

Running

ANNO 9 - NUMERO 11/12 - 2020

MAGAZINE

DATI & STATISTICHE

Il futuro della vendita
e dei negozi

VIRTUAL CONVENTION

- Le anteprime
di Hoka One One
- Il lancio di Brooks
Adrenaline GTS 21

FOCUS ON

Enda: gli specializzati
appassionati al brand

FOCUS SHOP

Go Running di Roma:
parla Emiliano Scarsella

GREEN

La rivoluzione
di Retake Milano

GARE

Michele Graglia
vince
la Moab 240





ROCKET X

LAUNCH OFF
THE LINE



HOKA
TIME TO FLY™



Running
MAGAZINE

ANNO 9 - NUMERO 11/12 - 2020

- S O M M A R I O -



DATI & STATISTICHE

10 | Il futuro della vendita al dettaglio e dei negozi fisici (secondo Google)

FOCUS ON

12 | Enda: parlano Free Run, Verde Pisello, Elite Sport, Affari & Sport e Footworks

ORBDAYS

14 | Cavalieri: la nuova frontiera del retail

FOCUS SHOP

16 | Go Running di Roma: parla Emiliano Scarsella

GREEN

18 | La rivoluzione di Retake Milano

SCARPA DEL MESE

20 | On Cloudflyer

TOP TEN TRIATHLON

24 | Per dare il meglio: i 10 prodotti del mese dedicati alla tripla

FOCUS PRODOTTO

26 | Kinvara 11 di Saucony

27 | Wildcross di Salomon

28 | Breath Thermo di Mizuno

29 | Wave Sky Neo e Wave Rider Neo di Mizuno

30 | La linea running di Mico Sport

30 | GEL-Nimbus 23 di ASICS

31 | La maglia Rtech e il pantalone CSX di BV Sport

31 | Keyblade Running di Rudy Project

INIZIATIVE

32 | La campagna "This is for me" e la World Ekiden 2020 di ASICS

VIRTUAL CONVENTION

34 | Le anteprime della stagione SS21 di Hoka One One

35 | Il lancio di Brooks Adrenaline GTS 21

COMPETIZIONI

36 | Michele Graglia: il primo italiano a vincere la Moab 240

RUN THE WORLD

38 | Triesenberg (Principato del Liechtenstein)



- EDITORIALE -

Dalla parte di Einstein

“Vi ricordate che esistono ancora i negozi dove si toccano i prodotti, si incrociano sorrisi e si incontrano persone? Luoghi che bisogna salvaguardare perché favoriscono le relazioni umane e sono posti di lavoro qualificati. Per evitare che la gente compri solo sugli e-commerce direttamente dal divano, è fondamentale creare dei luoghi esperienziali di retail”. Mi piace iniziare per una volta l'editoriale cedendo idealmente la parola a un'altra persona. Perché, in poche righe, ben riassumono concetti fondamentali che riguardano i negozi di svariati settori. Compreso quello del running e dello sport: il valore delle relazioni personali; la qualità e professionalità al servizio dei clienti; la creazione di emozioni e suggestioni durante l'esperienza in store.

Aspetti che conferiscono dignità e valore al lavoro di migliaia di realtà imprenditoriali italiane nel settore della distribuzione. Ma che quest'anno sono state più volte messi a dura prova dalle chiusure provocate dalla pandemia. È un bene quindi tornare a rivendicarli, perché continueranno a essere fondamentali anche in futuro (qualunque esso sia). Pur dovendo inevitabilmente confrontarsi con un continuo sviluppo del mondo digitale, in una prospettiva sempre più complementare. Insomma, omnichannel, per dirla con un termine che fa sempre molto figo, anche se talvolta rischia di essere (ab)usato a sproposito.

Dimenticavo: a pronunciarle (quelle parole) è stato Francesco Farinetti, figlio di Oscar. Già, proprio il fondatore di Eataly, oltre che ex proprietario di Unieuro. La celebre famiglia piemontese lancia ora la sua terza avventura imprenditoriale. Un progetto ambizioso sul quale lavora da ben 10 anni e che riguarda in realtà più il settore della moda. Ma che mi pare possa essere una case history interessante anche per il nostro settore. Di fatto un nuovo concept che nasce a Torino di fianco al primo Eataly, aperto nel 2007 al Lingotto. Con radici locali ma un concept internazionale, tanto che sono già previste altre aperture all'estero. Il tutto all'insegna della cultura e della sostenibilità.

La consideriamo un'altra tappa di un percorso che vede anche il nostro gruppo editoriale Sport Press srl in cammino verso un modello sempre più responsabile e rispettoso dell'ambiente. Tanto da essere diventato, proprio dall'inizio di dicembre, una Società Benefit. Una sensibilità condivisa, fortunatamente, da un numero crescente di operatori del comparto sport e che pare non essere stata scalfita dal Covid. Come conferma una recente ricerca di Nomisma, secondo la quale l'emergenza sanitaria ha semmai aumentato la consapevolezza sul tema. Non solo in termini astratti.

Si stima che il 57% degli europei abbia cambiato stile di vita. In Italia dall'inizio della pandemia il 27% dei consumatori ha aumentato l'acquisto di prodotti sostenibili e il 21% dei punti vendita promuove articoli eco. Nello specifico, nei prossimi 12 mesi, quasi un italiano su due sarà orientato ad acquistare abbigliamento, calzature e accessori prodotti con metodi che rispettino l'ambiente e il benessere degli animali. Così come il 37% tenderà a privilegiare capi che durino più di una stagione. Otto italiani su dieci vorrebbero conoscere la provenienza delle materie prime utilizzate e il 72% essere al corrente dell'impatto ambientale generato dai prodotti moda acquistati.

Qualche numero peraltro è bene darlo anche sul mercato running. Per il quale, paradossalmente, il 2020 è stato un anno alla fine molto positivo, come abbiamo già avuto modo di sottolineare. Ma a confermarlo sono anche le statistiche raccolte dalle nostre analisi quotidiane e dal confronto con tutti i player del settore, che indicano addirittura in un +35% la crescita dei nuovi runner nel corso di quest'anno. Con un target ovviamente molto trasversale. Il 56% over 35, per il 57% uomini e che corre in media tre volte a settimana, prediligendo peraltro (altra buona notizia) i negozi fisici e ricercando l'esperienza di acquisto.

Insomma, una strada ormai ben tracciata, che vede su entrambi i binari (quello della sostenibilità e quello del mercato) prospettive interessanti e nuove opportunità. Bisogna però avere la giusta consapevolezza e gli strumenti adatti a percorrerla al meglio. Antepoendo una visione a lungo termine rispetto a ragionamenti più concreti e razionali, magari più vantaggiosi nel breve. Talvolta alcune scelte non sono poi così logiche. Non lo è forse del tutto la scelta di aprire, nel pieno della più grande pandemia mondiale degli ultimi decenni, uno spazio fisico di 15mila metri quadrati con 66 negozi come Green Pea (“che non vende online, perché i suoi prodotti sono da vedere e da toccare...”). Così come assumere gente in questo periodo e lanciare nuovi progetti (editoriali e non solo). Come anche il nostro gruppo sta facendo. Ma noi stiamo con Einstein: “La logica vi porterà da A a B. L'immaginazione vi porterà dappertutto”.

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. 11/12 - 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 2 dicembre 2020

A TORINO APRE GREEN PEA CON 66 NEGOZI FASHION (E NON SOLO)



Ha aperto l'8 dicembre a Torino, al Lingotto, il primo Green Retail Park al mondo. Si chiama Green Pea ed è il terzo progetto imprenditoriale della famiglia Farinetti dopo UniEuro e Eataly: 15.000 metri quadrati di prodotti sostenibili, distribuiti su cinque piani con 66 negozi, un museo, tre ristoranti, una piscina, una spa e perfino un club dedicato all'Ozio Creativo. Si tratta di un investimento da 50 milioni di euro che in Italia creerà oltre 200 nuovi posti di lavoro.

ISPO MONACO CANCELLATA: LA FIERA SARÀ SOLO VIRTUALE



A causa della forte ripresa della pandemia, l'edizione ibrida di ISPO Monaco non sarà realizzata esclusivamente a favore del formato digitale. Non proprio un fulmine a ciel sereno, dato che la situazione non prometteva già bene e una decisione di questo genere era abbastanza probabile. Però per la prima volta l'evento, della durata di cinque giorni (1-5 febbraio), aprirà ai consumatori finali, che potranno sperimentare ciò che in precedenza era riservato ai soli membri del settore. I temi chiave dell'edizione 2021, che offriranno opportunità di discussione e interazione, riguarderanno digitalizzazione, salute e sostenibilità. In particolare, si tratterà dell'importanza degli sport e delle attività all'aria aperta e il loro legame con la salute in tempo di Covid.

DIGITALE E SPORT. LA RICERCA DI ASSOSPORT

L'osservatorio nazionale “Digitale e sport”, costituito da Assosport e dall'Università Ca' Foscari di Venezia nel 2016, ha svolto un'indagine sul livello di digitalizzazione nell'industria dello sport nel 2020, prendendo a campione 80 aziende associate, per fotografare l'attuale grado di maturità digitale delle realtà che operano nel mondo dello sport e le relative conseguenze sul business. Del campione analizzato, il 66% ha già affrontato o sta affrontando un percorso di trasformazione digitale nella propria azienda e un altro 16% lo ha pianificato. Nel 53% dei casi l'investimento si aggira tra il 2 e il 5% del fatturato aziendale, mentre gli investimenti a oggi hanno interessato perlopiù canali di distribuzione online, e-commerce e marketing digitale. E nel prossimo futuro coinvolgeranno direttamente il processo produttivo, dalla logistica alla trasformazione dei prodotti, mediante l'utilizzo di servizi digitali, passando per la digitalizzazione della produzione.



Brighter than ever.



ASICS: CRESCITA DEI RICAVI PER IL 2020

Fino a settembre, ASICS ha registrato una crescita dei canali wholesale per l'anno in corso nei mercati EMEA, con ricavi aumentati in Germania (11,1%), Francia (3,5%), Regno Unito (3,0%), Svezia (5,6%), Danimarca (7,4%), Polonia (17,6%) e Finlandia (21,2%), oltre a osservare una continua crescita dell'e-commerce (134,4%). Nonostante la chiusura degli store, il brand ha subito solo il -3,1% dei ricavi netti consolidati da inizio anno rispetto allo stesso periodo del 2019 e, secondo gli ultimi dati NPD, rimane il brand di calzature da running numero uno in Europa, aumentando il divario con i principali concorrenti.



CRAZY NOMINA GIOELE FRANZINI NUOVO SALES MANAGER



Dopo circa due anni di tirocinio in azienda, Gioele Franzini è stato nominato sales manager di Crazy e sarà impegnato nell'ingresso del brand nel mercato statunitense, per cui ha già attivato una collaborazione. Valtellinese di nascita, è appassionato di outdoor e sport in generale, oltre a essere laureato in International Business in Finlandia con una tesi sulla sostenibilità. L'inserimento della figura del sales manager, inoltre, ha anche l'obiettivo di avere una struttura interna più completa, in grado di offrire un maggior servizio nei confronti dei clienti già esistenti, specialmente in Italia.

ADIDAS SI RIPRENDE NEL Q3 E SI PREPARA A VENDERE REEBOK



La riapertura dei negozi e il controllo dei costi hanno permesso ad Adidas di registrare un recupero delle vendite nel Q3, con un miglioramento dei profitti di oltre 1.1 miliardi di euro rispetto al trimestre precedente. Un risultato che si affianca al boom delle vendite nell'e-commerce e a un modesto profitto atteso nella parte finale dell'anno, grazie all'attenzione rivolta alle scorte in buona salute, il volume di vendita e un preciso sell-in. Entro marzo 2021, inoltre, si dovrebbe completare l'operazione di vendita del marchio Reebok, in difficoltà anche dopo una ristrutturazione fallita. Secondo il *New York Times*, Adidas avrebbe affidato alla multinazionale JPMorgan Chase la vendita del brand americano.

GRUPPO DECKERS, PIÙ VENDITE NEL Q2 GRAZIE A HOKA ONE ONE

Il gruppo Deckers Brands ha annunciato un aumento delle vendite del 15% per il secondo trimestre, trainato, ancora una volta, da Hoka One One. Il marchio, in continua crescita nonostante la pandemia, ha registrato l'aumento trimestrale più performante, con un incremento dell'83,2% sulle vendite, per un totale di 143,1 milioni di dollari. Deckers ha chiuso il Q2 registrando un fatturato netto di 623,5 milioni di dollari, rispetto ai 542,2 milioni di dollari del 2019. A parità di valuta, l'aumento delle vendite è stato del 14,1%.



NIKE AFFIDA AL GRUPPO PERCASSI L'ESPANSIONE NEL SUD EUROPA



Quattro anni fa Nike aveva elaborato un piano di riorganizzazione della rete franchising, che prevedeva la divisione del Vecchio Continente in tre regioni, per poi scommettere su un partner in ciascuna di esse. Così il colosso statunitense si prepara all'espansione nel sud Europa, con una serie di nuovi monomarca, per mano di Percassi, il gruppo italiano proprietario della catena di cosmetici Kiko Milano. Già fidato punto di riferimento, la realtà nostrana al momento si sta occupando dell'allestimento di quello che diventerà il più grande negozio Nike in Spagna, ormai prossimo all'apertura.

PUMA: AUMENTO DELLE VENDITE IN EUROPA E NELLE AMERICHE

Aumento delle vendite del 13% a 1,58 miliardi di euro e utile operativo del 17% a 190 milioni di euro. Questi i numeri di Puma, che batte le previsioni medie degli analisti e registra un +20,7% nelle Americhe e un +17,7% in Europa, Medio Oriente e Africa, grazie a basket, golf e sport di squadra, che mostrano i tassi di crescita più elevati. Tuttavia l'azienda constata anche che il trend dei consumatori sta tornando negativo a causa del protrarsi dell'emergenza sanitaria e dichiara di non poter fornire una prospettiva affidabile per l'intero anno, nonostante l'ottimismo sulle previsioni a medio e lungo termine.



UNDER ARMOUR CREA CURRY BRAND: IN FUTURO ANCHE RUNNING?



Under Armour, insieme alla stella dell'NBA Stephen Curry, playmaker dei Golden State Warriors, ha lanciato il marchio Curry Brand, una mossa che richiama in tutto e per tutto il lancio del sottomarchio Jordan da parte di Nike nel 1997. Formato da abbigliamento e calzature per diversi sport, tra cui non solo basket ma anche golf, il marchio prevede già di ampliarsi nel tempo per includere una linea donna, una da corsa e altre categorie. L'obiettivo principale che Under Armour vuole perseguire con il nuovo brand è quello di diventare un marchio di performance che garantisca a ogni ragazzo un accesso equo allo sport. Un compito arduo, dato che solo il 22% dei ragazzi che crescono in famiglie a basso reddito partecipano a sport giovanili, e che nel concreto si tradurrà nel fornire valide opportunità a 100.000 giovani entro il 2025.

LA "RIVOLUZIONARIA" ESPERIENZA DI VENDITA DI REWOOLUTION

"The Rewoolutioner Business Program" è una nuova modalità di acquisto integrato lanciata da Rewoolution, che permetterà al cliente di "toccare" e provare i capi in store, per poi comprarli online. Un innovativo progetto che coinvolge sia il punto di vendita fisico che la boutique digitale, per un approccio rivoluzionario al mercato, rispondendo ai valori di sostenibilità e trasparenza nei confronti dell'ambiente. Ai primi due negozi partner selezionati per lanciare il programma seguiranno altri partecipanti, che saranno predisposti di un display con digital access point e una vetrina dedicata per una settimana per dare visibilità.



LA PILLOLA DEL MESE

Risparmiare CO₂ è possibile e fa bene al portafoglio

— DI MATTHIEU MENEGHINI

Due immense sfide stanno avendo un impatto enorme sulla vita e sul lavoro di tutti noi,

anche se in maniera diversa in termini qualitativi e temporali: la pandemia e il cambiamento climatico; la pandemia colpisce nel breve periodo, mentre gli stravolgimenti climatici nel medio e nel lungo periodo. Non essendo un epidemiologo sulla prima non mi esprimo, mentre per la seconda cercherò di darvi dei suggerimenti volti a contribuire a ridurre nel proprio piccolo le emissioni di gas serra derivanti da attività antropiche. La buona notizia è che spesso la riduzione delle emissioni implica anche un taglio ai costi e in molti casi diventa persino un investimento con ottimi ritorni.



Ci focalizzeremo sull'energia, poiché la sua produzione è tuttora la prima fonte di emissioni:

1. Scegli una bolletta in cui il fornitore di energia ti garantisca l'origine dei kWh prodotti da fonti rinnovabili, possibilmente fonti quali il solare, l'idroelettrico e l'eolico. Ogni altra azione è superflua se non si inizia dal consumare energia rinnovabile.

2. L'illuminazione è certamente il secondo aspetto ed è presto fatto rendersi conto che la sostituzione delle lampadine con le lampade a led abbia un impatto immenso sia sui consumi che sul portafoglio. Questo perché, tra risparmio energetico e costi di sostituzione, si ha un ritorno di investimento già nel primo anno, mentre negli anni successivi un risparmio cospicuo sui costi.

