

Running

MAGAZINE



DATI & STATISTICHE
Cosa pensano
i runner della corsa?

FANSOMETRO
Una gara
a suon di like

SCARPA DEL MESE
Craft
Pure Trail

SPECIALE UTMB
Edizione a stelle e strisce
per la Dacia Ultra Trail
du Mont Blanc

IO APRO PERCHÉ
L'Angolo Sport
di Loreo (RO)

CRAFT

ONE STEP FURTHER

PURE TRAIL

GOAT

PURE TRAIL →

Stack
36-30

Drop
6 mm

Foam
Cr Foam

Weight
326g (EU42)

CRAFTSPORTSWEAR.COM

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

CRAFT

Running

ANNO 12 - NUMERO 9 - 2023

CRAFT

RESPONSABILMENTE

10 | Ciò a cui teniamo: il primo
bilancio di sostenibilità MagNet

DATI & STATISTICHE

12 | Cosa pensano i runner della corsa?:
il sondaggio di Brooks Running

FANSOMETRO

14 | Una gara a suon di like

SCARPA DEL MESE

18 | Craft Pure Trail

FOCUS PRODOTTO

20 | Wave Sky 7 di Mizuno
22 | Mestari Run 1.0 di Karhu
23 | TR-9000 di Joma
23 | Intense di Millet

SPECIALE UTMB

24 | Edizione a stelle e strisce per
la Dacia Ultra Trail du Mont Blanc
26 | L'Ultra-Trail Village
27 | Vibram: da quasi 15 anni... insieme
sui sentieri di tutto il mondo
28 | SCARPA: la presentazione
della Ribelle Run Kalibra

IO APRO PERCHÉ

30 | L'Angolo Sport di Loreo (RO)

RUN THE WORLD

32 | Martinica, Caraibi

RUNNING & TRAIL

34 | Bikepacking per runner



© Alexis Berg - Salomon



Filippo Grossato, titolare
di L'Angolo Sport



Ultra emozioni

Cosa pensano i runner della corsa? Lo rivela un sondaggio commissionato da Brooks Running all'agenzia di ricerche di mercato EM Onderzoek. Oltre 5.500 gli intervistati EMEA, di cui 832 italiani. Oltre ai dati EMEA generali, sono stati esaminati anche quelli specifici per Paese. Ne è emerso che l'82% degli italiani ama la sensazione che si prova dopo aver corso. Solo al 27% dei runner nostrani non piace particolarmente la corsa come attività fine a sé stessa, ma la pratica semplicemente come forma di allenamento, una percentuale nettamente inferiore alla media europea. L'Italia, inoltre, è l'unico Paese in cui le donne corrono più spesso degli uomini (il 59% delle donne corre da due a cinque volte a settimana, contro il 41% degli uomini); per il 66% la corsa è più di uno sport e il 72% vorrebbe correre più spesso; i runner italiani sono anche quelli che si annoiano meno a correre; solo il 35% degli italiani non corre perché non si sente sicuro a farlo da solo, mentre la media europea è del 55%. Insomma, dati per certi versi sorprendenti e diremmo confortanti, che ci rivelano come in Italia si corra più volentieri e anche meglio di quanto ci si immagini (anche in pista... come ha inequivocabilmente dimostrato anche il recente, bellissimo argento del nostro quartetto nella 4x100 ai Mondiali di atletica a Budapest).

