky 4 Miler?

L.: ho iniziato a utilizzare dai primi di luglio, per la corsa lenta, la Mythos MDS, una nuova scarpa Diadora che utilizza la tecnologia Mass Damper. Quando invece mi dedico ad allenamenti più specifici utilizzo la



Andrea Pinna e Lisa Migliorini

Mythos Blushield 3 W. Sto testando anche la Mythos Blushield Fly 2 W per decidere cosa utilizzerò in gara.

A.: da luglio ho iniziato a provare la Mythos MDS per prepararmi a Miami, una nuova scarpa Diadora che utilizza la tecnologia Mass Damper. La indosso per la corsa lenta che per me equivale a una corsa veloce. So però che per dedicarsi ad allenamenti più specifici, la Mythos Blushield 3 è più indicata.

Quali sono i vostri feedback rispetto al modello che state provando in allenamento?

L.: Mythos MDS è un nuovo modello di Diadora che grazie alla tecnologia di cushioning Mass Damper restituisce l'energia assorbita durante la corsa. La scarpa è stata creata apposta per offrire un ritorno di energia di lunga durata. Perfetta quindi per gli allenamenti di preparazione per la mezza maratona che affronterò a Miami a ottobre perché garantisce comfort e stabilità, evitando stress e infortuni.

A.: più energia e meno fatica a fine corsa, il che per uno come me è ideale. Mythos MDS è una nuova offerta del catalogo Diadora che grazie alla tecnologia di cushioning Mass Damper combina ammortizzazione e restituzione di energia, garantendo così il massimo comfort e la giusta stabilità durante la corsa.

E per quanto riguarda l'apparel? C'è un capo col quale vi siete trovati particolarmente bene?

L.: i leggings (L. STC Filament Pant Winter) super elastici e dal tessuto leggerissimo. Si modellano al corpo come una seconda pelle e permettono la massima libertà di movimento. Il logo Diadora riflettente sulla coscia mi permette di allenarmi anche di sera, mentre il tessuto anti-pioggia sul polpaccio mi permette di correre all'aperto anche quando il tempo non è dei migliori. Non vedo l'ora però di testare la giacca antivento e anti-pioggia (L. Bright Wind Lock Jacket) con lamina isotermica, per mantenere la temperatura corporea in ogni condizione. Tattici i dettagli del cappuccio nascosto nel collo, il caldo polsino interno e anche qui i dettagli riflettenti sul capo, per correre nelle ore notturne.

A.: gli shorts doppio strato (Power Shorts 2 In 1) che uniscono il classico leggings running con inserti traspiranti allo short tecnico elasticizzato. Il logo Diadora posteriore è riflettente, così da brillare la sera anche quando mi dedico alla mia corsa tartaruga. Trovo molto comode le tasche con zip frontali e posteriori dove posso mettere tutto il necessario.

In futuro vi vedremo ancora impegnati con Diadora?

L.: spero proprio di sì! Come sport influencer specializzata nel running, lavorare con i brand più importanti del settore è per me molto importante e gratificante.

A.: magari avrò finalmente imparato la corsa veloce, quindi perché no?



Man



MYTHOS MDS

Dal workwear all'active

Mythos MDS è il nuovo modello Diadora nato per offrire un ritorno di energia di lunga durata, garantendo comfort e stabilità, evitando così stress e infortuni. La nuova tecnologia di cushioning Mass Damper restituisce l'energia assorbita durante la corsa. Inizialmente introdotta per Diadora Utility, Mass Damper è da oggi estesa al mondo Diadora Active. La tecnologia è costituita da un'intersuola in poliuretano a bassissima densità di ultima generazione e molto confortevole nella calzata. Un film in TPU avvolge tutta la mescola per mantenere la stabilità del poliuretano offrendo così una performance garantita nel tempo. La tomaia è in nylon air mesh con inserti in PU trasferito. Nella suola, su tutta l'area del piede, è applicata una speciale mescola antiusura Duratech.



Woman





Per un vantaggio competitivo

Origin, la nuova scarpa da trail running di Tecnica, può essere personalizzata grazie alla termoformatura.

Un valore aggiunto al servizio dei negozianti

_ DI KAREN POZZI

Nel numero 6 del nostro magazine vi abbiamo parlato della novità di Tecnica presentata in Costiera Amalfitana alla stampa mondiale e a Monaco presso OutDoor by ISPO. Origin è la prima scarpa da trail running personalizzabile grazie a C.A.S., la tecnologia di termoformatura di cui il brand già disponeva per alcuni modelli da trekking. Per la prima volta si affaccia invece alla corsa off road, offrendo la possibilità all'atleta di migliorare la sua performance grazie a una scarpa adatta alle sue caratteristiche: sesso, peso e anatomia del piede.

Il negoziante offrirà così un servizio altamente specializzato. Il cliente viene guidato, con una semplice applicazione digitale, nella scelta di una delle quattro varianti della scarpa, ciascuna con diversi livelli di sostegno e ammortizzazione, in base appunto ai criteri di sesso e peso. Il passo successivo prevede che la tomaia e il sottopiede vengano termoformati direttamente sul piede di ciascun cliente attraverso l'utilizzo della speciale macchina Custom Adaptive Shape (C.A.S.), in attesa di brevetto, per migliorare il comfort e la performance. La procedura dura 20 minuti e il risultato sarà una scarpa unica.

Origin è già disponibile in 101 negozi selezionati nel mondo a partire dal 15 luglio. Abbiamo intervistato tre di loro, già abilitati al servizio di termoformatura fin dal suo lancio di qualche anno fa per la categoria trekking.

SPORTPES COSTA (BADIA) Guenther Pescosta, titolare del negozio

1. Usiamo la tecnologia di termoformatura fin da quando Tecnica l'ha proposta per la prima volta. Secondo me è un servizio notevole e lo dico prima di tutto per esperienza personale. Infatti, mi ha risolto un problema personale di appoggio del piede.

2. Nessuna in particolare legata alla tecnologia, che è molto facile da utilizzare.

3. Sicuramente un vantaggio competitivo che rende il negozio molto più tecnico rispetto agli altri. Inoltre, crea una relazione più duratura con il cliente, che nei 20 minuti può costruire un rapporto più concreto con noi. Aggiungerei anche che durante la termoformatura è più facile che altre persone in negozio acquistino una scarpa e si sottopongano alla procedura.

4. Nessuna secondo me. Non è un lavoro lungo, un'ora al massimo tra la vendita della scarpa e la termoformatura, quindi fattibile. Anzi, vedrei più un vantaggio che uno svantaggio in tutto questo tempo trascorso con il cliente.

5. Sì, nel caso in cui si tratti di una persona molto tecnica o con problematiche al piede, alla pianta o di appoggio. Molto più facile con i tedeschi che già di per sé utilizzano sempre i plantari e quindi sono più aperti a novità di questo tipo. Per il resto, è un pò più difficile. I clienti non sono ancora pronti e conoscono poco il tutto, quindi vanno informati e convinti.

6. Sì, in parte ci ha aiutato.

7. Al momento della vendita.

8. Ancora no. Mi auguro possa accadere in futuro.



LE DOMANDE

1. Da quanto tempo utilizzate la tecnologia C.A.S. e cosa ne pensate in generale?

2. Quali competenze deve avere il negoziante per utilizzare questa tecnologia?

3. Quali sono i vantaggi di offrire un servizio di questo tipo?

4. Ci sono delle criticità?

5. La possibilità di personalizzare la Origin aiuterà a vendere più questa scarpa piuttosto di altre?

6. Ha avuto successo per gli altri prodotti di Tecnica?

7. Come promuovete il servizio?

8. Capita che clienti nuovi vi contattino proprio per ricevere questo servizio?

GIALDINI BRESCIA

Stefano Serena, rivenditore area trekking e trail

1. Usiamo questa tecnologia fin dalla sua nascita, da quando Tecnica l'ha lanciata sul mercato. Ritengo che si tratti di qualcosa di particolare e unico e che permetta di realizzare il desiderio del cliente di avere una scarpa perfetta per il suo piede. Soprattutto quando ha qualche problema che con le altre scarpe non riesce a risolvere.

2. L'utilizzo del sistema C.A.S. non richiede particolari competenze, basta prenderne confidenza dopo che il personale di Tecnica lo introduce. È molto più importante che il negoziante conosca le varie tipologie di scarpe, sappia identificare quella più idonea per il cliente tra quelle disponibili nel negozio e la sappia consigliare al meglio.

3. Sicuramente è un vantaggio competitivo rispetto ad altri negozi, soprattutto al mercato online. Offrendo questo servizio, il negoziante può avere un contatto diretto con il cliente con la possibilità di costruire con lui un rapporto più duraturo. In più il cliente esce dal negozio soddisfatto perché avrà la possibilità di usare una scarpa su misura se il lavoro viene fatto bene.

4. Purtroppo sì, questo tipo di servizio cela anche delle criticità legate al fatto che richiede un po' di tempo, infatti nei giorni in cui il negozio è pieno è un po' difficile garantirlo al cliente. Per evitare di deluderlo, normalmente per le personalizzazioni prendiamo l'appuntamento in modo che abbia un momento tutto suo. Il problema si presenta per chi arriva da lontano, sceglie una delle scarpe di Tecnica e poi non può tornare per la termoformatura. In quel caso cerchiamo di farla comunque ma ci fa "perdere" un po' di tempo.

5. Per ora mi risulta difficile offrire una risposta definitiva. Potrebbe essere. La termoformatura potrebbe essere un mezzo per darne più visibilità, ma sono dell'idea che prima di tutto dovrà piacere la scarpa. Il mondo del trail running è molto difficile e anche un po' modaiolo. Dipenderà tutto da come sarà vista e quanto appeal avrà, perché se piace la scarpa, la personalizzazione sarà solo un valore aggiunto. Più facile secondo me è nel mondo trekking, dove è sempre andata molto bene. Mi auguro che questa tecnologia possa essere molto richiesta come nel mondo dello sci, dove ormai termoformare lo scarpone è una regola.

6. Non tantissimo. Essendo applicabile fino a poco tempo fa solo a due prodotti del brand, non l'abbiamo usata tantissimo.

7. Abbiamo un espositore in negozio e un banner sul sito. Ma soprattutto durante la vendita in negozio, nel contatto diretto con il cliente.

8. Sì, non tantissimi ma è successo. In tre casi, ci hanno scritto chiedendo conferma della possibilità di ricevere un servizio di termoformatura dei prodotti Tecnica.

LA PAROLA ALL'ESPERTO



Michele Volpe
è ambassador Tecnica
dal 2011 e collaboratore
del progetto C.A.S.
fin dalla prima versione.
Ha avuto l'opportunità
di provare le Origin
già da qualche tempo

Da quanto tempo stai provando le Origin e come ti trovi?

Uso la nuova scarpa da trail running di Tecnica da un mese e la trovo molto reattiva e morbida, soprattutto sulle rocce.

Per quali terreni è consigliata?

È una scarpa che si adatta a qualsiasi terreno ma sul bagnato e su percorsi tecnici è perfetta.

Qual è la qualità che ti ha colpito di più?

Sicuramente la sua reattività, il grip e l'incredibile leggerezza.

Cosa ne pensi della creazione di quattro intersuole diverse?

