

Running

ANNO 10 - NUMERO 7/8 - 2021

MAGAZINE

DATI & STATISTICHE

Le città più green
dove allenarsi

NUOVE APERTURE

WhyRun: il nuovo tempio
della Milano che corre

SCARPA DEL MESE

Mizuno Wave Rider 25

SOTTO LA LENTE

"Doping tecnologico"
e integrità sportiva

RESTART

Golden Trail World Series
Lavaredo Ultra Trail



PHOTO: MIZUNO



OUTDOOR

- BUSINESS DAYS -

RUNNING

- BUSINESS DAYS -

12-13
SETTEMBRE 2021
RIVA DEL GARDA
QUARTIERE FIERISTICO

I NUMERI DELLA 6[^] EDIZIONE

- 80 BRAND ESPOSITORI
- OLTRE 200 NEGOZI
- 450 RETAILER
- PIÙ DI 90 PERSONE A OGNI WORKSHOP
- 900 OPERATORI PRESENTI
- 3.000 TEST EFFETTUATI

UPGRADE DELLA 7[^] EDIZIONE

- INCREMENTO DI MARCHI E RETAILER
- UNICA AREA ESPOSITIVA CON TUTTI I BRAND
- AREA PARCHEGGIO GRATUITA CON 1.400 POSTI
- NUOVE EXPERIENCE, PERCORSI TEST E WORKSHOP
- POTENZIAMENTO ATTIVITÀ DI SHOWROOM E SERVIZIO BOOKING
- SERATA APERITIVO OPEN AIR

INFO & ISCRIZIONI [OUTDOORBUSINESSDAYS.COM](https://www.outdoorbusinessdays.com)



Running
MAGAZINE

ANNO 10 - NUMERO 7/8 - 2021

- S O M M A R I O -



DATI & STATISTICHE

10 | Le città più green dove allenarsi

NUOVE APERTURE

12 | WhyRun: il nuovo tempio della Milano che corre

FOCUS SHOP

16 | MioMio Run di Pordenone

NUOVI AGENTI

18 | Dalle cime al retail: Luca Vassena entra nel team BV Sport

EVENTI & ANNIVERSARI

20 | Presentata in Franciacorta la nuova scarpa di Scott: la Speed Carbon RC
22 | Mizuno Wave Rider 25: compleanno tra le montagne di Sestriere

SCARPA DEL MESE

24 | Mizuno Wave Rider 25

TOP TEN TRIATHLON

28 | I 10 prodotti del mese dedicati alla tripla

FOCUS PRODOTTO

30 | Endorphin Trail di Saucony
31 | Cyclone di Topo Athletic
31 | Meraky 4 di 361°

SOTTO LALENTE

32 | "Doping tecnologico" e integrità sportiva

RESTART

34 | L'Olla de Núria: la prima tappa delle Golden Trail World Series
36 | Alla LUT con La Sportiva e Brooks
40 | Formentera to Run e Formentera Trail 21.1

VIRTUAL RUN

41 | La Sun Run di Karhu

RUN THE WORLD

42 | Zagabria in Croazia

PEOPLE

43 | Nico Valsesia: un atleta dalle "distanze impossibili"

ALTRI SPORT BY SPORTBUSINESS

45 | FOCUS ACQUA: il DAN Sustainable Tour, The Ocean Race e il Robycleanup



- EDITORIALE -

Ovunque e comunque (anche in città)

Può apparire scontato, ma spesso non ci pensiamo: la corsa è forse l'unica attività sportiva che può essere praticata sempre e in ogni luogo. In qualsiasi condizione atmosferica (basta la volontà) e su ogni terreno. È il più trasversale, ecumenico e accessibile degli sport, oltre che probabilmente anche il più economico in assoluto, almeno per partire (se poi si vuole spendere, naturalmente, c'è l'imbarazzo della scelta, per fortuna di tutto il settore). La crescita continua del segmento trail e della corsa in natura è confermata da vari elementi. Sia quelli relativi alle vendite dei prodotti dedicati, sia alla forte voglia di ripartenza che le gare di corsa off road hanno subito dimostrato, ancor più rispetto a quelle su strada (anche per numeriche, flussi e distanziamenti spesso più gestibili). Ne trovate varie testimonianze nelle prossime pagine, compresi alcuni esclusivi reportage, anche internazionali, firmati *Running Magazine*.

Ma si corre tanto, sempre più, anche nelle città. A eccezione dei parchi, possono essere percepite (talvolta a ragione) come luoghi poco accoglienti per chi pratica quest'attività, con variabili più o meno insidiose quali traffico, peggior qualità dell'aria, scarsi servizi e percorsi poco "corribili". Negli ultimi anni però la musica è cambiata e ci sono molti casi di città "virtuose" più sensibili e amiche nei confronti dei runner e in generale degli sportivi. Interessante a questo proposito lo studio che analizziamo alle pagine 10-11, dedicato alle città dove allenarsi in maniera più ecosostenibile. Secondo alcune variabili, tra le quali le ore di sole, il numero di percorsi e sentieri per correre o camminare, la percentuale di utilizzo della bicicletta (altra grande questione che riguarda le città e il loro grado di "ciclabilità"). Se in Italia in cima alla classifica troviamo Firenze, Venezia e Bologna (con Milano al quarto posto), in Europa a primeggiare ci sono Londra, Copenhagen e Amsterdam. Mentre nel mondo spiccano Tokyo, Sydney e sempre Londra.

Del resto, che le città siano un centro nevralgico per molti sport, la corsa in primis, lo dimostra anche la concentrazione di attività commerciali a esse legate. Tra le quali ci sono senz'altro i negozi specializzati, anello fondamentale della catena di valore del nostro mercato. Per questo non possiamo che accogliere con piacere l'apertura di ogni nuovo punto vendita sportivo, ancor più se dedicato al nostro settore e se arriva dopo alcuni anni di attesa. È il caso di WhyRun, nuovo concept store milanese di proprietà del gruppo Sportland. Situato in posizione strategica a fianco del Parco Sempione, uno dei luoghi più amati e frequentati dai runner milanesi. WhyRun in due parole? Bellissimo e ambizioso... andate a visitarlo e nell'attesa leggetevi il nostro ampio reportage post inaugurazione alle pagine 12-14. Oltre a una selezione di prodotti dei migliori brand, offre numerosi servizi dedicati alla corsa come spogliatoi, prove gratuite di nuovi prodotti e tecnologie, aree dedicate dove verranno organizzati sessioni di training, workshop, consulenza, eventi e presentazioni.

Anche altri negozi specializzati hanno variato la propria offerta: non più solo spazi di vendita, ma punti di riferimento a tutto tondo per i clienti, con proposte e servizi di vario genere. Lo avevamo già detto e lo ribadiamo: è la strada giusta per mantenere e magari aumentare le proprie quote di mercato, garantendosi un ruolo da protagonisti nel futuro della running industry.

BENEDETTO SIRONI
benedetto.sironi@sport-press.it



Editore Sport Press Srl SB
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 10 - N. 7/8 - 2021 - Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n. 38 del 20 gennaio 2012.
Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 - conv. in L. 46/2004 Art.1 Comma 1 - LO/MI.
Una copia 1,00 euro. L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati in suo possesso.
Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali.
In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati
o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Sport Press Srl SB - Responsabile dati: Benedetto Sironi

Questo numero è stato chiuso il 14 luglio 2021

LE SOCIETÀ IN LISTA PER L'ACQUISIZIONE DI REEBOK

Secondo un rapporto di Reuters, Wolverine Worldwide Inc., Advent International, CVC Capital Partners, Sycamore Partners e Cerberus Capital Management sono nell'elenco delle società che presenteranno le offerte finali per acquisire Reebok ad agosto. La prima, proprietaria di Saucony, Merrell e Sperry,



sta collaborando sull'offerta con Authentic Brands Group (ABG), che negli ultimi anni ha accumulato un ampio portafoglio di marchi di moda e sport, arrivando a possedere Eddie Bauer, Spyder, Tretorn, Tapout, Prince, Volcom, Airwalk e Vision Street Wear.

adidas ha acquisito il marchio nel 2006 per 3,8 miliardi di dollari (sebbene all'epoca l'attività comprendesse anche Rockport, la NFL, le licenze NBA e Reebok-CCM Hockey), mentre per Reuters ora si dovrebbe vendere per circa 1,2 miliardi di dollari.

NIKE: FATTURATO RECORD DOPO IL LOCKDOWN

Il colosso americano dello sportswear ha chiuso l'ultimo trimestre con un fatturato di 12,34 miliardi di dollari, pari a 10,32 miliardi di euro. Se si considera che nell'anno precedente il fatturato Nike corrispondeva a 6,32 miliardi di dollari, l'aumento è stato addirittura del 21% rispetto allo stesso periodo del 2019. Soprattutto in Nord America, Nike ha più che raddoppiato le proprie vendite (+141%) a 5,38 miliardi di dollari, mentre in EMEA si è fermato a +123% e +21% rispetto al 2019. Nonostante la riapertura dei negozi, inoltre, l'attività delle vendite digitali non è diminuita, progredendo del 41% sul 2020 e del 147% sull'ultimo trimestre del 2019. La società, che aveva registrato una perdita netta di 790 milioni di dollari nel medesimo trimestre di un anno prima, ha ampiamente risalito la china: il suo utile netto ora supera gli 1,5 miliardi di dollari.

OUTDOOR & RUNNING BUSINESS DAYS 2021: ISCRIZIONI ANCORA APERTE



Nella nuova cornice fieristica di Riva del Garda (TN), il 12-13 settembre torna la 7ª edizione dell'evento di riferimento del mercato trade italiano, che anche quest'anno si svolgerà in presenza. In appena sei anni, gli Outdoor & Running Business Days organizzati da Sport Press Srl SB sono diventati un punto di riferimento del mercato tricolore per i settori outdoor e running. Con 80 brand espositori e 450 retailer presenti nella passata edizione, quest'anno si punta a stabilire un nuovo primato. Una due giorni in cui si alterneranno presentazioni, test prodotto, formazione, networking e molto altro, per un appuntamento diventato imprescindibile per operatori e addetti ai lavori. Massimo impegno sarà riservato, come lo scorso anno, al rispetto delle normative previste per la gestione di convegni ed eventi e al tema della sostenibilità.

Se sei un negoziante
o un altro operatore
del settore e vuoi
iscriverti, compila il form
inquadrandolo il Qr Code



saucony

Endorphin Collection 2.0

Let your speed run wild.



OUTDOOR BY ISPO E ISPO MUNICH SARANNO IN PRESENZA



ph: Messe München GmbH

Il ministro tedesco dell'Economia, Hubert Aiwanger, ha annunciato ufficialmente il rilancio delle fiere in presenza a partire dal 1° settembre. Di conseguenza Outdoor by ISPO (5-7 ottobre 2021) e ISPO Munich (23-26 gennaio 2022) potranno svolgersi dal vivo, come previsto, a Monaco di Baviera. Lo stesso ha anche aggiunto di ritenere fuori questione un nuovo annullamento o rinvio delle manifestazioni a causa di una possibile quarta ondata Covid: "Sono sicure come i supermercati". D'ora in poi, inoltre, tutte le fiere saranno attivate come eventi ibridi con una presenza in loco e una parte digitale. In Germania il blocco delle fiere ha causato un danno economico di 40 miliardi di euro: solo a Monaco sono stati cancellati o rinviati 42 eventi fieristici.

PEOPLE

PETER GRASCHI È IL NEO PRESIDENTE E CEO DEL GRUPPO ARENA

Dallo scorso 28 giugno e dopo 17 anni Luca Selvatici, presidente e co-chief executive officer del Gruppo arena, ha lasciato tutti gli incarichi ricoperti nel consiglio di amministrazione dell'azienda e nelle società appartenenti. Al suo posto Peter Graschi è stato nominato nuovo presidente e ceo.



L'elvetico si presenta con un track record di successo nel settore della moda e del lifestyle e un'esperienza pluriennale nelle aree di strategia, finanza e operations, con incarichi in contesti distributivi sia wholesale che direct to consumer ed e-commerce a livello internazionale. Da ultimo ha ricoperto il ruolo di cfo/cio del Gruppo Tally Weijl, con sede in Svizzera e di presidente della filiale italiana. Giuseppe Musciacchio, già co-chief executive officer, assumerà il ruolo di deputy ceo, mantenendo le sue responsabilità su prodotto, marketing e vendite e facendo capo a Graschi.

DUE DIRETTORI SENIOR PER LA DIVISIONE DESIGN DI HOKA ONE ONE

Con un'esperienza ventennale nel settore dell'abbigliamento, Evie Moe si unisce a HOKA ONE ONE in qualità di primo direttore senior. Oltre a essere stata vicepresidente del design di Cotopaxi, la neoletta ha ricoperto in



precedenza diversi ruoli in New Balance e ha lavorato come designer presso Lucy Activewear e Perry Ellis International.

A capo del team delle calzature HOKA è stata invece inserita la figura di Matt Rask quale direttore senior design delle calzature. In precedenza è stato direttore creativo senior per le divisioni running e outdoor di Under Armour, lead designer presso Smith Optics e senior designer presso Nike, nonché proprietario e presidente di Jackelope Studios, dove ha sviluppato soluzioni creative e di design per Patagonia, Black Diamond, Nike, Oakley, Keen e Anon.

NUOVO MONOMARCA LA SPORTIVA A CORTINA: È L'UNDICESIMO IN EUROPA

La Sportiva prosegue l'espansione della rete di negozi monomarca nelle principali destinazioni alpinistiche e arrampicatorie europee con l'inaugurazione di uno store a Cortina d'Ampezzo (BL). Situato in corso Italia 198 nella Ghedina Square, è stato ufficialmente aperto lo scorso 21 giugno nel rispetto di tutti i protocolli di sicurezza attuali e rappresenta l'undicesimo brand store dell'azienda in Europa. Il negozio mira a essere il nuovo punto di riferimento degli appassionati di montagna che scelgono Cortina come località dove trascorrere le proprie vacanze, a due passi dalle famose Cime di Lavaredo e dall'incantevole Passo Giau. Questo grazie a un assortimento completo e quattro stagioni che copre tutte le discipline sportive outdoor quali climbing, trail running, alpinismo e trekking.



ENDA RUNNING, LE SCARPE MADE IN KENYA SONO ARRIVATE IN ITALIA



Nato nel 2016 da una campagna di crowdfunding, Enda è il primo marchio di calzature da running made in Kenya e l'unico brand al mondo del settore ad aver ottenuto la severissima certificazione internazionale B Corp. Approdate in Italia lo scorso 2 luglio, le sue scarpe vengono create dall'ufficio stile a Nairobi e interamente assemblate a Mombasa. Fin dalle primissime versioni, inoltre, sono stati inseriti una serie di elementi che riman-

dano immediatamente al Paese d'origine, come il nome che in Swahili corrisponde al nostro "Vail" e il logo simboleggiante una lancia, che costituisce il vessillo dell'identità nazionale. Per l'azienda correre alla keniana significa tornare alle radici di uno dei gesti più antichi dell'uomo e assecondare l'appoggio naturale del mesopiede, motivo per cui ogni sua calzatura è concepita per una specifica tipologia di corsa.

LOCALITÀ

BROOKS E LIVIGNO INSIEME PER UN'ESTATE RICCA DI EVENTI NELLO SPIRITO "RUN HAPPY"

Brooks Running e Livigno fanno squadra con una partnership biennale all'insegna dello sport. Un ricco programma di eventi e workshop aperti a tutti per l'intera estate con percorsi di trail "Run Happy" per gli amanti della corsa fuori strada, appuntamenti try-on dedicati per testare tutte le calzature trail, da strada e della categoria speed (pensate per chi vuole correre più veloce e più a lungo) e allenamenti di endurance in compagnia dei migliori coach italiani, nonché training camp pensanti per i triatleti. La pista d'atletica di Aquagranda, inoltre, farà da cornice a diversi appuntamenti e accoglierà sportivi, appassionati e visitatori. Oltre agli atleti, a completare il quadro anche ospiti d'eccezione.



ph: Fabio Borgia

ANCHE PROACTION SIGLA UNA PARTNERSHIP PLURIENNALE CON IL PICCOLO TIBET

Con l'accordo siglato l'azienda è diventata anche partner di tutti gli eventi in valle, come già successo per la Livigno Sky Trail/Sky Marathon dello scorso 19 giugno e come sarà per la Stralivigno del prossimo 24 luglio. Luca Della Regina, marketing manager di ProAction: "Una partnership che ci porta in quota. In un momento storico così difficile l'importanza di questa collaborazione ci darà il modo di esprimerci al meglio nei confronti dello sport, non solo nazionale. Un calendario ricco di iniziative, eventi e appuntamenti, dove ProAction sarà protagonista nella più importante location italiana del turismo sportivo". Negli anni, infatti, Livigno si è affermata tra le località migliori per gli sport invernali e le attività outdoor, nonché meta ideale per le famiglie grazie all'unione di relax, sport, svago e divertimento.



ORION BOTTLE 750 ML: PIÙ GRANDE MA SEMPRE GREEN



Sarà ancora una volta Orion Bottle a realizzare le borracce customizzate per gli ORBDays 2021 nella nuova versione "xtreme" da 750 ml e in numerose colorazioni. Un formato più grande che, grazie al moschettone in acciaio e la base in gomma, può essere agganciato allo zaino e trasportato in tutta comodità. In acciaio inox 304 (18/8), le proposte di Orion Bottle sono da sempre sinonimo di resistenza e sostenibilità. Da una parte sono infatti in grado di mantenere le bevande fredde per 24 ore e calde per 12, merito del vuoto a doppia parete e del tappo a vite a chiusura ermetica; dall'altra rappresentano una scelta rispettosa nei confronti del pianeta, abbattendo in maniera consistente l'utilizzo delle bottiglie di plastica. Le borracce inoltre non contengono bisfenolo.

APERITIVO SERALE NELLA SCENOGRAFICA SPIAGGIA DEGLI OLIVI



Agli ORBDays tutti i negozianti sono invitati con ospitalità alberghiera, buoni pasto inclusi e altre speciali agevolazioni offerte gratuitamente dall'organizzazione. Per la sera è inoltre previsto un aperitivo in riva al lago con i partecipanti, nella bellissima e scenografica location della Spiaggia degli Olivi.

Uno spazio eventi lungo le rive settentrionali del Garda, situato a pochi passi dal centro congressi, in una piccola oasi di clima mediterraneo. Per un totale di 1.628 mq di estensione, si compone di un dehor, un'ampia terrazza e una sala ovale che offre una vista privilegiata dall'interno. Inserito nella splendida scenografia dell'Alto Garda Trentino, l'edificio è un punto di riferimento prezioso per la storia sociale, turistica e culturale della città, inaugurato nel 1934 alla presenza di Gabriele D'Annunzio.

OUTDOOR & RUNNING BUSINESS DAYS 2021, TRA CONFERME E PRESTIGIOSE NEW ENTRY

Nutrito anche quest'anno il gruppo dei partecipanti agli Outdoor & Running Business Days di Riva del Garda (TN), in programma il 12-13 settembre. Innanzitutto si osserva il gradito ritorno del gruppo Sport 2000 che, dopo l'ultima presenza all'edizione 2019 insieme a On, arriva quest'anno rafforzata anche da Rab e Lowe Alpine. Come anche Amorini, Brooks e The North Face. Prima partecipazione invece per importanti marchi come Ande, Dare 2B, DKB, evil eye, Julbo, Lowa, N&W Curve, Redelk, Regatta, Salice, Singing Rock, Ternua e Xenia. Rispetto alla passata edizione, considerevole e in crescita l'adesione di brand del settore caschi e occhiali. Per il gruppo Oberalp, invece, sarà dedicata una particolare sezione dell'area espositiva per mostrare tutte le novità e le proposte dei marchi che distribuisce. All'appuntamento di Riva non mancherà nemmeno l'Italian Outdoor Group (IOG) di Asso-sport. L'associazione che raccoglie i migliori brand italiani del mondo outdoor sarà presente con un'area dedicata al centro del padiglione espositivo.



NUOVA COLLEZIONE  **RUN & TRAIL CALZE CORTE**



collector
DES BOSSES ET DES BULLES

BV SPORT®
BOOSTER VEINES SPORT

www.bvsport.it

SETTEMBRE

SALOMON RUNNING MILANO: L'URBAN TRAIL TORNA IN AUTUNNO

Dopo l'edizione della ripartenza del 2020 nel segno del claim #DonTStopMiNow, la Salomon Running Milano si appresta a tornare domenica **26 settembre** in una veste rinnovata, con nuovi percorsi e tante novità. Organizzata da A&C Consulting, impegnerà migliaia di podisti sulle strade e nei parchi di Milano con quattro distanze dal potenziale altamente inclusivo: Top Cup 21 km, Fast Cup 15 km, Smart Cup 9.9 km e Monzino Run 5 km, ciascuna con il suo fascino e le sue difficoltà tecniche. A eccezione della prima, tutte le gare non richiedono tesseramento agonistico per la partecipazione. Le iscrizioni sono aperte.



JOMA FIRMA LE MAGLIE UFFICIALI DELL'ACEA RUN ROME THE MARATHON

Joma, sponsor tecnico della prossima Acea Run Rome The Marathon del **19 settembre**, ha presentato le maglie realizzate per i runner che prenderanno parte alla gara regina, alla staffetta Run4Rome The Marathon e alla stracittadina Fun Race. Sono resistenti ed elastiche, realizzate in un poliestere tra i più leggeri presenti sul mercato. Le rifiniture DRYMX conferiscono al prodotto una maggiore traspirabilità, consentendo così uno smaltimento facilitato del calore corporeo attraverso una rapida evaporazione. Le cuciture piatte di tipo FlatLock, invece, contribuiscono a ridurre al minimo lo sfregamento sulla pelle. I colori e le grafiche dell'edizione 2021 richiamano direttamente i simboli della città eterna. Disponibili nel modello uomo e donna.



COPPA DEL MONDO DI CORSA IN MONTAGNA: L'ITALIA OSPITA QUATTRO GARE



Otto nazioni coinvolte, 16 gare complessive suddivise in tre categorie (long mountain, short uphill e classic mountain), per 12 località ospitanti. Così, dalle Alpi alle falesie a strapiombo sul mare Adriatico, anche l'Italia ospiterà la WMRA World Cup, il circuito internazionale di Corsa in Montagna, insieme a Stati Uniti, Polonia, Repubblica Ceca, Spagna, Svizzera, Francia e Austria. La prima tappa si svolgerà a Nasego con le gare vertical e trofeo (**5-6 settembre**), seguirà la new entry Gagliano del Capo con il trofeo Ciolo (**26 settembre**) e chiuderà Chiavenna con lo storico Kilometro Verticale Chiavenna-Lagunc (**12 ottobre**), nel quale si sfideranno i migliori del mondo. Nato come tradizionale competizione di sola salita, quest'ultimo percorso è stato dettagliatamente verificato, omologato e successivamente riconosciuto dalla Fidal quale primo esempio di KM Verticale.