Tanti come di consueto gli altri spunti che trovate nelle prossime pagine. A (ri)cominciare dal Fansometro, vero e proprio marchio di fabbrica del nostro gruppo (come La Carica dei 101). Un utile strumento che periodicamente vi proponiamo per analizzare la presenza sui social dei brand attivi nel settore running, evidenziando trend, variazioni, engagement e altri fattori. Facebook rimane la piattaforma più utilizzata, con 2.958 miliardi di persone. Seguono YouTube, WhatsApp e Instagram. La rapida crescita di TikTok non mostra segni di rallentamento. Fondamentale considerare però i dati demografici. Facebook è il social più utilizzato da Boomer (1946-1964) con oltre il 18%, Generazione X (1965-1980) e Millennial (1981-1996). Instagram si conferma l'ambiente social preferito dai Millennial e dalla Generazione Z (1997-2012). Di TikTok il report offre un quadro parziale perché l'età minima presa in considerazione sono i 16 anni e i tiktokker si trovano per la maggior parte nella fascia d'età precedente. In Ita-

lia, la classifica dei social più usati vede la conferma di WhatsApp (89,1% vs il 90,8% del '22). Al secondo posto Facebook (77,5% vs il 78,6% dell'anno scorso) e al terzo Instagram (72,9% vs 71,4%). Per i numeri relativi ai singoli marchi vi rimandiamo all'analisi delle pagine 14-15.

A proposito di numeri: davvero eclatanti quelli che riguardano la 20esima edizione dell'UTMB, che quest'anno abbiamo avuto il piacere di vivere per tutta la sua durata e che ci ha regalato emozioni davvero epiche, con la prima, storica vittoria di un americano, per il quale questa gara era diventata ormai una (piacevole o meno) ossessione: Jim Walmsley ha così sfatato questa piccola "maledizione", precedendo il connazionale Zach Miller, per una festa che si è trasformata in un trionfo a stelle e strisce con la parallela vittoria in campo femminile della strepitosa Courtney Dauwalter che a Chamonix ha chiuso il Grande Slam: Western States, Hardrock e UTMB vinte in una sola estate. Pazzesco. Non a caso proprio a questo bellissimo evento abbiamo scelto di regalare la nostra copertina. Numeri, dicevamo: otto gare, 10.000 atleti accreditati, 118 nazioni rappresentate, 2.500 volontari coinvolti, tre nazioni toccate, 487 km di tracciato balisato, 172 brand tecnici accreditati, live race no stop delle tre finali in più lingue con 2 milioni di visualizzazioni durante la diretta, oltre 2,5 milioni di interazioni sulle piattaforme dell'evento, 3 milioni di utenti raggiunti e 24 milioni di pagine viste. A tutto ciò aggiungiamo oltre 1 milione di fan sui social network ufficiali dell'evento e una copertura stampa due volte superiore a quella del 2022 con quasi 2.000 articoli pubblicati in una settimana, grazie alla presenza di 436 giornalisti accreditati e 49 influencer provenienti da 27 differenti Paesi. Cifre che rendono bene l'idea di quello che a ragione è considerata la Maratona di New York del trail e che non è così azzardato paragonare ad appuntamenti ben più grandi e mediatici come il Tour del France o il Roland Garros (guarda caso gli unici due eventi sportivi più seguiti in Francia rispetto all'UTMB). Anche la folla in alcuni punti della gara (e non solo nel centro di Chamonix) pareva quella delle grandi classiche del ciclismo. A conferma che anche il trail running si sta sempre più conquistando un ruolo prestigioso nell'Olimpo degli sport che contano (con o senza Olimpiadi).

BENEDETTO SIRONI
benedetto.sironi@mag-net.it



Editore MagNet Srl SB
Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO
Direttore editoriale: BENEDETTO SIRONI

Contributors:
MANUELA BARBIERI, CRISTINA TURINI,
BENEDETTO SIRONI, BENEDETTA BRUNI, SARA CANALI,
FRANCESCA CASSI, DINO BONELLI, MAURIZIO TORRI

Art Director: ROSANGELA BARNI

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 12 - N. 9 - 2023 - 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: MagNet Srl SB

Responsabile dati: Benedetto Sironi

Questo numero è stato chiuso il 12 settembre 2023

Equipe Sestriere XT. Grounded on nature.

Designed to guarantee maximum comfort during trail running sessions, **Equipe Sestriere XT** is provided with X-Terrain technology, able to offer maximum protection on four different surfaces: **grass, gravel, mud and wet rocks**.

