

Running

ANNO 11 - NUMERO 5 - 2022

MAGAZINE

FIERE
ORBDays 2022:
cresce l'attesa

GREEN
La ricerca
di Brooks

**UCRAINA
RUSSIA**
L'impatto
delle sanzioni
sullo sport system

**DATI &
STATISTICHE**
Il costo sociale
e sanitario
della
sedentarietà

**SCARPA
DEL MESE**
Salomon
Glide Max

**SOTTO
LA LENTE**
Vibram
Maremontana
Running Park

ALTRI SPORT
Padel: un gioco
(anche)
da "ragazze"

PHOTO: SALOMON GLIDE MAX

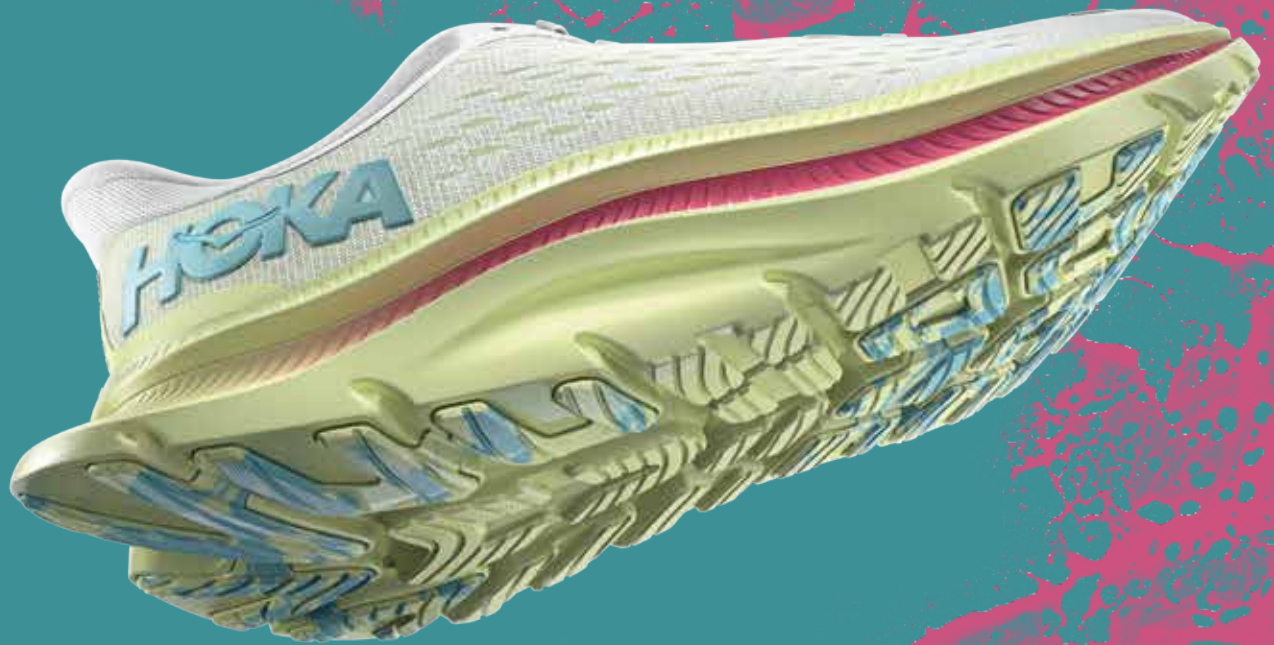






RE-IMMAGINA LA CORSA

KAWANA



HOKA

Esperienziale, connesso, specializzato

Numerosi e interessanti i temi emersi dalle recenti inchieste e approfondimenti realizzati dalla redazione di *Running Magazine*. C'era, peraltro, molta attesa nel tracciare anche un bilancio del primo trimestre, dopo i dati decisamente positivi emersi a consuntivo 2021. Anche perché è proprio marzo 2022 a sancire i due anni esatti dall'inizio della pandemia, con tutte le conseguenze negative e positive che vi abbiamo puntualmente raccontato su queste pagine e sui nostri canali digital. Vediamo ora un breve riassunto aggiornato delle principali tematiche.

Innanzitutto il ruolo del negozio tecnico esce rafforzato da questo biennio: ha sicuramente incrementato il proprio ruolo come luogo dove poter ricevere supporto e consigli da personale esperto e qualificato. Potendo contare su valori aggiunti come contatto umano, conoscenza del cliente e professionalità. Del resto, se ci pensiamo, una consulenza esperta vale più di qualsiasi sconto.

Tra le note dolenti, come ben sappiamo, c'è invece quella dei ritardi di produzione e consegne. La situazione è in continua evoluzione, difficile fare previsioni su quando si tornerà alla normalità. Probabilmente non prima del 2023. C'è chi dice anche oltre. Staremo a vedere. Ma c'è anche chi riesce a trovarci degli aspetti positivi: domanda superiore all'offerta, più attenzione nell'abbassare troppo i prezzi, maggior riconoscimento di qualità e competenza, eliminazione delle rimanenze di magazzino. Dinamiche opposte, insomma, a quelle che spesso si presentavano pre-pandemia. Certo, la verità e l'equilibrio stanno molto probabilmente nel mezzo tra questi due opposti.

In ogni caso tutti questi elementi hanno reso, talvolta per forza di cose, più flessibili e dinamici i vari player del mercato. Che hanno rimodulato lanci, iniziative e campagne a seconda dei prodotti disponibili. Un insegnamento che potrebbe tornare utile anche in una condizione di normalità. Come quella verso la quale pare stia tornando il variegato mondo delle gare, tanto caro e seguito dal popolo dei runner. È innegabile che anche questo contribuirà a sostenere la domanda di prodotti tecnici. Ma non sono solo i modelli più performanti a trarne beneficio. In un contesto di crescita generalizzata, infatti, tutte le tipologie di prodotti crescono in modo abbastanza equilibrato. Perché ad aumentare sono in generale i chilometraggi percorsi.

Di corsa ma anche camminando (si stima che in Europa 12 milioni di persone abbiano iniziato negli ultimi due anni a fare stabilmente attività walking/running all'aria aperta). E qui ribadiamo il forte consolidamento del pubblico dei camminatori. Ai quali sarebbe auspicabile proporre prodotti adeguati, non solo semplicemente "comodi". Ma con caratteristiche peculiari, come approfondiamo nell'articolo di pagina 34. Perché il gesto e le forze applicate per correre o camminare sono assai differenti.

Infine, grande attenzione ovviamente è posta sul tema della multicanalità. Oggi tutti non possono prescindere dall'essere "sul pezzo" sia nel mondo fisico che in quello digitale. Qual è dunque la sfida che tutto il mercato e in particolare il retailer del futuro deve raccogliere? La riassumiamo in tre parole, sulle quali senz'altro ci sarà modo di tornare: quella di essere sempre più esperienziale, connesso e – ça va sans dire – specializzato.

BENEDETTO SIRONI
benedetto.sironi@sport-press.it



Editore Sport Press Srl SB
Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO
Direttore editoriale: BENEDETTO SIRONI

Redazioni: via Tertulliano 68, 20137 Milano
Tel: 02.87245180 - Fax: 02.87245182
Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB)
Email: redazione@runningmag.it
Website: runningmag.it

Anno 11 - N. 5 - 2022 - Periodico mensile - Registrazione
al Trib. di Milano n. 38 del 20 gennaio 2012.
Iscrizione al ROC n. 16155 del 23 novembre 2007

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 l'11 aprile 2022



RIDE 15

Pump up the volume.

saucony



Running

ANNO 11 - NUMERO 5 - 2022

- S O M M A R I O -



FIERE - EVENTI - GARE

12 | ORBDays 2022: cresce l'attesa

36 | La tappa milanese del tour di Saucony

37 | Sunset Running Race 2022

DATI & STATISTICHE

16 | Il costo sociale e sanitario della sedentarietà

INCHIESTA ESCLUSIVA

18 | La Carica dei 101: dopo i negozi, parlano le aziende

GREEN

20 | Correre responsabilmente: la ricerca di Brooks

FOCUS ON

21 | La strategia triennale di Brooks dedicata al trail running

SCARPA DEL MESE

22 | Salomon Glide Max

TOP TEN TRIATHLON

26 | I 10 prodotti del mese

FOCUS PRODOTTO

28 | Mizuno Wave Inspire 18

30 | HOKA ONE ONE Carbon X 3

30 | Suunto 5 Peak

31 | Silva Trail Runner Free

SOTTO LA LENTE

32 | Vibram Maremontana Running Park

INTERVISTE

34 | Giorgio Garelo, consulente tecnico Enda Running

FOCUS SHOP

38 | Run Tech di Padova

ALTRI SPORT BY SPORTBUSINESS

40 | Padel: un gioco (anche) da "ragazze"

41 | Padel Trend Expo di Roma

RUN THE WORLD

42 | Albania



THE SMOOTHEST SUPPORT SHOES **FOR EVERY RUN** (STABLE)

Mizuno
Enerzy

MIZUNO WAVE

WAVE INSPIRE 18



SMOOTH

SUPPORT



MIZUNO



- NEWS -
UCRAINA - RUSSIA



“Crediamo nel potere della democrazia, lo sport di squadra per eccellenza”

Lo scoppio della guerra sta provocando conseguenze in svariati ambiti. Quello dello sport non fa eccezione. Il nostro gruppo editoriale ha intensificato l'attenzione per monitorare gli avvenimenti che impattano sul settore, dandone spazio su tutti i suoi canali. Di seguito una selezione delle notizie più significative

VF CORPORATION SOSPENDE LE ATTIVITÀ COMMERCIALI

A causa dell'escalation della crisi in Ucraina, VF Corporation ha deciso di sospendere temporaneamente le attività commerciali in Russia. VF chiuderà provvisoriamente i punti vendita di proprietà di Vans in tutto il Paese, oltre a stoppare l'elaborazione degli ordini e-commerce di Vans e The North Face sui siti dei loro marchi. Inoltre, per fornire assistenza alla crescente ondata di rifugiati in fuga dall'Ucraina, la Fondazione VF ha donato 250.000 dollari all'UNHCR, l'Agenzia delle Nazioni Unite per i rifugiati. VF Corporation ha poi offerto ai propri soci e dipendenti l'opportunità di aiutare personalmente i rifugiati, istituendo un programma di donazioni fino a un massimo di 100.000 dollari aggiuntivi gestito attraverso l'Ucraina Crisis Fund di GlobalGiving.



DECATHLON CHIUDE MOMENTANEAMENTE I NEGOZI

Decathlon ha reso noto che sospenderà le attività in Russia a causa delle difficoltà a garantire le forniture. Il rivenditore era già stato criticato per la scelta di mantenere aperto durante la guerra che si continua a combattere contro l'Ucraina.

In una dichiarazione, Decathlon ha affermato: *“Nel drammatico contesto dell'Ucraina, stiamo seguendo l'evoluzione degli eventi e in particolare la situazione delle persone direttamente interessate. I nostri sforzi si sono immediatamente concentrati sulla sicurezza e sul sostegno dei nostri 125 colleghi in Ucraina, che hanno anche beneficiato della solidarietà dei colleghi nei Paesi vicini per aiutarli a trovare un alloggio, o addirittura ad accoglierli nelle loro case o per aiutarli nelle pratiche amministrative. Inoltre sono state fatte delle donazioni (attrezzature e prodotti essenziali per un valore di 2,6 milioni di euro) alle ONG locali. Decathlon ha anche istituito un fondo di solidarietà con 1 milione di euro per sostenere le popolazioni colpite”.*



HALF MARATHON FIRENZE: GRATUITA PER I RUNNER DELLE DUE NAZIONALITÀ



“Venite a correre insieme per la pace”. Questo l'appello dell'organizzazione - la UISP (Unione Italiana Sport Per tutti) - che ha invitato i runner russi e ucraini a correre la 38esima edizione dell'Half Marathon Firenze dello scorso 10 aprile. Le iscrizioni per gli atleti delle due nazionalità erano a titolo gratuito. Un gesto di pace e fratellanza per sottolineare i valori che lo sport può mettere in campo anche in questo difficile contesto.

A TREVISO LA PEACE RUN

Sono Gian Luca Sacilotto, Fabio Simionato e Norma Pezzutto gli atleti trevigiani che hanno organizzato lo scorso 13 marzo la Peace Run - Bandiere unite per la pace nel mondo. Non un evento ufficiale, tantomeno una gara, ma un semplice ritrovo tra appassionati della corsa e del movimento fisico all'aria aperta, uniti dal desiderio di portare una testimonianza contro la guerra che sta insanguinando l'Ucraina. L'idea della Peace Run ha raccolto moltissime adesioni tra le società e i gruppi di corsa e cammino di Treviso. *“Bandiere unite - aggiunge Sacilotto - vuol dire anche associazioni sportive unite, la nascita di un unico gruppo”.*



KARPOS DONA 50.000 EURO AI PROFUGHI



Anche Karpos ha deciso di sostenere il popolo ucraino in fuga dalla guerra donando 50.000 euro, soldi destinati in origine al progetto “Help The Mountains”. Come recita il comunicato stampa che pubblichiamo qui di seguito: *“Le guerre, ovunque siano, portano dolore, sofferenza e distruzione. Non importa dove. Il risultato è sempre lo stesso. In Karpos abbiamo deciso di dare una mano concreta ai civili costretti a fuggire dal conflitto, vittime innocenti di quanto sta accadendo attorno a loro. Profughi che non hanno altra possibilità se non quella di lasciare le loro case e la loro vita per venire da noi. Questa guerra, così vicina a noi, ci ha portato a riconsiderare le priorità nella nostra vita, la nostra quotidianità e il nostro modo di lavorare. Per questo abbiamo deciso di destinare la parte ancora non assegnata per il 2022 del programma ‘Help The Mountains’, che supporta il territorio montano, alla raccolta fondi per i profughi ucraini promossa dalla Regione Veneto, con una donazione di 50.000 euro. Le nostre amate montagne, spettatori attoniti della follia umana, sapranno comprendere, pazienti come sono, se questa volta rivolgiamo altrove la nostra attenzione. Noi che quotidianamente ci prodighiamo per lasciare un'impronta, la più leggera possibile sulla nostra amata terra, non abbiamo nulla a che spartire con chi la sta distruggendo. Per questo abbiamo deciso di fare la nostra piccola parte”.*

ACEA RUN ROME THE MARATHON E BANCO ALIMENTARE

Acea Run Rome The Marathon si è subito attivata con diverse iniziative per supportare la popolazione ucraina implementando il sostegno a favore di Banco Alimentare Roma che sta già operando nelle zone colpite. Gli organizzatori hanno programmato un aiuto economico tramite una donazione. I partecipanti sia della maratona che della Stracittadina Fun Race, che si è corsa lo scorso 27 marzo, hanno potuto donare tramite la piattaforma d'iscrizione Endu per sostenere l'attività del Banco, in prima linea nell'assistenza delle persone che fuggono dal conflitto. Infine, i prodotti recuperati post-gara da Banco Alimentare Roma sono stati destinati all'assistenza delle popolazioni in difficoltà.



SCARPA SCEGLIE AMALFI PER IL SUO ATHLET'S MEET



Per il suo Athlet's Meet, SCARPA ha scelto l'assoluta cornice di Amalfi. Una quattro giorni all'insegna del trail running – dal 4 al 7 aprile – insieme a tutto il team di atleti, capeggiato dall'atleta spagnolo Manuel Merillas, vice campione del mondo nella sua categoria nel 2015 e bronzo ai campionati europei di scialpinismo. Un team building scandito da una serie di attività, incontri insieme ad alcuni manager dell'azienda, photo footage e party per festeggiare la stagione da poco iniziata.

DALL'UNIONE DI KILIAN JORNET E CAMPER NASCE NNORMAL



Kilian Jornet ha collaborato con l'azienda di calzature Camper per creare insieme NNormal: un nuovo marchio di abbigliamento sportivo outdoor, progettato e testato tra le coste di Maiorca e i fiordi della Norvegia (il nome deriva appunto da Nor-way + Mal-lorca), che riflette la filosofia condivisa della partnership: autenticità e utilità che ispirano le persone a godere della natura e a rispettarla. Una missione che si esprime attraverso capi senza tempo, funzionali, orientati alle prestazioni e costruiti per durare. Verranno lanciati nella FW22 in Europa e Nord America, sia sul sito web nnormal.com, che in negozi specializzati. Il primo drop sarà limitato e si concentrerà su calzature, abbigliamento e accessori per il trail running e l'escursionismo. Kilian Jornet, il primo ambasciatore del team NNormal, li indosserà durante la stagione delle gare di quest'anno.

SAUCONY SPONSOR UFFICIALE DELLA DOLOMITES SASLONG HALF MARATHON

Sabato 11 giugno nella splendida cornice del massiccio del Sassolungo, emblema di tutta la Val Gardena, si svolgerà la 4ª edizione della Saslong Half Marathon: 21 km di tracciato, metà su sentieri e metà su trail sterrati, ghiaiosi o rocciosi, con un dislivello di 900 metri. Un'altra manifestazione italiana di trail running a cui il marchio statunitense Saucony ha deciso di accostare il proprio nome.

In foto, la nuova Xodus Ultra, progettata per le distanze estreme e realizzata con un differenziale di 6 mm, specificatamente studiato per gli sforzi dei runner più esigenti







UNFOLD & GO

PACK SPEED CAP

Progettato per correre lontano e offrire le massime prestazioni, Pack Speed Cap, ultraleggero e packable, è realizzato con fibre, ottenute dal riciclo della plastica, altamente traspiranti e a rapida asciugatura.

Featuring Andreu Simon,
BUFF® ambassador.

WWW.NOV-ITA.COM

Buff® is a registered trademark property of Original Buff, S.A. (Spain)

361°: VENDITE AUMENTATE DEL 16%

361° ha dichiarato che i suoi profitti sono aumentati del 45% nell'anno terminato il 31 dicembre, mentre i ricavi del 15,7% a circa 5.933,5 milioni di renminbi. L'utile lordo nel 2021 è stato di 2.472,4 milioni di renminbi (2020: 1.941,7 milioni di RMB), con un aumento del 27,3%. Il margine lordo è cresciuto di 3,8 punti percentuali al 41,7%, principalmente a causa di un adeguamento al rialzo del prezzo medio all'ingrosso addebitato ai distributori.



Gli utili attribuibili agli azionisti di capitale sono cresciuti del 45% a circa 601,7 milioni di renminbi. I ricavi delle due categorie di prodotti principali, calzature e abbigliamento, sono aumentati rispettivamente del 21,7% a 2.532,1 milioni di renminbi e del 7,3% a 2.147,0 milioni di renminbi, rappresentando rispettivamente il 42,7% e il 36,2% dei ricavi totali del gruppo.

Durante l'anno in esame l'attività di e-commerce ha registrato un fatturato di 1.227,4 milioni di renminbi dalle vendite del prodotto sull'online, pari a circa il 20,7% del fatturato totale.