Questo secondo me è ciò che fa la differenza rispetto alla concorrenza. Prendere in considerazione le differenze di sesso e peso è fondamentale per la creazione e la scelta di una scarpa da trail.

Cosa pensi della termoformatura C.A.S.?

La termoformatura è la vera rivoluzione delle scarpe da trail.

Qual è il principale vantaggio di una scarpa termoformata?

Il vantaggio principale è che la scarpa si adatta al proprio piede come nessun'altra scarpa potrebbe fare.

MOUNTAINWORLD (AQUILA)

Fabrizio Molina,
uno dei titolari

1. La utilizziamo da quando è stata messa in produzione e lanciata sul mercato da Tecnica. Abbiamo deciso di prenderla subito perché, nonostante preveda un processo un po' macchinoso e lungo, offre delle risposte molto buone, i clienti sono soddisfatti.

2. Una volta ricevuta la spiegazione da parte di Tecnica, il procedimento è abbastanza facile.

3. Sicuramente un vantaggio competitivo perché, come tutti i servizi aggiuntivi che si possono offrire, ci permette di accontentare maggiormente il cliente. Anche rispetto all'online, una tecnologia applicabile solo in un negozio fisico richiama più clientela.

4. Richiede almeno 20/30 minuti, quindi nei periodi clou della stagione è difficile garantire il servizio a tutte le persone che lo richiedono in negozio. Per questo lo facciamo solo su appuntamento.

5. Penso di sì, ma il mondo del running è molto particolare e quindi bisogna attendere.

6. Sì, soprattutto con la Plasma e la Forge. I clienti che fanno trekking lo richiedono spesso o accettano la nostra proposta di sottoporsi alla procedura di personalizzazione.

7. La promuoviamo molto come servizio per attirare nuovi clienti. Lo facciamo sul nostro sito web, sui social e all'interno del negozio. Abbiamo in previsione un evento di lancio.

8. Sul trail ancora no perché è troppo presto, ma sono sicuro che succederà. Per le altre scarpe di Tecnica termoformabili fino a questo momento, ci è capitato spesso che anche da fuori regione ci contattassero per avere informazioni e prenotare una termoformatura.

BV SPORT®
BOOSTER VEINES SPORT

BOOSTER ELITE EV2

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

**FINO A 42%
RIDUZIONE
DELLE
VIBRAZIONI**

**79%
OTTIMIZZAZIONE
RITORNO VENOSO**

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

**ACCELERA
IL VOSTRO RECUPERO**

**RIDUCE
IL RISCHIO DI LESIONI**

**OTTIMIZZA
LA VOSTRA PERFORMANCE!**

NEW

**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

TRAINING BILANCIATO CON LE MIZUNO TC - 01

Tra le novità della nuova collezione del brand giapponese, questo è il modello ideale per il fitness e per l'utilizzo pre-post corsa. Frutto di sei settimane di test svolti presso l'Università di Calgary da



15 diversi trainer su 15 discipline, questa scarpa, grazie al suo particolare design e alle innovative tecnologie impiegate, ha dimostrato di poter contribuire a un netto miglioramento dell'attività grazie a un miglior bilanciamento che permette di effettuare spostamenti più efficienti, precisi e veloci e può migliorare la performance e il livello di benessere di tutto il corpo. La nuova tecnologia Mizuno COB, applicata al modello CT - 01, si concretizza in un'intersuola ammortizzata e flessibile in materiale PU. La suola in gomma, al contrario, è molto solida e garantisce pertanto la massima stabilità. La costruzione è "a calzino", la tomaia in knit con Spandex non presenta cuciture, mentre i supporti elastici interni sono termosaldati.

INFO:

Mizuno Italia Srl - 011.3494811 - info@mizuno.it

NEUTRON 2 GTX, PER AFFRONTARE I SENTIERI IN SICUREZZA E COMODITÀ

In versione impermeabile con membrana Gore-Tex, questo modello ha una calzata comoda e una buona ammortizzazione, che la rendono perfetta sia per gare lunghe che allenamenti prolungati, ma anche per camminate veloci. La Neutron è stabile e protettiva, pensata per tutti. Nella collezione trail running del prossimo inverno, viene proposto anche il modello appositamente realizzato per il piede femminile. La tomaia in mesh, con gabbia esterna in PU film termosaldato di sostegno, include un puntale di protezione agli urti in TPU stampato in 3D. La lingua è in tessuto elasticizzato con tasca per i lacci HLP. La suola Genetic con intersuola in EVA compressa a media densità fornisce buona stabilità e l'inserito in EVA a bassa densità nel tallone è fatto per avere maggior cushioning. Grip elevato e trazione su qualsiasi terreno grazie alla mescola Vibram Megagrip; il battistrada dotato di tasselli pronunciati con design esclusivo Scarpa.



INFO:

Calzaturificio SCARPA - 0423.5284 - info@scarpa.net

LA TRANSIZIONE FLUIDA DI HOKA NELLE NUOVE RINCON

L'ultima arrivata del brand, è una scarpa da training molto leggera. Perfetta in allenamento come in gara, offre l'ammortizzazione e la transizione fluida Hoka. Grazie al nuovo posizionamento del Meta-rocker vicino al collo del piede per dare slancio alla rullata e alla tomaia alleggerita dal materiale superfluo, Rincon è una delle scarpe più light della gamma: circa 200 grammi nella taglia 42 da uomo. Il suo plantare ben ammortizzato consente di macinare chilometri e lunghe giornate ai tuoi piedi. Con il suo straordinario rapporto peso/ammortizzazione, Rincon mette d'accordo tutti i tipi di runner, dagli agonisti ai principianti.



DIFFERENZIALE
5 mm (24/29)

SUOLA
con inserti in gomma
nei punti di maggior usura

TOMAIA
in mesh monostrato con
protezione interna sulla punta e
tirante Loop
sul tallone

INTERSUOLA
in EVA modellata
con geometria
Meta-Rocker

INFO:

Artcrafts Srl - 0331.969145 - info@artcraftsinternational.it

WOMAN'S HALO VEST: L'ULTRA-PRATICITÀ DI ULTIMATE DIRECTION

Questo zaino da donna è elastico, traspirante, resistente e presenta un ottimo rapporto volume-peso. Ha infatti una capienza pari a 10 l e pesa solo 155 g. Ideale per trasportare le attrezzature necessarie per un ultra-trail, è dotato di una regolazione rapida sullo sterno, grazie a nuovi lacci e passanti. La sua vestibilità è poi modificabile nella zona dorsale attraverso il sistema minimale Comfort Cinch 2.0. Il porta bastoni riduce al minimo il rimbalzo e si compatta quando non viene utilizzato, mentre la compressione posteriore garantisce una migliore distribuzione del peso e dell'ingombro. Disponibile in tre taglie. Dotato di due Body Bottle da 500 ml.

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



ILIAD GTX, LA GIACCA DI LA SPORTIVA PER AFFRONTARE LE INTEMPERIE CON "LEGGEREZZA"



L'obiettivo di questo capo tecnico è fornire il massimo livello di protezione contro vento e piogge mantenendo il peso al minimo e un design essenziale e compatto. Utilizzando il tessuto Gore-Tex Active più leggero sul mercato, questa giacca è un guscio dal peso minimo. Adotta la membrana impermeabile e traspirante Gore-Tex Active Shell, il meglio sul mercato in fatto di impermeabilità. Con una tasca interna integrata è un pezzo essenziale per avere un kit leggero e rapido.

CARATTERISTICHE

- Packable
- Una tasca laterale con zip
- Una tasca interna in mesh
- Tecnologia "top-bottom-connection"
- Peso: 190 g (M)

INFO:

La Sportiva
0462.571800
lasportiva.com

TECNICITÀ CONTRO OGNI PREVISIONE METEO CON BREAKAWAY DI CRAFT

La giacca con cappuccio combina funzionalità con un design moderno ed è ideale per i runner. Realizzata in morbido jersey con interno spazzolato, offre un efficiente trasporto dell'umidità durante gli allenamenti più intensi e in condizioni di freddo. Inoltre, le spalle e il cappuccio presentano un tessuto in poliestere resistente al vento e all'acqua che offre un'ottima protezione dagli agenti atmosferici. L'abbottonatura interna elimina gli sfregamenti dalla cerniera mentre l'impugnatura del pollice alle estremità delle maniche aiuta a mantenere l'aria fredda fuori.

CARATTERISTICHE

- Morbido tessuto jersey con interno spazzolato
- Tessuto resistente al vento e all'acqua su spalle e cappuccio
- Cappuccio foderato in jersey
- Fori per i pollici alle estremità delle maniche
- Tasca laterale con zip



INFO:

New Wave Italia
0377.316041
craft@newwave.it

LA SOLUZIONE DI CMP PER SFIDARE L'INVERNO

Questa giacca in light softshell è pensata per la stagione invernale, ma anche per le attività outdoor, grazie al cappuccio staccabile, l'alloggiamento per i pollici e l'inserito in mesh sulla schiena per una maggiore traspirabilità. La tecnologia Clima Protect, un laminato posto tra i tessuti, protegge dalle intemperie e garantisce impermeabilità (WP 5.000). Gli inserti reflective e la pratica tasca sul petto completano questo capo.

INFO: CMP - cmpsport.com



TRAIL RUNNING PROTETTO CON BV SPORT

La calza tecnica da trail STX EVO, comoda e resistente, è dotata di protezioni a livello del tallone e della punta del piede predisposti per un miglior assorbimento degli urti. Il sistema Front Air assicura una migliore ventilazione sopra e sotto il piede. Un particolare rinforzo protegge il tendine d'Achille e una linguetta di protezione supporta la corretta posizione della calza all'interno della scarpa. Le STX EVO uniscono robustezza e comfort necessari per intraprendere sentieri di breve, media o lunga distanza, proteggendo nervi e tendini, supportando il movimento del piede e proteggendo il malleolo. Da abbinare al cappello multifunzione BV Sport, utile per proteggere il capo e il collo nei mesi più freddi grazie al rivestimento interno in pile. Il suo materiale offre una protezione assoluta contro il vento durante l'allenamento all'aria aperta. Grazie alla chiusura e apertura con cordoncino, il cappello è utilizzabile anche come foulard. Disponibile in sette colorazioni alcune delle quali abbinabili alle calze da trail running.

INFO: BV Sport - 335 5927456 - info@bv sport.it





Un'eclettica tra le stabili

Anche se negli ultimi dieci anni è stata un punto di riferimento per i runner pronatori, la Guide ISO 2 di Saucony è una scarpa versatile e trasversale. Indicata per tutti quegli atleti che coprono le lunghe distanze

— DI CRISTINA TURINI

Nonostante le ottime doti protettive, questa scarpa fornisce grande spinta in zona metatarsale: questo è il risultato di un perfetto bilanciamento della transizione tacco-punta. Il reparto ammortizzante è composto da un'intersuola in mescola Power Foam combinata a una topsole di 3 mm in Everun. Guide ISO 2 è dotata di un supporto mediale composito in EVA ad alta densità, non troppo invasivo, che la rende ideale per quei runner che cercano una scarpa anti-pronazione ammortizzata e protettiva.