NUMEROSE NOVITÀ PER LA SETTIMANA EDIZIONE DELL'ADAMELLO ULTRA TRAIL

Mancano poco più di due mesi all'Adamello Ultra Trail (**24-26 settembre**), l'evento di ultra running che ripercorre i camminamenti della Grande Guerra nell'area del comprensorio Pontedilegno-Tonale in Alta Val Camonica, toccando anche l'Alta Val di Sole, nei parchi naturali dell'Adamello e dello Stelvio. Per l'edizione 2021 sono stati inseriti alcuni nuovi tratti nei due percorsi più lunghi, per offrire ai runner uno spettacolo più emozionante. In programma tre distanze, ciascuna delle quali ha già raggiunto il sold out: 200 atleti per la gara regina da 170 km e 11.500 metri d+ e altrettanti per la più breve di 35 km con 1.700 metri d+, mentre saranno 250 i partecipanti alla 90 km con 5.700 metri d+. Tra i partner sicura la presenza di Edison, l'ingresso di SCARPA e la conferma del main sponsor Mico per il quarto anno consecutivo.



ph: Mario Mariotti

OTTOBRE

GIÀ 3.000 PARTECIPANTI PER LA 35ESIMA VENICEMARATHON

Dopo l'appuntamento virtuale dello scorso novembre, la Venicemarathon è pronta a tornare in presenza il prossimo **24 ottobre**. Gli appassionati potranno correre tra arte, storia e cultura sul percorso che da Stra giunge in Riva Sette Martiri, nel cuore di una Venezia in festa per le celebrazioni dei 1.600 anni della sua fondazione. Già superato il traguardo delle 3.000 iscrizioni per le due gare previste (42K e 10K). Tra gli sponsor UYN, HOKA ONE ONE, BMW, Banca Ifis, Ali, San Benedetto, Pro Action, Bavaria, Corepla, Nuncas, Fairbnb.coop e APVin-vestimenti. Quest'anno sarà inoltre possibile sottoscrivere una copertura assicurativa in grado di rimborsare l'intera quota di iscrizione anche in caso di rinuncia per quarantena cautelare o Covid. Già iniziata anche la maratona solidale del Venicemarathon Charity Program.



NOVEMBRE

ISCRIZIONI APERTE PER IL VALTELLINA WINE TRAIL

In programma sabato **20 novembre**, per l'edizione 2021 il motto sarà "Valtellina Wine Trail is back", un modo per mettere l'accento sulla ripartenza della gara che negli anni ha riscosso un grande successo e animato la Valtellina. Le iscrizioni si sono aperte lo scorso 1° luglio per i 1.500 pettorali a disposizione, suddivisi sulle classiche tre distanze (12 km, 21 km e 42 km). A tutti i concorrenti sarà garantito un ricco pacco gara a base di prodotti tipici locali, oltre a gadget tecnici di valore. Dato che al momento tutte le prove hanno carattere competitivo, sarà obbligatorio per i partecipanti essere in regola con la visita medica di idoneità alla pratica sportiva dell'atletica leggera ed essere dotati di un tesseramento. Al termine delle competizioni è poi prevista la classica pizzoccherata nel tendone allestito all'arrivo, con successivo party, wine bar e degustazioni.



LE CORSE DI FLY-UP SPORT ANIMANO DI NUOVO LE VALLI E I SENTIERI OROBICI

Fly-Up Sport è pronta ad alzare il sipario su un'estate ricca di competizioni dopo un anno sabbatico causa Covid, rivelatosi utile per mettere a punto un portale di facile consultazione e per gettare le basi di un nuovo ambizioso progetto. L'ascl capeggiata dal campione di skyrunning Mario Poletti - oggi anche product manager running shoes Scott Italia, azienda partner del circuito - è pronta a ripartire con ben sei eventi tra luglio e ottobre. Questi comprendono il ritorno delle Orobic Skyraid il prossimo 24, "destinato a diventare un appuntamento di caratura internazionale per chi ama le medie-lunghe distanze". Altro fiore all'occhiello di Fly-Up resta l'iconica Magut Race, che quest'anno, in programma il 31 luglio, vedrà anche Red Bull quale sponsor d'eccezione al fianco della storica Italcementi.



Mario Poletti



ph: Cristian Riva

IN EUROPA “RUNNING UP FOR AIR” INSIEME A PATAGONIA



ph: Thomas Bohne

Un'iconica corsa di resistenza, ospitata da Patagonia, in cui i partecipanti corrono per 3, 6, 12 o 24 ore in montagna per migliorare l'aria che respiriamo. Una sfida di resistenza che si terrà il prossimo 31 luglio e a cui sarà possibile partecipare, da soli o con una squadra, da ogni parte d'Europa attraverso un hub virtuale. Oggi, in tutta Europa, l'aria è tossica e con la quota di iscrizione i partecipanti contribuiranno ad aumentare la consapevolezza circa il suo inquinamento, che provoca danni alla salute e all'ambiente, raccogliendo fondi destinati a 18 gruppi ambientalisti. L'ambassador Patagonia Clare Gallagher ha dichiarato: "Non importa dove viviamo, vale sempre la pena dedicare una giornata a correre per riflettere sull'inquinamento atmosferico e fare qualcosa per combatterlo".

BROOKS RUNNING PUNTA A ZERO EMISSIONI NETTE ENTRO IL 2040



L'azienda statunitense ufficializza la propria assunzione di responsabilità nel settore ambientale con una nuova strategia: attraverso una road map, che si svilupperà nel corso di un intero decennio, punta a eliminare gli scarti che finiscono in discarica con un prodotto realizzato secondo i criteri dell'economia circolare. Prevede inoltre di ridurre il suo utilizzo di risorse non rinnovabili inserendo materiali più sostenibili e riducendo al minimo gli sprechi associati al processo di produzione. Un passo in questa direzione è stato fatto il 1° luglio scorso con il lancio della Ghost 14, la prima scarpa del brand totalmente carbon neutral. A dicembre 2020 Brooks ha aderito al Climate Pledge e si è impegnato a raggiungere il traguardo di zero emissioni nette entro il 2040, con 10 anni di anticipo rispetto all'accordo di Parigi.

NUOVI OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ PER SALOMON, TRA EVENTI E ATLETI

Con il documento "Marketing dello sport sostenibile" Salomon ha annunciato i suoi nuovi obiettivi di sostenibilità, per i quali si impegna a migliorare concretamente l'emissione del carbonio generato nei suoi eventi e a ridurre l'impatto ambientale dei suoi atleti e ambassador. Molte delle azioni incluse sono già state implementate, mentre per altre l'azienda francese ha stilato un elenco di scopi correlati da raggiungere entro il 2025, come quello di ridurre l'incidenza collettiva di CO2 del team internazionale di atleti del 30% entro tale data. Parte di questo sforzo coinvolgerà gli sportivi Salomon che accetteranno di partecipare a un numero più elevato di eventi locali per ridurre i loro viaggi e che adegueranno la quantità di attrezzatura utilizzata e di ripararla quando possibile. Emelie Forsberg ricoprirà un ruolo di primo piano nell'aiutare il marchio.



A large photograph of a woman wearing a Buff visor and a blue backpack, smiling. The Buff logo is visible in the top right corner.

UNPACK YOUR STORY

Three small images showing hands holding and unfolding Buff products, likely socks or gloves.

PACKRUNVISOR

A photograph of a woman running on a rocky trail with mountains in the background. She is wearing a Buff visor and a blue backpack.

www.nov-ita.com



Le città più green dove allenarsi

La pandemia ha sensibilizzato, in modo decisivo, i consumatori sull'impatto ambientale. Anche nella scelta dei luoghi dove fare sport

_ DI MANUELA BARBIERI

La pandemia ha cambiato completamente la nostra routine, costringendoci a considerare modi diversi per allenarsi o mantenersi in forma, come, per esempio, correre, camminare e andare in bicicletta. Molte di queste nuove abitudini instaurate per necessità durante la pandemia continueranno anche nel periodo post-Covid e una parte considerevole delle persone iscritte in palestra non farà ritorno a seguito dell'annullamento delle misure restrittive. Tra le motivazioni, c'è sicuramente l'aumento della consapevolezza nei confronti dell'impatto dei centri fitness sull'ambiente, dovuto ai sistemi di illuminazione, ai tanti impianti alimentati elettricamente e all'aria condizionata ad alta potenza. Alcune strutture, tra l'altro, sono aperte 24 ore al giorno, sette giorni alla settimana. Gli allenamenti all'aria aperta, invece, oltre a essere gratuiti, sono anche eco-friendly.

Reebok ha condotto uno studio per scoprire quali sono le città dove allenarsi in maniera più ecosostenibile, riducendo così l'impatto ambientale dei propri workout. E lo ha fatto analizzando diversi parametri, tra cui le ore di sole, il numero di sentieri per correre o camminare e la percentuale di utilizzo della bicicletta.

IN ITALIA

Con un numero di ore di luce solare annuali molto alto (ben 2.410) e, al contrario, un tasso di criminalità piuttosto basso, Firenze risulta essere la città italiana migliore per allenarsi in maniera sostenibile. Venezia è al secondo posto, con il tasso più basso di criminalità e inquinamento tra tutte le città prese in analisi. Bologna si posiziona invece terza in classifica, vantando ben 66 sentieri per correre e 15 percorsi per escursioni. La città meno eco-friendly dove allenarsi è Napoli, a causa del suo alto tasso di criminalità e del numero inferiore di itinerari per la corsa e le escursioni rispetto agli altri capoluoghi.

LE CITTÀ ITALIANE MIGLIORI DOVE ALLENARSI IN MANIERA PIÙ ECO-SOSTENIBILE							
Con lo scopo di rivelare le migliori città italiane per allenarsi in maniera ecosostenibile, Reebok ha analizzato una serie di parametri tra cui il tasso di utilizzo di biciclette, il numero di ore di sole all'anno ed il numero di percorsi avventura in ciascuna città.							
Città	Percentuale di uso di bicicletta	Numero di percorsi per correre	Numero di ore solari	Numero di percorsi di escursionismo	Tasso di criminalità	Indice di inquinamento	Volume di ricerca per termini relativi all'esercizio sostenibile
1. Firenze	0%	97	2.410	19	37,85	49,03	12
2. Venezia	—	61	2.036	7	30,71	69,77	25
3. Bologna	6,90%	66	2.040	15	44,74	54,93	17
4. Milano	10,76%	280	1.915	9	43,80	66,96	51
5. Genova	4,17%	28	2.218	15	42,55	53,85	2
6. Roma	1,83%	269	2.473	34	53,70	66,07	2.420
7. Bari	0%	20	2.700	2	50,78	50,9	0
8. Torino	7,27%	53	1.989	—	50,67	70,80	11
9. Palermo	0%	19	1.685	2	46,81	67,24	20
10. Napoli	0%	32	2.375	2	58,10	76,73	15

Fonte:
reebok.it

LE 20 CITTÀ EUROPEE MIGLIORI PER ALLENARSI IN MANIERA SOSTENIBILE							
Al fine di rivelare le città europee migliori dove allenarsi in maniera più sostenibile, Reebok ha studiato alcuni parametri tra cui il numero di sentieri per correre e percorsi avventura.							
Città	Percentuale di uso di bicicletta	Numero di percorsi per correre	Numero di ore solari	Numero di percorsi di escursionismo	Tasso di criminalità	Indice di inquinamento	Volume di ricerca per termini relativi all'esercizio sostenibile
1. Londra Inghilterra	11,91%	6.743	1.633	243	62,50	58,84	5.724
2. Copenhagen Danimarca	39,69%	428	1.912	18	27,56	21,06	560
3. Amsterdam Paesi Bassi	45,05%	1.543	1.662	39	34,36	30,88	745
4. Lisbona Portogallo	3,33%	225	2.806	157	24,00	35,34	50
5. Stoccolma Svezia	15,22%	164	1.803	306	50,09	19,81	380
6. Tel Aviv Israele	15,71%	320	3.311	10	23,14	46,98	530
7. Vienna Austria	13,13%	217	1.884	68	21,92	17,55	513
8. Helsinki Finlandia	13,75%	89	1.858	20	22,84	13,34	450
9. Praga Repubblica Ceca	0,86%	169	1.668	211	16,43	34,90	30
10. Budapest Ungheria	8,85%	130	1.988	44	32,46	54,08	3.790
11. Berlino Germania	26,90%	547	1.626	68	42,83	39,4	1.207
12. Madrid Spagna	2,29%	270	2.769	25	25,32	52,92	600
13. Oslo Norvegia	6,06%	98	1.868	25	35,96	23,98	130
14. Varsavia Polonia	6,98%	57	1.571	34	21,01	59,95	330
15. Roma Italia	1,83%	269	2.473	34	53,7	66,07	2.420
16. Istanbul Turchia	0,44%	39	2.218	4	51,42	69,30	3.820
17. Dublino Irlanda	11,72%	382	1.453	40	55,79	40,22	940
18. Atene Grecia	2,67%	94	2.773	4	55,43	57,1	20
19. Parigi Francia	10,24%	1.298	1.662	50	58,34	64,64	40
20. Bruxelles Belgio	9,64%	975	1.548	16	54,77	82,33	275

LE 20 CITTÀ MIGLIORI AL MONDO PER ALLENARSI IN MANIERA ECO-FRIENDLY							
Al fine di scoprire le migliori città al mondo dove allenarsi in maniera sostenibile, Reebok ha analizzato diversi parametri tra cui quanto inquinamento ogni città crea, il tasso di utilizzo della bicicletta ed il numero di sentieri per correre e percorsi avventura.							
Città	Percentuale di uso di bicicletta	Numero di percorsi per correre	Numero di ore solari	Numero di percorsi di escursionismo	Tasso di criminalità	Indice di inquinamento	Volume di ricerca per termini relativi all'esercizio sostenibile
1. Tokio Giappone	15,00%	1.524	1.877	169	19,72	43,01	5.400
2. Sydney Australia	10,00%	1.833	2.636	323	35,24	26,82	1.198
3. Londra Inghilterra	2,00%	6.743	1.633	243	62,50	58,84	5.724
4. Copenhagen Danimarca	29,00%	428	1.912	18	27,56	21,06	560
5. Vancouver Canada	7,00%	5.842	1.938	58	37,38	24,17	434
6. Amsterdam Paesi Bassi	32,00%	1.543	1.662	39	34,36	30,88	745
7. Tel Aviv Israele	9,00%	320	3.311	10	23,14	46,98	530
8. Montreal Canada	18,20%	984	2.051	27	25,92	32,92	205
9. Lisbona Portogallo	1,00%	225	2.806	157	24,00	35,34	50
10. Helsinki Finlandia	10,00%	89	1.858	20	22,84	13,34	450
11. Vienna Austria	7,00%	217	1.884	68	21,92	17,55	513
12. Barcellona Spagna	2,50%	268	2.591	810	49,56	64,89	235
13. Budapest Ungheria	8,85%	130	1.988	44	32,46	54,08	3.790
14. Madrid Spagna	6,00%	270	2.769	25	25,32	52,92	600
15. San Francisco Stati Uniti	3,90%	1.098	3.062	85	62,97	47,54	333
16. Berlino Germania	15,00%	547	1.626	68	42,83	39,40	1.207
17. Praga Repubblica Ceca	1,00%	169	1.668	211	16,43	34,90	30
18. Stoccolma Svezia	1,00%	164	1.803	306	50,09	19,81	380
19. Oslo Norvegia	7,00%	98	1.868	25	35,96	23,98	130
20. Seul Corea del Sud	1,50%	12	2.066	93	24,90	58,22	910

Fonte:
reebok.it

IN EUROPA

Al primo posto c'è Londra che presenta una varietà di opzioni per il workout completamente eco-friendly, offrendo più di 6.000 sentieri per correre e ben 243 percorsi escursionistici. Secondo i risultati dello studio condotta da Reebok, i londinesi cercano su Google termini relativi all'allenamento sostenibile con una media di 5.724 volte al mese. La capitale della Danimarca - Copenhagen - si posiziona al secondo posto, con una percentuale di utilizzo della bicicletta pari al 39,69%. Inoltre, ha sia il tasso di inquinamento che di criminalità al di sotto della media. Amsterdam si classifica invece in terza posi-

zione con ben 1.500 sentieri per correre e una delle percentuali più alte di utilizzo di bicicletta (45%).

NEL MONDO

Nella classifica mondiale, Tokyo si classifica al primo posto, con uno dei tassi di criminalità più bassi tra quelli analizzati nello studio e circa 1.500 percorsi per correre. Sydney si classifica in seconda posizione, registrando un numero di ore di sole molto alto, circa 1.833 sentieri per correre e 323 percorsi escursionistici.

GLI ATTREZZI DA PALESTRA PIÙ ECO-FRIENDLY



Quando si tratta di comprare gli attrezzi da palestra, è bene optare per oggetti da palestra essenziali e duraturi come, per esempio, dumbbell, kettlebell, bilancieri e barre di resistenza, anche di seconda mano. Questi oggetti infatti offrono una varietà ampia di esercizi senza il bisogno di utilizzare una presa elettrica.

Un altro modo per essere sostenibili quando ci si allena da casa è utilizzando oggetti che già si possiedono nelle proprie abitazioni. Sedie e sgabelli, per esempio, sono una valida alternativa alle panche da palestra, bottiglie d'acqua, lattine, barattoli e buste di farina o zucchero possono essere invece utilizzati come pesi.

Al fine di individuare gli attrezzi da palestra con la più bassa emissione di carbonio, Reebok ha analizzato i materiali, il peso e l'impatto sulla CO2 di alcuni attrezzi da palestra comuni



CHI È SPORTLAND

L'insegna Sportland nasce nel 1989 con l'apertura del primo negozio di abbigliamento, accessori e calzature per lo sport e il tempo libero a Brescia. Fa parte del Gruppo Italmark, realtà fortemente radicata sul territorio bresciano dal 1965 e a cui si collegano 154 punti vendita di diversi settori merceologici: alimentare (Italmark e Family Market), elettronica (Trony), casa (Stilnovo), profumeria (Naima) e bricolage (Bricocenter). Sportland è affiliato Sport2000, un network in forte espansione che comprende oltre 200 negozi sul territorio nazionale.

Il nuovo tempio della Milano che corre

Dopo sei anni di attesa, apre WhyRun. Il nuovo concept store meneghino, interamente dedicato al mondo del running, nasce dall'esperienza trentennale dell'insegna Sportland

_ DI MANUELA BARBIERI

Quel simbolico taglio del nastro avvenuto sotto il sole di mezzogiorno dello scorso 21 giugno, ha sancito ufficialmente, dopo circa sei anni di attesa, l'apertura di WhyRun. Il nuovo concept store milanese è situato in corso Sempione 6, vicino a uno dei parchi cittadini più frequentati e amati dai corridori meneghini, al cui interno sorge anche la prestigiosa Arena civica Gianni Brera che, con i due suoi secoli di vita, è considerato uno dei siti storici più importanti dello sport italiano. Vero e proprio tempio dedicato interamente alla corsa, WhyRun ha l'ambizione di offrire a ogni runner la miglior esperienza d'acquisto (e non solo). In che modo? Sfruttando al meglio gli ampi e accoglienti spazi - circa 800 metri quadrati - studiati appositamente per riservare a ciascun cliente un servizio accurato e personalizzato, grazie anche al personale altamente qualificato che, condividendo la passione per questo sport, mette a disposizione la propria esperienza. In linea con la filosofia di Sportland.

Oltre a una selezione di prodotti dei migliori brand - tra scarpe, abbigliamento e accessori - WhyRun offre numerosi servizi dedicati alla corsa, come spogliatoi (forniti di docce e armadietti), lanci esclusivi, prove gratuite di nuovi prodotti e tecnologie, oltre ad aree apposite dove verranno organizzati sessioni di training e workshop in compagnia dei migliori brand ambassador del running.

Ma non finisce qui: da WhyRun ogni sportivo è accompagnato in un percorso individuale che va ben oltre l'acquisto della scarpa o del capo di abbigliamento. Sottoscrivendo la WR Card è possibile, per esempio, accedere a forme di agevolazioni e vantaggi esclusivi, tra cui la consulenza di un team di esperti composto da nutrizionisti, posturologi e personal trainer che quotidianamente collaborano con il negozio.

Completare la propria offerta inserendo e sviluppando servizi correlati è nel dna di Sportland. Un negozio non deve più essere visto come un semplice contenitore di prodotto, ma un luogo dove il cliente può vivere e respirare la propria passione.

DIGITAL POINT

All'interno di WhyRun sono stati installati dei digital point interattivi, tramite i quali il cliente, scansionando semplicemente il codice a barre del prodotto, può visualizzarne le caratteristiche nel dettaglio. Nel caso in cui a magazzino non fosse disponibile il numero o la taglia, è possibile procedere all'acquisto digitale del prodotto ricevendolo poi direttamente a casa.

L'IMPULSO PRIMORDIALE DELLA CORSA

Per realizzare l'enorme scultura a muro con i calchi dei piedi dei corridori che accoglie e accompagna i clienti lungo tutto il negozio, Why Run ha collaborato con Paul Cocksedg Studio. Per catturare le impronte è stato utilizzato un letto d'argilla.

Le forme sono state poi scansionate in 3D e scolpite in enormi pannelli bianchi che avvolgono lo store. L'opera è stata progettata per riflettere sull'impulso primordiale di correre e sulla fisicità dell'esercizio, in contrasto con la natura high tech del negozio che offre scarpe con tecnologie innovative, attrezzature sportive e wearable digitali.



"La corsa è un settore dello sport che è incredibilmente avanzato, tecnologicamente. Ma al contrario, l'atto dell'esercizio è ancora lo stesso. È mettersi un paio di scarpe e correre nel parco nel fango e nell'acqua. Quando si entra nel negozio, è quasi come imbattersi in un antico dipinto rupestre. Questa idea di lasciare il proprio segno è una cosa così primordiale, qualcosa che gli umani hanno fatto istintivamente per migliaia di anni".