ON RUNNING: +53,7% NEL QUARTO TRIMESTRE

Le vendite nette di On sono aumentate del 53,7% nel quarto trimestre (terminato il 31 dicembre) e del 70,4% nell'anno fiscale 2021. Il marchio svizzero prevede un aumento di almeno il 37% per il 2022, grazie alle elevate scorte che stanno soddisfacendo la domanda dei consumatori e grazie anche alla fiduciosa situazione in Vietnam che consentirà al brand di avere tutti i prodotti giusti per crescere ulteriormente nella seconda metà dell'anno.



Martin Hoffmann, co-CEO e CFO di On, ha dichiarato: "Un anno è come una maratona. Le circostanze del quarto trimestre hanno reso le ultime miglia ancora più impegnative. Ma grazie a tutto il nostro team siamo stati in grado di superare le nostre aspettative e di concludere con successo l'anno con numeri da record. I nostri risultati finanziari nel quarto trimestre sono un'ulteriore conferma della forte domanda globale e del nostro impegno a gestire l'azienda con una mentalità a lungo termine, orientata alla crescita e alla redditività. Abbiamo ottenuto una crescita di oltre il 70% delle vendite nette nel 2021, aumentando allo stesso tempo il nostro profitto lordo e il margine EBITDA rettificato. Abbiamo continuato a osservare una forte domanda in tutte le regioni e categorie di prodotto nel Nord America e in Cina, che mostrano tassi di crescita eccezionali".

SUPPLY CHAIN

Gli effetti sul Q4 dello sportswear

Il quarto trimestre del 2021 è stato uno dei rari periodi in cui il tema dell'offerta ha prevalso su quello della domanda. Se analizziamo in particolare i player del mercato running e fitness, le aziende coinvolte hanno navigato a vista tra fabbriche chiuse, congestione portuale e problemi logistici, con una continua pressione prestazionale sulle stime degli analisti, che andrà avanti almeno fino alla metà del 2022



NIKE

In una telefonata del 21 marzo scorso con gli analisti, il CFO Matt Friend ha dichiarato che tutte le fabbriche in Vietnam sono operative e la produzione di calzature e abbigliamento è tornata ai regimi pre-chiusura.

"Quasi tutta la nostra base di fornitori è operativa, senza restrizioni. L'offerta di scorte nelle nostre aree geografiche sta iniziando a migliorare", ha affermato Friend. I tempi di transito, tuttavia, restano elevati. Abbiamo intrapreso numerose azioni per affrontare questo problema".

VF CORPORATION

The North Face ha trainato gli utili del gruppo nel critico terzo trimestre, superando anch'esso le stime degli analisti. VF ha ridotto le sue prospettive di vendita a causa del peggioramento delle prestazioni di Vans. Le scorte sono aumentate del 20% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. A fine gennaio, Matt Puckett, EVP e CFO, ha dichiarato che VF continua a diversificare la propria fornitura e si sta impegnando in anticipo sugli acquisti di materie prime e scorte per ottimizzare la produzione in futuro. Ha anche affermato: "La rete logistica rimane sotto pressione poiché i nostri team continuano ad affrontare congestione portuale e carenza di manodopera. Prevediamo che queste sfide logistiche le affronteremo per la maggior parte, se non per tutto il 2022. Tuttavia, stiamo adottando misure attive per mitigare l'impatto, sfruttando le nostre relazioni per garantire capacità e attrezzature aggiuntive, utilizzando più porti e più vettori e persino noleggiando jet di linea".

ADIDAS

Lo scorso 9 marzo il gruppo tedesco ha dichiarato agli analisti che i ricavi in Nord America sono stati influenzati dalla carenza di forniture. Nel pubblicare i risultati del terzo trimestre lo scorso novembre, Adidas aveva avvertito che le chiusure di fabbriche legate alla pandemia in Vietnam e i colli di bottiglia della supply chain avrebbero avuto un impatto sulla sua crescita complessiva di un miliardo di euro (1,2 miliardi di dollari) nei prossimi due trimestri. Le conseguenze negative sulle vendite dovrebbero ammontare a 400 milioni di euro nel quarto trimestre e a 600 milioni di euro nel primo trimestre.

DECKERS BRANDS

"La sfida più importante che la nostra attività deve affrontare riguarda i tempi di transito prolungati per gli articoli prodotti all'estero che devono raggiungere i nostri magazzini", ha dichiarato il CFO Steve Fasching durante la chiamata agli analisti. "Ciò ha portato a una percentuale molto più alta di scorte classificate come in transito. Alla fine del trimestre di settembre, abbiamo notato che circa il 45% delle scorte era in transito, rispetto a circa il 20% dell'anno precedente nello stesso momento. Al 31 dicembre, non abbiamo riscontrato miglioramenti poiché circa il 50% del nostro inventario è rimasto in transito, rispetto al 25% dell'anno precedente al 31/12. Non ci aspettiamo che questo problema venga risolto a breve termine. Di conseguenza, prevediamo di mantenere elevati livelli di inventario alla fine dell'anno fiscale 2022 e nell'anno fiscale 2023. Continueremo a utilizzare il trasporto aereo laddove strategicamente necessario per importare prodotti e superare la congestione portuale per mantenere la quota".

WOLVERINE WORLDWIDE

Il gruppo ha perso, con Merrel, 50 milioni di dollari di vendite nel quarto trimestre a causa delle ricadute della chiusura degli stabilimenti in Vietnam e prevede che le sfide della catena di approvvigionamento continueranno a limitare la crescita sia del brand che di Saucony nella prima parte del 2022. Tuttavia, le azioni intraprese per migliorare la capacità di fornitura dovrebbero guidare una crescita complessiva dal 15% al 18% nel 2022. Per rafforzare la catena di approvvigionamento Wolverine si è assicurata il 40% in più di capacità di produzione e si è impegnata a produrre in anticipo sull'inventario principale. Gli ordini di produzione effettuati e confermati per il 2022 sono aumentati di oltre il 75% rispetto allo scorso anno.

INTEGRAZIONE

ENERVIT SUPPORTERÀ
DUE IMPORTANTI EVENTI

Per Enervit questo è un momento di grandi partnership. L'azienda è diventata infatti il nuovo sport nutrition partner di MEHT - Monte Rosa Est Himalayan Trail (30 e 31 luglio) e UTLM - Ultra Trail Lago Maggiore (2 e 3 ottobre).



ECOMARATONA DEL CHIANTI CLASSICO
ED ETHICSPOORT ANCORA INSIEME

Anche per l'edizione di quest'anno, in calendario dal 14 al 16 ottobre, l'Ecomaratona del Chianti Classico correrà al fianco di EthicSport. Lo scorso anno il team di ambassador EthicSport capitanato da Giorgio Calcaterra, poi vincitore della EcoMaratona del Chianti Classico 42 km, ha partecipato ai diversi eventi competitivi della manifestazione. Una "legione" speciale che durante la preparazione alla gara ha testimoniato l'importanza di abbinare all'allenamento la corretta nutrizione sportiva.



LUANVI RINNOVA
CON FISPES
FINO AL 2024



Luanvi rinnova la partnership con la Federazione Italiana Sport Paralimpici e Sperimentali fino a dicembre 2024. Il marchio spagnolo, distribuito in esclusiva in Italia da RV Distribution, ha iniziato questa sinergia nel 2021 supportando le Nazionali Calcio Amputati, Rugby in carrozzina e Calcio a 7 cerebrolesi. Il rinnovo della collaborazione nata dalla stima reciproca delle due realtà, comprende oggi anche la Nazionale di Atletica Paralimpica.

VENICEMARATHON:
UYN NUOVO TITLE
& TECHNICAL SPONSOR



Una partnership che prosegue dal 2018, ma che ora si arricchisce ulteriormente: UYN - Unleash Your Nature diventa title & technical sponsor della Venicemarathon. Le aziende e i brand che hanno confermato la loro partecipazione sono numerose, su tutte HOKA, che per il terzo anno consecutivo sarà la scarpa ufficiale dell'evento, oltre a Pro Action e Alì, azienda veneta di distribuzione.

THE FEEL GOOD MICROFIBRE
Dryarn
BY AQUAFIL

Le maglie Macron realizzate con filato **Dryarn**® offrono massima traspirabilità e isolamento termico, adattandosi a tutte le stagioni. La leggerezza del filato e l'assenza di cuciture donano comfort e libertà di movimento unici, rendendole il capo ideale per l'atleta.

Macron e Dryarn® sono alleati perfetti per le tue performance sportive.

macron
RUN & TRAIN

macron.com



ORBDays 2022: cresce l'attesa per l'ottava edizione

Anche quest'anno, sarà la splendida scenografia dell'Alto Garda Trentino a ospitare, il 10 e 11 luglio 2022, gli Outdoor & Running Business Days

— A CURA DELLA REDAZIONE

Giunti alla loro ottava edizione, gli ORBDays, organizzati da Sport Press Srl SB, sono diventati negli anni l'evento trade di riferimento del mercato italiano dedicato ad aziende, negozi, agenti e addetti ai lavori.

Per i brand gli ORBDays sono un'occasione per consolidare e fidelizzare il rapporto con i propri negozi, ma anche per inserirne di nuovi all'interno della propria rete distributiva. Per i negozi sono invece un'importante opportunità per conoscere e testare le novità della prossima stagione e incontrare direttamente i rappresentanti delle aziende. Quest'anno Sport Press punterà a superare i già ottimi numeri registrati la scorsa edizione, che aveva visto la partecipazione di oltre 100 brand e 700 retailer in rappresentanza di 300 punti vendita. Con una consolidata formula nella quale si alterneranno presentazioni, test prodotto su nuovi percorsi e aree dedicate, anteprime esclusive, momenti di networking e formazione gratuita su tematiche strategiche. Con la possibilità di effettuare ordini presso il proprio stand o in appositi showroom.

LOCATION E NUOVA BUSINESS LOUNGE

Confermato anche per quest'anno il polo fieristico di Riva del Garda (TN), uno spazio polifunzionale di oltre 49.000 m² di superficie espositiva. Collocato a soli tre minuti dal centro cittadino, è facilmente raggiungibile dall'uscita autostradale e gode inoltre di un ampio parcheggio con 1.400 posti (gratuito per espositori e visitatori). L'area espositiva dedicata occuperà i due padiglioni B2 e C2. La sala workshop sarà allestita separatamente, all'interno del contiguo padiglione B2. Oltre a queste aree, sono previste anche sallette showroom private, adiacenti agli stand, dove poter effettuare

ordini e ospitare i clienti in un ambiente più riservato. Novità 2022: la nuova Business Lounge.

HOSPITALITY E SERVIZIO BOOKING

Tutti i negozi sono invitati con ospitalità alberghiera e altre speciali agevolazioni offerte dall'organizzazione. Mentre per la sera di domenica 10 luglio è confermata l'attesa cena open air con party aperto a tutti i partecipanti nel magico scenario fronte Lago della Spiaggia degli Olivi.

APERTURA AI BUYER INTERNAZIONALI & PARTNERSHIP IOG

Grazie al supporto di Assosport, IOG e ICE, agli ORBDays verranno invitati per la prima volta anche alcuni selezionati buyer esteri dai principali paesi europei e non solo. Confermata anche la partnership strategica con l'Italian Outdoor Group, che presenzierà con molti dei suoi associati. I quali usufruiranno di importanti agevolazioni e potranno contare sull'utilizzo della Piazza IOG posta al centro di uno dei padiglioni, nella quale organizzare meeting e presentazioni.

UN EVENTO RESPONSABILE

L'ottava edizione degli Outdoor & Running Business Days, anche quest'anno sarà carbon neutral, ossia tutte le emissioni prodotte dallo svolgimento dell'evento saranno compensate. In generale ci sarà grande attenzione al tema sia durante lo svolgimento dell'evento che a livello di tematiche affrontate nel programma dei workshop, che si confermano alcuni dei momenti più seguiti e apprezzati della manifestazione.



Al QR Code il video della scorsa edizione



PER MAGGIORI INFORMAZIONI

CONTATTA

Giovanni Ferrari - 02.87245180 - info@outdoorbusinessdays.com
Simona Liberati - 349.2593536 - segreteria@outdoorbusinessdays.com

SEI UN NEGOZIANTE E VUOI ISCRIVERTI AGLI ORBDAYS?
INQUADRA IL QR CODE E COMPILA IL FORM PER PARTECIPARE

SEI UN'AZIENDA E VUOI PARTECIPARE?

Massimo Pileri - 338.9050170 - sales@sport-press.it
Mario Giaquinta - 393.0889911 - marketing@sport-press.it



Inquadra il QR Code per iscriverti all'edizione 2022

Sport Press aderisce al Global Compact delle Nazioni Unite

Sport Press Srl SB, dopo essere diventata Società Benefit nel 2020, prosegue con il proprio impegno responsabile annunciando l'adesione al Global Compact delle Nazioni Unite. L'UN Global Compact (UNGC) incoraggia le imprese di tutto il mondo a creare un quadro economico, sociale e ambientale atto a promuovere un'economia mondiale sana e sostenibile che garantisca a tutti l'opportunità di dividerne i benefici. Alle aziende e alle organizzazioni che vi aderiscono viene richiesto di condividere, sostenere e applicare nella propria sfera di influenza un insieme di principi fondamentali relativi a diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione. Il ruolo del network italiano, in particolare, è quello di contribuire allo sviluppo sul territorio di UNGC, supportare le imprese italiane nell'integrare i "Dieci Principi" all'interno della propria strategia aziendale e contribuire al raggiungimento degli "Obiettivi di Sviluppo Sostenibile" previsti dall'Agenda 2030.

I DIECI PRINCIPI



Diritti umani

Alle imprese è richiesto di:

1. promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza
2. assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani



Lavoro

Alle imprese è richiesto di:

3. sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva
4. eliminare tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio
5. abolire il lavoro minorile
6. eliminare ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione



Ambiente

Alle imprese è richiesto di:

7. sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali
8. intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale
9. incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente



Lotta alla corruzione

10. le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti



La **pressione** che fa bene allo **sport**.

ARYA

Dispositivo Made in Italy per compressione sequenziale, ideale per il recupero muscolare e per favorire la corretta circolazione sanguigna e linfatica degli arti inferiori.



Solo nei
punti vendita
specializzati

info@orange.it

WEPERE



VIENI A FARE IL TUO TEST

RIVA DEL GARDA - TN

10 - 11 LUGLIO 2022



per favorire il **WELLNESS**.

La cultura del benessere psicofisico è uno dei nostri valori fondanti: aiutiamo le persone a mantenersi in forma e sentirsi bene. Le nostre apparecchiature sono facili da utilizzare ed offrono prestazioni di alto livello. Tonificano, rassodano, rilassano e sono un valido alleato anche per trattamenti estetici.

per la **PERFORMANCE** sportiva.

Pensiamo agli sportivi più esigenti che ricercano la prestazione massima dal proprio allenamento. Grazie a strumenti semplici e intuitivi, forza e massa muscolare vengono potenziate, per incrementare in tempi brevi le performance con un lavoro focalizzato.

Un programma personalizzato e integrato nel piano di lavoro settimanale, è fondamentale per raggiungere risultati sempre maggiori.

per accelerare il **RECOVERY**.

Crediamo nel valore del recupero muscolare per preparare e migliorare le prestazioni. "Il corretto recupero è fondamentale non solo post gara, ma anche dopo gli allenamenti per prevenire gli infortuni e sostenere il maggior volume possibile di carico settimanale." (Daniel Fontana).

Con i nostri dispositivi è facile recuperare anche dopo un infortunio per tornare velocemente in forma a fare ciò che ami.

Per ricevere informazioni iscriviti sul nostro sito wepere.com o scrivi a welcome@wepere.com



Ucraina-Russia: l'impatto delle sanzioni sullo sport system

Assosport ha organizzato un webinar per fare il punto sulla situazione attuale che sta colpendo diverse realtà italiane, analizzando le normative adottate dall'UE e le restrizioni per le nostre aziende

— DI DAVIDE L. BERTAGNA



Che impatto stanno avendo le sanzioni nei confronti della Russia sulle realtà dello sport system? Ormai sono passate diverse settimane dall'inizio del conflitto armato che ha colpito e sorpreso il mondo intero. La diplomazia arranca e si sta facendo fatica a trovare un negoziato tra le parti. Gran parte degli Stati ha risposto all'offensiva russa con pacchetti di sanzioni nei confronti del mercato sovietico per cercare di indebolire l'economia di Mosca, provando a mettere fine a una guerra che forse nessuno ha compreso fino in fondo.

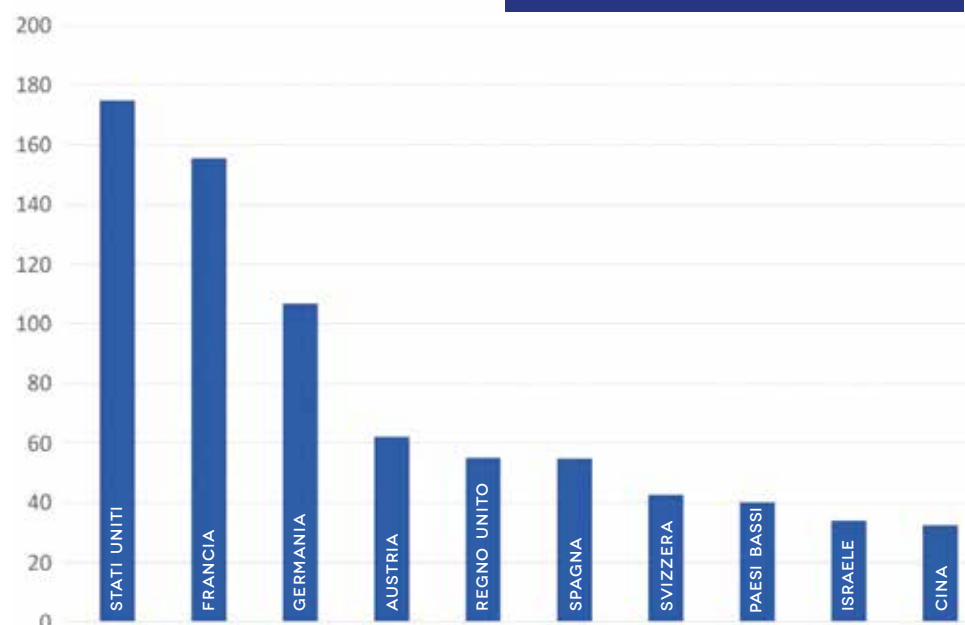
A seguito dell'approvazione del pacchetto di sanzioni, è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale dell'UE il Regolamento 2022/428, che prevede, tra le diverse restrizioni, il divieto di esportazione verso la Russia di determinati beni di lusso, tra cui figurano anche "Articoli e attrezzature per sport ricreativi, tra cui sci, golf, immersione e sport acquatici". Alla luce di un complesso quadro sanzionatorio che sicuramente sta colpendo anche alcune aziende italiane, Assosport ha organizzato un webinar per fare il punto sulla situazione a cui sono intervenuti come relatori Zeno Poggi, founding partner di ZPC, Roberto Corciulo, presidente di IC&Partners e Alfredo Gozzi, direttore di Confindustria Russia. Qui di seguito un estratto di quanto emerso durante l'incontro dello scorso 24 marzo.

