

Running

MAGAZINE

ANNO 9 - NUMERO 6 - 2020



STRATA 4

#BEYONDEXPECTATIONS

361°

ONE DEGREE BEYOND™

LA PERFORMANCE IN CONTINUA EVOLUZIONE.

RAINERIDESIGN



mico[®]

PROTECTION FOR PERFORMANCE

   www.mico.it



Running

MAGAZINE

ANNO 9 - NUMERO 6 - 2020

- S O M M A R I O -



DATI & STATISTICHE

- 10 | Non si può fermare la passione: i dati registrati da Garmin
- 12 | Effetti del Covid-19 sulle gare: la ricerca di Nielsen Sports e ENDU

INTERVISTE

- 14 | ASICS: Gary Raucher, ASICS executive vice president category, EMEA
- 16 | Mizuno: Andrea Leo, marketing manager Mizuno Italia

RIPARTIRE INSIEME

- 18 | Tavola Rotonda con gli specialisti running: l'Italia che ricomincia a correre
- 20 | Il circolo Canottieri Olona 1894 di Milano riapre le sue porte

FOCUS SHOP

- 22 | Maione Store di Latina

COMPANY PROFILE

- 23 | Aesculapius, eccellenza italiana produttrice di Argivit

SCARPA DEL MESE

- 24 | Glycerin 18 di Brooks

TOP TEN TRIATHLON

- 26 | Road to Tri: i 10 prodotti del mese dedicati alla tripla

FOCUS PRODOTTO

- 28 | Karacal, Cyklon e Jackal di La Sportiva
- 29 | Supertrac RC 2 di Scott
- 32 | Clifton Edge di Hoka One One
- 33 | Carbon X-SPE di Hoka One One
- 34 | Spire di 361°
- 35 | Triumph 18 di Saucony
- 35 | Drift Advance GTX di Alfa e Norvan LD 2 di Arc'teryx con Vibram Megagrip
- 36 | Carry over: i base layer etici e sostenibili di Rewoolution
- 37 | Il nuovo fitness watch Polar Unite
- 38 | Anticipazioni SS21: la linea X-Performance Run di Mico
- 39 | La collezione trail 2021 di Crazy

ATLETI

- 40 | L'ultramaratona Lorena Brusamento alla Ultra Caballo Blanco

GARE

- 42 | FollowYourPassion No Limits
- 44 | Sette anni di Wings for Life World Run

RUN THE WORLD

- 46 | Betlemme - Palestina



- EDITORIALE -

(Ri)partire per (ri)cominciare

Prima era una speranza, poi è diventato un presentimento, ora ne abbiamo avuto piena conferma. La pandemia, insieme alle innegabili problematiche che ha provocato a tutto il mercato running, ha aperto anche nuovi scenari e opportunità. Che il nostro settore fosse ripartito meglio di altri lo si era capito fin dai primi giorni di riapertura dei negozi dopo il lockdown. Con un mese di maggio molto positivo in termini di vendite. Ma è stato giugno a consolidare e anzi rafforzare la crescita. Con incrementi anche del 70% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Certo, c'erano da recuperare due mesi abbondanti di chiusura e ci si aspettava ovviamente un ritorno dei runner desiderosi di tornare a correre anche in totale assenza di gare ed eventi. Ma il fatto più eclatante è stato l'arrivo di nuovi clienti, molti dei quali "debuttanti" assoluti nel mondo della corsa. O in cerca di scarpe comode per il walking non "tecnico" (in quel caso andiamo più sul mondo propriamente montagna/outdoor).

Ma qual è il profilo di questi nuovi utenti? Abbiamo provato a definirlo insieme ad alcuni importanti esponenti dei retail specializzati italiani nel corso della nostra quarta Tavola Rotonda dedicata alla "Sfida della Ripresa", di cui trovate un riassunto alle pagine 18-19, oltre al video integrale sul nostro canale Youtube (Sport Press srl). Ebbene, è interessante sottolineare come molte di queste facce nuove che hanno varcato la soglia dei negozi specializzati (e non solo di quelli) fosse gente in sovrappeso. Convinta che un cambio di vita (e di vite) possa dipendere anche dal cominciare a correre. Non solo. Alcuni dealer hanno riscontrato anche una nuova utenza decisamente giovane (o giovanissima). Così come una crescita delle donne (in linea peraltro con il trend degli ultimi anni), nonché una dinamica certamente favorita dal tanto tempo passato "forzatamente" insieme durante il lockdown: coppie che hanno cominciato ad allenarsi insieme, o famiglie più desiderose di prima nel condividere una passione come la corsa e le camminate.

Un piccolo-grande esercito di nuovi runner che in molti casi è stato stimato in un 30/40% in più rispetto all'utenza tradizionale dei negozi specializzati (compresi i beginner che ovviamente anche prima si affacciavano all'attività). Le due domande principali sono: quanto durerà questo trend e quante di queste persone continueranno a correre anche in futuro? Per rispondere al primo quesito: già a luglio si è assistito a un certo riassetto, pur in un quadro che rimane positivo e che di fatto ha permesso a molti di recuperare il tempo (e il fatturato) perso tra marzo e aprile. Al secondo punto di domanda è più difficile rispondere, ma è lecito attendersi che una parte di queste persone, una volta scoperti i benefici della corsa e in generale di una maggiore attività fisica, possa continuare e appassionarsi sempre di più. Puntando anche all'aumento delle distanze e al miglioramento delle performance. In fondo, insieme per certi versi alla bicicletta (che infatti sta vivendo un boom addirittura più eclatante), ai "tempi del Covid" non c'è disciplina più semplice, accessibile e sicura del running. In grado peraltro di generare una tangibile e immediata soddisfazione a ogni livello di performance, età e condizione. Ecco perché è l'attività ideale da cui (ri)partire per (ri)cominciare.

BENEDETTO SIRONI

benedetto.sironi@sport-press.it

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

Anno 9 - N. 6 - 2020 - 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/ML.

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 il 16 luglio 2020



OUTDOOR & RUNNING BUSINESS DAYS: CONFERMATE LE NUOVE DATE

Svelate le nuove date degli Outdoor & Running Business Days, scelte dopo un'attenta analisi condivisa con tutti gli operatori del settore. Da metà luglio quest'anno si slitterà di circa due mesi, precisamente domenica 6 e lunedì 7 settembre.

Una scelta che risponde a una triplice esigenza: venire incontro alle nuove tempistiche del mercato che quest'anno sono inevitabilmente destinate ad allungarsi; far sì che gli operatori del settore abbiano una piattaforma fisica all'interno della quale incontrarsi, poiché causa Covid sono state cancellate tutte le fiere e gli eventi; svolgere l'evento in piena sicurezza rispettando le varie normative relative alla gestione di convegni ed eventi.

In quest'ottica, a partire dal mese di settembre, in tutta la struttura del Centro Congressi di Riva del Garda, sarà funzionante un sistema di sanificazione ambientale total green attivo 24/7, lo stesso utilizzato anche dalla Nasa per gli ambienti destinati alle missioni aerospaziali. Questa tecnologia si basa sul processo naturale dell'ossidazione fotocatalitica ed è in grado di garantire un livello costante di aria microbiologicamente sicura. Riva del Garda Fierecongressi è la prima realtà del settore fieristico e congressuale italiano ad averlo adottato.



Gli Outdoor & Running Business Days tornano così a Riva del Garda, in Trentino, mantenendo la formula dello scorso anno con l'allargamento al mondo running, che ha ottenuto ottimi riscontri da parte del mercato. Ancora una volta queste giornate si proporranno come la sintesi perfetta tra test materiali di tutti i principali brand del mercato, presentazioni, workshop, opportunità di networking e possibilità di effettuare ordini in periodo di campagna vendite. Una formula consolidata che nel giro di soli cinque anni ha reso l'evento un appuntamento imprescindibile per gli operatori. Quest'anno ancora più strategico e da non perdere.

Tra i protagonisti che verranno coinvolti nelle due giornate di attività, ci saranno come sempre anche gli shop specializzati, i multisport e le catene di negozi sportivi, invitati dall'organizzazione e provenienti da tutta Italia. Nella scorsa edizione l'evento ha coinvolto oltre 250 dealer, in rappresentanza di ben 150 punti vendita.

Se sei un negoziante o un altro operatore del settore, e vuoi iscriverti, compila il form al seguente link:

outdoorbusinessdays.com/partecipa

Brighter than ever.



saucony.it

saucony®

run for good

“UNLOCK THE CHANGE”: IL MOVIMENTO DELLE B CORP UNITE PER IL CAMBIAMENTO



La community delle imprese B Corp lancia la campagna “Unlock The Change”, un progetto di sensibilizzazione che ha un duplice obiettivo: chiedere a imprese e istituzioni la creazione di un sistema economico e di business sostenibile, coinvolgere i consumatori perché giochino un ruolo attivo nella transizione verso que-

sto business più sostenibile. Nativa e le B Corp hanno messo a punto una comunicazione outdoor con affissioni nei luoghi di maggiore passaggio in tre città (Milano, Roma e Napoli) e una call to action al pubblico perché si impegni a chiedere un contributo ancora più forte e concreto da parte delle aziende per migliorare con le proprie azioni la vita delle persone, la società e l'ambiente. Sarà possibile compilare un form online per chiedere alle aziende maggiore trasparenza in termini di sostenibilità ambientale e sociale: in questo modo, chiunque potrà rivolgersi direttamente ai brand a cui si sente particolarmente legato. Alla fine della campagna, i contributi degli utenti e delle B Corp verranno raccolti e inviati alle imprese, che potranno rispondere e informare i consumatori in merito alle loro azioni e ai loro obiettivi futuri. L'iniziativa ha preso il via lo scorso 16 luglio, con il summit “TIME to B”, una giornata di incontro virtuale con protagonisti 50 leader di aziende, membri della comunità scientifica e accademica, giornalisti e personalità di rilievo nel mondo della sostenibilità: tutti riuniti per capire come costruire, insieme, un futuro più equo, giusto e consapevole. unlockthechange.it

GORE & ASSOCIATES: NUOVO QUADRO DI SOSTENIBILITÀ PER LA DIVISIONE FABRICS

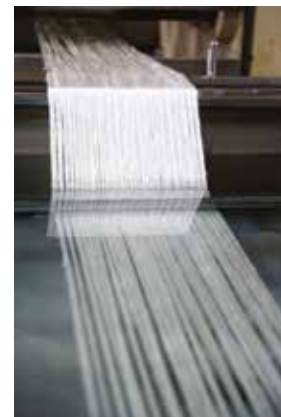


Il traguardo, da raggiungere entro l'anno 2050, sarà la neutralità carbonica, cioè l'obiettivo “emissioni zero” entro la metà del ventesimo secolo. Tale obiettivo è previsto anche dall'Accordo di Parigi firmato da 195 Paesi, inclusi quelli dell'Unione europea, nel 2015. Recentemente W. L. Gore &

Associates (Gore) ha annunciato un nuovo quadro di sostenibilità per la divisione Fabrics di Gore che riflette l'impegno a lungo termine dell'azienda a ridurre le emissioni di carbonio (entro il 2030) fino al raggiungimento dell'obiettivo prefissato.

PRIMALOFT E FIBERPARTNER INSIEME NEL PROGETTO PRIMALOFT BIO

PrimaLoft, Inc. ha annunciato un accordo di partnership con Fiberpartner, fornitore globale di fibre in fiocco, filati tecnici e plastici. Obiettivo: consentire a Fiberpartner di sviluppare l'uso della tecnologia PrimaLoft Bio in numerosi nuovi settori. La rivoluzione portata da PrimaLoft Bio è quella di essere realizzato in fibre riciclate biodegradabili al 100% che mantengono la loro struttura originale durante l'uso, ma “si rompono” se esposte ai microrganismi presenti in natura nelle discariche, negli ambienti marini e nei sistemi di acque reflue.



REWOOLUTION OTTIENE LA CERTIFICAZIONE B CORPORATION



Come parte del Gruppo Reda, Rewoolution ha ottenuto la certificazione B Corporation, riconosciuta alle aziende con i più alti standard di performance sociale ed ambientale, trasparenza e responsabilità dall'ente non-profit B Lab. Rewoolution è stata fondata nel 2011 e da allora realizza capi con lana etica al 100% certificata e

interamente tracciabile. Inoltre si è sempre distinta anche per l'impegno nei confronti dei propri dipendenti, che godono di benefit come mensa aziendale, servizi di welfare, convenzioni, smart working e un team di supporto interno - “Progetto Buddies” - creato per ascoltare le esigenze dei dipendenti, così da trovare possibili soluzioni.

JOMA PUNTA SUL GREEN CON IL TESSUTO RICICLATO

Joma ha lanciato sul mercato una nuova linea di abbigliamento realizzata con tessuti riciclati da milioni di bottiglie e rifiuti in plastica, che aiutano a ridurre l'inquinamento e le emissioni di anidride carbonica nell'atmosfera. Le materie plastiche, fortemente dannose per l'ambiente, vengono trasformate in filati di poliestere riciclato al 100% da cui ne derivano milioni di metri di tessuto riciclato, utilizzato per produrre i capi della collezione Joma. Il vantaggio di riciclare la plastica non è solo un modo per preservare il territorio da rifiuti la cui distruzione è valutata in centinaia di anni, ma anche contribuire a una forte riduzione delle emissioni di CO2 durante la produzione di materiali sintetici come il poliestere. Il nuovo tessuto a elevato rendimento mantiene le caratteristiche di traspirabilità e comfort tipiche dei prodotti a marchio Joma. I capi realizzati in poliestere riciclato sono già inclusi nella collezione tessile 2020.



CAMPAGNE

#MYOUTDOORS DI VIBRAM

La nuova campagna social di Vibram nasce per diffondere una semplice filosofia: riscoprire la natura vicino casa. Il progetto è già online da giugno sui canali Facebook, Instagram e YouTube e si chiama #MyOutdoors, un nome che richiama la riscoperta dei luoghi e delle località più vicine a casa per fare attività outdoor. I protagonisti della campagna sono gli atleti Vibram che, con foto e video delle loro imprese, animano i social del brand e invitano a riscoprire l'attività fisica all'aria aperta con maggiore consapevolezza, facendo tesoro di riflessioni e stati d'animo che hanno caratterizzato un inizio anno difficile. Marco Zanchi, Katia Tomatis, Fabrizio Dragoni, Hervé Barmasse e Matteo Della Bordella sono solo alcuni dei protagonisti dei video già pubblicati che raccontano le diverse discipline sportive da loro rappresentate, riprese nelle rispettive località di provenienza. #MyOutdoors significa correre nei boschi, camminare sui sentieri di campagna o tra i campi, riscoprire itinerari poco battuti che portano a falesie nascoste e, alcune volte, ai ricordi delle prime imprese sportive. È così che Vibram vuole coinvolgere la propria community a condividere i propri angoli nascosti di outdoor vicino a casa, lontani dalle bellezze naturali più celebri e frequentate, ma ugualmente meritevoli di nota.



IOG DI ASSOSPORT LANCIA “OUTDOOR ITALIA”

Un sito web (italianoutdoorgroup.it), una pagina Facebook (@ItalianOutdoorGroup) e una pagina Instagram (@italianoutdoorgroup) in cui ritrovarsi per raccogliere esperienze e condividere passioni. Sono questi gli ingredienti della campagna di comunicazione “Outdoor Italia”, lanciata dall'Italian Outdoor Group di Assosport (Associazione Nazionale fra i Produttori di Articoli Sportivi). L'obiettivo dell'iniziativa, sostenuta da molte aziende italiane leader nella produzione, importazione e distribuzione di articoli per l'outdoor, ma anche guide alpine, operatori turistici e gestori di rifugi, è promuovere il patrimonio inestimabile di meraviglie costituito dall'ampia varietà paesaggistica e naturalistica di cui l'Italia può fregiarsi. Ma non solo. La campagna mira anche a dare nuovo impulso al turismo, uno dei settori messi più a dura prova dall'emergenza sanitaria da Covid-19 che ha investito il nostro Paese, da praticare nel pieno rispetto della natura. I brand aderenti all'iniziativa: Aku, Climbing Technology, SCARPA, CAMP, CMP, Ferrino, Garmont, Garsport, La Sportiva, Karpas - Sportful, Kayland - Trezeta, Ortovox, Meindl, Redelk, Vibram, Dolomite, Tecnica - Lowa.



I PRODOTTI DECATHLON ORA ANCHE DA CARREFOUR



Per la prima volta su suolo italiano i due brand francesi siglano una partnership con l'obiettivo di proporre una selezione di articoli ideati e realizzati da Decathlon da vendere sugli scaffali di alcuni Express e Market Carrefour. L'accordo prevede la vendita di accessori per la pratica di diverse attività sportive come il fitness, il running e l'escursionismo, oltre che prodotti specifici per l'alimentazione sportiva, con un particolare focus su idratazione e apporto proteico. Una partnership che sperimenta nuovi approcci commerciali con lo scopo di rivolgersi e interessare un'ancor più ampia fetta di mercato, garantendo un servizio express per soddisfare con immediatezza le richieste degli utenti. Una mossa che conferma la strategia commerciale aggressiva di Decathlon, ora rivolta a un'espansione anche al di fuori dei propri punti vendita. La collaborazione inizia con una fase pilota che durerà tutto il periodo estivo, partendo dal mese di luglio in sette punti vendita Carrefour Express e Market di Milano.

IL VIRTUAL SALES MEETING DI SCARPA



Due giorni per presentare le novità della prossima stagione. Così SCARPA ha mostrato alla sua rete di distribuzione globale cosa

ribolle nei laboratori di Asolo. Durante il Virtual Sales Meeting l'azienda ha dato il via alla sua personale fase 3, quella del post pandemia, che si è tramutata in un primo grande evento aziendale. Con oltre 85 Paesi collegati per seguire le presentazioni e partecipare ai meeting one-to-one, SCARPA ha lanciato una modalità innovativa, resa necessaria dall'emergenza sanitaria ancora molto grave in tante parti del mondo. All'iniziativa ha partecipato tutto il management di SCARPA, compresi il presidente Sandro Parisotto, a cui è stato affidato il discorso di apertura, e l'amministratore delegato Diego Bolzonello. L'azienda ha fatto il punto sulle difficoltà causate dal Covid-19, in particolare la chiusura degli stabilimenti per circa due mesi, ma ha anche tracciato la strada per ripartire e tornare a crescere ai ritmi abituali. Tra le aree su cui puntare per il prossimo triennio c'è il rafforzamento delle categorie trail running e climbing, in cui l'azienda ha ancora importanti margini di crescita. La parola d'ordine sarà: sostenibilità.

ROGER FEDERER FIRMA LA SUA PRIMA SNEAKER IN COLLABORAZIONE CON ON

A distanza di qualche mese dall'annuncio della partnership tra Roger Federer e il marchio On, vengono presentati i primi risultati. Si tratta della Serie-0 della THE ROGER Centre Court, la prima sneaker firmata dal campione, ispirata al tennis e pensata per il quotidiano. Sviluppata in Svizzera, ha visto il pre-lancio - in un'edizione ultralimitata - lo scorso 6 luglio, a 17 anni esatti da quando il campione ha vinto il primo titolo di Wimbledon. Ciascuna calzatura combina l'estetica con il comfort leggero di CloudTec. THE ROGER Centre Court dispone anche di

una struttura ultra-morbida "a calzino" e introduce una schiuma ultra leggera di ultima generazione nella suola. Ogni paio di scarpe di questa serie è numerato singolarmente ed è etico. Ma non è tutto in casa On: la società svizzera punta a una quotazione in Borsa dal valore di circa 2 miliardi di franchi, lo ha riportato l'agenzia Bloomberg.



**ENJOY LIFE,
WE CARE ABOUT YOU**

98% FILTRATION EFFICIENCY MASK WITH NEXT-TO-NOTHING FEEL

www.nov-ita.com

RIMANDATA AL 2021 LA 100KM DEL SAHARA

Nel 2020 l'epica 100km del Sahara, maratona targata Zitoway, compie 20 anni. L'emergenza Coronavirus ha costretto gli organizzatori a cancellare l'evento previsto nel 2020, rimandandolo



ad aprile 2021. I tre differenti programmi, ideati per la XX edizione e previsti per soddisfare un target molto più ampio di partecipanti, saranno mantenuti. Ognuno di essi si rivolge a una particolare tipologia di atleta, da chi pratica nordic walking ai camminatori e infine ai runner. Tutti i partecipanti possono accedere alla gara divisa in quattro tappe da 25km l'una; solo i runner invece potranno iscriversi alla 100km No Stop, oppure alla 100+100, formula che propone una doppia distanza. Durante la fase d'iscrizione, sarà indispensabile essere in possesso di un'autocertificazione di negatività al Covid-19. I trasferimenti in loco avverranno in bus a capienza ridotta sui quali i partecipanti saranno forniti di mascherina personalizzata e guanti. Anche il pernottamento, che sia in hotel o al campo, sarà idoneo alle norme di sicurezza: la tenda che fornirà l'organizzazione sarà singola e nominale e i partecipanti dovranno solo dotarsi di sacco a pelo e materassino. Gli atleti partiranno a ogni tappa con avvii scaglionati individuali ogni 30 secondi.

CONFERMATA L'ADAMELLO ULTRA TRAIL CON HOKA ONE ONE E MICO

L'appuntamento 2020 con Adamello Ultra Trail è confermato. L'organizzazione sta infatti lavorando affinché la settima edizione della gara si svolga regolarmente i giorni 25, 26 e 27 settembre, nel rispetto delle normative sanitarie vigenti. New entry



dell'evento è il brand Hoka One One, che entrerà come partner tecnico al fianco del main sponsor Mico Sport. Le giornate del 25, 26 e 27 settembre saranno a dir poco intense. I primi a partire, venerdì alle 7 dalla piazza di Vezza, saranno i concorrenti impegnati sulla 90 km (5.700 m D+). Due ore più tardi, sarà la volta degli eroi della 170 km (11.500 m D+). Il giorno successivo alle 14.00 da Monno spazio ai runner della Short Trail che ripercorreranno il tratto conclusivo delle prove lunghe sino a tagliare il traguardo di Vezza.

LA SPORTIVA LAVAREDO ULTRA TRAIL 2020: TRA REALE E VIRTUALE

Il 26 giugno 2020 si sarebbe dovuta svolgere la 14esima edizione della LUT, ma come molte altre gare è stata annullata. I sentieri de La Sportiva Lavaredo Ultra Trail si sono comunque popolati di tanti runner che hanno voluto correre tra le Dolomiti di



Cortina d'Ampezzo. Tra di loro anche 10 atleti élite che hanno percorso il tracciato della Cortina Trail (48 km con 2.600 metri di dislivello positivo) commentando la loro corsa in diretta video. Lo streaming sulla pagina Facebook della Lavaredo Ultra Trail è iniziato alle 10 di sabato mattina, quando gli atleti sono partiti da Corso Italia, ed è proseguito per tutta la giornata, grazie a una videocamera e a uno zainetto per la trasmissione indossato a turno dagli atleti, che ha permesso a migliaia di appassionati da tutto il mondo di seguire i top runner lungo tutto lo splendido percorso. Oltre a Buff, Garmin, Eolo e La Cooperativa di Cortina, presente alla gara virtuale anche il title sponsor La Sportiva che conferma la sua partnership per l'anno prossimo.