Inspired by the V shape of the ibex's hoof, the sole is made of hard rubber in its lateral parts to ensure stability and adherence and high grip soft rubber in the central part.

GRASS



MUD



GRAVEL



WET ROCKS



diadora

- MERCATO -



USA: NIKE IN CALO A FAVORE DI NEW BALANCE, HOKA E ON

Anche quest'anno Nike si conferma il marchio più popolare nella vendita al dettaglio tra i giovani. Tuttavia, il suo focus nel DTC ha creato un'opportunità per HOKA, New Balance e On di ottenere più visibilità. Nike detiene infatti l'88,2% di vendite in negozio, ma con un calo del 4,1% su base annua. Un notevole aumento della quota di mercato l'ha ottenuto New Balance, marchio più popolare per il 7,7% dei negozi intervistati da BTS di Stifel e con vendite a +20% anno su anno. Solo pochi altri marchi hanno guadagnato in popolarità: HOKA, in rialzo di tre punti percentuali al 5%; On, in aumento di due punti percentuali al 3%; Under Armour, in crescita di un punto percentuale al 3%.



NEW WAVE GROUP: Q2 CON PROFITTI AL RIBASSO E VENDITE IN AUMENTO

New Wave Group, distributore di Craft, ha riportato una flessione dei profitti del 2% nel Q2 su una crescita delle vendite del 14%. Un risultato più moderato rispetto a un Q1 segnato da un +45% nei profitti e un +20% nelle vendite. Le vendite nette e i business acquisiti hanno riportato aumenti del 5% e del 9%. In Europa centrale il fatturato è balzato del 62%, mentre in Europa meridionale del 10%. Sebbene nel 2023 il margine operativo sia risultato più basso rispetto al 2022, risulta comunque superiore al target che si erano prefissati di una crescita del 15%. Inoltre, per il nono trimestre di fila le vendite nette sono in aumento e per il decimo consecutivo lo sono anche i profitti operativi.



ON: SECONDO TRIMESTRE E PRIMI SEI MESI DEL 2023 IN FORTE CRESCITA

On Holding ha annunciato i risultati finanziari per il secondo trimestre e la prima metà dell'anno, entrambi terminati il 30 giugno 2023. In generale, per il Q2 le vendite nette sono cresciute del 52,3%, i ricavi lordi del 64,4% e il margine lordo è salito al 59,5%. Per i primi sei mesi, invece, le vendite nette sono aumentate del 63,9%, i ricavi lordi dell'80,1% e i relativi margini sono passati al 58,9%. Dopo due trimestri record consecutivi nel 2023, On rimane certa della sua potenzialità di crescita. Si aspetta ora di raggiungere vendite nette per 1,76 miliardi di franchi, che implicherebbe una crescita anno su anno del 44% e un tasso di crescita della seconda parte dell'anno vicino al 30%.

- POLTRONE -

JOHN VARVATOS È IL NUOVO DIRETTORE CREATIVO DI UNDER ARMOUR



Under Armour ha un nuovo direttore creativo: John Varvatos, che da settembre ha assunto il ruolo di chief design officer. Già dall'inizio di quest'anno aveva messo a disposizione tramite consulenze la sua lunga esperienza nel settore fashion. Il manager ha infatti lavorato per marchi come Polo Ralph Lauren, Calvin Klein, Converse e il suo brand omonimo, John Varvatos. Dopo il calo delle vendite negli

ultimi trimestri, questa nomina rientra tra le strategie per risolvere Under Armour. Ad agosto, i ricavi trimestrali erano infatti scesi del 2,4% ed è diminuita la domanda di prodotti del brand in Nord America, il suo mercato principale.

- RESPONSABILMENTE -

PARIGI 2024 SARÀ LA PRIMA ECO-OLIMPIADE?