3. Il terzo suggerimento potrà sembrare banale, ma si può tagliare un ulteriore 20% dei consumi solo assicurandosi che i dispositivi elettronici alla chiusura vengano spenti e impostando lo spegnimento delle luci delle vetrine negli orari notturni.

— Ogni piccola azione può fare la differenza —

ZEN RUNNING CLUB PRODUCE SCARPE CON MATERIALI NATURALI

Zen Running Club è una startup olandese che progetta scarpe da running con le piante e materiali rinnovabili. L'intersuola del modello messo a punto è composta da un mix di canna da zucchero (proveniente da una fonte controllata) e fioritura di alghe (facente parte di un programma che ripulisce le fonti d'acqua nei Paesi in via di sviluppo), mentre la suola è in gomma naturale (priva di additivi o prodotti petrolchimici che diminuirebbero la sua capacità di degradarsi). Alla fine della sua vita, poi, l'intera scarpa viene decomposta. Il progetto, inoltre, include la piantumazione di alberi da raccogliere e ripiantare in modo specifico.



THE FEEL GOOD MICROFIBRE
Dryarn
BY AQUAFIL



FORCETEK
SPORT

<https://forceteksport.it>

“TIME TO RUN TOGETHER”: IL NUOVO PROGETTO DI HOKA ONE ONE



“Time to run together” è un progetto di Hoka One One che ha l’obiettivo di motivare i runner che spesso, con l’arrivo dell’inverno, subiscono un calo motivazionale. Come? Interfacendosi sul web con il team per poi mettere in pratica i consigli.

Quest’anno la seconda edizione vedrà protagonisti non solo il “re del Tor des Géants” Franco Collé e l’azzurro di corsa in montagna Alex Baldaccini, come accaduto lo scorso anno, ma anche il triatleta Alessandro De Gasperi. L’ingresso del trentino non sarà l’unica novità: verranno effettuati anche test di valutazione in centri specializzati, un trail-camp con gli atleti del team Hoka, una partnership con aziende top del settore outdoor/montagna e una membership card con offerte riservate su una serie di prodotti.

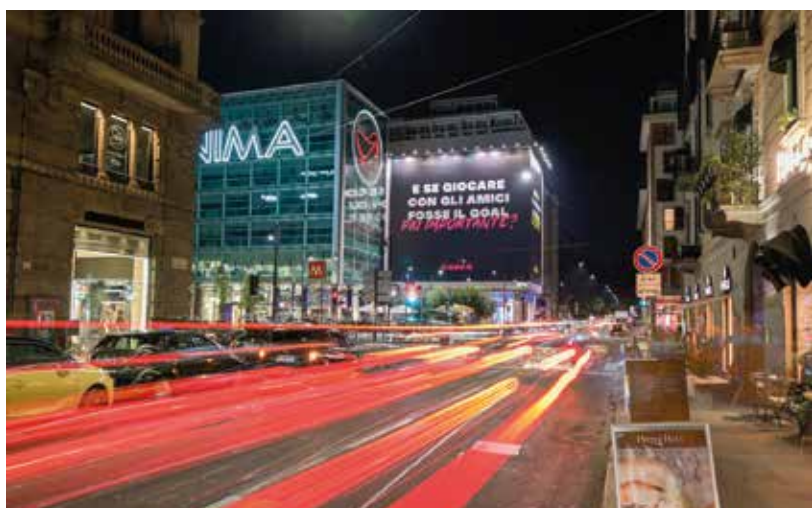
ATLETICA: ROMA SI AGGIUDICA GLI EUROPEI 2024



Esattamente dopo 50 anni, nel 2024 Roma tornerà a ospitare i Campionati Europei di atletica leggera. Un trionfo per l’Italia e per tutto lo sport azzurro, che aveva ospita-

to la massima rassegna continentale di categoria per la prima volta nel lontano 1934 a Torino. La candidatura della Capitale ha prevalso su quella della polacca Katowice con un risultato netto (14 voti a favore su 16), espresso dai membri del consiglio dell’European Athletics collegati in videoconferenza. L’edizione 2024 si terrà subito dopo i Giochi olimpici di Parigi e sarà la 26esima competizione iridata a livello europeo.

DIADORA LANCIA “THE STEP MANIFESTO”



“The Step Manifesto” è un’iniziativa promossa da Diadora, una chiamata a condividere e riscrivere le regole dello sport tutti insieme. Otto punti che saranno diffusi via social, per invitare poi gli appassionati di ogni sport a condividere il proprio mantra sportivo e scrivere i successivi punti, facendone così non solo una dichiarazione di intenti del brand, ma anche un manifesto corale. Un invito a riflettere sul significato dello sport, mettendo in discussione i dettami che negli anni hanno accompagnato questa pratica, come giocare per vincere e correre per arrivare primi.

LA VALLE CAMONICA RINNOVA LA PARTNERSHIP CON FIDAL

La Comunità Montana della Valle Camonica ha rinnovato l’accordo con Fidal, per diffondere la pratica dell’atletica leggera sul territorio, soprattutto fondo, mezzofondo e corsa in montagna. Come? Attraverso l’organizzazione di attività agonistiche e promozionali, come raduni, eventi e convegni comprensoriali, a cui si aggiungeranno la promozione nelle scuole, una sede federale di allenamento di prossima apertura e il coinvolgimento degli atleti, a fronte di un contributo annuale di 5.000 euro. Le difficoltà riscontrate quest’anno, dunque, hanno spinto le organizzazioni del territorio a investire ancora di più per lo sport e la sua promozione.



NASCE ITALIA ROAD RUNNING



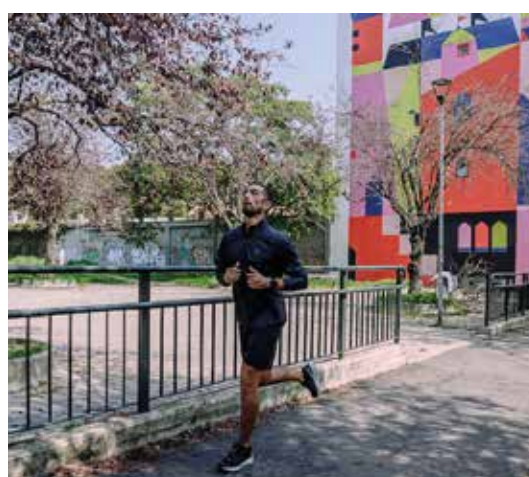
Per trovare un punto di sintesi tra la Fidal e le società di gare su strada, un gruppo di organizzatori ha deciso di creare Italia Road Running, l’Associazione delle corse su strada, e farla diventare un punto di riferimento per gli amanti del running. Si definiscono “un reale interlocutore con la Federazione” e assicurano che gli “intenti non vogliono essere quelli di rappresentare una ‘controparte’ ma cercare, insieme, di valorizzare al meglio la nostra attività”. L’obiettivo primario è riportare alla luce diversi temi del passato come la partecipazione degli atleti stranieri e la revisione dei parametri di classificazione degli eventi.

ASSEMBLEA GENERALE ISF: APPROVATO LO SKYSNOW

Lo scorso 30 ottobre si è svolta la 13esima assemblea generale dell’ISF (Federazione Internazionale di Skyrunning), durante la quale è stata affrontata la cancellazione di tutti gli eventi, a causa dell’emergenza sanitaria, ed è stato approvato un piano B per la creazione di un circuito continentale, con l’obiettivo di ridurre gli spostamenti intercontinentali. Tuttavia il calendario per il 2021 non è ancora del tutto definito, anche se al momento è stata accettata la nuova disciplina invernale SkySnow, che prevede di gareggiare sulla neve con dei piccoli ramponi su percorsi con pendenze significative, come le piste da sci.



CON SUUNTO LA STREET ART ABBRACCIA LA CORSA



Si chiama “Street art run” ed è la nuova iniziativa lanciata da Suunto dedicata a tutti i runner: una serie di percorsi guidati per scoprire le opere di street art nelle città di Torino, Barcellona, Lione e Monaco correndo. Ecco un valido motivo per non smettere di allenarsi e al tempo stesso ammirare un vero e proprio museo a cielo aperto nelle rispettive metropoli, secondo il motto “Run for street art”. Per il momento sono stati realizzati sette tracciati guidati e facili da seguire, che offrono la possibilità di conoscere le realizzazioni più belle di street art locale come murales, scale dipinte e graffiti.

FOLLOWYOURPASSION NO LIMITS INVERNALE



Dal 1° dicembre è tornata FollowYourPassion No Limits, edizione invernale, per continuare a mantenere alta la motivazione di tutti gli atleti, anche durante questi mesi difficili. Viene riproposto lo stesso format di successo della scorsa estate, ma stavolta con tre nuovi eventi e tre discipline (nuoto, corsa e bici), a cui è possibile iscriversi anche singolarmente. Una challenge dedicata a nuotatori, ciclisti, runner e triatleti amanti delle distanze, ma anche di luoghi da riscoprire grazie allo sport. Al momento dell'iscrizione, inoltre, è possibile sostenere con una donazione il progetto Sport Senza Frontiere.

WOMEN IN RUN: SUCCESSO ANCHE IN DIGITAL



Anche quest'anno, seppur in forma virtuale, Women In Run è stata in prima fila per gridare forte il proprio

NO! contro ogni forma di sopruso e disuguaglianza nei confronti delle donne. In questo modo, tutti coloro che hanno partecipato alla corsa, correndo o camminando, hanno dato il proprio contributo per contrastare la violenza sulle donne. In particolare il ricavato è stato devoluto a sostegno delle attività di WeWorld Onlus e Centro Donna di Cesena e Cesenatico, che ogni giorno si occupano di donne vittime di abusi, aiutandole a riprendere in mano la propria vita e a non essere escluse dalla società. All'iniziativa hanno aderito 350 iscritti e sono stati raccolti 2.600 euro.

DUE NUOVI FORMAT PER LA LAKE GARDA 42



Aperte le iscrizioni alla prossima edizione del Lake Garda 42, la maratona sul lago di Garda, in programma domenica 21 marzo 2021. Un percorso unico che unisce Lombardia, Trentino e Veneto, attraversando alcune delle località più iconiche attorno al lago. Quest'anno, oltre alla canonica gara da 42 km e alla più scorrevole mezza maratona, sono stati presentati altri due nuovi format: la Lake Garda 2x21, una staffetta per un team formato da due persone che percorreranno 21 km ciascuno, e la Lake Garda Kids Run dedicata ai più piccoli. La sede espositiva per sponsor e partner tecnici aprirà le sue porte già dal 19 marzo e sarà situata a Riva del Garda.

FRIULI ZONA ARANCIONE, MA "LA CORSA DELLA BORA SI FARÀ"

Il direttore di gara della Corsa della Bora Tommaso de Mottoni ha tenuto a specificare che "finché non verranno definite delle condizioni di legge per cui la gara non si può fare o nel momento in cui la nostra organizzazione non sarà in grado di sostenere i requisiti di sicurezza, per noi la gara si farà". Una presa di posizione netta, che va controcorrente a quella di altri colleghi, nonostante "sarebbe più semplice annullare tutto, ma lo spirito SI non è percorrere i sentieri più semplici, bensì i più belli". Gli organizzatori, infatti, non vogliono arrendersi e hanno già elaborato quattro diversi piani operativi.



BV SPORT®
BOOSTER VEINES SPORT

BOOST YOUR PERFORMANCES

Pau CAPELL
VINCITORE UTMB 2019

BOOSTER GAMBALE ELITE EVO

M A D E I N F R A N C E

**DIMINUISCE IL RISCHIO DI DOLORI MUSCOLARI
RITARDA LA SOGLIA DELL' AFFATICAMENTO
PREPARA AD UN MIGLIOR RECUPERO**

Il futuro della vendita al dettaglio e dei negozi fisici (secondo Google)

Nel 2024 il 78% degli acquisti sarà ancora in store. Lo conferma un nuovo studio svolto dal colosso tech di Mountain View in collaborazione con Euromonitor

— DI MANUELA BARBIERI

I retailer non hanno mai gestito la propria attività in un periodo così incerto e altalenante come quello attuale. Molti hanno pensato semplicemente a sopravvivere, altri invece hanno sfruttato il lockdown per imparare a integrare esperienze offline e online. Anche gli store più piccoli hanno così scoperto che massimizzare la propria presenza online può agevolarli nel raggiungimento di potenziali clienti che vogliono acquistare di persona.

I consumatori ora pianificano le visite nei negozi con più attenzione, cercando informazioni in tempo reale sulla disponibilità dei prodotti, gli orari di apertura e i servizi offerti, come il ritiro all'esterno. Tutti hanno bisogno di essere certi di trovare quello che cercano prima di uscire di casa e recarsi in negozio. In Germania, per esempio, le ricerche per "orario di apertura oggi", rispetto allo scorso anno, sono raddoppiate (Google Trends, marzo 2020). Così come quelle per "disponibile nelle vicinanze" (Google Trends, febbraio-aprile 2020). A dimostrazione che lo shopping locale, a livello mondiale, si sta rafforzando sempre di più.

I comportamenti di acquisto sono radicalmente cambiati negli ultimi sei mesi e molti di questi sono destinati a durare nel tempo. L'emergenza Coronavirus ha reso i consumatori anche più flessibili rispetto alla decisione di acquistare online o offline. Ora il 73% si definisce indifferente rispetto al canale di acquisto contro il 65% prima della pandemia in corso.

EUROMONITOR PER GOOGLE

Una finestra interessante sul futuro della vendita al dettaglio è offerta da un nuovo studio realizzato da Google in collaborazione con Euromonitor, che delinea come potrebbe essere la crescita del retail nei prossimi cinque anni. Si tratta di un progetto incentrato sulle vendite nei negozi al dettaglio fisici, negli e-commerce, nei marketplace in vari

settori e in 10 mercati sviluppati in tutto il mondo.

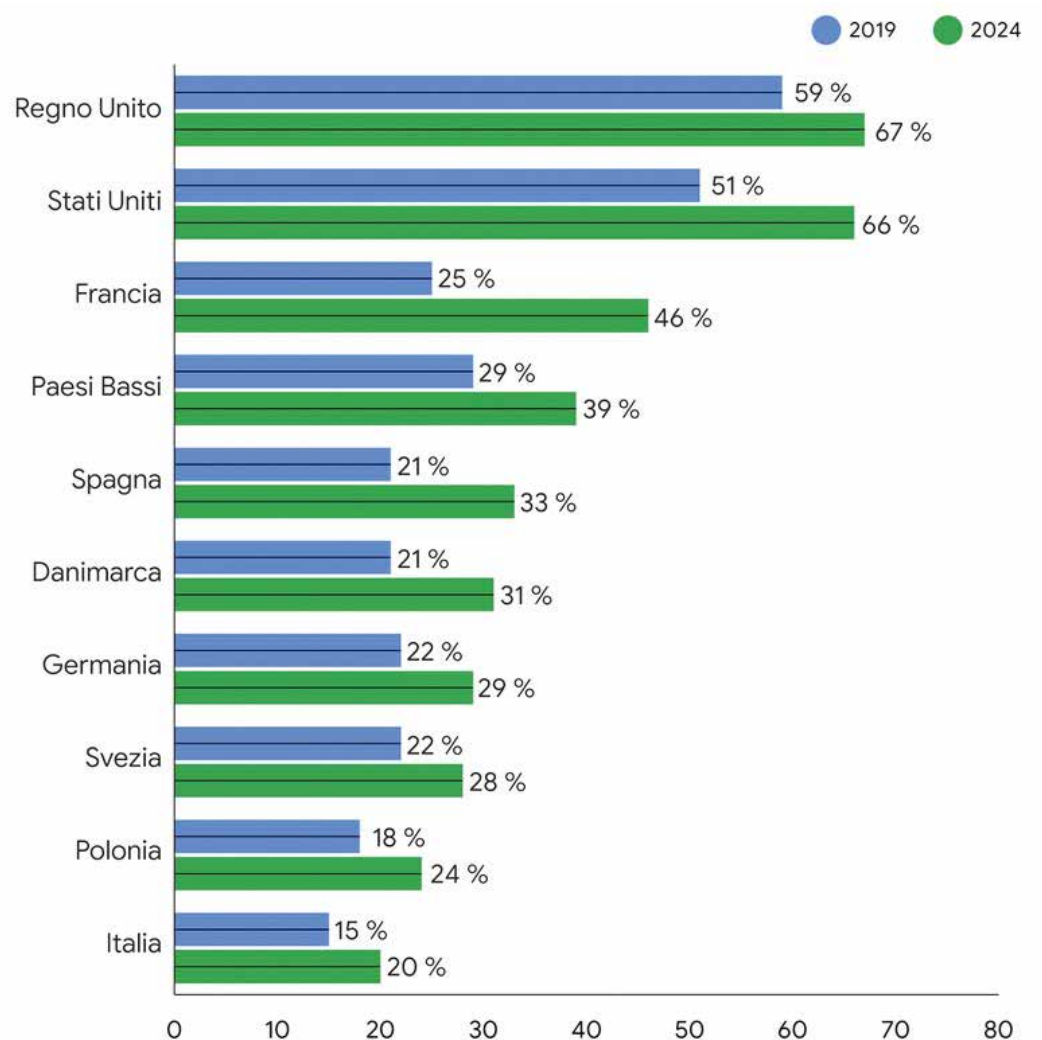
Anche se la pandemia, con la conseguente crisi economica, ha accelerato l'adozione del digitale e la crescita delle vendite online, si prevede che nel 2024 la maggior parte degli acquisti verrà ancora realizzata offline: 78% rispetto al 22% online. E i rivenditori che incrementeranno le vendite nei prossimi cinque anni saranno quelli con una forte offerta digitale. Dato che conferma l'importanza di un'esperienza di vendita al dettaglio sempre più integrata e fluida tra online e offline. Entro il 2024, il 53% delle entrate generate dalla vendita al dettaglio andrà ai retailer che hanno un'offerta digitale nei loro modelli di business. Se venissero estese o ripristinate misure di lockdown più severe, si potrebbe arrivare al 56%, visto che i consumatori continuerebbero a fare acquisti online invece che in negozio. In mercati digitalmente maturi come il Regno Unito e gli Stati Uniti, i due terzi delle entrate provverranno da rivenditori con canali digitali. In Francia, entro il 2024, questo valore verrà quasi raddoppiato.