IL POKER ITALIANO DI IRONMAN



Dopo il successo di Ironman Italy Emilia-Romagna, Ironman 70.3 Italy Emilia-Romagna e Ironman 70.3 Sardegna, il circuito più blasonato del mondo della triplice mette a calendario una quarta tappa nel bel paese. Ironman Group ha annunciato che aggiungerà una quarta gara in Italia nel 2021, l'Ironman 70.3 Venice-Jesolo. La prima edizione si terrà il 2 maggio 2021 e si aggiunge ai tre eventi Ironman esistenti nella penisola. L'Ironman 70.3 Venice-Jesolo 2021 metterà a disposizione gli slot di qualificazione Ironman 70.3 World Championship 2021 che si svolgerà a St. George, Utah, USA.

NEL 2021 LA PRIMA EDIZIONE DELLA GRIGNE SKYMARATHON

La macchina organizzativa del Team Pasturo saluta la ZacUP con un arrivederci al 2022, perché per il prossimo anno offre una grande novità: la prima edizione della Skymarathon della Grigne, trofeo alla memoria di Davide Invernizzi. Dopo tanti anni ritornerà infatti lo storico "Sentiero delle Grigne, trofeo Scaccabarozzi". Percorso che ha visto erigersi a campioni grandi corridori del cielo: Mario Poletti, Fabio Meraldi, Kilian Jornet Burgada, Massimo Colombo, Fabio Bonfanti, Emanuela Brizio, Silvia Serafini, Daniela Gilardi. Appuntamento il 18 settembre 2021 per la prima edizione della Grigne Skymarathon con i suoi 42 km e (circa) 5.000 m di dislivello.



LA SALOMON RUNNING MILANO TORNA A FINE SETTEMBRE



La Salomon Running Milano è stata confermata per il prossimo 27 settembre. Con il claim "Don't Stop MI now", si tornerà a correre tra le vie di Milano nel caratteristico percorso "urban trail", e lo si farà nel pieno rispetto delle normative sanitarie in essere. Sarà la prima vera competizione running del capoluogo lombardo post Covid. La scorsa edizione ha contato oltre 4.000 iscritti, di cui 1.500 donne, con 17 regioni italiane presenti. I numeri partecipativi di questa decima edizione saranno leggermente ridotti, ma ciò che importa è che la Milano che corre riparte. Tre saranno le distanze, a oggi ancora in fase di

studio e di approvazione definitiva. E saranno più trail che mai, quasi tutto su sterrato, pochissimo asfalto, con salite e discese. Fatica e impegno per la distanza più lunga, mentre più veloce e scorrevole, ma sempre nei parchi e tra il verde, per le due distanze minori.

NASCE LA LIVIGNO ACTIVE CHALLENGE

Dal primo luglio al 30 settembre 2020 gli amanti dello sport e della competizione potranno gareggiare individualmente scegliendo tra una o più delle sei discipline proposte dalla Livigno Active Challenge. Gli amanti della corsa veloce potranno cimentarsi



nel Giro della morte, 400m in velocità, da correre lungo la pista di atletica di Aquagranda Active You!. I runner che amano percorsi lunghi potranno partecipare invece a una Stralivigno in solitaria che farà percorrere agli atleti 17 km con 400 m di dislivello. Anche i biker potranno trovare la sfida che più si addice alle loro capacità, così come i triatleti sul tracciato originale del "Livigno Triathlon Sprint", la gara più corta dell'evento ICON Xtreme Triathlon. Partecipare è semplice e gratuito: basterà studiare il percorso scelto tra gli otto proposti, armarsi di un gps e partire quando più si preferisce. La partenza e l'arrivo di ogni percorso saranno segnalati dall'apposita cartellonista che porterà il logo della Livigno Active Challenge. Una volta completata la prova scelta, ogni atleta potrà caricare i suoi dati sulla pagina della Livigno Active Challenge, indicando la disciplina scelta e inserendo il proprio tempo. Ogni mese, per ogni disciplina, verrà indicato il vincitore della categoria femminile e maschile che si aggiudicherà un massaggio sportivo presso Aquagranda Active You. Alla chiusura della challenge verranno invece proclamati i vincitori assoluti di entrambe le categorie, che saranno ospitati a Livigno per un weekend gratuito. Oltre ai premi di velocità, ogni mese verranno messi in palio cinque premi a estrazione per ogni disciplina tra cui skipass giornalieri, bikepass giornalieri e ingressi nella zona Wellness&Relax di Aquagranda Active You.

HOKA ONE ONE: 10 NEW ENTRY PER IL ROOKIE TEAM 2020



Tutti seduti ai banchi, proprio come a scuola, ad ascoltare le parole del coach Franco Collé e poi via di corsa sui sentieri dell'Adamello Ultra Trail in Alta Valle Camonica. Il Rookie Team, progetto giovani griffato Hoka One One, riparte da Vezza d'Oglio. A inizio luglio, sulle strade e i sentieri dell'Adamello, 30 giovani runner si sono ritrovati per le selezioni finali che hanno portato alla costituzione del team 2020, composto da 14 ragazzi, di cui dieci nuove leve. Giovani promettenti che saranno allenati da un coach d'eccezione come il campione Collé. Oltre ai ragazzi dello scorso anno (Alessandro Crippa, Luca Merli, Christian Lucchini e Davide Lucchini) confermati in toto, la due giorni bresciana ha permesso a Franco Collé e al suo staff di inserire dieci new entry: cinque maschi e altrettante ragazze.

FRANCO COLLÉ, NUOVO RECORD SUL MONTE ROSA



L'atleta Karpos e Hoka One One Franco Collé ha battuto il record di salita e discesa del Monte Rosa, detenuto dal 1997 da Bruno Brunod. Un sogno realizzato, per Franco, che ha fermato il cronometro a 4h30'45". L'impresa è iniziata alle 4.30 di mattina dal cuore di Gressoney la Trinité, nella Valle dei Walser (1.635 m s.l.m.), con molte incognite visto il rialzo termico degli ultimi giorni e le abbondanti nevicate della scorsa settimana. Un itinerario tosto, di quasi 31 chilometri che si snoda tra sentieri, pietraie, morene e ghiacciai fino agli oltre quattro mila metri di Capanna Margherita.

BOLLÉ ANNUNCIA L'INGRESSO DI QUATTRO TOP TRIATLETI AMERICANI

Sono quattro le new entry del team Bollé per quanto riguarda il mondo del triathlon. Tre top atleti americani: Matt Russell (Ironman), Morgan Pearson (USA Triathlon Team), Kelsey Withrow (Ironman) e Lesley Smith (Ironman). Il triathlon, perfettamente in linea con il DNA di Bollé, è un focus su cui il brand ha voluto spingere scegliendo ambassador di altissimo livello.



ph: Nate Castner

Morgan Pearson

THE FEEL GOOD MICROFIBRE
Dryarn
BY AQUAFIL



FORCETEK
SPORT

<https://forceteksport.it>

Non si può fermare la passione

Garmin ha analizzato i dati registrati dai suoi utenti in tutto il globo, dipingendo un mondo dello sport che, a dispetto delle difficoltà, resiste al virus sfruttando l'indoor per tornare più preparato all'outdoor

_ DI SERGIO VIGANÒ

L'emergenza Covid-19 nel mese di aprile ha esteso i suoi tentacoli su quasi tutti i Paesi del mondo. Una pandemia che ha fatto percepire all'umanità tutta la sua fragilità di fronte alla natura e, che forse, è stata anche in grado sotto certi punti di vista di creare una comunità più coesa e unita, meno individualista e più portata alla condivisione. Il mondo dello sport non è stato a guardare e, grazie alla sua capacità di reagire ed essere lungimirante ha trovato il modo di restare in movimento, nonostante le grosse limitazioni. Un'emergenza sanitaria che ha influenzato le abitudini della nostra vita quotidiana, e da un punto di osservazione privilegiato Garmin ha analizzato i dati di milioni di persone che in tutto il mondo hanno una passione comune: lo sport. Ecco due semplici dati che forniscono una fotografia generale. Se da una parte il numero di passi registrati in tutto il mondo è diminuito del 12%, dall'altra lo stesso numero raddoppia al 24% se inerenti a una attività di allenamento, seppur in stile "casalingo".

ANALIZZARE I DATI: I PASSI - Paragonando i dati di aprile 2020 con quelli dello stesso mese del 2019 emerge chiaramente il potere paralizzante della pandemia: le informazioni aggregate di milioni di utenti Garmin che hanno mantenuto al polso uno sportwatch, mostrano una diminuzione mondiale del 12% in passi giornalieri medi. Nella mappa sottostante si può osservare quali Paesi abbiano subito i cali più forti. Tuttavia, una precisazione è doverosa: è importante notare che è stata applicata una scala di dati fissa a tutti i Paesi del mondo. Per questo motivo, i risultati saranno ingranditi per quelli con un numero di abitanti inferiore come per esempio l'Uzbekistan rispetto agli Stati Uniti. L'Uzbekistan non è paragonabile agli Stati Uniti per numero di casi positivi, ha una riduzione percentuale maggiore perché ci sono meno persone e regole di blocco più rigide.

ANALIZZARE I DATI: GLI STEPS - Come già anticipato, l'incremento registrato degli "steps" nello scorso aprile è stato del 24% se ci focalizziamo sul profilo dell'attività fisica come disciplina allenante. I dispositivi wearable Garmin hanno oltre venti profili di attività che registrano i passi nelle varie attività, quali camminata, corsa, escursione, etc. Gli esperti del marchio americano, tuttavia, hanno notato come ad aprile gli steps effettuati attraverso questi profili hanno subito un forte calo. I numeri suggeriscono quindi un nuovo approccio globale all'attività sportiva: per compensare gli steps persi durante la quotidianità molte persone hanno iniziato a praticare sport all'interno degli ambienti domestici.

LE ATTIVITÀ CHE HANNO VISTO IL MAGGIORE AUMENTO IN CIASCUN PAESE, SE CONFRONTATO TRA APRILE 2020 E APRILE 2019 - Australiani e canadesi, a dispetto delle diverse passioni nazionali per gli sport outdoor, concordano entrambi sul fatto che camminare sia l'attività migliore durante la vita in quarantena. In Cina, Messico, Sudafrica e altri Paesi, invece, gli allenamenti con attrezzature per il fitness sono aumentati più di ogni altra attività. A livello globale, quando guardiamo a quali tipi di esercizi per l'allenamento fitness vengono eseguiti, vediamo che attività di cardio indoor sono state praticate nel 50% dei Paesi. L'anno scorso, nello stesso periodo, oltre il 50% delle attività in questa categoria erano di allenamento della forza. Ciò potrebbe suggerire un passaggio dagli allenamenti strutturati in palestra agli allenamenti di tipo "io resto a casa".

PERCENT DECREASE: TOTAL STEPS - APRIL 2020 VS. APRIL 2019 | -50% 0%



PERCENT INCREASE: STEPS FROM ACTIVITIES - APRIL 2020 VS. APRIL 2019 | 0% 50%



ACTIVITIES WITH LARGEST INCREASE APRIL 2020 VS. APRIL 2019

CYCLING INDOOR	WALKING	CYCLING OUTDOOR	FITNESS EQUIPMENT	HIKING	GOLF
RUNNING INDOOR	RUNNING OUTDOOR	YOGA	MOUNTAINEERING	WINTER SPORTS	DIVING



ACTIVITIES WITH LARGEST DECREASE APRIL 2020 VS. APRIL 2019

CYCLING INDOOR	WALKING	CYCLING OUTDOOR	FITNESS EQUIPMENT	HIKING	GOLF
RUNNING INDOOR	SWIMMING	MULTISPORT	MOUNTAINEERING	WINTER SPORTS	DIVING



► SUPERTRAC 2.0



TRACTION MATTERS

NO SHORTCUTS

La nuova SUPERTRAC 2.0 è dotata di una suola ALL TERRAIN TRACTION sviluppata con e per i nostri atleti ed offre una calzata dinamica ma allo stesso tempo confortevole. Ogni volta che la montagna chiama, SUPERTRAC 2.0 risponde presente.

Effetti del Covid-19 sulle gare

La ricerca Nielsen Sports e ENDU è volta a misurare le conseguenze dell'emergenza sanitaria sulle manifestazioni nel mondo endurance.

Analisi su consumatori, organizzatori e sponsor

— DI KAREN POZZI

L'indagine è volta ad analizzare gli esiti della pandemia sulle gare e gli eventi legati agli sport endurance limitatamente al periodo febbraio-giugno. Sono state prese in considerazione diverse variabili quali per esempio la quantificazione delle manifestazioni rinunciate, annullate o recuperabili, l'impatto economico sull'incasso delle vendite e la volontà a investire in futuro da parte delle aziende.

CONSUMER IN DIFFICOLTÀ, ALLENAMENTO A CASA (15.865 UTENTI)

Profilo socio-demografico dei consumer: 70% uomini, età media 49 anni, in prevalenza del Nord-Ovest (46%), lavoratori dipendenti (40%), reddito medio di 2.500 euro mensili.

In media l'88% degli sportivi aveva previsto di partecipare ad almeno un evento e quasi la metà (42%) è pessimista sulla possibilità di ripresa. Il restante 58% si aspetta che potrà recuperarne almeno uno. Il lockdown ha costretto i praticanti di sport endurance a rimandare l'acquisto di articoli sportivi e a ridurre la spesa per le gare che sono state annullate. Secondo la ricerca ENDU-Nielsen Sports, il danno economico derivante da questa situazione si attesta tra i 475 e 535 milioni di euro. L'impatto economico individuale relativo alla spesa media in preparazione fisica per singola gara è di 46 euro. Il 56% aveva programmato l'acquisto di articoli sportivi tra febbraio e giugno, di cui l'81% li ha rimandati.

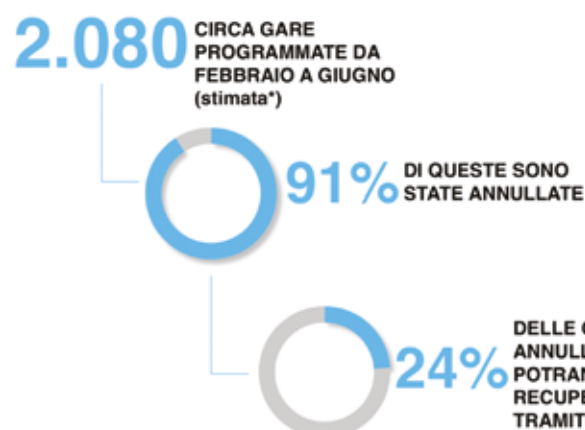
Il 56%, tuttavia, ha continuato ad allenarsi a casa e solo il 14% ha rinunciato del tutto all'attività sportiva. Una piccola percentuale dei praticanti ha completato acquisti di attrezzature per allenamento a seguito del blocco.

Un 36% dei praticanti ha percepito positivamente la comunicazione dei marchi al tempo del Covid; la predisposizione generale verso i brand è positiva, come evidenziato da una bassissima percentuale di "inutilità percepita" legata alla loro comunicazione. Il fatto che un 31% dei praticanti vorrebbe ricevere offerte per acquisti in questo periodo segna un'opportunità per poter lavorare promozionalmente anche in queste circostanze avverse. I consumer hanno manifestato predisposizione positiva - e grande disponibilità - verso nuove tipologie di canali, contenuti e interazioni, per continuare a "consumare sport" durante il lockdown. Tali nuove modalità si affermeranno come contenuti collaterali e complementari, una volta ripresa l'attività sportiva "ordinaria".

ORGANIZZATORI IN ROSSO: PERDITE FINO A 208 MLN (94 UTENTI)

Quasi la totalità delle gare sono state annullate; c'è confidenza che una su quattro potrà essere recuperata in futuro. Gli organizzatori hanno mostrato senso di responsabilità, poiché ben più della maggioranza hanno annullato le manifestazioni di propria iniziativa.

GARE ANNULLATE

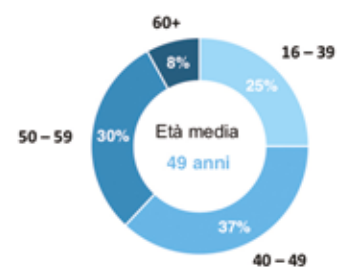


PROFILAZIONE SOCIO-DEMO COMMUNITY ENDU

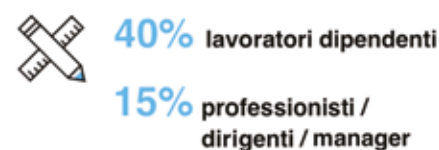
GENERE



ETÀ



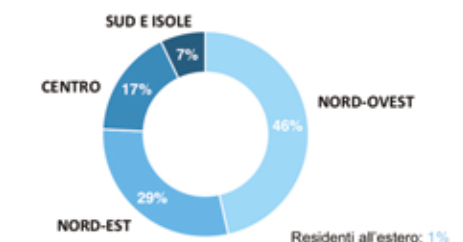
OCCUPAZIONE



REDDITO



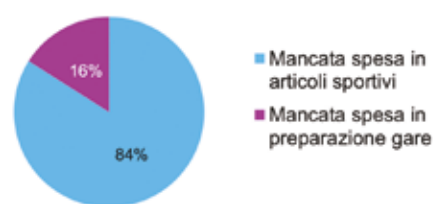
AREA GEOGRAFICA



IMPATTO ECONOMICO TOTALE

MANCATA SPESA IN ARTICOLI SPORTIVI (FEB-GIU)	MANCATA SPESA IN PREPARAZIONE ALLE GARE	TOTALE IMPATTO
400 - 450 Mln €	75 - 85 Mln €	475 - 535 Mln €

Composizione perdita

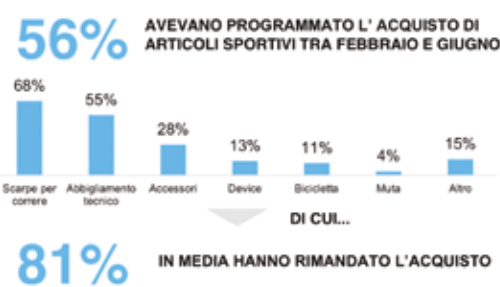


11%

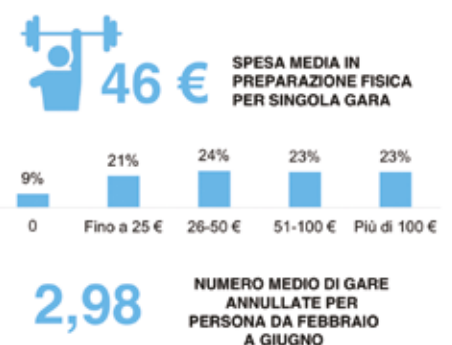
Incidenza dell'impatto del lockdown sull'indotto del settore endurance derivante dalla spesa consumer, calcolato pari a circa € 4,5 miliardi*

IMPATTO ECONOMICO INDIVIDUALE

ACQUISTO ARTICOLI SPORTIVI



PREPARAZIONE ALLE GARE

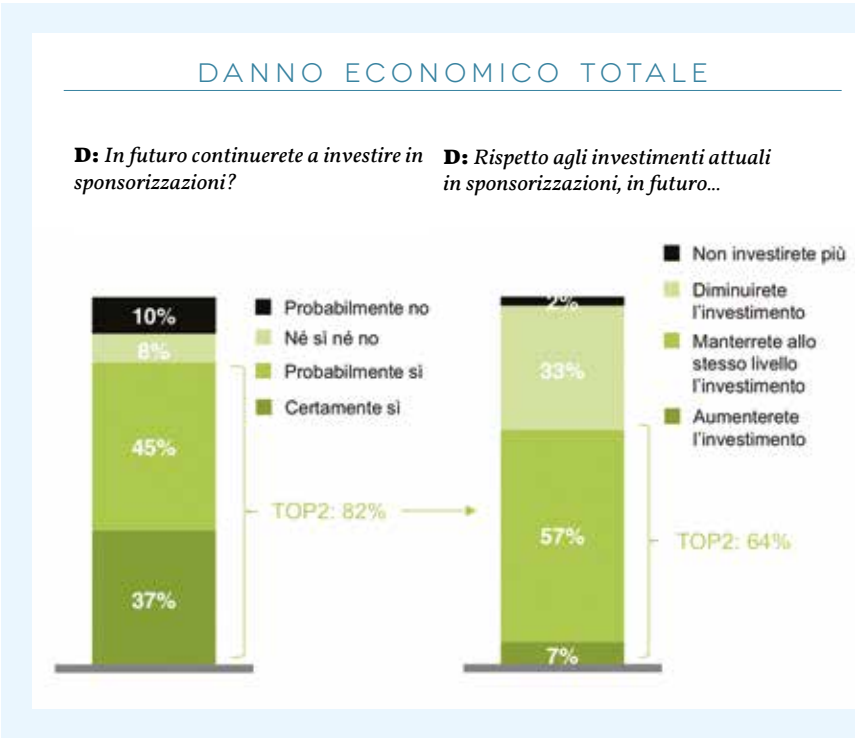


Si evince una stima del danno economico tra i 176 e 208 milioni di euro. La maggior parte deriva da introiti relativi a sponsor e turismo, con le categorie hotel e finanziamenti politici a soffrire di più. Da comuni e regioni, in ogni caso, si aspettano interventi con contributi e finanziamenti diretti verso gli eventi. Gli organizzatori hanno bisogno del sostegno e supporto dal settore pubblico non

solo per resistere all'impatto del lockdown, ma anche per investire in formati e soluzioni innovative per i loro eventi, al fine di minimizzare la perdita nel breve e medio periodo. Il 58% degli organizzatori è a conoscenza della possibilità di allestire gare in modo virtuale. Tuttavia, solo l'8% è intenzionato a percorrere questa strada. Un ulteriore 23% dimostra interesse e potrebbe essere motivato da ulteriori informazioni. Il restante 68% dichiara di non essere proprio interessato: sono coloro i quali è necessario sicuramente un maggiore sforzo in informazione.

SPONSOR OTTIMISTI PER IL FUTURO (51 BRAND)

Circa quattro brand su cinque valutano come determinante l'impatto del blocco delle attività sportive sul proprio marketing. Solo un 36% confida di riuscire a recuperare in maniera sufficiente le attività programmate. Il 78% dei brand sponsor aveva programmato attività che poi sono state rimandate o annullate a causa del Covid-19. Di questi solo un terzo riuscirà a recuperare le attività in maniera soddisfacente. Sul futuro, però, prevale un generale ottimismo: oltre l'80% dei brand continuerà a sponsorizzare e ben oltre la metà investiranno più o alla pari del passato, soprattutto in comunicazione (47%) per mantenere l'engagement con i fan.