La crisi climatica sta imponendo agli organizzatori di manifestazioni sportive l'onere di diventare sempre più sostenibili. Nel caso dei Giochi a Parigi nel 2024, in tanti l'hanno già definita come la prima Eco-Olimpiade. La sostenibilità è stata un aspetto chiave nella decisione di assegnare i Giochi nella capitale francese. Per esempio, oltre a modalità di trasporto green (piste ciclabili, mezzi pubblici gratuiti e veicoli ecologici) il principale vantaggio risiede nel fatto che il 95% delle competizioni si svolgerà in sedi esistenti o temporanee, e la costruzione di poche nuove infrastrutture è sinonimo di meno inquinamento da CO₂.

ENEL GREEN POWER: UN IMPIANTO PER ALIMENTARE LE ATTIVITÀ DI ADIDAS IN EU



Enel Green Power, attraverso il team di esperti di Enel X Global Retail, ha firmato un accordo per fornire ad adidas l'energia rinnovabile prodotta da un progetto attualmente in costruzione nella provincia di Siviglia, in Spagna. Il nuovo impianto aggiungerà circa 47 MW all'attuale portfolio di oltre 90 GW di capacità installata del colosso energetico mondiale in 33 Paesi del mondo. Il progetto solare fotovoltaico situato in Spagna è in

fase di costruzione e inizierà a fornire energia alla rete nei prossimi mesi. Per un periodo di 10 anni, a partire dal 2025, adidas acquisterà circa 50 GWh/anno di energia pulita e sostenibile.

STRALUGANO, LA MEZZA MARATONA DIVENTA SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE



Questa edizione della StraLugano, che prenderà vita il 23 e 24 settembre, è dedicata alla sostenibilità. In collaborazione con la Supsi, infatti, analizzando ogni dettaglio di StraLugano è stato realizzato un report di sostenibilità in grado di monitorare e definire i molti aspetti che una gara internazionale come questa presenta. Alcuni dei punti sui quali si è andati ad agire comprendono: incremento dei punti di raccolta, medaglie e coppe

in legno riciclato al 95%, utilizzo di stoviglie lavabili e riutilizzabili, utilizzo di auto e bici elettriche, gestione dei rifiuti monouso, promozione delle mobilità sostenibile.

OBIETTIVO TRICOLORE: TORNA LA STAFFETTA PARALIMPICA DI ALEX ZANARDI



Il 9 settembre è ripartito il viaggio di Obiettivo Tricolore, la staffetta ideata da Alex Zanardi dopo il lockdown nel 2020, e che quest'anno unisce due città olimpiche come Cortina d'Ampezzo e Parigi. Dal traguardo dell'edizione 2022, Cortina d'Ampezzo, quest'anno sconfinerà in Francia e concluderà un viaggio di 22 tappe e oltre 1.600 km a Parigi domenica 1° ottobre. Protagonisti, come sempre, gli atleti paralimpici di Obiettivo3,

il progetto di avviamento allo sport per persone con disabilità nato alcuni anni fa per volontà di Zanardi. Quest'anno, oltre a discipline come paraciclismo, atletica paralimpica e paratriathlon si è aggiunta anche la paracanoa per la tappa a Mantova.

WHY RUN: GLI ALLENAMENTI DELLO STORE MILANESE



Why Run, lo store specializzato di corso Sempione a Milano, ha presentato il calendario allenamenti di settembre, per permettere ai runner di correre in compagnia con la supervisione di un team di esperti. Tutti i martedì alle 6.30 c'è la Easy Run by Why Run, per godere dell'alba per massimo 10 km; i martedì alle 18.30 ritrovo per i beginner con Run by WR&Nike; i mercoledì alle 7.00 e i sabati alle 10.30 la corsa tutta al femminile di Flying Girls Academy; i mercoledì alle 19 appuntamento con gli allenamenti tecnici degli Urban Runners; i giovedì alle 19 in programma Sport Senza Frontiere-Runner Solidali; infine, all'alba dei martedì e dei venerdì le corse impegnative della Crew District Sempione.