UN MERCATO IMPORTANTE, MA NON FONDAMENTALE

Un elemento importante da far comprendere alle aziende è che la Russia, di fatto, non rappresenta uno dei principali mercati per l'Italia. A livello geografico è una piazza di affari sicuramente vicina ed è considerato un commercio ad alta spesa.

La Russia però non è tra i maggiori Paesi di destinazione degli articoli sportivi italiani. Dati alla mano, nel panorama dell'export del Bel Paese 2021 lo stato sovietico è solo al quattordicesimo posto con il 7,7 dei 516 miliardi di beni venduti all'estero.

Milioni di €



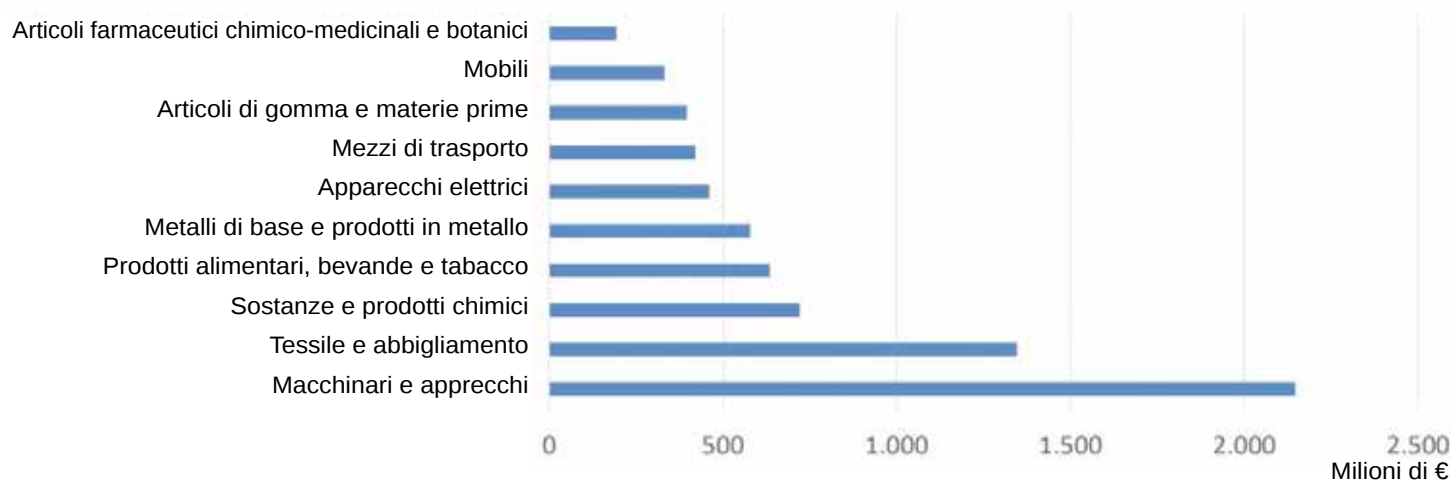
PAESI DI DESTINAZIONE
EXPORT DI
ARTICOLI SPORTIVI

Elaborazione IC&Partners su dati ISTAT

Export Italia 2021	Import Italia 2021	Interscambio 2021
7,7 mld di €	14,0 mld di €	21,7 mld di €

INTERSCAMBIO
COMMERCIALE
ITALIA - RUSSIA

Principali categorie prodotti export Italia verso Russia 2021



Elaborazione IC&Partners

I RISCHI PER LE AZIENDE

Al momento, oltre alla Russia, esistono altri 40 Paesi che subiscono programmi sanzionatori. Queste misure di embargo, infatti, sono uno strumento di pressione politica innegabilmente efficace. Che saranno, di conseguenza, un'eventualità sempre più ricorrente negli affari e nel commercio internazionale. Le imprese italiane ed europee devono prepararsi a convivere con sistemi restrittivi più complessi e articolati. Le nuove sfide per i marchi italiani sono quelle di conoscere le sanzioni, comprendere i meccanismi giuridici della "compliance", analizzare, prevenire e gestire i rischi dei Paesi sottoposti a embargo.

Ogni impresa detiene precise responsabilità in merito al controllo delle nazioni di destinazione finale dei prodotti, dei clienti coinvolti, dei beni venduti, esportati e riesportati. La sicurezza passa attraverso una corretta gestione dell'export in ogni sua fase e, in particolar modo, in quella preliminare. È necessaria dunque una costante attività di verifica organizzata internamente all'azienda.

LE RESTRIZIONI ATTUALI

Le misure restrittive pubblicate nelle ultime settimane dall'UE hanno solo modificato delle direttive che erano già in vigore dal 2014. Il regolamento al momento che interessa più da vicino le aziende sportive italiane è il 428 datato 15 marzo. L'elemento più importante è l'inserimento in quest'ultima normativa, tra i prodotti sottoposti a restrizione, anche dei beni di lusso, con valore superiore a 300 euro per articolo. Tra questi rientrano anche prodotti legati al settore degli articoli sportivi come:

- pelletteria, selleria, articoli da viaggio, borsette e articoli simili di alta qualità;
- cappotti, giacche o altri indumenti, accessori di abbigliamento e calzature;
- articoli e attrezzature per sport ricreativi, tra cui sci, golf, immersione e sport acquatici.

Vedremo le prossime evoluzioni. In un momento difficile come quello attuale tanti sono gli attori che vengono influenzati e colpiti da queste dinamiche. La guerra oggi è anche, e soprattutto, economica. Ecco che in questa fase la sfida per le aziende è quella di comprendere come il mercato possa cambiare di settimana in settimana, evitando di cadere in errore esportando articoli che hanno restrizioni o facendo business con soggetti "listati".

Per maggiori informazioni su questo webinar, gli uffici di Assosport sono a completa disposizione (assosport@assosport.it)



**PAESI PIÙ
ESPOSTI VERSO
LA RUSSIA**

Elaborazione IC&Partners - Fonte ISPI

**It's MORE
than just a run.**

It's an attitude.

follow us

#CMPitsMore
www.cmpsport.com

in partnership with

**MONTEROSA
SKI**

Il costo sociale e sanitario della sedentarietà

La ricerca realizzata da Svimez e Uisp, con il sostegno di Sport e Salute

_ DI MANUELA BARBIERI

“ INVESTIRE NELLO SPORT SIGNIFICA
INVESTIRE NELLA NOSTRA COMUNITÀ ”

Lo scorso 23 marzo a Roma, presso la sala conferenze dello Stadio Olimpico, è stata presentata la ricerca “Il costo sociale e sanitario della sedentarietà” realizzata da Svimez e Uisp, con il sostegno di Sport e Salute. Presenti Vito Cozzoli, presidente di Sport e Salute, Tiziano Pesce, presidente nazionale Uisp, Luca Bianchi, direttore di Svimez e il sottosegretario al Ministero della Salute Andrea Costa. La ricerca ha indagato le abitudini sportive degli italiani approfondendo i gap che riguardano l'attitudine alla pratica sportiva tra il Mezzogiorno e il resto del Paese. Pratica che risulta essere non omogenea nelle diverse regioni italiane, sia per le disuguaglianze socioculturali, che per una differente disponibilità di impianti e strutture organizzate. Attraverso l'impiego di tecniche statistiche ed econometriche, la ricerca si è inoltre posta anche l'obiettivo di stimare l'impatto economico del fenomeno della sedentarietà sul sistema sanitario nazionale.

I DIVARI TERRITORIALI - Le differenze tra Nord e Sud Italia frenano la diffusione della pratica fisica e sportiva, con conseguenze negative per la salute, la spesa pubblica e lo stile di vita della popolazione, con particolare riferimento ai minori. Nel Centro Nord il 42% della popolazione adulta pratica sport regolarmente e il 26,8% saltuariamente. Nel Mezzogiorno le percentuali si invertono: la maggioranza lo pratica saltuariamente (33,2%), mentre la minoranza abitualmente (27,2%). Quasi la metà dei meridionali non pratica alcuno sport, contro il 30% nel Centro Nord. Per di più appena il 20% delle persone nel Sud lo fa in modo continuativo. Le conseguenze di questo stato di cose sono evidenti: il 12,08% degli adulti meridionali è obeso rispetto a circa il 10% del Centro Nord. Nel meridione, quasi un minore su tre nella fascia tra i 6 e i 17 anni è in sovrappeso, rispetto a un ragazzo su cinque nel Centro Nord. Le maggiori differenze emergono però nel campione degli under 16, dove nel meridione appare un considerevole divario nella pratica sportiva agonistica che è pari all'8,6% sul totale degli intervistati, tre volte inferiore rispetto al Centro Nord (24,8%). Inoltre, il tasso di bambini e ragazzi sedentari al Sud è pari quasi al 22% rispetto al 15% registrato nel Centro Nord. Infine, la pratica sportiva nei minorenni appare al Sud e nelle Isole molto più saltuaria (24,2%), se non assente.

I PICCHI DI SEDENTARIETÀ - Il Mezzogiorno si presenta speculare al Centro Nord: nelle regioni del Sud si registrano infatti i picchi più bassi di attività sportiva continuativa e quelli più alti di sedentarietà. I sedentari si concentrano prevalentemente in Sicilia (55,22%) e Molise (53,04%), ma anche in Basilicata, Calabria e Campania si registrano quote di inattivi superiori alla metà della popolazione (poco al di sopra del 51%). Valori che scendono invece in Puglia (43,68%), Abruzzo e Sardegna.

GLI IMPIANTI SPORTIVI - Tra le ulteriori differenze che vengono alla luce, c'è quella che riguarda la tipologia di un impianto sportivo:

- nelle regioni settentrionali più di uno sportivo su due utilizza un impianto di proprietà e/o gestione pubblica;
- al Sud solo il 37,5% fa sport in uno pubblico, mentre il 62,5% può praticarlo solo in uno privato.



“ È molto importante colmare il divario e porre in essere azioni che invertano la rotta. Come Sport e Salute ci proviamo ogni giorno con i progetti sulla scuola, sui quartieri disagiati, sull'inclusione e con un nuovo modello territoriale. Perché lo sport è un diritto. Di tutti. ”
Vito Cozzoli, presidente di Sport e Salute

“ È fondamentale incentivare una pianificazione di investimenti nello sport sociale e per tutti e nell'impiantistica sportiva di base, con particolare riferimento al Meridione. A tal riguardo, le risorse messe in campo dal PNRR-Piano Nazionale Ripresa e Resilienza rappresentano un'autentica opportunità. ”
Tiziano Pesce, presidente nazionale Uisp

“ È decisivo, soprattutto per il Mezzogiorno, riuscire a cogliere appieno l'opportunità delle risorse stanziare dal PNRR. Ciò consentirà di migliorare lo stato di salute psicofisico della collettività e congiuntamente nel medio e lungo termine di ridurre i costi pubblici e privati connessi a stili di vita sedentari e poco salutari. ”
Luca Bianchi, direttore della Svimez

“ Investire nello sport significa investire nella nostra comunità. Da parte della politica c'è un'assunzione di responsabilità verso lo sport come vettore di salute. L'emergenza pandemica ci ha rafforzato in questa consapevolezza. ”
Andrea Costa, sottosegretario di Stato al Ministero della Salute

Un divario inevitabilmente generato da una minore diffusione di impianti sportivi pubblici nelle regioni meridionali e insulari. Particolarmente carente è la Sicilia, dove il 90% pratica sport in strutture a gestione privata. Le regioni che registrano le quote più basse sono Campania e Sicilia con valori intorno al 23%, seguite da Calabria e Puglia dove la pratica sportiva negli impianti pubblici riguarda circa il 30%.

LA SPESA SANITARIA - Mediamente, chi pratica regolarmente attività sportiva, vede ridotta la propria spesa sanitaria di 97 euro, mentre i soggetti che non praticano attività sportiva vedono crescere la loro spesa sanitaria di 52 euro. Anche le abitudini e gli stili di vita sono importanti per spiegare la spesa sanitaria delle famiglie: un fumatore spende 87 euro in più l'anno. Nel Mezzogiorno diminuiscono le aspettative di vita che rimangono di tre anni inferiori rispetto a quelle degli adulti centro-settentrionali.

COME INVERTIRE LA ROTTA: LE POLICY D'INTERVENTO - Rafforzare l'intervento pubblico nel settore dello sport è fondamentale per la produzione di benefici sociali diffusi per la collettività e per ridurre al minimo stili di vita poco salutari, soprattutto nelle generazioni più giovani. La ricerca sottolinea come gli investimenti nell'impiantistica sportiva appaiono cruciali per favorire la pratica sportiva, in particolare di categorie di soggetti fragili e a rischio di esclusione sociale, e per incoraggiare e sostenere la pratica sportiva del target più giovane di bambini e ragazzi. In tal senso il coinvolgimento degli Enti pubblici locali e delle sedi territoriali dell'associazionismo sportivo appare fondamentale sia per la realizzazione di azioni specifiche, che per la manutenzione di impianti preesistenti e di nuova costruzione che sono ad alta intensità di capitale e presentano i più bassi indici di redditività nell'economia italiana. È proprio a livello locale che appare opportuno attivare un canale permanente di ascolto e monitoraggio dei bisogni e della domanda locale di pratica sportiva, soprattutto delle categorie più fragili, minori, anziani, disabili.



saucony

LE DOMANDE

- 1.** Da “La Carica dei 101” - la nostra inchiesta pubblicata in due puntate sui numeri 2 e 3 di *Running Magazine* - è emerso che molti clienti, abituati alla grande distribuzione, hanno scoperto la professionalità e la competenza del piccolo negozio tecnico. Cosa ne pensate?
- 2.** Avete avuto, o state tuttora avendo, problemi di consegna per i ritardi produttivi o per difficoltà logistiche e di trasporto legati alla Cina o altri Paesi asiatici?
- 3.** Alcuni negozianti hanno dichiarato: “Stiamo vivendo un grande paradosso: due anni fa eravamo con i negozi pieni di merce invenduta e le persone chiuse in casa. Oggi non abbiamo merce in store e non riusciamo a far fronte alle richieste dei clienti”. Quando la situazione tornerà a normalizzarsi?
- 4.** Le nuove dinamiche produttive e logistiche emerse negli ultimi mesi potrebbero portare a dei cambiamenti anche a medio e lungo termine nelle fasi di produzione, consegne, lanci e presentazioni delle collezioni future? In che modo?

- 5.** Nel 2021 sono ripartite le gare e quindi anche il runner più esperto ed esigente è tornato in negozio. Questo aspetto ha inciso sulle vendite di alcune tipologie di prodotto? Se sì, quali?
- 6.** Road e trail: quanto pesano in percentuale ora i due segmenti per il vostro brand in Italia e quale crescerà di più per voi nel 2022 rispetto al 2021?
- 7.** Alla corsa si sono avvicinati molti nuovi utenti, tra cui tanti camminatori. Tendenza ormai netta e sorprendente anche in termini numerici. Tanto che più di un retail specializzato ha dichiarato che i camminatori sono arrivati ormai a rappresentare il 50% della propria clientela. Come state rispondendo a questo nuovo trend?
- 8.** Il negozio del futuro come sarà? Quali servizi dovrà offrire?
- 9.** Il 2022 sarà l'anno in cui verranno premiate strategie e scelte (ben) fatte. Come lo affronterete?



Dopo i negozi, parlano le aziende

Completata “La Carica dei 101”, ora a rispondere sono i brand.
La nostra inchiesta si completa con gli ultimi tre intervistati

— DI MANUELA BARBIERI E CRISTINA TURINI

Sui numeri 2 e 3 di *Running Magazine* del 2022, abbiamo pubblicato “La Carica dei 101”, la nostra inchiesta esclusiva sull'andamento del mercato running che ha coinvolto ben 101 punti vendita italiani selezionati. In chiusura di un anno così particolare come il 2021, l'indagine ha tracciato un interessante quadro sugli umori del canale retail, l'anello fondamentale della filiera distributiva.

Intervistando le più importanti aziende del settore, abbiamo invece voluto ap-

profondire alcune criticità, ma anche opportunità emerse. Come, per esempio, i problemi di consegna per i ritardi produttivi o per difficoltà logistiche e di trasporto legati alla Cina o altri paesi asiatici. O la ripartenza delle gare e l'avvicinamento alla corsa di molti nuovi utenti, tra cui tanti camminatori. Qui di seguito la seconda puntata con le ultime tre interviste e alcuni suggerimenti, da parte delle aziende, per essere riconosciuti dal pubblico come “unici e diversi”. Oggi, ancor di più, carta imprescindibile per rimanere sul mercato.

HOKA ONE ONE & COMPRESSPORT



SIMONE PONZIANI,
ceo di *Artcrafts International*,
distributore esclusivo per l'Italia

- 1.** È decisamente tempo che il consumatore scopra (o ri-scopra) il valore dell'esperienza d'acquisto nei negozi specializzati. È una tendenza che sta emergendo in molti settori merceologici ma è ancora più rilevante nel tecnico, dove una consulenza esperta vale più di qualsiasi sconto. L'obiettivo resta la multicanalità, con punti di contatto sempre più integrati ed efficaci a disposizione del consumatore. Occorre, però, che tutti gli attori della filiera vadano realmente e congiuntamente in questa direzione, attivando un percorso virtuoso all'insegna della partnership.
- 2.** In accordo con HOKA stiamo cercando di consegnare al meglio ai clienti italiani. Qualche ritardo nel lancio di alcuni prodotti sarà inevitabile ma l'azienda sta tentando di limitarli al massimo.
- 3.** È particolarmente arduo fare previsioni su un ritorno alla normalità, specialmente con l'attuale scenario geopolitico internazionale che aggiunge tensione al quadro. Il nostro lavoro, negli ultimi anni, è stato proprio quello di provare a gestire ogni imprevisto cercando di garantire gli interessi di tutte le parti attive nella filiera distributiva.
- 4.** In qualità di distributori non possiamo esprimerci su queste tematiche ma certamente ci vorrà ancora un po' di tempo per valutare come si stabilizzerà la produzione. Riteniamo, comunque, che ogni azienda adatterà i lanci in modo più congeniale alla propria struttura, uscendo quindi dalle rigidità del passato.
- 5.** In teoria il ritorno delle gare dovrebbe aver favorito la vendita dei modelli più performanti, per esempio quelli con inserto in fibra di carbonio. La nostra percezione, però, in un contesto di crescita generalizzata sia del mercato che del brand, è che tutte le tipologie di prodotti crescano in modo equilibrato. D'altronde questo ritorno significa anche aumento dei chilometraggi in allenamento, con prospettive di

crescita sia dei prodotti per il primo che per il secondo tipo di attività.