L'alloggiamento del piede è stato rivisto grazie alla tecnologia Formfit Contour, una speciale sagomatura interna che permette al piede di trovare lo spazio ideale, regala stabilità ed evita movimenti indesiderati durante tutta la dinamica di rullata, sia in fase d'appoggio che di spinta. La sensazione di contenimento rende ogni passo più sicuro e invoglia anche l'atleta più pesante o lento a migliorare la propria performance.

La suola Triflex, con profondi intagli posizionati in modo strategico, fornisce resilienza e trazione superiori, grazie al sapiente utilizzo delle mescole: la gomma al carbonio XT 900 è posizionata nelle zone di maggior usura, mentre la gomma soffiata IBR+, che copre quasi tutta la lunghezza della scarpa, regala grande spinta e dinamicità. Grazie all'ottimo bilanciamento tra la zona landing e la mescola Powerfoam, l'elasticità è ottimale, pur mantenendo un buon assorbimento degli urti.

Data la natura non invasiva del supporto mediale, oltre che per i pronatori, Guide ISO 2 è consigliata per quei corridori neutri che percorrono lunghe distanze e che desiderano un supporto ulteriore durante tutta la loro performance.

TOMAIA /

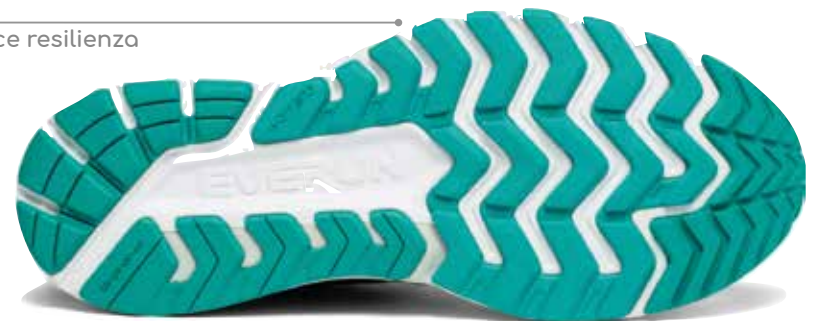
la tecnologia Formfit Contour regala stabilità ed evita movimenti indesiderati durante la dinamica di rullata

INTERSUOLA /

in mescola Power Foam combinata a una topsole di 3 mm in Everun

SUOLA TRIFLEX /

con profondi intagli, fornisce resilienza e trazione superiori, grazie al sapiente utilizzo delle mescole: la gomma al carbonio XT 900 posizionata nelle zone di maggior usura, e la gomma soffiata IBR+, che copre quasi tutta la lunghezza della scarpa



SPECIFICHE TECNICHE



COLLEZIONE / FW 2019

PESO / 292 g (uomo)

255 g (donna)

DROP / 8 mm

TAGLIE /

7-13, 14, 15, 16 (uomo)

5-12 (donna)

PIETRO ARESE - ATLETA SAUCONY - CLASSE 1999

“Guide Iso 2 è il modello scelto per le mie sedute a passo più lento, perfette sulla media e lunga distanza. Nonostante la calzatura non sia prettamente un modello 'racing' come quelli ai quali sono abituato, sono delle fedeli compagne di preparazione; infatti presentano eccellenti doti di ammortizzamento e protezione, essenziali per preservare l'atleta dagli infortuni. Questo è un aspetto spesso sottovalutato: la tendenza di noi velocisti è quella di affidarsi, anche in allenamento, a calzature leggere, minimali ed estremamente competitive che regalano performance elevate a ogni seduta, ma questa non sempre si rivela la scelta migliore. Personalmente credo che Guide Iso 2 sia un ottimo prodotto che permette di preservarmi da possibili infortuni. Consiglio di usarle anche in quelle sedute dove è richiesta una grande esplosività, in quanto la calzatura, nonostante presenti un peso di 292 g, grazie al suo bilanciamento è in grado di regalare brillantezza e rende ogni tuo passo protetto e al sicuro”



INFO: 0423.622009 – saucony.it

Una scarpa per salire sul podio

La nuova Ghost 12 di Brooks promette corse “morbide” senza rinunciare alla reattività che l’ha portata a essere tra le scarpe più apprezzate della categoria cushion. Il lancio del modello avviene insieme a un concorso insolito, in totale spirito “Run Happy”

_ DI CRISTINA TURINI



Non esiste un modello dell’azienda americana che non venga lanciato insieme a un’iniziativa originale. È il caso della nuova Ghost 12, arrivata sul mercato proprio nel mese dei buoni propositi.

BEST FEST /

Con la scarpa nella nuova versione, arriva anche “il programma che celebra i risultati di ciascun runner”. Non è una questione di tempi o di chilometri percorsi, per l’azienda l’unità di misura è solo “Run Happy”. Ogni corridore potrà arrivare al proprio record e podio personale, qualunque esso sia, misurabile in base al grado di felicità che ogni singola corsa può offrire. Un’iniziativa che unisce lo sport al divertimento, nonché una comunicazione vincente che l’azienda adotta per arrivare a un più ampio pubblico di sportivi, anche a coloro che non amano correre.

Dalla data di lancio del nuovo modello (3 settembre), il concorso dà la possibilità a dieci runner di vincere ogni settimana (per sei settimane) una Ghost 12 in edizione esclusiva e limitata. Correre condividendo strane sfide da battere a colpi di hashtag #brooksbestfest, raggiungere il proprio personale obiettivo di corsa, fotografare il momento della celebrazione e condividerlo sui propri canali social.



INFO CONCORSO: brooksrunning.com/it_it/brooks-best-fest/

GHOST 12



La nuova scarpa di Brooks promette di accompagnare i runner verso i propri obiettivi, qualsiasi essi siano. Come? Comodamente.

Grazie all’azione combinata di BioMoGo DNA e DNA Loft, ogni passo ha la sua ammortizzazione, combinata alla reattività e alla resistenza. Il BioMoGo si adatta istantaneamente al passo, al peso e alla velocità di ogni runner, mentre il DNA Loft, la tecnologia più morbida brevettata da Brooks, permette di avere una piacevole sensazione di morbidezza sulla pianta del piede.

Tra le tecnologie presenti nel nuovo modello, c’è anche il Crash Pad segmentato, un sistema di ammortizzazione completamente integrato che si adatta a qualsiasi appoggio del piede, massimizzandone l’efficienza, attutendo qualsiasi tipo di appoggio e generando comode transizioni tacco-punta. In questo modo la corsa non è solo più “morbida”, ma la falcata anche più fluida.

La comodità è anche un involucro protettivo, traspirante e leggero. Stiamo parlando della tomaia in mesh ingegnerizzata con stampa 3D Fit Print, che fornisce una calzata protetta e duratura.



SPECIFICHE TECNICHE

CATEGORIA / Cushion

SUPPORTO / Neutro

ARCO / Media, Alta

DROP / 12 mm

PESO / 294,8 g



INFO: Brooks Italia - 050.6398601 - info@brooksrunning.it



Effektor 4.0 Trail Run, la nuova frontiera della corsa offroad

Maglie e pantaloni studiati per gli specialisti del trail running, presentati dal marchio svizzero all'edizione 2019 della UTMB

_ DI MANUELA BARBIERI

X-Bionic, marchio vincitore per l'undicesima volta consecutiva del "Most innovative Brand" Award, supera se stesso con la linea Effektor 4.0 Trail Run. Maglie e pantaloni realizzati con la nuova tecnologia Thermosyphon, evoluzione del leggendario primo brevetto della casa svizzera, 3D Bionic Sphere, e che grazie al rivoluzionario sistema di lavorazione Retina Ultra-High-Definition garantisce una termoregolazione ottimale. Grazie a un mix di filati idrofili e idrofobi e a una costruzione a spirale del tessuto, il sudore in eccesso viene catturato e trasportato in modo da essere smaltito su tutto il corpo per mantenere la temperatura corporea costante a 37 gradi (37°C CCR-Technology). In generale, tutti i prodotti X-Bionic riducono la sensazione di surriscaldamento tipica dell'attività sportiva e diminuiscono il rischio di raffreddamento durante le fasi di riposo o recupero. La fibra in poliammide garantisce morbidezza e durata, evitando i cattivi odori.

TECNOLOGIA PARTIAKOMPRESSION



Il completo Trail Run presenta la tecnologia Partialcompression. La pressione viene applicata in modo parziale con uno spazio di 1 mm, in modo da ottenere tutti i vantaggi della compressione, ma allo stesso tempo mantenere la termoregolazione.

TECNOLOGIA THERMOSYPHON

La tecnologia Thermosyphon, realizzata grazie al sistema di lavorazione Retina HD, prevede una costruzione a spirale del tessuto, costituita da canali orizzontali e verticali che agevolano l'uscita del sudore. Questo consente di espellere più velocemente il vapore generato dall'incontro fra calore e umidità, due elementi prodotti dal corpo durante l'attività fisica. Grazie a questa costruzione, maglie e pantaloni X-Bionic riducono la sensazione di surriscaldamento tipica dell'attività sportiva e diminuiscono il rischio di raffreddamento durante le fasi di riposo o recupero.



• **Sweat Traps:** vere e proprie "trappole per il sudore", posizionate nelle zone maggiormente sensibili alla sudorazione, per trasmettere l'umidità in eccesso e rinfrescare in modo più efficace

• **AirComPlex-Zone**



• **Air-Conditioning Channel:** sistema di areazione costituito da canali che avvolge il corpo, trasportando costantemente verso l'esterno l'umidità e il calore; permette all'aria di fluire verso quelle parti del corpo che normalmente non sono raggiunte dalla circolazione di aria fresca



• **AirDuct Pads:** lavorazioni a nido d'ape sulle spalle e sui fianchi della maglia che distribuiscono la pressione dello zaino su una superficie più ampia, mantenendo la circolazione dell'aria al loro interno

• **Tasca impermeabile:** con zip per smartphone o oggetti che si vogliono avere sempre con sé



• **Intercooler:** struttura 3D presente nella parte alta della coscia che nelle situazioni di massimo sforzo protegge il muscolo dal surraffreddamento

• **Filato anti-abrasione:** presente nella parte laterale per evitare che il capo si rovini durante la corsa





Fuori strada su misura

La nuova Taroko 2 di 361° risponde alle necessità dei trail runner più esigenti.
Un sistema di calzata personalizzabile e una tecnologia che combina design e performance.
Per accompagnare gli atleti lungo i terreni più difficili

DROP /
9 mm

PESO /
309 g (uomo)
260 g (donna)

Il modello off-road Taroko arriva in una seconda versione migliorata nei dettagli in corrispondenza della tomaia, in mesh, priva di cuciture, con un'alta resistenza all'abrasione e con una maggiore traspirabilità.

Un'altra caratteristica è il Morphit Lacing System, un sistema di chiusura a lacci messo a punto dall'azienda, che agisce in modo dinamico con il piede su più livelli, assicurando supporto nella fase di impatto. Questa tecnologia è combinata a una novità presente in questo modello: il Pull Cord System, che rende la calzata più fasciante e personalizzabile. Questo sistema, che permette di personalizzare la calzata nella zona posteriore della tomaia, funziona come il cappuccio di una giacca tecnica che avvolge bene il capo

tramite i tiranti; nel caso della Taroko 2, tirando i lacci che interagiscono con il laccio che corre intorno al collare, si ottiene un fitting personalizzato nella zona della caviglia.