SCOTT E IACOPO BRASI PRESENTANO IL ROAD RUNNING TOUR



Cinque appuntamenti nell'arco di settembre e ottobre, con corsa e consigli da Scott e dal coach Iacopo Brasi. L'atleta del team Scott Running ha presentato infatti insieme al brand il Road Running Tour, offrendo ai partecipanti l'opportunità di allenarsi sotto la guida esperta dell'atleta e testare le scarpe del marchio della collezione road running, oltre a un'occasione preziosa per migliorare la propria tecnica e massimizzare le performance. Iacopo è conosciuto anche per il suo ruolo di allenatore, avendo guidato con successo atleti come Jacob Kiplimo, campione mondiale di mezza maratona. I prossimi appuntamenti: mercoledì 20 settembre da Valli Sport, Schio (VI); martedì 3 ottobre presso Gialdini, Brescia; giovedì 5 ottobre presso Verde Pisello, Milano.

UYN APRE UN ALTRO PUNTO VENDITA E SI PREPARA ALL'ESPANSIONE GLOBALE

UYN apre il suo dodicesimo store a Peschiera del Garda nel contesto del Padiglione degli Ufficiali, patrimonio dell'umanità Unesco insieme alla Fortezza. Il negozio risponde al concetto di "bio-boutique" lanciato dal brand, che si caratterizza per un'esperienza d'acquisto fortemente personalizzata, ma anche per un'attenzione particolare alla sostenibilità e un percorso sensoriale alla scoperta dei biomateriali del brand. L'inaugurazione si inserisce nel piano globale di espansione retail del marchio. Oltre agli store di Cambridge e Pechino aperti ad agosto e settembre, entro la fine dell'anno è prevista l'apertura di un flagship store a Boston. Inoltre, sono in piano progetti di nuovi store in Austria, a Salisburgo, e in Germania, a partire da Düsseldorf.





OXB
OXYBURN
LIVE MORE LIVES

OXYBURN È RUNNING.
La nostra competenza.
La tua passione per la corsa.

Scopri la nuova t-shirt Victory, ultraleggera ed extra traspirante con fibra Dryarn®.

Disponibile in 3 colori.

oxyburn.it

THE FEEL GOOD TECHNOLOGY
Dryarn
BY KIVATU



Concept & Production: Vitara Comasca

THE NORTH FACE E TRANSGRANCANARIA DI NUOVO INSIEME

Per i prossimi tre anni The North Face sarà naming sponsor della Transgrancanaria, la gara di trail running organizzata da Arista Eventos che nel 2024 segnerà la sua 25ª edizione. Questa collaborazione sancisce un passo avanti per la gara nel diventare uno dei principali eventi sportivi spagnoli. Negli anni, The North Face ha formato uno dei migliori team di trail runner. Tra questi: il quattro volte vincitore della competizione Pau Capell e l'atleta brasiliana Fernanda Maciel, che ha trionfato sull'isola anche nel 2012. La partnership è stata siglata la prima volta nel 2010. L'edizione 2024 prevede cinque giorni con sei gare: classic, 126 km; advanced, 84 km; marathon, 46 km; starter, 21 km; promo and family, 12 km; e vertical kilometer El Gigante.



CRAFT: TITLE SPONSOR DELLA TERZA ULTRA TRAIL DEL LAGO MAGGIORE



Durante il weekend di sabato 30 settembre e domenica 1º ottobre si terrà la terza edizione del Craft Ultra Trail del Lago Maggiore, con partenza e arrivo dal capoluogo piemontese di Verbania. L'evento è organizzato dall'associazione sportiva Sport Pro-Motion a.s.d., che organizza anche il MEHT – Monterosa Est Himalayan Trail di Macugnaga.

Questa gara offre distanze e percorsi di tutti i gusti: wild da 81 km/5.200 D+, brave da 52 km/3.100 D+, scenic da 37 km/2.100 D+ e sunset da 18 km/700 D+, aperta anche ai camminatori. Title sponsor sarà Craft, la new entry di questo evento. Confermata invece la partnership con il megastore Sportway di Gravellona Toce, Enervit e Ferrino.