- 6.** Approssimativamente la quota dei prodotti trail e outdoor pesa per il 30% delle vendite. Quella road è in crescita maggiore, nell'ultimo triennio, grazie a un bacino di utenza nettamente più consistente in termini numerici.
- 7.** Già da diverse stagioni si aggiungono all'offerta stagionale una serie di prodotti progettati per assolvere al meglio le esigenze di questo pubblico emergente. In primis è il concetto di sostenibilità a essere tenuto in considerazione. Poi la versatilità nell'uso e il comfort generalizzato. Questa nuova generazione di camminatori ama prodotti meno “rigidi e pesanti” rispetto ai classici. HOKA ha portato la sua innovazione in questo settore con grande successo. Nella gamma sky-hike, i modelli Anacapa, Kaha e Tennine Hike sono gli esempi più tipici di questa tendenza. Anche Challenger e Bondi, comunque, sono best-seller per i camminatori.
- 8.** Esperienziale, specializzato, connesso. La priorità dovrà essere coltivare la community con servizi e attività mirate, occasioni di incontro e prova prodotti. Non ci sarà più spazio per venditori privi della necessaria cultura tecnica e di prodotto. Un onere formativo che retailer e aziende devono condividere. In-store e digitale dovranno integrarsi sui livelli più avanzati, aggiornandosi costantemente con l'obiettivo di offrire all'utente finale un'esperienza completa e soddisfacente nel rapporto col punto vendita.
- 9.** Con i consueti focus e impegno. La macchina distributiva e di comunicazione della nostra azienda è quanto mai a regime ma sempre attenta ai nuovi sviluppi. Difesa del valore per tutti gli attori della filiera, analisi delle tendenze di consumo, eccellenza del servizio e costante sviluppo delle strategie di marketing sono i pilastri della nostra azione. Non solo per il 2022.

JOMA



Alessandro Annibale,
responsabile commerciale italia

- 1.** Effettivamente prima il lockdown con le consegne a domicilio e l'assistenza in remoto, poi le chiusure cicliche delle grandi metrature hanno riavvicinato il consumatore alle realtà più intime.
- 2.** Sì, ci sono state significative difficoltà nel 2020. Ci sono tuttora, seppur di minor entità. La SS 22 è migliorata rispetto alla FW 21. La FW 22 sarà migliore dell'SS 22. Per la SS 23 auspichiamo di tornare a livelli standard ma è impossibile fare previsioni concrete, neanche a breve termine.
- 3.** Ci vorranno anni per tornare ai livelli pre-2020. Personalmente, pur con tutte le difficoltà quotidiane, ci sono degli aspetti positivi: la domanda è superiore all'offerta, i prezzi non vengono abbattuti, qualità e competenza vengono premiate, le rimanenze obsolete sono state pulite. Per molti anni pre-pandemia si sono vissute dinamiche diametralmente opposte.
- 4.** Si farà di necessità virtù, si segmenteranno i lanci promozionali in rapporto alle capacità produttive. Anche qui l'esatto contrario di ciò che si è fatto sino al 2019.
- 5.** Per quanto concerne Joma no. Il buon esito dei sell out del nostro prodotto tecnico è ancora in mano al negoziante, come prima. Vendiamo se il retailer crede in noi. Il nostro non è (ancora)

un prodotto "mainstream", per cui la vendita richiede impegno, abnegazione, fiducia, conoscenza del prodotto e destinazione verso il consumatore in target alle caratteristiche dello stesso. Da contraltare tutti i clienti che ci raccontano le loro esperienze tengono a farci sapere come nella stragrande maggioranza dei casi il consumatore finale sia stato poi sorpreso e soddisfatto del prodotto Joma, accrescendo così anche la fidelizzazione con chi glielo ha proposto e venduto.

- 6.** Siamo ancora al 70/30% in favore del road. Le attuali dinamiche produttive e di mercato mi fanno propendere per una crescita del road alta gamma. Sino a un anno fa avrei detto il contrario.
- 7.** Sono l'identikit del consumatore Joma. La base della piramide troppo spesso però ignorata e snobbata dai retailer specializzati, esclusivamente concentrati sul vertice.
- 8.** Continuo a pensare sia necessario implementare l'online. Che non significa non fare consulenza o non personificare la vendita. Semplicemente significa farla in modo diverso, senza che il consumatore debba spostarsi da casa.
- 9.** L'unica strategia per il 2022 è consegnare educatamente. Il resto verrà da sé.

ASICS



ELENA BOSTICARDO,
marketing manager

- 1.** Il negozio tecnico, grazie all'espansione che continua ad avere il running tra appassionati, neofiti e camminatori, ha sicuramente incrementato il proprio ruolo di centralità come luogo dove poter ricevere supporto e consigli da personale esperto e qualificato. Contatto umano, conoscenza del cliente e professionalità sono fattori importanti per rispondere alle aspettative dei consumatori del mondo running.
- 2.** Tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022 anche noi abbiamo dovuto fare i conti con ritardi di produzione, in certi frangenti anche significativi. La situazione è in continua evoluzione e allo stato attuale è difficile fare previsioni. L'incertezza sui tempi di consegna potrebbe perdurare ancora per tutto il 2022.
- 3.** Sono gli effetti sul medio/lungo periodo di un'emergenza che nessuno si aspettava di dover affrontare in questi termini, per dimensioni e tempistiche. Le criticità si sono presentate per tutte le aziende del nostro settore, e ognuna ha cercato di affrontarle con gli strumenti a propria disposizione. Per quanto riguarda il ritorno a una situazione pre-pandemica è difficile fare previsioni, ma riteniamo che occorrano ancora mesi per ritrovare la normalità.
- 4.** I grandi cambiamenti sono avvenuti proprio in questo periodo emergenziale. C'è stata una riprogrammazione dei flussi di prodotto sul mercato determinata dalla disponibilità e non più soltanto dalla stagionalità. Il nostro calendario marketing è stato quindi rivoluzionato per garantire un adeguato ciclo di vita per ciascun prodotto della collezione.
- 5.** La ripresa delle gare ha stimolato i runner più competitivi a un rinnovo della propria attrezzatura, ricercando la miglior performance. Dal punto di vista dell'offerta è aumentata la proposta di modelli ad alta innovazione tecnologica attraverso l'utilizzo del carbonio e di mescole super performanti. La nostra Metaspeed Sky, lanciata sul mercato ad aprile, riconosciuta come la scarpa più performante in questo segmento, è andata totalmente sold out nel giro di poche settimane. Il successo riscontrato ci ha spronato a continuare a investire su questo tipo di prodotto anche per le future collezioni.
- 6.** Per il nostro brand, chiaramente, il road è la parte più consistente del business. Nel 2021 il trail ha rappresentato circa il 7% di un fatturato running in netta crescita, e prevediamo un aumento a doppia cifra nel 2022. La corsa in montagna, e più in generale l'outdoor, continua a conquistare un crescente numero di appassionati, spinti dal desiderio di "evadere" per stare immersi con la natura. La nostra offerta di prodotti trail si è ampliata con l'introduzione di nuovi modelli, uno su tutti la Trabuco Max, che ha riscontrato fin da subito feedback positivi da parte di negozianti, esperti del settore e appassionati,

mentre quest'anno festeggeremo la decima edizione della nostra scarpa da trail più iconica e apprezzata da sempre: la GEL-Trabuco 10.

- 7.** Nell'ultimo periodo si è affermato un nuovo concetto di benessere, come situazione di equilibrio tra salute mentale e fisica. Da qui il desiderio di praticare sport ha fatto avvicinare nuovi utenti ad attività di corsa o cammino. Si stima che in Europa 12 milioni di persone abbiano iniziato a fare stabilmente attività walking/running all'aria aperta. Persone di ogni età che svolgono esercizio fisico, più volte la settimana, e che necessitano di scarpe e abbigliamento tecnico che permetta loro di progredire evitando infortuni. La nostra collezione running presenta già oggi un'ampia offerta declinata su differenti esigenze del consumatore e punti prezzo. Inoltre, come brand numero uno nel running in Italia e in Europa*, grazie all'introduzione di continue innovazioni tecnologiche, curiamo in modo particolare il concetto di protezione legato alla prevenzione degli infortuni. Anche il popolo dei camminatori, con i consigli dei nostri rivenditori specializzati, può orientarsi sul prodotto che meglio aderisce alle proprie esigenze.

**NPD Group/Consumer Tracking Service/CALZATURE realizzate e utilizzate per la corsa/Valore quota di mercato/YTD Q3 2021/ EU5 (DE, FR, UK, IT, ES).*

- 8.** I retailer moderni sono quelli che sanno coinvolgere e servire il consumatore attraverso l'interazione di fisico e virtuale, mettendo al centro il punto vendita ma utilizzando la potenzialità degli strumenti digitali, oltre che dei social network. Il consumatore moderno ricerca un'esperienza a 360 gradi che gli possa offrire non soltanto la consulenza d'acquisto ma il coinvolgimento nella pratica dell'attività sportiva preferita. A tal fine diventa importante promuovere attività collettive che possano regalare tipologie di esperienze nuove e stimolanti.
- 9.** Vogliamo continuare a essere il punto di riferimento per tutti i runner e aiutarli a trovare la scarpa più adatta per il loro stile di corsa e appoggio, attraverso le attività con i nostri brand trainer: sessioni di Run Analyzer (la tecnologia ASICS di studio dell'appoggio del piede), l'implemento di momenti dedicati all'educational, gli eventi dedicati alle prove prodotto presso i retailer selezionati e sul territorio. Ma non solo prodotto e innovazione, il nostro brand ha radici molto profonde e una filosofia alla base (Anima Sana In Corpore Sano) sempre attuale, pertanto continueremo a declinare questo messaggio con coerenza su tutte le attività del 2022. Vogliamo ispirare sempre più persone a muoversi perchè crediamo fermamente nell'impatto positivo dello sport sulla mente, per questo continueremo, anche quest'anno, in tutta Europa e in Italia a sostenere concretamente associazioni che si occupano di benessere mentale.



Correre responsabilmente

Brooks ha condotto una ricerca sulle pratiche sostenibili legate al running coinvolgendo oltre 3.600 runner di sette Paesi, in Europa e negli Stati Uniti

_ DI MANUELA BARBIERI

Brooks Running - all'interno del suo piano di Running Responsibility People&Planet rivolto alla salvaguardia delle persone e del pianeta - ha commissionato, a EM Research, una ricerca sulle pratiche sostenibili legate al running. Coinvolgendo 3.639 runner (52% uomini e 48% donne) di sette Paesi (Regno Unito, Francia, Spagna, Italia, Germania, Paesi Bassi e Stati Uniti), è emerso che il 92% degli intervistati fa regolarmente qualcosa per rendere la propria corsa un po' più responsabile.

I DATI DELLA RICERCA

Il 97% degli italiani afferma di tutelare l'ambiente mentre corre. Come? Usando, per esempio, una borraccia riutilizzabile o semplicemente non buttando per terra gli imballaggi dei gel energetici.

Per il 78% dei runner è importante, inoltre, che le aziende del settore si impegnino a ridurre le emissioni di CO2.

Il 64% possiede e usa invece prodotti ecocompatibili e quasi la metà degli intervistati controlla, prima dell'acquisto, che siano stati realizzati rispettando determinati standard ambientali.

IL PLOGGING

Cresce la popolarità del plogging. Dai dati emerge che il 22% dei runner raccoglie regolarmente i rifiuti che incontra lungo il percorso mentre

Brooks si impegna a raggiungere zero emissioni di CO2 entro il 2040. La nostra calzatura Ghost 14, solo per fare un esempio, è a impatto zero. Ed entro il 2023 passeremo al poliestere riciclato al 100% per tutti gli altri modelli.

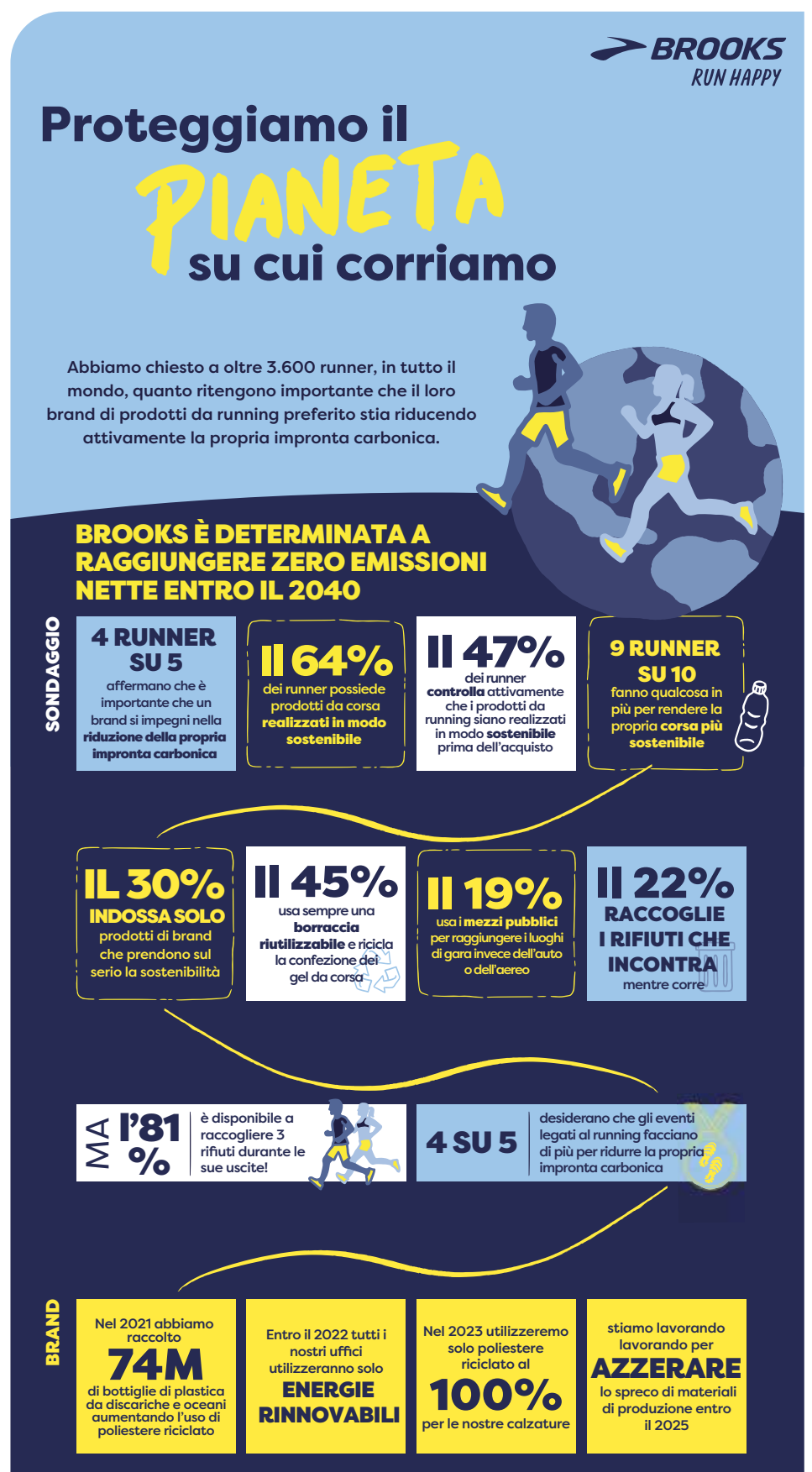
*Matthew Dodge,
amministratore delegato di Brooks Running EMEA*

corre. L'81% afferma, inoltre, di essere disposto a impegnarsi a buttare nel cestino fino a tre rifiuti.

STRAVA CHALLENGE: BROOKS X EARTH RUNS

Dal 18 al 24 aprile - settimana della giornata internazionale della Terra - Brooks ha lanciato su Strava la sfida "Brooks x Earth Runs".

Scopo: correre in totale quattro milioni di chilometri, che corrispondono a 100 giri intorno al pianeta. Al raggiungimento dell'obiettivo, Brooks s'impegnerà a piantare 30.000 alberi in collaborazione con l'associazione Earth Runs.





Obiettivo off-road

Brooks ha pianificato una strategia triennale interamente dedicata al trail running. Protagonisti il team di atleti, la community e i retailer

_ DI MANUELA BARBIERI

La crescita esponenziale del settore trail e il conseguente incremento della domanda ha spinto Brooks a mettere a punto una strategia triennale interamente dedicata al trail running. Obiettivo: diventare uno dei brand leader nell'off-road. Come? Partendo dalla propria consolidata esperienza e competenza tecnica nel mondo road e dalla propria filosofia – sintetizzata dal celebre motto “Run Happy” – che mette al centro la motivazione e la passione come motore di crescita.

“Il segmento trail rappresenta per noi una grande opportunità”, ha dichiarato Martina Fogagnolo, marketing manager di Brooks Italia. “Da un punto di vista commerciale, nell’ultimo anno la categoria trail è cresciuta del 71% nel Sud Europa e in Italia prevediamo un aumento del 55% rispetto al 2021. Il nostro impegno e investimento nel settore sarà sempre maggiore sia lato community sia prodotto, dove avremo importanti novità tra l’estate 2022 e la primavera 2023”.



Martina Fogagnolo,
marketing manager di Brooks

IL PIANO STRATEGICO

IL TEAM DI ATLETI

Per la squadra 2022, Brooks ha selezionato 42 talenti provenienti da Italia, Francia, Spagna Germania, Austria e Svizzera.

Dieci gli atleti che compongono il team italiano:

1. **Gianluca Ghiano**, giovanissima promessa piemontese del trail e dello skyrunning
2. **Alice Gaggi**, campionessa valtellinese di corsa in montagna
3. **Daniel Pattis**, new entry altoatesina
4. **Alberto Vender**, trentino, gareggia sia per il mountain running che per il trail
5. **Melina Grosjean**, nata in Francia ma italiana d'adozione
6. **Michele Meridio**, giovane vicentino
7. **Mirko Cocco**, vincente nelle distanze medie
8. **Alberto Garbujo**, di Treviso, campione nelle lunghe distanze
9. **Daniel Borgesa**, classe 2002, giovanissimo e promettente, piemontese della Val Di Susa, specializzato nelle distanze brevi e medie
10. **Gabriele Abate**, atleta con grandissima esperienza internazionale nella corsa in montagna e nel trail

I Brooks Trail Runners sono stati presentati ufficialmente in occasione della Transgrancanaria che si è svolta dal 4 al 6 marzo.