L'intersuola è caratterizzata dall'ormai nota tecnologia QuikFoam estesa in tutta la lunghezza della scarpa, una miscela espansa a base di EVA e rubber protetta da una pellicola di poliuretano, per avere un'ammortizzazione a lunga durata e ritorno di energia. A completamento il pacchetto intersuola si inserisce anche il sistema Quik Flex 4Foot Engineering, cioè guide di flessione nella parte anteriore della suola-intersuola per ottimizzare la fase di spinta. La suola in gomma anti-abrasione si combina a una placca di protezione per una maggiore durata e protezione.

INFO:
Sprint Commerce
0171 689990
info@361sport.it

All terrain traction

La Supertrac 2.0 di Scott è la soluzione per lunghe corse d'allenamento e gare. Su qualsiasi terreno di montagna

La Supertrac 2.0 è una scarpa protettiva dalla calzata confortevole progettata per affrontare, in sicurezza, tutti i tipi di terreni che si incontrano in montagna.

Disponibile anche nella versione con tecnologia Gore-Tex. Per rimanere al caldo e all'asciutto durante tutto l'anno e in qualsiasi condizione atmosferica.



SUOLA

Interamente in gomma. La configurazione strategica dei tacchetti crea una trazione superiore in avanzamento e in frenata, mentre gli "chevron" orientati strategicamente su tutto l'avampiede offrono stabilità addizionale quando il corridore ne ha più bisogno

GOMMA TRACTION

Miscela versatile che offre trazione su una moltitudine di terreni e condizioni

AEROFOAM+

Ammortizzazione stabile per trail e mountain running

TOMAIA

In rete senza cuciture e con linguetta che si adatta alla forma (e soletta specifica nel modello da donna)

PESO

Uomo: 320 g e 360 g (versione GTX)
Donna: 300 g e 320 g (versione GTX)

LA SCIENZA DELLA TRAZIONE

Al fine di sviluppare le migliori soluzioni di trazione per le proprie calzature da corsa, Scott nel 2015 ha intrapreso una collaborazione con l'università tecnica di Monaco, una delle migliori d'Europa, nonché vincitrice di ben 15 premi Nobel. Sotto la guida del Prof. Veit Senner - capo del dipartimento di attrezzature e materiali sportivi - un team di ricercatori ha progettato, costruito e sviluppato, una macchina per studiare il comportamento dei materiali e testare le scarpe da corsa. Scott è così in grado di identificare i meccanismi e i dettagli cruciali della trazione per migliorare le prestazioni di corsa.



Un coach virtuale (in tempo reale)

Progettato per offrire un'esperienza di corsa connessa, il nuovo Samsung Galaxy Watch Active2 Under Armour Edition offre agli utenti un allenamento monitorabile anche tramite le apposite scarpe



Lo smartwatch offre una tecnologia con la quale gli utenti ricevono un feedback visivo immediato ascoltando indicazioni audio durante le corse, che aiuta a migliorare il passo, a mantenere il ritmo e a continuare il percorso per raggiungere i propri obiettivi. Quando il dispositivo è collegato alle scarpe da corsa UA Hovr, vengono fornite statistiche in tempo reale agli utenti sulla lunghezza del passo e sull'allenamento della corsa come se fossero affiancati da un trainer.

Con il coaching in tempo reale sui dati raccolti, chi indossa il Samsung Galaxy Watch Active2 può anche regolare la propria corsa in maniera personalizzata, basandosi sui consigli ricevuti tramite l'applicazione. Dopo l'allenamento, gli utenti ricevono un'approfondita analisi e suggerimenti dettagliati. Sono inclusi nell'orologio sei mesi di accesso gratuito all'iscrizione a MapMyRun Premium, con piani

di allenamento personalizzati. Il display dell'orologio ottimizza i dati chiave come frequenza cardiaca, andatura e forma, in modo da visualizzare le statistiche in tempo reale per tenere traccia dei progressi rispetto al piano. Inoltre, per ascoltare le indicazioni di coaching audio durante l'allenamento, le cuffie UATrue Wireless Flash progettate da JBL si collegano allo smartwatch.

Il Galaxy Watch Active2 è progettato in un corpo in alluminio leggero e sportivo, con un quadrante appositamente sviluppato e due opzioni di dimensioni: il 44 mm con cinturino nero e il 40 mm con cinturino grigio mod. Entrambi i cinturini sono realizzati in morbido materiale in gomma FKM con design traspirante, garantendo il massimo comfort per le prestazioni. Per celebrare la collaborazione tra Under Armour e Samsung, le coordinate geografiche della sede di ciascuna società sono incise sul cinturino dell'orologio.



INFO: Oberalp - 0471.242900 - info@oberalp.it



Le solette antishock e antivibrazioni Noene Universal-NO2 proteggono dagli stress articolari, senza modificare le abitudini di appoggio del piede e senza alterare le caratteristiche tecniche promesse dalle singole aziende (elasticità, stabilità, comfort). Possono essere inserite all'interno delle calzature sportive per chi pratica attività fisica, ma anche in quelle utilizzate nella vita di tutti i giorni, nel tempo libero e anche nelle scarpe anti-infortunistiche. Grazie al ridotto ingombro e alla leggerezza, si possono inoltre utilizzare sotto, sopra o in sostituzione della soletta originale in funzione del volume e necessità. L'uso delle solette Universal-NO2 favorisce una notevole diminuzione delle sollecitazioni dovute all'impatto dei piedi con il suolo (dispersione delle vibrazioni), da cui ne consegue un minor affaticamento di piedi, caviglie e persino ginocchia.

L'intramontabile Noene - Universal-NO2

Minor affaticamento a piedi, caviglie e ginocchia con la soletta che assorbe le vibrazioni

UN MATERIALE VISCOELASTICO

A differenza dell'ammortizzazione garantita dalla tecnologia delle nuove calzature che distribuisce i carichi in modo più uniforme possibile, Noene è un materiale viscoelastico che permette di assorbire le vibrazioni che si generano dall'impatto piede-scarpa-suolo. Questo fenomeno si può generare nel tempo prolungato di un'attività sportiva o nella vita di tutti i giorni quando i materiali delle calzature raggiungono il loro massimo momento di compressione, parziale perdita di elasticità e sovraccarico in una specifica area in funzione dell'appoggio del piede.

SPECIFICHE TECNICHE

PESO / 25 g
SPESSORE / 2 mm
TAGLIE / dal 36 al 48
RIVESTIMENTO / in tessuto (poliestere)
LAVABILI E RIUTILIZZABILI
GARANZIA / 2 anni



INFO: Colpharma - info@noene-italia.com - +39.0521.272544



A misura di sportivo

Nell'ultimo anno Grip Dimension è stato protagonista di un notevole rilancio.

A guidare il nuovo corso del negozio sammarinese è stato Matteo Cevoli.

Che ci ha raccontato le sue iniziative e strategie

_ DI CRISTINA TURINI

Il negozio di San Marino ha sempre avuto un forte potenziale, ma solo recentemente ha invertito la rotta puntando su una gestione mirata al coinvolgimento della clientela su tutti i livelli, da quello amatoriale a quello più professionale della multi disciplina. Matteo Cevoli (in foto) è un atleta che spazia dal triathlon al trail running, un vero appassionato che ha trasformato Grip Dimension a misura di qualsiasi sportivo, scegliendo di lavorare con aziende di nicchia, per cui testa in prima persona i prodotti prima di suggerirli ai clienti. Perché proporre una scarpa da running a un cliente è molto più che vendere, significa instaurare quel fondamentale rapporto di fiducia che crea legame e passaparola. E poi ci sono le uscite settimanali per tutti i tipi di runner, con il risvolto godereccio di un buon aperitivo e bagno finale in mare. Ce lo racconta lui nell'intervista che segue.

Da che tipo di esperienza lavorativa provieni?

Vengo da anni di lavoro nel campo dell'abbigliamento fashion e come ultima occupazione ho gestito personalmente come titolare un piccolo ristorante nel caratteristico borgo San Giuliano, a Rimini.

Come è nata l'idea di collaborare con Grip Dimension?

Terminata la mia avventura come ristoratore, quasi all'improvviso e per mancato rinnovo del contratto di locazione, mi sono trovato a ripartire da zero. Prima ho trovato lavoro in una catena di negozi, ma le mie ambizioni erano più alte e quel lavoretto non riusciva a bastarmi. Da tempo conoscevo Daniele (il titolare del negozio Grip Dimension) e già da qualche anno lo aiutavo nella preparazione dei vari eventi e soprattutto nella cura del negozio. Così una mattina, mentre eravamo in bici, tra una battuta e l'altra è nata questa collaborazione! Grip aveva bisogno di una spinta e io ho accettato la sfida.

Che tipo di esperienza vuole essere quella del negozio per il cliente?

Il cliente dentro il negozio deve sentirsi speciale e può contare sul fatto che io come atleta provo continuamente tutta la merce che ho a disposizione in negozio in modo da poterlo consigliare nel miglior modo possibile. La mia filosofia è che non si possono dare consigli se non si ha esperienza della merce che si vuole vendere. Non si può consigliare una torta piuttosto che un'altra se non le si è assaggiate

solo perché se ne conoscono gli ingredienti! Il prodotto finale è fatto di mille interazioni che solo provandolo si possono comprendere appieno.



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

Penso che gli aggettivi che meglio rispecchino il runner della mia zona siano: esigente, perché cerca sempre il meglio per il suo stile di corsa; preparato, perché, complice il web, quando arriva in negozio conosce già tutti i prodotti presenti sul mercato; unico, perché ultimamente il consumatore cerca sempre di essere più alla moda e più esclusivo possibile. Ad esempio, qui a Rimini tutti si ritrovano a correre sul lungomare e tutti cercano di differenziarsi, di avere qualcosa in più degli altri, per questo per il negozio cerco di acquistare capi tecnici sempre più particolari.

Quali attività avete ideato per coinvolgere e fidelizzare la clientela?

Per coinvolgere la clientela organizziamo continuamente test gratuiti per dar modo ai clienti di provare i prodotti, sia per quanto riguarda

merce trail e running, sia per quanto riguarda mute e abbigliamento triathlon. Il cliente in questi eventi può testare il prodotto gratuitamente, e se poi rimane positivamente colpito e decide di acquistare può usufruire di una scontistica speciale che applichiamo per il solo giorno dell'evento. Siamo, come negozio, presenti in tutte le maggiori manifestazioni sportive della zona e sul territorio nazionale, sia con attività di vendita dei nostri prodotti in loco, sia come organizzatori e sponsor. Organizzo anche eventi in collaborazione con un cirquito in spiaggia a Rimini dove ogni giovedì, nei mesi estivi, porto a correre atleti di ogni livello con una run adatta a tutti che termina con bagno al tramonto e aperitivo a base di sardoncini alla griglia e birra. Obiettivo: portare tutti alla terza edizione della Night Run che si svolgerà la sera di giovedì 19 settembre a Cervia per l'apertura dell'evento Ironman Italy Emilia Romagna.

In un'epoca in cui il mercato e-commerce sta guadagnando sempre più quote, che cosa cerca un runner in un negozio fisico? E che cosa può fare da parte sua un negoziante per fidelizzare il consumatore?