Paul Cocksedg
paulcocksedgestudio.com

SCHEDA TECNICA

Nome / WhyRun
Indirizzo / corso Sempione, 6
20154 - Milano
N. di telefono / 02.80897359
email / info@whyrun.com
Sito / whyrun.com
Facebook - Instagram / @WhyRunMilano
Gestione magazzino / manuale
Numero sedi / 1
Titolari / Marco Odolini, ad e Michele Odolini, dg
Nascita del negozio / 2021
Numero vetrine / 5
Mq totali / 750
Mq calzature / 100
Mq abbigliamento / 400
Mq servizi / 200

Discipline trattate / running, trail running

MARCHI TRATTATI
Calzature e abbigliamento / adidas, ASICS, Brooks, Dynafit, HOKA ONE ONE, La Sportiva, Mico, Mizuno, New Balance, Nike, On, Salomon, Saucony, Under Armour
Accessori e integratori / Enervit, Garmin, Oakley

COSA DICONO I BRAND DI WHYRUN...



“Un concept store di nuova generazione molto interessante, con prodotti di qualità e servizi avanzati dedicati al cliente per un'esperienza totale riferita al mondo running. La location poi si integra in maniera armonica tra il mood trendy dei locali serali e i luoghi classici per le sessioni di corsa cittadine. Progetto ambizioso e importante per poter presentare anche il brand Mizuno con un taglio moderno e frizzante nel centro di Milano.



ANDREA LEO,
marketing manager Mizuno Italia

“Concept store innovativo con il consumatore al centro dell'attenzione. WhyRun ha il potenziale di diventare il punto di riferimento per il runner e le società di running in Lombardia e non solo.



GÜNTHER HELL,
brand manager On Italia

“Garmin vede con positività l'evolversi di iniziative e strategie di alcuni suoi partner commerciali, in particolar modo quelle rivolte a un miglioramento della customer experience con attività innovative e coinvolgenti. Il rapporto e il contatto diretto con l'utente finale è molto importante, soprattutto per illustrare al meglio e in maniera approfondita le caratteristiche e le tecniche della collezione Garmin. Siamo entusiasti di far testare i nostri strumenti all'interno di questa realtà unica e altamente ingaggiante.



SARA CESAROTTI,
marketing & communication manager Garmin Italia

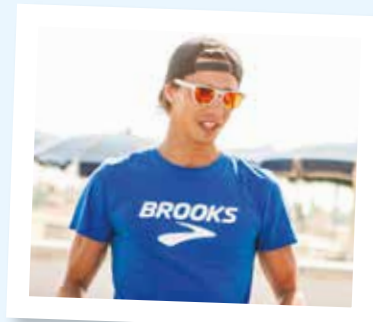
“La lunga e proficua collaborazione commerciale tra Sportland e Mico Sport ha trovato nel concept WhyRun una perfetta sintesi dei progetti di sviluppo delle due aziende bresciane. Sempre più protagonista nel mondo del running - e soprattutto nel segmento trail - Mico è presente nell'assortimento WhyRun con un'ampia gamma di prodotti outerwear, baselayers e socks, idonei a soddisfare le esigenze dei runner di ogni livello e capaci di dare concreta sostanza alla missione dell'azienda, sintetizzata nella sua pay-off “protection for performance”.



MIRKO BATTAGLIA,
direttore commerciale Mico



“Come Brooks siamo estremamente felici per questa nuova apertura e ci fa piacere aver partecipato all'opening. Un momento importante a cui non potevamo mancare. Abbiamo seguito e sposato il progetto sin dall'inizio, nel 2014, riconoscendone l'importanza strategica e lo abbiamo continuato a sostenere fino a questa desiderata apertura. Le ragioni della nostra convinzione sono varie. Prima tra tutte, l'opportunità di collaborare insieme al nostro premium partner Sportland in una delle piazze più importanti d'Europa come Milano e connetterci con le running community della metropoli. La location è fantastica e ci permetterà di sviluppare uno degli aspetti che ci contraddistinguono: le attività di prova calzature e di connessione con il consumatore finale, coniugando il nostro inimitabile stile Run Happy e le potenzialità del punto vendita e del suo staff. Senza contare l'opportunità di creare vetrine e visibilità in store di grande impatto e tanto altro. Insomma non vediamo l'ora di lavorare con il team marketing e vendite di WhyRun per dare vita a progetti running fatti su misura per il pubblico milanese... E non solo!



MARCO ALFIERI,
retail marketing manager Brooks Italia



SIMONE PONZI,
ceo di Artcrafts International S.p.A.,
distributore esclusivo per l'Italia di HOKA ONE ONE

“La fase attuale è di grande evoluzione per quanto riguarda il ruolo del dettaglio fisico nel panorama distributivo. Il concept del nuovo WhyRun rappresenta un'interpretazione tra le più a fuoco sul territorio nazionale. Tutto, dalla location al layout degli interni, rimanda a una visione del running incentrata sulla community più che sulla vendita fine a se stessa. Ed è proprio questa la direzione che, come brand, pensiamo di supportare contribuendo con partnership operative e idee innovative.

COSA DICONO I BRAND DI WHYRUN...



ENRICO CARNIEL,
direttore commerciale La Sportiva

“ Ritengo che sia un importante nuovo progetto per un negozio ‘running di centro città’. Molto innovativa per il mercato italiano è l’idea di creare community e organizzare allenamenti di gruppo, proponendo diversi servizi accessori alla vendita, come analisi dell’appoggio, piani nutrizionali, ecc. Sicuramente potrà essere un esempio di nuovo retail running replicabile in altre città d’Europa.



“ WhyRun è uno store con un approccio innovativo ‘consumer centric’, dove la priorità è garantire la massima soddisfazione al cliente facendogli vivere un’esperienza unica d’acquisto, grazie all’attenta e selezionata offerta dei migliori prodotti, brand e servizi dedicati al mondo running e dello sport con un rimando alla tecnologia, all’arte e al design. WhyRun non è solo uno spazio di vendita in cui un appassionato di running può trovare tutto ciò di cui ha bisogno, ma anche un luogo di incontro accogliente, di eventi, formazione e di condivisione di esperienze, per consumatori accomunati dalla medesima passione per la corsa. Siamo molto contenti di essere presenti come brand in questo store che riteniamo essere precursore di una nuova generazione di negozi dedicati al mondo running, e a cui auguriamo un percorso di grande crescita e soddisfazioni.



BORIS RAMPON,
KA manager Under Armour

“ Aspettavamo l’apertura di WhyRun da parecchio tempo! Per noi è motivo di grande orgoglio poter presentare il nostro brand in uno spazio multicanale così moderno e organizzato che farà vivere le giuste esperienze ed emozioni ai consumatori. La sua posizione strategica per tutti i runner milanesi che frequentano il Parco Sempione e la bellezza di questo store contemporaneo e innovativo, farà vivere a tutti gli appassionati la miglior esperienza d’acquisto per quello che riguarda il mondo running e trail running. Sono certo che questo nuovo concept aprirà nuove strade allo sviluppo di store specializzati in città importanti come Milano, con ampi spazi e valorizzazione massima dei brand presenti.



FABRIZIO BERNABEI,
direttore commerciale
New Balance Italy

“ Siamo felici di portare avanti questa proficua partnership fra Enervit e Sportland. WhyRun è una realtà che si pone l’obiettivo di diventare un punto di riferimento per la community dei runner. Non un semplice negozio con prodotti dedicati, ma anche un’offerta di servizi mirati per gli appassionati. Servizi che Enervit-The Positive Nutrition Company, grazie alla sua esperienza, alla ricerca sul campo nell’ambito della nutrizione e dell’integrazione, insieme alla passione per l’innovazione, fornisce da sempre agli atleti di ogni livello.



PAOLO CALABRESI,
Enervit marketing director sport&fitness division

“ Per Salomon, WhyRun è un punto di riferimento strategico su Milano e il suo hinterland per quanto riguarda il mondo della corsa. Essere a fianco di questo moderno ‘epicenter’ rappresenta un ulteriore e importante passo avanti nella nostra strategia: riconoscibilità come brand di assoluto riferimento nel mondo del running on-road. Salomon con WhyRun condividerà una serie di attivazioni verso il vasto e appassionato pubblico di Milano, all’insegna di una collaborazione in linea con le più efficaci strategie multichannel... Salomon in Italia è sempre più alla ricerca di partner di questo livello!



AUGUSTO PRATI,
direttore marketing Salomon Italia

“ WhyRun, il nuovo concept store di Milano, è decisamente unico nel suo genere. Innovativo. Esperienziale. High Tech. Ci piace l’idea che questa nuova tipologia di negozio possa rappresentare il connubio perfetto tra l’acquisto tradizionale, in-store e lo shopping digitale. Inserendo la nostra nuova collezione 2021 all’interno del punto vendita abbiamo voluto fortemente consolidare la partnership tra Saucony e Sportland. La sua location strategica e i servizi messi a disposizione dell’utente lo rendono il luogo perfetto per tutti gli appassionati di running.



VERONICA CALZAMATTA,
responsabile marketing
Saucony Performance

HOKA

ACCAREZZA LA STRADA

Artcrafts International S.p.A. - hokaoneone@artcrafts.it

LA LEGGENDARIA CORSA CLIFTON,
OGGI ANCORA PIÙ FLUIDA

CLIFTON8



Specializzato che vince... si duplica

Nel 2018 vi avevamo parlato del punto vendita di Conegliano.

Nel maggio 2020, MioMio Run ha aperto una nuova sede a Pordenone. Dove la location strategica e la professionalità della titolare Evelyn Marchioni stanno portando a ottimi risultati

— DI CRISTINA TURINI

Il nuovo store riflette lo stile e la passione investita nel primo negozio, con la voglia di fare sempre meglio. Non poteva essere altrimenti, dato che la decisione di lanciarsi in questo investimento è nata in tempi non sospetti, nell'autunno del 2019. Ma quando il punto vendita era pronto per essere inaugurato era marzo 2020, uno dei momenti peggiori della storia recente. Eppure il nuovo MioMio Run è partito, grazie alla tenacia della titolare, al passaparola dei clienti, alla cura dei dettagli nella progettazione degli interni, alla collocazione strategica dei prodotti. Insomma, lo store è una vera propria boutique come quella di Conegliano (Tv) e il mood che si assapora quando si entra nel negozio è quello di uno specializzato contemporaneo, in cui il cliente ha un ampio spazio a disposizione con personale qualificato pronto a metterlo a proprio agio. Anche la realtà di Pordenone, come quella coneglianese, è una dei migliori partner di Garmin. Ampio spazio è stato dato al marchio con un corner dedicato, una sorta di store-in-store, in cui il personale è stato formato per spiegare e dare assistenza su tutti i prodotti. Chi compra un dispositivo Garmin esce dal negozio con l'orologio già impostato per essere utilizzato. Inoltre, in caso di riparazione, viene fornito un GPS sostitutivo. Per quanto riguarda il footwear invece il marchio introdotto di recente è Karhu, la realtà finlandese che sta espandendo sempre di più la sua rete distributiva in Italia nel settore running e non solo.

A distanza di un anno si può quindi dire che il negozio di Pordenone è ben avviato, nonostante non ci sia neanche stata la possibilità di stappare una bottiglia per festeggiare. Non resta che aspettare il ritorno delle gare dove MioMio Run sarà presente con gazebo e arco gonfiabile, per promuovere, come sempre da anni, "lo sport più bello che ci sia".

Parla Evelyn Marchioni, titolare dello store friulano.

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

Da tempo c'era l'idea di aprire un secondo punto vendita visto il successo del nostro negozio di Conegliano e la voglia di "crescere". Si è presentata l'opportunità di Pordenone che ci piaceva molto come zona. Non essendoci nessun retail specializzato running, la location ci è sembrata ottima (fronte fiera e vicino all'uscita dell'autostrada) e la metratura perfetta. Così abbiamo preso la decisione nell'autunno 2019 (pre-lockdown) di affrontare questa nuova sfida, con l'idea iniziale di aprire a marzo 2020.

Com'è andata l'apertura nel primo post lockdown?

Il negozio è stato ufficialmente aperto il 19 maggio 2020, subito

dopo il primo lockdown. I timori erano tanti: aprire senza poter fare neanche un brindisi è stato triste, prima di tutto perché non abbiamo potuto festeggiare con i futuri clienti e poi perché poteva essere un buon modo per farci conoscere. Purtroppo il blocco delle manifestazioni non ci ha permesso di farci pubblicità come avremmo voluto. Ci siamo affidati agli strumenti social che già usavamo (Facebook, Instagram, Google) e lentamente il messaggio ha iniziato a girare. Poi il passaparola tra i clienti è sempre la cosa migliore e devo dire che, nonostante il difficile periodo storico, siamo soddisfatti di come è andata e di come sta andando.



Parliamo della location nel dettaglio, elemento spesso chiave per la buona riuscita di un progetto retail. Com'è strutturato lo store?

Il punto vendita è strutturato con uno stile pulito ed elegante: le scarpe sono poste su una scaffalatura studiata da noi con i led a illuminarle, al centro del negozio un bellissimo corner Garmin con esposizione prodotti, dove è presente anche una smart bike Tacx a disposizione dei clienti che vogliono provarla e un tapis roulant

— La corsa resta per noi lo sport più bello che ci sia: lo pratichi a qualsiasi ora del giorno, in qualsiasi parte del mondo, con una canotta, uno short e un paio di scarpe. Da solo o in compagnia. Con il tuo ritmo. Con i tuoi pensieri. Noi di MioMio Run amiamo il running in ogni sua forma e cerchiamo di trasmetterlo ai nostri

per la prova scarpe. In fondo al negozio abbiamo l'area abbigliamento (con una grande parete dove ci sono le immagini in bianco e nero dei campioni di una volta), nella parte opposta alle calzature è presente una grande zona dedicata agli accessori.

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

Vogliamo offrire un servizio di qualità e competenza, il cliente deve sentirsi coccolato e supportato nell'acquisto ma anche nella fase post vendita.

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

Tecnologico, informato, appassionato.

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

Grande crescita del mondo trail, la gente ha sempre più voglia di correre nel verde e di evadere dalla città. Sempre più donne inoltre iniziano a fare jogging e in notevole aumento anche i giovani fuori dal mondo competitivo.

Quanto incidono i camminatori sulle vendite?

Un buon 50%.

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 un negoziante per fidelizzare il consumatore?

Un runner in un punto vendita cerca competenza e buon assortimento. A ogni modo l'e-commerce deve essere di supporto, abbiamo diversi clienti che si recano in negozio dopo aver consultato il nostro shop online. Per fidelizzarli bisogna offrire un ambiente curato e il più possibile specializzato, fornendo anche supporti tecnologici alla vendita. Disponiamo di tablet con i quali i clienti possono interagire durante "l'attesa", consultando magari il nostro sito.

Che rapporti hai stretto con le aziende?

Ottimi, di collaborazione e rispetto.

Con quali la collaborazione è più stimolante, produttiva ed efficace?

Sicuramente con Garmin, azienda che ha creduto molto nel progetto, creando all'interno dei nostri shop dei corner dedicati al prodotto. Inoltre abbiamo un ottimo rapporto con Saucony, sempre pronta a supportare i rivenditori.

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?

Purtroppo l'abbigliamento è ancora poco considerato anche se il "nuovo runner" ci tiene al look (ma poco alla tecnicità del capo). A ogni modo credo che al momento la cultura del running sia ancora legata alla scarpa.

E la tecnologia che parte ha?

Fondamentale. Ormai quasi nessuno corre senza un dispositivo GPS che monitora l'attività. Garmin ha creato una sana "dipendenza". Anche il runner neofita ha al polso uno sportwatch.

Quali saranno le tendenze running dei prossimi anni?

Credo che il mondo running continuerà a crescere ma probabilmente guardando più al benessere che alla prestazione. Il nuovo runner corre per sé stesso, per poter bere una birra in più e per stare in forma, non gli interessa il cronometro e raramente fa le ripetute. Le tendenze che si svilupperanno nei prossimi anni saranno sicuramente la corsa "fuori strada" e si venderanno scarpe sempre più ammortizzate e meno racer.



SCHEDA TECNICA

Nome / MioMio Run

Indirizzo / via Treviso 3,
33170 - Pordenone

N. di telefono / 0434.455295

email / info@miomiorun.com

Sito / miomiorun.com

Facebook / @miomiorunpordenone

Instagram / @miomiorun

Gestione magazzino / digitale

Numero sedi / 2

Titolari /

Evelyn e Dimitri Marchioni

Nascita dei negozi / aprile 2015,

Conegliano / maggio 2020, Pordenone

Numero vetrine / 3

Mq totali / 140

Mq calzature / 70

Mq abbigliamento / 30

Discipline trattate / running,
trail running

MARCHI TRATTATI

Attrezzatura / Aftershokz, CEP,
Garmin, Leki, Nathan, Raidlight,
calze Stance, UYN

Calzature / adidas, Brooks,
HOKA ONE ONE, Karhu,
La Sportiva, Saucony

Abbigliamento / Craft, Crazy,
Compressport, La Sportiva, Montura,
UYN, Wild Tee

Altri servizi /

• Garmin Shop (vendita assistenza
consulenza)
• Centro Tacx

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

ÆSCULAPIUS
FARMACEUTICI

Dalle cime al retail

Atleta appassionato di corsa in montagna e ambassador BV Sport dal 2019, Luca Vassena espande la sua presenza nel team del marchio francese diventando agente per il Nord Italia

_ DI CRISTINA TURINI

Anche se questo atleta è sempre stato abituato a lunghe falcate, il passo da brand ambassador ad agente di commercio è stato breve e alquanto fisiologico, poiché Luca è stato tra i primi trail runner a credere nel marchio e a rappresentarlo. Appassionato di montagna e skyrunning della Valsassina (Lc), dove si allena quotidianamente per raggiungere i suoi obiettivi sportivi, Vassena, dopo un'esperienza come commerciale in un'impresa edile e di addetto alle vendite in una nota insegna di retailer sportivi, ha accettato la proposta di BV Sport di diventare il nuovo agente per il Nord Italia. Una posizione, fino a questo momento, ricoperta da Filippo Erdas che, dopo anni di proficua collaborazione con il marchio, torna dalla famiglia nella sua regione natale, la Sardegna. In una breve intervista ci ha raccontato lo spirito con cui intraprende questa nuova avventura.



Come è nato il tuo sodalizio con BV Sport?

Il brand è entrato a far parte della mia vita da sportivo nel 2019 e, sin da subito, mi sono affezionato ai prodotti. Durante gli anni, grazie anche all'impiego in un importante negozio sportivo dove ho svolto la funzione di tecnico running, ho approfondito la forza e l'unicità di BV Sport, attraverso corsi dedicati e testando in an-

teprima le novità sul mercato. Ora inizia per me una nuova grande avventura in questo team. Un sogno che si realizza, in cui ho sempre creduto e per il quale ho sempre combattuto: quello di conciliare lavoro e passione, parlare di corsa e consigliare clienti e amici sette giorni su sette. 'Se ami il tuo lavoro, non lavorerai neanche un giorno'. Ringrazio particolarmente Manuela Corona per l'opportunità".

Come si concilia la tua passione con il nuovo incarico che ti è stato affidato?

L'amore per la corsa mi ha portato, nell'anno della pandemia e a seguito di un infortunio, a intraprendere una formazione per diventare istruttore di corsa naturale: alla base di tutto c'è la prevenzione, gestendo e migliorando, tramite una postura corretta, le sollecitazioni "dannose" che questo sport può causare al fisico. Oggi, nel mio nuovo

percorso con BV Sport, parto ancora più entusiasta nel poter consigliare e supportare clienti e atleti, unendo alle mie competenze e alla mia esperienza, i benefici dei prodotti made in France. Ho le idee ben chiare su dove voglio arrivare. E la mia perseveranza nel cercare un lavoro in questo fantastico mondo ne è la prova.

INTERVISTA A MANUELA CORONA, DIRETTORE COMMERCIALE ITALIA BV SPORT

Quanto è strategico affidare un ruolo così importante a un atleta che arriva da anni di esperienza e utilizzo del prodotto nella disciplina del trail running?

Premetto che Luca, oltre a essere un grande appassionato di trail running, proviene, lavorativamente parlando, dal mondo dello sport. Ho avuto modo di conoscerlo nel momento in cui lavorava presso un nostro cliente e già allora avevo intravisto in lui un tratto che ricerchiamo sempre nei nostri collaboratori: la passione per il lavoro che, nel suo caso specifico, arriva proprio dal dover spiegare qualcosa che si ama fare anche nel tempo libero. Ciò avvantaggia te stesso e chi ti ascolta. Proprio questa sua caratteristica ci ha spinti, qualche anno fa, a inserirlo nel nostro team ambassador. Luca è un cocktail di energia dal punto di vista sportivo e di competenze in materia, perché sa trasmettere le sensazioni che prova quando indossa i nostri prodotti, oltre ad avere una grande capacità nel gestire le proprie pagine social, che hanno un grande seguito.

Che tipo di crescita commerciale vi aspettate?

Ci aspettiamo grandi cose. Rappresenterà il nostro marchio in regioni di

grande sviluppo. Luca saprà conquistare i clienti esistenti e sarà anche capace di tracciare nuovi percorsi e nuove sinergie. Ha una grande consapevolezza del brand che rappresenta, è un entusiasta e sa comunicare molto bene. Sono sicura sarà in grado di affiancare e collaborare con i nostri clienti creando una collaborazione interessante tra le parti.

In futuro sarete più operativi anche dal punto di vista delle attività in-store?

Abbiamo sempre cercato di esserlo ma la chiusura forzata alla quale siamo tutti stati sottoposti ci ha limitati in queste iniziative. Riprenderemo sicuramente con i Booster Day, durante i quali faremo testare i nostri prodotti a compressione. Ci saranno eventi dedicati al mondo femminile, come avevamo già fatto qualche anno fa, in collaborazione con le Women in Run. Abbiamo in programma anche altre iniziative che stiamo valutando per valorizzare al meglio il nostro prodotto e il nostro servizio, affinché BV Sport, già molto apprezzato, si imponga ancora di più tra il nostro pubblico sportivo. Non smettiamo mai di avere obiettivi: sono la nostra forza.



EVERY DAY.

EVERY TRAIL.