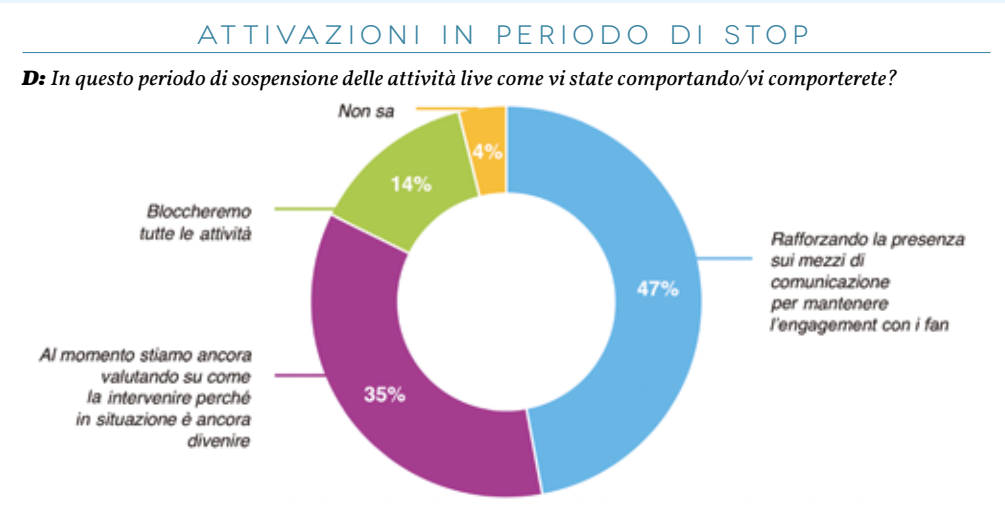
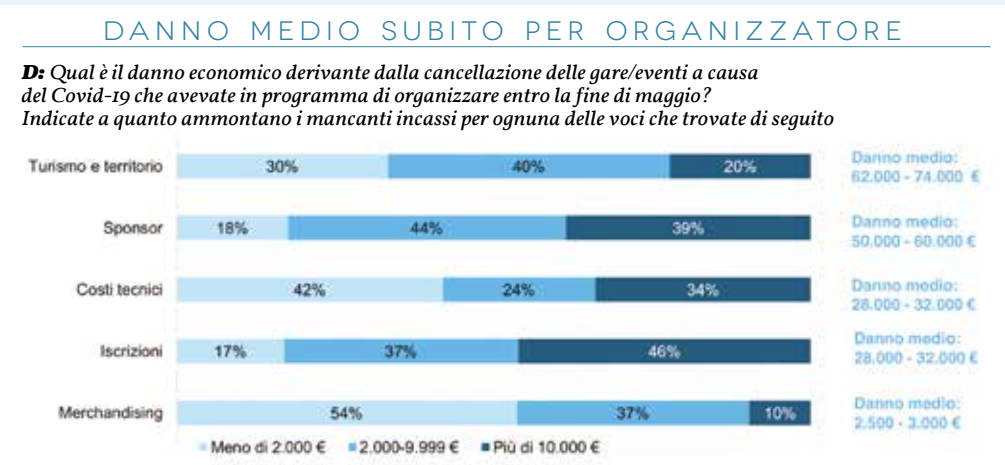
Quasi la metà dei brand ha compensato il ritorno di visibilità delle sponsorizzazioni tramite investimenti in comunicazione. La restante metà non è riuscita a intervenire tempestivamente. Un 35% sta ancora valutando come intervenire. I social sono il canale più utilizzato per recuperare il ritorno di visibilità e rimanere in contatto con il target, sia aumentando il numero di post che creando eventi dedicati. Infine, la totalità dei brand sa della possibilità di organizzare competizioni sportive online e un terzo ha già svolto simili attività. Oltre il 50% intende organizzare o sponsorizzare un evento online. La maggior parte sa già anche come farlo; resta però quasi un 30% che non sa come procedere in tale senso. Lo sport, e l'endurance, rimarrà una componente strategica del loro marketing mix; sono pronti e aperti all'innovazione dei formati e dei contenuti, ma sarà importante individuare tematiche e narrative credibili e distintive.

DANNO ECONOMICO TOTALE

Circa 1,13 gare in media posticipate e non recuperate

Circa 1.560 organizzatori*

	Danno medio	Danno per organizzatore	% organizzatori subenti danno	DANNO TOTALE
TURISMO & TERRITORIO	62.000 - 74.000 €	70.000 - 84.000 €	56%	61 - 73 Min €
SPONSOR	50.000 - 60.000 €	56.000 - 68.000 €	61%	53 - 64 Min €
ISCRIZIONI	28.000 - 32.000 €	31.000 - 36.000 €	69%	34 - 39 Min €
COSTI TECNICI	28.000 - 32.000 €	31.000 - 36.000 €	53%	26 - 30 Min €
MERCHANDISING	2.500 - 3.000 €	2.800 - 3.400 €	44%	1,9 - 2,3 Min €
TOTALE	170.500 - 201.000 €	190.800 - 227.400 €		176 - 208 Min €



CONCLUSIONI

- Il danno economico derivante dalle restrizioni si attesta tra i 475 e 535 milioni di euro. Quasi la metà dei praticanti prevedono di non poter recuperare nessuna competizione a cui era iscritto
- Il 36% dei praticanti ha una predisposizione positiva verso la comunicazione dei brand in questo periodo
- Il danno economico stimato per il totale di organizzatori di eventi endurance in Italia ammonta tra i 176 e 208 milioni di euro. La maggior parte deriva da introiti sponsor, turismo & territorio (in particolare hotel e finanziamenti pubblici)
- Si richiede sostegno soprattutto agli enti locali tramite contributi e finanziamenti diretti agli eventi, il rimborso di spese già sostenute, la

- concessione gratuita (o agevolata) dell'utilizzo del suolo pubblico
- Solo l'8% sta prendendo in considerazione di organizzare versioni virtuali dei loro eventi; un ulteriore 23% manifesta il bisogno di maggiore informazione e supporto
- L'82% valuta come elevato o molto elevato l'impatto del blocco sulle loro iniziative di marketing
- Oltre l'80% dei brand continuerà a sponsorizzare l'endurance, e ben oltre la metà investiranno più o almeno la medesima entità che in passato
- Un terzo degli sponsor intervistati ha già dimestichezza con eventi in versione virtuale, e circa la metà ha intenzione di organizzarli e/o sponsorizzarli in futuro

Dalle crisi spesso nascono le migliori opportunità

Il 29 maggio di ogni anno, ASICS celebra Kihachiro Onitsuka che fondò l'azienda in un momento di crisi proprio come quello attuale. Ne abbiamo parlato con Gary Raucher, ASICS executive vice president category, EMEA

— DI MANUELA BARBIERI E CRISTINA TURINI

Il 29 maggio per ASICS è un giorno speciale. In questa data si celebra il "Fouder's Day", ossia la vita del suo iconico fondatore - mister Kihachiro Onitsuka - e i valori di cui il marchio ancora oggi si fa portavoce attivo. Ne abbiamo parlato, in una videocall, con Gary Raucher che, in qualità di ASICS executive vice president category, EMEA - ha il compito e la responsabilità di preservare la filosofia fondante del brand, ben espressa nel concetto "Anima Sana In Corpore Sano" o "A Sound Mind in a Sound Body".

Quali sono i valori principali su cui Mr. Kihachiro Onitsuka, oltre 70 anni fa, ha fondato l'azienda? E perché oggi sono così attuali?

ASICS, non tutti lo sanno, è l'acronimo di Anima Sana In Corpore Sano. Il nome, già nel suo significato, contiene il principio guida su cui Mr. Onitsuka fondò nel 1949, ossia oltre 70 anni fa, la sua azienda in Giappone. La sua ambizione, in piena crisi post seconda guerra mondiale, era quella di portare un po' di speranza e ottimismo nei giovani, migliorandone, attraverso lo sport, sia la salute fisica che quella mentale. Obiettivo che in un momento di crisi come quello attuale, assume ancor più rilevanza. La storia di ASICS ci insegna infatti che spesso le grandi opportunità nascono proprio nei periodi di difficoltà, come quello che stiamo vivendo ora. E attraverso il movimento e lo sport, le persone possono migliorare anche il proprio benessere mentale.

Realizzare prodotti in grado di migliorare le prestazioni in perfetta armonia tra anima e corpo: in che modo ASICS ci riesce?

Ogni nostro prodotto è sviluppato all'Institute of Sports Science a Kobe in Giappone, dove i ricercatori spendono molto tempo ad analizzare come le persone si muovono e cosa i consumatori si aspettano dai nostri prodotti. Sia dal punto di vista della tecnologia, per migliorare la propria performance, che della protezione dagli infortuni. Siamo un marchio sportivo, ci piace vincere, ma non vogliamo farlo a tutti i costi perché siamo un "caregiver brand", ossia puntiamo a migliorare la vita degli sportivi. Ci prendiamo cura delle persone, concentrandoci tanto sul loro benessere mentale quanto su quello fisico.

Quanto conta l'eredità di un brand nello sviluppo di prodotti di successo? E quanto conta rimanere ancorati alle proprie origini e valori?

Bisogna essere innovativi nel rispetto della tradizione. Mi piace dire che "The strongest brands find their fruits in their roots" (in italiano, "i brand più forti trovano i propri frutti nelle proprie radici"). Un brand ha sempre bisogno di guardarsi indietro per comprendere le proprie origini. Conoscere e capire la propria storia è alla base di ogni scelta, serve a guidare ogni decisione. Perfino il consumatore oggi vuole sapere, oltre a cosa fa un'azienda, anche perché esiste e la ragione per la quale è stata fondata. È la propria identità che permette a un brand di differenziarsi dai competitor e dare ai consumatori una ragione per preferirlo ad altri e sceglierlo.



GARY
RAUCHER

Con quasi 25 anni di esperienza, Gary Raucher è riconosciuto come un vero e proprio punto di riferimento nella gestione di marchi globali. Prima di entrare in ASICS, a marzo 2019, ha cofondato una società di consulenza strategica. Prima ancora invece ha ricoperto il ruolo di global head of marketing in TomTom e di global head of brand and communications in Philips.

Come ha reagito ASICS all'emergenza Coronavirus e quale impatto ha avuto sulla vostra attività?

ASICS ha lavorato a stretto contatto con i suoi partner retail per aiutarli e per trovare il modo di diventare insieme ancora più forti. Abbiamo aggiustato i termini di pagamento e il timing di lancio dei nuovi prodotti e offerto un servizio di dropshipping a nostre spese per consegnare i prodotti direttamente a casa del consumatore. Durante i mesi più critici della pandemia, la situazione cambiava di settimana in settimana, così come da categoria a categoria, e ovviamente da paese a paese. Basti pensare che, mentre in alcuni posti uscire a fare esercizio fisico era consentito, in altri era assolutamente vietato. In quest'ottica, ASICS ha attivato anche dei programmi online per aiutare la gente ad allenarsi e rimanere in forma a casa.

Quali sono le diverse reazioni riscontrate nei vostri mercati/Paesi di riferimento?

Sicuramente nei paesi del nord Europa l'impatto è stato meno negativo perché era consentito uscire a fare sport. Con le restrizioni relative agli sport di gruppo, molte persone poi hanno iniziato a correre. Possiamo distinguere due gruppi di "nuovi runner": le persone che non potendo più fare attività come il fitness e lo yoga hanno iniziato a correre e

quelle che, durante il lockdown, hanno realizzato quanto sia importante prendersi cura del proprio corpo, sia dal punto di vista fisico che mentale. Il ruolo di ASICS è stato quello di aiutarli a comprendere l'importanza del benessere della corsa.

Quale, secondo voi, sarà il futuro del running e dello sport in generale?

Siamo molti ottimisti perché molte più persone, durante questa pandemia, hanno iniziato a correre. E sono convinto che l'interesse nei confronti di questo sport continuerà anche dopo questo periodo di crisi. Il running è uno sport che, quando la gente scopre e ne prova i benefici, anche mentali, non abbandona. Anche quando le palestre riapriranno con misure meno restrittive, non è detto che le persone si sentiranno a proprio agio nel frequentarle. Continueranno invece a correre perché la corsa è uno sport che si può tranquillamente praticare da soli, ma anche in compagnia mantenendo la distanza di sicurezza. Dal mio accento capirete che sono americano. Mi ricordo ancora quando ho comprato il mio primo paio di scarpe in un negozio specializzato di New York. È stata una delle scelte migliori della mia vita. Credo per questo che sia molto importante per i brand trasmettere ai consumatori la vera importanza del running, sia dal punto di vista fisico che mentale.

Quali aspetti negativi e quali invece positivi ci lascerà questa pandemia?

La gente parla di "new normal". Io penso che tra gli aspetti negativi ci sarà il cambiamento delle nostre abitudini, come stringerci la mano e baciarci, e dell'interazione con gli esseri umani. Adesso quando andiamo a correre entriamo meno in contatto l'un con l'altro. Banalmente guardiamo dall'altra parte per non respirare nella stessa direzione. L'aspetto positivo è invece questo nuovo interesse nell'attività fisica, in particolare nel running. Dal punto di vista del brand penso che questa crisi debba essere sfruttata come un'occasione per tornare alle origini e guardarsi indietro.

Al centro pagina,
Mr. Kihachiro Onitsuka,
fondatore di ASICS



REW@OLUTION

THE NEW GENERATION OF ACTIVEWEAR



100%NATURAL
100%SUSTAINABLE
100%PERFORMANCE

Una sfida (doppiamente) vinta

Difficoltà aggiuntive per concludere i lavori durante l'emergenza Covid-19 e festa di inaugurazione rimandata.

Ma nonostante tutto, l'obiettivo è stato centrato: lo scorso 30 maggio a Torino è stato inaugurato il primo monomarca europeo di Mizuno. La parola al marketing manager Andrea Leo

_ DI MANUELA BARBIERI

Il primo negozio monomarca europeo di Mizuno ha aperto ufficialmente le porte al pubblico sabato 30 maggio a Torino. Una nuova apertura che ha il sapore della rinascita e della riscoperta, all'insegna del motto del brand "Reach Beyond" che significa "andare oltre". Ossia porsi continuamente nuove sfide, superare le aspettative, non arrendersi mai e perseguire i propri obiettivi sempre con tenacia. Ne abbiamo parlato con Andrea Leo, marketing manager di Mizuno Italia.

Cosa ha spinto Mizuno ad aprire il suo primo monomarca europeo a Torino? E quali aspetti hanno influito sulla scelta della location?

Mizuno è storicamente insediata nel torinese da oltre 30 anni. Prima con la distribuzione del brand da parte della famiglia Altissimo, produttrice delle famose racchette da tennis Alto; poi con l'apertura della filiale diretta Mizuno Italia con Oliver Strenghetto come general manager. Torino è stata inoltre la sede dei Giochi Olimpici Invernali 2006, ha una vocazione sportiva con due importanti squadre di calcio e poi ora ha anche una stella come Ronaldo. Mizuno, negli anni, è cresciuta e l'Italia, rappresentando la country numero uno in Europa per business e vendite, ha pensato a questa apertura come a un'evoluzione quasi naturale, oltre che strategica, del temporary store Mizuno aperto nel 2006 che poi, viste le buone performance di vendita, ha continuato a vivere anche negli anni successivi. Il nuovo store è nel cuore del salotto dello shopping torinese, in una struttura storica con un design che ha reso questo angolo della città decisamente internazionale. Noi di Mizuno ci abbiamo integrato il mood minimalista, pulito e cristallino, tipico del Giappone, con forti richiami alla cultura orientale del Sol Levante. Klizia Miletto del dipartimento marketing di Mizuno Italia ha seguito il progetto dall'inizio alla fine in diretto contatto con il board Italia, Mizuno EMEA e Mizuno Giappone. Ottenendo il fantastico risultato che per ora vedete nelle foto.

Quanti monomarca ci sono in Asia e in generale fuori dall'Europa? Sono programmate per il futuro anche altre aperture europee?

Attualmente esiste un solo monomarca a Osaka, città natale di Mizuno. L'obiettivo dell'Italia è quello di aprire altri store, così come in Europa e successivamente negli altri continenti.

Qual è stata la reazione del pubblico durante il weekend e i primi giorni di apertura e avete dei target di vendita e ingressi per quest'anno?

Nei giorni precedenti l'inaugurazione, abbiamo spinto molto con la comunicazione locale. L'apertura non è stata un azzardo. Abbiamo iniziato i lavori in autunno e dovevamo aprire lo store ad aprile con un grande evento. Ma il lockdown, purtroppo, ci ha costretti a rimandare tutto. L'apertura al pubblico è stata grandiosa. Il sindaco della città è venuto da noi per farci visita e ha acquistato scarpe Mizuno per la propria famiglia, in un mood sereno e informale. In quest'ottica, auguriamo che questa apertura sia anche una buona

spinta emotiva per la città di Torino che esce da un momento buio. Vedere clienti felici correre e fare sport con le nostre scarpe ai piedi è la soddisfazione più grande.

Aprire un monomarca in un momento storico così delicato per l'Italia e il resto del mondo cosa ha comportato e che significato ha per voi?

Aziendalmente è stata una sfida enorme, sotto tutti i punti di vista. Siamo passati dalla staticità fisica e mentale del lockdown alla fase operativa, in cui, durante i lavori di allestimento, ci siamo ritrovati nuovamente insieme rispettando rigorosamente le regole dettate dal Governo e con tutte le limitazioni del caso per tutelarci. Come già detto, avevamo in programma una grande festa in primis con i nostri colleghi italiani, europei e giapponesi che ovviamente abbiamo dovuto annullare. Ma mai come in questo periodo,

così delicato e concitato, il nostro motto "Reach Beyond" è stata la nostra ispirazione.

A proposito di emergenza Coronavirus, come ha reagito la casa madre e come state gestendo questo momento a livello aziendale?

Come si dice: "The show must go on", e oggi, in questa fase 3, sembra quasi non sia successo nulla. In realtà, i mesi scorsi sono stati duri e intensi. La tutela dei dipendenti è stata la priorità per l'azienda che ha gestito attivando lo smartworking. Per la parte digital e social abbiamo fatto degli investimenti con focus non sui prodotti ma sulla community, per ispirare rivenditori e consumatori. Ora tutto sembra essere ripartito con entusiasmo. La gente ha voglia di stare all'aria aperta, di camminare, correre, e vivere esperienze a contatto con la natura. E noi siamo felici di farli felici.

Pensate che lo sport possa davvero diventare uno dei settori trainanti della ripartenza?

Absolutamente sì. Mai come oggi c'è voglia di stare all'aria aperta, di sorridere di cose semplici e di vivere esperienze in ambienti nuovi come boschi, montagne e sentieri, per godere del bello della natura. Anche i puristi del running stanno apprezzando un mood "meno race e più fitness". Stiamo aspettando anche l'apertura di tutti gli sport di spogliatoio e di squadra dove attualmente il business è rallentato. Mi viene da dire che lo sport, mai come ora, ci aiuterà a essere persone migliori.

I consumatori quali linee troveranno all'interno del monomarca? Le prossime collezioni usciranno come previsto o ci saranno delle modifiche in fatto di modelli e tempistiche per via dell'emergenza Coronavirus?

Lo store è assolutamente trasversale. Andiamo dal corner della linea sneaker e sportstyle, a quello del tennis, del judo, della corsa e del nuovo trend del trail running sino alla grande novità del golf. Usciremo regolarmente con una nuova tecnologia sotto embargo



Al centro, Andrea Leo, marketing manager, insieme a Klizia Miletto, sport marketing Mizuno Italia

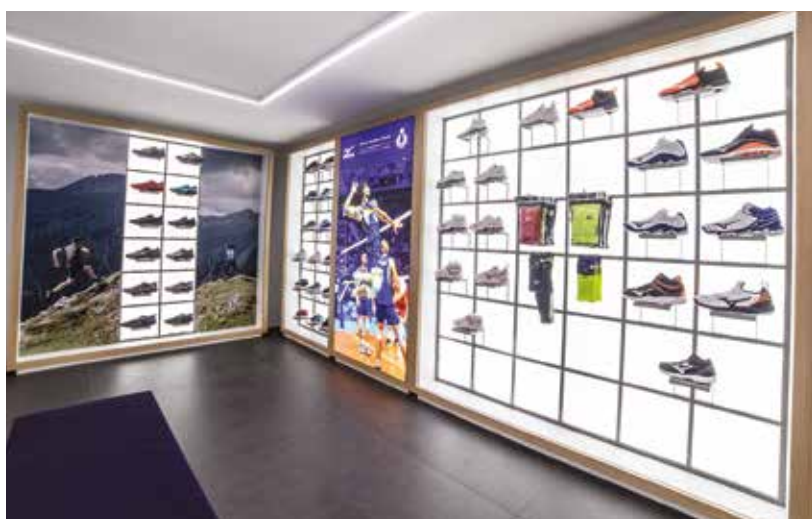
Sotto, il corner dedicato al running





A destra, una panoramica interna del monomarca Mizuno

Nelle altre immagini, i corner dedicati a tennis, pallavolo, golfe, in basso, sportstyle



fino a luglio, oltre alla collezione AW20 che consegneremo presso i nostri clienti e il nostro store con una posticipazione per permettere di vendere ancora la collezione SS20.

Per quanto riguarda la parte sport, tra le grandi novità c'è appunto l'inserimento della linea golf, una delle discipline storiche trattate da Mizuno fin dalla sua fondazione. A cosa è dovuta questa scelta e che tipo di mercato è quello del golf?

Una sfida e un'opportunità. Il golf a Torino ha una tradizione e una cultura molto importanti con circoli famosi e atleti forti. Mizuno poi nel golf è riconosciuto come un top brand e l'entusiasmo dei clienti lo conferma. La scelta di inserire il golf nello store è stata una decisione strategica condivisa con EMEA e la direzione Mizuno Italia. Nel corner in store abbiamo uno specialista dedicato con un'area fitting per la scelta ideale dei propri attrezzi.

Tra le attività sportive che non coprite ce ne è qualcuna che state pensando di integrare in un futuro prossimo?

Mizuno è un brand totale. In Giappone esistono linee prodotti che a volte non collimano con le esigenze occidentali ed europee. Mizuno è nata nel 1906 con attrezzatura sportiva, poi con le calzature. Abbiamo già delle idee in mente per sviluppare altre opportunità di business per la rete vendita Mizuno in Italia. Lo store di Torino po-

trebbe essere il luogo giusto per sperimentare queste opportunità.

Per quanto riguarda invece la linea lifestyle, quali le ispirazioni e quale la vostra nuova strategia in questo segmento, tra sneakers pure e settore footwear più mainstream?