L'e-commerce è molto diffuso, però riguarda una cerchia di persone che pur di spendere qualche euro in meno rinuncia a usufruire dei

SCHEDA
GRIP DIMENSION



Indirizzo /

Strada Alvania 57

Località /

Dogana Repubblica

San Marino

Telefono / Fax

0549.909314

e-mail

info@gripdimension.com

Web

gripdimension.com

Facebook /

@gripdimension

Instagram /

@Gripdimension

Numero sedi /

Titolare / Daniele Tosi

Numero personale / 1

Nascita del negozio / 2014

Numero vetrine / 2

Mq totali / 150

Mq calzature / 70

Mq abbigliamento / 50

Mq attrezzatura / 30

Discipline trattate /

bici, nuoto, running,
trail, triathlon

Marchi calzature /

Hoka One One, On running,
Topo Athletic, Salomon

Marchi abbigliamento /

On running, Wildtee,
Salomon, Akron, Uyn,
X-Bionic, Slopline, Orca,
Compressport, Tyr,
Rosti (abbigliamento
personalizzato)

Marchi attrezzatura /

Orca, Montane, Salomon,
Instinct, Akron, Tyr,
Compressport

Altri servizi /

prova scarpe su tappeto
Technogym,
scarpe test da provare
su strada e fuori strada



consigli che ti può dare un venditore che ha testato personalmente il prodotto. Come dicevo prima, cerco di provare personalmente tutti i prodotti che ho in negozio e in questo modo riesco a dare molte informazioni al cliente durante l'acquisto, e vedo che questo lavoro sta pagando la fatica di correre tutti i giorni con scarpe diverse! In più, secondo me, in questo mondo dove siamo sempre di corsa con tempi sempre più stretti, si dovrebbe rivalutare il momento dell'acquisto di una scarpa o di abbigliamento come esperienza emozionale, come un momento in cui il cliente deve sentirsi speciale, anche nel poco tempo che ha a disposizione, dovrebbe essere un momento nel quale rilassarsi e divertirsi, cosa che con gli acquisti on line non può assolutamente avvenire. Senza dimenticare l'assistenza post acquisto, che può garantire solo un negozio fisico e non uno online!

Che rapporti hai stretto con le aziende?

In questo anno fatto di partenze ho instaurato con le aziende stretti legami commerciali e di fiducia. Sicuramente le aziende con le quali collaboro di più sono Hoka e On Running (la quale mi sponsorizza anche come atleta), entrambe madri di prodotti innovativi e super richiesti dal mercato. Altra azienda emergente per il mercato italiano ma, già molto conosciuta su tutti i mercati internazionali e sulla quale abbiamo deciso di puntare, è Topo Athletic. Capita spesso che le aziende, sapendo che testo i prodotti direttamente, mi chiedano pareri su materiali o sulle mie sensazioni nella prova delle scarpe, e io sono orgoglioso di poter dar loro un aiuto attraverso il mio feedback.

Quali sono state le principali innovazioni prodotte nelle ultime stagioni?

Parlando di scarpe, Hoka ha sicuramente rivoluzionato il mercato e al momento è tra le scarpe più vendute: suole alte con molta ammortizzazione ed estremamente leggere, perfette anche per corridori alle prime armi. Anche On Running quest'anno ha notevolmente migliorato le sue scarpe, sia immettendo nel mercato nuovi modelli, sia migliorando la tecnologia di quelli già presenti sul mercato. Con la sua ultima arrivata Cloudsurfer ha preso una buona parte di mercato e attendiamo impazienti l'uscita imminente della nuovissima CloudStratus (io l'ho già provata e non vedo l'ora di proporla ai miei clienti).

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

I clienti spendono più in calzature piuttosto che in abbigliamento anche se ho notato che inserendo in negozio merce tecnica e ricercata si invoglia di più ad acquistare il prodotto, soprattutto per quanto riguarda il segmento trail running (nel quale molti indumenti e accessori sono obbligatori per partecipare alle gare) e nel triathlon, che porta un cliente più attento ai materiali tecnici rispetto ai podisti tradizionali essendo (ahimè! essendo anche io un triathleta) più abituato (rassegnato?) a investire soldi nello sport.

E la tecnologia che parte ha?

La tecnologia ha un ruolo sempre più importante, le scarpe sono



sempre più leggere hanno sistemi altamente innovativi per proteggere l'atleta e per dargli allo stesso tempo più reattività e confort. Hoka, ad esempio, ha appena lanciato la nuovissima Carbon X: scarpa molto ammortizzata ma allo stesso tempo reattiva grazie all'utilizzo del carbonio all'interno della suola. On Running con la nuova Cloudstratus e la stabilità, ha aggiunto la tecnologia con doppio Cloudtech per ottimizzare la comodità senza compromettere la reattività. Anche l'azienda Topo Athletic si sta muovendo bene e dalla prossima stagione vedremo diverse novità interessanti! Per quanto riguarda gli indumenti le aziende cercano di studiare sempre nuove tecnologie per renderli più confortevoli e traspiranti e per migliorare le performance di ogni atleta, prime tra tutte X-Bionic e Uyn.



Matteo Cevoli
lungo i percorsi
degli Outdoor
& Running
Business Days





Il futuro “social” del retail

L'atteggiamento verso il cambiamento non può essere solo “fisico vs online”. Si dovrebbe pensare in maniera più ampia per creare nuovi modelli, offerte e valore per il cliente includendo entrambi i mondi. Ce lo ha raccontato Green Media Lab agli Outdoor & Running Business Days

WORKSHOP A CURA DI ROBERTO CASTELLI, SOCIAL MEDIA MANAGER GREEN MEDIA LAB
_ DI CRISTINA TURINI

Gli ORBD dello scorso luglio sono stati un'importante occasione per i negozi specializzati, per rapportarsi direttamente con le aziende e per confrontarsi con i tanti colleghi presenti a Riva Del Garda. Ma, in un periodo storico di forte e veloce cambiamento nel mondo vendite, era importante per noi organizzatori dare un valore aggiunto a questa esperienza, che permettesse al retailer di cavalcare l'onda di un “rinnovamento”, necessario per rimanere a galla nel mercato.

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

Un'ampia partecipazione a questo incontro ha sicuramente dimo-

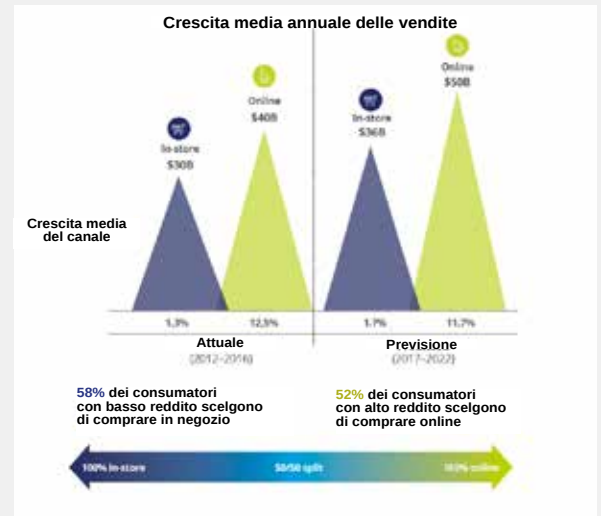
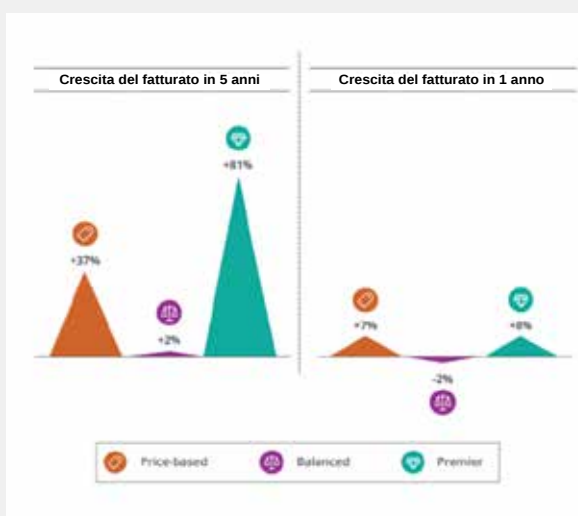
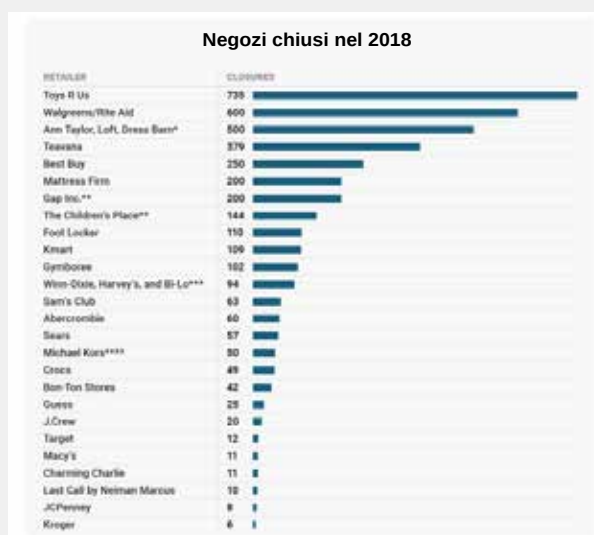
strato la volontà, da parte degli specializzati, di voler fare quel passo in più per apprendere le nuove strategie di marketing che offre il mondo dei social media.

Si è parlato del periodo storico, quello che stiamo vivendo, come un momento di cambiamento straordinario. Un'accelerazione mai vista prima, in ogni ambito di ricerca scientifica e tecnologica, che ha prodotto forti tensioni sociali ma anche grandi opportunità.

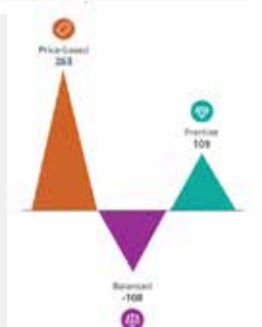
Con una serie di slide e di grafici è stata messa a confronto la vendita online con quella offline ed è stato analizzato il trend dei retail 2019, sia di quelli che utilizzano già la tecnologia e i social media, sia di quelli che si affidano ancora al metodo tradizionale di vendita. È stato poi spiegato il modo di creare una strategia di comunicazione, basata su obiettivi, target e conseguenti media da utilizzare. Sono stati elencati i social più utilizzati e che offrono più possibilità di engagement, con i relativi strumenti da sfruttare. Compresa la messaggistica e tutti i metodi che vanno oltre i social, come l'integrazione della vendita online con quella offline.

APOCALISSE DEL RETAIL O RINASCIMENTO?

ONLINE VS OFFLINE



• La polarizzazione della distribuzione del reddito, che ha impoverito la classe media, ha fatto sì che i negozi con offerte premium o basati su prezzi molto bassi rispondano meglio alle aspettative dei consumatori. In particolare, negli US i retailer premium hanno visto



le loro entrate salire dell'81 per cento negli ultimi cinque anni, mentre i dettaglianti price-based hanno visto i loro ricavi aumentare costantemente del 37 per cento nello stesso periodo. Inoltre, è più probabile che i consumatori raccomandino rivenditori premier o basati sui prezzi piuttosto che bilanciati. I rivenditori price-based e premium, d'altra parte, hanno aperto più negozi nel periodo 2015-2017 di quanti siano stati chiusi.