LE GARE E GLI EVENTI

Il team Brooks Trail Runners parteciperà - in Italia e in Europa - alle più importanti competizioni internazionali nell'arco della stagione, tra cui: Golden Trail World Series, Golden Trail National Series, circuito WMRA, Skyrunning World Series e le gare dell'UTMB World, inclusa la finale UTMB dove Brooks sarà presente in prima linea a Chamonix.

LA RUNNING COMMUNITY

Per la sua running community, Brooks organizza attività su campo ed esperienze nel pieno “spirito Run Happy”. A calendario un pro-



gramma ricco di workshop, training camp e try-on sul territorio dedicati alla formazione e ai test prodotto. Riconfermata anche la partnership con la città di Livigno, meta amata da runner e trail runner, dove il brand organizzerà attività di prova scarpe e presentazioni prodotti.

I MODELLI TRAIL

Le calzature di punta di Brooks nel segmento trail sono:

- **CASCADIA 16**, per chi cerca ammortizzazione e protezione (da sempre ammiraglia del brand nel trail)
- **CALDERA 6**, per chi si misura con gli ultra-trail (lancio a luglio 22)
- **CATAMOUNT**, per i trail runner attenti a performance e velocità anche su terreni difficili
- **DIVIDE 3**, per chi vuole avvicinarsi a questo mondo

I RETAILER

In occasione dei lanci prodotto, verrà data ampia visibilità in store tramite attivazioni mirate.

SALOMON GLIDE MAX

INFO DI BASE

DISCIPLINA /
road running

COLLEZIONE /
SS 22

MISURE US /
3,5 - 12,5
(ogni mezza misura)

TARGET /
per i runner che cercano
un'ammortizzazione extra
con un prodotto molto
competitivo che si adatta
al dna Salomon: atletica,
leggera e orientata
alla performance

PER /
unisex

DIFFERENZIALE /
8 mm

PESO /
275 g

COLORI /
Lunar rock/black/tanager
turquoise; Vibrant
orange/white/black

PREZZO /
140 euro



I TRE PUNTI DI FORZA

1. AMMORTIZZAZIONE PREMIUM

L'altezza dello stack più elevata combinata con Energy Surge, la miscela Salomon dell'intersuola super morbida, che offre un'ammortizzazione fluida per l'andatura

2. LEGGEREZZA

Prestazioni di alto livello ultraleggere

con un peso di soli 275 grammi, grazie alla tecnologia Energy Surge

3. TRANSIZIONE VELOCE

La caratteristica geometria R.Camber combinata con un drop di 8 millimetri garantisce una transizione in avanti più rapida, per trascorrere meno tempo a terra e più tempo in fase di spinta in avanti



FODERA /
materiali Premium

ALLACCIATURA /
laccio tradizionale

TOMAIA - ENGINEERED MESH /
una struttura a rete unica
che varia la trama per offrire
maggiore supporto e durata,
con flessibilità e traspirabilità in
diverse parti della scarpa

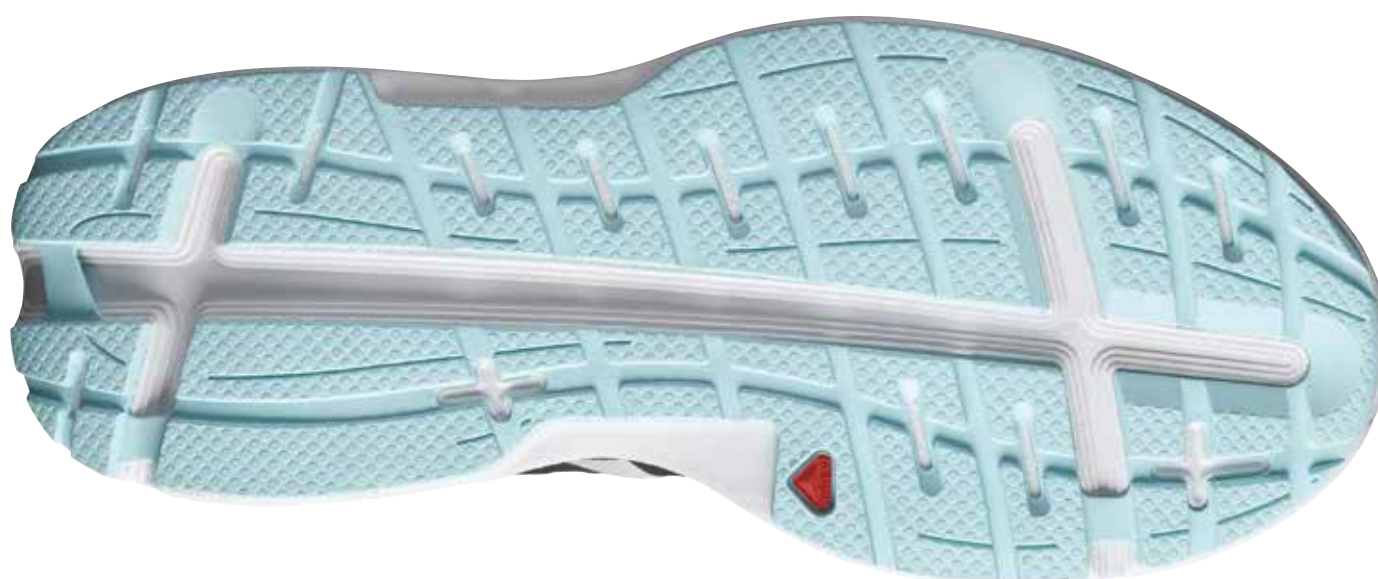


SOTTOPIEDE /
soletta Ortholite



INTERSUOLA - ENERGY SURGE /
offre un'ammortizzazione
di lunga durata e un rimbalzante
ritorno di energia

Modello unisex



SUOLA /

Blown rubber Contagrip

COMUNICAZIONE E MARKETING /

Il modello Glide Max è stato presentato e testato a partire da aprile ed è possibile provarlo fino a fine anno durante i principali eventi Salomon, in particolare nelle tappe del Salomon Running Milano Park edition 2022:

SABATO 9 APRILE

Mezza Maratona /
10 km di Monza –
prova scarpe e allenamento
al Parco di Monza (MB)

SABATO 23 APRILE

Società sportiva Libertas Sesto – prova
scarpe e allenamento al Parco Nord (MI)

SABATO 7 MAGGIO

Il Miglio – prova scarpe
al Parco CityLife (MI)

SABATO 17 SETTEMBRE

prova scarpe e allenamento
al Parco Montestella (MI)

SABATO 25 SETTEMBRE

Salomon Running Milano –
prova scarpe al Parco CityLife (MI)



PROTEZIONE E LEGGEREZZA CON GO VISOR DI BUFF

Realizzato al 60% con poliestere riciclato, Go Visor fornisce protezione a viso e occhi anche grazie all'ampia visiera anti riflesso e offre massima vestibilità e leggerezza. La fascia, elasticizzata, assorbe il sudore e lo trasferisce velocemente verso l'esterno. Elementi riflettenti migliorano la sicurezza in condizioni di oscurità.

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

I PANTALONI DUE IN UNO DI CMP

All'esterno un pantaloncino in tessuto ultraleggero e traspirante, all'interno un tigh t elastico e avvolgente per proteggere i muscoli negli allenamenti che lo richiedono. Il risultato è un perfetto connubio tra libertà di movimento e comfort, tra leggerezza e protezione. A completamento la vita elastica, il fondo con taglio vivo laserato senza cuciture e dettagli reflective per essere visibili anche al buio.



CMP - cmpsport.com

RUN&TRAIN DI MACRON, LA COLLEZIONE CON FILATO DRYARN

La microfibra Dryarn, nota per la sua leggerezza e traspirabilità, è stata scelta per la collezione estiva 2022 Run&Train di Macron. Le maglie Ryan, Max e Rona che compongono la linea sono capi dall'alto contenuto tecnologico che assicurano al runner il massimo del comfort anche durante gli sforzi più intensi. Sono realizzate senza cuciture e, grazie all'innovativo filato Dryarn e agli inserti in mesh, garantiscono freschezza e traspirabilità ottimali. La presenza del filato nella trama del tessuto consente infatti di mantenere costante la temperatura corporea in qualsiasi contesto climatico e di veicolare il sudore verso l'esterno del capo. I modelli di Macron sono un mix di tecnologia e stile: la parte alta delle maglie Rona e Ryan si distingue per una trama a esagoni microforati. Sul retro della t-shirt Ryan, al centro e in verticale, è presente una banda con il logo Macron jacquardato e sul fondo un tape interno con la scritta "Work Hard, Run Harder" in giallo fluo. Lo stesso motivo caratterizza anche l'altra t-shirt uomo Max, che presenta, sul petto e sulle maniche, una riga giallo fluo.



dryarn.com

FUSION ORTIX DI KARHU: COSTRUITA INTORNO AL PIEDE DELLE RUNNER

Grazie alle analisi effettuate sulle scannerizzazioni in 3D dei piedi, sono state portate alla luce le differenze tra quello maschile e quello femminile: il collo del piede e l'avampiede hanno forme diverse. Per questo motivo La Fusion Ortix nella versione donna, a partire dalla stagione SS 22, è costruita su misura per il gentil sesso. Regolando la circonferenza in corrispondenza del volume del collo del piede e il volume dell'avampiede, il modello offre infatti una costruzione personalizzata chiamata HeraFit.



Sport Leader Srl - 0171.413175 info@sportleader.pro

AKASHA DI LA SPORTIVA, COMFORT PROLUNGATO SULLE LUNGHE DISTANZE

Il modello della collezione La Sportiva mountain running dedicata a competizioni endurance è perfetto per percorsi di lunga distanza, ultra maratone, ultra trail e per utilizzi prolungati in allenamento. Il comfort di calzatura è dato dall'ammortizzazione, grazie all'inserimento plantare Cushion Platform e dai volumi interni ampi, oltre che dalla tomaia morbida, traspirante e avvolgente a costruzione Slip-on che evita punti di compressione durante la corsa. I rinforzi attivi anteriori Dynamic ProTechTion forniscono protezione e struttura seguendo il movimento del piede in modo dinamico e senza costrizioni. La suola grippante con bi-miscela FriXion Red è dotata dell'esclusiva soluzione Trail Rocker in grado di favorire il movimento naturale "tacco esterno - punta interna" del piede durante la corsa. Lacci e plantare Ortholite Hybrid sono inoltre realizzati in materiali riciclati.



La Sportiva - 0462.57080 - lasportiva.com

GOLDEN GATE KIMA RT DI SCARPA, ADATTABILITÀ AI TERRENI SENZA COMPROMESSI

Il suo nome deriva dalla famiglia della Golden Gate by SCARPA mentre il secondo nome "Kima", evoca la storia della specialità dello sky running, ovvero la più tecnica, selvaggia e spettacolare delle discipline della corsa outdoor. L'intersuola è composta da uno schiuma di nuova generazione chiamata "Active Foam", suddivisa longitudinalmente tra la zona di maggior ammortizzamento e la zona mediale di maggior supporto. La piastra di carbonio dello spessore di un millimetro corre lungo la superficie della suola fra l'appoggio del tallone e le teste dei metatarsi, le aree di maggior supporto/lavoro del piede. La speciale forma della piastra in avampiede permette alla suola di adattarsi lateralmente, ottenendo così la giusta affidabilità anche sulle rocce. L'area dell'avampiede è realizzata in miscela Supergum, la combinazione perfetta di adattabilità ai terreni sia bagnati che asciutti, senza compromessi. La miscela di nuova generazione Water Lock nell'area del tallone garantisce la massima performance quando la frenata crea la condizione di elevato stress sulla suola.



Calzaturificio S.C.A.R.P.A. - 0423.5284 - info@scarpa.net

MAGNIFLY 4 DI TOPO ATHLETIC, EVOLUZIONE A DROP ZERO

Questa scarpa presenta tutte le caratteristiche necessarie per rendere il piede consapevole e più attivo nell'appoggio e nella rullata: oltre al plus del drop zero, l'ampio spazio in punta lascia le dita libere di muoversi. L'ormai noto e inconfondibile tratto del brand americano è sempre accompagnato da aderenza e sicurezza nella zona centrale per una calzatura agile. La piattaforma di 25 mm risulta allargata per offrire una guida fluida e ferma. Come in molti modelli del catalogo, l'intersuola ZipFoam, la speciale miscela brevettata dal marchio che mixa TPU ed EVA, garantisce con la sua doppia densità comfort direttamente sotto il piede, mentre maggiore rigidità nello strato inferiore per assicurare risposta e ritorno di energia. La suola si presenta più sottile rispetto alla versione precedente, rendendo Magnify 4 più leggera. La tomaia in mesh ingegnerizzato è realizzata con il 30% di materiale riciclato e permette una vestibilità traspirante e sicura.



Option srl - 0423.6211515 - info@optionsrl.it

I NUOVI COLORI DELLA VIBRAM FIVEFINGERS V-TRAIN 2.0

Il modello è progettato per praticare diverse attività indoor, in modo particolare pensato per allenamenti intensi, incentrati su durata, resistenza e agilità. Questa calzatura minimalista offre un'ottima sensazione di contatto con il terreno, grazie alla sua struttura a cinque dita e alla suola realizzata in miscela Vibram XS Trek, adatta per performance versatili su diversi tipi di superfici. La particolarità di Vibram FiveFingers V-Train 2.0, oltre a un'aumentata libertà di movimento delle dita del piede, è il sistema di allacciatura e chiusura Hook+Loop, che permette un fit personalizzato, un comfort ottimizzato e una maggiore stabilità nei movimenti laterali più energici, in aggiunta a un maggiore equilibrio. Le varianti colore della collezione 2022: Black/Black, Black/Blue, Grey/Lime/Black e Grey/Camo per l'uomo e Black/Black, Black/Pink, Grey/Lime/Black e Grey/Camo per la donna.



Grey/Lime/Black



Grey/Camo

PESO /

Uomo 43=220 g - Donna 38=177 g

Vibram SpA - 0331.999777 - vendite@vibram.com

FIND YOUR MOUNTAIN



bushido II

Leggera, reattiva, aderente, perfetta per la corsa in montagna e su terreni sterrati: è studiata, sviluppata e testata in Val di Fiemme, Trentino, Dolomiti. Tomaia AirMesh a costruzione slip-on, stabilizzatore STB Control™, suola bi-mescola FriXion Red™.

Bushido II: the new way for trail running.


LA SPORTIVA®
innovation with passion

SHOP NOW ON WWW.LASPORTIVA.COM

Per le fasi decisive

Le performance migliori dipendono dalla qualità degli allenamenti, ma anche dalle tecnologie di supporto. I prodotti di questo mese offrono ottime prestazioni in gara e fanno la differenza in zona cambio

_ DI DAVIDE L. BERTAGNA



ZOOT - BOLT

Progettata dopo anni di test, la muta è costruita anche per il triatleta che non possiede una tecnica di nuoto ideale. Bolt assicura che le spalle e le braccia abbiano la massima flessibilità possibile, che si traduce in maggiore mobilità in ogni fase di nuotata e meno fatica. Dispone della tecnologia SCS (Super Composite Skin), un rivestimento idrodinamico che migliora la velocità di percorrenza riducendo la resistenza permettendo così alla tuta di scivolare attraverso l'acqua in modo più efficiente. La cerniera YKK in acciaio inossidabile si chiude dal basso verso l'alto e rende l'apertura della muta e l'uscita dalla stessa molto più semplice, offrendo più velocità nelle fasi di transizione.

The Group Distribution - 0546.450103
info@thegrouppdistribution.it

SZIOLS - AERO

La nuova linea Aero è sinonimo di velocità e affermazione, dove performance e stile vanno di pari passo. La misura XXL della lente azzera lo spazio tra la fronte e il casco, bloccando così il flusso dell'aria in ingresso e riducendo il fastidio durante l'attività sportiva. Il sistema di areazione è soddisfatto dai cinque fori materiali che garantiscono una visibilità mai appannata. La lente Aero si adatta a ogni tipo di montatura, standard o pro.



Sziols - 349.8734094 - info@sziols.it

KEFORMA - KE ENERGY

Barretta tecnica e bilanciata a base di frutta secca con l'aggiunta della Betaina, una sostanza naturale di derivazione vegetale in grado di favorire l'utilizzo dei grassi con finalità energetiche. È ricca in microelementi e minerali essenziali come calcio, magnesio e fosforo. Mandorle, noci, arachidi, pistacchio e uvetta apportano carboidrati semplici, complessi e peptidi a basso peso molecolare, prontamente assimilabili e finalizzati alla produzione energetica. La miscela di frutta secca ricca in flavonoidi e grassi monoinsaturi è importante per la componente antinfiammatoria sulla circolazione periferica con aumento della ossigenazione muscolare.

Aqua Viva - 0549 941456 - info@keforma.com

POLAR - VANTAGE V2

Progettato per permettere agli atleti di ogni livello di superare i propri limiti, Vantage V2 è un mix di design elegante e tecnologia frutto di decenni di ricerca scientifica. Un modello versatile del peso di 52 g che dispone di un GPS integrato e che permette una rilevazione avanzata della frequenza cardiaca grazie alla tecnologia Precision Prime a nove led. Inoltre, la tecnologia FuelWise mostra il dettaglio del consumo calorico suddiviso in carboidrati, grassi e proteine. Vantage V2 consente all'utente di navigare nella propria playlist e regolare il volume della musica direttamente dall'orologio.

Polar Electro Italia - 051.2987626 - giulia.venturi@polar.com



WEPERE - ARYA

Un dispositivo consigliato a tutti coloro che cercano un trattamento defaticante e drenante da fare comodamente a casa. Arya agisce con una pressione simile a un massaggio, migliorando la circolazione sanguigna e linfatica: diminuisce la tensione muscolare dopo un'attività fisica intensa e velocizza lo smaltimento dei liquidi che causano gonfiore. La sensazione che ne deriva è quella di gambe più leggere e scattanti, pronte a supportare le migliori performance degli atleti.

Wepere - 041.5401356



GIANT - PROPEL ADVANCED SL DISC 1

Sviluppata e testata dai velocisti della squadra CCC del WorldTour, la bici offre la massima velocità grazie all'aerodinamica integrata. È progettata con la tecnologia AeroSystem Shaping, il che significa che ogni forma e angolo del telaio è ottimizzato per offrire una resistenza minima. I tubi presentano una forma ellittica troncata, che si traduce in una struttura rigida e super-



Telaio: Advanced SL - Grade Composite
Forcella: Advanced SL - Grade Composite
Gruppo: SRAM Force, 12 velocità, 10x28
Freni: SRAM Force eTap AXS idraulici
Ruote: Giant SLR 1 Carbon Disc WheelSystem
Gomme: Cadex Race 25, tubeless, 700x25c

leggera. Dotata di freni a disco, offre prestazioni di arresto ottimali per un maggiore controllo in tutte le condizioni atmosferiche.