Come ci ha insegnato la pandemia, l'unica costante è il cambiamento e i retailer devono essere pronti per quello che verrà.

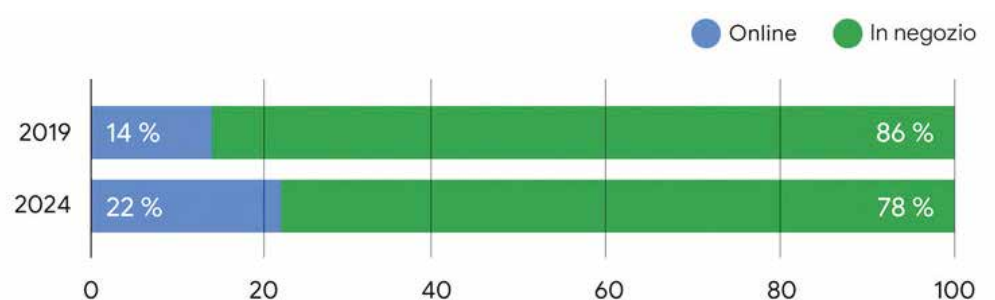
Ecco alcune considerazioni:

1. poiché i consumatori oggi hanno un'enorme possibilità di scelta, i retailer dovranno aiutarli a prendere decisioni consapevoli, fornendo informazioni utili; questo aspetto diventerà sempre più un elemento di differenziazione fondamentale;
2. per generare il massimo profitto, i retailer dovranno dare meno importanza al luogo in cui avviene la transazione e concentrarsi di più sull'integrazione delle esperienze digitali e in negozio;
3. i rivenditori dovranno soddisfare le sempre più crescenti aspettative dei consumatori e offrire esperienze omogenee tra online e offline.

TIPO DI RETAILER PRESSO I QUALI I CLIENTI SPENDONO
(% DI SPESA PRESSO RETAILER CON UN'OFFERTA DIGITALE)



IMPORTO SPESO DAI CONSUMATORI
NEI CANALI ONLINE RISPETTO IN NEGOZIO



Fonte: Google in collaborazione con Euromonitor

COME LA PANDEMIA POTREBBE INFLUIRE SULLO SHOPPING NATALIZIO?



ACQUIRENTI

Secondo uno studio Ipsos sull'emergenza Covid-19 per conto di Google, in Italia:

70% pianificherà gli acquisti in anticipo per evitare gli affollamenti

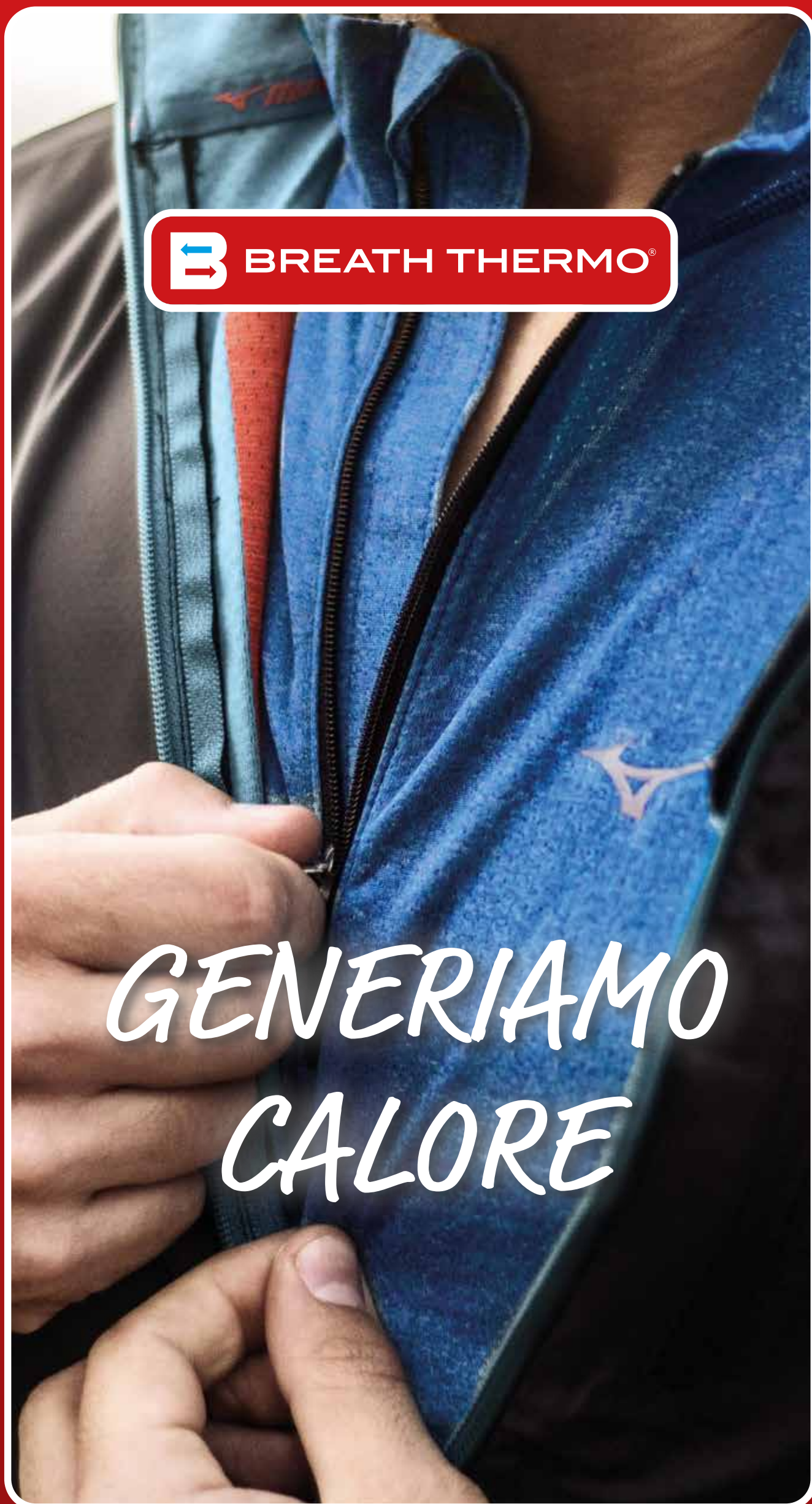
78% accorperà gli acquisti per ridurre gli spostamenti rispetto agli anni precedenti

57% preferirà acquistare da piccoli negozi locali

49% sceglierà i negozi che offrono la possibilità di acquisto senza contatto

38% utilizzerà le opzioni di acquisto online e ritiro in negozio o all'esterno

* -n=400 consumatori online di almeno 18 anni che prevedono di fare acquisti per le festività, 25 giugno 2020-28 giugno 2020



GENERIAMO
CALORE

L'esclusivo underwear termico in grado di assorbire l'umidità corporea e di trasformarla in calore, garantendo la massima traspirabilità del capo.

La collezione **BREATH THERMO** è concepita per fornire il massimo della termoregolazione e libertà nel movimento.

 MIZUNO ITALIA  @MIZUNO.IT WWW.BREATHTHERMO.IT





Parola d'ordine: tutti insieme

Enda sta costruendo la sua squadra italiana, con un team dove, oltre al supporto tecnico e alla comunicazione, un ruolo fondamentale lo giocano anche gli specialisti che si sono appassionati al brand e alla filosofia che sta dietro alle scarpe con la freccia

— DI CRISTINA TURINI

Nel numero 9/10 del nostro magazine vi avevamo resi partecipi della nascita di questo progetto dalla storia unica. Le prime scarpe Enda Running sono state infatti realizzate grazie a una campagna di finanziamento nata nel 2016, alla quale hanno aderito oltre 1.000 persone da tutto il mondo. Un anno dopo è nata Iten, il primo modello made in Kenya, che si ispira totalmente alla cultura e alla storia del Paese. Enda è prima di tutto un'azienda dal profondo senso etico, attenta all'ambiente, alle persone e alla comunità. Diventata società B-Corp, questa realtà oggi produce modelli basati sulla qualità e l'innovazione tecnologica. Impegnandosi altresì a ridurre l'impatto ambientale e sostenere la società al motto di "Harambee" – Tutti insieme. Il debutto dei modelli Enda nel mercato italiano si sta re-

alizzando grazie all'esperienza e alla professionalità di Marco Rocca, responsabile vendite, che recentemente ha reclutato nel team anche Giorgio Garello in qualità di responsabile tecnico. Ex ultrarunner, istruttore di Fitwalking e nordic walking, personal trainer, Giorgio vanta un'esperienza di diversi decenni come tecnico specializzato in calzature da running per amatori e professionisti. Insieme a loro la squadra è in continua crescita, con i primi negozi specializzati che hanno creduto e aderito al progetto Enda. Le opportunità sono duplici per entrambe le parti, se da un lato gli specialisti giocano un ruolo fondamentale per un marchio che deve trovare il suo spazio all'interno del mercato, dall'altro i dealer hanno l'opportunità, oltre a vendere un prodotto unico nel suo genere, di raccontare una bella storia. E allora: Harambee!

LE DOMANDE

- 1. Perché hai scelto Enda Running?**
- 2. Quali sono i primi feedback sui modelli?**
- 3. Quale potrà essere il posizionamento di questo brand sul mercato in un prossimo futuro? Cosa prevedi?**

INTERVISTA A CINQUE SPECIALIZZATI CHE HANNO ADERITO AL PROGETTO ENDA

AFFARI & SPORT - MONZA

1. Marco Rocca è un amico e quando mi ha fatto conoscere Enda mi sono fatto prendere dalla curiosità. Le ho scelte per la filosofia che sta dietro questa azienda, la produzione locale (e non in Cina) e il fatto che le scarpe vengano consegnate in una sacca con la bandiera. Sono alcune caratteristiche che definiscono un Paese e la sua comunità e che mi hanno attirato.

2. Le scarpe hanno una buona prospettiva e potenzialità, per la calzata (molto tecnica) e anche per la costruzione.

3. È un brand per negozi specializzati, per chi ha voglia di sperimentare e trovare alternative a prodotti tradizionali. Ed è proprio su queste realtà che dovrà puntare.



**Michele Cecotti,
titolare**

ELITE SPORT - CASTELLAMMARE DI STABIA (NA)

1. Perché la presentazione del prodotto e il racconto della storia di questo marchio da parte di Marco Rocca sono stati una vera magia. Finalmente un brand nuovo da raccontare ai clienti.

2. Sicuramente è una scarpa da posizionare a un livello alto, cioè per runner esperti. Mi è piaciuta la tecnologia e anche il design, che costruisce questi modelli semplici ma funzionali. Indossando la scarpa si sente la differenza con altri modelli troppo morbidi e ammortizzati. Ecco perché secondo me non è un modello per neofiti, ma per corridori che hanno un certo valore cronometrico. Ci sono prodotti che nascono con un preciso scopo. Poi col tempo vedremo se il target di riferimento sarà quello giusto.

3. Enda è un marchio che deve avere una posizione specifica sul mercato e quindi deve essere proposta in un determinato modo, non come le altre scarpe, ma come se fosse uno status a parte rispetto agli altri marchi. Anche per questo ho voluto provare questa novità.



**Marco Mauriello,
titolare**

FREERUN - SCANDIANO (RE)

Giampaolo Pagliani, titolare

1. Io e Marco siamo amici di lunga data, sono stato il primo negozio ad avere i modelli Brooks e sarò anche il primo ad avere i modelli Enda. Sono uno specializzato alternativo, nel senso che in negozio non ho marchi troppo commerciali, ma mi piace molto sperimentare e proporre delle vere novità. I modelli Enda rispecchiano a pieno la filosofia con la quale scelgo i brand da tenere in negozio.

2. Le scarpe Enda hanno la caratteristica di essere durevoli, un fattore che molti modelli in commercio adesso purtroppo non hanno più. La miscela con le quali è costruita è ottima. E il fatto stesso che durino rispetto ai modelli più commerciali è sicuramente una caratteristica anti-spreco, che va contro il consumismo classico.

3. Sono ottimista, perché è un'azienda innovativa con un potenziale di crescita veloce. Dal punto di vista etico è un marchio davvero ottimo e il concetto che c'è dietro alla creazione dei modelli lo rende unico.



FOOTWORKS - ROMA



Francesco Scarparo, titolare

1. Footworks si è sempre contraddistinto per la scelta di puntare su marchi emergenti, rendendoli nel tempo una realtà apprezzata e imprescindibile per molti appassionati del running. Già anni fa scelsi di abbracciare il progetto dell'amico Marco Rocca, che lanciò la sfida di raccogliere un brand che in Italia non stava vivendo una fase commercialmente apprezzabile, facendolo diventare il marchio più venduto del Paese. Fummo lungimiranti. Ritengo che Enda abbia le caratteristiche per trovare il suo spazio nell'ampia offerta di prodotti tecnici del mondo running, diventando in breve tempo un marchio di riferimento per molti atleti. Raccogliamo con entusiasmo questa nuova sfida e sono sicuro che sapremo crescere insieme, ancora una volta.

2. Diciamo che i miei clienti hanno visto solo dei prototipi e sono rimasti molto entusiasti - la scarpa risulta semplice, leggera, ammortizzata e ricca di particolari. C'è molta curiosità intorno al progetto Enda.

3. Come ho già detto prima, Enda saprà ritagliarsi il suo spazio nel mercato, inserendosi tra i grandi brand del running e soddisfacendo le esigenze dei runner. Un progetto innovativo come questo, per durare nel tempo, dovrà guadagnarsi la fiducia del cliente finale e, soprattutto, non tradirla. Questa è la sfida più grande che attende il marchio. Il Kenya ci ha mostrato come la corsa spesso non abbia bisogno di scarpe per essere efficace e poter avere la prima scarpa progettata e realizzata in questo Paese è la vera rivoluzione. Sapere che la produzione di Enda è solidale e con un impatto positivo su tutta la comunità kenyana, è il valore aggiunto al progetto. Comprando questi modelli si potrà sostenere la crescita e lo sviluppo di un popolo che non è solo corsa, ma molto di più.

VERDE PISELLO - MILANO



Paolo Fossati, titolare

1. Perché di base Verde Pisello ha sempre cercato di scovare modelli particolari. Certo, i prodotti devono essere di qualità, ma dietro ci deve essere anche una bella storia che faccia "scoccare la scintilla". L'arrivo di Brooks in Italia nel 2004 coincide con l'apertura del mio negozio. E il mio primo ordine l'ho fatto proprio con Marco Rocca (il modello si chiamava Radius). Il fatto che ora io sia anche il primo negozio di Milano ad avere Enda, sempre grazie a Marco Rocca, è ben augurante. Il brand, esattamente come Brooks, ha caratteristiche che lo rendono moderno e unico, come i colori e il logo molto bello. Anche le canotte le trovo davvero caratteristiche e a breve vorrei vendere anche quelle. Bisogna poi tenere in considerazione che per un marchio piccolo gli specializzati come noi hanno un valore enorme. Per me è un investimento che vale la pena fare, nonostante il momento difficile per il mercato.

2. È una scarpa da running tradizionale e non è una cosa negativa. Tanti modelli lanciati sul mercato non sono pensati per chi corre, o sono scarpe che dopo 200 km butti via. I modelli Enda sono durevoli, sono scarpe solide, di sostanza. Piccole perle la compongono, a livello di costruzione e grafica. È davvero fatta con il cuore e lo si vede nei dettagli, come gli occhielli colorati con il tricolore. Spesso questi particolari li trovi su limited edition che costano il doppio del normale, ma sui modelli Enda sono sempre presenti.

3. Al di là del lancio iniziale, servirà un'azione di marketing mirata e targettizzata. Enda è forse l'unica storia pulita e veramente nuova che ho visto negli ultimi anni e può ritagliarsi una fetta di mercato. Ha una fortissima connotazione simbolica, sarà sempre un prodotto di nicchia con una sua collocazione e sono sicuro che i negozianti non si sentiranno obbligati a vendere i modelli ma sarà un vero piacere. Noi specializzati abbiamo questa caratteristica: facciamo gli ordini e poi, quando arriva lo scatolone con i prodotti dopo sei mesi, è come se fosse Natale. Ecco, non vedo l'ora che arrivi marzo per vedere in negozio lo scatolone con la freccia, il simbolo di Enda.