[opti·vibe]

SENSE RIDE 4

WMN



salomon

TIME TO PLAY



Sulla buona strada

Lo scorso 21 giugno, in Franciacorta, è stato presentato il nuovo modello road di Scott: la Speed Carbon RC. Un'occasione per l'azienda per fare anche il punto della situazione di fronte ai "suoi" specializzati e ai media di settore che hanno partecipato all'evento

_ DI CRISTINA TURINI

Dopo una cena al Relais Franciacorta di Corte Franca, che ha riunito l'azienda con i suoi migliori rivenditori running e alcuni giornalisti, la mattina successiva è stata ufficialmente presentata la nuova Speed Carbon RC. Si tratta della scarpa con cui Scott intende sfidare il mercato della strada, un segmento nel quale per la prima volta è entrato a gambe tese, sia dal punto di vista della tecnologia (e quindi della qualità del prodotto frutto di anni di ricerca e sviluppo), sia dal punto di vista del prezzo competitivo, necessario per reggere il confronto con una concorrenza già ampiamente presente e introdotta. E lo ha fatto il 6 luglio, data in cui il modello è apparso ufficialmente sugli espositori degli specializzati partner del brand. Proprio a loro, principalmente, è stato dedicato questo evento. E sempre a loro si è rivolta Donatella Suardi, general manager

di Scott che, prima della presentazione della scarpa, ha voluto parlare dell'azienda, delle sue divisioni, degli obiettivi e della filosofia legata al sistema B2C, voluto dalla casa madre per dare un forte messaggio di vicinanza ai rivenditori. Dal momento che oggi nessun marchio può permettersi di stare fuori dall'online, ha detto la Suardi, Scott ha deciso di stare vicino ai propri dealer ogni qualvolta un cliente acquisti un prodotto dal sito. Il consumatore per concludere l'ordine ha infatti l'obbligo di selezionare un negozio partner sul territorio, al quale darà una provvigione di vendita. La parola è poi passata a Mario Poletti, product manager del brand, che ha illustrato tutte le tecnologie e le caratteristiche della nuova scarpa con piastra in carbonio. La mattinata è proseguita con una breve corsa per testare il modello e una sfida di velocità tra i presenti, intrapresa da tutti con lo spirito goliardico tipico dei ragazzi del team Scott.

SPEED CARBON RC

"Faster for longer" è il claim che accompagna il lancio di questo nuovo modello. La nuova scarpa è infatti la più leggera, veloce ed efficiente che Scott abbia mai creato per la corsa su strada, capace, con la sua tecnologia, di restituire più energia di quella che il runner immette durante il gesto atletico. Per correre, appunto, più veloce e più a lungo. Frutto di 10 anni di ricerca e sviluppo, la Speed Carbon RC è caratterizzata dalla piastra in fibra di carbonio Carbitex DFXTM, che offre vantaggi unici essendo dinamicamente flessibile, aumentando la rigidità quando si incrementa la velocità e mantenendo la flessibilità quando si cammina.

La piastra dunque offre più potenza ed efficienza quando se ne ha bisogno, ma anche facilità di movimento quando non c'è il momento prestazionale. È come avere una scarpa da pista chiodata e una da strada



nello stesso tempo. La tecnologia Evolved Rocker 2 crea una geometria ideale per promuovere una corsa più dinamica, riducendo gli impatti del colpo di tacco e aumentando l'efficienza della corsa. Grazie a ER2 è possibile correre più veloce e più a lungo usando meno energia. La Speed Carbon RC inoltre si compone di Kinetic Foam, la gommapiuma di Scott più leggera e reattiva. Migliorandone le proprietà, questa nuovo materiale ha ancora più rimbalzo. Morbido e reattivo ma con la lunga durata dell'EVA.



PESO /
240 g

DROP /
5 mm

ZERO BLISTERS FOR ROAD RUNNING

RUN SPECIFIC WITH HOTSPOT PREVENTION

PROTECTION & SUPPORT

BREATHABLE AND VENTILATED



3D-DOTS
TECHNOLOGY

THERMO
REGULATION

ARCH
SUPPORT

NEW COMPRESSPORT® PRO RACING SOCKS RUN HIGH
CELEBRATING 10 YEARS OF 3D-DOTS TECHNOLOGY



www.compressport.com

**WHEREVER YOU RACE,
WE SUPPORT YOU.**



Un compleanno tra le montagne olimpiche di Sestriere

Due giorni di clinic, approfondimenti tecnici e test su strada dedicati alla Wave Rider 25 di Mizuno, la scarpa icona del brand, che quest'anno celebra 25 anni

— DAI NOSTRI INVIATI
MANUELA BARBIERI E BENEDETTO SIRONI

Il 22 e 23 giugno scorsi, nella splendida cornice delle montagne olimpiche di Sestriere, Mizuno ha presentato ai media di settore, tra cui noi di Running Magazine, la nuova Wave Rider 25. Una due giorni di clinic, approfondimenti tecnici e test su strada dedicati alla scarpa icona del brand.

Da sempre considerata una calzatura molto tecnica, adatta prevalentemente ai runner che corrono di avampiede (solo circa il 20%), la nuova Wave Rider è oggi più ammortizzata, morbida e confortevole, pur mantenendo la tecnicità della precedente versione che, in termini di sell in e sell out, l'azienda ci ha confermato aver performato decisamente molto bene. "Dovevamo trovare un compromesso con le esigenze di un mercato che va sempre più verso gli occasional runner e i beginner. Con la Wave Rider 25 crediamo di aver raggiunto un ottimo compromesso", ha dichiarato Davide Rodia, key account running promotion & product coordinator di Mizuno Italia.

L'evento di Mizuno è stato anche l'occasione per presentare ai media di settore i risultati raggiunti, le strategie future, le partnership e i nuovi progetti, in particolare in ambito sostenibilità. Il Sud Europa - con Italia, Francia e Spagna - rappresenta il 70% del fatturato EMEA, ci ha spiegato in tal occasione Andrea Leo,



marketing manager di Mizuno Italia. Dichiarando inoltre con orgoglio che, durante questi due anni di pandemia, l'headquarter italiano è riuscito perfino ad aprire un monomarca a Torino e ha assunto 13 nuove risorse. Ma non è tutto: a conferma dell'importanza strategica per Mizuno del Sud Europa, nei prossimi anni sono previsti altri importanti opening: Milano e Parigi. E tante alte novità che vi sveleremo sui prossimi numeri di Running Magazine.



Guarda il video dell'Experience



La nuova Wave Rider 25 è la "Scarpa del mese" di questo numero di Running Magazine, la trovate alle pagine 24 e 25



I 5 MODELLI CHIAVE DI MIZUNO

Mizuno nei prossimi anni focalizzerà i propri investimenti, a livello di sviluppo, sulle seguenti calzature da running

1. WAVE ULTIMA
2. WAVE SKY
3. WAVE RIDER
4. WAVE INSPIRE
5. WAVE HORIZON

I 100 ANNI DELLE FIAMME GIALLE



Oltre al 25esimo compleanno della Wave Rider, quest'anno Mizuno Italia celebra anche i 100 anni di storia del gruppo sportivo militare Fiamme Gialle - il più titolato d'Italia - di cui, dal gennaio 2021, è fornitore tecnico per la sezione atletica leggera. Per l'occasione, il brand ha studiato e progettato una box celebrativa contenente una maglia limited edition da collezione prodotta in soli 200 pezzi con numerazione progressiva.



“L'idea poi che questo cofanetto e la maglia con il nostro logo possa essere conservata negli uffici delle più alte cariche dello Stato, ci riempie di orgoglio

Oliver Strenghetto, presidente di Mizuno Italia

MIZUNO CREW 21: OBIETTIVO EMISSIONI ZERO ENTRO IL 2050

Il 12 maggio 2021 scorso, il presidente Akito Mizuno ha annunciato di voler raggiungere l'obiettivo di impatto climatico zero entro il 2050 e di ridurre al massimo l'impronta di carbonio diminuendo le emissioni di Co2.



Cosa è l'impronta di carbonio?

L'impatto che ogni prodotto ha sull'ambiente, ossia la quantità di emissioni di gas serra generate lungo il suo ciclo di vita: dalla produzione prima allo smaltimento finale.

LA “GREEN TIMELINE” DI MIZUNO

Nel corso degli anni, il brand giapponese ha raggiunto importanti traguardi sul fronte della sostenibilità ambientale.

• 1991

Mizuno lancia il progetto Crew 21 - Mizuno Global Environmental Conservation, a favore della conservazione ambientale

• 1997

lo stabilimento Yoro, oggi sede di Mizuno Technics Corporation, ottiene la certificazione ISO 14001 (1° nel settore degli articoli sportivi)

• 2003

tutti gli stabilimenti di produzione Mizuno ottengono lo status di “emissioni zero”

• 2009

Mizuno realizza la piastra Mizuno Wave in un nuovo materiale derivato dall'olio di ricino: il Pebax Rnew

• 2011

viene formulato il Mizuno Green Grade, un nuovo sistema interno di valutazione dell'impatto ambientale dei prodotti che prende in considerazione l'intero ciclo di vita: dall'approvvigionamento dei materiali, al trasporto, alla vendita fino all'utilizzo e al loro smaltimento

• 2021

Mizuno istituisce un comitato globale per la sostenibilità, al fine di implementare e dare un'ulteriore spinta in avanti al progetto Mizuno Crew 21

IL CONCEPT DEL LOGO MIZUNO CREW 21

- Il germoglio rappresenta la gratitudine e la necessità di prendersi cura dell'ambiente
- La forma composta da tre frecce morbide curve rappresenta l'equilibrio tra i tre pilastri: economia, società e ambiente
- Le tre frecce curve circolari richiamano il ciclo delle tre R: ridurre, riusare, riciclare



MIZUNO Wave RIDER 25

Completamente rinnovata, rappresenta 25 anni di innovazione di Mizuno nel mondo del running. Grazie alle tecnologie Mizuno Wave e Mizuno Energy, questa calzatura testimonia l'impegno del brand di offrire il massimo comfort e una corsa sempre più efficiente e dinamica

TOMAIA /

- realizzata in mesh traspirante a doppio strato ingegnerizzato: quello sottostante ha una tensione molto più morbida per adattarsi al piede in fase di camminata o di corsa leggera, mentre quello sovrastante è più rigido ed entra in azione per mantenere i piedi in asse in caso di bruschi cambi di direzione e appoggi particolarmente impattanti
- per migliorare il comfort della calzata, la tomaia è stata realizzata in tre diversi tipi di mesh posizionati nella parte dell'avampiede, della cucitura della linguetta e nell'area tallonare
- il design 3D multicolor (anche a contrasto) aggiunge profondità e ricchezza di dettagli

Versione Uomo

INTERSUOLA /

grazie a Mizuno Energy Foam, la Wave Rider 25 offre in più circa il 17% di ammortizzazione e il 15% di ritorno di energia, rispetto alla precedente versione

LE TECNOLOGIE

MIZUNO WAVE

La Wave Rider è la scarpa che rappresenta la nascita del Wave Mizuno. La tecnologia Wave fu introdotta nelle scarpe da running Mizuno nel 1997, con il modello Wave Rider 1, che si presentò sul mercato con una piastra a forma di onda. Da allora, la tecnologia Wave si è

evoluta e perfezionata per adattarsi a ogni tipologia di runner con una gamma di piastre differenti. Il nuovo design della piastra conferisce il giusto bilanciamento tra ammortizzazione e stabilità. Assorbe gli urti e disperde l'impatto, massimizzando il ritorno di energia in fase di spinta.

MIZUNO ENERGY

Introdotta a partire dalla Wave Rider 24, è posizionata lungo tutta l'intersuola e garantisce ammortizzazione e ritorno di energia.



INFORMAZIONI DI BASE

DISCIPLINA

Road running

TARGET

Per runner neutri che preferiscono una calzatura leggera, reattiva e propulsiva a ogni passo

COLLEZIONE

FW 21

PER uomo e donna

PESO

275 g uomo

230 g donna

MISURE (UK)

6-12, 13, 14 uomo

3-10 donna

DIFFERENZIALE

12 mm

PREZZO 155 euro

I TRE PUNTI DI FORZA

1. La costruzione innovativa della tomaia e dell'intersuola migliora la propulsività generale

2. L'intersuola e il rinforzo sul tallone con tecnologia Mizuno Energy rendono la Wave Rider 25 ancora più dinamica e reattiva rispetto ai modelli precedenti

3. La nuova forma della piastra Mizuno Wave offre più supporto nella zona mediale e un'esperienza di corsa confortevole e sicura

LINGUETTA /

sempre in posizione perché semi-integrata nella tomaia, per una calzata più precisa

PIASTRA WAVE /

rispetto al modello precedente, è leggermente più allungata sull'avampiede e più visibile; le alette laterali, nella fase di rullata, offrono maggior stabilità nella zona mediale, ossia aiutano a rimanere in asse col piede e a evitare il moto pronatorio che può avere anche un runner neutro se affaticato

GREENTIPS /



Lacci e imbottitura del mesh tallonare in PET riciclato



Piastra Mizuno Wave ricavata dalla trasformazione dei semi di ricino, consentendo una riduzione del 38% di emissioni Co2 in atmosfera



Eco shoe box realizzata in carta 100% riciclata (* a partire dal prossimo autunno)

COMUNICAZIONE E MARKETING /

Per il lancio della nuova Wave Rider 25, Mizuno ha predisposto una serie di attività di comunicazione omnichannel integrata. La presentazione di questo modello è avvenuta dopo il lancio della Wave Rider 25 Special Edition, un'edizione limitata - solo 25 pezzi - dalle esclusive tonalità bianche e argento andata subito sold out. Nata per celebrare i 25 anni di innovazione del brand giapponese, è stata venduta in esclusiva presso il Mizuno Flagship Store di Torino che proprio il 30 maggio scorso ha compiuto un anno di vita.

La consegna dell'intera gamma colore ai retailer è avvenuta in contemporanea con il lancio di comunicazione di Wave Rider 25 che è stato supportato da un'attività digital di seeding con atleti, influencer, brand ambassador e youtuber che hanno ricevuto e testato la

calzatura in anteprima.

Il nuovo modello è stato inoltre presentato ai media del settore running in una due giorni di clinic e test su strada nella cornice delle

montagne olimpiche di Sestriere.

All'attività di social seeding è stata poi affiancata una presenza su più canali web e social: dalle principali testate giornalistiche di settore con banner, spazi interattivi e contenuti redazionali ad hoc, ai siti web dei più importanti key account Mizuno in Italia con landing page e spazi interamente dedicati alla Wave Rider 25.

Per dare supporto ai retailer nel comunicare al meglio il prodotto sono stati realizzati diversi materiali POP: 30 allestimenti vetrina nei migliori negozi tecnici di tutt'Italia e un kitPOP inviato a più di 150 dealer.



Sopra in senso orario,
Antonella Palmisano,
Sonia Malavisi
e Rachele Sangiuliano,
ambassador Mizuno



SUOLA

(* COLORAZIONE LEGATA AL TEMA DI COLLEZIONE DISCOVERY) /

nel battistrada sono cambiati i gradi di flessione e le scanature; il design della suola dell'avampiede favorisce maggiormente la spinta; sulla parte esterna è presente la gomma al carbonio X10, più resistente, inserita nelle aree che si usano maggiormente (area tallonare e tacco); il foro centrale della piastra Wave è stato affusolato per evitare che le pietre si incastrino al suo interno

LA VERSIONE OSAKA /



Special edition disponibile solo presso circa 70/80 negozi specializzati selezionati da Mizuno. Scarpa unisex che verrà lanciata il prossimo autunno in vista della **maratona di Osaka** che si terrà il **7 novembre**.

COLORAZIONI

- Donna -



- Uomo -





CHUTE MAG DI CAMELBAK, PRATICITÀ SOSTENIBILE



Le nuove collezioni sono realizzate con l'innovativo materiale Tritan Renew, privo di bisfenoli, riciclabile e ottenuto per il 50% da materiale alla sua seconda vita. Il tappo universale della Chute Mag, con aletta magnetica, una volta aperto, aderisce alla borraccia e offre un flusso elevato di liquidi a ogni sorso. Con il sistema Eddy+ inoltre è agevole bere: basta sollevare la valvola in silicone, mordere e idratarsi senza inclinare. La comoda impugnatura a due dita, facilita il trasporto. Tappi e contenitori sono lavabili in lavastoviglie. Disponibile in 20 colori. Volumi: 1,5L - 1L - 0,75L - 0,6L - 0,4 L
Nov.Ita. - 011.6467743 - info@nov-ita.com

IL TRAIL RUNNING FLASH DI CRAZY



La t-shirt Flash man è stata presentata da Crazy a metà degli Anni '90 per rispondere all'esigenza degli atleti che volevano vivere la montagna da protagonisti. La zip frontale è leggera, invisibile e molto più lunga, così da permettere la massima performance in salita quando serve aria fresca. Il collo è più alto della media, il tessuto a trama compatta nella parte anteriore offre una protezione efficace contro il vento, e permette di rimanere più coperti quando il clima in quota si fa più rigido. Le tasche sono laterali così che, sfruttando la vestibilità aderente, il comfort durante la corsa sia maggiore perché gli oggetti non si muovono al loro interno.
Crazy - 0342.706371 - info@crazyidea.it

LO SPIRITO ECLETTICO DELLA NUOVA VIBRAM FIVEFINGERS V-NEOP

Vibram FiveFingers V-Neop è un vero e proprio concentrato di performance "Techno-Urban". Tra le caratteristiche più interessanti spicca la suola, ripresa dal primissimo modello Vibram FiveFingers uscito in commercio quindici anni fa, che evidenzia i "passi avanti" compiuti ma che, allo stesso tempo, mantiene la storia del brand come filo conduttore. Ideale per completare sia un outfit più streetwear e fashion, sia per praticare diverse attività sportive all'aria aperta, come per esempio trekking leggeri, fino ad arrivare a un utilizzo destinato ai principali water sport come kitesurf, kayak e sup. Inoltre, grazie alla silhouette e affusolata e alla tomaia in neoprene, V-Neop garantisce un comfort prolungato già dal primo utilizzo, mantenendo il calore nelle aree del piede più esposte al freddo. La soletta interna è ricoperta da uno strato in feltro che ne migliora l'isolamento termico in caso la si volesse usare per aumentare la protezione.
Vibram SpA - 0331.999777 - vendite@vibram.com

SCARPA: I COLORI SS 22 DELLA RIBELLE RUN GTX



Il modello da trail running è ideale per le corte/medie distanze, con caratteristiche di impermeabilità e leggerezza grazie alla tecnologia Gore-Tex Invisible Fit, unita a un mesh sintetico, leggero e resistente all'abrasione. La scarpa è progettata per avvolgere il piede con precisione grazie a una forma a basso volume e a caratteristiche dedicate alle esigenze degli atleti. La linguetta integrata alla tomaia aiuta a ottenere un perfetto feeling sul collo del piede durante la corsa. Il mesh esterno è rinforzato con film termosaldati, mentre internamente una struttura morbida in micro fibra garantisce una miglior stabilità laterale. Il fascione in TPU leggero che integra la tomaia alla suola, offre la massima protezione contro gli urti accidentali durante la corsa off road e aumenta la stabilità della calzatura. La suola usa la miscela Supergum, esclusiva della tecnologia Presa e combina elevate prestazioni di aderenza sia sull'asciutto che sul bagnato, con un'alta resistenza.
Calzaturificio SCARPA - 0423.5284 - info@scarpa.net

NOVABLAST 2 DI ASICS, PER CORSE ANCORA PIÙ FLUIDE

Torna sul mercato migliorata con l'inconfondibile suola ammortizzata che ha contribuito a renderla così apprezzata. Grazie alla tecnologia FF Blast della suola, risulta reattiva e permette un atterraggio morbido seguito da un rimbalzo favorevole per una corsa più veloce. Per migliorarla ulteriormente, gli intagli presenti sulla suola si ispirano a un trampolino per consentire una miglior compressione per un rimbalzo maggiore dal tallone alla punta. Inoltre, i designer hanno aumentato la larghezza dell'area del mesopiede e hanno effettuato un taglio asimmetrico dell'intersuola. Quest'ultima particolarità lavora insieme al nuovo stabilizzatore, presente nell'area del tallone realizzato in TPU, per favorire un passo più equilibrato e sfruttare al massimo il rimbalzo della scarpa. Questi nuovi aspetti rendono Novablast 2 la calzatura ideale per corse brevi, ma ad alta intensità o veloci, e per i runner che desiderano una scarpa ammortizzata ma allo stesso tempo reattiva. Peso: 225 g. Drop: 8 mm.
ASICS Italia - 0171.416111 - info@asics.com



PROTEZIONE E LEGGEREZZA CON HELAINE DI CMP

Il nuovo modello performance della linea trail running del brand è costruito con tecnologia LWR ed è pensato appositamente per le andature sostenute su gare di medio-brevi distanze. Leggerezza, avvolgenza, reattività e stabilità sono le caratteristiche principali di questa scarpa. Una soluzione che, a partire dalla particolare conchiglia in EVA sul tallone integrata all'intersuola, passando per lo shank in TPU sull'arco mediale, e arrivando al fascione in cordura rinforzata, garantisce al piede un'incredibile protezione in tutte le fasi della corsa, sia in discesa che in salita. La suola in gomma CMP FullOnGrip con una tassellatura pronunciata assicura trazione e tenuta soprattutto su terreni morbidi e fangosi. Disponibile nelle versioni uomo e donna.
CMP - cmpsport.com



CLOUDFLOW DI ON, ANCORA PIÙ REATTIVE E AMMORTIZZATE

Cloudflow rende la tecnologia di livello élite accessibile a qualsiasi runner che voglia correre più veloce. L'intersuola in Helion superfoam ultraleggera combina la sensazione di reattività con un'ammortizzazione superiore. La tomaia riprogettata, non solo conferisce alla scarpa un aspetto più aerodinamico, ma offre maggior comfort. Inoltre, il 70% del poliestere utilizzato è riciclato. La calzatura del tallone è ancora più precisa, per una corsa più sicura anche quando si affrontano curve strette, le ripetute o un percorso di città. Anche la suola CloudTec si evolve per una migliore tenuta sulla strada. La Cloudflow presenta la stessa geometria e lo stesso grip (e quindi trazione) della Cloudboom, il modello per i maratoneti d'élite.
Sport Alliance International - 0471.208300 - info@sportalliance.it



VELOCI SUI TERRENI PIÙ TECNICI CON LA NUOVA ZINAL DI HOKA ONE ONE

È una scarpa da trail running super leggera, fatta per consentire ai runner di "attaccare" i terreni più tecnici e difficili. Zinal si inserisce nella categoria della reattive da trail adatte alle distanze più corte e con la sua agilità offre la perfetta combinazione di velocità e agilità. La tomaia alleggerita, realizzata con filati riciclati, è disegnata con un linguetta anatomica che impedisce l'ingresso di detriti. L'intersuola è la HOKA Profly a doppia densità, con schiuma ultraleggera accoppiata a EVA gommata. La suola è in Vibram Megagrip con costruzione Litebase che garantisce la massima trazione col minimo peso.
Artcrafts International SpA - 055.68189 - hokaoneone@artcrafts.it



CYCLONE



LIGHT. FAST.
RESPONSIVE.