La linea sportstyle è una buona opportunità. Stiamo definendo nuove strategie di comunicazione per raccontare la storicità del brand con il mood giapponese. Il nostro obiettivo è introdurre sempre di più nel mercato questa proposta. Ovviamente è un settore estremamente dinamico con numerosi competitor, ma la nostra mission è quella di declinare la reputazione del mondo running su queste linee prodotti ampliando il target di clientela da verticale-core a mainstream. Nello store di Torino, solo in quattro giorni, le vendite dei prodotti sportstyle hanno portato a dei buoni risultati con un target di clientela diversa dal mondo dello sport performance. Questa contaminazione sembra stia funzionando.

Il successo delle linee sport vi dà benefici in termini di awareness anche sul lifestyle o è ininfluente?

Direi di sì. La reputazione del brand nel mercato performance ci permette di avere una penetrazione anche in questo settore che non è prettamente nel dna di Mizuno. Mai come ora però il mondo sport performance si sta declinando in quello lifestyle passando per quello outdoor. Le contaminazioni oggi sono all'ordine del giorno, mantenendo comunque la propria brand identity, ma con stili diversi. Basti pensare che i loghi utilizzati per lo sportstyle e performance sono diversi appositamente.

L'apertura del monomarca che obiettivo si pone rispetto alla propria community di riferimento e con quali canali lo promuoverete?

Questo store sarà un buon test per la parte di supporto retail marketing. Tutte le attività marketing saranno improntate su O+O tra online e offline. A partire dalla gestione dei nostri canali social che parleranno dello store, sino a clinic con clienti, experience con consumer, lancio nuovi prodotti e tecnologie, presenza di specialisti per consulenza, giornate con atleti Mizuno Italia e altre attività strategiche di gestione. I social ovviamente sono il canale più diretto con i nostri consumatori con cui interagiamo quotidianamente e che ci piace chiamare "amici di Mizuno".





Dall'alto, a sinistra, Benedetto Sironi, Antonio Irmici e Michele Cecotti

Al centro, Franco Marangoni, Giuseppe Aiello e Angelo Ceruti

Sotto, Gianfranco Balzano e Alberto Bortolotti

L'Italia che ricomincia a correre

È questo il messaggio emerso nel quarto webinar organizzato da Sport Press con sette autorevoli esponenti del mondo running italiano

— DI ERIKA POZZI

“**R**ischi e (nuove) opportunità per il mercato e gli specializzati. Running shop a confronto”. Questo il titolo del quarto appuntamento del ciclo “La sfida della ripresa”. Tavole rotonde digitali organizzate da Sport Press, con l'obiettivo di creare un luogo in cui poter condividere punti di vista, approcci e metodologie nella ripartenza post-lockdown. Il focus di questa quarta puntata, moderata come sempre

da Benedetto Sironi - direttore editoriale di Sport Press - è il mondo del running. Protagonisti sette dei più autorevoli retailer italiani: **Alberto Bortolotti** - 3'30 Running Store (Sassuolo - MO), **Michele Cecotti** - Affari & Sport (Villasanta - MB), **Antonio Irmici** - iRun (Vicenza), **Angelo Ceruti** - Koala Sport (Milano), **Gianfranco Balzano** - LBM (Roma), **Giuseppe Aiello** - Sport ON (Catania), **Franco Marangoni** - Un Sesto Acca (Cazzago - VE).

RIPARTENZA: NUOVE OPPORTUNITÀ PER IL MONDO DEL RUNNING

Il bilancio, a due mesi dalla riapertura, non può che essere positivo. Gli italiani hanno riscoperto il piacere di correre dopo un periodo di stop forzato, complici forse le pizze homemade e i chili in più. Questo sport sta vivendo una nuova fioritura e una ripartenza più veloce e decisa rispetto ad altri settori.

“Affronteremo la vita a muso duro, con un piede nel passato e lo sguardo dritto e aperto nel futuro”, questa frase di Pierangelo Bertoli è stato il messaggio di positività che **Alberto Bortolotti** di 3'30 Running Store ha voluto lanciare durante il periodo di lockdown. **“Per affrontare ogni giorno un mestiere di per sé già delicato ci vuole grinta e ce ne vuole ancora di più in un periodo come questo. Dopo ben 68 giorni di chiusura totale, bisogna trovare nuove risorse, inventare nuovi canali e diverse strategie per la nostra realtà”**. Emergono nuove sfaccettature di questo mestiere con cui i retailer sono costretti a dover fare i conti. Affiorano nuovi scenari inaspettati, mai presi in considerazione prima, che stupiscono e obbligano gli operatori del settore a rimettersi in gioco, riconsiderando quei riferimenti sempre stati saldi.

Il periodo di chiusura totale ha fatto sì venisse alla luce un nuovo target di utenti, latente sino a oggi, che desidera affidarsi ai professionisti del mondo running per sfruttarne le competenze e mettere a punto il personale setting. **“Possiamo tracciare un profilo**

di questi nuovi utenti. Abbiamo avuto un importante afflusso di over 50 e con un peso importante che si sono avvicinati al mondo running per un'esigenza fisica e medica. Oggi possiamo dire che molta gente ha dato fiducia al negozio tecnico e vicino a casa: questo è un aspetto importantissimo”, ci racconta **Michele Cecotti** di Affari & Sport.

Un target che si amplia ancor di più e che stupisce **Antonio Irmici** di iRun: **“Ragazzi tra i 13 e i 20 anni che, ispirati dai genitori già runner abituali, sono stati attirati e invogliati a provare a correre, appassionandosi a questo sport. Credo che il futuro del running siano proprio i più giovani”**.

Aumenta del 40% l'afflusso di una clientela neofita per LBM di **Gianfranco Balzano**. Il 25% di questi nuovi utenti sono camminatori con un'età media di circa 40 anni che scelgono delle scarpe ad hoc, e una buona metà sono donne.

Giuseppe Aiello di Sport ON riporta invece una crescita del 70% delle vendite rispetto a maggio 2019. Si allinea con il suo collega di Vicenza riscontrando, oltre a un incremento di giovanissimi utenti, anche di moltissime mamme e mogli incentivate dai loro compagni a iniziare a correre, e di persone che hanno patologie legate al peso.

RISCHI E PROBLEMATICHE POST-LOCKDOWN

La seconda grande tematica affrontata in questa tavola rotonda sono i rischi e i problemi che i retailer sono stati chiamati ad affrontare sia nel periodo di lockdown che durante la riapertura. Il mondo dell'e-commerce costituisce senza dubbio un problema non indifferente che ricorre da tempo nella quotidianità dei commercianti, a causa del continuo ribasso dei prezzi che si è fortemente acuito durante la chiusura delle attività commerciali.

La risposta a questo trend di **Alberto Bortolotti** è semplice: vendite a domicilio. Per il team di 3'30 Running Store è fondamentale avere un contatto diretto con il cliente, mantenendo con tutti gli utenti un filo diretto così da poter mettere a disposizione, oltre ai prodotti, anche la propria competenza.

“Per quanto riguarda i prezzi non possiamo scendere troppo. La nostra forza non è il prezzo vantaggioso ma la nostra preparazione. Noi vendiamo consigli e siamo competenti, ci mettiamo la faccia. I clienti devono potersi affidare al proprio venditore che diventa un punto di riferimento”.

Anche **Franco Marangoni** affronta la spinosa questione dell'e-commerce. Un Sesto Acca punta tutto sul rapporto personale con il cliente che passa solo attraverso il dialogo, il confronto e l'analisi del piede, un servizio specifico offerto dal negozio.

“Il cliente che va sul web per comprare scarpe a prezzi stracciati lo fa solo per una questione di prezzo, vuole spendere meno”, sono queste le sue parole. Nonostante questa netta presa di posizione, anche il negozio sito nella provincia di Venezia si sta attrezzando per creare

un e-commerce, che vuole essere un supporto rivolto esclusivamente alla propria clientela.

Il lockdown si è invece rivelato un periodo favorevole per **Gianfranco Balzano** che lo ha portato a sviluppare una nuova e inaspettata passione per i social e il mondo digital: **“La comunicazione è fondamentale e ci è mancata molto, ecco cosa mi ha stimolato. Abbiamo rifatto il sito e ripensato a nuove strategie per lanciare i prodotti”,** commenta Gianfranco. Secondo il retailer laziale, le aziende sono diventate dei veri e propri concorrenti che cercano di ingaggiare direttamente il pubblico vendendo i prodotti sottocosto, e senza tutelare i negozi fisici, concreti punti di riferimento sul territorio per i runner.

Sport ON, punto di riferimento per i runner siculi, sfrutta il proprio e-commerce come una sorta di vetrina, in quanto le vendite online in realtà non incidono sul proprio bilancio. **“Noi puntiamo al contatto con la gente. Il nostro obiettivo è creare una vera e propria esperienza di acquisto che passi dal test biomeccanico, dai libri di sport consultabili in negozio, dal caffè preso con il cliente durante una chiacchierata, o dal semplice consiglio. Questo è il metodo di lavoro che ci piace, che non può essere traslato su una piattaforma online”,** racconta **Giuseppe Aiello**. E continua: **“Vogliamo aumentare le rendite del negozio creando un servizio che da altre parti non esiste”.** Un ruolo chiave lo hanno invece i social che sono sfruttati da alcuni negozianti, sia per richiamare clientela in negozio che per effettuare sondaggi tramite le storie di Instagram, fondamentali per capire i trend di mercato e cosa i clienti preferiscono.



Al Qr Code la tavola
rotonda online
dello scorso 13 luglio

E LE AZIENDE?

Un'altra problematica sottoposta agli ospiti della tavola rotonda ha riguardato l'importanza della specializzazione sia nei confronti del consumatore che delle aziende.

Michele Cecotti di Affari & Sport sottolinea quanto gli italiani nella ripresa post Covid abbiano lanciato un segnale molto più che positivo, ricercando la professionalità dei commercianti e dei negozi specializzati.

“Per quanto riguarda le aziende invece ho una sensazione diversa: la specializzazione dei negozi inizialmente sembrerebbe avere un valore, nel concreto poi tutto questo impatta in maniera relativa”.

Antonio Irmici pone invece l'attenzione su quanto le aziende stesse si siano dimostrate vicine e partecipi nell'aiutare i negozianti, sia durante il lockdown che in questo periodo di ripresa e di campagna vendite. Sono proprio i retailer che devono acquistare in modo intelligente, cercando di intuire quali saranno i rallentamenti e i cali di tendenze che potranno avvenire nella stagione autunnale e poi invernale, soprattutto in assenza delle competizioni nazionali e internazionali.

Angelo Ceruti si concentra invece su come la didattica del running possa dare continuità e consistenza alla domanda giovanile:

“La clientela di Koala Sport, composta da consumatori di tutte le età, spesso necessita di informazioni specifiche e mirate. Ecco perché le aziende, in questo senso, dovrebbero lasciare più libertà di scelta ai negozianti nell'acquisto dei modelli durante le campagne vendite. Noi retailer abbiamo una reale e concreta idea di ciò che vende il negozio, e forse sono proprio le aziende che dovrebbero gestire meglio le loro produzioni. Il venditore sa benissimo cosa comprare e di conseguenza di cosa ha bisogno il proprio cliente”, ecco le sue parole.

NUOVE STRATEGIE DI PROMOZIONE

Tutte le manifestazioni organizzate in vista delle campagne vendite, per la presentazione dei nuovi prodotti delle aziende, sono state cancellate. Ecco che quindi i negozianti hanno dovuto mettere a punto innovative e originali strategie di promozione, facendo scoprire direttamente agli utenti i modelli 2020 entrati sul mercato in questo momento: c'è chi fa provare i nuovi prodotti, collaborando con società sportive locali o con le aziende, durante sessioni di allenamento organizzate seguendo le recenti disposizioni per il distanziamento; c'è chi struttura gli stessi allenamenti suddividendo e pianificando i gruppi secondo orari ed andature diverse; chi, puntando sulla comunicazione immediata e senza filtri dei social, racconta le proprie emozioni e coinvolge nuovi utenti; chi rinnova il sito web conferendogli una maggiore freschezza e dinamismo; o chi sceglie di puntare su una nicchia ancor più circoscritta di utenti per allargare il proprio ramo d'azione.

Ciò che si riscontra da questa preziosa chiacchierata è senza dubbio l'entusiasmo e il desiderio dei retailer di fare il massimo affinché il running possa continuare a registrare gli stessi numeri, ampiamente positivi, di questi due mesi. C'è la voglia di stupire i nuovi utenti accompagnandoli, passo dopo passo, nella scoperta di un mondo portatore di benessere.

Tre secoli, due millenni e una pandemia

Oltre 120 anni di storia e una nuova sfida da affrontare. Ecco come il circolo Canottieri Olona 1894 di Milano ha riaperto, dopo il lockdown, le porte del suo storico club

_ DI MANUELA BARBIERI

Alle 6.45 del primo giugno, Canottieri Olona 1894 ha riaperto le porte del suo club affacciato sulle sponde del Naviglio Grande di Milano. E lo ha fatto dopo tre lunghi mesi di sosta forzata con conseguente blocco dei ricavi e perdita di marginalità. Sanificazione, ingressi programmati attraverso una nuova app, distanziamento sociale e contingentamento delle iscrizioni sono le nuove disposizioni a cui Canottieri Olona 1894 si è dovuta allineare per riaprire in sicurezza e accogliere di nuovo i propri soci. Sui quali, in questa delicata fase post lockdown, dirigenza e staff del club stanno concentrando tutta l'attenzione.

ATTIVITÀ SPORTIVE

Grazie all'ampiezza dei suoi spazi e alla riconversione di alcune aree, Canottieri Olona 1894 è riuscita a riorganizzare le varie attività sportive senza ridurre la capienza dei vari settori. La palestra, suddivisa in due zone area cardio/attrezzi e corpo libero, accoglie contemporaneamente quasi 50 persone per turno, osservando inoltre un orario allungato. Nei giorni feriali rimane aperta fino alle 23, mentre nel weekend dalle 8 alle 21. Nelle sette corsie della piscina coperta di 25 metri, possono liberamente nuotare più di 30 persone per slot orario. Inoltre, in vari momenti della giornata, si tengono sessioni di yoga, pilates e perfino di rowing sui terrazzi al primo piano. Spogliatoi e docce sono a pieno regime, così come il solarium, nel rispetto ovviamente delle regole di distanziamento previste dalle autorità. La piscina esterna può accogliere invece non più di 10 persone.



APP MYOLONA 1894

Anticipando un investimento programmato per il 2021, Canottieri Olona 1894, per regolare la fruizione di alcuni spazi come piscina, palestra e solarium, ha sviluppato l'app dedicata MyOlona 1894 attraverso cui è possibile prenotare il proprio ingresso e il posto ai corsi disponibili nel palinsesto giornaliero. L'adozione dell'applicazione garantisce più sicurezza personale, certezza della fruizione, assistenza personalizzata e maggiore "esclusività" degli spazi.



SUMMER CAMP 2020

Il 15 giugno, nel rispetto di tutte le prescrizioni in tema di sicurezza e tutela della salute, è partito con successo anche il Summer Camp 2020 per i bambini dai sei ai 13 anni. I gruppi sono stati organizzati con un massimo di sette bambini per ogni istruttore, come previsto dalle linee guida per i centri estivi emanate dalle autorità competenti. E per lo svolgimento della pratica ludico-sportiva si sta privilegiando l'utilizzo dei numerosi spazi all'aperto del club. Le discipline previste a rotazione sono acquaticità, canottaggio, canoa e fitness kids. Oltre al tennis che è tra le discipline maggiormente richieste.



STUDIO MICO

All'interno del club, ha riaperto anche lo studio di medicina integrata MICO, dove la sua équipe di professionisti offre servizi medicali e para-medicali (come osteopatia, fisioterapia, massofisioterapia, dietista, psicologia e psicoterapia) per tutti coloro che desiderano riprendere il proprio percorso di benessere psicofisico.

ISCRIZIONI CORSI SPORTIVI 2020/21

Dal 24 giugno sono aperte le iscrizioni ai corsi sportivi per la stagione invernale 2020/21 che partiranno il 7 settembre. Le attività confermate sono piscina, tennis, canottaggio, canoa, karate e triathlon.

SERVIZI B2B

Anche se momentaneamente Canottieri Olona 1894 sta concentrando tutti i propri sforzi sui soci del club che nei tre mesi di chiusura forzata non hanno potuto usufruire della struttura, continua l'offerta dei servizi per il B2B, come eventi, formazione e incentive. Il club è infatti dotato di un'ampia sala meeting attrezzata con capienza fino a 80 posti a sedere, ideale per conferenze e presentazioni, corsi di formazione, riunioni e altri eventi di natura aziendale, e di diversi spazi polifunzionali come l'ampio giardino e la suggestiva veranda, adattabili e configurabili secondo le esigenze attuali.

*Nelle immagini dall'alto:
il club visto dall'esterno,
l'App MyOlona 1894,
l'area cardio
della palestra e
i bambini del
Summer Camp*

*A sinistra,
la piscina esterna
con l'area solarium*

SCARPA®



CUSHIONING, TRACTION SPIN ULTRA



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



SCARPA.NET   

Da zero a dieci

Lo specializzato del mese è un vero e proprio punto di riferimento per i runner di Latina. Mariacristina Maione di Maione Store definisce il suo punto vendita una "Officina Sportiva", dove i clienti si prendono per mano e si accompagnano fino al traguardo

_ DI CRISTINA TURINI



In origine questo negozio era un'armeria di proprietà dei genitori di Mariacristina, che nel 2002 lei, vista la sua passione per il running, ha trasformato in un negozio specializzato facendolo diventare il suo lavoro, mantenendo all'interno il settore militare e outdoor. Oggi Maione Store è un punto di ritrovo sia per i professionisti, sia per chi vuole muovere i primi passi da podista o da camminatore. Raramente troviamo una donna "al comando" di queste realtà, ancora fortemente legate al mondo maschile. Ma per lei non è affatto un problema. Ai podisti ancora diffidenti dal farsi consigliare una scarpa dal gentil sesso, ci pensa il suo collaboratore Cristian Falcone.

"La verità è che le donne si stanno facendo strada anche in questo settore", afferma Mariacristina. Parlando del suo progetto "Da 0 a 10 km", che porta i neofiti a correre la distanza di 10 km in tre mesi, il 70% di coloro che ne prendono parte sono proprio donne. "Con loro si lavora meglio, sono quelle che si lasciano guidare e consigliare, non hanno quella diffidenza tipica maschile".

"Da 0 a 10 km" è un progetto che sta molto a cuore a Mariacristina, quest'anno giunto alla sesta edizione, portata a termine nonostante il periodo di lockdown. Ma durante la quarantena il negozio non si è fermato. Grazie anche alla consulenza del suo social media manager, Mirko Purificato, Mariacristina ha organizzato due/tre volte alla settimana dirette Facebook, facendo intervenire esperti nella nutrizione, mental coach, podologi, fisioterapisti. "È stato il nostro modo di rimanere vicino ai clienti. E ha funzionato. Perché alla nostra riapertura erano lì ad aspettarci, e in più se ne sono aggiunti di nuovi. Questo mi lascia ben sperare per il futuro".

Intervista alla titolare del negozio.

Mariacristina, da che tipo di esperienza lavorativa provieni?

Da sempre vivo nel mondo del commercio: sono cresciuta letteralmente nel negozio di famiglia; dopo gli studi ho iniziato la mia carriera lavorativa arrivando ad essere responsabile punto vendita in-store di grandi marchi di abbigliamento.

Come è nata l'idea di aprire il negozio?

Più che "aprire" il negozio l'ho rivoluzionato: era un'armeria di famiglia e ora, oltre a mantenere il reparto militare e outdoor, è anche diventato negozio tecnico running/walking di riferimento in zona.

Che tipo di esperienza vuole essere quella del tuo negozio per il cliente? Chiamiamo il negozio #OfficinaSportiva perché andiamo oltre la "semplice" vendita tecnica, accompagniamo e coccoliamo i clienti anche fuori dalle nostre mura con progetti, allenamenti, eventi e sponsorizzazioni di competizioni sul territorio.

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

Esigente, colorato, ambizioso.

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

Non si può definire un trend perché la nostra clientela è talmente variegata che risulta impossibile raggrupparla o sintetizzarla in un andamento, conoscere per credere!

Quanto incidono i camminatori sulle vendite?

Negli ultimi anni abbiamo riscontrato che hanno un ruolo sempre più importante.



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?

Il consumatore cerca il contatto umano e l'esperienza del venditore, che è un valore aggiunto; nel nostro caso, essendo io e il mio collaboratore sportivi e trovandoci spesso la domenica ai nastri di partenza a fianco dei nostri clienti, la fidelizzazione vien da sé.

Che rapporti hai stretto con le aziende?

È sempre un rapporto di "amore ed odio".

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

New Balance.

Quali sono state le principali innovazioni prodotte nelle ultime stagioni?

Abbiamo notato un ritorno di intersuole più "presenti" con tomaie innovative, così da avere più protezione e minor peso.

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?

Sicuramente l'importanza della scarpa è recepita maggiormente, ma se si spiegano bene le caratteristiche dell'abbigliamento tecnico il cliente lo prova e capisce/percepisce quanto sia fondamentale.

E la tecnologia che parte ha?

Nel 2020 la tecnologia è semplicemente tutto.

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

Per saperlo ci vorrebbe la palla di vetro, ogni brand si sta spingendo oltre il limite a modo suo, vedremo chi indovinerà maggiormente la strada: noi corriamo e vediamo che succede!