COMPRESSPORT TITLE SPONSOR DEL VENICE LIDO BEACH TRAIL

Compressport è title sponsor della seconda edizione del Venice Lido Beach Trail, l'originale gara di 5 e 11 km organizzata da Venicemarathon e in programma nella mattinata di domenica 24 settembre al Lido di Venezia. L'evento si sviluppa tra spiaggia, dune di sabbia e pineta; molto affascinante, dunque, ma anche molto impegnativa per le diverse tipologie di suolo e per gli ostacoli che gli atleti dovranno affrontare. Inoltre, fa il suo ingresso nella manifestazione anche Craft, che insieme a Compressport firma lo smanicato ufficiale della gara. Riproposta anche quest'anno la Alì Family Run di circa 2 km, gratuita e dedicata a famiglie, bambini e accompagnatori.



ADAMELLO ULTRA TRAIL: PROSEGUE LO STRETTO RAPPORTO CON MICO SPORT



Per la sesta edizione consecutiva, dalla prima collaborazione nel 2017, Adamello Ultra Trail si lega in maniera sempre più forte al main sponsor MICO Sport. L'evento di ultra-running, in scena dal 22 al 24 settembre 2023, ripercorre i camminamenti della Grande Guerra nel comprensorio Pontedilegno-Tonale. La gara ha trovato

la propria mission nella valorizzazione degli itinerari dei Parchi dell'Adamello e dello Stelvio, fra Alta Val Camonica e Alta Val di Sole. A sua volta, MICO ha scelto i sentieri della competizione per fare da sfondo al lancio della nuova collezione SS 2024. Inoltre, sarà protagonista del pacco gara destinato ai partecipanti delle distanze di 170, 100 e 35 km.

MYTHO MARATHON DIVENTA MYTHO RUNNING FESTIVAL

La Mytho Marathon diventa un vero e proprio evento con il Mytho Running Festival, un fine settimana dedicato alla corsa a piedi con distanze e competizioni per tutti i gusti e per tutti i livelli che si svolgeranno il prossimo 29 ottobre. Si parte dalla classica distanza di 42,195 km, passando poi per la Mytho 20K Run e la Team Marathon, fino ad arrivare alla Mytho 10K Run. Quest'ultima sarà poi teatro del Campionato Italiano delle Professioni per i 14 albi selezionati e sarà gemellata con la 10K di Klagenfurt, dando vita alla 10K Run Duell, che premierà i finisher di entrambe le competizioni.



LA CITYLIFE NIGHT RUN TORNA AD ANIMARE PIAZZA TRE TORRI



Si è svolta il 15 settembre la CityLife Night Run nell'omonima piazza di Milano in compagnia di 2.500 runner. Prima della partenza ha preso vita l'exhibition-event Made to Win – Break the Lap, con protagonisti alcuni degli atleti adidas che hanno appena partecipato ai mondiali di atletica di Budapest. Ben 16 gli atleti schierati sulla linea di partenza in Piazza

Tre Torri (otto uomini e otto donne), divisi in due team capitanati da Yeman Crippa e Iliass Aouani. Venerdì 15 e sabato 16 The Running Lab ha trasformato la piazza in un villaggio di libero accesso con servizi esclusivi e consigli personalizzati per tutti i runner, frutto della collaborazione con adidas, partner tecnico della manifestazione e presente con il suo spazio dedicato agli adidas Runners.