Con l'obiettivo della prestazione

Si entra nel vivo della stagione triathlon e sempre di più i materiali possono fare la differenza. Nelle varie fasi di gara, per raggiungere performance al top, gli atleti sanno che sono necessari prodotti specifici

— DI DAVIDE BERTAGNA



HARDKIN - VON KÁRMÁN AEROSUIT TRI SL

Questo body unisce le potenzialità di un prodotto aerodinamico con le esigenze del triathlon. Il tessuto principale è elastico, capace di allungarsi in ogni direzione. Ciò garantisce massima libertà di movimento, sia nella frazione a nuoto che in quella di corsa. Le cuciture delle spalle sono appositamente pensate per offrire la massima comodità e un leggero meccanismo di compressione crea un efficace effetto seconda pelle. Il pad Tri, anti-sfregamento e ad asciugatura rapida, fornisce supporto durante la parte in bici, pur essendo flessibile e leggero in modo che non crei discomfort nella frazione di corsa o a nuoto.

Hardskin - 335.7719962 - info@hardskin.it

PINARELLO - BOLIDE TR ULTEGRA DI2

Bolide TR è la risposta di Pinarello all'evoluzione del mondo triathlon. Portata da Cameron Wurf al debutto a Kona, alle Hawaii, ha subito stabilito il record nel segmento su strada. Bolide TR Ultegra Di2 è realizzata in carbonio TorayCa che offre grande rigidità e la rende perfetta per tutti i triatleti impegnati nelle più dure competizioni no-draft. I tecnici del PinaLab hanno lavorato su guidabilità e comfort, disegnando anche dei porta oggetti perfettamente integrati sul telaio testati in galleria del vento.



Telaio: TorayCa T1100 1K Dream Carbon
Forcella: Bolide TR Onda Fork

Gruppo: Shimano Ultegra R8000 11S
Freni: Shimano Ultegra R8000, rotore 160/140 mm

Cicli Pinarello - 0422.420877 - infobike@pinarello.com

SLOPLINE - BODY MANICA CORTA ASSAULT TO FREEDOM

Body estivo con due tasche posteriori e un comodo taschino laterale portagel. Elasticizzato e sagomato per aderire al corpo, è adatto per tutte le condizioni atmosferiche. Il tessuto è estremamente tecnico: consente un'ottima traspirabilità, ha una grande capacità di eliminare il sudore e si asciuga rapidamente. La parte inferiore è realizzata in tessuto ultra-elastico rifinito con siliconatura interna antiscivolo, che consente ai gambi di aderire perfettamente alle cosce e di restare in posizione riducendo sia la resistenza aerodinamica sia l'insorgere di irritazioni da sfregamento. Le maniche e il giro coscia a taglio vivo senza cuciture garantiscono un ottimo comfort.

G.I. Sportswear - 039.9284318 - info@slopline.it



SANTINI - CAPPELLINO VIS

Il cappellino Vis, pensato per essere utilizzato sia da solo che indossato sotto il casco, grazie al suo ricercato design è perfetto da abbinare al resto della collezione Vis di Santini, realizzata con tessuti performanti e ultraleggeri con dettagli e grafiche che garantiscono alta visibilità. Il cappellino è utile sia per la frazione in bici, sia nel passaggio da quest'ultima alla corsa nelle giornate più calde per proteggersi dal sole e per evitare il più possibile che le gocce di sudore raggiungano gli occhi. Santini Maglificio Sportivo - 035.0445159 - info@santinicycling.com

SALICE

Vento è l'ultimo casco di casa Salice: aerodinamico nelle linee ed essenziale nella forma. Il nuovo modello è compatto ed è realizzato in due versioni: una più prettamente sportiva, l'altra urban per la città. Il casco, sinuoso più che mai con l'arrotondamento frontale evidente, offre protezione e comfort. La calotta, con la tecnologia costruttiva In-moulding, lo rende leggero e assolutamente resistente agli urti. Dotato di sistema "antiscalzamento", è regolabile in altezza con luce Safety sul rotore di regolazione. Vento, certificato EN 1078, è disponibile nelle misure S-M (51-58 cm) e L-XL (58-61 cm).



Occhiale 023, nuovo modello di Salice, è un tutt'uno montatura-lente, con una calzata eccezionale per una completa copertura del viso. Presenta un'ampia lente in policarbonato ad alto contrasto HC. Il trattamento antiriflesso elimina l'abbagliamento, mentre quello idrofobico fa scivolare via acqua. Con la montatura che profila solo la parte alta della lente, l'occhiale offre protezione e campo visivo. Con lente specchiata RW ad alto contrasto HC, il modello è fornito di una seconda lente RW radium facilmente intercambiabile oppure nella versione RWX della lente fotocromatica specchiata RWX by NXT. Lo 023 è disponibile in nove proposte di colore.

Salice - 0344.85224 - salice@saliceocchiali.it

COMPLEX - SP 8.0

L'elettrostimolatore SP 8.0, dotato di programmi specifici per incrementare e mantenere la forza muscolare, aiuta a migliorare le prestazioni, ed è ideale per il recupero. Lo strumento è wireless e, grazie all'assenza di fili che lo collegano agli elettrodi posizionati sui muscoli, è possibile eseguire con assoluta agilità esercizi di potenziamento in modo sincrono con gli impulsi elettrici, per un più efficace trattamento. È dotato della tecnologia Muscle Intelligence con cui lo strumento si adatta ai muscoli dell'atleta, offrendo così una stimolazione su misura. Attraverso la funzione MI-Scan, il dispositivo dapprima analizza il muscolo e successivamente adatta i parametri di stimolazione in modo automatico.

DJO Italia - 02.83598001 - info.italia@djoglobal.com



LIVE SBAM - BEE DIFFERENT

Grazie a una struttura con tensione differenziata, la calza aderisce perfettamente al corpo, fasciando e massaggiando costantemente le aree del piede che necessitano di maggiore comfort. Questo, unito a una tenuta perfetta, rende le calze Sbam ideali anche per gli sport dove le sollecitazioni al piede sono intense e continue. Inoltre, grazie alla loro composizione che impiega fibre naturali insieme a materiali sintetici evoluti, permettono di avere performance tecniche e una durata di assoluto rilievo.

Close the Gap Srl - 349/6108443 - info@livesbam.com



DEDA ELEMENTI - SL62DB

Le SL62DB in carbonio sono ruote ad alto profilo per freno a disco sviluppate appositamente per le alte velocità. Le ruote garantiscono una frenata più modulabile e una forza di arresto più efficace in qualsiasi condizione di guida o di tempo. Punti chiave sono il cerchio ad alto profilo da 62 mm e la sezione maggiorata a 26mm che offrono leggerezza e stabilità su strada asfaltata e su strade bianche. Il cerchio allargato



di nuova generazione fornisce un miglior supporto al pneumatico e riduce la resistenza al rotolamento, aumentando al contempo la resistenza meccanica e l'aerodinamicità della ruota. Il peso è 1.690 g in coppia.

Mandelli - 0362.1797888 - info@mandelli.net



BUON FOOD - SPEED GEL ENERGY

Questo gel isotonic biologico è un integratore alimentare a base di carboidrati: energia pronta all'uso, utile per reintegrare le riserve di glicogeno bruciate durante lo sforzo fisico. Lo Speed Gel Energy è 100% naturale, senza glutine, gelificanti, edulcoranti, conservanti. Il prodotto è dolcificato con maltodestrine del riso selezionate e ricavate da filiera biologica per garantire un prodotto digeribile e assimilabile. Proposto in pack monodose tascabili, è comodo e pratico da utilizzare, veloce da aprire e semplice da succhiare.

BRN - 0543.741423 - info@brn.it

FIND YOUR ULTRA



KARACAL

Confortevole, leggera e ammortizzante: Karacal è la perfetta compagna di allenamento su percorsi off-road a medie e lunga distanza. Perfetta anche per il recupero post gara grazie al comfort accentuato da una tomaia seamless. Studiata e testata in Val di Fiemme, Trentino, Dolomiti.

Karacal: train your trail.


LA SPORTIVA®
innovation with passion

SHOP NOW ON WWW.LASPORTIVA.COM



Con Endorphin Trail, Saucony porta per la prima volta off road la tecnologia Speedroll. Il nuovo modello è un concentrato di tecnica e alte prestazioni per correre veloci e in sicurezza su qualsiasi terreno. Senza rinunciare a un look "street style" adatto anche alla città

Sempre più aziende sviluppano e innovano nel segmento trail. Non a caso, secondo l'International Trail Running Association, la corsa off road continua a registrare una crescita enorme e la domanda di prestazioni veloci e dinamiche anche in montagna è sempre più forte. In questo contesto nasce la nuova Endorphin Trail, un modello che unisce la rivoluzionaria

tecnologia Speedroll al sistema di cushioning PWRRUN PB che, grazie a leggerezza e massima ammortizzazione, spinge in avanti dando una sensazione di propulsione continua. La calzata sicura, la suola PWRTRAC e la versatile configurazione degli intagli per l'ascesa/discesa sono tutti progettati per affrontare al massimo qualsiasi terreno percorso.



CALZATA /

rapida e comoda offre protezione estrema da sporco e detriti, per una corsa veloce ed efficiente su sentieri creati dall'uomo

DROP /

4 mm (36,5 / 32,5 mm)

PESO /

295 g uomo
255 g donna

ROBUSTO MESH /

protegge lo strato di PWRRUN PB dal terreno roccioso

CUSHIONING /

lo spesso strato di PWRRUN PB offre maggiore ammortizzazione ottimizzando il consumo di energia

GREEN /

questo modello
contiene materiali riciclati



SISTEMA FORMFIT /

avvolge il piede in un comfort 3D per una vestibilità personalizzata

TECNOLOGIA SPEEDROLL /

genera una continua propulsione portando a correre più veloce con meno fatica



SUOLA PWRTRAC /

sottile ma potente, è ideale per trazione su superfici ruvide e irregolari. Versatile configurazione salita/discesa degli intagli da 5 mm



INFO: 0423.622009 - saucony.it

Svolta su strada

La nuova Cyclone di Topo Athletic è adatta per l'allenamento di tutti i giorni e per affrontare qualsiasi distanza, dalle brevi di recupero ai lunghi chilometraggi

Progettata specificatamente per le corse su strada e con un drop di 5 mm, questa scarpa nasce come evoluzione dell'apprezzata Zephyr, costruita su un'analoga piattaforma, priva però della piastra stabilizzante in pebax. Cyclone presenta un'intersuola in ZipFoam, la speciale miscela ideata da Topo Athletic che, unendo EVA e TPU, rilascia tutto il suo effetto ammortizzante ma con un ottimo ritorno di energia. La tomaia è in mesh ingegnerizzato a strato singolo, dunque maggiormente sottile grazie anche alla trama traforata, che accoglie il piede in una vestibilità traspirante e sicura. Questa sensazione è ampli-

cata dalla tradizionale calzata del marchio, che mantiene il piede stabile all'altezza del tallone e della parte centrale, mentre è libero di muoversi nell'ampia parte anteriore. In assenza di contrafforte esterno, il tallone è supportato da un alto e morbido colletto avvolto in un'unimbottitura extra, restando quindi saldamente aderente. Il plantare antimicrobico Ortholite fornisce, infine, un atterraggio morbido nel ciclo del passo resistendo alla compressione e contrastando la formazione di cattivi odori. La suola con gomma è posizionata strategicamente per integrare i livelli di trazione e di durata dove necessario.

CARATTERISTICHE /



PESO /
225 g uomo (taglia 9)
182 g donna (taglia 7)

INTERSUOLA /
19 mm ZipFoam (tacco)
14 mm ZipFoam (punta)

DROP /
5 mm

SUOLA /
4 mm

PLANTARE /
5 mm Ortholite

ALTEZZA TOTALE /
28 mm x 23 mm



INFO: Option Srl - 0423.621515 - info@optionsrl.it

Reattività a lunga durata

La Meraky 4 di 361° è stata progettata mantenendo i punti di forza della versione precedente e migliorando le tecnologie dell'intersuola. Per un comfort e prestazioni migliori

Questo modello, adatto per le medie-lunghe distanze, è stato progettato per aiutare i runner a migliorare le performance. Il comfort è incrementare le prestazioni grazie alla tomaia in double jacquard performance engineered mesh che offre un'elevata traspirazione e che lavora in perfetta sinergia con la nuova intersuola.

DOUBLE JACQUARD PERFORMANCE ENGINEERED MESH /

MORPHIT LACING SYSTEM /

SOLETTA IN ORTHOLITE /
comfort a lunga durata, eccellente trattamento del sudore e alto livello di traspirazione, grazie all'utilizzo della soletta open-cell Ortholite, realizzata con il 20% di materiale riciclato

PRESSURE FREE TONGUE /
linguetta sagomata anatomicamente in materiali super soft. Elimina ogni pressione e sfregamento sulla caviglia durante la dorso-flessione del piede

COLLARE MORBIDO /
la prevenzione dello slittamento del piede è garantita dal design del collare progettato per assicurare il piede all'interno della scarpa e dalla fodera, che garantisce una sensazione di massima comodità nell'area calcaneare

3D HEEL DESIGN /
conchiglia stampata in 3D HF, dal design moderno, sagomata anatomicamente per stabilizzare il piede in modo ottimale e dare sensazioni di maggior comfort

MAGGIOR VENTILAZIONE /
pannelli laterali con micro fori che aumentano la traspirazione garantendo una diminuzione del calore all'interno della tomaia, anche sulle lunghe distanze

LOGO RIFLETTENTE 3M /
per aumentare la visibilità e sicurezza di chi corre con le Meraky 4 nelle ore serali, i loghi laterali e mediali sono in materiale riflettente

TECNOLOGIE DELL'INTERSUOLA /

QuikFoam: fornisce un'eccezionale combinazione tra ammortizzazione e reattività con un'ottima durabilità grazie all'intersuola con miscela in EVA e rivestimento in PU

Light EVA: offre una corsa morbida e reattiva pur sostenendo il piede durante il movimento dinamico. LT EVA lavora all'unisono con QuikFoam per fornire ulteriore comfort e reattività di lunga durata

QuikSpine: aggiungendo supporto, reattività e ritorno di energia nell'area mediale, QuikSpine è una miscela di stabilità, integrità lineare e sensazione propulsiva fornita attraverso la fibra di vetro

PESO /
299 g uomo
244 g donna

DROP /
9 mm



Donna

INFO: Sprint Commerce - 0171.682784 - info@361sport.it

Tempo di record



ph: datashock.com

Lo scorso 25 giugno la World Athletics ha pubblicato la lista aggiornata delle scarpe, da pista e da strada, approvate in base al regolamento tecnico del 28 luglio 2020. Portando avanti l'obiettivo di scongiurare il "doping tecnologico" e preservare l'integrità dello sport

_ DI CRISTINA TURINI

Lo scorso anno è stato proprio Sebastian Coe, presidente World Athletic ed ex consulente Nike, a voler mettere i primi paletti e regolamentare le "scarpe con il tacco", dopo le polemiche derivate dal record di Kipchoge. Con l'intenzione, non tanto di controllare il mercato del footwear, ma imporre dei limiti ai modelli che portano a vantaggi ingiusti e al cosiddetto "doping tecnologico". D'altronde molti record sono stati abbattuti negli ultimi mesi, soprattutto nell'ambito dell'atletica leggera, grazie alle tecnologie esasperate. È stato calcolato che i super modelli portano a un aumento medio della prestazione del 4/5%, qualcuno parla addirittura del 10%. E in una disciplina come i 100 metri, un vantaggio del genere può essere fondamentale se non addirittura determinante. I record convalidati e ottenuti con scarpe "fuori norma", rimangono comunque tali, e superarli diventa piuttosto difficile.

In molti casi è compito dei giudici di gara accertarsi che gli atleti corrano con modelli "in regola", in altri è l'atleta stesso a dover dichiarare, prima della partenza, la scarpa indossata, in base alla quale i tecnici potranno decidere se convalidare la prestazione o se mandare in esame il modello in questione. Il regolamento vuole che l'atleta indossi scarpe che siano conformi al punto 5.13 del regolamento in termini di spessore massimo della suola (40 mm) e al suo interno sia inserito un solo elemento rigido, o anche più di uno ma non sovrapposto. Per le chiodate è consentita una piastra aggiuntiva ma solo allo scopo di fissare le punte alla suola (e già questo dettaglio potrebbe essere interpretato) e la suola non deve essere più spessa di 25 mm.

Laddove World Athletics abbia motivo di ritenere che un modello o una tecnologia specifica possano non essere conformi alle regole (o al loro spirito), può sottoporli a studio e vietarne l'uso mentre è in esame. E qui veniamo al famoso elenco pubblicato il 25 giugno dove alcune scarpe sono attualmente "sotto controllo". Molte di queste devono ancora essere commercializzate e nel frattempo devono aspettare 12 mesi per essere considerate conformi a tutti gli effetti. In questo arco di tempo i brand lanceranno in ogni caso i nuovi modelli sul mercato, che gli atleti potranno comunque utilizzare come "development shoes" a tutti gli eventi sportivi (sempre con la convalida del tempo a discrezione dei giudici di gara) tranne alle World Athletic series race e ai Giochi Olimpici.

Alla luce di quanto scritto, sembrerebbe che le regole esistenti abbiano una serie di escamotage per assicurare comunque le aziende e gli atleti, ma allo stesso tempo c'è la volontà di contrastare il doping tecnologico, anche se attraverso norme non sempre chiare o comunque interpretabili. Certamente il processo di World Athletic è in continua fase di aggiornamento e di miglioramento, ed è indispensabile per tenere sotto controllo un'inarrestabile evoluzione tecnologica, dalla quale non si torna più indietro. La cosa che più sta a cuore a molti di noi è che l'integrità di questo sport rimanga tale. Al di là di tutte le azioni di marketing messe a punto dai brand più importanti, teniamo a mente il record imbattuto di Florence Griffith sui 100 e i 200 m piani, da oltre 30 anni. Con l'augurio che alle prossime Olimpiadi lo possa infrangere un'atleta e non una scarpa.



CARATTI E POLETTI creative

A perfect fit for both you and Nature

With respect for the world we live in, our mission is to create **innovative thermoplastic composites** and find new accountable solutions **for the footwear industry**.

Supporting the client through every single step of his project, Xenia Footwear Materials Lab combines the knowledge of our technicians together with the client's specifications and guarantees great results achieved through our high-performance thermoplastic composites.



Discover more on xeniamaterials.com/fml

Dominio Salomon alla Olla De Núria

La gara, che ha sostituito Zegama alla prima tappa delle Golden Trail Series, ha visto a podio gli atleti della casa francese sia al maschile che al femminile.

L'evento è stato inoltre l'occasione per presentare la nuova S/LAB CROSS2

— DALLA NOSTRA INVIATA TATIANA BERTERA
— FOTO DI PHILIPP REITER

Il grande atteso era il nostro Davide Magnini, reduce dalla vittoria alla prima prova del campionato italiano di corsa in montagna del 31 maggio, che lo ha visto battergliare con il campione in carica Cesare Maestri. Per Magnini è stato inoltre un modo per riprendere il discorso con le Golden Trail Series, lasciato in sospeso nel 2019, quando aveva vinto sia la tappa al Monte Bianco che quella a Canazei. Qualcuno aveva pronosticato di vedere il trentino ai ferri corti in sfida con il polacco Bart Przedwojewski, vincitore delle Championship nel 2020 alle Azzorre, ma il livello dei partecipanti a dir poco stellare rendeva letteralmente impossibile ogni sorta di previsione.

E così è stato. Al maschile si è imposto il norvegese Stian Angermund (ideatore e sviluppatore, oltre che tester, della nuova S/LAB CROSS2 presentata alla stampa nella giornata di sabato 12 giugno), davanti allo svizzero Rémi Bonnet e all'italiano Magnini. Bonnet, che dapprima dominava la gara, è stato superato da Stian in seguito a una caduta che lo ha obbligato a rallentare (e gli ha fatto guadagnare tre punti di sutura al braccio sinistro appena dopo aver tagliato il traguardo), e non ce ne è stato più per nessuno. Quarta piazza (peccato!) per l'altro italiano in gara, Nadir "mago" Maguet del team La Sportiva, che per molto tempo è stato alle calcagna del connazionale. Tutti gli atleti a podio, ma anche il mago, hanno battuto il record del percorso detenuto da Kilian Jornet, che nel 2009 aveva fermato il cronometro a 2h14'56". Quell'anno, in gara e vincitrice per la categoria femminile, la portacolore del nostro Paese Emanuela Brizio. Grande assente il bergamasco William Boffelli del team Crazy, che ha dovuto rinunciare a causa di un piccolo infortunio già in via di risoluzione.

La Olla De Núria si svolge in Vall de Núria nei Pirenei, nella provincia di Girona, in Catalunya. 21.5 chilometri di svilup-



Davide Magnini

po con oltre 1.900 metri di dislivello positivo, la gara è una skyrace che non tocca (mai) l'asfalto. Oltre il 70% del percorso si snoda al di sopra dei 2.700 metri di quota e affronta creste tecniche ma corribili. Tra le cime toccate dagli atleti: il Puigmal (2.913 metri), il Pic del Segre (2.809 metri), il Pic de Finestrelles (2.827 metri) e il Pic de Noufonts (2.651 metri).

Al femminile la svizzera Maude Mathys ha dominato la gara dall'inizio alla fine. Una corsa in solitaria, la sua, fin dalla prima salita. Per le inseguatrici non c'è stato modo di recuperare terreno. Alle sue spalle, con qualche problema di stomaco in questa occasione ma con una "gamba" da fare invidia, al rientro dalla seconda gravidanza, la svizzera Judith Wyder, altra grande interprete delle GTS e vincitrice a Canazei nel 2019.

PODIO MASCHILE /

- 1 _ STIAN ANGERMUND
(NOR - SALOMON): 02:04:16
- 2 _ RÉMI BONNET
(CHE - SALOMON): 02:05:48
- 3 _ DAVIDE MAGNINI
(ITA - SALOMON): 02:06:05

PODIO FEMMINILE /

- 1 _ MAUDE MATHYS
(CHE - SALOMON): 02:21:52
- 2 _ JUDITH WYDER
(CHE - SALOMON): 02:34:24
- 3 _ OIHANA KORTAZAR
(ESP - SALOMON): 02:35:35



GLI ITALIANI IN GARA

Davide Magnini e Nadir Maguet sono i runner azzurri che prenderanno parte anche alle prossime tappe

A proposito di Davide, in occasione di questa gara abbiamo scoperto che sta collaborando con Salomon per lo sviluppo di una scarpa da trail che porterà la sua firma. Il nome è ancora top secret ma sappiamo che dovrebbero essere sul mercato a partire da gennaio 2022.