SCHEDA TECNICA

Nome / Maione Store

Indirizzo /

via Tiziano 13, Latina

N. di telefono /

389.8537027

Sito / maionestore.com

Facebook /

@maionestoreLT

Instagram /

@maione_store_official

Gestione del magazzino / manuale

Numero sedi / 1

Titolare /

Mariacristina Maione

Personale / 1

Nascita del negozio / 2012

Numero vetrine / 1

Mq totali / 50

Mq calzature / 16

Mq abbigliamento / 12

Discipline trattate /

running, walking,

trail, outdoor, fitness,

escursionismo

RUNNING & TRAIL RUNNING

Marchi attrezzatura /

Garmin, Spring, Oxyburn,

CEP, Aftershokz, Newline,

BV Sport, Scott, BeepUp,

Enervit, +Watt, EasSun

Marchi calzature /

New Balance, Brooks,

Mizuno, ASICS,

Saucony, Crispi

Marchi abbigliamento /

New Balance, Brooks,

Mizuno, ASICS, Saucony,

Spring, Oxyburn, CEP, Joma,

Newline, BV Sport, Scott

Altri servizi /

Test attivo d'appoggio del

piele, corsi di avvicinamento

al running, supporto e

organizzazione eventi,

confessioni & caffè gratis

Arginare la fatica

Argivit è un integratore made in Italy sviluppato da Aesculapius. È in grado di fornire un supporto metabolico concreto a chi vuole ottimizzare al meglio l'attività sportiva

— DI SERGIO VIGANÒ

Lo sport, fortunatamente, è sempre più presente e praticato dalla nostra società. I suoi benefici sono ormai ampiamente dimostrati, sia per quanto concerne la singola prestazione legata al miglioramento delle performance atletiche, sia per gli indubbi vantaggi che si possono riscontrare nella vita di tutti i giorni. Tuttavia, per godere a pieno di questi vantaggi, non è sufficiente praticare esercizio fisico, occorre anche prendersi cura del proprio organismo. Anche quando non ci si sta allenando. Se si pratica sport, inevitabilmente, si porta il fisico a vivere una condizione di maggiore "stress": aumenta la frequenza cardiaca, la temperatura corporea e di conseguenza la sudorazione, la produzione di radicali liberi e una serie di altri adattamenti, perfettamente fisiologici, che richiedono attenzione per evitare problematiche sul lungo periodo. Negli anni per questo si è sviluppato il concetto d'integrazione. Altro non è che l'ingegnerizzazione di preparati specifici al fine di fornire il corretto supplemento all'alimentazione quotidiana. D'altra parte è molto difficile, se non impossibile, riuscire a fornire esattamente al nostro organismo tutti i nutrienti di cui ha bisogno ogni giorno e nelle esatte quantità. Queste piccole mancanze, distribuite sul lungo periodo, possono portare all'insorgenza di diversi disturbi che possono presentarsi inizialmente sotto forma di stanchezza, per poi aggravarsi e trasformarsi in dolori muscolari, insonnia o addirittura in una maggiore facilità nell'ammalarsi.

UN AIUTO EFFICACE ALLA GESTIONE DEL RECUPERO /

Tutte condizioni che rischiano di far desistere dal praticare sport, quando in realtà la problematica non è legata al tipo di esercizio svolto, bensì a una cura distratta della gestione e del recupero di quest'attività. Un aiuto semplice ed efficace nel prevenire questo tipo di problematiche è senza dubbio l'impiego quotidiano di un preparato come Argivit, in grado di andare a stimolare il nostro metabolismo. Troppo spesso si riconduce l'integrazione a semplici preparati proteici o a sali minerali, in realtà uno degli aspetti cruciali è il metabolismo e la sua capacità di sostenere un adattamento agli stimoli che vengono forniti durante l'allenamento. Tutte le manifestazioni negative che sono state elencate precedentemente, spesso non sono altro che il sintomo di un organismo che si mette in una



situazione di "risparmio energetico", perché non ha i supplementi corretti per poter far fronte a tutte le operazioni metaboliche necessarie.

OTTIMIZZATO PER MIGLIORARE LE FUNZIONI METABOLICHE /

Argivit porta il suo focus proprio su questi aspetti: grazie alla presenza nel preparato di sostanze quali l'Arginina e la Carnitina è in grado di ottimizzare l'utilizzo di ossigeno da parte delle cellule e l'utilizzo dei grassi come fonte energetica. Questi aspetti sono fondamentali nella vita di tutti i giorni e per porre l'organismo nella condizione di essere ben attivo prima dell'attività sportiva, consentendogli di svolgere meglio l'allenamento e di ridurre la possibilità d'infortunio. L'Arginina inoltre è un substrato indispensabile per produrre Ossido Nitrico, mediatore endogeno (quindi prodotto autonomamente dal corpo umano) che promuove il rilassamento della muscolatura liscia dei vasi sanguinei, e quindi vasodilatazione. Un'elasticità vasale ottimale favorisce una buona circolazione sanguinea, soprattutto se associata ad antiossidanti come la vitamina C e la vitamina E in grado di operare in sinergia per tamponare i danni ossidativi prodotti dai radicali liberi. Quest'ultimo aspetto ha una valenza sia nel mantenimento di un buono stato di salute sia nel recupero nel post allenamento. La presenza di composti organici quali Magnesio pidolato e Potassio citrato prevengono l'insorgenza di crampi durante l'attività. Solitamente questi composti si trovano sotto forma di sali inorganici. Questa soluzione consente d'inserire nel preparato un dosaggio inferiore e di garantirne un assorbimento migliore, aspetto non trascurabile, in quanto un assorbimento ottimizzato vuol dire un minor impiego di energie che possono essere utilizzate per altro. Argivit è un preparato poliedrico, in grado di far fronte a diverse richieste di carattere metabolico e di garantire un apporto di nutrienti corretto per affrontare al meglio l'allenamento e per mantenere l'organismo in una condizione ottimale nel quotidiano.

argivit.it

AESCULAPIUS: ECCELLENZA ITALIANA

Fondata nel 1959, Aesculapius è stata acquisita nel 1981 dalla famiglia Moroni, che da allora la controlla interamente e ne gestisce l'attività in sinergia con quella di Magis Farmaceutici Srl. Nel corso dell'ultimo ventennio Aesculapius, oltre a commercializzare farmaci etici, si è dedicata anche all'ideazione e allo sviluppo di nutraceutici innovativi. Per questa ragione, Aesculapius non soltanto ha investito in nuove formulazioni, ma supportato la ricerca clinica, per fornire un valore concreto, basato su documentazione pubblicata su riviste scientifiche, nazionali e internazionali, ai suoi prodotti. L'espansione dell'azienda viene perseguita anche attraverso la ricerca e il consolidamento di partnership commerciali con aziende farmaceutiche operanti nelle aree terapeutiche trattate. Per la produzione dei propri prodotti Aesculapius collabora con stabilimenti di primissimo livello dotati delle certificazioni in accordo alle norme GMP e/o UNI ISO, che garantiscono eccellenti livelli qualitativi. Mission dell'azienda è fornire prodotti di elevata qualità, che associno all'efficacia terapeutica la massima sicurezza e il rispetto delle normative europee di certificazione e qualità per garantire la soddisfazione del cliente. La ricerca dell'eccellenza viene perseguita in tutte le attività che l'azienda svolge e riguarda i diversi attori coinvolti nelle fasi di sviluppo, formulazione, produzione e distribuzione dei prodotti farmaceutici. Questo impegno si concretizza in investimenti costanti in ricerca e innovazione, nella formazione di dipendenti e collaboratori. Il risultato è un'ampia gamma di prodotti farmaceutici, che include farmaci innovativi con principi attivi e formulazioni originali, dispositivi medici, integra-



tori e cosmetici per gestire le più comuni patologie nelle diverse aree terapeutiche e migliorare la qualità di vita. Tutti i prodotti sono venduti in Italia e all'estero tramite accordi di licenza e distribuzione con società partner locali. Affidabilità, costanti investimenti in innovazione e l'elevato livello qualitativo della produzione sono i punti di forza di un'azienda in continua espansione, presente con i propri prodotti in oltre 30 paesi in tutto il mondo. L'organizzazione si avvale dell'apporto di 150 collaboratori (20 interni e 130 sul territorio) e il gruppo sviluppa un fatturato annuo di circa 25 milioni di euro di cui 13 in Italia.

aesculapius.it

- SCARPA DEL MESE -

BROOKS GLYCERIN 18



CALZINO ELASTICO /
nella parte superiore del piede, il calzino elastico interno si muove e si espande per migliorare la calzata e la traspirabilità

TOMAIA /
in Double Jacquard Mesh migliora la calzata grazie al 3D Fit Print che garantisce una struttura altamente flessibile



INTERSUOLA /
in DNA Loft lungo tutta la lunghezza del piede fornisce una sensazione di morbidezza senza compromettere la reattività, adattandosi in modo dinamico a ogni passo e rendendo agili le transizioni tacco-punta



INFORMAZIONI DI BASE

DISCIPLINA
Road running
PER
Uomo e donna
COLLEZIONE
FW 20

TARGET
Ideale per i runner neutri che corrono su strada e che desiderano la massima ammortizzazione

PESO
268 g (donna)
300 g (uomo)
DIFFERENZIALE
10 mm

MISURE (US)
5-12 (donna)
7-13,14,15 (uomo)

PREZZO CONSIGLIATO
170 euro

I TRE PUNTI DI FORZA

1. Ammortizzazione morbidissima /
l'intersuola è realizzata con il più morbido dei materiali: il DNA Loft. Si tratta dell'ultima evoluzione del DNA di Brooks, materiale "non newtoniano" che ha la capacità di adattarsi ai runner di qualsiasi peso e velocità. Il DNA

Loft nasce aggiungendo aria e gomma al classico DNA di Brooks, così da renderlo più morbido, leggero e duraturo nel tempo. Il DNA Loft, posizionato lungo tutta la scarpa, garantisce un comfort straordinario e una morbidissima ammortizzazione.
2. Transizioni fluide / la zona di transizione

in DNA Loft rende il movimento del piede, dal tallone fino alla punta, incredibilmente morbido e fluido

3. Calzata confortevole / nella parte superiore del piede, il calzino elastico interno si muove e si espande per migliorare la calzata e la traspirabilità.



DISTRIBUITO DA /
Brooks Italia - 050.6398601 - info@brooksrunning.it



SOLETTA /
in OrthoLite garantisce una comodità di calzata superiore. Una morbida imbottitura interna circonda il piede e si muove e si espande a ogni falcata



COLORI

DONNA



470 Cornflower/Blue/Gold



010 Black/Coral/White



628 Nocturne/Coral/White

UOMO



459 Blue/Mazarine/Gold



032 Black/Atomic Blue/White



617 Cherry Tomato/Samba/Black

COMUNICAZIONE E MARKETING

MATERIALE POP /

visibilità a parete garantita con gli inserti per le scarpe, i banner delle pareti espositive e gli espositori autoportanti.



DESCRIZIONE ATTIVITÀ DI TRADE MARKETING /

DAP & SOCIAL MEDIA

Per il lancio di Glycerin 18, ogni rivenditore riceve il Digital Asset Pack e un piano editoriale personalizzato per la comunicazione della scarpa sui propri canali digitali.

Si tratta di un pacchetto di foto, video e testi ad hoc per massimizzare la risonanza del messaggio lanciato.

Piani social personalizzati per rivenditore, con post differenziati per settimana, consentono di raggiungere l'utente finale in più momenti con contenuti mirati.



EVENTO "BROOKS FOR YOU"

Nuovo format di coinvolgimento del consumatore finale, che ha l'obiettivo di riattivare il legame tra brand, rivenditore e cliente.

Il progetto prevede una consulenza tecnica, gratuita e individuale fornita dai Tech Rep di Brooks al consumatore finale presso gli spazi del rivenditore e su appuntamento. Il programma è itinerante, con date programmate in tutta Italia e una pagina di registrazione dedicata sul sito di Brooks.

Format

- Programma itinerante
- Consulenza 1-to-1 di 20 minuti
- Prenotazione obbligatoria sul sito dedicato brooksrunning.com/it_it/brooks-for-you
- Massimo rispetto delle norme di sicurezza
- Try-on di Glycerin 18 (sanificata con raggi UV dopo ogni test)
- Possibilità di allestimento con il van Brooks in caso di ampi spazi antistanti il pdv

FORMAZIONE STAFF NEGOZI

Quest'anno è possibile scegliere: la formazione dello staff di vendita dei negozi può avvenire sia di persona che su piattaforma digitale, a seconda delle esigenze dei partner. Disponibili anche video descrittivi della scarpa per ogni lancio della stagione.

DESCRIZIONE ATTIVITÀ PR E COMUNICAZIONE / PR

Coinvolgimento delle principali testate di running, fitness, lifestyle offline e online con l'invio di un press kit dedicato e la calzatura per testarne le caratteristiche. In più saranno coinvolti i principali blogger, influencer sportivi, atleti e personaggi di spicco nel panorama mediatico italiano.

SOCIAL NETWORK

Brooks promuoverà Glycerin 18 e i suoi benefici dati dalla tecnologia DNA Loft sui propri canali Instagram e Facebook.

RUN HAPPY TEAM

Il Run Happy Team, il gruppo di 40 runner Brooks che ha il compito di diffondere la filosofia del brand sul territorio, riceve un kit dedicato con le calzature e dei palloncini, per sottolineare la morbidezza unica della calzatura, perché correre con Glycerin è come galleggiare.

Road to Tri

Il triathlon è uno sport complesso e strutturato appartenente alle discipline di resistenza. Tutti gli sport che richiedono all'organismo uno sforzo prolungato necessitano un'attrezzatura adeguata che consenta di minimizzare gli imprevisti in allenamento e durante la gara

_ DI SERGIO VIGANÒ

ZOOT - KONA

Questa muta ideata per la donna è costruita in neoprene a spessore variabile che garantisce un'ottima mobilità degli arti e una minor compressione del seno. La tecnologia AQUALift, sviluppata per migliorare il galleggiamento, consente un sollevamento ideale della zona delle anche e di conseguenza un miglior assetto in acqua.

INFO: zootsports.com



BV SPORT - BOOSTER EVO2

La corsa e la bici mettono a dura prova la tenuta muscolare, offrirle il corretto supporto consente di migliorare la performance e di limitare gli infortuni. Questo calf di contenimento è dotata della tecnologia Shockwave Effect per ridurre fino al 42% delle vibrazioni muscolari e delle oscillazioni prodotte dall'onda d'urto che si crea durante ogni impatto sul terreno. Le innovazioni concentrate contenute in questa guaina consentono una riduzione del 39% del dolore muscolare post-esercizio.

INFO: bv sport.com



ENERVIT - CARBOFLOW

Gli sport di endurance richiedono all'organismo un elevato sforzo fisico e un importante dispendio energetico. Utilizzare un integratore adeguato prima dell'attività aiuta a prevenire crisi durante la gara o l'allenamento. Un preparato contenente carboidrati semplici e flavonoli del cacao come Carboflow, migliora l'elasticità vasale e contribuisce a fornire un corretto apporto energetico.

INFO: enervit.com



RUDY PROJECT - DEFENDER

La protezione degli occhi è molto importante durante la frazione bici e quella di corsa. Vento, polvere, sole, sono tutti fattori che possono mettere in seria difficoltà l'atleta. Un occhiale come il Defender può essere un valido alleato per ovviare a tutte queste problematiche. Nasello e terminali regolabili, ampio campo visivo, bumpers protettivi e sistema di ventilazione Power Flow rendono questo occhiale molto sicuro e confortevole.

INFO: rudyp project.com



GARMIN - FORERUNNER 735XT

Il triathlon è uno sport ricco di variabili che spesso nella concitazione degli allenamenti e delle gare passano in secondo piano. Un orologio Gps come il Forerunner 735 garantisce la possibilità di registrare ogni singola fase della performance e di scaricare comodamente i dati raccolti sul proprio cellulare alla fine dell'allenamento. In questo modo sarà possibile osservare con spirito critico il lavoro compiuto e trarre spunti preziosi per migliorare allenamento e stile di vita.

INFO: garmin.com



ASICS - GEL-NOOSA TRI 12

Leggera e traspirabile, è la scarpa ideale per i tri-runner. Progettata per i corridori con appoggio neutro, questo modello presenta l'ASICS advanced cushioning Flytefoam technology che, combinandosi con il propulsion trusstic, offre una corsa più scattante e vigorosa. Dotata di lacci Caterpy su linguetta e tallone, la Gel-Noosa Tri 12 presenta l'opzione easy-on che permette una chiusura facilitata senza dover legare i lacci.

INFO: asics.com

- DEDA -

TOOL ZIPCASE

La frazione bici è sempre quella più lunga, per questo motivo è anche quella più soggetta a imprevisti. Forature, problemi al cambio o viti che si allentano sono problematiche concrete che devono essere affrontate. Tool zipcase si adatta al porta borraccia ed è realizzato in materiale EVA con Finitura carbon. Elegante e sportivo, contiene camere d'aria bombolette co2 e altri accessori.



SQUALO

Squalo è realizzato abbinando uno speciale polimero a una schiuma Espansa a celle chiuse (EVA) che viene successivamente lavorato a macchina. La struttura microscopica del materiale imita la configurazione delle scaglie di squalo allineate in modo da creare una superficie ruvida. Questo garantisce un eccezionale grip in qualsiasi condizione, asciutto e bagnato. Questo nastro manubrio è ottimizzato per il triathlon.



INFO: dedaelementi.com

- MP -

XCEED

Durante la frazione in acque libere comfort e visibilità sono fondamentali. Gli occhiali Xceed da competizione associano la tecnologia brevettata delle lenti curve a un basso profilo idrodinamico, così da offrire ai nuotatori vantaggi competitivi e una nitidezza molto elevata.



FOCUS SNORKEL

La performance va costruita durante l'allenamento. Per questo motivo utilizzare uno strumento come lo snorkel risulta estremamente utile per migliorare la tecnica di nuoto. Poter lavorare mantenendo lo sguardo sotto il pelo dell'acqua è un grandissimo vantaggio per osservare con più cura il gesto natatorio. Grazie a questo tipo di accorgimenti si otterrà un beneficio nella prima frazione.

INFO: aquasphereswim.com



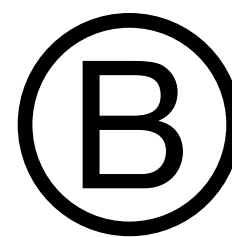
#Unlock TheChange

**Insieme possiamo uscirne migliori di prima,
lavorando per il bene delle persone e del pianeta.
È quello che fanno le B Corp, aziende che seguono
una nuova idea di business: responsabile, sostenibile,
trasparente. Aiutaci a sbloccare il cambiamento.**

**Scopri di più su
UnlockTheChange.it**

Chiesi Farmaceutici | Aboca | Lombard Odier | Novamont
Reda - Rewoolution | Herbatint by Antica Erboristeria | Fratelli Carli
N&B Natural is Better | Alessi | Save The Duck | Davines | NWG Energia
Danone | Mellin | Nutricia | Arkage | Nativa | Cielo e Terra | Garc | Mondora
Little Genius International | Maganetti | Euro Company | Assimoco | Damiano
Green Media Lab | NWG Italia | Evolvere | Treedom | Sales | Intexo | Flowe
D-Orbit | Organizzare Italia | Way2Global | Zordan | Innate Motion
Good Point | Inventolab | CEF Publishing | Ambienta | Innocent Drinks
Goldmann & Partners | Generativa | People Management Lab
Service Vending | Esperta | D'orica | Arbos | Diasen | Palm | Panino Giusto
Cle.Pr.In. | Dermophysiologique | Mustela... insieme alle altre B Corp italiane.

Certificazione



Corporation

**La certificazione B Corp
verifica e assicura che
un'azienda operi secondo
i più alti standard di performance
sociale e ambientale.**

Mountain running per tutte le distanze

Il 25 giugno si è svolto il media day La Sportiva, durante il quale è stata presentata la collezione SS 2021. Ad aprire il meeting Jonathan Wyatt, campione di corsa in montagna che ha introdotto i modelli di questa disciplina

— DI CRISTINA TURINI



KARACAL

È concepita per allenamenti prolungati off-road su medie e lunghe distanze ed è perfetta per il recupero post gara grazie al comfort di calzata e all'elevata traspirabilità. La calzata comfort fit si combina con il collarino compatto "performance-like" e la linguella è costruita per garantire la massima escursione e favorire l'adattamento al collo del piede.

CARATTERISTICHE /

• **La tomaia** seamless mono-strato in 3D mesh permette il contenimento dei volumi e un'elevata traspirazione, i rinforzi posteriori in microfibra inglobati sotto una pellicola termo-poliuretana supportano la stabilità generale della calzatura.

• La scarpa è estremamente leggera e flessibile grazie al contenimento del peso di tutti i materiali impiegati e all'**intersuola** in EVA a doppia densità, leggera e durevole.

• **Il puntalino** thermo-form sagomato contribuisce alla leggerezza e fornisce un'ottima protezione dagli urti contro rocce e radici.

• **La suola** è in mescola FriXion blu durevole con tasselli a spessore differenziato Impact Brake System, ed è studiata per lunghe sessioni di allenamento.



CYKLON

È la scarpa ideale per skyraces e corse off-road su terreni tecnici a media distanza. La calzata precisa e perfetta è determinata dal nuovo sistema di chiusura Dynamic Cage con BOA Fit System integrato, che lavora in sinergia con tre diversi elementi della tomaia per la perfetta fasciatura e stabilità del piede, garantendo una corsa in discesa sicura e precisa.



CARATTERISTICHE /

• **Il puntalino** in TPU protettivo e il pannello laterale multi-strato forniscono ulteriore struttura, garantendo massima stabilità.

• Sistema di **allacciatura** rapido con tecnologia BOA Fit System integrata per una perfetta ed immediata regolazione dei volumi con movimento one-hand.

• **Il battistrada** mud-ground, ideale per utilizzo su terreni morbidi e fangosi, è in mescola La Sportiva FriXion White ultra aderente e prevede la possibilità di integrare chiodi AT Grip Spike in caso di utilizzi su terreni ghiacciati.



JACKAL

Modello carryover dalla stagione 2020, proposto in ben quattro nuove colorazioni. Questa calzatura da mountain running è ideale per la corsa off-road su distanze ultra ed allenamenti prolungati su medie distanze, grazie alla grande ammortizzazione garantita dall'innovativa tecnologia ad alto ritorno di energia InfiniToo. Il fit confortevole e la calzata ampia sono pensate per un utilizzo nelle distanze ultra.

CARATTERISTICHE /

• La **linguella elastica** e la calzata avvolgente e morbida consentono massima libertà di movimento.

• L'innovativo pacchetto **suola/intersuola** in EVA è composto da cuscinetti interni ammortizzanti in poliuretano ad alto ritorno di energia InfiniToo Technology.

• **L'insero frontale** aumenta l'ammortizzazione, l'insero posteriore contribuisce alla stabilizzazione della corsa.





Ancora più trazione

È arrivato l'aggiornamento delle iconiche scarpe da skyrunning del brand, che sono diventate punto di riferimento per gli atleti che vogliono cimentarsi nelle gare tecniche in alta montagna

_ DI KAREN POZZI

SUPERTRAC RC 2



TOMAIA /

I trattamenti **3XDRY** combinano due tecnologie in un unico tessuto. Il materiale esterno, rifinito in Schoeller, è resistente ad acqua, sporco e macchie. All'interno, il sudore viene assorbito rapidamente e spinto verso la superficie per un'evaporazione accelerata e un effetto di raffreddamento.