• I canali online e offline nelle vendite crescono di pari passo negli US. I dati dicono che il 91% della vendita al dettaglio viene ancora effettuata nei negozi fisici. La biforcazione del settore retail rivela un'industria nel mezzo del cambiamento, non del collasso. Il rinascimento del retail è un cambiamento, ma non è out/out: non è fisico vs online, piuttosto, è pensare in maniera ampia per creare nuovi modelli, offerte e valore per il cliente includendo entrambi i mondi.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE



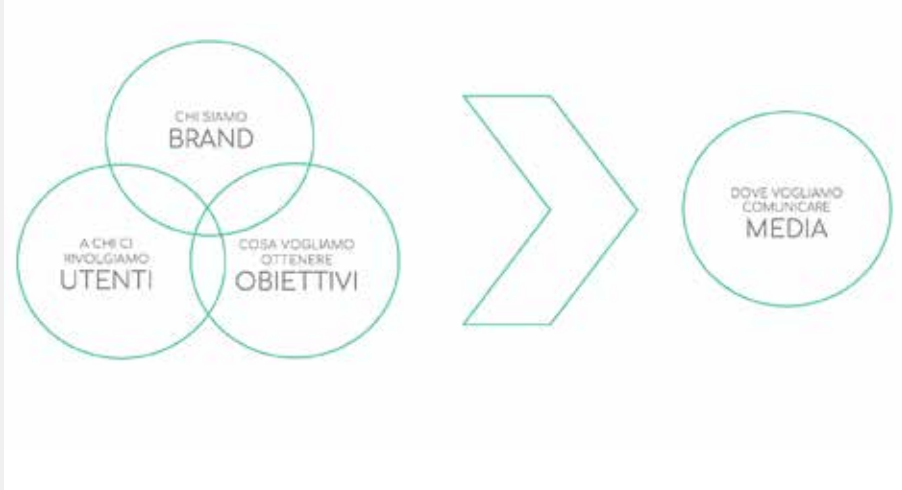
• Tutto il settore sta guardando a nuove tecnologie volte a migliorare l'esperienza dello shopping e quindi soddisfare i bisogni non così nuovi dei consumatori. Come l'intelligenza artificiale o la realtà aumentata. Un esempio emblematico è quello di The North Face, che nel 2016 ha lanciato un'app mobile che ha permesso ai clienti di interagire con Watson (IBM) per aiutarli a trovare ciò di cui hanno bisogno e restringere le loro scelte di abbigliamento. L'obiettivo era aiutare i clienti a trovare la giacca perfetta per la loro prossima avventura. Invece di scorrere tra le 350 giacche che The North Face ha in stock e potenzialmente confondersi con le molteplici opzioni, i clienti possono dire a Watson per cosa usano la giacca, che tipo di tessuto preferiscono. E Watson propone un insieme ristretto di scelte di giacca personalizzate in base alle preferenze del cliente.

BUSINESS ECO-FRIENDLY



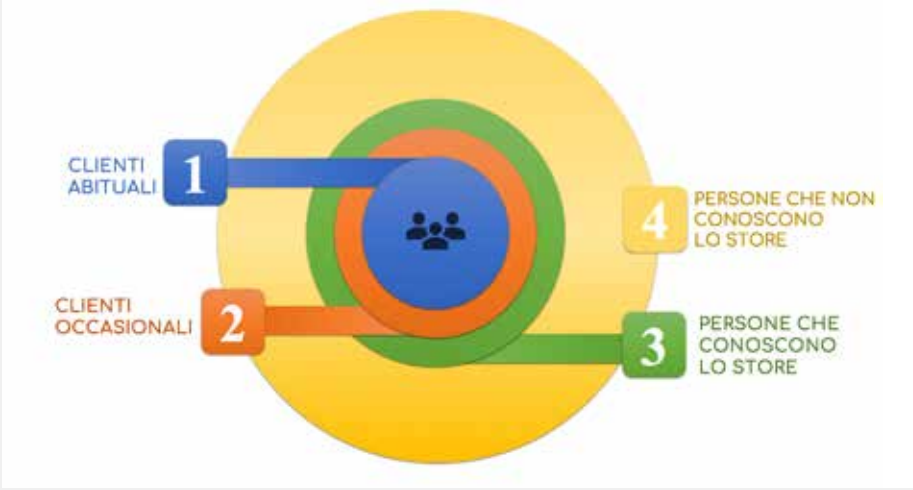
• Oggi i consumatori si aspettano convenienza, disponibilità e flessibilità da parte dei rivenditori che dovrebbero adattarsi alle loro vite frenetiche. Cercano l'eccitazione e lo status, l'autenticità e la connessione sociale. In breve, il consumatore di oggi cerca un'esperienza memorabile. In particolare le nuove generazioni chiedono ai retailer di lavorare su sé stessi, concedendo fiducia a quelle aziende che genuinamente aspirano a un modello sostenibile. Un esempio di business che guarda all'ambiente è quello di adidas che, in partnership con l'associazione Parley of the Oceans, crea scarpe da running realizzate in parte con plastica recuperata dagli oceani.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE



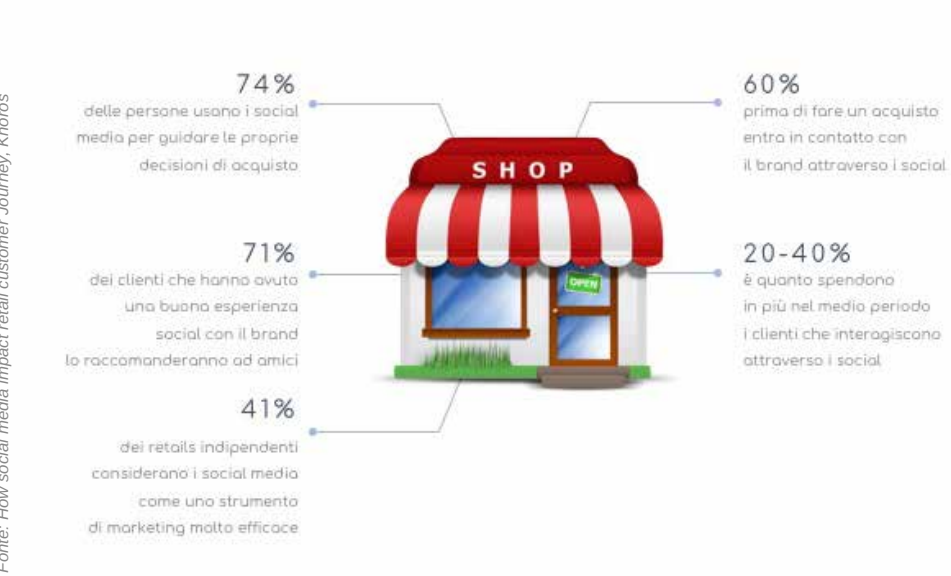
• Come utilizzare i social all'interno del proprio business? Prima di valutare qualsiasi attività, è necessario impostare una corretta strategia di comunicazione.

ANALIZZA IL TARGET



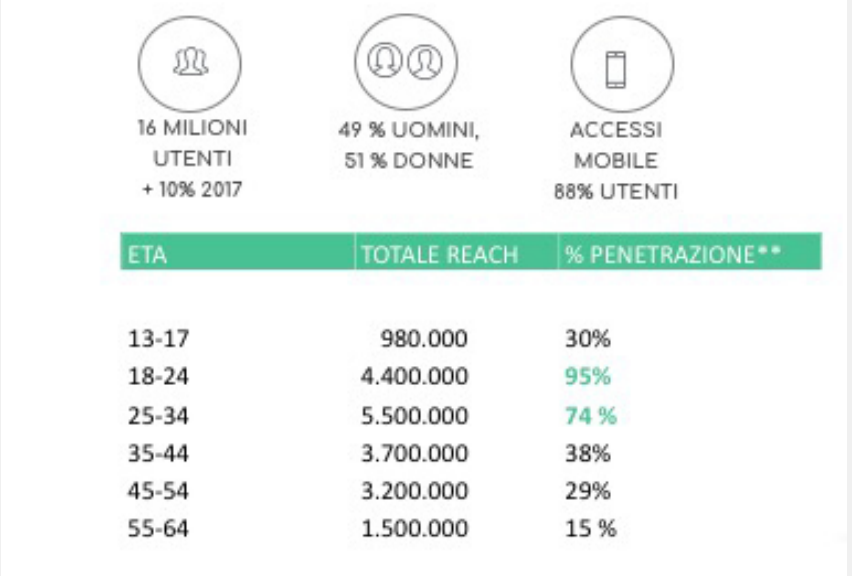
• Dopo aver definito gli obiettivi, si deve analizzare il target che si vuole raggiungere. Un aspetto fondamentale per creare una comunicazione ad hoc.

PERCHÉ I SOCIAL?



• Come i social media impattano sui clienti? Le percentuali della slide sono abbastanza significative. Se si pensa che ben il 74% delle persone usano i social media per guidare le proprie decisioni di acquisto.

INSTAGRAM IN ITALIA



• Oggi i negozi devono raccontare storie. E quelle storie devono essere altamente visive e immediatamente condivisibili. In altre parole: "instagrammabili".



Passione d'autunno

Il circuito FollowYourPassion torna con le consuete gare di stagione e una nuova campagna advertising. L'appuntamento con la Ganten Monza21 Half Marathon è a fine settembre. A seguire gli eventi di Bari e Milano

_ DI CRISTINA TURINI

La sedicesima edizione di quella che una volta era "la mezza di Monza" prenderà vita il 29 settembre sulla pista del Monza Eni Circuit. L'evento è rappresentato da una nuova campagna che accompagnerà le gare fino alla Chia Sport Week del 2020, dove l'acronimo graficizzato FYP diventa protagonista umanizzandosi attraverso due figure atletiche che, colte nel pieno della loro plasticità, si sovrappongono, si fondono e si confondono con le iniziali stesse. La passione e gli atleti sono quindi al centro e in quest'ottica l'obiettivo dell'organizzazione è migliorare l'esperienza di gara mettendo la qualità prima della quantità. La Ganten Monza21 Half Marathon rispecchia questa filosofia. Quella che da sempre è la classica di fine estate, è stata spostata a inizio autunno per favorire maggiormente coloro che hanno maratone in programma nell'ultima parte dell'anno con i consueti format di gara che consentono un'ampia partecipazione. I percorsi più brevi (5 e 10 km), si svolgono interamente all'interno dell'Autodromo, mentre la 21 e la 30 km escono nel Parco di Monza e, salvo un breve passaggio su strada all'altezza di Biassono, sono completamente chiusi al traffico. Oltre al pacco gara con la maglietta ufficiale e i gadget degli sponsor, i runner avranno a disposizione parcheggi, spogliatoi (nei box della Formula1), servizio massaggi e docce.

L'appuntamento con la Bari21 Half Marathon è fissato per domenica 27 ottobre e la novità riguarda proprio il percorso della mezza maratona. Si accorcia infatti il bastone sul lungomare e si guadagnano km sul fronte opposto, arrivando anche in zona Fiera del Levante.