La nuova frontiera del retail

La conferenza condotta da Davide Cavalieri, agli Outdoor & Running Business Days, ha mostrato come il paradigma del commercio stia cambiando e vada affrontato con strumenti e competenze nuove

— DI ERIKA POZZI

“Costruiamo progetti per raggiungere consumi stabili nel tempo”. Questa frase dell'imprenditore Michele Ferrero ha aperto il workshop di Davide Cavalieri, fondatore e general manager di Cavalieri Retail, in occasione degli Outdoor & Running Business Days che si sono svolti il 6-7 settembre scorsi a Riva del Garda. Cavalieri, da oltre trent'anni, è al fianco delle più prestigiose aziende internazionali e italiane nello sviluppo dei modelli di business nel retail fisico e digitale.

IL COMMERCIO POST COVID - È sempre più frequente camminare per le vie delle città italiane e rendersi conto che molte serrande dei negozi rimarranno chiuse. La pandemia ha messo in crisi molti dei presupposti sui quali imprenditori italiani come lo stesso Ferrero hanno avviato la propria impresa. Tutto è ora più instabile e precario e le dinamiche del commercio si sono ancor più orientate sul concetto di rapidità, e quindi sul digitale.

In quest'era post Covid stiamo assistendo a un allargamento della forbice: ci sono negozi i cui risultati sono interessanti e negozi che invece sono al tracollo, registrando circa il -60% dell'incasso. Tutto ciò non dipende solo da fattori esogeni come l'assenza di turismo, ma anche dalla gestione della propria attività. L'Italia è il Paese che ha più negozi sul proprio territorio in rapporto ai suoi abitanti. Questa situazione fa sì che nell'arco dei prossimi 18 mesi potrebbero chiudere circa il 30% dei punti vendita, perché si andrà a ridurre sempre di più l'offerta degli stessi servizi che negli ultimi anni si sono distribuiti nell'arco di pochi chilometri o addirittura centinaia di metri.

Il commercio fa parte dell'uomo e dunque è destinato a vivere con lui, ma deve necessariamente essere riprogettato. Negli anni si è passati da un commercio basato su un "single channel" in cui il conduttore e il cliente costruivano un rapporto personale, arrivando al commercio "omni channel", in cui le aziende vendono sia nei negozi fisici, sia nella grande distribuzione, che sulle piattaforme online. Il fenomeno a cui oggi assistiamo invece è definito come Retail Ibrido perché in realtà è governato dal cliente che, quando desidera un prodotto, cerca di reperirlo nel modo più facile e veloce possibile. Un consumatore che in questi anni è cambiato radicalmente grazie alla maggiore istruzione, al desiderio di sentirsi unico e quindi di ricevere sempre più servizi personalizzati, e che ha bisogni differenti in base al target di appartenenza.

In questi mesi il consumatore si è avvicinato ancora di più al mondo digitale e ai social network; lo stesso che era un cliente affezionato del negozio sotto casa, è stato costretto a utilizzare l'e-commerce e il food delivery, avvicinandosi a quella sindrome da acquisto immediato, da nevrosi da click for life. È lo stesso consumatore che nei mesi di lockdown ha dovuto usare di più i pagamenti online, ha avuto tempo e modo di esplorare e di confrontare i prodotti sul web. Questo consumatore d'ora in poi entrerà nei punti vendita più informato di prima e lo sarà sempre maggiormente.

Il rischio quindi è quello di ritrovarsi un pubblico sia più preparato di chi fornisce il servizio e che non è attratto dal luogo in cui entra: sarà quindi necessario capire qual è lo spazio psicologico indispensabile per il consumatore e fare in modo che si senta a suo agio; sarà necessario essere pronti a stimolare quel senso di leggera euforia che assale tutti noi quando decidiamo di soddisfare un desiderio, di valutare un acquisto, aiutandolo a lasciare fuori dalla porta i sentimenti di ansia e paura che lo hanno accompagnato fino sulla soglia.

UNA NUOVA SFIDA PER UNA NUOVA ERA - La battaglia, che prima della pandemia era legata ai metri quadri, oggi quindi si gioca sui contatti: ecco che il paradigma del commercio muta rendendo ogni giorno più importante e fondamentale la lead generata dallo stesso retailer; che dovrà essere in grado di captare i bisogni dei clienti e di soddisfarne i desideri. I responsabili delle attività commerciali, in questa nuova era, non potranno più proporre schemi o modelli di vendita uguali a prima, dunque il networking e il marketing diverranno componenti imprescindibili del commercio di domani.

I punti vendita dovranno dotarsi di tecnologie intelligenti che interagiscano con i negozianti stessi e il cliente. Sarà necessario essere al passo con i tempi sfruttando i social come strumento per farsi conoscere e creare business, tenendo presente la segmentazione del mercato.

Il processo di evoluzione digitale ha già travolto ognuno di noi: basti pensare che l'Italia è abitata da 60.51 milioni di persone e ci sono ben 80.40 milioni di smartphone; l'82% della popolazione utilizza internet con un uso attivo dei social media pari al 58% (circa 35mln), ciò significa che ormai non possiamo più

farne a meno dal momento che un italiano è connesso mediamente sei ore al giorno.

Il mondo del commercio non può che essere sempre più investito da questa rivoluzione, si pensi al pagamento online diventato oggi un'azione quotidiana; nell'arco di qualche anno infatti sono nati moltissimi strumenti che si appoggiano a uno smartphone, per il trasferimento di denaro come Satispay, Apple Pay e N26; il futuro sarà invece legato a dispositivi che consentiranno i pagamenti grazie al riconoscimento dei dati biometrici, come i volti, le impronte digitali o le retine dell'occhio, che garantiranno sicurezza, praticità e velocità, già in uso in Cina.

La forza della strumentazione digitale sta anche nel rafforzare l'interazione tra le persone e gli strumenti: tutto ciò può essere sfruttato per portare vantaggi esperienziali e ricreare situazioni che suscitino emozioni, coinvolgano e ispirino il consumatore all'acquisto.

Un altro tassello fondamentale del commercio in questa nuova era post Covid è legato all'identità del retail: sapersi distinguere avendo una propria personalità è senza ombra di dubbio una componente importante per incrementare la propria riconoscibilità sul mercato e, perché no, la propria posizione.

Ma ciò che sta scuotendo oggi sempre di più il mondo del retail è la possibilità di ridisegnare il customer journey facendo leva sui tre assi fondamentali dell'essere umano: i desideri, le abitudini e gli stimoli esterni. Sono pratiche che accadono in ogni momento, per esempio con le applicazioni di food delivery che in base agli ordini precedenti suggeriscono cosa comprare per quelli successivi, oltre a stimolare l'acquisto dei prodotti maggiormente comprati.

Quella odierna non è una situazione che durerà in eterno, ma evolverà in una direzione in cui alcuni atteggiamenti si consolideranno perché nel frattempo le regole saranno cambiate. Assistiamo quotidianamente all'evoluzione di un mondo, quello del commercio, che non tramonterà mai, ma è necessario adeguarsi a questi cambiamenti e camminare nella stessa direzione perché "mentre tutto intorno a noi va avanti, e nessuno ci aspetterà, neanche il cliente, uno sguardo nuovo e nuove competenze saranno le nostre ali in questo inatteso scenario", come Davide Cavalieri ha sottolineato.



Davide Cavalieri





AGILITY
FOR THE
WILD ONES

WILDCROSS


salomon
TIME TO PLAY



La tecnologia al servizio dei clienti

Nato nella periferia di Roma sei anni fa, Go Running è diventato uno dei negozi specializzati di riferimento della capitale e del Lazio. Il suo punto di forza?

Un tapis baropodometrico in grado di effettuare un'analisi posturale completa

_ DI CRISTINA TURINI

Emiliano Scarsella ci racconta una storia di riscatto personale. Perso il precedente lavoro di geometra per la profonda crisi che ha colpito l'economia italiana negli anni 2000-2010, il proprietario di Go Running ha deciso di realizzare qualcosa legato alla sua passione, iniziando a vivere il running con il desiderio di buttarsi dentro questo sport con tutto sé stesso e non solo.

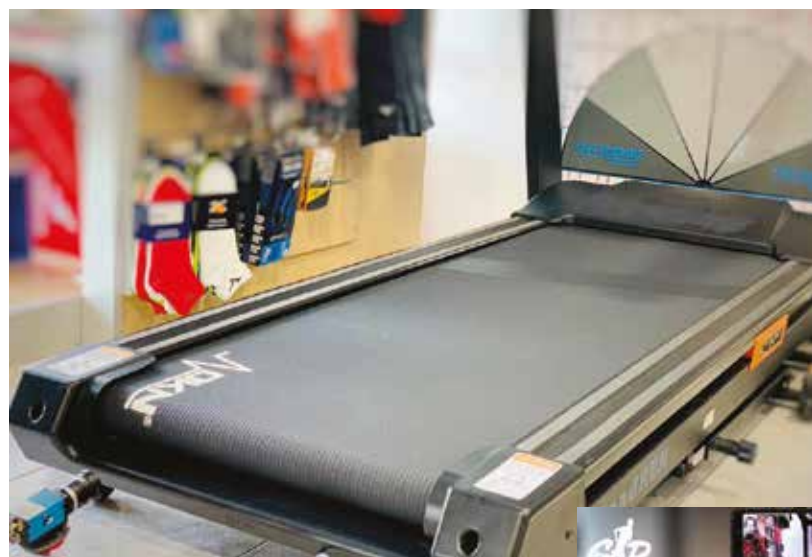
“Perché la corsa è per me il modo di essere me stesso e di essere con me stesso, mi riesce bene e le migliori idee sono arrivate correndo”

Nel 2014 ha realizzato il suo progetto, e proprio mentre tutti gli dicevano gli dicevano - “ma che fai, gli altri chiudono e tu apri, c'è crisi, le attività non funzionano più” - Emiliano ha aperto il suo negozio in via Casilina, in una periferia dove tutti si conoscono e, in particolare, lui è conosciuto come “quello che corre tutti i giorni”.

Un passato di continui infortuni lo ha spinto dapprima a studiare privatamente la biomeccanica del movimento per capirne le cause. Una curiosità che lo ha portato a credere e a concepire l'analisi di appoggio indispensabile per il futuro e per la continuità degli allenamenti suoi e dei suoi clienti.

Avere un negozio di running vuol dire soprattutto mettere a disposizione degli altri le proprie esperienze, trasformando in qualcosa di utile gli infortuni, i dolori, le sensazioni e le conoscenze. Imparando sempre di più per diventare un riferimento, quel riferimento che in passato è mancato allo stesso Emiliano e a tanti altri come lui.

Nel tempo Emiliano ha investito in attrezzature e in supporti informatici per approfondire gli studi sugli appoggi degli amici che varcano la porta del negozio. Ultimo arrivato, il treadmill



Il tapis baropodometrico, fulcro dell'attività professionale del punto vendita Go Running

baropodometrico, una spesa importante ma indispensabile per capire cosa avviene nei punti di appoggio del piede all'interno della calzatura. E per capire quale geometria e quale particolare tecnico influisce meglio sul modo di correre dei clienti.

Oggi Go Running è diventato un punto di ritrovo, un luogo di incontro, dove la prova di appoggio è come la poltrona di casa, dove si chiacchiera con un amico che ti ascolta e ti lascia parlare con curiosità con attenzione. Per capirne infortuni, disagi, posture errate ma anche potenzialità, impressioni, possibilità, progetti e nuovi obiettivi. “Ecco perché accanto al tapis roulant e alle poltroncine per lo studio dello schema del passo trovi la macchinetta per il caffè espresso... Perché il caffè è come una stretta di mano, ti dà fiducia, ti parla, ti accoglie. Oggi quando entra un cliente e si presenta dicendomi: - Arrivo da tale posto e sono venuto qui perché mi hanno consigliato di farmi analizzare la corsa da te - oppure: - Mi sono trovato benissimo con i tuoi consigli - mi riempie il cuore e mi dà la spinta a procedere per la strada intrapresa con tutte le difficoltà del periodo”.





SCHEDA TECNICA

Nome / Go Running
Indirizzo /
Via Casilina 1890 N/Bis,
Roma
N. di telefono /
06.20761149
email / info@gorunning.it
Sito / gorunning.it
Facebook /
@gorunningroma
Instagram /
@Go_Running
Gestione del magazzino / digitale
Numero sedi / 1
Titolare /
Emiliano Scarsella
Nascita del negozio / 2014
Numero vetrine / 2
Mq totali / 55 + 110
di magazzino
Mq calzature / 35
Mq abbigliamento / 20

Discipline trattate /
running, trail running

Marchi attrezzatura /
adidas, Brooks, ASICS,
Hoka One One, Mizuno,
Saucony, New Balance
Marchi calzature /
adidas, Brooks, ASICS,
Hoka One One, Mizuno,
Saucony, New Balance
Marchi abbigliamento /
adidas, Brooks, ASICS,
Hoka One One, Mizuno,
Saucony, New Balance

Altri servizi /
Analisi appoggio con tapis
roulant baropodometrico

Negli anni è nata poi la squadra che prende nome dallo stesso: l'ASD Go Running Team. Perché oltre al luogo fisico del negozio Emiliano ha sempre avuto l'idea di un gazebo che potesse essere, anche in gara, la casa dove ritrovarsi e dove condividere successi, dispiaceri, sudore, difficoltà, delusione, entusiasmo. "Il futuro? Non fermarmi alla vendita della scarpa ma continuare a seguire gli appassionati di questo sport nel loro percorso di preparazione e nella loro specifica formazione: allenamenti, gare alla ricerca del limite personale. Per questo sto collaborando con un progetto innovativo e completo di servizi per il runner, di qualsiasi livello tecnico, seguendoli attraverso il portale Puro-sangue Training, in grado di coccolare anche gli amatori come fossero dei top runner... ma di questo se volete ne parleremo in modo specifico in futuro".

Intervista a Emiliano Scarsella, proprietario del negozio.

Da che tipo di esperienza lavorativa provieni?

Facevo il geometra in un'azienda di appalti. Perso questo lavoro per la profonda crisi che ha colpito l'economia italiana negli anni 2000-2010, ho pensato di realizzare qualcosa di mio legato alla mia passione.

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

Ho iniziato a vivere il running con il desiderio di buttarmi dentro questo sport con tutto me stesso e non solo. Ed è così che inizia la storia, una vicenda di riscatto personale e di realizzazione. Così ho deciso di fare questo investimento per unire la passione con il lavoro.



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

Il mio negozio è un punto di riferimento per gli amanti del running, siano essi amatori o professionisti. Soprattutto è un luogo dove, grazie al treadmill baropodometrico, è possibile avere un esame posturale completo.

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

Amatore, appassionato, curioso.

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

Dopo il lockdown devo dire che sono aumentati i runner amatoriali e i camminatori. C'è stata una ripresa davvero positiva a maggio e giugno. Anche nei mesi estivi. Inizio autunno la situazione si è stabilizzata ma in questo mese, novembre, le vendite stanno riprendendo bene.

Quanto incidono i camminatori sulle vendite?

I camminatori incidono di circa il 30%.

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 runner cerca esperienza e professionalità. Una persona esperta a cui affidarsi e farsi consigliare. Cerca consulenza tecnica. Noi abbiamo fatto un importante passo avanti investendo nel tapis baropodometrico, per offrire un servizio unico ed essere sicuri di consigliare al cliente la scarpa giusta.

Che rapporti hai stretto con le aziende?

Sono colleghi di lavoro.

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

Lavoro bene con tutti i marchi, ma Brooks in primis è l'azienda con cui mi trovo meglio.

Quali sono state le innovazioni prodotte nelle ultime stagioni?

Le altezze delle intersuole in genere e il carbonio per i modelli più performanti. E poi la tecnologia GuideRails di Brooks.

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

I clienti conoscono l'importanza di un buon capo tecnico, tuttavia prevale ancora il footwear.

E la tecnologia che parte ha?

La tecnologia è fondamentale.

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

Il mercato proporrà scarpe sempre più prestanti e leggere.



La rivoluzione (green) di Retake Milano

Mentre si corre si raccolgono micro-rifiuti.
Si chiama plogging ed è l'attività al centro del progetto "Ghe pensi MI" di Retake Milano.
In collaborazione con Sorgenia

— DI MANUELA BARBIERI

Conciliare il proprio benessere fisico con quello della città in cui si vive, nello specifico Milano. È questo l'obiettivo del progetto "Ghe pensi MI", green edition, realizzato dalla onlus Retake Milano in collaborazione con la digital energy company Sorgenia.



Il nome di questo nuovo format è un'espressione tipica milanese che enfatizza la laboriosità meneghina di mettersi direttamente in gioco davanti ai problemi. In questo caso, il degrado urbano. L'iniziativa, gratuita e aperta a tutti i cittadini, si è svolta da gennaio a ottobre di quest'anno con una pausa forzata a causa del lockdown dovuto all'emergenza Coronavirus. Alla corsa leggera o jogging nei parchi milanesi, Retake Milano ha abbinato un'attività di raccolta di micro-rifiuti. Si chiama plogging e un modo sano e responsabile di vivere la città importato dalla Svezia (plogga up = raccogliere).

ghepensimi.retakemilano.org

“ Vogliamo far innamorare i milanesi della loro città per creare delle basi più solide al nostro messaggio di rispetto del bene comune”, ha commentato *Andrea Amato, presidente di Retake Milano*. “Il rispetto nasce anche così: dalla conoscenza di un luogo e dall'arricchimento del senso di appartenenza al territorio

RETAKE MILANO

Retake Milano è una onlus di cittadini volontari attiva sul territorio da più di 12 anni, con l'ambizione di riportare la bellezza nella città di Milano mediante interventi di ripulitura dei muri, lotta al degrado e partecipazione sociale. Negli anni, grazie a Retake Milano e al lavoro svolto da cittadini volontari e da persone provenienti dalla marginalità sociale e dalla disoccupazione, sono state riqualificate diverse zone della città dal valore culturale, storico e sociale. L'obiettivo è di suscitare nei milanesi la consapevolezza e l'interesse nei confronti del bene comune, creando una coscienza collettiva e portando ognuno a sentirsi protagonista nel prendersi cura della città.