"Il bello di gareggiare per un brand importante come Salomon è il fatto di poter anche collaborare nello sviluppo di prodotti, oltre che avere sostegno come atleta. Dare il mio contributo è per me un vero piacere e lo considero un grande onore. Spero

che il prodotto, al cui sviluppo sto ancora lavorando, possa piacere anche agli utenti finali".

Dura e sofferta anche per Nadir Maguet che, post gara, ha commentato:

"Il mio obiettivo era di arrivare nei primi cinque, quindi l'ho raggiunto. Ora sono in attesa delle prossime tappe, perché ovviamente posso dare ancora di più. Soprattutto in quella di Canazei, che so essere nelle mie corde e di poter dire la mia".



Nadir Maguet



Toglietemi tutto, ma non la mia S/LAB CROSS2

Un vero e proprio gioiello, con motivo iridescente sulla tomaia, è stato ideato e sviluppato dal norvegese Stian Angermund. Atleta Salomon e vincitore della prima tappa delle Golden Trail Series, le ha presentate e testate insieme alla stampa

Rivisitazione della già nota S/LAB CROSS, che torna “vestita dalla festa” e più audace che mai. Sviluppata con il campione dell'Olla De Nuria 2021 Stian Angermund, colpisce subito l'occhio grazie alla nuova tomaia nera iridescente, fortemente voluta proprio dallo stesso norvegese che vede in questo motivo quasi surreale le aurore boreali tipiche del nord Europa e della sua terra natale. Indicata per un corridore che vuole spingere al massimo l'acceleratore sia in salita sia discesa, soprattutto su terreni tecnici e impegnativi. Dopo un primo test di gruppo sui sentieri della Val De Nuria, bisogna sottolineare che non si tratta di una calzatura da beginner ma da runner già evoluto, in grado di padroneggiare le discese tecniche. In cambio offre grande grip e stabilità.

CALZATA AVVOLGENTE /
la tecnologia Matryx avvolge il piede per una calzata precisa e una tenuta sicura

GRIP SU TUTTI I TERRENI /
la geometria dei tasselli della suola Contagrip TA garantisce grip nelle condizioni più impegnative, quali fango, rocce bagnate e terreni tecnici



QUICKLACE /
stringa sottile e robusta per un'allacciatura one-pull. Semplifica la calzata e lo sfilamento della scarpa

GHETTA INTEGRATA /
pensata per non fare entrare i detriti nella scarpa e fornire più protezione dagli agenti atmosferici

SALICE

VEDI ITALIANO

Ahmed Ouda

Fabbrica italiana dal 1919



saliceocchiali.it



L'ultra trail riparte da qui

Il popolo della corsa sulle lunghe distanze è tornato a correre alla Lavaredo Ultra Trail. Confermata fino al 2027 la partnership con La Sportiva. Parola al brand e agli organizzatori

_ DI KAREN POZZI

Dopo un anno forzato di stop, a Cortina è tornata la Lavaredo Ultra Trail, giunta alla 14esima edizione, che tutti ricorderanno come quella della ripartenza. Un evento che rappresenta uno dei riferimenti internazionali per il popolo del trail running, tornato a correre sulle Dolomiti patrimonio mondiale dell'Unesco per quattro giornate, da giovedì 24 a domenica 27 giugno. Tappa italiana dello Spartan Trail World Championship 2021, l'evento ha registrato 3.500 partecipanti (su 3.800 iscritti), in rappresentanza di 50 nazioni, distribuiti nella quattro gare Cortina Skyrace, Cortina Trail, La Sportiva Lavaredo Ultra Trail e UltraDolomites, l'ultimo nato tra gli eventi Lut. Di seguito l'intervista a Luca Mich, marketing communication manager de La Sportiva, main sponsor dell'evento.

Com'è stata la LUT 2021 per il brand La Sportiva?

Molto molto positiva. Pensavamo, in un periodo come questo, di vivere un evento meno partecipato e invece i numeri e l'atmosfera hanno superato di gran lunga le aspettative. Una vera e propria festa dell'ultra running con quattro gare in quattro giorni. Un raduno, più che una gara. Il calore del pubblico non è mancato e l'approccio degli atleti è stato davvero emozionale: c'era tanta tensione positiva e abbiamo visto tanti sorrisi al traguardo ma anche alla partenza.

Quali differenze avete riscontrato rispetto alla gara pre-Covid del 2019?

Rispetto al 2019, la prima edizione delle sette che ci legheranno alla Lut come main sponsor, ci sono stati meno atleti internazionali, elemento che contraddistingue da sempre questo evento.

Quanti dei vostri atleti hanno partecipato? Con quali risultati?

Rispetto alle aspettative hanno partecipato meno dei nostri atleti. Mancava per esempio Michele Graglia, i giapponesi e i cinesi hanno dovuto rinunciare per problematiche legate ai viaggi internazionali. Erano invece presenti una trentina di atleti, alcuni dei quali hanno spiccato per il loro risultato. In particolare due donne e due uomini sono rientrati nella top ten della Lavaredo Ultra Trail. Terzo posto per la svedese Kotka Mimmi e nono per l'inglese Grant Sophie. Nono posto assoluto per Roberto Mastrotto e decimo per il greco Zisimopoulos Fotis. Il nostro atleta Andreas Reiterer è stato primo fino all'80esimo km per poi, purtroppo, ritirarsi. Cristian Modena è invece salito sul podio della UltraDolomites al terzo posto. Oltre agli atleti hanno partecipato alle varie gare una decina di persone dell'azienda. Per noi è diventato un modo per fare team building. A chi ha deciso di correre si sommano poi tutti i colleghi presenti per le varie iniziative. Un modo per confrontarsi e vivere un'esperienza insieme al di fuori del lavoro.

Come sono andate le vostre iniziative anche precedenti alla gara?

Abbiamo lanciato il concorso #snapyourtrail circa una settimana prima dell'evento, incentivando i nostri consumatori e affezionati al brand a pubblicare i propri allenamenti in vista dell'evento su Instagram, taggando La Sportiva e utilizzando l'hashtag. Abbiamo ottenuto un ottimo engagement già prima dell'evento, ma a ridosso e durante l'utilizzo è stato davvero consistente. #MyLut rimane l'hashtag per raccontare la propria esperienza all'evento e anche in questi casi



ph: Klaus Dell'orto

abbiamo ottenuto un ottimo riscontro. Inoltre, abbiamo invitato giornalisti e influencer a vivere la LaSpo exprience 2021 portandoli sul tracciato di gara, seguendo la testa della corsa e supportando gli atleti del team. Gli opinion leader hanno raccontato al loro pubblico i retroscena di un'ultramaratona.

La pandemia ha variato la vostra strategia di sponsorizzazione eventi?

La sponsorizzazione degli eventi continua a essere uno degli asset fondamentali. Non abbiamo contratto nessun investimento e nel momento in cui ripartiranno tutti, come sta succedendo, l'azienda c'è.

Per noi infatti è prioritario sostenere tutto il sistema, quello legato alle gare, alle associazioni e al volontariato, che poi ovviamente genera per noi anche business e vendite.

Vedete un trend in crescita nell'ultratrail? Come vi posizionate in questo segmento e con che tipo di prodotto?

Vediamo assolutamente un trend in crescita con più atleti che si cimentano, spesso per gradi, nelle ultra distanze. Stiamo andando sempre

forte in questa direzione. Il prossimo evento sarà Mozart Ultra Trail a Salisburgo. Per la disciplina proponiamo Akasha, Jackal GTX e la Karacal, La famiglia si sta ampliando in questo senso e per la SS 22 abbiamo già pronto il lancio di Akasha 2.0.

La LUT è stata l'occasione per inaugurare il vostro undicesimo monomarca. Perché proprio Cortina?

Era già nei nostri piani nel 2020, ma abbiamo dovuto posticipare. Era parte della strategia entrare forte sull'importante piazza di Cortina e così chiudiamo il cerchio. Abbiamo scelto di inaugurarla in concomitanza dell'evento per "capitalizzarlo" e per sfruttare i numeri che in grado di realizzare. Infatti abbiamo registrato al suo interno già molte presenze dal martedì precedente la gara, con la vendita del merchandising ma anche dei prodotti in generale della SS 21. Ora puntiamo anche al futuro con le Olimpiadi invernali e la partnership con la Lut fino al 2027. Cortina è una delle piazze più importanti del nord Italia per quanto riguarda sport di montagna, escursionismo e arrampicata, e noi dobbiamo esserci. L'approccio strategico è infatti quello di essere presenti nelle climbing e mountain destination principali nel nostro Paese e in Europa.



Luca Mich, marketing communication manager La Sportiva

PARLANO GLI ORGANIZZATORI

Non è stato affatto facile ripartire, facendo fronte a normative e protocolli anti Covid che variano da Paese a Paese e che hanno costretto a un surplus di lavoro rispetto alle edizioni precedenti. Nonostante le difficoltà, siamo ripartiti.

L'auspicio è che già dal 2022 si possa tornare alla normalità piena, con una LUT in linea con la tradizione e con più nazioni presenti: gli iscritti pre-Covid erano infatti provenienti da ben 65 Paesi. Ci mettiamo al lavoro forti del rinnovato supporto di La Sportiva: la presenza del brand è fondamentale e ci fa guardare con ancora maggiore determinazione e fiducia a un evento che ha trovato una collocazione ideale a Cortina, località nella quale lo sport, basti pensare ai recenti mondiali di sci alpino e alle Olimpiadi del 2026, è davvero di casa e motore importante per l'economia turistica.

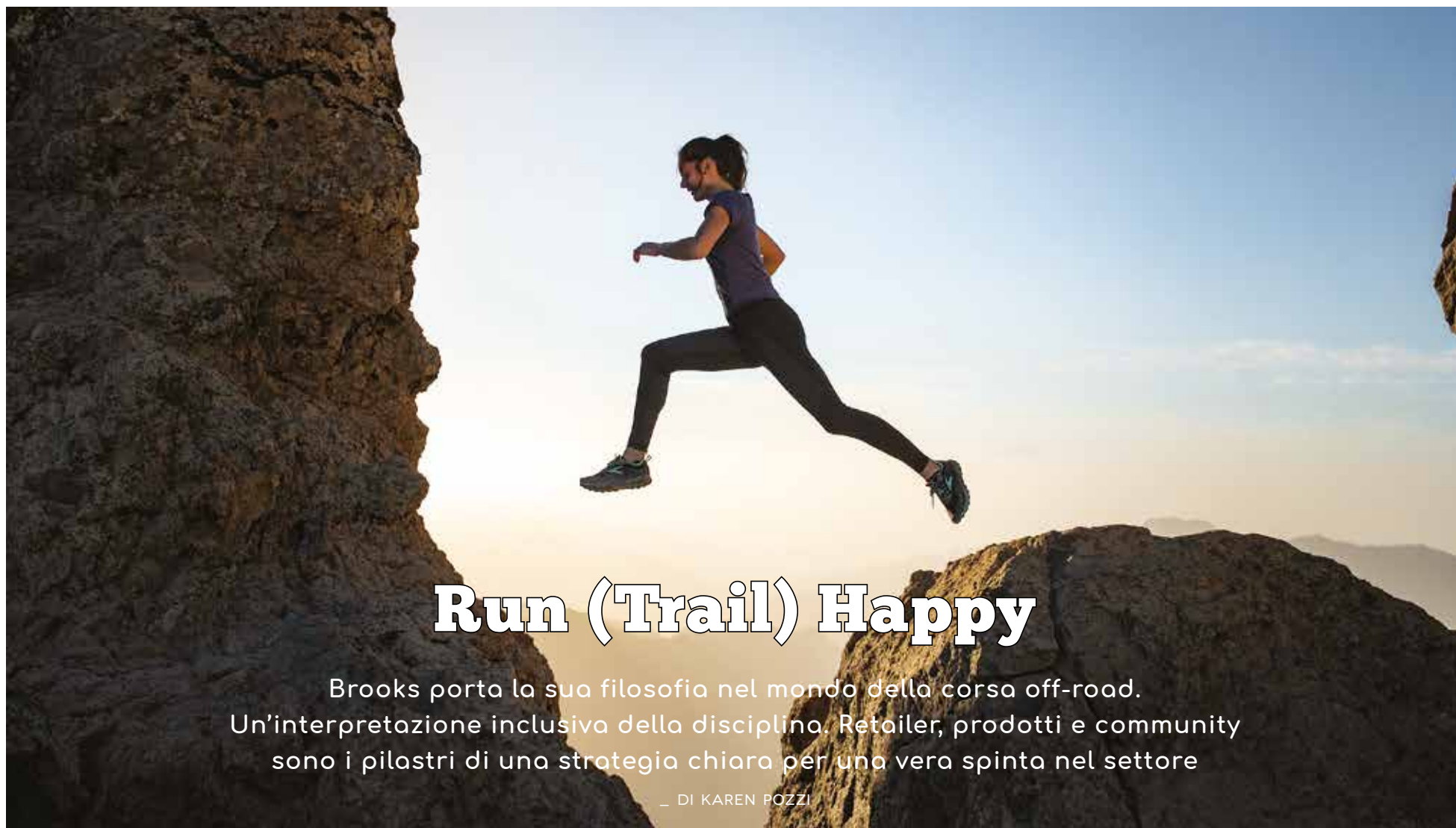
Cristina Murgia e Simone Brogioni, responsabili dell'evento

Run on clouds.

 Swiss Engineering

o
n

SHORTCUT
TO RUNNER'S
HIGH.



Run (Trail) Happy

Brooks porta la sua filosofia nel mondo della corsa off-road. Un'interpretazione inclusiva della disciplina. Retailer, prodotti e community sono i pilastri di una strategia chiara per una vera spinta nel settore

— DI KAREN POZZI

Brooks ha presentato a giornalisti e retailer la sua strategia di posizionamento nel mondo del trail running. E non a caso ha scelto di farlo organizzando un evento collaterale a una delle gare più importanti a livello internazionale, la Lavaredo Ultra Trail, tornata a Cortina dopo un anno di stop forzato.

LO SCENARIO - Attualmente, Brooks è il primo marchio nel mondo della corsa su strada con un market share in USA del 30% e in Italia del 25%. Il premium brand ha investito molto in tecnologia, e anno dopo anno, ha raggiunto degli alti standard sulla base dei quali sviluppa prodotti evidentemente apprezzati dagli appassionati di corsa. A dimostrarlo sono i risultati raggiunti soprattutto nell'ultimo periodo: 1 bilione di dollari di fatturato tra aprile 2020 e maggio 2021 e un +20% nel 2021 (almeno fino a giugno) rispetto all'anno precedente. La crescita sta continuando e ora va anche nella direzione del trail running, in un periodo in cui questa disciplina ha visto una crescita consistente, +70% rispetto al 2020 (fonte: attività caricate su Garmin).

LA FILOSOFIA - Quella di Brooks vuole ispirare e stimolare le persone a essere attive per trovare la versione migliore di loro stesse, perché la corsa può trasformare la loro giornata e la loro vita ma anche il mondo in cui vivono. E lo fa attraverso un approccio molto inclusivo, coinvolgendo qualsiasi tipologia di consumatore, dal neofita all'esperto.

"Questo ci differenzia dai nostri competitor: portiamo avanti la filosofia del correre felici, Run Happy appunto. La corsa per noi è un momento di condivisione e gioia. Diamo il benvenuto a chiunque abbia voglia di iniziare a correre", ha affermato Martina Fogagnolo, marketing manager Italy.



STRATEGIA: TRE ANNI, TRE PAESI E TRE PILASTRI - Un obiettivo molto chiaro: *"Vogliamo che Brooks diventi la prima scelta di chiunque corra indipendentemente da dove lo faccia, su asfalto oppure off-road. Vogliamo diventare nel trail un brand autentico e credibile, sulla base di quell'esperienza maturata nel running"*, ha dichiarato Coke Salvans, direttore Sud Europa. La strategia per i prossimi tre anni coinvolgerà tre Paesi: Italia, Francia e Spagna, realtà diverse ma unite da una forte presenza di montagne e di amanti del trail running.

Una strategia a tre anni, chiara e coerente



I tre pilastri della strategia sono:

- **prodotto:** presentare una gamma completa che soddisfi le esigenze dei vari trail runner, dal top atleta agli appassionati.
- **negozianti:** ottenere credibilità e fiducia da parte dei negozianti sia con prodotti di qualità che con attività in loro supporto.
- **trail community:** attirare la loro attenzione partecipando a eventi chiave, creando engagement digitale e attraverso i team di atleti.

PRODOTTO - A presentare l'intera gamma a Cortina è stato Tobias Gramajo, tech rep manager. Da pochi mesi distribuita sul mercato è Catamount, rivolta ai trail runner attenti a performance e velocità anche su terreni difficili. Da sempre ammiraglia di Brooks nel trail, disponibile nei negozi a partire da agosto, Cascadia 16, perfetta per chi cerca ammortizzazione e protezione. Caldera è la calzatura ideale per chi si misura con gli ultra-trail. Divide è la scarpa per avvicinarsi alla corsa off-road.

RETAIL - *"Siamo un brand premium per i prodotti che realizziamo e vogliamo esserlo anche per la nostra distribuzione. Vogliamo essere nei negozi in cui il nostro prodotto viene meglio rappresentato"*, così Marco Alfieri, retail marketing manager Italia ha introdotto il tema dei rivenditori. Negozianti che non saranno più solo gli specializzati del running, dove verrà integrata



Tobias Gramajo,
tech rep manager



Marco Alfieri, retail
marketing manager Italia

la categoria trail, ma anche quelli outdoor, nelle aree dove si muovono i trail runner come Cortina.

Gli investimenti a supporto della vendita:

- **digital:** campagne social e Google Drive-to-store con informazioni sulla disponibilità del prodotto in negozio, product review e campagne audio su Spotify. Sul sito di Brooks, inoltre, verrà realizzata una landing page dedicata al trail con uno Store Locator. Le varie campagne saranno personalizzate (sfruttando anche i dati di Strava), in base al tipo di prodotto e quindi del consumatore, l'area in cui vive e si allena e il tipo di terreno presente;
- **staff:** training periodici con l'obiettivo di formare il retailer che dovrà impersonificare il brand e saper offrire il prodotto giusto al suo cliente;
- **in store:** contenuti grafici POP per vetrina, banco e parete, giornate di test.



TRAIL COMMUNITY - Per attirare l'attenzione dei trail runner, Brooks si impegna a essere dove loro vivono e corrono. Oltre alla presenza nelle gare di spicco, il marchio organizzerà un tour per il test prodotto e ha firmato una partnership con Livigno, dove organizzerà eventi per tutta l'estate. Per essere ancora più vicino al consumatore finale, rientrano nella strategia in modo importante influencer e atleti al fine di ottenere maggiore visibilità sui social e alle gare.

Il team Brooks Trail Runners

Il primo team élite internazionale di Brooks dedicato al trail running è composto 30 atleti provenienti da Italia, Francia e Spagna. La squadra italiana è composta da otto atleti specializzati nelle diverse distanze: Luca Manfredi Negri e Gabriele Abate negli Ultra Trail; Gianluca Ghiano, giovane promessa dello skyrunning; la campionessa valtellinese Alice Gaggi, Melina Grosjean e Michele Meridio nelle distanze brevi; Alberto Garbujo e Mirko Cocco nelle medio-lunghe distanze.

La squadra Brooks Trail Runners permetterà di accrescere la visibilità di Brooks all'interno delle più importanti gare internazionali, tra cui la Lavaredo Ultra Trail, la UTMB, la Sierre Zinal o i singoli campionati nazionali, e di continuare a produrre i migliori prodotti per il trail grazie al contributo dei singoli atleti e al coinvolgimento della community.



Brooks Trail Runners



PARLA COKE SALVANS, DIRETTORE SUD EUROPA BROOKS

We are back!

Coke, ci spieghi il perché di questa spinta importante nel trail?

Prima di tutto perché è parte della corsa ed essendo un'azienda specializzata nel running non possiamo escludere il trail. In secondo luogo, abbiamo una missione dal momento che Brooks è stata la prima azienda di running che ha investito nel trail con la Cascadia 1 nel 2005. Negli ultimi anni abbiamo portato avanti lo sviluppo dell'ammortizzazione e nei distinti concetti applicati alle scarpe da strada. Ora è il momento di tornare a investire nel trail.

Dal 2005 com'è cambiato il posizionamento di Brooks nel trail?

L'evoluzione è stata principalmente nel prodotto, abbiamo lavorato per sviluppare la categoria e arrivare a disporre di una gamma completa. Ora quello che dobbiamo fare è accelerare le vendite di questa categoria. Stiamo evolvendo non solo nei modelli ma anche nelle tecnologie impiegate.

Com'è l'interpretazione trail di Brooks?

La filosofia è sempre la stessa, lo spirito che noi chiamiamo Run Happy. Questo è quello che ci differenzia dal resto dei brand e che ci premia soprattutto dopo la pandemia, dove abbiamo visto anche in Italia un ingresso consistente di nuovi runner (+35%).

È stata la pandemia a spingervi nel trail o era un'idea già esistente?

Sì, avevamo già pianificato una forte spinta nel trail, quello che ha fatto la pandemia è stato solo ritardare quelli che erano i nostri programmi di un anno. La fase 1 in cui ci troviamo ora, con presentazione del team atleti, ambassador e influencer, era prevista per giugno 2020 sempre alla LUT. La domanda nel mercato Sud Europa, dove c'è una forte cultura trail, era già forte tre anni fa quando il 30% delle nostre vendite erano legate a questo comparto. Tornare a investire in quest'area per noi era una necessità.

Qual è il profilo del vostro consumatore?

Prima di intraprendere questa strada abbiamo analizzato il trail runner e compreso che è molto interessato all'ambiente in cui vive e corre,

ricerca prodotti tecnici e vuole condividere la sua passione con gli altri. Ha in media 40 anni, corre due-tre gare all'anno e, seppur le donne siano in netta crescita, il 70% del mercato è costituito da uomini. Ma il nostro è un approccio inclusivo, quindi il nostro target sono tutti coloro che vogliono correre.



Influencer e atleti, perché sono così fondamentali nella vostra strategia?