Giant Italia - 0322.462295 - info@giant-italia.it

OXYBURN - EPIC

I nuovi pantaloni corti presentano un tessuto leggero e morbido, che favorisce comfort e capacità traspirante, garantendo proprietà antibatteriche e dispersione del sudore. L'integrazione di una struttura elastica anatomica assicura un buon controllo dei movimenti. Epic è dotato di fondello Bastogne Men by ElasticInterface con una superficie liscia, in grado di offrire un'ottima stabilità in sella. Il canale centrale è sagomato per proteggere e supportare l'anatomia maschile durante la pedalata. La forma delle imbottiture e l'inserito perineale sono progettati per seguire la rotazione delle ossa pelviche sulla bici.

Zero3 - 030.9030144 - info@oxyburn.it



GAERNE - TORNADO

Una calzatura leggera di 264 grammi, con una tomaia in morbida microfibra forata a laser per garantire un'ottima traspirabilità. Il tallone di nuova concezione integrato alla tomaia, con prese d'aria esterne, è realizzato in materiale plastico iniettato per essere indeformabile. Il cupolino è antiscalfante e antitendinite. Il modello presenta un sottopiede traspirante con uno speciale disegno anatomico che stimola attivamente il piede del ciclista a ogni pedalata, migliorando le prestazioni atletiche.

Gaerne - 0423.923169 - gaerne@gaerne.com



EXUSTAR - E-PR73ST

Un pedale costruito con materiali di qualità, dotato di un robusto corpo termoplastico. Un prodotto d'alta gamma curato in ogni minimo dettaglio per garantire ottime performance e grande facilità di utilizzo. Il modello di Exustar presenta un asse in Cr-Mo lavorato al CNC. Le dimensioni sono di 85 x 94 mm, con un peso di 298 g per paio.

exustar.com



361° - FLAME

Una scarpa pensata per la corsa veloce ma anche per le lunghe distanze, con una piastra in fibra di carbonio che aggiunge propulsione e aumenta l'efficienza. La nuova tecnologia dell'intersuola in PU consente alla Flame una corsa scattante e reattiva. La scarpa è progettata per i corridori ad alto ritmo che hanno

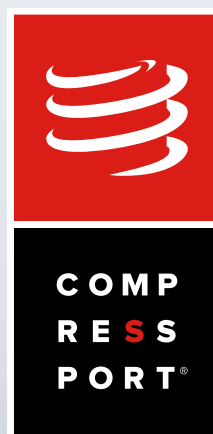


un breve tempo di contatto con il terreno e offre un livello di comfort elevato. Il modello per l'uomo ha un peso di 218 g con un drop di 8 mm e uno stack 24-32 mm, mentre quello per lei ha le stesse caratteristiche, ma un peso minore (188.5 g).

Sprint Commerce - 0171.689990 - info@361sport.it

WINTER INSULATED 10/10 JACKET

GIACCA TERMICA
ULTRALEGGERA CON
TERMOREGOLAZIONE
OTTIMIZZATA NELLE AREE
CRITICHE DEL CORPO PER
TENERTI CALDO E ATTIVO
CON QUALSIASI METEO.



MATERIALI IBRIDI

PARTE SUPERIORE IMPERMEABILE E ANTIVENTO + PARTE
SUPERIORE TERMICA. VERSATILITÀ AD ELEVATO COMFORT
PER TENERTI CALDO E ASCIUTTO.



ULTRALEGGERA E COMPATTABILE

40 GR. DI ISOLAMENTO TERMICO AD ALTA
PERFORMANCE CON TESSUTI SUPERLEGGERI.



MAPPATURA CORPOREA SPECIFICA PER GENERE

TERMOREGOLAZIONE OTTIMIZZATA, PROTEZIONE E
TRASPIRAZIONE IN AREE MIRATE.

COMPRESSPORT® LINEA TERMICA



WINTER INSULATED
10/10 JACKET M



WINTER INSULATED
10/10 JACKET W



www.paragonshop.it

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



Supporto ammortizzato

La nuova Wave Inspire 18 di Mizuno è ancora più stabile, protettiva e confortevole.
Ideale per gli allenamenti quotidiani dei runner con media pronazione

Il modello presenta un nuovo design della tomaia in mesh con linguetta integrata per offrire maggiore traspirabilità e una calzata eccellente senza punti di frizione sul collo del piede.

Grazie ai pannelli mediali strutturati e all'innovativa stampa in PU, la tomaia avvolge l'arco del piede e fornisce ulteriore stabilità e sostegno alla fase di slancio.

L'area tallonare presenta l'inserito Mizuno ENERGY, il materiale innovativo creato dal brand con l'obiettivo di migliorare le prestazioni degli sportivi fornendo la massima reattività per correre più velocemente riducendo lo sforzo. Grazie a questa tecnologia la corsa

è ancora più ammortizzata ed energica, con transizioni più fluide.

La caratteristica piastra Double Fan-Shaped Wave nell'intersuola, accompagna il movimento del piede per supportare la pronazione ed è realizzata in TPU da materiali di origine rinnovabile bio, riducendo le emissioni di CO₂ e il consumo d'acqua.

La combinazione delle tecnologie Mizuno ENERGY e Mizuno Wave è studiata per offrire una sensazione di comfort ai runner con media pronazione che necessitano di stabilità e supporto durante gli allenamenti quotidiani.



PESO /

Uomo - 300 g

Donna - 250 g

TAGLIE UK /

Uomo - 6-12,13,14,15

Donna - 3-10

DIFFERENZIALE /

12 mm (24/36 mm)



uomo



uomo



donna



donna

SCARPA



GOLDEN GATE KIMA RT THE ALPINE ELEVATOR.

Make the most of your energy.
Push your limit with a record-breaking shoe,
powered by Carbon Rebound Technology.

"With these rockets on my feet
I get used to going faster, quick to my dreams"
Manuel Merillas, Mont Blanc and Monte Rosa FKT
with Golden Gate Kima RT, August 2021.

Elemento distintivo

La terza versione della Carbon X di HOKA ONE ONE offre una corsa ancora più propulsiva rispetto al modello precedente, grazie alle nuove tecnologie che la compongono

Grazie alla nuova intersuola in schiuma energizzata, la Carbon X 3 si conferma una scarpa ad alte prestazioni fornendo una corsa ancora più spinta, più veloce e con maggior supporto. In questa versione la tomaia è stata completamente rielaborata, offrendo maggiore vestibilità grazie alla maglia ad alte prestazioni di cui è composta. Questo modello adatto alle gare di endurance presenta la piastra in fibra di carbonio che, unita alla geometria aggressiva del Meta-Rocker, aiuta il runner ad essere ancora più performante. Con il suo colore asimmetrico, la Carbon X 3 si distingue sia in gara che in allenamento.



LINGUETTA DEL TALLONE ESTESA /

progettata per un facile inserimento del piede

INTERSUOLA IN NUOVA SCHIUMA ENERGIZZATA /

progettata per fornire leggerezza e un'ammortizzazione ottimale

EVA IN GOMMA /

per fornire uno strato di schiuma aderente e reattiva nell'intersuola e nella suola

PIASTRA IN FIBRA DI CARBONIO /

per avere un passo propulsivo ed efficiente

GEOMETRIA DEL META-ROCKER AGGRESSIVA /

per una corsa più propulsiva



TOMAIA IN MAGLIA INGEGNERIZZATA /

per avere più leggerezza e traspirabilità



PESO /

Uomo - 222 g
Donna - 188 g

DIFFERENZIALE /

5 mm
donna: 30 - 25 mm
uomo: 32 - 27 mm

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



Per scoprire nuove strade

GPS Suunto 5 Peak è lo sportwatch per gli amanti dell'attività all'aperto in cerca di leggerezza, resistenza e lunga durata. Obiettivo: benessere e performance sportiva

Il nuovo modello è l'evoluzione del precedente Suunto 5, con un design tutto nuovo e molte funzionalità addizionali. Più leggero del 41% rispetto al suo predecessore, è più elegante grazie all'assenza del "muso" esterno del GPS del vecchio dispositivo. Offre fino a 100 ore di durata della batteria, comodi controlli musicali sull'orologio, aggiornamenti software automatici via etere e presenta il nuovo linguaggio del design Suunto e, infine, una selezione di cinturini facilmente intercambiabili per soddisfare lo stile individuale.

Realizzato in Finlandia, i progettisti Suunto di Helsinki hanno creato questo orologio per le persone attive che vogliono esplorare nuovi terreni e si impegnano a raggiungere gli obiettivi personali di benessere in modo sicuro e protetto. Che si tratti di corsa, escursionismo, passeggiate, ciclismo o trail running, le funzioni di navigazione GPS del Suunto 5 Peak - inclusa la navigazione turn by turn - assicurano che gli utenti possano seguire un percorso di andata e ritorno con la certezza di non perdersi. Inoltre, gli allarmi di alba e tramonto dell'orologio indicano esattamente quanta luce del giorno si ha a disposizione.



PESO /
39 g



CARATTERISTICHE /

- Controlli musicali sull'orologio
- Tre modalità di batteria:
 - Performance (20 ore)
 - Endurance (40 ore)
 - Tour (fino a 100 ore)
- In modalità Time l'orologio dura fino a 10 giorni con una singola carica
- Lo sportwatch offre una guida adattiva all'allenamento, tiene traccia di passi, calorie e recupero e misura la qualità e la durata del sonno
- Battito cardiaco al polso
- 80+ modalità sportive tra cui scegliere o personalizzare le proprie nell'app Suunto
- Possibilità di creare e trovare percorsi per 20 sport diversi tramite le mappe di calore nell'app Suunto
- Pianificazione di tracce e visualizzazione delle attività su mappe 3D nell'app Suunto
- Viene fornito con la nuova funzione Burner: calcola i grammi di grassi e carboidrati bruciati durante l'allenamento

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

Silva Trail Runner Free, energia libera

Minor movimento della testa, più controllo e maggiore equilibrio

Si chiama "Free Technology" ed è la nuova tecnologia presente nella quinta generazione di lampade frontali firmate Silva - la serie Trail Runner Free - in cui il cavo di alimentazione è integrato nell'archetto, evitando fili aggrovigliati.



**LUCE DI SICUREZZA
POSTERIORE ROSSA /**
integrata nella
custodia della batteria
ibrida, aggiunge
ulteriore visibilità



UNITÀ PROIETTORE /
bilanciata e con
regolazioni fluide,
pesa solo 55 grammi
(batterie escluse)

ARCHETTO /
morbido, ma sufficientemente solido,
con un cordino in silicone antiscivolo
all'interno che lo fa rimanere in posizione



PROLUNGA /
in tessuto,
è piatta e morbida

CUSTODIA PER BATTERIA /
può contenere le batterie AAA (incluse)
o il pacco ricaricabile Silva Hybrid
(non incluso). La batteria può essere
trasportata comodamente sulla fascia
o tenuta al caldo in tasca per
risparmiarne la durata



TECNOLOGIA A DOPPIO RAGGIO DI LUCE

Tutti i fari della serie Trail Runner Free sono dotati di Silva Intelligent Light. Si tratta di una tecnologia a doppio raggio di luce che combina un faretto a lunga portata e un fascio di luce ravvicinato. Per una distribuzione della luce personalizzata.

INFO: silvasweden.com - Ferrino & C. - 011.2230722 - vend.it@ferrino.it

 Riva del Garda®
Fierecongressi

 TRENTINO


OUTDOOR
- BUSINESS DAYS -


RUNNING
- BUSINESS DAYS -

10-11
LUGLIO 2022
RIVA DEL GARDA
QUARTIERE FIERISTICO



Un playground a misura di trail (e non solo)

Il format del Running Park nasce per attrarre, guidare e fornire più sicurezza agli appassionati della corsa off road e dell'outdoor. Un progetto fortemente voluto da Vibram in collaborazione con il team di Maremontana

— DI KAREN POZZI

Il pubblico outdoor è cresciuto. C'è tanta voglia di vivere la natura, ancor di più dopo la pandemia e le restrizioni, ma al contempo c'è poca preparazione e conoscenza. Si rischia così di vivere l'escursione con poca sicurezza e tranquillità perdendosi la spensieratezza dell'essere immersi nel verde.

A partire da questa riflessione, Vibram ha identificato delle azioni che gli operatori del mercato outdoor e turistico dovrebbero portare avanti per parlare con questo nuovo pubblico:

- attrarre l'utente nelle destinazioni outdoor meno conosciute e, dove il clima è sempre favorevole, farlo in tutte le stagioni. Questo eviterebbe di convogliare tutti negli stessi e soliti posti;
- educare a comportamenti positivi e sensibilizzare su temi quali la sicurezza e la tutela dell'ambiente;
- guidare con percorsi chiari e segnalati, facili da seguire che non creino "stress" ma che al contrario facciano divertire e permettano di vivere l'esperienza senza pensieri.

Su questi presupposti si sviluppa il concept di Running Park promosso da Vibram e presentato nel mese di marzo al Vibram Connection Lab di Milano, spin-off dell'azienda dedicato allo sviluppo di progetti innovativi, interdisciplinari e di comunicazione. Il brand lancia dunque un format inedito per promuovere il territorio e incentivare la pratica dello sport outdoor con il claim "Give Your Trails a Sense".

"Abbiamo ideato il concept di Vibram Running Park per promuovere l'outdoor e valorizzare alcuni territori potenzialmente molto adatti alla pratica del trail running. Il progetto nasce come un sistema, replicabile in diverse aree geografiche, che offre una connessione di percorsi, servizi e strumenti che parlano lo stesso linguaggio. In questo modo, vogliamo incoraggiare gli sportivi e il pubblico a praticare "senza stress" la propria passione per lo sport in natura immersi nella bellezza di nuovi luoghi, per un'uscita fuori porta di un solo giorno, ma anche durante un fine settimana o per organizzare una vacanza all'insegna della scoperta del territorio, correndo" ha dichiarato Jerome Bernard, sport innovation marketing global director di Vibram, durante l'evento.

VIBRAM MAREMONTANA RUNNING PARK

Il primo virtuoso esempio di questo format è il Vibram Maremontana Running Park che è stato inaugurato ufficialmente in occasione dell'undicesima edizione del Vibram Maremontana Trail, manifestazione suddivisa in tre percorsi agonistici (25 km con dislivello positivo di 1.384 m, 45 km con dislivello positivo di 2.650 m, 60 km con dislivello positivo di 3.640 m) che si è tenuto a Loano (SV) dal 25 al 27 marzo. Alle gare

agonistiche si sono aggiunte altre iniziative di corsa e camminata non competitive dedicate alla scoperta del territorio.

Sviluppato da Maremontana ASD, il Vibram Maremontana Running Park è connesso all'area di Loano, in Liguria, e si estende fino a comprendere un grande bacino territoriale che include un totale di dodici comuni, luoghi scelti come punti di partenza dei diversi percorsi ben segnalati con numeri e colori e progettati per il trail running, pensati per livelli di difficoltà differenti in termini di distanza, dislivello e difficoltà tecnica. I primi tracciati sono già fruibili e si arriverà ad avere 500 km suddivisi in 50 percorsi.

"Vibram Maremontana Running Park offre dunque percorsi, servizi e strumenti sia ai principianti che desiderano approcciarsi alle attività outdoor, ma anche agli appassionati in cerca di un luogo unico per organizzare le loro uscite", ha dichiarato Antonio Ghilino (Maremontana ASD).

APP - UNA VERA GUIDA

Già disponibile per il download sia per Apple che per Android, l'app gratuita dedicata al Vibram Maremontana Running Park contiene le indicazioni tecniche dettagliate in merito alla rete sentieristica e alle informazioni meteorologiche, turistiche e commerciali. L'app mostra la posizione dell'utilizzatore, che potrà scegliere tra una rete di sentieri e percorsi suddivisi per area tematica, tra il mare, il centro storico, le vecchie case e le chiese, scoprendo profumi e sapori, immersi nel paesaggio di Loano e dei paesi circostanti.



PAROLA DI ATLETA



Gediminas Grinius

Ospite speciale e ambassador del progetto il pluricampione di trail running Gediminas Grinius, atleta di punta del Trailrunning Team Vibram, che in merito alla sua esperienza ha affermato:

"Ho avuto modo di esplorare i sentieri del Vibram Maremontana Running Park, mi hanno portato a scoprire borghi tipici e panorami mozzafiato in un ambiente mediterraneo piacevolissimo. Lasciatevi 'guidare' correndo tra mare e monti come ho fatto io".

INTERVISTA A JEROME BERNARD,
SPORT INNOVATION MARKETING GLOBAL DIRECTOR DI VIBRAM

“Mettere in condizioni di praticare e appassionarsi in sicurezza all’outdoor. Questo il dovere delle aziende”

Il pubblico outdoor è cambiato: quali sono le caratteristiche del “nuovo” frequentatore dei sentieri?

Il pubblico non è cambiato, si è allargato. Si è solo aggiunta una nuova fetta che prima non frequentava la natura e non aveva nemmeno idea di farlo. Il Covid ha cambiato le carte in tavola, facendo evolvere la società in generale: quando è stato possibile tornare all'aria aperta, la gente è andata dove si sentiva libera di agire, di essere e di vivere. Questo nuovo pubblico ha le caratteristiche del consumatore più che dell'utente di un territorio, si comporta in natura come quando va al supermercato a far la spesa o va a teatro: giunto alla sua meta, vuole trovare i servizi che si immagina per vivere la sua giornata al meglio e in sicurezza, meno all'avventura come invece ha sempre fatto l'appassionato di outdoor. È una libertà relativa, guidata da parametri esportati dall'ambiente cittadino. Aziende e territori hanno quindi il dovere di interrogarsi su come rispondere a questa evoluzione, lavorando in sinergia. Il format running park ne è un esempio. Questo è un pubblico che va sensibilizzato, accompagnato e guidato per agevolare il suo vissuto in luoghi di sport nuovi in condizioni sufficienti di sicurezza.



propone vari percorsi, uno diverso ogni giorno, con la certezza di non perdersi e stare al sicuro è certamente attraente. Sappiamo che, seppur il trail stia esplodendo gli esperti sono ancora pochi, non possiamo puntare solo a loro. L'obiettivo è infatti quello di allargare il potenziale pubblico e per farlo bisogna mettere i nuovi praticanti nelle migliori condizioni.

Perché proprio Running Park se il target è anche di escursionisti? Conta di più il trail running per Vibram?

Il trail running è una disciplina emblematica della direzione che stanno prendendo le richieste del mercato. Leggerezza, flessibilità e comfort sono aspetti alla base dello sviluppo dei nostri prodotti, non solo per i trail runner. Il nuovo pubblico è più vicino alla scarpa da ginnastica che allo scarpone e noi dobbiamo proporre soluzioni che vanno in quella direzione, non solo per quanto riguarda prodotti ma anche iniziative.