“GHE PENSI MI”: QUANDO E DOVE



Le attività di "Ghe pensi MI" si sono svolte da gennaio a ottobre 2020, con una pausa forzata a causa del lockdown dovuto all'emergenza Coronavirus.

Di seguito i municipi che sono stati coinvolti e le relative aree interessate:

- **25 gennaio** - municipio 1: Parco Sempione
- **22 febbraio** - municipio 2: Parco ex-Trotter
- **27 giugno** - municipio 6: Parco Moravia
- **25 luglio** - municipio 7: Parco delle Cave
- **26 settembre** - municipio 9: Parco di Villa Litta
- **24 ottobre** - municipio 8: Parco Monte Stella

Le attività sono state invece sospese, causa pandemia, nei seguenti parchi:

- **21 marzo** - municipio 3: Parco Lambro
- **25 aprile** - municipio 4: Parco Forlanini
- **23 maggio** - municipio 5: Parco agricolo Sud Milano

In sostituzione dei tre plogging saltati, Retake Milano ha realizzato una serie di video tutorial rivolti alle famiglie, in linea con il format del progetto "Ghe pensi MI", che unisce il benessere fisico alla tutela dell'ambiente, con esempi sui tempi di biodegradabilità dei rifiuti.



Clicca sul Qr Code
e guarda il video

LA PERFORMANCE IN CONTINUA EVOLUZIONE.

RAINERIDISEGN



mico[®]

PROTECTION FOR PERFORMANCE

   www.mico.it

ON - CLOUDFLYER

INFORMAZIONI DI BASE

DISCIPLINA

Road running
(dall'allenamento alla gara)

PER

Uomo e donna

COLLEZIONE

Performance Running SS 2021

TARGET

Per i runner che cercano una scarpa ammortizzata, ma in grado di garantire una corsa agile e leggera

AMMORTIZZAZIONE

Morbida

CALZATA

Larga

PESO

285 g (uomo) - 210 g (donna)

DIFFERENZIALE

7 mm

MISURE (US)

7-14 (uomo) - 5-11 (donna)



LINGUETTA IMBOTTITA /

più spessa e morbida rispetto a tutte le altre scarpe On

DETTAGLI RIFLETTENTI /

assicurano visibilità notturna

TALLONE /

modellato in 3D

SISTEMA DI ALLACCIATURA A STELLA /

disegnato per una vestibilità sicura e personalizzabile, disperde la pressione e garantisce una sensazione di supporto avvolgente. Combinandosi con la linguetta morbida, offre comfort prolungato e maggior controllo

TOMAIA IN RETE TECNICA /

ultraleggera, ottimizza il flusso dell'aria grazie a una nuova trama

CLOUD PIÙ AMPI, MAGGIORE AMMORTIZZAZIONE /

sono dodici e più grandi, proteggono e supportano il piede garantendo ammortizzazione. Per atterraggi morbidi e decolli esplosivi

I TRE PUNTI DI FORZA

1. LA SPEEDBOARD /

È costituita da uno strato di polimero termoplastico a iniezione liquida che si trova tra l'intersuola CloudTec e la tomaia. La Speedboard entra in azione in ogni fase della corsa, lavorando in sinergia con la suola CloudTec. Ogni volta che il piede tocca terra, gli elementi Cloud si comprimono per ammortizzare l'atterraggio. Allo stesso tempo, la Speedboard si flette, accumulando energia dall'impatto col terreno così come fa un arciere con il suo arco. Gli elementi Cloud

compressi creano una piattaforma solida per appoggiare il piede e fare il passo successivo. È qui che entra in gioco la Speedboard rilasciando il suo carico di energia che rende la spinta esplosiva. La struttura della Speedboard integrata nell'intersuola agevola la rullata del piede, aiutando il runner a passare senza problemi dal tallone alla punta.

2. IL SISTEMA BREVETTATO CLOUDTEC /

È stato sviluppato da On per assicurare un atterraggio morbido seguito da un decollo

esplosivo. Gli elementi Cloud, estremamente adattivi, quando si tocca terra ammortizzano le forze verticali e orizzontali, assicurando un atterraggio morbido e adattandosi al movimento individuale del proprio piede. In fase di atterraggio, tengono poi ancorati al terreno per una spinta potente e naturale.

3. LA SUPERSCHIUMA HELION /

Progettata in Svizzera, è leggera ma durevole. Garantisce un elevato ritorno di energia e un'ottima resistenza alla temperatura.

COLORI UOMO /



Black / White



Grey / Orange



White / Blue



SUOLA BIFORCUTA /

la seconda generazione di Cloudflyer è la prima scarpa On con una suola biforcuta. Il rinforzo del lato mediale della scarpa agevola la rullata. La superficie più ampia disperde la forza dell'impatto e offre una sensazione di spinta più forte. Il canale centrale garantisce inoltre piena flessibilità del piede per una corsa più naturale. I cuscinetti in gomma a bassa abrasione, posizionati nelle zone più di impatto, garantiscono maggiore durata

COLORI DONNA /



Black / White



White / Coral



Magenta / Mulberry

COMUNICAZIONE E MARKETING



1.



2.



3.



4.

MATERIALE POP /

1. Backdrop vetrine
2. Installazioni in negozio
3. Retail rack
4. Wall

ATTIVITÀ SOCIAL A LIVELLO GLOBALE /

Per supportare il lancio della scarpa è stata coinvolta la comunità globale di On. Come? Attraverso 28 video con protagonisti ambassador di tutto il mondo che hanno raccontato le proprie storie ed esperienze. Il tutto è stato seguito attraverso i social Instagram e Facebook del brand.

CLOUDFLOW DI ON: ANCORA PIÙ PERFORMANTE

La scarpa amata dagli atleti d'élite è stata perfezionata grazie ai loro feedback, fornendo una corsa reattiva ancora più spinta e comoda al tempo stesso, con l'aggiunta della schiuma Helion. Diciotto elementi Cloud si combinano con l'esplosivo Speedboard per trasformare l'impatto in accelerazione, sia durante l'allenamento che in gara. Anche la costruzione del tallone è stata aggiornata, offrendo una presa comoda e duratura. La nuova configurazione degli occhielli migliora la tenuta del mesopiede per supportare gli atleti durante la falcata. Inoltre, la linguetta elasticizzata mantiene i lacci saldamente in posizione. Queste caratteristiche, unite ai cloud rimodellati, assicurano atterraggi più morbidi sull'avampiede e maggiore supporto in velocità. Una combinazione vincente per chi vuole superare i propri limiti.



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

OFF-ROAD PROTETTO CON VIBRAM FIVEFINGERS V-TRAIL 2.0

Per gli appassionati di trail running che non vogliono rinunciare all'allenamento minimalista c'è Vibram FiveFingers V-Trail 2.0, la calzatura a cinque dita sviluppata appositamente per la corsa off road e le attività outdoor intensive. Con questo modello la collezione Vibram FiveFingers FW 20 si completa di una scarpa evoluta che offre protezione e un grip eccellente su superfici bagnate e scivolose, grazie alla suola realizzata con miscela Vibram Megagrip. Il mesh 3D Cocoon offre protezione durante l'allenamento outdoor, per esempio da rocce o radici. Questo mesh di nylon tridimensionale, che è fuso nella suola di gomma 3D Cocoon, dissipa l'urto di oggetti duri e appuntiti. Vibram FiveFingers V-Trail 2.0 è disponibile nei colori: blue/green, ivy/yellow, black/yellow nella versione femminile e blue/orange, ivy/black, black/yellow in quella maschile. Peso: M43 = 182 g // W38 = 142 g.



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

SPIN ULTRA GTX DI SCARPA, PER CORRERE IN OGNI CONDIZIONE METEO

Il modello da trail running per i top runner ma anche per appassionati è una scarpa performante, agile e reattiva, con la giusta dose di ammortizzazione e protezione per percorrere lunghe distanze e utilizzi prolungati in allenamento. La tomaia è in mesh traspirante con gabbia esterna in TPU, la lingua è in tessuto leggero e traspirante. L'allacciatura è integrata con la struttura della tomaia e avvolge il piede senza costrizioni. La membrana Gore-Tex Invisible Fit offre il comfort e la calzatura ideali alla corsa di tutti i giorni in una scarpa impermeabile nel tempo, con tempi di asciugatura più rapidi. L'inserto sull'avampiede in EVA a bassa densità e vive spessore differenziato fornisce maggior cushioning. La suola Vibram, con disegno esclusivo SCARPA in miscela Megagrip, assicura un ottimo grip e adattabilità su ogni tipo di terreno.



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

CAMELBAK RIDEFINISCE LE ABITUDINI DI IDRATAZIONE QUOTIDIANA CON MULTIBEV

È un'innovativa soluzione 2 in 1 composta da una borraccia e un mug da viaggio, comoda e versatile per l'uso quotidiano. Il contenitore include il tappo Pak a tenuta stagna, che consente di riporre in modo intelligente e conveniente il coperchio avvolgibile e pieghevole in silicone, per coprire la tazza da viaggio. MultiBev è una soluzione sostenibile per il caffè da asporto, la fruizione di bevande in un contesto outdoor e il mantenimento di bevande personali, calde o fredde, in qualsiasi momento, eliminando la necessità di utilizzare bottiglie di plastica usa e getta. MultiBev è disponibile in due dimensioni, una bottiglia da 650 ml con una tazza da viaggio da 450 ml e una bottiglia da 500 ml con una tazza da viaggio da 350 ml.



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

EFFICACI E SOLIDALI: I NUOVI DISPOSITIVI (PRODUCT) RED THERAGUN DI THERABODY

L'azienda californiana lancia una nuova gamma di prodotti in collaborazione con (RED), il marchio nato nel 2006 per coinvolgere aziende e persone nella lotta contro l'AIDS. Per ogni (Product) RED Theragun acquistato, il 2% dell'importo verrà devoluto direttamente al Fondo Globale Covid-19, con l'obiettivo di ridurre la minaccia della pandemia nelle comunità e supportare programmi di prevenzione contro l'HIV. La gamma è composta da (Product) RED Theragun PRO, per un trattamento della muscolatura di qualità, potente e silenzioso, (Product) RED Theragun Elite, il partner del benessere più elegante e silenzioso, e (Product) RED Theragun mini, il dispositivo tascabile che offre un trattamento muscolare di qualità.



INFO: therabody.com

ARGIVIT: COMPLETO SUPPORTO ALL'ALLENAMENTO

Argivit è un integratore alimentare con lo scopo di ottimizzare le funzioni fisiologiche e dare supporto all'attività sportiva e al quotidiano. Al suo interno troviamo diversi componenti in grado di migliorare il metabolismo e ridurre la stanchezza. Il ferro è un elemento fondamentale sia durante l'attività sportiva sia nella vita di tutti i giorni, senza cui non sarebbe possibile legare l'ossigeno ai globuli rossi e di conseguenza trasportarlo in tutti i distretti del nostro corpo. Un organismo sottoposto a stress, come per esempio quello di uno sportivo, potrebbe andare incontro a forme di anemia sideropenica. Per questo motivo è importante curare l'integrazione di quest'elemento per mantenere sempre un livello sufficiente da garantire il corretto svolgimento di tutte le funzioni metaboliche. E, grazie alla quantità di ferro presente in Argivit, questo è possibile.



INFO: argivit.it

MINIMALISTA E PROTETTIVA: LA R5 GORE-TEX INFINIUMTM MYTHOS

Una giacca protettiva, di solito, è pesante e limita i movimenti. Ma la R5 Gore-Tex Infiniumtm Mythos è stata concepita per tenere alla larga freddo e pioggia durante le corse in inverno. Questo capo softshell firmato Gore Wear è dedicato ai runner più assidui, che non rinunciano a indossare le scarpette e a uscire di casa anche quando piove e fa freddo. Realizzata in tessuto altamente traspirante, evita il surriscaldamento durante la corsa. Gli strati di tessuto sono robusti, antivento e resistenti all'acqua.

INFO: Gore Wear - 00800 4508 4508 - gorewear.com



MAGGIOR COMFORT SULLE LUNGHE DISTANZE CON INVENT 4.0 RUN DI X-BIONIC

La linea di abbigliamento tecnico per la corsa Invent 4.0 è stata sviluppata in modo da incrementare la resistenza fisica dell'atleta durante le lunghe sessioni di allenamento. Il sistema di lavorazione del tessuto Retina Ultra-High-Definition, caratterizza maglie e pantaloni della collezione. Il sistema Retina migliora il posizionamento delle zone funzionali e, come conseguenza e in collaborazione con tutti gli altri brevetti e tecnologie, la temperatura resta costante e il corpo asciutto. La termoregolazione è sempre assicurata dal sistema 3D Bionic Sphere con sistema ThermoSyphon che agisce mantenendo la temperatura corporea a 37°C, prevenendo quindi il rischio di raffreddamento durante i periodi di recupero o riposo.



INFO: Oberalp - 0471.242900 - info@oberalp.it



ENJOY THE PRESSURE

BE REFLECTIVE

REFLECTIVE
COMPRESSION
SOCKS

MADE IN
GERMANY

CEPSPORTS.COM

Per dare il meglio

Ricerca, sviluppo e innovazione. E un continuo studio della performance, che coniughi design e funzionalità. Sono questi gli elementi intorno ai quali le aziende sviluppano i loro prodotti dedicati alla multidisciplinarietà

_ DI CRISTINA TURINI

JAKED - TRIATHLON SHOCKWAVE WETSUITS

La muta pensata per la triplice è un monopezzo a manica lunga con multi-spessore. Grazie al finissaggio Fine Mesh, la superficie del neoprene è ruvida e micro-forata, così da trattenere le molecole d'acqua e favorire l'effetto scivolo della muta (AcquasuAcqua). Il materiale è neoprene in pannelli a spessori differenziati, per maggiore comfort e alte prestazioni. La fodera elastica interna stretch è studiata per la massima scorrevolezza, mentre la zip professionale con cursore è in metallo anti-salino. La costruzione del capo ha uno spessore di 4,8 mm a cellula cava, super compatta sulla coscia per una maggiore azione galleggiante.

INFO: jaked.com



ETHICSPORT - SUPER DEXTRIN

È un'innovativa miscela energetica a base di carboidrati sequenziali a elevata efficienza e durata, vantaggiosa per atleti che svolgono attività sportive intense, specialmente di endurance. La miscela abbina per la prima volta destrine cicliche altamente ramificate (HBCD) con iso maltuloso, maltodestrine DE6 e maltodestrine DE18. Il prodotto genera una cessione di glucosio a lento rilascio, la formula apporta contemporaneamente quattro carboidrati con caratteristiche chimico-fisiche differenti, che seguono pertanto vie metaboliche lievemente diverse, per una graduale cessione delle energie.

INFO: ethicsport.it



RUDY PROJECT - THE WING

Grazie alla geometria rivoluzionaria, abbinata alla costruzione In-Mold che abbina leggerezza e sicurezza, questo casco garantisce i massimi standard di comodità e performance per prove a cronometro e triathlon di lunga e corta distanza. Per massimizzare il comfort visivo, The Wing è dotato di un nuovo visore con aggancio magnetico. Facile da montare e da trasportare, il visore ha una lente che incrementa la visione periferica sia orizzontale che verticale. La lente, realizzata in materiale RP Optics, assicura protezione dai raggi UVA e UVB, minimizzando l'affaticamento degli occhi e consentendo agli atleti di rimanere focalizzati esclusivamente sulla performance.

INFO: rudyproject.com



BUFF - PRO RUN CAP

Questo cappello con visiera è progettato apposta per il running. Traspirante, a rapida asciugatura e molto confortevole perché morbido ed elastico, è composto da poliestere al 92% ed elastene all'8%. Munito di fascetta posteriore regolabile, ha una vestibilità avvolgente. Il logo è reflective.

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



PHELPS - NINJA

Il rivoluzionario occhialino Ninja è dotato di un sistema di regolazione del cinturino brevettato "set it and forget it", per calibrarlo una volta sola e concentrarsi sull'attività. Altre caratteristiche includono la tecnologia lenti curve e il trattamento delle lenti specchiate in titanio, che garantiscono una visibilità nitida e un ampio campo visivo. Le lenti con trattamento anti-appannamento sono realizzate in policarbonato, materiale 10 volte più resistente e 100 volte più leggero del vetro, mentre il ponticello nasale è disponibile in quattro misure intercambiabili. Protezione UV e trattamento anti-graffio durevoli. Ninja è approvato FINA.