La tecnologia **COLDBLACK** della tomaia riduce al minimo l'assorbimento di calore: il risultato è un miglioramento notevole della gestione della temperatura e alti livelli di protezione e comfort

INTERSUOLA /

La tecnologia **AEROFOAM+** garantisce un'ammortizzazione stabile, fondamentale per le prestazioni su terreni tecnici in montagna



SUOLA /

La premiata suola **Radial Traction** del modello Supertrac, è stata aggiornata per offrire una trazione migliorata e maggiore durata. Con una faccia aggressiva e un'area esterna che scarica il fango, i tacchetti possono ruotare attraverso la superficie offrendo nel frattempo una trazione a 360° senza paragoni. Questa suola è per la corsa negli ambienti di montagna esposti più tecnici. La tecnologia **eRide** impiegata favorisce la sensazione di leggerezza dei piedi e aiuta nelle transizioni dal tallone alla punta

PESO / 270 g

DROP / 5 mm



INFO: Scott Italia - 035.756144 - scott-sports.com

MAGGIOR SLANCIO PER LA GEL-KAYANO 27 DI ASICS

Il modello dedicato all'iper-pronazione torna nella nuova versione più morbida che mai. La scarpa è stata migliorata riducendo la densità del FlyteFoam Propel e aggiungendo scanalature più profonde per la flessione nell'avampiede, per uno slancio ancora più semplice. Sono state anche aggiunte scanalature flessibili sul tallone per migliorare l'aderenza dalla fase di appoggio a quella di supporto. Per ultimo, ma non meno importante, è stato creato un nuovo Guidance Trusstic chiamato "Space Trusstic", che, come nelle GEL-Nimbus 22, è anche specifico per genere, offrendo un maggior supporto verso l'arco plantare nella versione maschile, e un supporto migliore in direzione del movimento nel modello femminile. Peso 310 g - Drop 10 mm.



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

HELAINE DI CMP, PROTEZIONE IN TUTTE LE FASI DELLA CORSA

Il modello da trail running realizzato con tecnologia LWR è pensato appositamente per le andature sostenute su gare di medio-brevi distanze. Leggerezza, avvolgenza, reattività e stabilità sono le caratteristiche principali di questa scarpa, che a partire dalla particolare conchiglia in Eva sul tallone integrata all'intersuola, passando per lo shank in TPU sull'arco mediale, e arrivando al fascione in tessuto Kevlar, garantiscono al piede una incredibile protezione in tutte le fasi della corsa, sia in discesa che in salita.



La suola in gomma CMP FullOnGrip con una tassellatura pronunciata garantisce trazione e tenuta soprattutto su terreni morbidi e fangosi.

INFO: CMP - cmpsport.com

LA WAVE RIDER (24) DI MIZUNO TORNA CON PIÙ ENERGIA

Questa scarpa fornisce un livello di comfort e un'esperienza di corsa più fluida ed efficiente grazie all'integrazione tra la morbidezza di Mizuno Enerzy e la stabilità e reattività di Mizuno Wave. Enerzy è la nuova tecnologia del brand che offre maggiore ammortizzazione ed elevata reattività. È stata sviluppata con l'obiettivo di migliorare la capacità prestazionale e garantire agli atleti una maggior conservazione dell'energia in fase di appoggio, in modo da poterla esprimere nella fase di spinta fornendo una sensazione complessivamente più confortevole. La tomaia della Wave Rider 24 è progettata per migliorare comfort e vestibilità. La linguetta avvolgente integrata nella tomaia garantisce una migliore calzatura. Il collo del piede è stato ridisegnato e arrotondato per una calzatura sicura a livello mediale e tallonare; la morbida tomaia Engineered Mesh è garanzia di traspirabilità e regolazione della temperatura.



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

SPIN ULTRA GTX: REATTIVITÀ IMPERMEABILE

Questa scarpa da trail running è sviluppata per offrire agilità di movimento, reattività, ammortizzazione e protezione per competizioni su lunghe distanze e allenamenti prolungati durante i mesi invernali. L'intersuola in EVA compressa a media densità è studiata per il contenimento e il cushioning, favorendo flessibilità e spinta nella parte anteriore. Il battistrada Megagrip by Vibram è in tecnologia Litebase, ovvero un sistema studiato per ridurre lo spessore e peso della suola mantenendo invariate le performance in termini di prestazione/trazione. La Spin Ultra GTX garantisce un grip eccellente su superfici asciutte e bagnate, mix perfetto tra aderenza e durata. La membrana waterproof Gore-Tex Invisible Fit, offre il comfort e la calzatura ideali alla corsa di tutti i giorni in una scarpa impermeabile nel tempo. Asciugatura più rapida (fino al 50% in meno del tempo rispetto alla costruzione standard).



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

FILTER MASK DI BUFF, AFFIDABILITÀ CONFORTEVOLE

Grazie al design e al materiale innovativo, questa maschera per il viso è particolarmente comoda e affidabile da indossare anche per lunghi periodi di tempo. La maschera è dotata di un sistema di filtri, sostituibili, che soddisfa i requisiti di prestazione dello standard per le maschere chirurgiche (UNE EN 14683), con il 98% di efficienza di filtrazione batterica (BFE%) e alta traspirabilità. Gli elastici posteriori consentono una facile regolazione per un miglior comfort individuale, evitando la fastidiosa pressione intorno alle orecchie. Parte del ricavato delle vendite sarà utilizzato per sostenere i progetti UNICEF in tutto il mondo nella lotta contro Covid. La maschera, realizzata in materiale CoolNet UV+, è riutilizzabile, lavabile a 60° e disponibile in due taglie: adulto e bambino.



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

NUOVO LIVELLO DI COMPRESSIONE PER X-BIONIC CON EFTEKTOR 4.0 RUN SHIRT

Questa maglia è ideale per massimizzare il rendimento durante la corsa grazie alle differenti tecnologie di ultima generazione di X-Bionic 4.0. La caratteristica principale della maglia è rappresentata dalla tecnologia innovativa X-Bionic PartialKompression, che ridefinisce nuovi limiti della compressione tradizionale. La rivoluzionaria compressione parziale brevettata dal brand è stata progettata in modo da lasciare uno spazio di un mm tra le zone di compressione sull'addome. Il sistema ThermoSyphon con tecnologia 3D Bionic Sphere consente la corretta termoregolazione del corpo aiutandolo a rinfrescarsi quando si suda e a mantenere la temperatura corporea ideale di 37°.



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

TECNOLOGIA A RICARICA SOLARE CON LA SERIE GARMIN SOLAR

fēnix 6, Instinct e tactix Delta arrivano nella nuova versione Solar Edition che, così come anticipa il loro nome, prevedono l'innovativa ed esclusiva tecnologia fotovoltaica Solar, in grado di trasformare la luce solare in energia per un'estensione dall'autonomia della batteria. I modelli Garmin Instinct includono anche la rilevazione Pulse Ox, per monitorare il livello di ossigenazione del sangue, e la funzione Body Battery, per rilevare il livello energetico dell'utente attraverso il controllo del sonno, dell'intensità dell'allenamento e molto altro. Instinct Solar - Surf Edition è la novità progettata per gli amanti della tavola e delle onde. La famiglia degli iconici smart sportwatch Garmin si amplia con i modelli fēnix 6 - Pro Solar e fēnix 6S - Pro Solar che, integrando la tecnologia Power Glass, permettono un utilizzo ancora più prolungato, non solo per la navigazione terrestre e la pratica sportiva, ma anche per attività quotidiane in modalità smartwatch. Il modello tactix Delta Solar Edition e la sua versione Ballistics sono progettati secondo lo standard militare MIL-STD-810, utilizzano la ricarica solare per prolungare la batteria del dispositivo fino a 24 giorni grazie all'esposizione alla luce del sole.



INFO: Garmin Italia - 02.36576411 - info@garmin.it

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

CMP



TIME FOR

Time for running

in partnership with



share your #timefor

www.cmport.com



Una classica inedita

Fa il suo esordio sul mercato la Clifton Edge di Hoka One One, prima estensione della famiglia della best-seller Clifton, il modello lanciato nel 2014 e prossimo a uscire nella settima versione

_ DI CRISTINA TURINI

Come novità assoluta della famiglia, la Clifton Edge è concepita per rendere la forma della Clifton ancora più accessibile e godibile da un pubblico più ampio di atleti di ogni livello, dando loro la sensazione di poter correre più a lungo. Il modello nella versione classica ha guadagnato la sua popolarità per essersi posta come la migliore combinazione tra massima ammortizzazione e minimo peso, combinando il cushioning con una leggerezza inedita e un profilo più slanciato.

Questa versione innovativa della calzatura invece, presenta una geometria inedita di estensione del tallone progettata per garantire un impatto fluido al suolo e una sensazione di scivolamento in avanti durante la corsa. Grazie a questa novità e all'utilizzo della miscela più soffice e leggera mai usata in un modello Hoka, Clifton Edge rappresenta il punto più avanzato dell'approccio tecnologico unico del brand alla calzatura. Il suo scopo è essere la scarpa dalla corsa più fluida in strada.



WOMAN



MAN

_ Hoka sta scrivendo la storia della scarpa da running e la Clifton Edge segna un capitolo tutto nuovo. Abbiamo sempre avuto un approccio deciso e sorprendente nel creare modelli che funzionino per atleti di ogni livello e questa novità non fa eccezione. Crediamo che Clifton Edge migliori il modo in cui i runner vivono il movimento e che possa aprire la porta di questa esperienza a un numero ancora maggiore di persone
Wendy Yang, presidente di Hoka One One

Comodità propulsiva

Ottimizzando tutte le tecnologie chiave di Hoka One One, la Carbon X-SPE non è solo incredibilmente leggera, ammortizzata e fluida durante la corsa, ma anche reattiva

Il modello è creato per chi vuole performare al massimo in gara, con una tomaia di supporto traspirante che rende la scarpa adatta anche per le distanze ultra.

La reattività è determinata da una combinazione di schiume poste intorno a una lastra in fibra di carbonio. Lo strato superiore è la schiuma ProFlyX, mentre quello inferiore è una miscela di gomma. Il Metal-Rocker vicino al collo del piede favorisce una corsa propulsiva e veloce. Con l'uso di questa tecnologia, Hoka One One è stata in grado di creare una scarpa versatile e leggera, pur rimanendo incredibilmente resistente miglio dopo miglio.

La tomaia minimal, leggerissima, è progettata a strato singolo in mesh di poliestere, mentre il design a stivaletto in mesh fornisce una calzata sicura. Il tallone sagomato è un supporto aggiuntivo. L'assenza della linguetta permette di indossare la scarpa in modo rapido e comodo.

Il puntale più ampio consente all'avampiede maggiore supporto e stabilità, ma anche una calzata più comoda e spaziosa. La suola in miscela di gomma fornisce un contatto con il suolo più reattivo.



DROP /
5 mm (32/27)

PESO /
Unisex (8.8 oz) - 250 g

INFO: Artcrafts International Spa - 055.68189 - hokaoneone@artcrafts.it

Una strada,
Argivit
non ti serve altro per pedalare



Argivit è un integratore alimentare a base di L-Arginina, Creatina, L-Carnitina, Acido L-Aspartico, Magnesio-Pidolato e Potassio citrato con Vitamine e Sali minerali.

Argivit aiuta a contrastare l'affaticamento fisico e gli stati di debolezza:

- in presenza di intensa sudorazione
- nelle situazioni di fabbisogno energetico
- nei cambi di stagione.



Guarda il sito
www.argivit.it

Comodità e leggerezza per le lunghe distanze

La quarta edizione della Spire di 361° arriva in versione fall-winter 2020 con il dna che l'ha resa apprezzabile dai runner già nelle precedenti versioni: un elevato livello di comfort e un'ammortizzazione superiore

_ DI CRISTINA TURINI



Tra le più apprezzate tra i modelli neutri del brand, la Spire 4 è la scarpa dedicata alle medie/lunghe distanze per le sue doti di ammortizzazione e comfort.

La tecnologia Quikspring+ che compone l'intersuola è più leggera rispetto al Quikfoam. Inoltre aumenta il ritorno di energia, togliendo peso complessivo.

Lo strato dell'intersuola in Quikfoam per tutta la lunghezza della scarpa garantisce un cushioning eccellente e una piattaforma più ampia. Anche la linguetta dal design ergonomico è stata progettata per evitare le irritazioni e fornire un comfort maggiore. Il Morphit Fitting System nell'area mediale/laterale

ha una costruzione della parte interna della tomaia con pannelli a forma di web, come extra supporto del mesopiede. L'avampiede è più ampio, con una forma che aiuta il movimento e la spinta naturale del piede mentre la suola ha la tecnologia "full ground contact", per avere il pieno contatto con il battistrada sulla superficie per una corsa dinamica ed efficiente. Paragonata a un'auto di Formula Uno, ogni componente svolge la sua funzione in sinergia con tutti gli altri, ogni elemento lavora "in squadra" affinché la risposta finale sia perfetta. La quarta edizione della Spire di 361° è più leggera e reattiva, senza perdere il comfort che la contraddistingue.

SPIRE 4



DROP /
9 mm

PESO /
282 g uomo
232 g donna



INFO:
Sprint Commerce
0171.689990
info@361sport.it



Benessere e comfort passo dopo passo

La nuova Triumph 18 di Saucony è costruita su una formula pluripremiata, con una strategica geometria dell'intersuola che prepara a transizioni più reattive e corse più veloci

Questo modello è progettato con intersuola in PWRRUN+ per fornire una rullata morbida, con una leggera spinta che permette un buon ritorno di energia passo dopo passo. Il disegno dell'intersuola, accompagnato da una nuova e solida gomma, assicura corse protette e reattive su tutte le distanze, grazie anche alla rinnovata geometria e all'innesto di una molla sulla punta.

La tomaia è realizzata in engineered mesh con inserti in 3D che garantiscono flessibilità e struttura strategiche. La linguetta è in pelle scamosciata con tessuti premium, mentre la tecnologia Formfit avvolge il piede in totale comfort e offre un fit personalizzato adattandosi al piede. La suola in gomma offre resistenza e trazione.



CATEGORIA /
Neutral

PESO /
315 g (11.1 oz) - uomo
275 g (9.7 oz) - donna

CUSHIONING /
PWRRUN+

DROP /
8 mm (32.5 / 24.5)

INFO: 0423.622009 - saucony.it



Off-road sempre più avanzato

Sono in aumento i marchi che affidano la sicurezza e la performance degli atleti all'azienda dell'ottagono giallo. Grazie alla miscela Vibram Megagrip nelle suole e alla tecnologia Litebase che rende le scarpe più leggere

DRIFT ADVANCE GTX DI ALFA

Questo modello è ideale per tutti gli amanti di discipline come il trail running e attività outdoor in generale. La suola è dotata di miscela Vibram Megagrip, ideale quando si affrontano terreni difficili, bagnati e scivolosi, inoltre il design dei tasselli permette stabilità, mentre gli ampi canaletti facilitano il self cleaning dai detriti. La scarpa presenta un'intersuola che offre sostegno e ammortizzazione; caratteristiche fondamentali soprattutto durante le corse ad alta quota. La tomaia di Advance GTX è perfetta anche quando piove grazie al tessuto certificato bluesign, perfetto quando si affrontano terreni ghiaiosi e forestali. Anche la tenuta e il fit sono garantiti dalla chiusura sistema di chiusura Quick Lacing.



NORVAN LD 2 DI ARC'TERYX

La suola Vibram della Norvan LD 2 di Arc'teryx, non vanta solo un design estremamente pulito e funzionale, ma offre anche prestazioni eccellenti grazie alla combinazione tra design e tecnologie di ultima generazione proprie del brand. La suola è infatti realizzata con tecnologia Vibram Litebase, che offre una leggerezza senza precedenti grazie alla riduzione del fondo gomma fino al 50%, pur mantenendo un design altamente tecnico. I tasselli in gomma sono ben distanziati in modo da facilitare una pulizia immediata della suola. La forma trapezoidale, con ampia area di contatto con il terreno, è funzionale ad amplificare la performance della miscela Vibram Megagrip, soprattutto su superfici outdoor bagnate e scivolose. La disposizione dei tasselli garantisce una superficie di appoggio ottimale e stabile. L'asimmetria dei chiodi sul tacco favorisce la naturale rotazione del piede in movimento. Molto più leggera del modello precedente, Norvan LD 2 di Arc'teryx è la calzatura ideale per tutti gli amanti di discipline outdoor ad alta intensità come l'ultra running e le corse in montagna più difficili. Norvan LD 2 è perfetta per affrontare lunghe distanze anche grazie alla tomaia traspirante e leggerissima.



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



Base layer etici e sostenibili

Pensati per gli atleti professionisti, ma anche per gli amanti del mondo outdoor, i capi Rewoolution sono prodotti in lana merino certificata

— DI MANUELA BARBIERI

Non pungono, non pizzicano, si lavano con facilità in lavatrice e si asciugano velocemente. Caratteristiche fondamentali per chi nei capi sportivi ricerca elevate prestazioni, ma anche funzionalità e versatilità per la vita di tutti i giorni. È così che si distinguono i capi Rewoolution in lana merino, brand activewear del Gruppo Reda.

LANA ETICA CERTIFICATA

La lana merino etica con cui vengono realizzati i capi Rewoolution è certificata ZQ, ovvero prodotta rispettando il benessere degli animali e sostenendo il territorio e le economie locali. Successivamente, la materia prima viene lavorata con l'esclusivo sistema di filatura CompAct³ che ne garantisce il potere isolante, traspirante e termoregolante.

- UOMO -

TRICK T-SHIRT
T-shirt girocollo a maniche corte dalla vestibilità regolare, realizzata nel tessuto termoregolante 100% Reda Active merino jersey. Morbida al tatto, si asciuga rapidamente.



JOHNNY LEGGINGS

Leggings aderenti in 100% pura lana merino jersey, dal peso leggero (140 g), con tagli ergonomici che seguono i movimenti naturali del corpo garantendo aderenza e comfort. La lana è trattata con la tecnologia CompACT³ che accresce il suo potere isolante, traspirante e termoregolante. Elastici, resistenti all'usura e leggerissimi, offrono comfort e performance durante tutte le attività outdoor come running, trekking e sci, perfetti per il tempo libero.

- DONNA -

JOLLY SWEATSHIRT
Felpa Jolly a maniche lunghe reglan, con collo alto e half zip Optimal Comfort. Realizzata in tessuto tecnico 100% Reda Active merino jersey.



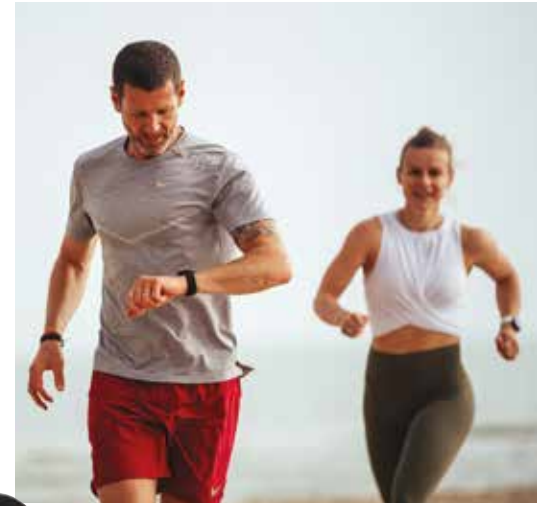
OLYMPIA LEGGINGS

Leggings aderenti in tessuto tecnico 100% Reda Active merino jersey che garantisce performance assicurando comfort, traspirabilità e resistenza termica. La vestibilità estremamente naturale è merito dei tagli ergonomici studiati per seguire i movimenti del corpo.

Praticità, prestazione e... prezzo

Il nuovo fitness watch Polar Unite racchiude, in un unico prodotto, diverse tecnologie per il benessere fisico. Allenamenti giornalieri, esercizi di respirazione e monitoraggio del sonno

Con un peso di soli 32 grammi e un'autonomia fino a 50 ore in allenamento continuo, con GPS connesso e frequenza cardiaca attivi, Polar Unite è il nuovo fitness watch del brand finlandese pensato per essere indossato in ogni momento della giornata. Ecco le diverse tecnologie per il fitness che racchiude in un unico prodotto.



INFO:
Polar Electro Italia
051.2987611
info.commerciale@polar.fi

FITSPARK / È una guida personalizzata all'allenamento che, in base al livello di forma fisica, allo storico degli allenamenti e alla misurazione del recupero notturno, ogni giorno suggerisce diverse sessioni di training (cardio, potenziamento muscolare, core), con istruzioni animate che mostrano come svolgere correttamente gli esercizi. Durante l'attività, Polar Unite visualizza lo sforzo in tempo reale e la suddivisione in zone di frequenza cardiaca che misura direttamente dal polso con un sistema avanzato di lettura ottica a 10 led, aiutando a mantenere l'intensità corretta in base all'obiettivo dell'allenamento. Al termine della sessione, Polar Unite offre una visione completa dell'allenamento, come il tempo trascorso in ogni zona d'intensità, calorie consumate, benefici ottenuti, e molto altro ancora.

FITNESS TEST / Con la rilevazione della frequenza cardiaca dal polso, Polar Unite calcola in soli cinque minuti a riposo il livello di VO2max, per monitorare il proprio stato di forma fisica e i progressi nel tempo.

SLEEP PLUS STAGES / È la funzione di monitoraggio del sonno di Polar Unite che analizza durata, cicli, fasi, interruzioni, rilasciando un punteggio relativo alla sua qualità.

NIGHTLY RECHARGE / Polar Unite misura anche il recupero del sistema nervoso autonomo (SNA), in base ai dati di frequenza e variabilità cardiaca (intervalli battito-battito) e ritmo del respiro, indicando quanto durante la notte ci si è effettivamente ricaricati dallo stress quotidiano.

SERENE / È una guida agli esercizi di respirazione che indica sul display il ritmo ideale di inspirazione ed espirazione, fornendo informazioni sul livello di armonia tra ritmo del respiro e ritmo del battito cardiaco. Gli esercizi di respirazione profonda possono essere un valido aiuto per il miglioramento della capacità di recupero e l'equilibrio tra mente e corpo.

Con il servizio gratuito web e app Polar Flow è possibile analizzare tutti i dettagli di allenamenti, attività e sonno, tenere un diario completo, pianificare le sessioni e condividerle sui social.

CAMELBAK

MULTIBEV™ BORRACCIA E BICCHIERE TERMICI 2 IN 1

Multibev™ è un contenitore termico 2 in 1, comodo e versatile per l'uso quotidiano. Il doppio strato di acciaio mantiene i liquidi alla loro temperatura per ore. Il tappo ermetico ospita la copertura del bicchiere, snack o altri piccoli oggetti. E' una pratica soluzione sostenibile per evitare l'usa e getta.



PAK CAP
COPERTURA DEL BICCHIERE
PIEGHEVOLE IN SILICONE
CON BECCUCCIO



REMOVABLE CUP
SVITA IL BICCHIERE DALLA BASE E
USA IL PAK CAP PER MANTENERE
LA TEMPERATURA



CAMELBAK.COM
© 2020 CAMELBAK PRODUCTS, LLC.