Per ottenere credibilità, anche tra i trail runner meno esigenti. A differenza della corsa su strada, nel trail gli atleti sono autentici influencer perché sono molto vicini al loro pubblico, la community è più ristretta, a Cortina puoi incontrare un atleta in un bar e alla starting line, parlare con lui. Quello che mettono, quello che fanno, quello che raggiungono crea molta ispirazione. Per questo abbiamo deciso di avere un team per ogni Paese.

Come si differenzia il posizionamento nei tre Paesi: Francia, Spagna e Italia?

In Francia abbiamo già un ottimo posizionamento nel trail grazie al mercato che risulta più maturo per questo settore. Detto questo, in tutti e tre i Paesi Sud Europa abbiamo un ampio margine di crescita dato da varie opportunità. L'obiettivo è aumentare il market share sfruttando la qualità dei nostri prodotti e la crescente brand awareness. Questi aspetti, uniti a una strategia d'investimento precisa e ben delineata, sono gli strumenti che abbiamo per diventare leader autentici in questo segmento del running.

Andrete in altri Paesi?

Il motore del progetto in Europa è il sud, ma partiranno anche i Paesi di lingua tedesca e UK e applicheranno la stessa strategia.

La distribuzione sarà la stessa del running?

In parte, ma verrà integrata con gli specializzati outdoor soprattutto nelle zone di pratica come possono essere Cortina o Courmayeur e Livigno. In queste zone, in particolare, selezioniamo negozianti non importanti per volumi ma per credibilità. Il contatto con loro è iniziato già un anno fa e abbiamo già buoni feedback e nuovi punti vendita.



Una scommessa vinta

Nonostante le incertezze e i numeri poco incoraggianti, la dodicesima edizione della Formentera to Run e la settimana della Formentera Trail 21.1, entrambe organizzate da Zitoway, sono andate in scena nel migliore dei modi. Premiando tutti, sia runner che organizzatori

— DI CRISTINA TURINI

L'evento, che si è svolto quest'anno dal 30 maggio al 5 giugno, pur con numeri ridotti rispetto alle precedenti edizioni per i motivi ben noti, ha visto una buona partecipazione di atleti, arrivando a fare il tutto esaurito per la Trail 21.1: 150 corridori, il numero massimo consentito dalle regole anti-Covid delle autorità di Formentera. La manifestazione, divenuta dopo ormai dodici anni una classica, si è svolta in cinque tappe sviluppate sulle strade sterrate e sui magnifici sentieri dell'isola.

FORMENTERA TO RUN - La gara si è svolta nell'arco della settimana, con un impegno abbastanza ridotto quanto alle distanze giornaliere, in media tra gli 8 e i 12 km. Unica eccezione la tappa del sabato, che si è corsa sulla distanza di 21.1 km, una mezza maratona alla quale ci si può iscrivere anche come prova unica a sé stante. Per questo itinerario l'impegno richiesto è stato decisamente maggiore, sia per le difficoltà del terreno che per il dislivello complessivo. Ad arricchire il gruppo di concorrenti, anche quest'anno è stata la presenza del campione spagnolo Martin Fiz, alla sua settima presenza consecutiva e quindi ormai grande esperto della manifestazione. Ex-atleta olimpionico, oltre che essere diventato allenatore e preparatore di maratoneti, ha continuato ad allenarsi, vincendo a più riprese numerosi campionati per veterani. Le prime tappe sono servite come sempre a "creare" le gerarchie di gara, con Martin Fiz a guidare la classifica, ma inseguito con determinazione dalla rivelazione della Formentera To Run, la giovane atleta italiana Sara

Carducci che ha davvero sorpreso per la velocità e la grinta anche nelle altre tappe: dalla spiaggia di Migjorn al faro dello splendido Cap de Barbaria, da Cala Saona, affacciata su un mare turchese alle saline di Ses Illetes, racchiuse tra la Spiaggia di Ponente e quella di Levante.

FORMENTERA TRAIL 21.1 - La gara si è svolta sabato 5 giugno. La mezza maratona, tappa clou dell'evento, ha raccolto tantissime adesioni di appassionati italiani e spagnoli, fino a raggiungere, come detto, il numero massimo d'iscritti per questa edizione: 150. La prova, come del resto le altre tappe della Formentera To Run, è stata gestita nel pieno rispetto delle misure di sicurezza anti-Covid predisposte dall'organizzazione: distanziamento in partenza, mascherine per i primi trecento metri dal via, consegna individuale dei pacchetti-ristoro finali e breve ma piacevole cerimonia di premiazione "distanziata". L'itinerario, che si sviluppa dal faro de La Mola per scendere fino al mare e risalire di nuovo al faro attraverso il bellissimo sentiero del Camino Romano, sempre impegnativo con le sue discese e salite ripide e il terreno sconnesso, ha messo decisamente alla prova tutti gli atleti, inclusi quelli di testa. L'esperienza e la classe di Martin Fiz hanno avuto la meglio anche per questa prova, ma la brava Sara Carducci ha comunque ribadito il suo talento con un'ottima seconda posizione assoluta, davanti agli spagnoli José Guerrero e Vicente Ferrer, dietro ai quali si è piazzato il compagno di Sara, Angelo Cornacchia.

CHI È ZITOWAY

Zitoway Sport & Adventure ha inizio **nel 1998**. Da sempre appassionato di avventura, sport e deserto, dopo la sua partecipazione alla 13ª edizione della Marathon des Sables nel 1998, Adriano Zito decide di dare una svolta alla sua vita.

Nel 1999, come direttore di gara degli eventi Zitoway, organizza la 1ª edizione della 100 km del Sahara nel Sahara tunisino. L'amore per la corsa, e la voglia crescente di organizzare diverse gare in ambienti naturalistici, portano a sviluppare altri eventi di "Trail Running Adventures" nei luoghi più spettacolari del pianeta.

In vent'anni Zitoway Sport & Adventure ha organizzato gare di corsa in Africa, nel Mediterraneo, nelle Canarie e Baleari, e in Italia.

zitoway.com

CALENDARIO GARE

100 KM DEL SAHARA - 9-19 OTTOBRE 2021

Una 20ma edizione rinnovata con tre differenti format:

Programma a tappe - 9-15 ottobre 2021

Quattro tappe di circa 25 km, formula questa particolarmente adatta ad atleti veloci e meno inclini alle lunghe distanze e al crescente movimento dei nordic walking.

Programma no stop - 15-19 ottobre 2021

Dopo quasi 10 anni torna la 100km del Sahara No stop. Ultramaratona indicata per gli amanti delle lunghe distanze e delle gare estreme.

Programma Grand Slam - 9-19 ottobre 2021

Grande novità il programma 100+100, si propone con la doppia distanza, sia quella a tappe che la ultra a seguire, con una percorrenza complessiva di 200 km.

FUERTEVENTURA TO RUN - 25/10 - 1/11 2021

Il programma prevede quattro giornate di corsa e di cammino nei luoghi più incantevoli dell'isola, compresa la "Media Marathon Internacional Dunas de Fuerteventura" per un totale di circa 60 km in quattro giorni, o in alternativa la sola partecipazione alla mezza maratona del sabato. Questo programma è l'alternativa invernale della proposta estiva a Formentera.

Per runner: ogni giorno si corre in una location diversa dell'isola, cosa che permette di conoscere meglio Fuerteventura. Tappe di 9, 12, 14, e 21 km.

Per walker: distanze uguali tranne che per la mezza maratona, dove i chilometri diventano nove.

100 KM OF NAMIB DESERT

Nell'Africa australe, si tratta dell'unica gara desertica a 5 stelle, sia per l'ambiente del deserto del Namib, il più bello e antico al mondo, sia per la sistemazione logistica in un fantastico lodge a 5 stelle.

Rimane una prova impegnativa, ma la sistemazione logistica aiuta nei recuperi necessari per affrontare le quattro giornate di gare tutte diverse tra loro.

Per runner: la prima tappa, un prologo serale/notturno di km 15 su sterrato, la seconda una mezza maratona, la terza la maratona completa e infine l'ultima, la grande avventura di 26 km tra le dune più alte al mondo.

Per walker: 15 + 20 + 30 + 11 km.



Una corsa che non tramonta mai

Sono sempre più numerosi i brand che scelgono di mettere al centro dei loro eventi i negozi specializzati. Un esempio è quello di Karhu che con Sun Run, lo scorso 21 giugno, ha celebrato l'arrivo dell'estate in compagnia dei suoi punti vendita e dei runner da tutta Italia

— DI CRISTINA TURINI

Nel solstizio d'estate, soprattutto in Finlandia dove ha origine il brand, la luce del giorno non finisce mai. L'evento è tale da meritare una vera e propria celebrazione, l'obiettivo è mettere la parola "fine" al buio, termine inteso non solo come sostantivo, ma anche come l'epilogo di un periodo difficile. E il modo migliore per diffondere energia positiva, è sempre lo sport. Ecco perché Karhu ha ideato il concept della Sun Run, una corsa virtuale libera, aperta a tutti, per festeggiare l'arrivo dell'estate (e la libertà ritrovata). Durante il fine settimana del solstizio (19-21 giugno) il brand insieme a YMR Track Club ha coinvolto i runner finlandesi e svedesi invitandoli a Rovaniemi (Finlandia). Tre giorni di camp hanno riunito e unito runner di diversa nazionalità che hanno condiviso la passione per la corsa. Karhu e YMR Track Club hanno utilizzato un poster di una gara del 1983 come ispirazione per la Sun Run. Il percorso originale andava dalla Svezia alla Finlandia attraverso il fiume Tornio. In segno di rispetto, il gruppo ha ripercorso il tracciato originale, ma questa volta in direzione opposta, portando i runner a scendere dalla montagna e a dirigersi verso il confine delle due nazioni.

I partecipanti all'evento hanno indossato la nuova collezione Sun Run, una capsule di calzature e abbigliamento nata dalla partnership tra Karhu e YMR. La collezione comprende una felpa, una t-shirt e una canottiera da uomo e da donna, oltre a una linea in edizione limitata, progettata e lavorata a maglia in Svezia utilizzando metodi e filati sostenibili. Questo concept nasce in concomitanza del lancio della nuovissima Ikoni, la scarpa da running di Karhu adatta a tutti i tipi di runner e a coloro che corrono tutti i giorni, ideali anche per gli appassionati di fitness e di fitwalking. Il pack Sun Run si ispira ai colori nazionali di Finlandia e Svezia.

Anche in Italia il brand ha celebrato la giornata più lunga dell'anno e l'arrivo ufficiale dell'estate con una corsa virtuale, la Sun Run-Midnight Running Experience, una 5 km aperta a tutti e con iscrizione gratuita. Per prendere parte all'evento i runner da tutta Italia si sono pre-re-



La collezione Sun Run, una capsule di calzature e abbigliamento nata dalla partnership tra Karhu e YMR, indossata dagli atleti che hanno preso parte al concept Sun Run

gistrati tramite AppNRun, per poi confermare la propria presenza recandosi fisicamente presso uno dei 42 punti vendita selezionati partner di Karhu e ritirando una gym sack dedicata. I negozi hanno così partecipato attivamente all'organizzazione e alla corsa, inoltre alcuni di essi sono intervenuti alla diretta Facebook di Karhu Tv andata in onda alle 18:30 del 21 giugno e condotta da Francesco Pierantozzi. Tra gli ospiti della trasmissione, ci siamo collegati anche noi di Running Magazine dal negozio Verde Pisello di Milano, poco prima di uscire alla volta della 5 km. Tra i negozi intervenuti alla diretta: Affari & Sport di Villasanta (MB), Free Run di Modena, Karhu Pop Up Verona, Genova Running e Il Podio Sport di Cuneo. Il totale dei partecipanti in Italia è stato di 234 persone (ogni punto vendita ha accettato un massimo di 20 iscrizioni). Tra gli iscritti sono stati premiati i primi tre classificati, anche se per una volta la competizione ha lasciato il posto allo sport inteso come momento di unione, di amicizia e di esplorazione. Un appuntamento speciale che Karhu ripeterà presto con il lancio della collezione SS 22.



Per le strade di Zagabria

Correndo nel centro storico dell'accogliente capitale croata.
In compagnia di Nico Valsesia e del figlio Felipe, giovane runner di belle speranze

— TESTO E FOTO DI DINO BONELLI

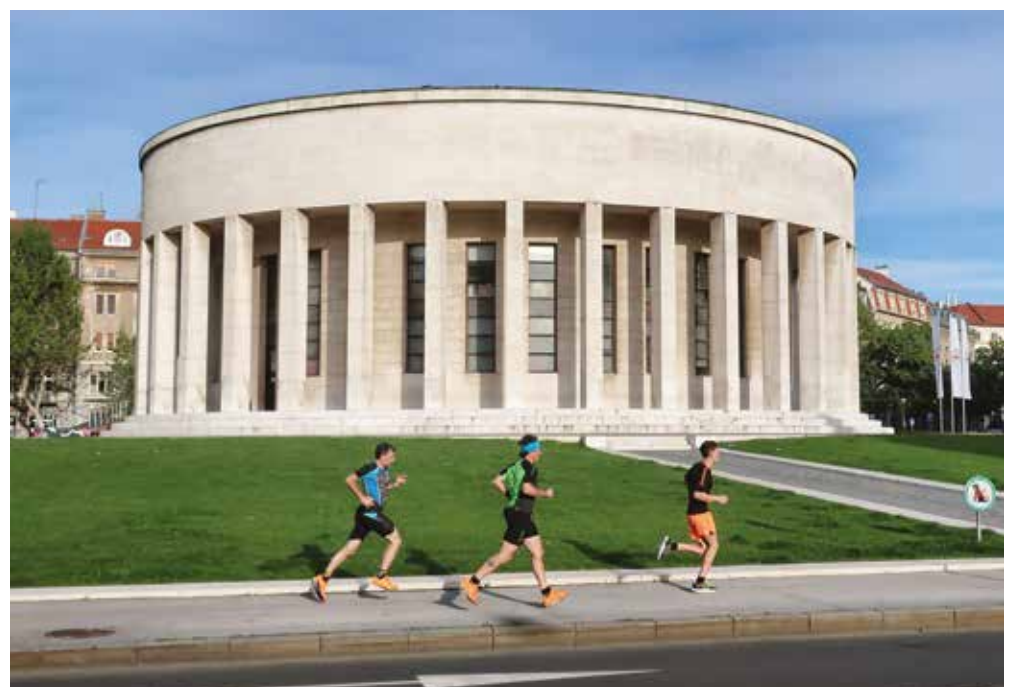
Quello che una volta sembrava un viaggio facile, almeno sulla carta, oggi, in tempo di pandemia, non lo è. Fatti i bagagli e riempita la nostra capiente Subaru Outback 4x4 di tutto il necessario, andiamo a fare i tamponi, sia i rapidi per l'espatrio immediato, che i molecolari, richiesti in alcuni Paesi più remoti. Poi, finalmente, si parte. Destinazione monte Ararat (5.137 metri), in fondo alla Turchia, sul confine con l'Armenia, oltre 4.000 km da fare in quattro giorni.

PRIMA TAPPA: ZAGABRIA

La prima meta del lungo viaggio è Zagabria, piacevole capitale della Croazia. Ero stato da queste parti già un paio di volte e quindi, usufruendo delle passate esperienze turistiche, consiglio agli altri membri della "spedizione" un hotel nel centro. Prima di prendere alloggio, però, facciamo un giretto in macchina a perlustrare proprio quella zona. Un giro che ci porta di fronte alla bella cattedrale neogotica di inizio XII secolo che con le sue due guglie slanciate è l'edificio più alto dell'intera città. Con me ci sono Nico Valsesia, che sull'Ararat proverà un'ascensione rapida partendo in bici dalle coste del Mar Nero e continuando poi di corsa-camminata verso la vetta, il figlio Felipe, giovane runner di belle speranze e il filmmaker Alessandro Beltrame.

SENZA META E CRONOMETRO

La mattina successiva, per sgranchire le gambe prima della seconda lunga tappa d'avvicinamento, rannicchiati in un'auto strapiena di tutto e di più, decidiamo di fare una corsetta per le strade ancora assonnate e deserte del centro. Il clima è quello perfetto, quel fresco che appena ti metti in moto è l'ideale per una corsa senza meta e assolutamente senza cronometro. Un paio di viali asfaltati ci portano nel centro storico dove una grossa rotatoria quadrata abbraccia col suo verde il padiglione Mestrovic, dedicato a uno dei più grandi scultori croati. Una costruzione bianca e circolare, circondata da un porticato di alte colonne squadrate, sede della Croatian Society of Fine Artists, la società croata degli artisti raffinati.



Una tortuosa viuzza lastricata ci immette poi in una piazzetta dove i negoziati e i locali di vario tipo sono ancora chiusi e l'unico rumore che si sente, oltre al ticchettio dei nostri passi, è il fruscio di una fontana che zampilla su uno specchio d'acqua. I due campanili appuntiti della facciata della cattedrale, di cui uno imbrigliato da un'impalcatura di ristrutturazione, in estensione sopra i tetti rossi delle case del centro, ci attirano ancora una volta e, tramite una salitella in pavé, ci riportiamo a ridosso della bella cattedrale visitata la sera prima. Un paio di foto ricordo e poi via verso un rientro più mirato e veloce. Per poter rispettare una tabella di marcia leggermente forzata. In tutti i casi, questo non voleva essere un allenamento ma solo un muovere le gambe e, perché no, un'ulteriore visita a una città che avevo già etichettato come veramente bella e accogliente.

SUL PROSSIMO
NUMERO
andremo a visitare
Belgrado,
la capitale della vicina
Serbia



Nico Valsesia: un atleta dalle “distanze impossibili”

Il racconto della sua lunga e faticosa avventura alla conquista dei 5.137 metri del monte Ararat, nell'estremo est della Turchia

_ TESTO E FOTO DI DINO BONELLI

Nico Valsesia è un ultra runner ma anche un ciclista da distanze impossibili. Ultimamente Nico, anche a causa di un paio di problemini fisici, ha diminuito leggermente la sua dedizione per il running dedicando più tempo al gesto tecnico e meno traumatico del ciclismo. In questi ultimi anni, infatti, dopo aver terminato ben cinque RAAM (la coast to coast ciclistica americana di 4.800 km da fare in tappa unica), ha deciso di unire i due sport in un progetto chiamato "From 0 to..." dove lo zero è il livello del mare e dove al posto dei puntini, ogni volta mette il nome della montagna che intende salire. Ovviamente questo progetto prevede la sola propulsione muscolare, quindi bici per la prima parte e trail running e alpinismo per la seconda. Negli anni passati vi abbiamo già ragguagliato di alcune di queste sue avventure: come la "From 0 to Aconcagua" che dalle coste del Cile lo ha portato ai 6.962 metri della vetta del monte argentino, piuttosto che la "From 0 to Kilimangiaro", dove dalle spiagge della Tanzania ha raggiunto i 5.895 metri del tetto d'Africa.

FROM 0 TO ARARAT

A fine maggio, mentre la pandemia allentava le sue grinfie restituendo a tutti un po' di libertà, Nico ha programmato una nuova ascesa mista e concatenata mettendo in mira i 5.137 metri del monte Ararat, nell'estremo est della Turchia. Arrivato in loco con una Subaru Outback 4x4 direttamente dall'Italia, nel cercare quella che sarebbe poi stata la via d'ascesa al monte e quindi nell'acclimatarsi alla quota, Nico ne ha subito conquistato la vetta, per poi scendere a Hopa, cittadina sul Mar Nero, da dove sarebbe partito con il suo "From 0 to Ararat".



UN'AVVENTURA LUNGA E FATICOSA, CHE LUI SINTETIZZA COSÌ:

"Già prima di partire il cielo era grigio e, guardando verso l'Ararat che non si sarebbe comunque visto in quanto molto lontano, ho provato a darne la direzione a mio figlio Felipe, componente del mini team di tre persone che avevo al seguito. Poi ho inforcato la mia 3T Exploro Race da gravel, con gomme lisce, e son partito per una cavalcata solitaria di 472 km.

Sono state 25 ore e mezza di un misto di piacere e patimento. Ottomila metri di dislivello positivo sempre con vento contrario e, a volte, anche con pioggia battente. Come se non bastasse, nella notte sono stato più volte assalito da branchi di grossi cani randagi a denti digrignati. Più di una volta ho dovuto scattare per seminarli e in salita il cuore mi è andato in gola, peggio di quando, da buon trail runner, facevo le ripetute di corsa in salita. Poi per fortuna, con le prime luci dell'alba, non ho più avuto problemi e anche i tanti temuti check post militari sono passati lisci.

Mi sono cambiato di veste, passando da quella ciclistica a quella da trail running, in uno spiazzo sterrato ai 2.000 metri di quota, sul versante occidentale del monte. Dal cielo, che dopo alcune grosse schiarite mattutine nel pomeriggio era tornato a essere cupo, ha iniziato a scendere prima acqua e poi grandine, quindi lampi e fulmini che ci hanno costretti a un riparo d'emergenza sotto una roccia. Con me c'erano anche Felipe e la guida locale che ci accompagnava nell'ascesa. Correndo spesso in montagna so capire le situazioni meteorologiche e, fin da subito, ho capito che non era il solito temporale passeggero. Al primo intervallo di precipitazione abbiamo raggiunto un campo tendato ai 3.200 metri e lì abbiamo trovato un ricovero di fortuna nella tenda di un alpinista ucraino fermato anch'egli, come tutti gli altri, dalle condizioni meteo proibitive... e abbiamo passato la notte sconsigliati dall'incessante ticchettio della grandine, dal rombo dei fulmini e dal continuo fischio del forte vento.

Di mattina, in una calma apparente degli agenti atmosferici, abbiamo provato a salire ancora, ma al campo di quota 3.800 abbiamo trovato la nostra tenda di supporto logistico stracciata dal vento e ricoperta di grandine. Il vento ha ricominciato a soffiare forte e il cielo a chiudersi nuovamente in quel grigio cupo che non promette nulla di buono. Impossibilitati all'ascesa, non ci è restata altra scelta che tornare indietro. Scelta fatta a malincuore ma con intelligenza, perché il tempo sarebbe peggiorato ulteriormente, e con la montagna non si scherza".



ESTATE 2021

Quali sono le discipline più cool di questa stagione?

Sport insoliti, di nicchia, grandi ritorni o spettacolari new entry: è la panoramica delle attività post pandemia che, al fianco alle discipline più classiche, vede affacciarsi varie alternative. Siano esse all'aperto o indoor, dal punto di vista sportivo, quella del 2021 è l'estate del "famolo strano", dove protagonista è ancora lo smartphone con le molteplici offerte di allenamenti online. Tra queste rientra anche Urban Sports Club, l'applicazione per l'accesso a più di 10.000 centri fitness e attività sportive, che, per l'occasione, ha stilato la lista delle dieci discipline più cool. Ecco dunque capoeira, danza acrobatica, trapezio e discipline circensi, hula hoop dance, triathlon e sport di endurance, bouldering e arrampicata sui massi, boxe, scherma, tiro con l'arco, padel e lighting ball.