Oltre alla presenza alla gara, quale sarà il ruolo di Vibram in questo progetto?

Il concept del Runnin Park è by Vibram, il mantenimento e lo sviluppo è del territorio che segue regole definite insieme. Con Maremontana Running Park, abbiamo una partnership di tre

anni e in questo periodo cercheremo di organizzare varie iniziative. La prima è il raduno del trail running team Vibram che darà vita a foto e video dei ragazzi offrendo mezzi di comunicazione al parco. Per il futuro abbiamo varie idee: organizzare uscite con atleti o giornate di test prodotto. È tutto in divenire.

Un progetto che punta anche a educare i frequentatori dei sentieri? Anche a livello di tutela ambientale? In che modo?

In vari modi, sicuramente il più evidente è la comunicazione sui cartelloni nei punti di partenza delle città. Oltre a una serie di raccomandazioni per la sicurezza, ci saranno anche indicazioni per la tutela ambientale. Chiaro che questo non basta ma partiamo da qui per sensibilizzare. In loco ci sarà una manutenzione continua dei sentieri tramite i comuni e le associazioni nella speranza che chi frequenterà lasci il percorso come l'ha trovato.

Per Vibram la sicurezza è sicuramente una componente importante, è quella che garantite con tutte le vostre suole. Qual è per voi il vero significato di questa parola?

Per me la sicurezza totale non esiste e non deve esistere, ma dobbiamo mettere l'utente in condizioni di esserlo. La sicurezza totale è un po' l'antitesi della libertà, la trovi per esempio nelle palestre di arrampicata, nei laboratori e la natura non lo è. Lo sport outdoor ha imprevisti che non sono controllabili, ma sta anche a noi far capire alla gente che rischi corre e come li può ridurre, per esempio utilizzando una scarpa corretta.

Il Running Park è un format replicabile in altri luoghi. Ce ne sono già in programma?

Ce ne sarebbero molti di potenziali, in Italia abbiamo posti fantastici che meriterebbero di essere valorizzati in questo modo, ma per ora preferiamo concentrarci su Maremontana. Chissà nel futuro...

Questo utente va guidato mentre vive le nuove passioni outdoor. Su quale aspetto secondo voi è più carente? Quali sono i rischi che corre?

Il nuovo pubblico non è abituato e non è in grado di gestire imprevisti tipici dell'ambiente naturale, non li conosce nemmeno. Un esempio è quando si passa dalla palestra di arrampicata alla falesia in natura: dalla sicurezza totale a un contesto potenzialmente ostile, si necessiterà di una guida e non tutti lo riconoscono. Un rischio legato all'evoluzione della comunicazione, ai social media in particolare: oggi sembra e appare tutto facile e accessibile, le persone pensano di poter replicare senza basi tutto quello che vedono. E non si tratta solo di neofiti. Ci sono infatti "esperti" dal punto di vista fisico e della preparazione che però in ambiente non segnalato, come può esserlo una competizione, non hanno le competenze per cavarsela da soli. Per questo le gare spesso impongono il materiale obbligatorio.

Che ruolo hanno quindi le aziende in questo contesto?

Questo è chiaramente un pubblico che dev'essere guidato ed educato e su questo le aziende hanno una grande responsabilità. Certo il nostro core è fare profitto e vendere prodotti. Ma dobbiamo anche fare cultura, sensibilizzare alle problematiche, aiutare i nostri consumatori potenziali, attuali e futuri ad aver la chiave per vivere al meglio gli sport outdoor e così fidelizzarli. Ci guadagniamo tutti se allarghiamo la base dei praticanti. Dobbiamo inoltre stimolare ad andare in posti nuovi e aiutare così anche la natura a respirare, evitando di accalcarsi negli stessi posti.

Qual è secondo voi l'utente che frequenterà di più un Running Park? Il neofita o l'esperto?

L'idea è di attirare un po' tutti. Il neofita che va guidato ma anche l'atleta stanco di correre sempre negli stessi posti e che rischia di perdere la motivazione. Potersi allenare in un nuovo territorio che

Salvate il camminatore

I praticanti sono sempre di più, ma hanno un prodotto pensato per le loro esigenze?

Parola a Giorgio Garello, consulente tecnico Enda Running

_ DI PIETRO ASSERETO



Il walking è in netta espansione, ma l'impressione è che non si conosca ancora bene a fondo questo mondo per quello che è davvero. C'è tanta approssimazione sia da parte dei brand, sia da parte dei consumatori, soprattutto nell'approccio al prodotto che dev'essere "solo" comodo. Ovviamente la percezione iniziale dev'essere questa, ma ci sono delle differenze importanti nelle geometrie costruttive tra i modelli da corsa e quelli da cammino perché, banalmente, sono diversi il gesto e le forze che si applicano. Abbiamo incontrato Giorgio Garello, massimo esperto per quando riguarda il camminare, e, con lui, ci siamo confrontati sulla questione e su come vi si possa porre rimedio.

Che mondo è quello del cammino?

Il mondo del cammino, purtroppo, oggi è ancora inteso solo come la passeggiata, quando in realtà è persino più grande di quello del running e si può suddividere in tre categorie. Una grossa fetta del mondo walking è in effetti costituita dai cosiddetti passeggiatori: persone che non sono schiavi dell'auto e non hanno problemi a fare spostamenti a piedi all'interno delle loro abitudini. Normalmente non hanno grandi esigenze per quanto riguarda le scarpe, basta che siano comode e, preferibilmente, con tomaie tradizionali. Un'altra categoria del mondo walking è quella dello sport & salute. Il cammino è inteso come attività legata al benessere fisico e mentale, come può essere il running per amatori non evoluti. Camminate veloci da 6/12 chilometri ogni due giorni, con outfit sportivo e scarpe da corsa ammortizzate. Infine, la terza e ultima categoria è composta da coloro che camminano come attività quotidiana, si allenano regolarmente e partecipano a gare e manifestazioni. Fino a qualche anno fa, la pratica del cammino era prevalentemente composta da un pubblico femminile. L'uomo si è avvicinato gradualmente, insieme agli ex-corridori che, per un motivo o per l'altro, non riescono più a correre e quindi hanno ripiegato sulla camminata. Cercano normalmente delle scarpe leggere e performanti, come possono essere le ammortizzate da 250/270 grammi. È un mondo senza dubbio in grande espansione.

Che ruolo hai all'interno di questo mondo?

Nel mondo del cammino ci sono entrato circa 20 anni fa, per via della specialità atletica che praticavo. Correvo infatti le ultra-maratone e quindi era fondamentale, per arrivare in fondo alle gare, accettare una "fase di cammino". C'è anche un aspetto professionale: dal 2001 al 2019 ho lavorato in ASICS. Inizialmente mi occupavo della logistica – ero manager di tutti i magazzini – poi, stanco di quel mestiere sono andato nel commerciale, dove mi hanno affidato la distribuzione del prodotto walking. ASICS è sempre stata all'avanguardia sotto questo punto di vista: già nel 2004/2005 aveva una linea interamente dedicata alla camminata. Purtroppo, il mercato non era minimamente pronto.

Ora lavori in Enda. Hai sollevato la questione dell'assenza di un prodotto per camminare?

Absolutamente sì. La filosofia odierna di Enda è di avere delle scarpe semplici come concezione. Scarpe che assimilano quasi il natural running di qualche anno fa, quindi abbastanza sottili. Una delle due scarpe road che produciamo appartiene a una categoria che è una via di mezzo tra la superleggera e l'intermedia di un tempo. Ha quindi dei requisiti che possono soddisfare, come per esempio l'anteriore. Il problema è che siamo un'azienda piccola e che, ora come ora, dobbiamo procedere a "piccoli passi" perché le cose da fare sono davvero tante.

Quali caratteristiche dovrebbe avere una scarpa per camminare?

Se parliamo di un camminatore stradale, innanzitutto, l'intersuola non deve essere esageratamente alta – con misure che possono attestarsi su 8/10 millimetri, per averne 18/20 sul retro – non troppo soffice, e l'area del tallone non eccessivamente "pastosa" da affondare troppo nella prima fase di contatto. Vi dev'essere poi una geometria di ingresso del primo appoggio che favorisca la rullata, sia dal punto di vista di mantenimento dell'omogeneità del gesto, che per ridurre l'effetto frenata che si ha quando il tallone impatta col terreno. La flessibilità anteriore della scarpa dev'essere ben evidente nella zona che va dai metatarsi alle dita. Necessariamente ci dev'essere una buona stabilità mediale: quindi, gli inserti per contenere l'eccessiva pronazione vanno benissimo, non tanto per la naturale pronazione in sé ma per ridurre l'effetto torsionale che le scarpe più sottili e leggere hanno proprio a causa dei loro spessori. Per quanto riguarda la tomaia, dev'essere in linea con quello che offre oggi il mercato nei modelli road ma non knit; è quindi necessario un rinforzo nell'area del primo dito che nel gesto del cammino risulta normalmente iper-esteso verso l'alto e che incide sul cedimento della tomaia e crea il classico "buco" (evento percentualmente molto alto nei camminatori in confronto ai podisti). Se invece ci riferiamo al mondo off-road, quindi in un contesto di parchi, argini fiume, collina e media montagna e sui sentieri con un fondo non troppo disomogeneo, i modelli da trail sono un'eccellente soluzione, evitando però quelli alti di intersuola o con la stessa troppo rigida a livello mediale e anteriore.

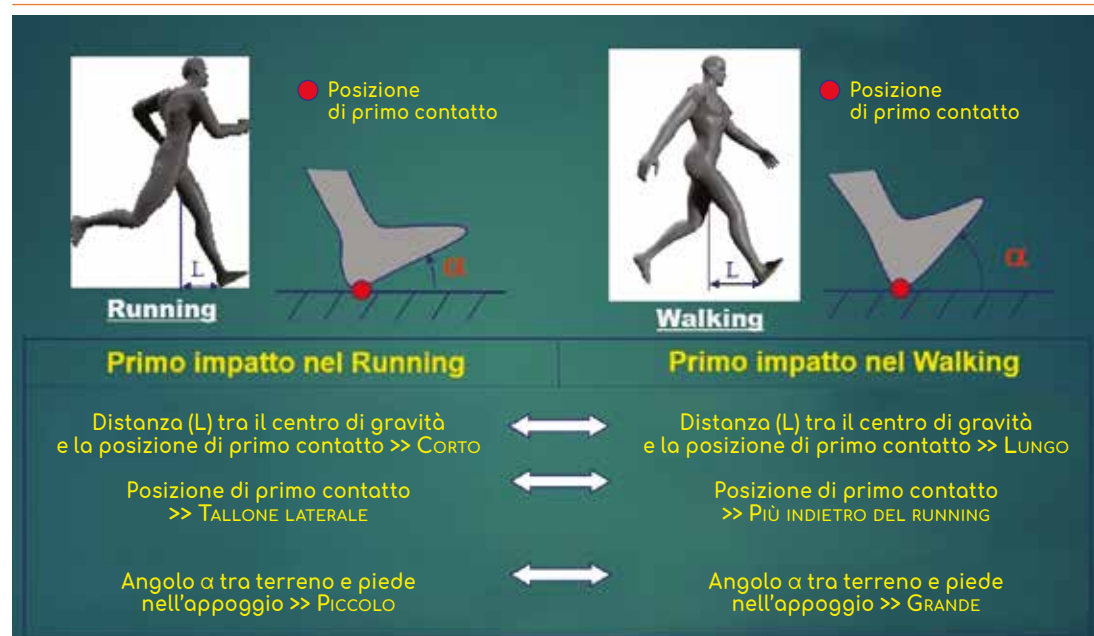


Giorgio Garello,
consulente tecnico
Enda Running

Cosa dovrebbero fare gli operatori tecnici per educare il consumatore?

Alcune aziende e alcuni negozi, come per esempio DF Sport Specialist in Lombardia, hanno iniziato a fare "scuola". Finita la giornata lavorativa si smonta il negozio, lo si fa diventare un'aula magna e si passa la serata insieme ad alcuni professionisti parlando di determinati argomenti. L'educazione si fa in questo modo, entrando in contatto con le persone e instaurando un rapporto. Ci vuole costanza però, un piano d'investimento ben definito che dev'essere portato avanti.

DIFFERENZE DI IMPATTO COL TERRENO TRA CORSA E CAMMINO



Fonte: #sentieridiversi



MAGNIFLY 4

Il drop 0 per tutte le distanze



Avampiede ampio



Drop 0mm



Calzata sicura e fasciante



Tomaia traspirante



Provare per credere

Il 10 maggio si svolgerà l'evento milanese di Saucony dedicato alla running community. Per testare la nuova Ride 15, gli atleti e gli ambassador del brand guideranno una corsa al Parco Sempione all'insegna del divertimento e del benessere

_ DI CRISTINA TURINI

L'appuntamento di Milano rientra nel programma degli eventi presenti in tutta l'area EMEA, organizzati dal brand per permettere ai runner locali di testare sul campo l'ultima versione della Ride. Dopo le prime tappe di Londra, Parigi, Barcellona e Monaco, sarà la volta di Milano e per l'occasione l'azienda ha scelto l'iconica location di Parco Sempione, all'interno del quale verrà allestito uno speciale spazio dedicato in cui si potranno provare le scarpe scegliendo i percorsi nell'area o sessioni su tapis roulants assistiti da personal trainer, oltre a ricevere consigli da professionisti del settore. Le corse si snoderanno su due diverse distanze: una tech race di 10 km guidata da tre atleti Saucony - Pietro Arese, Lorenzo Beccaria e Giuseppe Leonardi - e una fun race da 5 km guidata dai brand ambassador.

La tappa milanese ruoterà intorno a uno spazio espositivo pop-up appositamente posizionato per coinvolgere i runner che si iscriveranno all'evento ma anche i curiosi e i passanti. Il tour, in pieno spirito Saucony, mette al centro la running community e il potere trasformativo della corsa: correre per il benessere non solo fisico ma anche mentale; per spingere i propri limiti, per fare gruppo e condividere fatiche, allenamenti, gioie e conquiste.

L'evento è aperto al pubblico e sarà possibile partecipare iscrivendosi tramite la sezione dedicata sul sito ufficiale del brand scegliendo orari e percorso. Ogni iscritto potrà testare la nuova Ride 15 ed essere uno dei fortunati vincitori di una delle numerose paia messe in palio per l'occasione.

_ In Saucony crediamo fortemente nel potere della corsa e nel modo in cui essa connette le persone. Indossare scarpe nuove e correre insieme alle running community locali è ciò che amiamo e ciò che vogliamo celebrare con le nostre Switch Up Stations in tutta Europa in occasione della presentazione della nuova Ride 15. Non vediamo l'ora di far conoscere questo modello nella tappa italiana di Milano - città della moda, del design e della corsa - correndo e divertendoci con i runner locali.
Florian Sievers, Saucony marketing director EMEA



RIDE 15

Completamente riprogettata, la nuova Ride 15 è il connubio perfetto tra comfort, design e leggerezza per un'esperienza di corsa completa. Ancora più leggera, morbida e ammortizzante colpisce per il look audace e l'altezza implementata.



Al via della Sunset anche Marco Olmo

... che, alla veneranda età di quasi 74 anni, non perde un colpo
e mette dietro tanti atleti che potrebbero essere addirittura suoi nipoti

— FOTO: LUCA PISTONE E PRATO NEVOSO MARKETING

Può far strano vedere ancora qualche foto di running su neve in questo periodo, ma con questi scatti che arrivano freschi freschi della Sunset Running Race, la storica 10 km che si corre ogni fine inverno sulle piste da sci di Prato Nevoso (CN), vogliamo salutare una stagione invernale particolarmente scarsa di precipitazioni ma ricca di eventi. Poi succede, come è successo in occasione di questa bella gara, che nei primi giorni d'aprile, le temperature scendono bruscamente e una leggera nevicata imbianchi ancora tutto, trasformando i primi giorni di primavera nell'inverno che non si era ancora visto.

IL PERCORSO

La Sunset Running Race, in questa sua undicesima edizione, si è corsa su un percorso completamente ridisegnato al fine di correrla totalmente su neve. Una partenza decisamente brusca, una lunga salita sulle piste da sci ben battute, un primo passaggio dietro la cima di una seggiovia a sei posti, poi in discesa fino a incrociare e prendere una stradina anch'essa ben battuta, un risalire costante di poca pendenza, una rampa finale nei pressi della cima dell'arrivo di una modernissima telecabina, un coreografico passaggio vicino a un'enorme scritta che inneggia al nome della telecabina stessa, poi giù per una lunga e divertente strada che riporta tutti là dove si era partiti, con un unico anello di otto chilometri per 500 metri di dislivello attivo.



Maurizio Basso

I VINCITORI

Sotto una miriade di fiocchi che hanno accompagnato i runner su tutto il percorso, è un velocissimo Saverio Bavosio a tagliare per primo il traguardo precedendo Elia Bongiovanni e Maurizio Basso. Tra le donne, arrivo in parata trionfale delle gemelle Luisa ed Enrica Dematteis, cugine dei più noti gemelli Martin e Bernard (primo e terzo nell'edizione 2021), mentre al terzo posto si piazza un'ottima Laura Mazzucco, anche vincitrice della categoria over 50. Tra gli over 50 uomini, invece, s'impone Flavio Ferrero, davanti a Elio Griseri e Roberto Baudracco. Da segnalare poi l'ottima prova dell'incredibile e ineguagliabile Marco Olmo che alla veneranda età di quasi 74 anni, non perde un colpo e mette dietro tanti atleti che potrebbero essere addirittura suoi nipoti.



Le gemelle Luisa ed Enrica Dematteis



Marco Olmo



Mauro Paluello,
buyer e venditore

Non si finisce mai di imparare

A dimostrarlo è Mauro Paluello di Run Tech di Padova che, a 67 anni e dopo una carriera di dirigente d'azienda, ha aperto cinque anni fa il punto vendita. La sua preparazione sul mercato running e sul mondo gare è sconfinata, ma non gli basta. Infatti, un nuovo business è in arrivo

— DI CRISTINA TURINI

Sul sito internet del negozio c'è un'intera sezione chiamata "I consigli di Mauro", un vero e proprio vademecum sul running per i neofiti e non, che tratta tutti gli argomenti della disciplina, dalla prova dell'appoggio all'integrazione, alla corsa in montagna fino alla motivazione. Questo è sicuramente il punto di forza del negozio. L'esperienza e il know-how che Paluello ha riversato in digitale, la si può trovare tutti i giorni entrando nel punto vendita: dalla scarpa da trail più adatta in base ai percorsi che si vogliono affrontare, a come si snodano i tracciati delle gare su strada, anche le meno conosciute. E poi con la società Run Padova ASD, che raccoglie numerosi iscritti e gruppi di allenamento che hanno come punto di ritrovo il negozio, la presenza alle manifestazioni podistiche non manca mai, motivo per cui Run Tech è molto conosciuto sul territorio. Per uno sportivo come Mauro, che tra gli altri sport ha praticato nuoto e immersioni, mettersi continuamente alla prova non è affatto un problema. Del resto "tuffarsi" nel mercato del running dopo essere stato dirigente d'azienda, implica un'attrazione speciale per le sfide. Ed eccone quindi arrivarne un'altra: il padel, con prodotti recentemente introdotti nel punto vendita. Ma non è tutto.