Chiude la stagione e l'anno delle gare del circuito, la Milano21 Half Marathon che, come lo scorso anno, avrà partenza e arrivo al CityLife con attività ancora più coinvolgenti, anche per quel che riguarda l'Expo. L'appuntamento è per domenica 24 novembre, e i percorsi ricalcheranno quelli del 2018 salvo qualche piccola modifica, ancora in fase di definizione, per renderli più scorrevoli. Ma la vera novità della gara è l'introduzione di una nuova formula. Si avvia infatti il Charity Program con il partner Sport Senza Frontiere. Nasce la Milano Relay 2x5: due staffettisti correranno la distanza da 10 km con punto di cambio in piazza del Cannone.



La nuova campagna advertising della prossima tappa di Monza



CALENDARIO FOLLOWYOURPASSION

28 SETTEMBRE	29 SETTEMBRE	27 OTTOBRE	24 NOVEMBRE
MONZA12 CYCLING MARATHON	MONZA21 HALF MARATHON	BARI21 HALF MARATHON	MILANO21 HALF MARATHON
Autodromo di Monza	Autodromo di Monza	Lungomare Bari	Milano CityLife

L'unione fa la forza

La Monza-Resegone è la veterana fra le corse podistiche brianzole. Si corre in squadre da tre persone che devono partire e arrivare insieme. Un percorso su strada con finale in salita fino in Capanna

_ DI KAREN POZZI

La storia della Monza-Resegone è molto più lontana rispetto al numero delle sue edizioni che giungono oggi alla 59esima. In realtà la gara compie 96 anni il prossimo 8 novembre: in quel giorno del 1924 partì la prima edizione di quella che era chiamata "Prima Gara Turistica Invernale". Le squadre erano composte da quattro persone che con abbigliamento tipico da montagna, scarponi pesanti e zaino pesante, percorrevano di notte "a passo di marcia" la Strada Statale 36 con partenza dal Ponte di via Lecco a Monza e traguardo alla "giovane" Capanna Alpinisti Monzese, edificata nei primi anni del '900. Fu così per tre anni, fino al 1926, con tempi di percorrenza intorno alle sei ore. Poi questa corsa è un po' cambiata e ora attira un numero sempre crescente di partecipanti per la sua unicità. I componenti della squadra non sono più quattro bensì tre. Si parte e si arriva insieme. Si corre di notte, su un percorso misto che termina dopo un impervio sentiero, a quota 1.173 metri sempre alla Capanna Alpinisti Monzese, anch'essa ristrutturata, modernizzata e resa accogliente dai proprietari e amici del Club Alpino Italiano di Monza. Le sei ore necessarie per la Gara Turistica Invernale si sono ridotte a tre ore scarse per i migliori runners agonisti, ma la media dei finisher è meno di sei ore e gli zaini con gli indumenti di ricambio li trovano all'arrivo, trasportati a spalla dai volontari dell'associazione benefica del Mato Grosso. Quello che non è mai cambiato dal 1924 sono la modalità della corsa podistica in squadra, il percorso lungo più o meno quanto una maratona classica, ma senza essere davvero una gara di questo tipo a causa del dislivello di circa 1.000 metri esistente dalla partenza all'arrivo che la configura come una corsa con finale in salita. Si corre ogni anno prima del 24 giugno (l'edizione 2019 si è tenuta il 21 giugno) in concomitanza con la Sagra di San Giovanni (patrono della città). Dal centro di Monza partono centinaia di atleti alla volta dei comuni di Villasanta, Arcore, Usmate Velate, Cornate, Osnago, Cernusco Lombardone, Merate, Calco, Airuno, Olginate e, attraverso l'Adda, Calolziocorte, da dove parte la scalata vera e propria al Resegone. Prima i tornanti per Rossino ed Erve, dove termina la strada e inizia la dolce mulattiera nel bosco che ben presto diventa il ripidissimo sentiero del Prà di Rat. Poi, giunti alla bocchetta del Forcellino, i corridori tirano il fiato e in pochi minuti tagliano il traguardo.

ORGANIZZAZIONE E VOLONTARI

La notte della Monza-Resegone inizia al mattino del sabato della gara. Un gruppo eterogeneo di 40-50 persone sale a quota 1.220 metri della Capanna Alpinisti Monzese con compiti diversi, ma lo scopo è unico: il finish della corsa e il controllo del tratto più difficile, quando alla fatica dei tanti chilometri nelle gambe si aggiunge la difficoltà del buio e impervio sentiero. Poi, il traguardo e l'assistenza del dopo corsa. Tra gli addetti ai lavori, si possono individuare tre differenti gruppi: le ragazze e i ragazzi della Croce Rossa, i radioamatori e gli uomini della S.A.M. Alcuni volontari della Croce Rossa, medici compresi, gestiscono in Capanna la prima assistenza ai concorrenti. Un lavoro durissimo che richiede, nel buio della notte, la massima concentrazione, alla luce delle torce. I radioamatori che lavorano in Capanna sono la punta avanzata di una complessa organizzazione che si ramifica lungo



La squadra del G.S. Avis di Seregno (anno 2014) composta da Alberti, Fumagalli e Pignatelli



ph: Roberto Mandelli - podisti.net

Tre partecipanti dell'ultima edizione della Monza-Resegone

tutto il percorso. A loro il merito di tenere sotto controllo la lunga fila dei concorrenti, coordinando gli organizzatori sparsi sul percorso e quello di comunicare il "fine corsa", quasi all'alba di domenica. Gli organizzatori della S.A.M. in Capanna sono i padroni della notte, sistemano il rifugio nel modo più accogliente, per consentire un'efficace logistica, segnalano il percorso e dispongono l'illuminazione del sentiero. Preparano the e liquidi energetici, pasta, dolci, panini e bibite per i concorrenti che giungono stanchi, molto assetati e anche affamati. Alcuni scendono all'ultimo punto di ristoro dove servono molti incoraggiamenti alle squadre in gara per far passare crisi muscolari e morali, e raccogliere le ultime forze per raggiungere il vicino traguardo. Dalle cinque della domenica, e per tutta la mattina, il gruppo scende lentamente a valle. Fine della tensione e stanchezza. Memoria di una notte indimenticabile, magica.

SCHEDA POST-EVENTO

NOME EVENTO /

59ª Monza – Capanna Alpinisti Monzese al Resegone

CITTÀ /

Monza, Brianza Monzese e Lecchese, Monte Resegone

TIPOLOGIA GARA /

Corsa podistica competitiva a squadre di tre elementi

N. PERCORSI /

ENTE ORGANIZZATORE /

Società Alpinisti Monzese

EDIZIONE /

59 (la prima edizione nel 1924)

ISCRITTI TOTALI /

262 squadre (14 F, 102 mix, 146 M) per 786 atleti

ISCRITTI UOMINI /

ISCRITTI DONNE /

MAIN SPONSOR /

Credito Valtellinese / ACSM AGAM Monza

COSA CI È PIACIUTO /

Abbiamo vissuto la gara da spettatori. In bici, da Monza a Erve, siamo riusciti a entrare nel vivo. Abbiamo assistito per qualche ora all'esperienza di diversi concorrenti, sentito da vicino le loro parole, il loro affanno e la loro fatica. Qualcuno ha mollato, qualcuno è andato avanti. Ma quello che ci ha colpito è il legame che si è creato tra i componenti della squadra, mai in competizione, sempre solidali e pronti a sostenersi a vicenda. Speciale e unico è stato anche il dopo gara, quando i concorrenti tornano dal traguardo con gli occhi pieni di emozioni.

SPONSOR TECNICO /

Affari & Sport Villasanta - Lecco

ALTRI SPONSOR /

ME.PA. Assicurazioni Monza / Officine Locati Monza

MEDIA PARTNER /

MBNews Monza

GEMELLAGGI /

Monza Marathon Team Maratona della Valle Intrasca

SITO WEB /

AlpinistiMonzese.it



Il trio storico della squadra del CAI Vimercate. Da destra, Pietro Galizzi, Rino Lavelli e Gianni Colombo



Veloci nella natura

Dopo sci di fondo e bike è il momento della gara di running: la Marcialonga Coop.
26 km da Moena a Cavalese nelle Valli di Fiemme e Fassa.

Un percorso atipico con partenza in discesa e traguardo in salita

— DALLE NOSTRE INVIATE KAREN POZZI E MANUELA BARBIERI

Diciassette anni fa Marcialonga ha scelto di aggiungere alla storica e internazionale gara di sci di fondo quella di corsa. Gran parte della pista dove si disputa la competizione di gennaio, confermata la regina del circuito Marcialonga, corre lungo la ciclabile di Fiemme e Fassa che costeggia il torrente Avisio. Il suo aspetto pianeggiante e la bellezza del paesaggio fra prati, boschi e masi di montagna, ha condotto quasi naturalmente il comitato organizzatore verso la proposta di una versione podistica ed estiva, la Marcialonga Coop. Domenica 1° settembre si è disputata l'edizione 2019 che ha registrato 1.500 iscritti. Partenza in pieno centro a Moena, davanti agli atleti d'élite e i senatori, coloro i quali hanno partecipato a tutte le edizioni. Da Piazza De Sotegrava si è poi sgranato il gruppone, ma già alle prime battute le donne keniane hanno imposto le gerarchie di giornata.

La Marcialonga Running è organizzata in collaborazione con lo Sci Club Marcialonga, le Società Sportive e i Comuni trentini di Fiemme e Fassa. Si svolge su un percorso di 26 km, da Moena a Cavalese ancora una volta chiamate in causa come teatri di partenza e arrivo di una manifestazione sportiva Marcialonga, sempre più in grado di stimolare la collaborazione tra le due valli.

Il percorso di questa gara ben si sposa con più tipologie di runner, quelli che corrono per ottenere un buon risultato e quelli che, senza troppe aspettative, vogliono ammirare il panorama.

La peculiarità di questa gara è proprio il giusto mix tra velocità e natura, due elementi che non così spesso vanno di pari passo. Nella Marcialonga, invece, i runner trovano entrambi. L'altimetria favorevole, con una costante e morbida discesa nei primi chilometri fino a Predazzo e un tratto pianeggiante centrale fino a Masi di Cavalese,

rendono questa gara atipica e rapida. Questo permette di ottenere record personali sulla mezza maratona (traguardo intermedio dove vengono registrati i tempi), obiettivo di molti concorrenti. Solo successivamente inizia la salita di 4 km che porterà al traguardo di Cavalese. A rendere ancora più speciale il percorso sono la natura e la bellezza del territorio: il dolce fluire dell'acqua e il susseguirsi di paesi caratteristici trasportano i concorrenti che vogliono semplicemente viverci tutta quella bellezza.

La partecipazione a Marcialonga Coop è possibile individualmente ma anche in staffetta, con squadre maschili, femminili oppure miste, composte da tre atleti che possono condividere l'emozione del traguardo e fare del bene insieme. Da quest'anno infatti la staffetta è diventata a tutti gli effetti di beneficenza: se già nelle scorse edizioni si poteva scegliere di aiutare un'associazione benefica partner, ora invece ci si potrà iscrivere alla gara a staffetta esclusivamente attraverso una delle Organizzazioni Non Profit indicate dal comitato. Un'idea nata in occasione della Milano Marathon, quando il team Marcialonga partecipò a sostegno di Sport Senza Frontiere.