MERCATO

Gympass cresce e raddoppia il suo valore anche dopo le riaperture

La piattaforma di corporate wellbeing Gympass ha chiuso un round di finanziamenti pari a 220 milioni di dollari, da parte di Softbank, General Atlantic, Moore Strategic Ventures, Kaszek e Valor, che supporteranno il brand nella mission di rendere il benessere un valore universale. L'impennata del valore della piattaforma riflette quanto il corporate wellbeing stia diventando sempre più importante per le aziende, come dimostrato dai dati di maggio 2021, quando è stato registrato il record di accessi mensili, pari a quattro milioni di dollari. Già a marzo 2020, inoltre, Gympass ha constatato il successo dell'allenamento online: 3,5 milioni sono state le sessioni con partner digitali che, nonostante le riaperture, continuano a mantenere un numero di accessi stabile, a dimostrazione che il futuro del corporate wellness dovrà essere ibrido.



TECHNOLOGY

LessonBOOM è un nuovo modo di prenotare lezioni di varie attività

Arriva sul mercato LessonBOOM, una piattaforma multisport che permette all'utente di prenotare lezioni di varie discipline con un solo click. La particolarità è rappresentata dalla possibilità di costruirsi una seconda delle proprie necessità e desideri, semplicemente inserendo posizione geografica, sport e sottocategoria, giorni e orari di disponibilità. A soddisfare tutte le richieste ci pensano gli specialisti e le strutture, frutto di una ricerca fatta per costruire la rete che sta alla base di LessonBOOM. Si tratta di liberi professionisti e scuole di sport che mettono a disposizione i propri servizi, in una piattaforma in cui la registrazione è totalmente gratuita e senza costi fissi obbligatori. Una start-up innovativa, fondata ufficialmente nel 2019, che si compone di un team di soli under 35, tutti praticanti e appassionati di attività sportiva.



MEDICINA SPORTIVA

IRCCS e Fitbit insieme per il servizio di lifestyle medicine

Una collaborazione positiva e che guarda al monitoraggio della salute quella tra l'Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico Istituto Auxologico Italiano e Fitbit. Un sodalizio che offre la concreta possibilità di controllare il proprio stato di salute attraverso una collaborazione tra medici specialisti e tecnologia indossabile, che ha portato allo sviluppo del servizio di lifestyle medicine. In particolare esso consiste in un percorso che si sviluppa in un arco di tempo di due mesi e proprio grazie a un dispositivo wearable Fitbit fornito in comodato d'uso gratuito, essendo il perfetto alleato per monitorare in modo semplice e intuitivo i principali parametri salutari (esercizio fisico, alimentazione, sonno e stress).



ETICA AZIENDALE

"Impronte" è la Carta dei Valori di Le Coq Sportif

Un progetto pensato dall'azienda francese per delineare la sua Carta dei Valori che ispira e definisce come sportivi e persone i propri ambassador. Un programma che punta sul loro coinvolgimento in un processo di riflessione per individuare le virtù che contano e per lasciare un'impronta positiva e durevole nelle rispettive discipline. Scritto dagli atleti e per gli atleti, il progetto - come dimostra anche il nome scelto, "Impronte" - vuole riportare a coloro che, attraverso l'unicità del proprio percorso, scrivono e lasciano un segno nella storia dello sport e della società. Sono emersi così otto valori che rappresentano quanto già vissuto da ciascuno di loro e che costituiscono anche una guida per le azioni future: inclusione, motivazione, prossimità, rispetto, orgoglio, cura della natura, trasmissione del patrimonio del proprio sport ed emozione.



PADEL

Collaborazione rinnovata tra Joma e World Padel Tour



Grazie al nuovo accordo siglato, l'azienda spagnola continuerà a essere la calzatura ufficiale del circuito di padel più prestigioso al mondo. In occasione dell'ufficializzazione il direttivo del WPT ha anche potuto scoprire in anteprima la grafica esclusiva dei prossimi modelli dedicati. Appositamente studiate per questa disciplina, le calzature sono caratterizzate da una grande ammortizzazione, stabilità e resistenza all'usura. Negli ultimi mesi, inoltre, il brand ha rafforzato la sua posizione nel padel con altre prestigiose collaborazioni, come quella stipulata con la Federazione Internazionale Padel e con il World Padel Tour Challenger, di cui Joma sarà calzatura e apparel ufficiale.

CALCIO

adidas al fianco di Calciosociale per l'inclusione attraverso lo sport

Con la campagna "Impossible is Nothing" adidas si pone (anche) l'obiettivo di includere le persone attraverso lo sport. E così questo intento ha spinto il brand a sancire un sodalizio con Calciosociale, una realtà che pone il calcio al centro del proprio progetto socio-educativo, riscrivendone le regole e implementandone la capacità di generare cambiamento. Operante all'interno del contesto romano di Corviale, negli anni si è contraddistinto come luogo di aggregazione capace di coinvolgere la comunità del quartiere e di sostenere percorsi di crescita personale per i giovani. adidas sarà inoltre partner tecnico della Miracoli Football Club (al via a settembre), la prima scuola calcio maschile e femminile, fondata sui medesimi principi e valori di Calciosociale per promuovere, accanto alla dimensione agonistica dello sport, una dimensione etica ed educativa.



BEACH VOLLEY

Wilson è fornitore ufficiale Fipav per il Campionato Italiano

Wilson è stato scelto dalla Fipav come fornitore ufficiale di palloni per il Campionato Italiano di Beach Volley e Serie Nazionale Beach Volley, che fino al 5 settembre porterà i migliori giocatori lungo i litorali della penisola. Il modello che sta accompagnando l'evento è l'OPTX Avp Game Ball, studiato per garantire miglior controllo, visibilità e sensibilità, grazie a una precisa alternanza dei colori che offre un'elevata percezione della rotazione e dunque consente di intuire la traiettoria. Così, con la combinazione di materiali di primo livello e la grafica Optic Flow, studiata appositamente per queste esigenze, Wilson è riuscito a realizzare un pallone che permette a tutti gli atleti di esprimere al meglio il proprio potenziale.



ph: AlMoorePhoto

LA SALUTE DEL MARE COME TERMOMETRO DI BENESSERE DEL PIANETA

Manuel e Alana, ambassador di Aqualung, sono i protagonisti del DAN Sustainable Tour, il primo tour europeo sostenibile che promuove una responsabilità aziendale e sociale nel mantenere sani gli oceani e tutelare tutti i subacquei

DI SARA CANALI

L'oceano occupa il 70% della superficie totale del nostro pianeta e rappresenta la più grande 'spugna' di CO₂: ogni azione che compiamo sulla terra ferma ha un impatto sul mare", spiega Manuel Bustelo. "La conservazione dei mari è un qualcosa che riguarda tutti, anche chi non ci abita vicino perché dal suo stato di salute dipende il nostro", gli fa eco Alana Alvarez.

Sono loro i due protagonisti del DAN Sustainable Tour, il primo tour europeo sostenibile che promuove non solo uno stile di vita green, ma anche una responsabilità aziendale e sociale nel mantenere sani gli oceani e tutelare tutti i subacquei. Con l'obiettivo di condurre ricerche scientifiche per comprendere meglio la fisiologia dell'immersione e rendere questa attività più sicura e sostenibile, i due sub sono partiti da Roseto degli Abruzzi dove c'è la sede Europa del Divers Alert Network e raggiungeranno 15 Paesi in tutto il continente. Durante le tappe del tour sono previsti incontri con istituzioni importanti, responsabili politici e tutta la comunità subacquea per affrontare tre principali tematiche: l'aumento dei livelli di CO₂, l'inquinamento plastico e chimico e la perdita della biodiversità. Partiti l'8 giugno da Roseto degli Abruzzi (TE) a bordo di un veicolo elettrico fornito dal partner Hunday, Manuel Bustelo e Alana Alvarez, due subacquei di grandissima esperienza, percorreranno insieme un viaggio di 11.500 km totali. Il ritorno al punto di partenza è stimato in cinque/sei mesi di viaggio. Nelle diverse città del continente, i due si fermeranno non solo per incontri e dimostrazioni pubbliche di prodotti e veicoli eco-compatibili, ma anche per analisi delle acque, azioni di pulizia delle spiagge e documentazione dei fondali e dello stato di alcune specie marine. Durante la tappa del Lago di Garda il team DAN Europe promuoverà l'uso di una barca elettrica di supporto alle immersioni dei diving center, mentre a Bruxelles il team DAN Europe incontrerà alcuni membri della Commissione europea.

Cosa vi ha spinto a intraprendere questo viaggio?

La consapevolezza che il mare è un bene che deve essere tutelato, ma non solo. L'idea è quella di raccogliere informazioni e voci dai diversi protagonisti e riuscire a fare un po' di chiarezza sul mondo della sostenibilità. Oggi dire "ecologico" vuol dire tutto e niente. Ci sono talmente tante informazioni che si rischia davvero di perdersi e far confusione. Per questo vogliamo andare in prima persona a vedere cosa davvero sta succedendo e chi sono i protagonisti del cambiamento. Speriamo così di poter dare degli spunti interessanti alle persone che possono trovare gli strumenti per fare delle scelte consapevoli e mostrare come le opzioni siano già lì pronte per l'uso ma abbiano bisogno di essere conosciute.

Come siete diventati ambassador di DAN Europe, ovvero la più grande associazione per la sicurezza subacquea?

A giugno 2020, in fase Covid, vivevamo in Andorra. Nel pensare a cosa fare per poter dare un contributo in un periodo così difficile, ci siamo inventati delle interviste via Instagram. Abbiamo cominciato chiamando quelle persone che ci ispiravano ogni giorno e che stimiamo come "illuminati". Tra questi, anche il fondatore di DAN Europe, Alessandro Maroni che, con un dottorato in medicina, è la grande mente che sta die-

tro l'associazione: ha 75 anni ed energia da vendere. Siamo rimasti così ispirati da lui che la sinergia è arrivata in modo naturale: un mese dopo siamo stati invitati a Roseto degli Abruzzi per passare l'estate alla sede della DAN Europe lavorando su diversi progetti con al centro il tema della sostenibilità.

E come è nata l'idea di un Sustainable Tour?

Semplicemente parlando. La pianificazione ci ha preso tre mesi e quando abbiamo presentato il progetto ci è voluto meno di mezz'ora perché venisse approvato. Durante gli otto mesi successivi abbiamo creato il sito e trovato i meravigliosi sponsor che ci supportano in questa avventura. Toccheremo

15 Paesi a bordo di un veicolo elettrico. Sappiamo che per parlare di sostenibilità non basta guidare una macchina che non sia a combustione fossile, perché a quel punto entrano in gioco altre problematiche: la gestione delle batterie esaurite, la ricarica attraverso fonti di energia rinnovabili, il riciclo dei pannelli solari e così via. Per questo la nostra idea è stata quella di andare a parlare con le aziende oltre che con le istituzioni per scoprire cosa c'è davvero dietro al mondo del green. Volevamo dei partner di lunga durata, vogliamo fare business risolvendo alcune delle problematiche che intaccano l'ambiente e, ovviamente, i mari.

Come documenterete questi incontri?

Attraverso Instagram e il nostro blog. Al momento il 70% dei nostri incontri è già fissato, ma cerchiamo

comunque di avere un po' di flessibilità. Parleremo attraverso immagini visto che Manuel è fotografo e entrambi siamo videomakers. Ovviamente a tutto questo percorso più "politico" affiancheremo anche delle immersioni ed esplorazioni per vedere da vicino le meraviglie del mare che vogliamo salvaguardare.

Quanto sappiamo davvero dell'oceano?

Conosciamo solo il 5-6% dell'oceano. Le esplorazioni marine che vengono fatte spesso sono legate all'estrazione di petrolio, di litio e non davvero alla volontà di scoprire cosa c'è nel mare. Ci sono compagnie che vogliono andare a indagare l'oceano profondo, ma la verità è che non ne sappiamo niente. Se facciamo qualcosa di sbagliato ne risente tutto il pianeta: l'acqua è liquida, si muove e porta disastri in tutto il mondo, per questo è sempre tutto molto rischioso e delicato.

In questo senso, come avete visto cambiare nel tempo le aziende che hanno a che fare con gli oceani?

Io, Manuel, lavoro con Aqualung da circa 11 anni. In questo periodo ho visto una grande presa di coscienza del problema e un cambiamento interessantissimo di ogni singola persona all'interno dell'azienda. Un esempio: siamo andati a trovare Alice Arthaud, la designer di Aqualung che vive in un truck con la sua famiglia alimentato a pannelli solari. Un modo davvero sostenibile e semplice di vivere, dove conta l'essenziale. Questo ci fa capire come ci sia un cambio di mentalità interno all'azienda stessa.



A centro pagina,
Alana Alvarez
e Manuel Bustelo



UNA VELA CHIAMATA DESIDERIO

Molto più di una regata: The Ocean Race vuole essere la piattaforma per chi ambisce a un mondo migliore. Parla il patron Richard Brisius

DI SARA CANALI



Si chiama The Ocean Race Europe ed è un nuovo evento di vela oceanica, che a giugno ha visto alcuni dei migliori equipaggi del mondo regatare su un percorso di oltre 2.000 miglia e tre tappe da Lorient, in Francia, fino a Genova con stop a Cascais, in Portogallo e Alicante in Spagna. Nato come sorella minore della regata che ogni quattro anni porta le categorie VO65 e Imoca a compiere il giro del mondo, questo evento ha animato la città ligure il 18 e 19 giugno, nella sua ultima tappa, anticipando quello che succederà nel 2023 quando proprio Zena ospiterà la regata finale dell'edizione mondiale. Nato nel 1073, fino a tre anni fa era noto come Volvo Ocean Race prima di decidere di cambiare la propria mission. I 12 team partecipanti a The Ocean Race Europe, infatti, si sono uniti all'iniziativa Sports for Climate Action delle Nazioni Unite, raccogliendo dati scientifici sullo stato dei mari, eliminando la plastica monouso, misurando e riducendo le emissioni di gas serra e impegnandosi con i leader mondiali per la lotta alle minacce agli oceani. La stessa The Ocean Race ha aderito al progetto nel 2019 e ha lavorato in stretta collaborazione con i team per aiutarli nel loro percorso di sostenibilità. Parla Richard Brisius, patron della regata.

Com'è nata l'idea di una The Ocean Race europea?

Avevamo un desiderio: volevamo unire l'Europa in un abbraccio. Il Vecchio Continente gioca un ruolo fondamentale nel puzzle che stiamo ordinando per creare un pianeta migliore. The Ocean Race lavora insieme al green deal, ma con una lente blu: nel senso che si occupa del mare.

Come pensate di portare il mare a essere più protagonista?

Lavoriamo su diversi aspetti: il più importante è quello di learning attraverso cui vogliamo insegnare alle persone, soprattutto ai bambini, che senza mare non c'è vita. Proponiamo un programma in 11 lingue per aumentare la conoscenza base dell'argomento. Poi abbiamo un programma scientifico: tutte le barche ospitano a bordo dei piccoli laboratori per prelevare campioni di acqua dove nessun altro arriva. Infine, organizziamo nove summit durante i quali affrontiamo diverse tematiche. Dalla costruzione delle barche, al loro ciclo di vita, fino alla sostenibilità a livello di capi di abbigliamento, fondamentali per i team che stanno in mare diverse settimane di seguito. È necessario che l'abbigliamento sia altamente tecnico, in grado di proteggere come una seconda pelle e lavoriamo a stretto contatto con i nostri sponsor, dunque Helly Hansen, per far sì che questi aspetti siano messi al primo posto.

Da tre anni avete abbracciato questa missione green. Vuol dire che prima non era prioritaria?

L'amore per il mare è alla base della nostra vita. Un velista non ha bisogno di leggi scritte, ama l'oceano e lo tutela da sempre. La sola scelta di non usare il motore è già emblematica di per sé. Trentadue anni fa ho fatto il giro del mondo su una barca con un equipaggio composto da 16 persone: 14 italiani, un francese e io, compagni diventati amici di una vita. Due anni fa abbiamo fatto la reunion dell'equipaggio e ho raccolto le fotografie che avevo scattato sulla Gatorade: ho trovato un ritratto di Franco Catai che in cucina sta dividendo la plastica dagli altri rifiuti. Era assurdo pensarlo 30 anni fa, ma per noi era impensabile buttare qualcosa nel mare.



Richard Brisius,
patron della regata

DEEJAY XMASTERS

Ripartenza dall'anima verde

Una green area, iniziative nel segno del rispetto dell'ambiente e l'appuntamento con il surfer D'amico per il suo Robycleanup. Al centro, sempre lo sport

Compie dieci anni il DEEJAY Xmasters, un compleanno che si fa simbolico e celebra l'anno più difficile e importante di sempre. Quella dal 17 al 25 luglio, dunque, sarà un'edizione all'insegna della ripartenza, ideata rispettando tutti i protocolli di sicurezza necessari, ma con lo stesso identico dna delle passate edizioni, quello di rendere la spiaggia di Senigallia il regno degli action sport e non solo. Quest'anno l'evento si svolgerà all'interno di un'area totalmente circoscritta, mantenendo le caratteristiche di un 'beach-village' entro il quale sarà possibile assistere a discipline come slackline, wakeboard, skateboard e calisthenics, sarà possibile praticare direttamente moltissime attività come sup, kayak, kitesurf, skate, windsurf, vela, skateboard e offroad lungo un tracciato speciale lungo il quale si potranno testare i nuovi modelli JEEP 4xe. Non mancheranno flyboard, acrobatica, fitness, yoga, running, longboard, fighting, rugby e cross training, il tutto nella più totale sicurezza.

GREEN AREA - La decima edizione di DEEJAY Xmasters si focalizza dunque sulla rinascita e la new era, per questo saranno tante le attività, i testimonial, gli ospiti e gli sponsor che supportano la causa di essere eco-friendly. Acqua in brick con il cartoncino brandizzato DEEJAY Xmasters confezionato per il 70% da fonti vegetali. Cartone e tappo sono bio-based e provengono da foreste FSC e dalla canna da zucchero. Non mancherà una Green Area posta al centro del village, nata dalla collaborazione

tra Demetra e Vivai Acciarri. Un ambiente dove ci si potrà rilassare o svolgere workshop che richiedano un luogo raccolto e riservato. I tappetini Free Light a noleggio gratuito per il programma di yoga saranno offerti da ReYoga, brand italiano di prodotti per lo yoga sostenibili, sicuri e di design. Tutto il village avrà una precisa strategia che regola l'utilizzo minimale di plastiche, carta e materiali non riciclabili durante l'evento, abbinato a una puntuale raccolta differenziata verso tutta l'area EXPO, senza dimenticare il coinvolgimento di aziende attente all'ambiente e al territorio attraverso un'attività quotidiana di 'Beach cleaning'.

ROBYCLEANUP - Il campione italiano di surf Roberto D'amico torna a DEEJAY Xmasters per sensibilizzare tutto il villaggio sulla salvaguardia delle spiagge e delle scogliere. Dall'incontro tra la passione per lo sport e l'amore per il mare è nata l'iniziativa Robycleanup. Il surfista si è sempre adoperato per liberare le spiagge dalla plastica e ripulire le scogliere. Grazie al suo sport ha girato il mondo e ovunque andasse è riuscito a lasciare il segno non solo per le molteplici vittorie, ma anche per la sua dedizione, raccogliendo rifiuti dalle spiagge. Per questo evento il campione italiano di surf ha deciso di dedicarsi alla pulizia delle scogliere antistanti al villaggio di DEEJAY Xmasters cui potranno partecipare tutti gli interessati. Sarà necessario munirsi di guanti da lavoro, maschere, boccaglio e scarpette da scoglio poiché si faranno piccole immersioni e l'attività verrà svolta solo in acqua.



Roberto
D'amico



MICAM⁹²
M I L A N O

#Restart
Together

SS 2022

September 19–21, 2021
Fiera Milano RHO, Italy

MICAM GLASS SLIPPER

Tale 2 Chapter 1

Glamorous disaster

#micam #micamtales f i n

Discover this story
on themicam.com

info@themicam.com
tel. +39 02 438291



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation

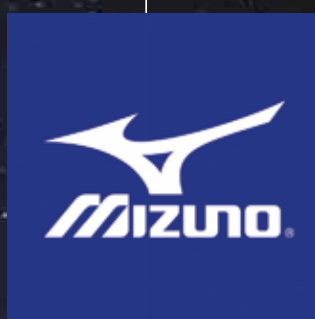


00 0A 0B 0C 0D 0E 0F 0G 0H 0I 0J 0K



WAVE RIDER 25

INNOVAZIONE COSTANTE DAL 1997



AW-21 AW-21 AW-21 AW-21 AW-21



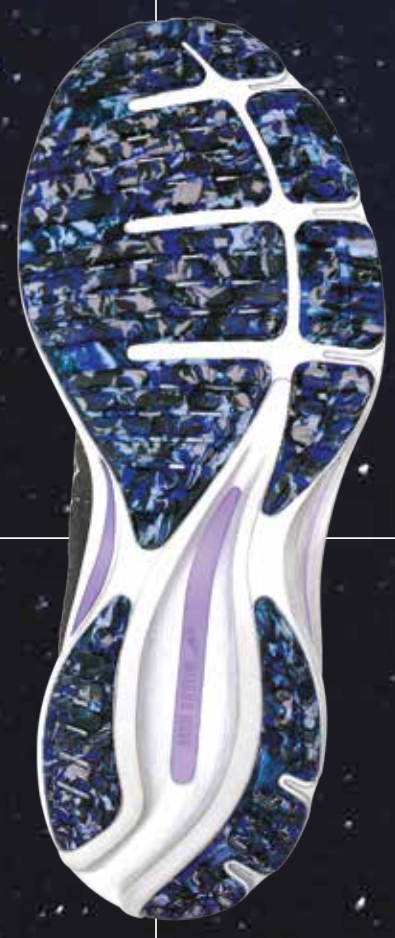
PROPULSIVE



AW-21 AW-21 AW-21 AW-21 AW-21



AW-21 AW-21 AW-21 AW-21 AW-21



THE WORLD
AT YOUR
FEET

AW-21 AW-21 AW-21 AW-21 AW-21

25

WAVE RIDER
25TH EDITION



0K 0I 0H 0G 0F 0E 0D 0C 0B 0A 00