INFO: Technisub - 010.5445242 - aqualung.com



EVIL EYE - TRAILEYE PRO

Con questo modello il brand lancia un prodotto multisport adatto per andare in bici, correre e praticare sport in montagna sia d'estate che d'inverno. Il punto di forza dei traileye pro sono le molteplici possibilità di regolazione. La lente unica offre un campo visivo senza limiti. Mentre l'ampio filtro garantisce protezione dai dannosi raggi UV, dalla pioggia, dal vento e dallo sporco. Con l'aggiunta di un adattatore o di un clip-in, può essere indossato anche da chi ha problemi di vista. Versatile e dal fit perfetto, traileye pro è adatto a tutti gli sport. L'angolo asta/lenti può essere regolato in tre diversi modi per rispondere a esigenze differenti a seconda della dimensione della testa dell'atleta o del tipo di attività praticata.

INFO: Silhouette Italia - 031.8110900 - office@it.silhouette.com



HONOR - WATCH GS PRO

Questo smartwatch robusto e resistente è creato per migliorare le prestazioni di chi vuole esplorare luoghi all'aperto oltre ogni limite. Dotato di una lunga durata della batteria (25 giorni), Honor GS Pro è uno dei dispositivi da polso più a lunga durata attualmente disponibili sul mercato degli indossabili. Diverse funzioni outdoor sono presenti in questo orologio, come la modalità sci e avvisi di maltempo per guidare lo sportivo nella natura, insieme a funzioni intuitive per monitorare le prestazioni. Il look robusto lo rende solido, sofisticato e confortevole al polso. Il suo quadrante rotondo, racchiuso da un anello di orientamento e da un anello metallico, è circondato da una lunetta e da un quadrante in acciaio inossidabile che sono a filo con il resto della cassa.

INFO: hihonor.com



ELITE - FUORIPISTA

L'esclusiva stationary bike realizzata in collaborazione con Adriano Design è espressione di artigianato made in Italy, combinato alla consolidata expertise tecnica di Elite. Si tratta di una bici di allenamento pensata per esprimere una concezione di home fitness sofisticato, mediante la tecnologia alla base dei rulli interattivi del brand, con un design esclusivo e l'uso di materiali nobili. L'architettura principale di questa stationary bike è in legno di frassino trattato naturalmente per essere impermeabile.

INFO: Elite Italia - 049-5840044 - elite.it



COMPRESSPORT - CINTURA DA GARA

La belt proposta da Compressport è versatile, utile per qualsiasi gara di corsa su strada, trail o triathlon. Il numero di pettorale si fissa con le apposite levette. Facilmente regolabile, si posiziona comodamente intorno ai fianchi o in vita per una corsa senza sfregamenti. Quattro porta gel elastici consentono un rifornimento in corsa agile e veloce. Particolarmente utile nel triathlon, la cintura può essere girata velocemente. Peso 44 g.

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



361° - PACER ST

Adatta a tutte le situazioni, questo modello è il perfetto equilibrio tra "Fast & Soft", una scarpa di concezione veloce che non viene meno al concetto di comfort che rimane un punto fermo. La tomaia in Double Jacquard mesh è super leggera ed estremamente traspirante, mentre il Morphit System interno permette una calzatura ancora più ergonomica nella parte del mesopiede per un supporto perfetto. La configurazione e il design della suola è in Blow Rubber; la linguetta è studiata per offrire massimo comfort e per le irritazioni in fase di flessione del piede. Quik Spring+ è la nuova miscela EVA introdotta che dà un maggior ritorno di energia senza perdere comfort e leggerezza.

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





Superiore: SPORTECH

Sistema di gomma iniettata che evita le cuciture, favorendo flessibilità e comfort.

Superiore: VTS

Composizione tessile traspirante che mantiene costante la temperatura del piede.

Suola: STABILIS

Elemento in TPU per evitare torsioni involontarie dannose per il piede.

Intersuola: REBOUND

Materiale rivoluzionario che assorbe l'impatto, favorisce l'impulso e riduce il peso della suola, migliorando così comfort, resistenza, ammortizzazione, velocità e adattabilità.

Joma *Running*

ALL FOR SPORTS

www.joma-sport.com/it



Leggeri verso il personal best con la Kinvara 11 di Saucony

Design raffinato, innovazione continua,
fit, comfort e performance ai più alti livelli

_ DI MANUELA BARBIERI

Pensata e "scolpita" per essere tutto ciò che il runner cerca per superare i propri limiti e raggiungere obiettivi sempre più ambiziosi - leggerezza, velocità e potenza -, la Kinvara 11 si adatta all'unicità di ogni piede.



MORBIDEZZA E REATTIVITÀ /

il nuovo ammortizzamento
PWRRUN garantisce
un cushioning
dal giusto rapporto
morbidezza/reattività

SPINTA IN PIÙ /

la suola flessibile è studiata
per una transizione
veloce appoggio/stacco



COMFORT DA OGNI ANGOLAZIONE /

il Formfit è stato esteso tutto attorno al piede,
a formare una culla che lo avvolge e accoglie al meglio,
adattandosi alla sua forma. Formfit è il risultato di
tecniche artigianali, come gli inserti stampati in 3D,
il morbido engineered mesh che rende la tomaia elastica
e contenitiva e il collare interno sul tallone che danno
la sensazione di una scarpa fatta su misura



INFO DI BASE

DISCIPLINA

Road running

COLLEZIONE

Fall/winter 2020

CATEGORIA

Neutra

INTENSITÀ DI UTILIZZO

Per gli allenamenti
quotidiani e le corse
veloci

PESO

233 g (uomo)
200 g (donna)

DIFFERENZIALE

4 mm (28.5/24.5)

MISURE (US)

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

COLORAZIONI

uomo



donna



La new entry della famiglia Cross

Per i runner più giovani che cercano nuove sfide, una scarpa Salomon dal design tecnico e con una silhouette rinnovata

_ DI MANUELA BARBIERI

New entry della famiglia Cross, la Wildcross di Salomon unisce tecnologie e tessuti di ultima generazione in una scarpa da trail running adatta alle condizioni più difficili. Ha infatti la capacità di assecondare il runner nel mantenere un ritmo sostenuto anche sui terreni più fangosi. Con una presa migliore e il piede saldamente in posizione, chi corre può concentrarsi così sulla velocità, incrementandola senza preoccuparsi dell'appoggio.



SISTEMA DI ALLACCIATURA QUICKLACE /

la stringa sottile e robusta semplifica la calzata e lo sfilamento della scarpa, per un'allacciatura one-pull



CALZATA ANATOMICA /

- più spazio per le dita
- struttura SensiFit che avvolge il piede dall'intersuola fino al sistema di allacciatura, aiutando a tenere il piede in posizione corretta
- rete in TPU idrorepellente che garantisce comfort e sicurezza

INFO DI BASE

DISCIPLINA

Road running

INTENSITÀ DI UTILIZZO

Allenamento e competizione

TERRENI

Fangosi, morbidi e tecnici

CALZATA ANATOMICA

Standard

CALZATA BIOMECCANICA

Appoggio sul tallone e sulla parte centrale del piede

PESO

290 g

DIFFERENZIALE

8 mm

MISURE (US)

40 - 49 1/3 (uomo)
36 - 45 1/3 (donna)

PREZZO CONSIGLIATO

130 euro

STABILITÀ RINFORZATA /

l'altezza del differenziale e quella dello stack sono ottimizzate per migliorare il contatto del piede con il terreno e offrire il giusto livello di stabilità

GRIP OTTIMIZZATO /

la suola Contagrip, interamente in gomma con tasselli multidimensionali profondi e appuntiti, offre maggiore aderenza su superfici cedevoli, morbide o irregolari

INTERSUOLA CON EFFETTO REBOUND /
restituisce energia e offre ammortizzazione e maggiore durata



INFO: Amer Sports - 0422.5291 - amersports-italy@amersports.com

Il tessuto che genera calore

Termoregolazione e controllo del PH
sono le caratteristiche principali della collezione Breath Thermo di Mizuno

— DI MANUELA BARBIERI

Grazie alla particolare composizione e struttura con aree e pannelli specifici in base alla temperatura delle diverse parti del corpo, i capi della collezione Breath Thermo di Mizuno sono in grado di assorbire l'umidità corporea e trasformarla in calore.

Indossando un capo Breath Thermo, la temperatura aumenta di 2-3 gradi, il calore corporeo si mantiene costante e l'in-

terno dell'indumento rimane sempre asciutto. La fibra Breath Thermo ha inoltre la capacità di neutralizzare il pH acido e quello alcalino, conseguenti all'uso e ai lavaggi ripetuti.

Evita quindi l'insorgere di allergie e intolleranze, e ha inoltre una funzione antibatterica e antiodorante. Tali proprietà permangono per tutta la durata del capo, anche dopo numerosi lavaggi.

LA COLLEZIONE BREATH THERMO



VIRTUAL BODY G2 HIGH NECK

TESSUTO (INTERNO/ESTERNO):

90% poliestere, 7% poliacrilato, 3% elastam

CARATTERISTICHE: i pannelli laterali Mizuno Move e la tecnologia Dynamotion Fit forniscono una vestibilità comoda per favorire maggiore libertà di movimento

TAGLIE: XS-XXL

COLORI DISPONIBILI: grigio, nero, blu

PREZZO CONSIGLIATO: 70 euro



VIRTUAL BODY G2 LONG TIGHT

TESSUTO (INTERNO/ESTERNO):

90% poliestere, 7% poliacrilato, 3% elastam

CARATTERISTICHE: i pannelli laterali Mizuno Move e la tecnologia Dynamotion Fit forniscono una vestibilità comoda per favorire maggiore libertà di movimento

TAGLIE: XS-XXL

COLORI DISPONIBILI: nero, blu

PREZZO CONSIGLIATO: 65 euro



MID WEIGHT TEE

TESSUTO (INTERNO/ESTERNO):

91% poliestere, 9% poliacrilato

CARATTERISTICHE:

pannelli laterali traspiranti per il controllo del microclima e costruzione BlindStitch anti-abrasione per un maggiore comfort

TAGLIE: XS-XXL

COLORI DISPONIBILI: arancio, blu, bianco

PREZZO CONSIGLIATO: 50 euro



VIRTUAL BODY G2 H/Z

TESSUTO (INTERNO/ESTERNO): 90% poliestere, 7% poliacrilato, 3% elastam

CARATTERISTICHE: i pannelli laterali Mizuno Move e la tecnologia Dynamotion Fit forniscono una vestibilità comoda per favorire maggiore libertà di movimento

TAGLIE: XS-XL

COLORI DISPONIBILI: blu, nero

PREZZO CONSIGLIATO: 75 euro



BT MID WEIGHT FLEECE GLOVE

TESSUTO (INTERNO/ESTERNO):

86% poliestere, 14% poliacrilato

CARATTERISTICHE: materiale felpato di peso medio con presenza di filato Breath Thermo

TAGLIE: S-L

COLORE DISPONIBILE: nero

PREZZO CONSIGLIATO: 28 euro



BT SOCKS MID SKI

TESSUTO (INTERNO/ESTERNO):

52% acrilico, 18% poliestere, 12% lana,

11% poliacrilato, 4% nylon, 3% poliuretano

CARATTERISTICHE: imbottitura di protezione per tibia e piede

TAGLIE: S-XL

COLORI DISPONIBILI: nero, blu

PREZZO CONSIGLIATO: 25 euro





Più energia, senza dispersioni

Wave Sky Neo e Wave Rider Neo,
due modelli da running che presentano la nuova tecnologia Mizuno Energy

— DI MANUELA BARBIERI

Dopo più di due anni di studi e test presso il dipartimento interno di Ricerca & Sviluppo, Mizuno ha lanciato una nuova miscela in grado di migliorare la capacità prestazionale degli atleti sprigionando più energia

possibile in fase di spinta. Senza dispersioni e senza tralasciare il comfort.

Ecco due modelli da running che presentano l'ultima tecnologia del brand giapponese: Mizuno Energy.

WAVE SKY NEO - FLOATING ENERGY

Per i runner che cercano una sensazione di galleggiamento e ammortizzazione dinamica sotto i piedi, la Wave Sky Neo di Mizuno offre tutti i vantaggi dell'ultima innovazione di Mizuno. Per una sensazione di corsa più reattiva, ammortizzata e confortevole anche sulle lunghe distanze.

- **Mizuno Energy** fornisce ammortizzazione e un alto ritorno di energia
- **Tomaia e linguetta** sono unitamente costruite per una calzata più flessibile
 - La **tomaia Waveknit** ha una calzata comoda simile a un calzino che offre elasticità e sostegno al piede



- Grazie alla **costruzione in knit sull'avampiede**, la tomaia offre alti livelli di comfort e traspirabilità



- **Foam Wave** garantisce stabilità e ammortizzazione

PESO /
335 g (uomo)
275 g (donna)

TAGLIE (USA) /
7-13, 14, 15 (uomo)
6.5-11.5 (donna)

**PREZZO
CONSIGLIATO /**
210 euro

WAVE RIDER NEO - PROPULSIVE ENERGY

Per i runner neutri che cercano ritorno di energia e ammortizzazione ad alti livelli, la Wave Rider Neo di Mizuno garantisce transizioni fluide grazie alla combinazione di Mizuno Energy con Mizuno Wave.

Il risultato è una "sensazione premium" di morbidezza, dinamicità e maggiore stabilità.

- **Tomaia senza cuciture** e con allungamento verticale del mesh
- **Tomaia e linguetta** unitamente costruite per una calzata più flessibile
- **I supporti interni** mantengono il piede in asse durante le massime sollecitazioni
- **L'intersuola Mizuno Energy** offre un'ammortizzazione più morbida ed elastica per un'esperienza di corsa premium



- Il **peso** più leggero nella storia delle Rider (265 g)



- **Suola G3 traslucida** per rafforzare il grip
- **Scalanature** progettate per una transizione più fluida

PESO /
265 g (uomo)
225 g (donna)

TAGLIE (USA) /
7-13, 14, 15 (uomo)
6.5-11.5 (donna)

**PREZZO
CONSIGLIATO /**
180 euro



Con i piedi tra le nuvole

La GEL-Nimbus 23 di ASICS presenta importanti aggiornamenti, dalla intersuola alla tomaia, che la rendono sempre di più una scarpa adatta a chi fa della comodità un vero e proprio comandamento

Il comfort è assicurato non solo dall'ammortizzazione, ma anche da un'ottima vestibilità e dalla flessibilità, ulteriormente migliorate rispetto alle versioni precedenti. Grazie a queste caratteristiche la GEL-Nimbus si conferma un'ottima scarpa per accompagnare i runner che percorrono lunghe distanze. La tecnologia 3D Midsole design è l'aggiornamento chiave, perché favorisce una migliore deformazione. L'idea è quella di offrire un'ammortizzazione accurata a ogni genere, senza comprometterne la durabilità, permettendo una maggior compressione per un'esperienza ancora più morbida sotto i piedi. Grazie al gel sotto il tallone e l'avampiede e all'ammortizzazione data dalla tecnologia FlyteFoam Propel, non solo l'assorbimento degli urti è maggiore ma la reattività è aumentata. La tomaia in Monofilament Mesh è leggera e traspirante, con un design in rete rinforzata ancora più morbida, progettata per le lunghe distanze. La forma rivisitata degli occhielli aiuta la tomaia a muoversi in modo più naturale, mentre il pannello elastico sul mesopiede avvolge correttamente il piede per generare una migliore flessibilità. Il dispositivo Trusstic specifico per uomini e donne fornisce un supporto articolato



nella giusta direzione, così da generare una transizione più fluida. La soletta Ortholite X-55 consente ai runner una falcata flessibile ma reattiva. La suola in gomma ASICS Lite Rubber aumenta la robustezza della scarpa, mentre i dettagli riflettenti migliorano la visibilità in condizioni di scarsa luminosità.

DROP /
10 mm
25-15 (uomo)
27-14 (donna)

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

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

Workout di coppia (anche sotto la pioggia)

Per lei e per lui, la linea dedicata alla corsa firmata Mico utilizza tessuti e tecnologie speciali per soddisfare le esigenze prestazionali anche dei runner più esigenti

MAGLIA

- Tessuto tecnico Velour (peso: 155 g/mq) dotato di una struttura a trama fitta che crea una barriera protettiva verso l'esterno, impedendo la dispersione del calore corporeo
- Costruzione a "micro cannette" che si aprono durante l'attività sportiva, garantendo traspirabilità
- Modulo bi-elastico che si adatta facilmente al corpo agevolando i movimenti
- Interno garzato per un comfort termico ideale
- Inserti frontali e al collo in tessuto 3D microsmagliato, traspirante e protettivo

PANTALONE

- Tessuto stretch tecnico (peso: 200 g/mq) che offre traspirabilità e velocità di trasferimento dell'umidità verso l'esterno
- Modulo elastico che permette di adattarsi facilmente al corpo, favorendo ampia libertà di movimento
 - Inserti di ventilazione in tessuto a rete super stretch dietro al ginocchio
- Motivo serigrafico esterno per un effetto dinamico e performante
 - Elastico in vita
 - Tasca posteriore con apertura a "taglio laser"



INFO: Mico Sport Spa - 030.2003211 - info@mico.it

La compressione selettiva brevettata BV Sport

Dal mesh a rigidità variabile fino alla nuova fibra Q-Nova, ottenuta da materie prime riciclate. Ecco le novità dell'azienda francese ideatrice dei Booster

MAGLIA RTECH /

La linea Compression Rtech è fabbricata partendo dalle nuove fibre Q-Nova e Dryarn. La fibra Q-Nova è ottenuta attraverso materie prime riciclate, il cui ciclo di vita, dalla sua composizione al processo finale di produzione, è sottoposto a severe procedure di controllo e tracciabilità. La microfibra polipropilene Dryarn è invece per natura idrofoba, non trattiene l'umidità e si asciuga rapidamente, favorendo lo scambio termico e una migliore regolazione della temperatura del corpo. Inoltre è resistente, leggera, confortevole, riciclabile ed ecologica.