"Se Run Tech sta avendo un riscontro positivo è perché conosco bene ciò che vendo e sono il primo a utilizzarlo. Inizierò quindi a giocare a padel sperando di appassionarmi, perché bisogna essere onesti con i clienti: per poter vendere prodotti con un certo entusiasmo, bisogna conoscerne appieno le caratteristiche"

La parola a Mauro Paluello.

Da che tipo di esperienza lavorativa provieni?

Provengo dallo stesso settore, ma prima ancora di entrare nel mercato del running ero dirigente d'azienda.

Come è nata l'idea di aprire Run Tech?

Ho sempre desiderato creare una realtà dove poter gestire da titolare gli acquisti, cercando brand innovativi, per esempio che seguissero la filosofia del natural running. La ricerca continua di novità sia nei materiali che nei tessuti mi ha spinto a voler intraprendere questo percorso, insieme alla passione per lo sport e per il mondo gare che seguo con costanza, siano esse road o trail.

Come si è evoluto il negozio in questi anni?

Diciamo che siamo al quinto anno di vita, la realtà non si è ancora consolidata del tutto. Ma il mercato sta premiando la no-

stra professionalità e la passione. La presenza costante alle manifestazioni podistiche poi ha contribuito alla crescita continua del punto vendita.

Che tipo di esperienza vuole essere quella del tuo negozio?

Vogliamo offrire al cliente un'esperienza d'acquisto qualitativamente superiore e puntiamo molto sulla fidelizzazione, che arriva di conseguenza.

Come descriveresti il runner tipico della tua zona con tre parole?

Direi non un top runner, piuttosto tanti clienti che in questo periodo storico avvicinano la corsa e la camminata avendo come obiettivo il benessere, come i neofiti del trail running. Si va dai principianti ai podisti medi-evoluti che sono senz'altro più esigenti.

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

Sicuramente le attività fisiche outdoor e in natura, come il trail running e l'escursionismo.



Quanto incidono i camminatori sulle vendite?

Incidono per il 35%.

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

Da un punto vendita il cliente si aspetta che lo specialista abbia una certa esperienza sui prodotti e allo stesso tempo possa dare consigli tecnici. E poi ciò che fidelizza i clienti è anche l'esperienza sul campo di gara. Sia essa una maratona o un'ultra trail. Sono davvero tante le competizioni di cui posso parlare a chi entra in negozio e vuole informazioni in merito.

Che rapporti hai stretto con le aziende running?

Sono in ottimi rapporti con tutti i brand.

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

Con Mizuno, 361°, Saucony e Topo Athletic.

Quali sono state le innovazioni prodotte nelle ultime stagioni?

Una delle più interessanti riguarda i prodotti che sposano la filosofia del natural running. Per quanto riguarda invece il punto vendita, andiamo avanti inserendo in negozio anche la disciplina del padel.

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?

Solo il cliente evoluto cerca la qualità, come quella di Craft e Odlo. Ma in generale la scelta dell'abbigliamento ricade ancora su Decathlon, nostro malgrado. Da noi prevale ancora la vendita della calzatura running, anche per il tempo libero.

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

I top runner sono destinati a diminuire. Cresceranno i camminatori e si alzerà la fascia d'età dei clienti. Ci sarà un aumento del trail running inteso però come escursionismo, come il cammino di Compostela, la via degli Dei, la via Francigena, etc.



SCHEDA TECNICA

Nome: *Run Tech*

Indirizzo:

via Castelfidardo, 43

35141 - Padova

N. telefono: *049.2133493*

E-mail: *runpadova@gmail.com*

Sito: *runtechpadova.com*

Facebook: *@runtechpadova*

Pagina Instagram:

@runtechpadova

Gestione magazzino: *digitale*

Titolare: *Mauro Paluello*

Nascita dello shop: *2017*

Vetrine: *3*

Mq totali: *85*

Mq calzature: *60*

Mq abbigliamento: *25*

Discipline trattate:

running, trail running,

nordic walking,

padel

MARCHI RUNNING & TRAIL

Calzature:

adidas, Altra Running,

Brooks, Icebug, La Sportiva,

Mizuno, Karhu, Saucony,

Topo Athletic, 361°

Abbigliamento:

Craft, Macron, Mico, Mizuno,

Newline, Odlo, Oxyburn

Attrezzatura:

Diablo, Masters, Nike

TRAIL RUNNER FREE

THE WORLD'S MOST COMFORTABLE HEADLAMP

Trail Runner Free is a new line of iconic headlamps. These headlamps are designed for running and feature a new technology where the power cable is integrated into the headband. This, in combination with soft textile details, enables a unique comfort experience for all runners.

Trail Runner Free comes in three different versions, Trail Runner Free, Trail Runner Free H and Trail Runner Free Ultra. They all carry the same light unit and equipment, the difference lies in the batteries.



SILVA
www.silva.se/de/
@silvaglobal

UN GIOCO (ANCHE) DA “RAGAZZE”

Crescono sempre più le quote rosa all'interno della disciplina. A tracciare la panoramica è Espresso Communication per Z Padel Club, secondo cui solo in Italia ci sono ben 4 giocatrici ogni 10 appassionati

DI SARA CANALI

Non si affievolisce la cavalcata del padel che, anche nel nostro Paese, fa registrare una crescita di campi da gioco pari all'8% alla fine del 2021. Dato ancora più interessante è quello che riguarda l'interesse che la disciplina riscuote tra le donne, coinvolgendo sempre più atlete, ma anche personaggi dello spettacolo o semplici appassionati. A tracciare la panoramica di questo trend è Espresso Communication che, attraverso una serie di ricerche condotte sulle principali testate internazionali del settore, ha analizzato il crescente interesse femminile verso la disciplina. La ricerca è stata commissionata da Z Padel Club, la startup innovativa reduce dalla realizzazione di due club temporary presso i quali sono state organizzate diverse attività e iniziative anche a sfondo rosa.

LE QUOTE - Sugli attuali 5mila campi presenti nella Penisola, sono sempre più le quote rosa che si danno appuntamento per sfidarsi a suon di racchetta. Come racconta il quotidiano spagnolo El País, le donne compongono il 32% dell'intero panorama degli atleti della Federazione iberica. In Francia alla fine del 2021 si contano quasi 2mila giocatrici classificate nel ranking nazionale e, su 1.248 tornei totali organizzati nel corso dello stesso anno, il 21% era "totally female". Secondo un articolo pubblicato sul The Guardian sia ragazze sia donne over 60 iniziano a prendere confidenza con il campo da padel in Italia. France24 realizza un approfondimento a 360° sullo sviluppo della disciplina sportiva di racchetta nel nostro Paese: stando a quanto indicato dall'emittente televisiva transalpina quasi 4 praticanti su 10 in Italia (35%) fanno parte del gentil sesso. Inoltre, secondo gli ultimi dati rilasciati dalla FIT - Federazione Italiana Tennis in merito alla disciplina del padel, a fine dicembre 2021 risultavano quasi 10mila le donne tesserate. Il trend si conferma forte anche sui social: sono innumerevoli, infatti, i post pubblicati su Instagram dalle appassionate con l'hashtag #padel. Dalle piattaforme social emergono sempre più celebrities che si sono messe in gioco a suon di colpi e tecniche: da Melissa Satta a Miriam Leone, da Viky Varga a Federica

Nargi, da Costanza Caracciolo a Chiara Carcano fino a Laura D'Amore e Diletta Leotta.



Sopra, Chiara Carcano



Melissa Satta con Federica Fontana

Un altro media che ha comunicato spunti interessanti alla scoperta del mondo "total pink" è stato Digital Sevilla. Il portale d'informazione andaluso realizza un vero e proprio approfondimento a tutto tondo sui consigli utili per imparare a giocare a padel e, tra questi, emerge la tendenza a utilizzare i video che mettono in mostra atlete sia professioniste sia amatoriali. Le donne, a differenza dei maschi, giocano molto di strategia piuttosto che di potenza e questo, soprattutto all'inizio, risulta fondamentale per apprendere al meglio i segreti dello sport del momento. E ancora, El Español mette ulteriormente in prima linea le padel ladies affermando che l'edizione 2022 del World Padel Tour sarà unica nel suo genere grazie al maggior numero di tornei femminili mai organizzati all'interno della manifestazione internazionale.

Per concludere, l'intervento di Cecilia D'Ambrosio, presidente della Federazione monegasca di padel: "Non è un caso che questa disciplina sia sempre più popolare tra le donne. La crescita del padel femminile può essere vista a tutti i livelli, sia dal punto di vista amatoriale sia a livello professionistico, dove il panel dei tornei femminili si sta sviluppando molto rapidamente. L'aumento della presenza rosa sui campi è determinato da diversi fattori. Lo sport è divertente e può essere giocato anche a quattro: questo è un punto a favore delle donne perché adorano praticare discipline sportive di gruppo. Ma non è tutto, infatti, in Francia, al fine di soddisfare le esigenze delle singole giocatrici, la Federazione conferisce loro la possibilità anche d'iscriversi a tornei maschili in base al livello di preparazione delle singole atlete. Da ricordare inoltre il fattore adattabilità: il padel, infatti, risulta inclusivo proprio perché tutti riescono a mettersi in gioco senza difficoltà. Considerando quanto affermato fino a ora e l'inevitabile aumento del numero di atlete, le Federazioni saranno chiamate a scendere in campo con l'obiettivo di organizzare più tornei femminili".

I PROTAGONISTI



"Il padel è uno sport semplice e proprio per questo risulta estremamente inclusivo. In quanto realtà di spicco del settore, abbiamo avuto modo di organizzare sia iniziative e lezioni formative per giocatrici amatoriali in compagnia di maestri qualificati sia tornei con atlete di livello internazionale nei nostri club temporary. Ma non è finita qui perché in futuro, in occasione delle prossime inaugurazioni, emergeranno nuove attività inclusive per avvicinare sempre più donne, appartenenti a un target ampio, al mondo del padel"

Marco Maillaro,
socio fondatore di Z Padel Club

"Sui campi vedo sempre più ragazze. Non conoscevo il padel e non avevo mai praticato sport di racchetta, ma l'ho trovato subito molto stimolante perché mi dà l'opportunità di muovermi e, soprattutto, di divertirmi. Ho avuto una grave polmonite bilaterale per via del Covid-19 e, proprio per questo, non godevo di ottima saturazione. La soluzione è stata il padel, disciplina grazie a cui sono tornata in forma. Oltre che essere molto divertente, è anche sport inclusivo e mi ha permesso di inserirmi al meglio in una metropoli come Milano. Quest'anno ho avuto anche il piacere di organizzare il torneo «Donne al centro», il cui ricavato è stato donato a sostegno di un'associazione contro la violenza di genere"

Sarah Maestri, attrice (tra i tanti film, anche di "Una Notte prima degli Esami"), oltre che giocatrice amatoriale Babolat



PADEL TREND EXPO

*A Roma, dal 16 al 18 settembre,
il primo grande evento italiano interamente
dedicato allo sport del momento.
Previsti oltre 15.000 visitatori e 500 buyer
in una tre giorni di business e spettacolo*

DI MANUELA BARBIERI

Dal 16 al 18 settembre, la sempre più numerosa community del padel si riunirà a Roma al Palazzo dei Congressi per il primo grande evento italiano interamente dedicato allo sport del momento. Previsti oltre 15.000 visitatori e 500 buyer.

Padel Trend Expo 2022 - kermesse che si pone come un vero e proprio marketplace dalla doppia matrice B2B e B2C - è un evento firmato da Next Group con la sua controllata Padel Trend Srl, nato dalla collaborazione con la Federazione Italiana Tennis. Un'importante opportunità di networking - incontro, dialogo e interazione - che ha l'obiettivo di richiamare appassionati provenienti da tutto il mondo, oltre ai principali operatori della filiera: aziende produttrici di racchette, abbigliamento, scarpe, palle, accessori ma anche costruttori di campi e coperture, fornitori di servizi, tecnologie e soluzioni innovative per la gestione di un club.

Grazie al supporto strategico della Federazione Italiana Tennis, durante la tre giorni non mancheranno le esibizioni sui campi allestiti di grandi campioni internazionali, vip e special guest. E, inoltre, convegni, tavole rotonde, corsi di formazione e molto altro ancora che verrà svelato nei prossimi mesi.

Previsto anche l'allestimento di aree ad hoc per la realizzazione di workshop aziendali e per facilitare gli incontri one-to-one & one-to-many tra le aziende e i clienti, che potranno visionare le collezioni e i prodotti offerti dai vari brand presso gli stand espositivi.

Spazio, infine, anche alla convivialità. Una suggestiva terrazza, dove bere un cocktail o scambiare due chiacchiere sotto il cielo di Roma, sarà infatti teatro di un party dedicato alla padel community.

*"Con Padel Trend Expo 2022 colmiamo un vuoto.
Questo straordinario sport aveva bisogno qui in Italia di un
punto di incontro capace di aggregare le aziende del settore,
le istituzioni di riferimento e i tanti appassionati"*

Marco Jannarelli,
presidente di Next Group

*"Per la Federazione Italiana Tennis è importante
far comprendere ai tantissimi circoli in cui già si pratica
il padel quali sono i vantaggi dell'entrare a far parte di una
federazione in termini di organizzazione e governance.
I numeri sono importanti: in Italia queste realtà sono circa
1.600/1.700. Attualmente, però, solo il 50% di esse
è affiliato FIT. Vorremmo salire almeno all'80%"*

Gianni Milan,
vicepresidente FIT con delega al settore padel



I NUMERI DELLA "PADELMANIA"

IN ITALIA

OLTRE 1.000.000
APPASSIONATI

OLTRE 350.000
PRATICANTI

DA 15.000 NEL 2020
A 70.000 NEL 2021
TESSERATI FIT

OLTRE 5.000
CAMPI DA GIOCO

NEL MONDO

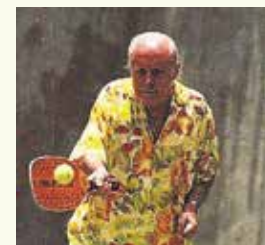
25.000.000
PRATICANTI
SUDDIVISI IN MANIERA OMOGENEA
IN 95 PAESI

**SPAGNA, FRANCIA,
FINLANDIA, SVEZIA**
PAESI EUROPEI DOVE È PRATICATO
MAGGIORMENTE

EMIRATI ARABI. QATAR
PAESI IN MAGGIOR
ESPANSIONE

COM'È NATO IL PADEL

Il padel è nato quasi per caso nel 1969 in Messico, dall'intuizione del magnate Enrique Corcuera che, non riuscendo a sfruttare al meglio alcuni spazi interni alla sua dimora a Puerto de Acapulco per realizzare un campo da tennis, optò per una struttura di dimensioni inferiori, delimitata da una muratura e da alcune reti metalliche. Realizzò, di fatto, un campo molto simile a quelli attualmente utilizzati per giocare a padel, sport che ha ereditato molte regole simili a quelle del tennis.





Nell'estremo sud dell'Albania

Con Marco Liprandi, maestro di sci in inverno, trail runner in estate

— TESTO E FOTO DI DINO BONELLI

Ci sono posti cosiddetti da cartolina, che quando li vedi in foto dici: "Lì ci voglio andare"; e così fu quando vidi, sul web, gli splendidi colori del mare di Ksamil, nell'estremo sud dell'Albania. Acque color turchese che non hanno nulla da invidiare alle blasonate Seychelles o a quelle di qualsiasi isola caraibica, circondano e accarezzano le tante spiaggette che con le loro mezzelune sabbiose s'incastano nel centro abitato di Ksamil. Un centro urbano, sciatto e a tratti anche sporco e mal tenuto, sarà perché siamo a ottobre ed è bassa stagione, ma è così. Ma da questo disordine, qua e là, si elevano idilliaci quadretti da incorniciare. Un violento temporale ha parzialmente pulito un cielo grigio che non permetteva al sole di far esaltare il turchese del mare, ma ora tutto sembra ritornato a splendere di luce propria e di quella riflessa.

ISPEZIONANDO LA COSTA DI CORSA

Lo abbiamo già detto e lo ripetiamo, per conoscere bene una zona, il modo migliore è perlustrarla di corsa. Allora io e Marco Liprandi, il giovane amico trail runner ora in versione compagno di viaggio, iniziamo a ispezionare la costa, un po' via strade asfaltate e stradine sterrate, e un po' sulla spiaggia. La sabbia è di un granello chiaro, grosso e sfaccettato, e tra una battigia e l'altra sorgono rocce e scogli che diventano l'ostacolo divertente per le

nostre gambe allenate sui percorsi di montagna. Quando lo scoglio è particolarmente irto e o scivoloso, l'utilizzo delle mani è fondamentale, ma anche in questo il continuo esercizio sui monti ci ha discretamente impratichiti. Ogni tanto un fossato è lo spunto per un salto, altre volte un camminamento, spesso stretto e tortuoso, si immerge nel verde di una natura rigogliosa e a tratti spinosa, per sbucare nella baia successiva. Il mare calmo ci mostra tutti i colori della sua bellezza autunnale: in giro non c'è più nessuno, le tante strutture turistiche sono quasi tutte chiuse, la quiete regna sovrana. Di tanto in tanto ci fermiamo a fare qualche foto o ci sfidiamo in uno scatto per raggiungere un cartello o una qualsiasi cosa dichiarata come meta della provocazione. Dopo aver gironzolato per un paio d'ore quindi, nel rientrare in hotel, posto su un'altura poco fuori dal centro e vicino a Paradise Beach (dove torneremo più volte per fare il bagno), ci lanciamo nell'ultimo testa testa sul ripidissimo arrivo finale che, dall'estrema pendenza, soprannominiamo "Mortirolo". Ovviamente ad avere la meglio sono sempre le giovani gambe di Marco, ma io mi godo un ottimo e onorevole secondo posto.

Nei giorni a seguire, ci concediamo anche una gita turistico culturale nella vicina Butrinto, un insediamento abitato fin dai tempi della preistoria, poi città appartenente alla civiltà illirica e ora sito archeologico in buono stato di conservazione.



SUL PROSSIMO
NUMERO
vi porteremo
sul circuito
del Gran Premio
di Monte Carlo, nel
Principato di Monaco



EVERY
RUNNER
EXPLORES



INFO: Sport Leader s.r.l.
mail: info@sportleader.pro
tel: 0171413175

ENJOY EVERY MILE

GLIDE MAX



salomon

TIME TO PLAY