WWW.NOV-ITA.COM

Spirito race

Pensata per chi è alla ricerca di una performance precisa e controllata,
X-Performance Run è la nuova linea running di Mico per la primavera/estate 2021

— DI MANUELA BARBIERI

Maglia a girocollo, pantaloncino sgambato e calza sotto al polpaccio. Vi presentiamo i due outfit uomo e donna per il running, pensati da Mico per la prossima primavera/estate. Il peso leggero li rende ideali per chi è alla ricerca di una performance precisa e controllata.



- UOMO -

MAGLIA GIROCOLLO A MANICA CORTA

Realizzata utilizzando un tessuto fresco e leggero costruito con struttura micro-alveolare, la maglia X-Performance di Mico facilita l'espulsione dell'umidità e l'asciugatura rapida. Sensazioni di fastidio o eventuali problemi di abrasione durante la performance sono ridotte al minimo grazie alla presenza di cuciture piatte. La stampa frontale presenta un motivo logato.

PANTALONCINO SGAMBATO

Capo ad alta tecnologia costruttiva in tessuto light stretch. Morbido al tatto ma robusto, elastico e performante, garantisce buona vestibilità. Il trattamento water repellent è realizzato senza l'uso di perfluorocarburi, nel rispetto dell'ambiente. Consente di proteggere il corpo anche in condizioni estreme, resistendo allo sporco e mantenendo le proprie capacità traspiranti senza nuocere alla salute. La ventilazione è garantita dagli inserti laterali con micro-fori al laser. Lo slip interno in rete, con pratico taschino interno integrato, rende lo short ancora più confortevole.



CALZA RUN

Realizzata con fibra Lycra e una maglia di micro poliammide ad alta resistenza per una calzata confortevole e un fit "no-blister", la calza X-Performance di Mico presenta inserti con lavorazione "a rete" sul collo del piede garantendo massima ventilazione. Completano il capo la fascia elastica "anti-torsione" sull'arco plantare e la cucitura piatta invisibile anti-frizione, per un controllo totale della sensibilità nella zona dell'avampiede attorno alle dita. La grafica è realizzata direttamente in tessitura per coordinare la t-shirt.



- DONNA -

MAGLIA GIROCOLLO A MANICA CORTA

Realizzata utilizzando un tessuto fresco e leggero costruito con struttura micro-alveolare, la maglia X-Performance di Mico facilita l'espulsione dell'umidità e l'asciugatura rapida. Sensazioni di fastidio o eventuali problemi di abrasione durante la performance sono ridotte al minimo grazie alla presenza di cuciture piatte. La stampa frontale presenta un motivo logato.

PANTALONCINO SGAMBATO CON SHORT INTERNO

Capo ad alta tecnologia costruttiva, in tessuto light stretch. Morbido al tatto ma robusto, elastico e performante, garantisce buona vestibilità. Il trattamento water repellent è realizzato senza l'uso di perfluorocarburi, nel rispetto dell'ambiente. Consente di proteggere il corpo anche in condizioni estreme, resistendo allo sporco e mantenendo le proprie capacità traspiranti senza nuocere alla salute. Lo short interno in tessuto stretch molto leggero favorisce un indosso molto confortevole in ogni condizione d'uso.



CALZA RUN

Realizzata con fibra Lycra e una maglia di micro poliammide ad alta resistenza per un fit "no-blister", la calza X-Performance di Mico ha una calzata speciale "woman made for" per assecondare l'anatomia del piede femminile. Gli inserti con lavorazione "a rete" sul collo garantiscono massima ventilazione. La cucitura piatta invisibile anti-frizione è studiata per un controllo totale della sensibilità nella zona dell'avampiede attorno alle dita. Completa il capo, la fascia elastica "anti-torsione" sull'arco plantare e la grafica realizzata direttamente in tessitura per coordinarsi con la t-shirt.



Crazy affronta la crisi spingendo al massimo

In controtendenza rispetto agli altri brand, l'azienda per il 2021 presenta una collezione dedicata al trail running completamente nuova. Che definisce: "La più innovativa degli ultimi 10 anni"

_ DI MANUELA BARBIERI



William Boffelli indossa t-shirt e short The Legend

La collezione trail 2021 di Crazy è stata totalmente rinnovata. Modelli nuovi, colori e stampe sempre più di tendenza si uniscono a una "ricerca tecnologica esasperata", come dichiarato dall'azienda. Scelte che hanno portato a utilizzare per tutti i capi tessuti super leggeri, a rapida asciugatura e performanti. La grande innovazione è l'utilizzo della tecnologia laser che permette di migliorare la microareazione in zone

specifiche. La maggiore traspirabilità si ottiene grazie a microfori di grandezza variabile che permettono un maggiore passaggio dell'aria solamente dove è necessario.

Disegnata a quattro mani da Valeria Colturi con il primo sky runner della storia - "The Legend" Fabio Meraldi - anche la collezione "The Legend", sarà disponibile per tutti i dealer a partire dal 2021.

FAST & LIGHT

Un modo di essere e di vivere la montagna

Nel 1994, in occasione della prima edizione del Trofeo Kima, Crazy ha realizzato una collezione appositamente studiata e pensata per il nuovo sport che stava nascendo, lo sky running. Affrontare una competizione che partendo da 1.000 metri di quota, in 48 chilometri, attraverso sette passi alpini sempre oltre il filo dei 3.000 metri, riporta gli atleti al punto di partenza era per quei tempi un'avventura impensabile. Ancora oggi le vere sky race mettono a dura prova gli atleti più preparati. L'abbigliamento Crazy è stato infatti studiato, per e con loro, proprio per garantire ai corridori del cielo di pensare esclusivamente alla prestazione. Sapendo di poter contare sull'apporto di capi tecnici confortevoli e sicuri, gli skyrunner possono così esprimere al massimo il proprio potenziale sportivo.

- UOMO -

T-SHIRT FLASH

Presentata da Crazy a metà degli Anni '90, questa t-shirt è diventata un must dello sky e del trail running. La zip frontale è leggera e lunga, così da permettere la massima performance in salita quando serve aria fresca. Il collo, più alto della media, e il tessuto frontale a trama compatta offrono invece una protezione efficace contro il vento quando il clima in quota si fa più rigido. Le tasche non sono sulla schiena ma laterali, così da sfruttare la vestibilità aderente e contenere gli oggetti in modo stabile.



SHORT FLASH

Solo poche modifiche differenziano lo Short Flash dal modello originale presentato nel 1995, quando il mercato dello sky running non esisteva ancora. Per questo Crazy lo definisce il "padre" dei capi studiati per la corsa in montagna. Prodotto con una leggera e performante microfibra esterna con trattamento a rapida asciugatura e idrorepellenza, lo Short Flash ha uno slip interno che è una vera e propria mutanda, fresca e sostenitiva, con cuciture al contrario per evitare qualsiasi tipo di sfregamento. La baschina ha ben cinque tasche per ottimizzare la gestione di gel, antivermo e tutto quello che serve per la corsa su lunghe distanze. Il tessuto esterno ha l'orlo incollato e traforato a laser.



- DONNA -

T-SHIRT VOLTAGE

Prodotta in microfibra leggera a rapida asciugatura con trattamento HEIQ antiodore, questa t-shirt racchiude tutto il know how di Crazy nella modellistica e nella stampa digitale. Per realizzarla è stato creato un body mapping con buchi laserati seguendo l'esigenza delle diverse zone di ventilazione. La grafica è personalizzata sulle laserature creando un effetto inedito. Fondo e fine manica sono tagliati a laser e incollati.



SHORT LIGHTNING

Pantaloncino running minimalista con slip interno a taglio vivo senza cuciture, realizzato pensando alle corse in montagna corte, veloci e nervose o alle vertical race, dove la leggerezza e la libertà di movimento sono fondamentali. Il tessuto utilizzato è il leggerissimo Light stretch, bielastico a rapida asciugatura con trattamento Graphene. L'innovativo sistema laser cut applicato ad aree differenziate favorisce la ventilazione. Completano il capo, baschina elastica alta con tasche portagel e altri piccoli oggetti, taglio laser e incollaggio sul fondo gamba.



Sulle orme dei Tarahumara

Lo scorso marzo, l'ultramaratoneta azzurra Lorena Brusamento ha partecipato alla Ultra Caballo Blanco, la mitica gara messicana protagonista di "Born to run", il libro di Christopher McDougall. Affrontando la distanza insieme alle donne di un popolo divenuto celebre proprio grazie alla corsa

_ DI CRISTINA TURINI - FOTO: @RUNANDRUN2020

Avevamo parlato di lei già in passato sul nostro magazine, raccontando delle sue imprese da ultramaratoneta. La sua carriera iridata inizia nel 2015, quando porta a termine Spartathlon in 34 ore e 52', unica italiana quell'anno, tra le cinque partecipanti, a tagliare il traguardo di questa durissima prova. Da allora è stato un susseguirsi di successi ottenuti a suon di chilometri macinati, sofferti, conquistati con volontà di ferro, nervi d'acciaio e un'incredibile umiltà. Tutte caratteristiche queste, che hanno fatto di lei una grande campionessa. Lorena è tornata a far parlare di sé anche durante il lockdown, perché proprio poco prima dell'inizio della quarantena, è riuscita a coronare un altro sogno sulla lunga distanza. Il 1° marzo ha partecipato alla Ultra Caballo Blanco a Urique, nello stato di Chihuahua nel Nord, in Messico. La nostra atleta ha corso la mitica gara di 50 miglia insieme alle donne del popolo dei Tarahumara, che a loro volta hanno affrontato la distanza indossando i tradizionali sandali huarache. La Brusamento ha così stabilito un altro primato, essendo stata la prima italiana della storia ad aver preso parte a questa competizione.

Cosa ti ha spinto a partecipare alla Ultra Caballo Blanco?

Ciò che mi spinge è sempre la voglia di andare oltre, di provare esperienze nuove, di uscire dalla mia comfort-zone e in questo caso anche una grande curiosità. Circa due anni fa, per un puro caso del destino, ho letto il libro "Born to Run" di Christopher McDougall e sono rimasta al tempo stesso affascinata e colpita dal racconto di questa popolazione di "ultramaratoneti per natura", i Tarahumara (o Rarámuri nella loro lingua) e di questa gara estrema nella terra (Copper Canyon) poco accogliente dove vivono nascosti! Confesso che, al momento, ho pensato che ci fosse della fantasia nel racconto, mi sembrava impossibile potesse esistere un'intera popolazione che per muoversi da un villaggio all'altro usasse solo i propri piedi coprendo distanze che per noi sono percorribili solo con un adeguato mezzo di trasporto! Ho iniziato a cercare qualche informazione e sempre di più cresceva in me il desiderio di andare di persona a conoscere sia il popolo Rarámuri, soprattutto le donne, capaci di correre per chilometri con sandali e gonna lunga, e di partecipare a questa gara descritta come "estrema" che nella mia testa era un grande azzardo: un trail lungo 80 km su un terreno a me totalmente sconosciuto, correndo fianco a fianco a questi fortissimi ultramaratoneti. Ci son voluti due anni ma finalmente ce l'ho fatta!

Cerchiamo sempre di visualizzare i nostri obiettivi per renderli più reali. Questa esperienza era proprio come te l'aspettavi?

La lettura di un libro scatena nella mia mente una serie di immagini più o meno fantasiose a seconda del libro. Nel caso di "Born to Run" sono andata oltre, nel senso che le immagini mentali create durante la lettura sono poi state modificate, contaminate, migliorate dalle immagini e dalle informazioni che ho trovato sul web in merito sia ai Tarahumara sia alla gara. Prima di partire per il Messico avevo un'idea di ciò che avrei trovato e di ciò che avrei vissuto, anche se non precisa. Quando sono arrivata lì, tutto è stato stravolto! Ciò che ho trovato e che ho vissuto è stato molto diverso da ciò che mi aspettavo. Sono stata letteralmente travolta



Sopra, Lorena Brusamento durante la Ultra Caballo Blanco in Messico

da un terremoto emozionale scatenato dal ritrovarmi in una situazione inaspettata e dal fatto di essere io stessa protagonista del libro che avevo letto... che diventava giorno dopo giorno un libro con molte più pagine e con molti più dettagli. Quando sognavo di essere sulla linea di partenza della Ultra Caballo Blanco a fianco delle donne Tarahumara non immaginavo di poter vivere una simile esperienza e soprattutto di poterla far vivere ad altre persone attraverso un film-documentario. Sognavo la gara, anzi, il viaggio (per me ogni ultra è soprattutto un bellissimo viaggio, prima che una gara) ma non avrei mai potuto immaginare tutto ciò che ho vissuto nei giorni precedenti e che ha reso tutto incredibilmente unico e indimenticabile.



Cosa ti ha colpito di più di questa gara?

Potrei fare un elenco molto lungo di cose che hanno lasciato il segno dentro di me. Un'esperienza come questa può modificare il modo di vedere, vivere, interpretare la corsa così come lo concepiamo noi generalmente nella nostra società. Pensa che ci sono famiglie intere con bambini anche piccoli che percorrono molti chilometri a piedi per arrivare ad Urique e partecipare alla gara. Famiglie che nei giorni precedenti camminano per 50, 60, 100 km lungo sentieri tutt'altro che semplici. Una delle cose che più mi ha colpito è l'assoluta simbiosi tra un Tarahumara e la natura che lo circonda. Un Tarahumara non corre, accarezza il terreno sotto i suoi piedi; non sente la fatica, la fa sua; non si lamenta perché non

BROOKS CALDERA 4



Calzatura da trail con tecnologia TrailTack che permette di aderire perfettamente al terreno irregolare, sia in discesa che in salita. L'intersuola, in BioMoGo DNA, garantisce ammortizzazione anche sulle lunghe distanze. La tomaia in mesh ingegnerizzata, resistente e leggera, assicura la massima traspirazione, il tessuto elastico garantisce, invece, una calzatura impeccabile.



Irma Quimare (18 anni, Chiniva-Batopilas)



Miguel Lara (29 anni, Urique), primo assoluto

c'è acqua, la natura gliela farà trovare quando ne avrà bisogno; non si lamenta per i sassi, per il caldo, per il sentiero scivoloso, per le solite interminabili... lui va, un passo alla volta consapevole che arriverà alla meta stabilita. E poi ci sono le donne, bellissime, eleganti, timidissime, che con le loro gonne lunghe e i loro "sandali della domenica" (come li ho chiamati io) corrono, camminano, instancabili, come se quella fosse l'unica cosa da fare nella loro vita!

Più che una competizione, un viaggio. Come si prepara un'esperienza del genere a livello sia mentale che fisico?

Ogni ultramaratona per me è un viaggio, più corto o più lungo ma sempre un viaggio che inizia con la decisione di partecipare a una determinata gara, e che mi porta a conoscere una nuova parte di me stessa. Ecco perché mi piace fare esperienze sempre nuove. La preparazione fisica dipende proprio dalla tipologia di gara che dovrò affrontare. In questo caso la difficoltà maggiore era rappresentata dal fatto che avrei dovuto correre su sentieri, strade bianche, in montagna, sui sassi, insomma niente di più lontano da ciò che abitualmente faccio e, dato che a Milano l'unica possibilità di fare un po' di fuori strada è la "Montagnetta", avevo impostato un programma che prevedeva delle uscite domenicali fuori città. Ma ovviamente le cose non vanno sempre come le pianifichiamo e, prima una lunga influenza, poi una infiammazione fastidiosa al tibiale sinistro, hanno fatto saltare la mia preparazione. A quel punto le uniche cose sulle quali potevo lavorare erano il potenziamento fisico e la "testa". Ho cercato tutto ciò che poteva esserci sul web riguardo al percorso di gara per visualizzarlo al meglio, ho lavorato tanto sul tono muscolare, soprattutto delle gambe, e ho seguito alla lettera le indicazioni del mio osteopata. Questo mi ha consentito di arrivare abbastanza preparata alla gara, consapevole che avevo pochissimo allenamento sulla corsa e che avrei potuto avere momenti di crisi. Ma confidavo nella magia dei Copper Canyon...

Che modello di scarpe hai usato per la Ultra Caballo Blanco e perché?

Grazie a Brooks e al negozio Koala Sport ho potuto provare e scegliere la scarpa più adatta al percorso. Avevo a disposizione un paio di Cascadia 14 e un paio di Caldera 4. Nei giorni precedenti la gara ho testato sia l'una che l'altra in due diverse giornate e non ho avuto dubbi: Caldera 4. Il percorso di gara alternava salite un po' più tecniche con sassi o terreno scivoloso, a discese altrettanto sassose e scivolose con collegamenti su sentieri di sabbia o terra. La soluzione migliore era rappresentata a mio avviso da una scarpa che mi consentisse di correre quando il terreno lo consentiva ma al tempo stesso di avere una buona tenuta nei tratti più tecnici, perciò tra le due la Caldera era la migliore.

Un'atleta professionista come te, abituata a correre molti chilometri al giorno, come ha affrontato il periodo del lockdown?

Soprattutto dopo un'esperienza del genere io e la mia Crew "Run and Run 2020" siamo rientrati dal Messico, dove non c'era nemmeno l'ombra del Coronavirus, proprio nei giorni in cui l'Italia si stava chiudendo in casa. All'inizio ho fatto davvero molta fatica: io che passo le mie giornate sempre all'aria aperta in movimento, in bici o di corsa, dall'alba al tramonto, ritrovarmi chiusa in un appartamento di 50 mq è stato un trauma. Sono bastati pochi giorni e le

IL CURRICULUM SPORTIVO DI LORENA

- **Finisher Spartathlon 2015 (Grecia):** 34h 52'
- **100km del Passatore (Italia) 2015:** 9h21'
- **100km del Passatore (Italia) 2016:** 9h 18'
- **Sry Chinmoy Running Festival (Italia) Aprile 2016:** 196 km in 24h
- **100 km Asolo 2016 (Italia):** 9h 50' - 1^a classificata
- **Lupatotissima 12h 2016 (Italia):** km 122 in 12h
- **European Ultramarathon Championship Albi (Francia) 22/23 ottobre 2016:** 221,719 km in 24h - (terza migliore prestazione italiana)
- **Sry Chinmoy Running Festival (Italia) March 2017:** 210 km in 24h 1^a classificata - campionessa italiana
- **Ultra Francia Corta Italian Championship 12h Aprile 2017:** 134,368 km (New Best Italy Performe) 1^a assoluta - campionessa italiana
- **World Ultramarathon Championship Belfast (Irlanda) Luglio 2017:** 198 km in 24h
- **100 km Asolo 2017 (Italia):** 10h16' 1^a classificata
- **Finisher Spartathlon 2017 (Grecia):** 33h 34'
- **6 ore di San Giuseppe 2018 - Putignano (Italia):** 1^a classificata
- **Ultra Francia Corta Italian Championship aprile 2018:** km 130 1^a classificata - campionessa italiana
- **European ultramarathon Championship Timisoara 2018:** km 200



- **100 km Ultransilvania (Romania) luglio 2018:** 9h28' 1^a assoluta
- **Finisher Spartathlon 2018 (Grecia):** 33h 46'
- **100 km Val del Noto (Italia) novembre 2018:** 9h29' 1^a classificata
- **6 ore di San Giuseppe 2019 - Putignano (Italia):** 1^a classificata - campionessa italiana
- **6 ore Del Parco Nord 2019 - Milano (Italia):** 1^a classificata
- **Mongolian Gobi Ultramarathon 2019 225 km:** 26h 02' 1^a classificata - 1^a italiana a partecipare
- **World Ultramarathon Championship 2019 Albi (Francia):** 203km
- **Ultra Caballo Blanco 50 miglia (80 km) (Mexico) 2020:** finisher in 11h 13' - 1^a italiana a partecipare

terribili notizie che arrivavano dai media, per far scattare il famoso "piano B": un po' di riposo sarebbe stato sicuramente rigenerante, ma in previsione di una ipotetica ripresa autunnale, all'epoca ancora era viva la possibilità dell'Europeo della 24H, dovevo mantenere una base di allenamento dalla quale poi ripartire. Perciò il cortile condominiale è diventato il mio nuovo "cricetodromo", 70 metri di vialetto percorso avanti e indietro 150/200/250 volte (sì, io le conto per tenere la mente impegnata e non pensare ai chilometri che passavano troppo lentamente) tutte le mattine tranne una; lo spazio tra divano e televisione la mia nuova palestra, mi sono allenata e ho allenato via Facebook usando sedie, pentole, lo zaino riempito di pacchi di pasta, bottiglie d'acqua, una palla e tanta fantasia, con pilates e stretching per completare l'allenamento. Alla fine della quarantena mi sentivo in formissima. La cosa buffa è che appena si poteva uscire per correre io non sono riuscita ad allontanarmi da casa per una settimana.

Il tuo prossimo sogno da realizzare?

Il sogno più grande è quello di viaggiare alla scoperta di altre popolazioni che vivono in luoghi difficili e in cui chi corre non lo fa per il cronometro o per un riconoscimento da podio, ma perché la corsa è vita. Servono risorse sia economiche che fisiche per quello che vorrei diventasse il mio prossimo obiettivo in tal senso, cioè il Nepal. Credo che i sogni si possano realizzare, perciò chissà che non si riesca a concretizzare anche questo. Intanto però c'è un altro progetto un po' più semplice che bolle in pentola per l'autunno e per questo sto già lavorando.

Un'estate di sport e competizione firmata MG Sport

Nasce FollowYourPassion No Limits Challenge. Un nuovo format con tre grandi eventi di swimming, cycling e triathlon. Dal 1° luglio al 30 settembre

— A CURA DELLA REDAZIONE

Le proposte di FollowYourPassion, per questa estate nella quale gli eventi tradizionali sono ancora in cerca di una nuova dimensione e collocazione, continuano. Il team milanese organizzatore di eventi sportivi rilancia il guanto di sfida dopo l'esperienza di successo della FollowYourPassion Virtual Challenge by Garmin Virtual Ride, condotta insieme a Garmin Italy e un pool di aziende partner di grande prestigio come Foodspring, Ganten, Caffitaly, Silverskin, Rigoni di Asiago e HJC. Nasce così la FollowYourPassion No Limits Challenge, e la community del circuito italiano firmato MG Sport è già pronta a ripartire con un nuovo format. Dal 1 luglio al 30 settembre arrivano tre grandi eventi per vivere lo sport e la propria passione senza limiti. Ogni sfida è pensata su misura con due modalità di partecipazione: "free" aperta a tutti e più libera e "top" dedicata ai più agonisti.

TRE CHALLENGE PER UNA SOLA LUNGA ESTATE

Per i nuotatori ecco la FYP No Limits Challenge - swimming, rivolta agli amanti del nuoto in acque libere. I free swimmer dovranno coprire il maggior numero di chilometri possibili nel corso di tutti i tre mesi di gara, con un minimo di 500 metri ad attività. Per i top swimmer la distanza è invece di almeno un chilometro a uscita, da coprire però nei cinque top laghi selezionati indicati nel regolamento. Σ

La FYP No Limits Challenge - cycling strizza l'occhio ai ciclisti. I free biker dovranno macinare più chilometri possibili nei tre mesi di gara con minimo 20 chilometri ad attività. Per i top biker il chilometraggio minimo ad attività sarà 40 chilometri con almeno una volta ognuna delle cinque top salite scelte indicate nel regolamento.