Durante l'attività sportiva, i muscoli del dorso e del bacino sono sottoposti a costrizioni venose e biomeccaniche importanti che, nel corso della pratica di alcuni sport, possono addirittura amplificarsi. La struttura di questa t-shirt è composta da maglie diversificate e da livelli di compressione ripartiti in maniera ottimale sui principali gruppi muscolari. Il risultato è una riduzione delle vibrazioni e un'ottimizzazione del rendimento muscolare.

PANTALONE LUNGO CSX /

I pantaloncini lunghi sportivi a compressione CSX (Selective Compression Xperience) sono realizzati in mesh a rigidità variabile (morbida/semi-rigida/rigida), un brevetto BV Sport. Questa compressione mirata ottimizza la biomeccanica muscolare in movimento, migliora il ritorno venoso, limita le vibrazioni e riduce il rischio di dolori e la soglia di affaticamento, rispettando l'anatomia e la fisiologia degli atleti. La fibra Quantum Energy favorisce invece la ventilazione e la regolazione termica, mantenendo la temperatura corporea ideale indipendentemente dalla temperatura esterna. È anche antibatterica, anti U.V, resistente, leggera e molto confortevole. L'ampia cintura e le cuciture piatte offrono inoltre comfort, riducendo l'attrito ed eventuali irritazioni.



- Maglie con rigidità variabile
- Ampia cintura elastica
- Numerose zone di traspirazione
- Cuciture piatte

INFO: BV Sport - 335.5927456 - info@bvsport.it

Per una corsa più nitida

Si chiama Keyblade Running il nuovo modello di Rudy Project dedicato alla corsa. Con un rivoluzionario sistema di ventilazione verticale, porta il concetto di comfort a un livello superiore

La nuova tecnologia si chiama Vertical Power Flow e consiste in due prese d'aria integrate nella parte alta della montatura, che vanno a incrementare ulteriormente il flusso d'aria interno all'occhiale, già garantito dalle prese d'aria posizionate su lenti e aste. Questo riduce al minimo i rischi di appannamento durante l'attività. La calzata di questo modello è ottimale per ogni tipo di viso senza alcuna pressione sulla testa e assicura massima stabilità anche nei percorsi più accidentati, grazie anche al design avvolgente e a nasello e terminali regolabili. Le lenti hanno un profilo speciale: a differenza della versione standard dell'occhiale, questo modello monta una lente più profonda. Il vantaggio è duplice: maggiore protezione per gli occhi, con conseguente riduzione della lacrimazione, e campo visivo più ampio, ideale soprattutto per il mondo trail, dove è necessario alzare e abbassare lo sguardo mentre si corre sui sentieri.

Keyblade Running monta le lenti fotocromatiche ImpactX 2 Red Rudy Project, che variano da cat.1 a cat.3, garantendo massima protezione agli occhi abbinata a nitidezza e qualità visiva senza pari. Le Lenti ImpactX in pochi secondi reagiscono a seconda delle diverse condizioni di luce, proteggendo gli occhi e riducendo l'affaticamento visivo. Grazie a un filtro HDR, queste lenti migliorano il contrasto nelle zone d'ombra, incrementando la percezione dei dettagli e rendendo molto fluida la transizione da zone luminose a zone d'ombra, come spesso capita quando si corre in montagna. Keyblade running, come tutti gli occhiali della gamma performance, è compatibile con le soluzioni vista sport Rudy Project.



INFO: Rudy Project S.p.a. - 0422.433011 - rudyproject.com



Mens Sana In Corpore Sano

Il punto fermo rimane sempre lo sport, come una sorta di guida spirituale che porta a una rinascita fisica e mentale. ASICS parte da questo concetto dedicando una campagna alle donne e lanciando la prima edizione (virtuale) della staffetta giapponese Ekiden, per riunire le persone lontane

— DI CRISTINA TURINI

#THISISFORME /

Il nome anticipa la filosofia di questa nuova campagna tutta al femminile, dove il brand esorta le donne a trovare un momento da dedicarsi fatto di benessere, attraverso l'attività fisica.

Con una linea di abbigliamento dedicata, femminile e performante al tempo stesso ASICS ha organizzato lo scorso 29 ottobre un Educational Workshop rivolto al mondo femminile della stampa, trasformatosi poi in un Digital Educational Workshop a causa del peggioramento dell'emergenza sanitaria in corso. A offrire la loro consulenza, tre professionisti dal mondo dello sport: il campione olimpionico di maratona Stefano Baldini, Elena Casiraghi specialista in alimentazione e integrazione e Sara Compagni, chinesologa e posturologa.

Ad aprire l'incontro Jennifer Isella, fondatrice e presidente delle Women In Run, un movimento nato per combattere la violenza di genere anche attraverso la corsa, con eventi dedicati e raccolte fondi. La Isella ha riassunto i risultati ottenuti in questi anni, anche grazie al supporto di ASICS. Elena Casiraghi ha parlato di nutrizione e sport, soffermandosi sul periodo del ciclo mestruale, consigliando i cibi ad hoc da assumere e parlando di alimentazione e carichi di allenamento differenti a seconda del periodo del mese.

Sara Compagnoni invece ha intrattenuto le partecipanti con una sessione di attivazione muscolare pre-workout, e con esercizi mirati al miglioramento della circolazione negli arti inferiori. Infine Stefano Baldini ha parlato del suo ruolo di allenatore, di come sia più stimolante e sfidante allenare le donne rispetto agli uomini, perché bisogna tenere conto di tutta una serie di fattori fisici e caratteriali, dal ciclo ormonale alle dinamiche di gruppo. Ma certamente quello che accomuna tutte le sue atlete è la grande determinazione.



Alcune immagini della campagna "This Is For Me" che ha come focus le nuove ASICS Dynablast

#ASICSWORLDEKIDEN2020 /

La prima edizione della staffetta si è svolta dall'11 al 22 novembre a livello globale. Ispirata da un secolo di cultura podistica giapponese, la gara (a cui hanno partecipato ben 56.000 runner) si è divisa in sei tappe di distanze variabili che, insieme, formano i 42,2 km propri di una maratona, rendendo questa esperienza adatta a tutti i runner, qualunque sia il livello di partenza e il ritmo di corsa. L'ASICS World Ekiden 2020 ha combinato il meglio delle corse reali e virtuali con una nuova piattaforma di gara che utilizza sia Race Roster che Runkeeper. I partecipanti hanno sperimentato l'emozione, la connessione e la motivazione della competizione a squadre, indipendentemente dalla distanza fisica reciproca. Alla fine di ogni tappa i runner si sono passati il loro "tasuki" digitale, la fascia di tessuto utilizzata nei tradizionali Ekiden giapponesi. L'iniziativa è nata con l'obiettivo di aiutare le persone a ritrovare una connessione tra di loro, a godere dei benefici fisici e mentali dello sport di squadra e della competizione e di aumentare la passione comune per lo sport. L'ASICS World Ekiden 2020 è stata la risposta ai risultati della ricerca globale condotta dall'azienda subito dopo la pandemia. Lo studio ha infatti evidenziato come ben il 42% di coloro che praticano sport facciano fatica a rimanere motivati in assenza di obiettivi. Il 74% degli intervistati pratica sport di squadra e preferisce allenarsi in compagnia. Il 67% sente la mancanza della competizione. Il 50% è stato influenzato negativamente dall'essere stato disconnesso e lontano dai compagni di squadra.

PRATICANTI SPORTIVI - DATI ASICS POST PANDEMIA

50% è stato influenzato negativamente dall'essere stato disconnesso e lontano dai compagni di squadra durante il lockdown

42% fatica a rimanere motivato in assenza di obiettivi

67% risente la mancanza della competizione

74% pratica sport di squadra e preferisce allenarsi in compagnia

Una strada, **Argivit** non ti serve altro per correre



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

AESCULAPIUS
FARMACEUTICI



Sulla buona strada

Un meeting (virtuale) per presentare le anteprime della stagione SS21. Protagonisti della conferenza di Hoka One One i prodotti chiave in ambito road running e trail.

Un'intera gamma di modelli in grado di migliorare le prestazioni dei runner di ogni livello

— DI CRISTINA TURINI

Il nuovo format è ormai adottato da diverse aziende, per raggiungere il pubblico in un momento in cui il contatto diretto non sarebbe possibile. I protagonisti della virtual press del brand americano sono stati i modelli road running e trail running della nuova collezione, presentati dai product manager delle due aree, rispettivamente Zack Paris e Jared Smith.

Confermato lo sviluppo della tecnologia basata sull'utilizzo di inserti in fibra di carbonio nelle suole, una strategia studiata per creare non solo modelli di punta per atleti élite, ma un'intera gamma di prodotti in grado di migliorare le prestazioni dei runner di ogni livello. A caratterizzare le nuove calzature sono sempre il Rocker, la cushioning experience e il fatto di essere versatili, adatte alla lunga distanza senza compromessi per quanto riguarda la performance. Aspetti apprezzati dal consumatore finale, come dimostrano anche i dati di vendita comunicati dal gruppo Deckers Brands lo scorso 29

settembre. Nonostante la pandemia, Hoka One One infatti è in continua crescita: ha registrato l'aumento trimestrale più performante, con un incremento del 83,2% sulle vendite, per un totale di 143,1 milioni di dollari.

Durante la convention è intervenuto Jan Frodeno, tre volte Ironman World Champion e da quest'anno atleta del brand. Rispetto alla sua prima esperienza con Hoka racconta: "Era-no anni che correvo con altri brand ma a un certo punto ho sentito l'esigenza di guardare avanti, di cambiare. Ho provato diversi prodotti sul mercato, ma nessuno mi aveva catturato come la mia prima Clifton. C'è stato subito feeling, ho amato quella sensazione di comfort e 'floating'.

La nuova collezione road si compone della Carbon X 2 (in uscita il 1° gennaio), modello dedicato alle lunghe distanze, della Match 4 (in uscita il 1° marzo), ancora più veloce e reattiva nella sua ultima edizione, e della Rocket X, la racing flat più leggera e performante.



ROCKET X

Una delle scarpe più energiche che Hoka abbia mai progettato: la Rocket X è la racing flat più leggera e straordinariamente reattiva della gamma del brand, pensata per podisti esperti. Studiata per affrontare le gare, questa regina della velocità sfrutta la schiuma più leggera di tutta la

storia Hoka, un profilo morbido dell'intersuola, una tomaia traspirante in mesh e una suola esterna in mescola di gomma che riduce il peso. Insomma, tutto il meglio della tecnologia realizzata per la velocità: questa racing flat è progettata per portare gli atleti oltre i propri limiti.

TOMAIA /

- traspirante
- linguetta anatomica

INTERSUOLA /

- l'intersuola in schiuma CMEVA garantisce una falcata stabile e assorbe l'impatto
- la piastra in fibra di carbonio garantisce una transizione fluida durante tutto il ciclo del passo
- Meta-Rocker vicino al collo per una corsa reattiva e propulsiva



SUOLA ESTERNA /

- posizionamento della gomma a zone per un peso inferiore e maggiore durata

PESO /
210 g

DROP /
5 mm

Oltre alla tecnologia c'è di più

Il primo dicembre Brooks ha lanciato ufficialmente la nuova campagna legata alla collezione SS21. La presentazione digitale alla stampa della nuova Adrenaline GTS 21 ne è stata un'anticipazione

— DI CRISTINA TURINI

Ad aprire la virtual press Martina Fogagnolo, marketing manager di Brooks Italia, con un'interessante analisi dell'attuale runner consumatore, ottenuta tramite sondaggi e raccolte dati realizzati dall'azienda stessa. Ne sono emersi tre cardini fondamentali sui quali il marchio basa il proprio business. L'autenticità: per l'86% dei consumatori è un fattore chiave nella decisione di quale brand scegliere. La fiducia: l'81% dei consumatori dichiara che hanno bisogno di credere nel brand che decidono di scegliere. La trasparenza: una delle qualità più importanti in un brand per il 66% dei consumatori.

Dall'analisi è emerso inoltre un notevole aumento dei runner negli ultimi mesi, + 35%. Rispetto ai runner tradizionali, questi nuovi potenziali consumatori sono più giovani, e anche la percentuale tra uomini e donne si bilancia eliminando il divario degli anni passati. Le "nuove leve" dichiarano inoltre di preferire un'esperienza d'acquisto all'interno del negozio fisico (vedi tabella).

E ancora, tre sono le categorie di runner individuate dall'azienda a cui indirizzare i modelli: il pacer, il goal seeker e il soul runner.

Tornando alla vera protagonista della presentazione, è stato Tobias Gramajo, tec rep manager e footwear champion Brooks, a introdurre la Adrenaline GTS 21. Con una breve presentazione ha ricordato che questa scarpa è tra le più storiche del brand. Nata nel 1999, è diventata subito punto di riferimento tra le scarpe stabili, evolvendosi, a livello di tecnologia, soprattutto negli ultimi due anni, con l'introduzione del Guiderails, che ha rivoluzionato il concetto di supporto. Ma per chi è pensata la nuova Adrenaline? Non solo per il soul runner, ma anche per un consumatore più trasversale. Vediamo perché.



“Questa ventunesima evoluzione della nostra Adrenaline GTS offre una corsa super confortevole e fluida, che guida delicatamente il piede ad ogni movimento.

L'incremento del DNA LOFT nell'intersuola, esteso fino all'avampiede, offre ai runner una sensazione di ammortizzamento e morbidezza come mai prima d'ora.

Secondo i nostri tester, Adrenaline GTS 21 è il connubio perfetto tra ammortizzazione, protezione e dinamicità”

Tobias Gramajo

NEW TALENT



56%

over 35



44%

under 35



57%

Uomini



43%

Donne



Maggiori i goal seeker



Acquista gli articoli per il running in negozio fisico e predilige l'esperienza di acquisto

TRADITIONAL RUNNER



90%

over 35



10%

under 35



75%

Uomini



25%

Donne



Maggiori i soul runner



Acquisto in store ma attento al prodotto

ADRENALINE GTS 21



PESO /
295 g (uomo)
258 g (donna)

DROP /
12 mm

Il nuovo claim del lancio di questo modello, “Non mollare, preparati a volare”, la dice lunga sulle qualità dell'ultimo aggiornamento. La combinazione del supporto GuideRails, che protegge le articolazioni, e il sistema di ammortizzazione combinato con il DNA Loft, forniscono comodità ed elasticità. La principale novità risiede proprio nel DNA Loft, che ora si estende dal tallone fino alla punta su tutto il lato esterno dell'intersuola. Questa nuova configurazione garantisce una maggiore morbidezza e comfort dalla fase di atterraggio a quella di spinta. La combinazione delle due tecnologie DNA Loft e BioMoGo DNA garantiscono transizioni più fluide, oltre ad un'ottima reattività. Anche la tomaia è stata aggiornata con il tessuto in Engineered Air

Mesh, offrendo un elevato livello di elasticità che si adatta alle diverse forme dei piedi, con una maggiore traspirabilità. Il sistema tomaia viene ottimizzato con gli inserti in 3D Fit Print, che aggiungono struttura nella parte centrale della scarpa per una maggiore stabilità durante la corsa. La tecnologia Guiderails è in grado di fornire un supporto intelligente durante la corsa, garantendo stabilità e sicurezza alle articolazioni più importanti a livello biomeccanico: le ginocchia. Il “bumper” interno stabilizza l'eversione della caviglia, mentre quello esterno limita il movimento eccessivo del calcagno, mantenendo stabile e fluida la transizione tallone-avampiede. Guiderails entra in azione solo quando è necessario e offre ai runner un supporto versatile.

Moab è una graziosa cittadina di case basse e sparpagliate, adagiate sulle sponde del fiume Colorado, nello Utah del sud-est (USA). Famosa per le sue svariate attività outdoor, non poteva farsi mancare una gara di running in versione ultra e, usufruendo del suo magnifico circondario - fatto di un deserto di rocce rosse, infiniti canyon e alte vette -, da alcuni anni organizza la Moab 240 mile (390 km). Ad agosto Michele Graglia (team La Sportiva), l'ultra runner ligure con un passato da modello, si iscrive alla Moab 240 pur sapendo che non la potrà correre, dato che il mese prima rientrava tra i 40 atleti élite in gara alla Kodiak 100 (160 km), sulle montagne della California meridionale. Quella sarebbe dovuta essere l'unica tappa di Coppa del Mondo Ultra, dopo che tutte le altre erano state cancellate per il protrarsi della pandemia. Ma il condizionale, in questo pazzo 2020, è sempre d'obbligo e puntualmente, a tre giorni dal via, anche questa prova viene annullata, stavolta a causa degli incendi che, come spesso accade, stavano letteralmente mettendo a ferro e fuoco l'intera regione. Fin da subito Michele si dispera per una gara che aveva preparato per oltre sei mesi, ma poi, ricordandosi di quell'iscrizione fatta quasi incoscientemente, si rende conto di avere a disposizione una grande occasione per non buttare via tutto.