Da sinistra, lo Stadio del Salto G. Dal Ben di Predazzo, teatro delle prossime Olimpiadi invernali e la partenza della gara.

Sotto, le nostre inviate alla Marcialonga. Da sinistra, Manuela Barbieri e Karen Pozzi



SULLE TRACCE DI MILANO-CORTINA 2026

Il percorso della Marcialonga in questa edizione acquisisce ancora più valore dal momento che la Val di Fiemme diventerà uno dei cuori pulsanti delle prossime Olimpiadi invernali. I runner hanno attraversato due luoghi che diventeranno teatro di alcune prove di Milano-Cortina 2026. Si tratta del celebre Stadio del Salto G. Dal Ben di Predazzo, all'interno del quale è passata la Marcialonga Running per la prima volta, che ospiterà le prove di combinata nordica e salto speciale, e il Centro del fondo F. Canal di Lago di Tesero, sede della prova di sci di fondo. Le due location presentano strutture in grado di ospitare 30.000 spettatori e un impianto di illuminazione già esistente capace di assicurare luce a giorno anche per le prove in notturna. Le Olimpiadi svolte a contatto con le Dolomiti, un ambiente dichiarato Patrimonio Mondiale Unesco, diventeranno sicuro esempio di sostenibilità.

SCHEDA POST-EVENTO

NOME EVENTO /
17ª Marcialonga Coop

CITTÀ / Moena – Cavalese
(Val di Fassa e Val di Fiemme)

TIPOLOGIA GARA /
Corsa su strada

N. PERCORSI / 1
(da correre sia singolarmente che in staffetta a tre)

ENTE ORGANIZZATORE /
Marcialonga

EDIZIONE / 17

ISCRITTI TOTALI / 1.457
(di cui 102 staffette)

COSA CI È PIACIUTO /

Un'organizzazione impeccabile e tipica trentina. La natura sempre presente. Una bella parola per tutti al traguardo, fino all'ultimo concorrente. La possibilità di registrare il tempo intermedio della mezza maratona.

CRESCITA VS 2018 / +5%

ISCRITTI UOMINI / 1.003
CRESCITA VS 2018 / +0,5%

ISCRITTI DONNE / 454
CRESCITA VS 2018 / +15%

NAZIONI PRESENTI / 21

NOVITÀ 2019 / Passaggio all'interno dello Stadio del Salto di Predazzo; implementazione ancora più solidale delle staffette a tre. Distribuzione separata pacchi gara e buste gara

MAIN SPONSOR /
Coop

ALTRI SPONSOR /

Cooperativi: Cavit, Casse Rurali Trentine, Melinda, Trentingrana, Itas Mutua
Fornitori: Enervit, Sorgenia, Felicetti, Loacker, Forst, Salomon, Autoindustriale

MEDIA PARTNER /
Rai, Sky, Trentino Tv, RTTR, L'Adige, Trentino, Radio Fiemme

SITO WEB /
marcialonga.it

PAGINE SOCIAL /
FB: @ScMarcialonga
IS: Marcialonga_
Twitter: @Marcialonga

Piste infinite di terra rossa

Turismo e running a sostegno dell'associazione Ensemble Pour Grandir

— DI DINO BONELLI

Arrivando dallo sgangherato Togo, il Benin ci sembra subito più ordinato con le strade più belle anche se ugualmente caotiche. Si continua a parlare francese e una delle prime caratteristiche che notiamo, nella coloratissima vita di bordo strada, è la massiccia presenza di venditori di benzina al dettaglio. Banchetti più o meno grandi espongono in bottiglie di diversa grandezza un'essenza che può essere gialla, arancione o anche verdognola. Qui moto e macchine fanno rifornimento a un prezzo decisamente più basso rispetto alle poche stazioni di servizio esistenti. Distributori questi quasi tutti nascosti tra le mura decadenti delle città più grandi.



LA MISSIONE LAICA

Ma il tempo di viaggio per Danilo, che è con me già da Ghana e Togo, sta per scadere e al suo posto arrivano altre quattro persone che incontro a Ouidah, nella missione laica Ensemble Pour Grandir. Un'associazione questa che aiuta le donne incinte o con prole e abbandonate dai loro uomini, dando loro vitto e alloggio, insegnando loro un mestiere e mandando i bimbi a scuola. Ensemble Pour Grandir, che vive di donazioni, in Italia è aiutata dalla Solidarietà Pace e Sviluppo (spsvda.org). Il nostro intento comune è aiutare quest'opera umanitaria facendo quello che sappiamo fare, ovvero turismo. Sembra un paradosso ma è così.

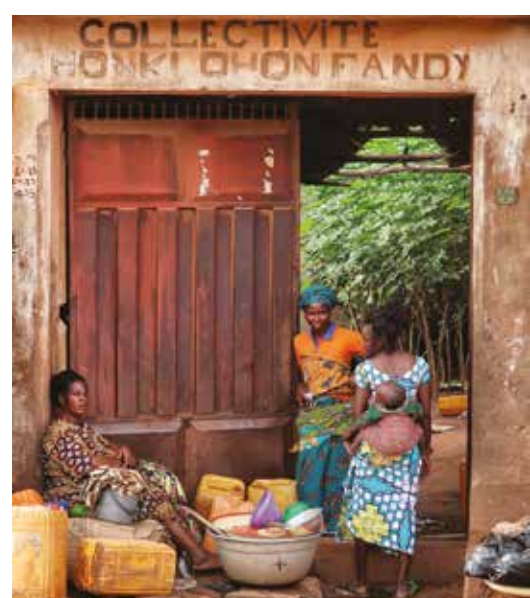


— Il nostro intento è aiutare la missione laica Ensemble Pour Grandir facendo turismo. Sembra un paradosso ma è così

Se trovassimo un buon motivo, generalmente da ricercare nelle bellezze naturali del paese, replicheremo questa settimana anche in futuro. Con altra gente e, sempre in stretta collaborazione con l'associazione, ingrandiremmo così l'indotto di persone che gravitano intorno alla missione e conseguentemente aumenteremmo anche le donazioni. Perché è così che vivono queste piccole e belle realtà, con le donazioni.

I PERCORSI PER I RUNNER

In una settimana visitiamo le splendide spiagge del sud e gli incredibili villaggi di fango del nord. I templi Vudù e le case galleggianti e in quasi tutti questi siti andiamo a correre, passione che viviamo ogni qual volta sia possibile. E poi anche perché il programma turistico che stiamo scoprendo e testando è per gente dinamica, persone che amano





SUL PROSSIMO
NUMERO
Andremo in Israele
a correre
Gerusalemme,
la Città Santa

muoversi. Tra questi ci sono moltissimi runner e quindi testiamo anche possibili percorsi per loro. Per lo più strade sterrate che si perdono nel verde, talvolta fiancheggiate da muretti sgarrupati che ogni tanto, con graffiti e murali, ricordano che su quella stessa via, solo un paio di secoli prima, passarono migliaia di schiavi in catene diretti alla porta del non ritorno di Ouidah. Piste di terra rossa più o meno battuta che si allungano all'infinito, al servizio delle casupole più remote. Sentierini che fiancheggiano case di fango con tetti di paglia, single track che si arrampicano su colline rocciose per poi perdersi nella rigogliosa vegetazione subtropicale. E poi, l'ultimo giorno, organizziamo una garetta anche per i bambini e non solo, dell'associazione. Un pettorale in bella vista per farli sentire importanti, il semplice giro del quartiere per i più piccoli e il doppio giro per quelli più grandi. Quasi tutti rigorosamente scalzi, con gambette agili che si alzano e allungano in falcate ampie e naturali. Una delizia per gli occhi, un immenso piacere per il cuore.

— L'ultimo giorno, abbiamo organizzato una gara per i bambini (e non solo) dell'associazione. Un pettorale in bella vista per farli sentire importanti. Quasi tutti rigorosamente scalzi, con gambette agili che si alzano e allungano in falcate ampie e naturali. Una delizia per gli occhi, un immenso piacere per il cuore

- SALVA CON NOME -

Marco Olmo Desert Training

Running camp e nordic walking experience.
Con Marco Olmo, dal 1° al 9 marzo
a Merzouga in Marocco

— DI MANUELA BARBIERI



Anche quest'anno dall'1 al 9 marzo - in uno dei luoghi più affascinanti del Marocco, l'Erg Chebbi di Merzouga - si terrà il Marco Olmo Desert Training.

Si tratta di uno stage per imparare trucchi, metodi e tecniche per affrontare al meglio la corsa e la camminata nel deserto. Con i consigli e gli insegnamenti del più grande rappresentante italiano della specialità: Marco Olmo, ventidue volte alla Marathon Des Sables e vincitore nei deserti di quattro continenti.

Una full immersion con base in una vera e propria piccola kasbah berbera, situata proprio ai piedi delle fantastiche dune rosse del deserto marocchino. Lontano da tutto, alla riscoperta del silenzio e di sé stessi.

Il camp è aperto a tutti: dal principiante che desidera iniziare, all'atleta esperto che vuole approfondire, fino al campione che intende perfezionare e finalizzare il proprio allenamento.

Un esperto di orientamento impartirà lezioni pratico/teoriche sulla navigazione nel deserto con e senza bussola.

NOVITÀ 2020

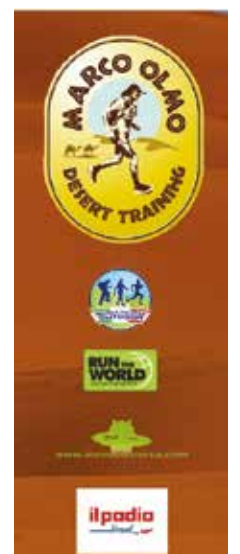
Stage specifico anche per i praticanti di nordic walking, con uscite mirate e accompagnamento dedicato. Seguito da istruttori qualificati della scuola italiana outdoor.

PROGRAMMA

Cinque mattine di stage di corsa o nordic walking con distanze in base al proprio grado di preparazione. E un giorno dedicato alle gare sulle maestose dune di sabbia dell'Erg Chebbi. Per i runner 16 o 35 km, in base alla propria volontà e preparazione. Per i nordic walker 10 km. Sarà l'occasione per mettere in pratica gli insegnamenti del camp.

ESTENSIONE "TURISTICA"

Da lunedì 9 fino a giovedì 12 marzo è possibile estendere il proprio soggiorno con visita alle gole di Todra, alla valle Dades, a Ouarzazate, ad Ait-Ben-Haddou e a Marrakech.



INFO: marcoolmodeserttraining.it



GORE[®]
WEAR

PIÙ CORRI, PIÙ TI SENTI MEGLIO.

Benessere per il corpo, la mente e lo spirito.
Progettiamo, disegniamo e realizziamo abbigliamento ed accessori per il running adatti ad ogni condizione climatica.
Per essere sempre determinati sui percorsi e nella vita di tutti i giorni.

#ALWAYSEVOLVE

MADE WITH



INTRODUCING
GLIDERIDE™

POWERED BY
GUIDESOLE™ TECHNOLOGY



asics