Per finire la FYP No Limits Challenge - triathlon è quella dedicata ai triatleti. I free triathletes dovranno coprire nella sommatoria delle loro attività nei tre mesi la distanza maggiore possibile con minimo 500 metri di nuoto, 20 chilometri di pedalata e tre chilometri di corsa a uscita. I top triathletes dovranno tuffarsi almeno una volta in ciascuno dei cinque top laghi scelti nuotando per almeno un chilometro, pedalare sui cinque top percorsi per un minimo di 40 chilometri, e correre almeno cinque volte i 10 chilometri.

E se la voglia di sport non fosse saziata, c'è il super-pack, un'iscrizione unica che permette di partecipare a tutte le challenge e scalare tutte le classifiche.

Al termine di ciascun allenamento è richiesto ai partecipanti di condividere la propria attività dal proprio account Garmin Connect/Strava o dagli altri software che consentono la condivisione libera di dati via mail. Ogni settimana entro le 23:59 della domenica sarà necessario inviare via mail a info@followyourpassion.it le tracce/i dati dei propri allenamenti in modo da poterli verificare per aggiornare la classifica che verrà pubblicata il martedì.

PREMI PER TUTTI, NON SOLO PER I PIÙ PERFORMANTI

Tutte e tre le discipline avranno due differenti classifiche (free e top) con premi di entità differenti offerti da FollowYourPassion e dai partner della FYP No Limits Challenge. Saranno premiati i primi tre uomini e le prime tre donne di ogni evento. FollowYourPassion vuole premiare tutti, non solo i più forti, per questo, in accordo con gli sponsor ci saranno premi speciali per gli ultimi, il/la più giovane e il/la più anziana, il/la più mattiniero, la foto più bella e tanti altri.

Sarà possibile iscriversi in ogni momento dall'1 luglio al 30 settembre, per iniziare a macinare distanze e chilometri nelle discipline scelte. Qui l'altra grande novità, la nuova piattaforma di iscrizioni gestita interamente da FollowYourPassion che permette agli atleti di essere seguiti in ogni istante della challenge per un'estate di sport senza limiti.



PARLA MARCELLO MAGNANI, CEO DI MG SPORT

“Siamo usciti tutti molto galvanizzati dalla prima esperienza della gara virtuale fatta insieme a Garmin. Avevamo un menù molto ricco per questo 2020, ma i nostri piani e quelli di tutti sono cambiati. È ovvio quindi aver pensato di ampliare l'offerta per i prossimi mesi anche sull'onda della prima virtual fatta. L'idea con la FYP No Limits Challenge è quella di mantenere un filo di collegamento con la nostra community. Conosciamo la perseveranza degli atleti e in questi mesi la loro pazienza è stata messa a dura prova. Per loro abbiamo deciso di creare delle formule nuove, accattivanti e stimolanti e pensiamo di esserci riusciti. Poi saranno gli atleti stessi a darci un feedback. Questa iniziativa è inoltre una preview di quello che è sempre stato per noi un obiettivo: diventare autonomi nella gestione e organizzazione. Il piano di sviluppo di FollowYourPassion ha infatti subito paradossalmente

un'accelerazione in questi mesi di stop. Continuiamo a lavorare su nuove strade. Pensando a un ritorno alle competizioni invece, speriamo davvero di poterlo fare nel 2021, pur consapevoli che il mondo è cambiato, non solo quello delle gare, quindi anche noi dovremo adattarci a una nuova realtà. Questi mesi ci hanno dato il tempo per pensare a una vivibilità diversa della zona expo, semplificando le procedure di ritiro del pacco gara, delle iscrizioni e del tipo di eventi che potremmo offrire. Sono tutti accorgimenti da considerare, ma che non ci spaventano. Siamo consapevoli che, anche se domani fossero autorizzate le gare, ci sarebbe ancora paura da parte degli atleti e che quindi le competizioni virtuali non sparirebbero subito. Sappiamo però altrettanto bene che il piacere e il divertimento di eventi dal vivo hanno un valore differente e che quando torneranno non ci sarà spazio per altro”.



CLIFTON EDGE
Running's smoothest ride.



**TIME TO
GET
SMOOTH**



HOKA ONE ONE
TIME TO FLY™

All'inizio, nel 2014, fu una telefonata. A farla, dall'altra parte del telefono, Giova, al secolo Giovanni Storti - attore e comico del famoso trio Aldo, Giovanni e Giacomo - che mi chiede se ho voglia di fare una gara un po' particolare, a Verona, di cui lui e Calcaterra sono i testimonial. Mi dice: "Noi corriamo e, dopo mezz'ora, una macchina che viaggia ai 15 chilometri orari ci insegue e viene a prenderci. Più corri forte e più hai possibilità di fare chilometri prima che ti raggiunga e quindi metta fine alla tua gara. Sembra strano, ma è l'unica gara che vince l'ultimo che arriva, o meglio l'ultimo che si ferma". Poi aggiunge: "Mi hanno detto che si correrà in oltre 30 differenti paesi, tutti con partenza in simultanea e poi saremo inseriti in un'unica classifica mondiale". Quindi mi spiega il progetto benefico. "La Wings for Life è un'associazione con base in Austria, voluta e supportata da Red Bull che si prefigge di supportare la ricerca sulle lesioni al midollo spinale in tutto il mondo, e il 100% degli introiti di questa gara sono devoluti a questo studio". La mia risposta è immediata e facile: "Sì, ci sono".

2014, VERONA - Mi iscrivo e la prima domenica di maggio lo raggiungo ai piedi dell'incantevole Arena di Verona, dove Red Bull aveva allestito un bellissimo villaggio di partenza con tanto di super schermi in collegamento con tutte le altre piazze Wings for Life World Run (nome completo dell'evento). Ci sono oltre duemila partecipanti, in Italia, e oltre 35 mila in tutto il mondo. Di questi molti sono atleti dei vari team Red Bull provenienti dagli altri sport e molte sono facce note del mondo dello spettacolo. Il format della gara, benché ancora una grossa incognita per i più, piace, soprattutto per l'idea del correre per una reale e costruttiva beneficenza. Pronti, via, con tanto di fuochi d'artificio parte la prima edizione. Io la corro un po' con Giova, poi, col fatto che mi fermo diverse volte a fare delle foto, ci perdiamo e continuo da solo. Quando sono verso il trentesimo chilometro alcuni ragazzi in bici mi dicono che ho la Catcher Car, la macchina che insegue, a 500 metri, ho ancora energia e quindi accelero ulteriormente. Mi prende bloccando il mio chilometraggio appena dopo il km 33. Sono trentesimo in Italia e 1.028esimo nel

Sette anni di Wings for Life

Dal 2014 con Giovanni Storti all'anno della pandemia in solitaria

— TESTO E FOTO DI DINO BONELLI

mondo, a pari merito con un brasiliano che ha corso a Florianopolis, un peruviano che ha corso a Lima e un Norvegese che invece ha corso in Germania. Un servizio navetta raccoglie i runner disseminati sul percorso e li riporta sotto l'Arena, dove uno speaker commenta le immagini relative agli ultimi corridori rimasti in gara nei differenti siti. Gli ultimi, i più forti. La prima

edizione va quindi all'etiope Lemawork Ketema che a Donautal, in Austria, corre ben 78,58 km, mentre tra le donne s'impone la norvegese Elise Selvikvåg Molvik che sulle strade di casa, a Stavanger, prima di farsi prendere dalla Catcher Car corre 54,79 km.

2015, VERONA - 3 maggio, di nuovo con Giova e Calcaterra, con quest'ultimo almeno in partenza, a Verona e ovviamente ancora al cospetto della bellissima Arena. Sotto l'arco di partenza, tra tanti atleti occasionalmente imprestati da altri sport e molti VIP, ci sono oltre 3.000 runner, mentre in tutte le 35 gare simultanee disseminate nel mondo se ne contano oltre 100 mila. Questa volta la corro tutta con Giova spingendolo al suo record personale che lo si pone appena oltre ai 20 km. Calcaterra, l'anno scorso vincitore in Italia e quarto as-



soluta con 72,96 km, si migliora e con 78,06 km rinvince l'edizione italiana ed è nuovamente quarto nella classifica mondiale vinta, ancora in Austria e ancora da Lemawork Ketema, con 79,90 km. Tra le donne la giapponese Yuuko Watanabe che sulle strade di casa corre 56,33 km.

2016, MILANO - 8 maggio, la competizione italiana si sposta a Milano con l'intento, non riu-

scito, di aumentare ulteriormente il numero dei partecipanti. La versione milanese è già grossa e costosa di per sé, poi bisogna immaginarla moltiplicata per 35 quali sono le differenti gare nel mondo e capire lo sforzo economico di Red Bull che, per poter devolvere l'intero incasso delle iscrizioni alla ricerca, si accolla in toto il costo organizzativo. Bravi, anzi bravissimi. Si parte alle ore 13.00 di fronte al Castello Sforzesco, al via il solito nutrito gruppo di atleti pretendenti alla vittoria, imprestati da altri sport o improvvisati per beneficenza, e VIP di ogni tipo. Nel mondo si passano i 130 runner, in rappresentanza di 203 nazioni, che raccolgono qualcosa come sei milioni 600 mila euro. Un successo ancora prima di partire. Pronti via, Giorgio Calcaterra è stufo di stare ai piedi del podio e lo fa capire subito con un ritmo massacrante. Io, dolorante a un polpaccio per uno stiramento non guarito, corricchio un po' con Fiammetta Cicogna, modella e conduttrice televisiva, poi verso il 10° chilometro rallento definitivamente e mi faccio felicemente raggiungere dalla Catcher Car. Giova, come anche Giorgio Mastrotta (il re delle televendite) e Massimo Ambrosini (ex Milan e ora voce di Sky sport) con cui ero partito, spariscono nella bolgia di runner variopinti che serpeggia per le vie di Milano. Con loro ci troveremo solo più tardi, nuovamente al cospetto del castello, dove, sui grandi schermi, si trasmette in mondovisione il rimanente della gara. Tra le donne, in Italia, vince l'amica Katia Figini con un buon 51,61 km che la colloca quindicesima nel mondo. Prima tra le prime, la giapponese Kaori Yoshida che in Giappone corre 65,71 km. Tra gli uomini è finalmente il giorno di Re Giorgio con la macchina che per raggiungerlo deve arrivare fino al chilometro 88,44. Primo assoluto, record della gara, bravo, anzi bravissimi.



2017, MILANO - 7 maggio, nuovamente a Milano. Sulla linea di partenza, oltre ai soliti abitué della Wings for Life, si vedono Claudio Chiappucci (ex ciclista), Beppe Baresi (ex Inter), Marco Marchei (già secondo alla maratona di Boston) con la figlia Valentina (olimpica di pattinaggio sul ghiaccio), Giorgio Rocca (ex sciatore) e diversi volti noti della TV nazionale. Tra gli atleti più accreditati per la classifica nazionale e per quella mondiale, oltre a Re Giorgio che deve difendere il titolo, ci sono anche il tedesco Florian



2017 - MILANO

Neuschwander, il polacco Bartosz Olszewski e il cileno Francisco Morales, tre fortissimi ultrarunner, già campioni nazionali della Wings for Life World Run 2016, che quest'anno hanno deciso di sfidarsi direttamente, qui in Italia. Ad avere la meglio sarà poi il polacco Olszewski che con 88,24 km sarà anche secondo assoluto dietro allo svedese Aron Anderson che,

spingendo la sua sedia a rotelle sulle strade di Dubai, ha percorso 92,14 km. Sì, sulla sedia a rotelle (non chair bike), perché essendo questa gara un evento di beneficenza a supporto della ricerca sulle lesioni al midollo spinale, dalla seconda edizione possono partecipare anche i concorrenti paraplegici. Tra le donne, in Italia vince l'austriaca Cornelia Moser con 62,37 km, anche seconda assoluta dietro alla polacca Dominika Stelmach che ha corso 68,21 km nella notte di Santiago del Chile.

2018, GUADALAJARA, MESSICO - Nel 2018 la Wings for Life presenta una grande novità. Per ovviare i grandi costi di organizzazione, la Red Bull studia un'app che possa simulare il format della gara e propone una serie di appuntamenti, denominati App Run, in cui i runner corrono tutti insieme in posti prescelti e con un minimo di supporto logistico, ma sono inseguiti dal pallino rosso dell'app scaricata dopo l'iscrizione. Così facendo si riduce anche il costo d'iscrizione (da 40 a 20 euro o dollari USA a seconda di dove si corre), inizialmente abbastanza caro e quindi non per tutti. A questo punto gli appuntamenti classici come quelli fatti nelle precedenti quattro edizioni, si riducono a essere solo 12. In Italia, come appuntamento App di gruppo, c'è solo Albarella, un'isola



2018 - GUADALAJARA, MESSICO

privata immersa nel verde del Parco del Delta del Po. Io, dopo quattro WFL classiche e nostrane, decido per un'esperienza App all'estero. 6 maggio, Guadalajara, Messico, ore 5 del mattino che coincidono con le 13 dell'Europa centrale, ovvero l'Italia ovvero l'Austria che con l'austriaca Red Bull tira le fila di tutto, sotto il classico arco blu con toro

rosso a incornare il cielo ancora nero, si parte. Con me l'amico, coach e compagno di mille viaggi Danilo Rubini, e con noi altri 500 runner circa, questi tutti messicani. Si corre nel buio notturno di un circuito pedonale che si snoda in un parco verde. Dopo circa un'ora di gara, l'albeggiare del sole ricolore la rigogliosa vegetazione tropicale del parco. Io corro una mezza maratona, Danilo qualche chilometro in meno. Nel mondo, considerando solo tra le 12 edizioni classiche e quindi controllabili, vince di nuovo lo svedese Anderson, questa volta a Sunrise, negli USA, con 89,85 km, mentre tra le donne s'impone la portoghese Vera Nunes che ha corso 53,78 km sull'asfalto di Monaco, in Germania.

2019, SAN DIEGO, USA - 5 maggio, di nuovo di notte, di nuovo App Run, di nuovo con un amico, Stefano Rovera, alla sua prima gara di corsa. Siamo di rientro dalla Baja California, Messico occidentale, dove si è appena svolta la Carrera de Baja, magnifica gara a tappe in cui siamo entrambi nello staff tecnico organizzativo. Problemi di traffico nella caotica dogana tra la turbolenta Tijuana e la quieta San Diego ci fanno arrivare in terra di California che è già sabato pomeriggio inoltrato, i negozi sono chiusi e non

riusciamo a comprare una scheda telefonica a cui poter collegare l'app. Poco importa, si corre lo stesso. Il posto designato è la penisola di Santa Clara Pl che si allarga all'interno di una baia incastonata nella città. La partenza è alle ore 4 locali. Si corre un po' su percorsi pedonali e un pò su una strada che vista l'ora è completamente deserta. Per un breve tratto si costeggia un porticciolo e quindi una spiaggia sabbiosa bagnata da un mare dormiente. Nel nero della notte corriamo per un paio di giri e poi, senza app e senza troppe velleità agonistiche, torniamo in albergo a dormire. Da quest'anno, sia la Catcher Car reale, nelle 12 edizioni classiche, che il puntino rosso facente le veci della macchina sulle app, ha una velocità superiore a quella degli altri anni, e di conseguenza tutte le distanze, a parità di ritmo sostenuto, saranno inferiori e anche i record, personali o assoluti, non potranno esser paragonati tra loro. Nella classifica mondiale maschile la spunta il russo Ivan Motorin che a Izmir, in Turchia, corre 64,37 km, mentre al femminile è la russa Nina Zarina a imporsi con 53,72 km sulle strade svizzere di Zurigo.



2019 - SAN DIEGO, USA

2020, "CANCELLED" - Domenica 3 maggio anno corrente, nel silenzio più assoluto e con il pettorale giallo della Wings for Life 2020 ben appuntato sulla maglietta, scendo in strada. Manca poco alle ore 13:00 e quindi alla partenza in simultanea mondiale della settima WFL, un'edizione, quella di quest'anno, martoriata dalle cancellazioni per la pandemia. Le prime a esser bloccate sono state le 13 Flagship Run, ovvero le classiche, quelle dove c'è materialmente la macchina a seguirti e quindi prenderti e stopparti, poi è stata la volta delle ben 197 WFL App Run, sparse su tutto il globo. In Italia ce ne erano in programma cinque: nell'autodromo di Monza, a Ultental (BZ), sull'Isola di Albarella (RO), a Santa Maria del Cedro (CS) e a Laterza (TA). Quindi i runner di tutto il mondo hanno gioco forza ripiegato sulle App Run singole, quelle che corri dove vuoi e da solo, seguito, raggiunto e stoppato solo dal pallino rosso dell'apposita app. Ma anche questa, in Italia, è stata messa al bando all'ultimo momento. "Cancelled" dice il messaggio in inglese che, dopo l'avvenuta iscrizione, appare nel tentativo di usare l'app il giorno di gara. Ma non è certo un'app bloccata a fermare il mio intento. Con mio padre Piero, 82 anni, assunto come testimone oculare e fotografo del caso, alle 13 in punto parto dal parcheggio riservato ai disabili disegnato proprio sotto al balcone di casa mia, a Prato Nevoso, in provincia di Cuneo. In giro non c'è nessuno, in alto splende un sole che sembra estivo, il silenzio è assoluto. Corro da solo, ovviamente, su un percorso a margherita che non si allontana mai più di 200 metri da casa, come vuole il decreto ministeriale della fase 1 di questa terribile pandemia. Corro discretamente piano, non ho nessuno che mi insegue, nemmeno il pallino rosso dell'app. A ogni passaggio, in una o nell'altra direzione, mio padre mi scatta qualche foto, in alcune manco mi centra, ma un paio risulteranno anche discretamente belle. Il caldo è insopportabile, specie mentalmente, soprattutto se sai che non stai facendo una gara, ma si tratta solo di attività motoria al fine di essere al fianco di un'iniziativa benefica che non deve patire gli effetti di un restringimento che per la corsa è stato, fin dall'inizio, mal concepito. Normalmente, in questo periodo, esco a correre, pardon, a fare attività motoria, di mattina o di sera, ma oggi è diverso, oggi è il Wings For Life day, un giorno che appunto sul calendario da un anno all'altro, perché credere e identificarsi nei progetti, specie se belli e ambiziosi come questo, non fa solo bene ai progetti stessi, ma anche allo spirito e al cuore di chi li supporta.

Nell'edizione WFL2020, nonostante sia stata corsa solo in versione App Run solitaria, ci sono stati 77.103 iscritti in rappresentanza di 104 nazioni, e si è raccolto 2,8 milioni di euro. A imporsi è stato l'inglese Michael Taylor che nel Regno Unito ha corso 69,92 km, mentre tra in gentil sesso ha avuto la meglio la russa Nina Zarina che in terra americana ha corso ben 54,23 km classificandosi 23ª assoluta (con gli uomini).



2020

Una “corsa a singhiozzo” lungo il muro dell’apartheid

Alto e cupo, con i suoi 730 km di lunghezza, serpeggia su e giù per le colline accarezzando i confini settentrionali della città di Betlemme

— TESTO E FOTO DI DINO BONELLI



Un fondo di bianco, irregolare e slavato, copre il grigio uniforme delle lastre verticali che si uniscono a creare un muro invalicabile. Un muro di cemento, alto e cupo, che serpeggiando su e giù per colline aride e brulle accarezza i confini settentrionali della città di Betlemme e, con i suoi 730 km di lunghezza, avvolge tre quarti della Cisgiordania, uno dei due territori che costituiscono la Palestina. L'altro quarto è imposto dal confine geopolitico con la Giordania a nord-est e dal Mar Morto a sud-est. L'altro territorio in questione invece è la Striscia di Gaza, distaccata a ovest. Un muro che Israele costruì a partire dalla primavera del 2002 e che considera una barriera contro il terrorismo, mentre i palestinesi la chiamano segregazione razziale o muro dell'apartheid. Un muro che solo a vedersi stritola la libertà. Un muro ricoperto da migliaia di scritte e disegni, più grandi e più piccoli, ben fatti o semplici scarabocchi, scritte d'autore o rudimentali inni alla libertà. Io e Flavio, mio cognato, ci corriamo di fianco in un silenzio non normale per due runner come noi che normalmente, nell'atto della corsa, chiacchierano di continuo.

Un silenzio dettato dalla tristezza. Non entriamo nel merito della questione, non la conosciamo a fondo ed è sicuramente più grande di noi, ma valutiamo quello che vediamo. La nostra corsa, sotto un sole cocente, è a singhiozzo. Ogni scritta un po' più grande, un po' più forte, o che casualmente attira il nostro sguardo, è uno stop a leggere il messaggio o a decifrare il disegno. Allora eccoci sotto al fondo bianco, irregolare e slavato su cui è riportata, in inglese affinché tutti la possano



leggere e capire, una celebre arringa di Nelson Mandela. Una frase che tradotta recita così: “Sappiamo troppo bene che la nostra libertà è incompleta senza le libertà dei palestinesi”. Di fianco alla scritta, il ritratto del grande attivista e politico sudafricano, indiscutibile emblema della libertà, a rafforzare le parole da lui dette.

Corriamo, leggiamo, facciamo foto, poi, identificata la via da cui eravamo arrivati, ci allontaniamo dal muro per perderci nuovamente nelle stradine interne che ci riportano sulla piazza principale di Betlemme, là dove eravamo partiti, là dove c'è la Basilica della Natività. Un edificio costituito dalla combinazione di due chiese e da una cripta, la grotta della Natività, che è la grotta e il luogo preciso in cui Gesù sarebbe nato. Di mattina, con i miei genitori e mia sorella, e accompagnati da una guida, l'avevamo visitata in religioso silenzio; poi, mentre loro gironzolavano per la città vecchia, noi ci siamo concessi una corsa che, come spesso accade, non è stata un allenamento ma è risultata essere un interessante quanto triste giro culturale.

SUL PROSSIMO NUMERO
Andremo a correre sulle Dolomiti che circondano Cortina, in Veneto.





SCOPRI
IL SIGNIFICATO
DI FOR YOUR
MOUNTAIN
SECONDO
L'ULTRA RUNNER
MICHELE GRAGLIA

FOR **YOUR** MOUNTAIN



LA SPORTIVA®
innovation with passion

SHOP NOW ON WWW.LASPORTIVA.COM

DA CORRERE



A GALLEGGIARE

NUOVA GLYCERIN 18 CON TECNOLOGIA DNA LOFT

La nostra intersuola più morbida di sempre garantisce un comfort straordinario e massima ammortizzazione. Le scarpe perfette per una corsa facile e comoda

 **BROOKS** / RUN HAPPY