LA GARA - Venerdì 9 ottobre, ore 7 del mattino. L'alba non è ancora penetrata nel largo canyon di Moab e i resti della notte la fanno ancora da padrone. Suddivisi in partenze differenziate causa Covid, l'ultima ondata di runner è quella degli élite tra cui, col pettorale numero 46, c'è anche Michele, che parte insieme agli avversari, tutti affogati nei loro buff usati come mascherina. Il racconto visto da fuori parla di una gara infinitamente lunga, calda di giorno e altrettanto fredda di notte, con 200 corridori che si aprono in un lunghissimo serpentone colorato, alla cui testa, fin da subito, si stalla un italiano che ne detta il ritmo d'azione. Nel frattempo il tam tam dei social crea un popolo di sostenitori che segue, su computer e telefonini, l'icona numero 46 in costante e lento movimento, su un percorso ad asola, che con un lungo e tortuoso giro ritorna verso la bandierina rossa di partenza/arrivo. Dietro, sulla stessa schermata, che ripropone in scala il tortuoso nastro rosso a disegnare l'intero percorso, segue la figura con il numero 12, corrispondente a David Goggins, l'ex Navy SEAL dell'esercito statunitense, ora forte ultra runner e conosciutissimo mental coach. I due si inseguono e batagliano a distanza, con altri atleti ancora più indietro che non li impensieriscono. Poi il 46 rallenta e il 12 recupera terreno. Attimi di palpitante batticuore: cos'è successo a Michele? Perché ha rallentato così tanto? Riuscirà a mantenere un minimo di distacco e quindi a vincere?

UN TRIONFO INASPETTATO - È piena notte in Italia quando Michele, stanco e spossato, passa, braccia al cielo, la linea d'arrivo della Moab 240, diventando il primo italiano a vincere questa massacrante ultra e il primo atleta al mondo a fare doppietta con l'altrettanto faticosa Badwater 135, vinta nel luglio del 2018.

"Non so bene da dove cominciare perché non ho ancora elaborato tutto quello che è successo là fuori", commenta ancora Michele una settimana dopo il trionfo. Ma chi meglio del diretto interessato può raccontarci quella gara per filo e per segno?

TIFARSI A VICENDA - "Alla partenza il sole doveva ancora sorgere, anche se una debole luce stava già illuminando la valle, e l'aria era frizzante, semplicemente perfetta. Sono partito subito a un buon ritmo e ho iniziato a riprendere tutti i corridori delle batterie partite prima di noi. È stato fantastico raggiungere lentamente ognuno di loro e tifarsi a vicenda. Poco dopo il secondo checkpoint (km 30) ho preso il comando della classifica generale e ho raggiunto un ritmo costante, che ho potuto mantenere per il resto della prima giornata. Le granitiche torri rocciose più alte del deserto, i profondi canyon e la



vista sul fiume Colorado mi hanno tenuto compagnia durante le prime sezioni della gara, anche se il grande caldo mi stava facendo cadere in ginocchio. Quando sono arrivato al terzo checkpoint (km 52), il sole era fortissimo, accecante e le temperature oltre i 35 gradi: sapevo che sarebbe stata una giornata veramente lunga".

LA POLEMICA - "Quando esco da quella stazione di ristoro, vedo il secondo classificato David Goggins arrivare. Visto che il tramonto del primo giorno si stava avvicinando e sapendo che Goggins era dietro di pochi minuti, ho deciso di rallentare e farlo recuperare, in modo da poter affrontare insieme la sezione notturna. Si è avvicinato, ci siamo salutati e ci siamo avventurati fianco a fianco nella valle scura davanti a noi. A questo punto i chilometri sono passati facilmente, le temperature sono calate ed è stato bello avere compagnia. Al successivo checkpoint (km 115) Goggins ha preso un pacer (un amico che accompagna il runner dettandogli il ritmo, ndr) mentre io, che avevo dovuto un po' improvvisare quella gara, non ce l'avevo. Per me aveva ancora senso restare insieme, sia per ragioni di navigazione che di sicurezza, ma ho iniziato a percepire che lui non la pensava allo stesso modo. Dopo un tratto piuttosto lungo in cui ho lasciato che fosse lui (e il suo pacer) a dettare il ritmo, di punto in bianco Goggins ha iniziato a urlarmi contro dicendomi di correre la mia gara del *** e di dimostrare il mio valore... In tutta onestà, non stavo pensando alla competizione, ma piuttosto di divertirmi ad avere qualcuno con cui correre, specialmente in questa fase iniziale della gara (eravamo solo a un terzo della competizione). Devo dire che questa sua esternazione mi ha sconvolto, soprattutto perché mi ha preso completamente alla sprovvista. Ero stranito e non sapevo come reagire, quindi mi sono limitato a spingere un po' di più e, alla fine, non l'ho più visto".

A gara conclusa, l'episodio fu riportato dallo stesso Michele nel corso di un'intervista a un'emittente americana, a cui Goggins replicò con una telefonata all'italiano per chiedere spiegazioni a riguardo e, di fronte alla fermezza del ligure, si giustificò affermando di averlo detto senza cattiveria, anzi per incentivarlo, perché ai suoi occhi ne aveva di più e poteva ambire al record. Quindi tra i due polemica rientrata e amici come prima.





IL BUIO FUORI, LA LUCE DENTRO - "Per tutta la sezione successiva mi sono trovato da solo", riprende Michele nel suo racconto, "e nel canyon ho sperimentato il buio pesto, quello vero, assoluto, che ha reso la navigazione veramente difficile. Il mondo intero in un fascio di luce davanti a me come unica compagnia (grazie alle lampade frontali Ledlenser che usa da un paio di anni, ndr). Ho continuato a spingere a un ritmo relativamente comodo, sapendo che il primo inseguitore era indietro di pochi minuti. Ho raggiunto il cartello delle prime 100 miglia fatte (km 160) in 20 ore e 30 minuti, appena prima di entrare in una stazione di soccorso in fondo alla salita di Shay Mountain. La salita era lunga, piuttosto ripida e in alcuni punti anche tecnica, ma ero consapevole che era qui che avrei potuto incrementare il mio vantaggio. E l'ho fatto".

RECUPERO MENTALE E FISICO - "Quando i primi raggi di luce hanno colpito la cima della montagna, stavo risalendo la cresta terminale dell'ascesa e mi sono diretto verso il punto di ristoro con un margine piuttosto ampio sul primo inseguitore, che era sempre Goggins. Questo mi ha dato fiducia, mentre guardavo il nuovo giorno con rinnovato spirito ed energia. In questa stazione ristoro sono rimasto 15 minuti, probabilmente la fermata più lunga fino a quel punto, ma poi sono ripartito completamente rin vigorito, carico di energia e di liquidi. Stavo per iniziare un tratto di discesa molto corribile, il sole si stava alzando nel cielo e le temperature avevano ripreso a riscaldare la valle desertica".

SOLE A PICCO E ALLUCINAZIONI - "Calore folle, sentieri sabbiosi e talvolta tecnici, da affrontare dopo una notte insonne e la logica diminuzione di energia. Nonostante tutto mi sentivo bene e 'in controllo'. Il mio obiettivo principale era rimanere attento all'idratazione e alla nutrizione, con la consapevolezza che tutto il resto sarebbe andato a posto, se avessi mantenuto la mia concentrazione. In questa seconda giornata i chilometri sono passati lenti, mentre il corpo era massacrato dai raggi del sole. Proprio come il giorno prima, con l'arrivo del tramonto e la relativa frescura ha sentito una grande liberazione: mentre l'oscurità si avvicinava, ho iniziato l'ultima grande salita di oltre 3.000 metri di dislivello positivo. Qui Ashley, coordinatrice del mio mini team di supporto, mi ha dato i bastoncini ricurvi che non ho più moltiplicato fino all'arrivo. La situazione è diventata dura, non posso negarlo: l'esaurimento psicofisico, unito alla disidratazione, mi ha portato alle immancabili allucinazioni. Era tanto divertente quanto spaventoso. Nonostante ciò, ho continuato a trottare fino a quando, poco prima del cartello che segnava le 200 miglia fatte (km 320), la faccia di Evan, l'altro amico che mi ha dato assistenza, è spuntata dal buio per condurmi alla stazione di ristoro in cima al Geyser Pass. Ho guardato l'orologio: erano trascorse 48 ore. Evan mi avrebbe seguito, in qualità di pacer, per



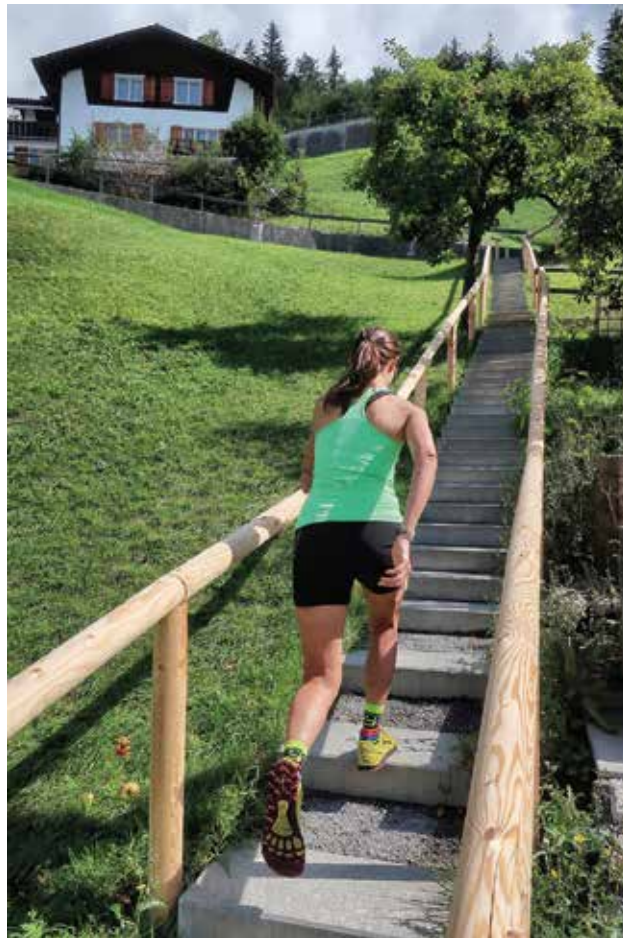
la penultima sezione. Il sole stava sorgendo e, in quel momento, sapevo che il record della gara era realisticamente fattibile".

L'IMPREVISTO - "Ho visto la mia terza alba in cima al Geyser Pass con la temperatura ancora gelida (di notte era scesa fino a -5°C) ed Evan che mi dettava il ritmo per gli ultimi 60 km di gara. Le mie palpebre erano pesanti, in due giorni e due notti non avevo dormito nemmeno un minuto, ma mentre ci tuffavamo in una discesa molto divertente e scorrevole, mi sentivo ancora di allungare la falcata e correre abbastanza 'veloce'. Sapevo che avrei potuto battere il record e quindi, nonostante la stanchezza, stavo spingendo al massimo. Fino a quando, sull'ultima ripida salita, è successo il disastro: un forte pizzicotto al tendine d'Achille destro mi ha fatto sobbalzare e fermare bruscamente. Ero troppo stanco per prendere in considerazione qualsiasi altra opzione, l'unica cosa da fare era andare avanti, in qualche modo. Ero arrivato troppo lontano per fermarmi lì. Mancavano solo 30 miglia (km 48) e sapevo che questa gara poteva ancora essere mia, ma il record non più purtroppo. Non potendo correre, ho camminato e saltato, appoggiandomi ai bastoncini, fino all'ultima stazione, a circa 25 km dal traguardo".



È QUASI FINITA - "L'ultimo tratto di gara, accompagnato da Ashley (ora in veste di pacer), è stato lunghissimo. Il dolore al tendine d'Achille mi ha fatto tremare, lo stomaco ha iniziato ad andare in subbuglio a causa della stanchezza e io stavo lentamente diventando sempre più delirante. Nonostante le crescenti allucinazioni, Ashley ha avuto un atteggiamento paziente e positivo nel farmi attraversare l'ultimo canyon e l'infinità dell'ultimo tratto, di quasi 7 km, su una pista ciclabile lungo il fiume Colorado. Il terzo tramonto stava arrivando, mentre una folla, questa volta reale, ci scortava attraverso quegli ultimi faticosissimi chilometri finali. Quelli sono stati momenti che non scorderò mai: gli applausi mi hanno dato energia e risollevato il morale, la mia squadra correva con me e persino le balene (l'ultima allucinazione) stavano nuotando accanto a me... Poi abbiamo raggiunto le deboli luci che illuminavano l'arrivo e, zoppicante, ho tagliato il traguardo. Un viaggio di 61 ore, 43 minuti e 15 secondi (2 giorni e mezzo) che culmina proprio lì, in quel momento. Un istante in cui si concentrano tutte le emozioni, le lacrime e il sudore. Ho alzato le braccia al cielo, nuovamente nero come la pece, e sono caduto a terra. Ero esausto, ma era finita".





In quel di Triesenberg

Nel Principato del Liechtenstein, tra sentieri e scale disegnati tra case, prati e dirupi.
Gioia e dolore dei runner locali

— TESTO E FOTO DI DINO BONELLI

Il Principato del Liechtenstein (in tedesco Fürstentum Liechtenstein, da cui la sigla FL sulle targhe automobilistiche) è uno staterello alpino geograficamente incastonato tra la Svizzera e l'Austria. Con la prima come unica via d'accesso stradale, mentre la seconda è solo raggiungibile, d'estate, via sentiero. La capitale, Vaduz, appena 5.400 abitanti (sui 38mila dell'intero Paese), è il centro del commercio e soprattutto del business bancario su cui regge l'economia del principato. In alto, aggrappato alle rocce alle spalle della zona pedonale, ben visibile anche da lontano, il castello omonimo alla cittadina, la lussuosa dimora del Principe Giovanni Adamo II, reggente in una monarchia costituzionale. Ancora sopra e leggermente spostato verso sud, Triesenberg è un centro abitato composto per lo più da casette mono e bi-famigliari. Queste, sparpagliate su un ampio e ripido costone erboso, sono raggiungibili mediante un'infinità di strette stradine asfaltate che si diramano dalla via principale che, da Vaduz, sale fino ai 1.600 metri di Malbun, la piccola stazione sciistica del principato. A unire tutte queste stradine più o meno trasversali, per accorciarne le distanze ai pedoni, tanti sentieri, scale e scalette, ben disegnati tra case, prati e dirupi. Camminamenti che sono anche la gioia e il dolore dei runner locali o di quelli che a Triesenberg, lussuoso sobborgo dormitorio della capitale, si soffermano per qualche giorno di relax, come è successo a noi.

SI SALE E SI SCENDE

Con me l'amica ultra runner Sarah Natali con cui, nonostante il meteo non sia dei migliori, perlustriamo la zona a un passo non troppo agonistico, ma che comunque, specie sulle rampe più ripide, ci richiede uno sforzo assolutamente non banale. Si parte dalla nostra casetta in legno, presa in affitto su Airbnb, e si prova a seguire la logica dei tanti itinerari appresi su un'apposita mappa distribuita dall'ufficio del turismo di

Vaduz e segnati in giallo sui tanti cartelli segnaletici strategicamente issati negli incroci tra le varie vie. Ogni tanto, l'incontaminata purezza di prati verdi a circondare baite solitarie ci spinge ad abbandonare la cosiddetta retta via, per avventurarci in scorciatoie che la maggior parte si rivelano poi essere più lunghe del dovuto. Ci si perde e ci si ritrova, in un gioco senza logica, se non quella dell'usare la corsa come moto continuo di un'attività di scoperta. Si sale, si scende, si scende ancora e ancora, fino ad arrivare, in modo molto casuale, nei pressi del castello di Vaduz, una roccaforte non visitabile, che quindi godiamo solo da fuori le alte mura. Poi via di nuovo per viottoli e stradine, per un rientro a casa tutt'altro che immediato. Anche nei giorni seguenti il tempo non migliora, ma la voglia di visitare la zona correndo ci rimette in moto, in diversa direzione. Questa volta si scende fino alla capitale, dove nel deserto più assoluto di una giornata uggiosa si passa davanti al "fiabesco" palazzo del governo e alla cattedrale di San Florin con le sue arti gotiche, poi si risale di nuovo sul ciottolato che porta al castello e, con un lungo traverso in salita, si rientra in quel di Triesenberg. Dietro le spalle, le alte vette fanno da confine frastagliato con un cielo costantemente plumbeo, mentre davanti, in basso nel fondovalle, lo scorrere lento del Reno fa da confine geografico con la Svizzera, l'autunno incalza, il silenzio è assordante, la quiete assoluta.



Sarah Natali,
ultra runner

**SUL PROSSIMO
NUMERO**
andremo a fare
un salto nella Seul
(Korea) pre-Covid.

361°

ONE DEGREE BEYOND™

BUON NATALE



PER INFO: INFO@361SPORT.IT

Run on clouds.

 Swiss Engineering

on

SHORTCUT TO RUNNER'S HIGH.