- A T L E T I -

JOSH KERR DI BROOKS VINCE L'ORO MONDIALE SUI 1.500 METRI



Josh Kerr, membro dei Brooks Beasts, ha vinto l'oro mondiale sui 1.500 metri ai Campionati del Mondo di Budapest lo scorso 23 agosto, disputando una gara veloce che lo ha portato sul gradino più alto del podio. Il norvegese Jacob Ingebrigtsen è rimasto in vantaggio fino al rettilineo dell'arrivo, dove è stato superato dal britannico

Jake Wightman. A 200 m dal traguardo, Kerr si è portato avanti, venendo poi respinto da Ingebrigtsen per un testa a testa negli ultimi 100 m. Kerr si è staccato negli ultimi 50 m e ha conquistato la vittoria in 3'29"38 contro 3'29"65 di Ingebrigtsen. Il vincitore ha corso la gara con le Brooks Hyperion Elite LD, che saranno commercializzate nel 2024.

FERRINO WOMEN TEAM, SCELTE LE 11 PARTECIPANTI ALL'ADAMELLO ULTRA TRAIL

Lisa Borzani ha indicato i nomi delle 11 donne che, tra il 22 e il 24 settembre, correranno l'Adamello Ultra Trail con il Ferrino Women Team. La due volte vincitrice del Tor des Géants ha scelto le atlete al termine dei camp da lei condotti. Le selezionate si misureranno sui percorsi di 100 e 35 km, rispettivamente con 6.050 e 2.200 m D+. Con questa proposta Ferrino consolida il suo impegno nel mondo della corsa in natura al femminile, percorrendo un sentiero iniziato nel 2017 con l'inaugurazione del team. Per la 100 km correranno: Silvia Bonalumi, Paola Bottanelli e Silvia Tedoldi. Per la 35 km: Francesca Ferrando, Alida Foudon, Valentina Ghio, Francesca Granelli, Sylvie Grange, Chiara Guichardaz, Katia Pricco Sissoldo ed Enrica Scapin.



MG SPORT INSIEME A IL SOLE 24 ORE PER RACCONTARE LA CORSA



Il mondo del running e dell'economia s'incontrano per promuovere e raccontare la corsa come attività fondamentale per il benessere individuale. MG Sport, che con il brand FollowYouPassion organizza uno tra i più importanti circuiti italiani di gare di corsa, triathlon, ciclismo e nuoto, entra in partnership con il quotidiano di riferimento per economia, finanza e politica di tutto il Paese. Due degli appuntamenti del calendario di MG Sport vedranno Il Sole 24 Ore media partner: si inizierà domenica 5 novembre con The Loop, il primo evento running dedicato al mondo corporate, per continuare poi domenica 26 novembre con la Milano21. "Il Sole 24 Ore presta molta attenzione al mondo dello sport e lo fa consapevole non solo del valore e dell'impatto socio-economico sul territorio dello sport system, ma anche del ruolo che la pratica sportiva ha nella società - commenta Federico Silvestri, direttore generale media & business del Gruppo 24 ORE -. È per questo che ci fa particolarmente piacere supportare una manifestazione come The Loop, perché crediamo nel messaggio di inclusione e di rispetto che porta con sé".

APERTE LE ISCRIZIONI PER IL RUN HAPPY TEAM 2024 DI BROOKS



Le iscrizioni sono aperte per formare il Brooks Run Happy Team 2024, la community di runner e appassionati chiamata a diffondere con autenticità ed energia

lo spirito che da sempre rende unico il brand: "Run Happy". Il programma, nato solo qualche anno fa, unisce runner di tutto il mondo e oggi conta centinaia di ambassador con un chiaro obiettivo: ispirare le persone a correre ed essere più attive, e quindi felici. I requisiti quindi sono sempre gli stessi; essere appassionati di running a 360° gradi, indipendentemente dal livello di esperienza, esprimere con sincerità le proprie emozioni, coinvolgere la community e aiutare le persone a raggiungere una versione migliore di sé stessi. I runner selezionati avranno la possibilità di testare gli esclusivi prodotti Brooks in anteprima, usufruire di uno sconto sul sito web di Brooks e ricevere inviti agli eventi di squadra nel corso dell'anno.



Registrati qui

UN SUCCESSO ANNUNCIATO PER LA WIZZ AIR VENICEMARATHON

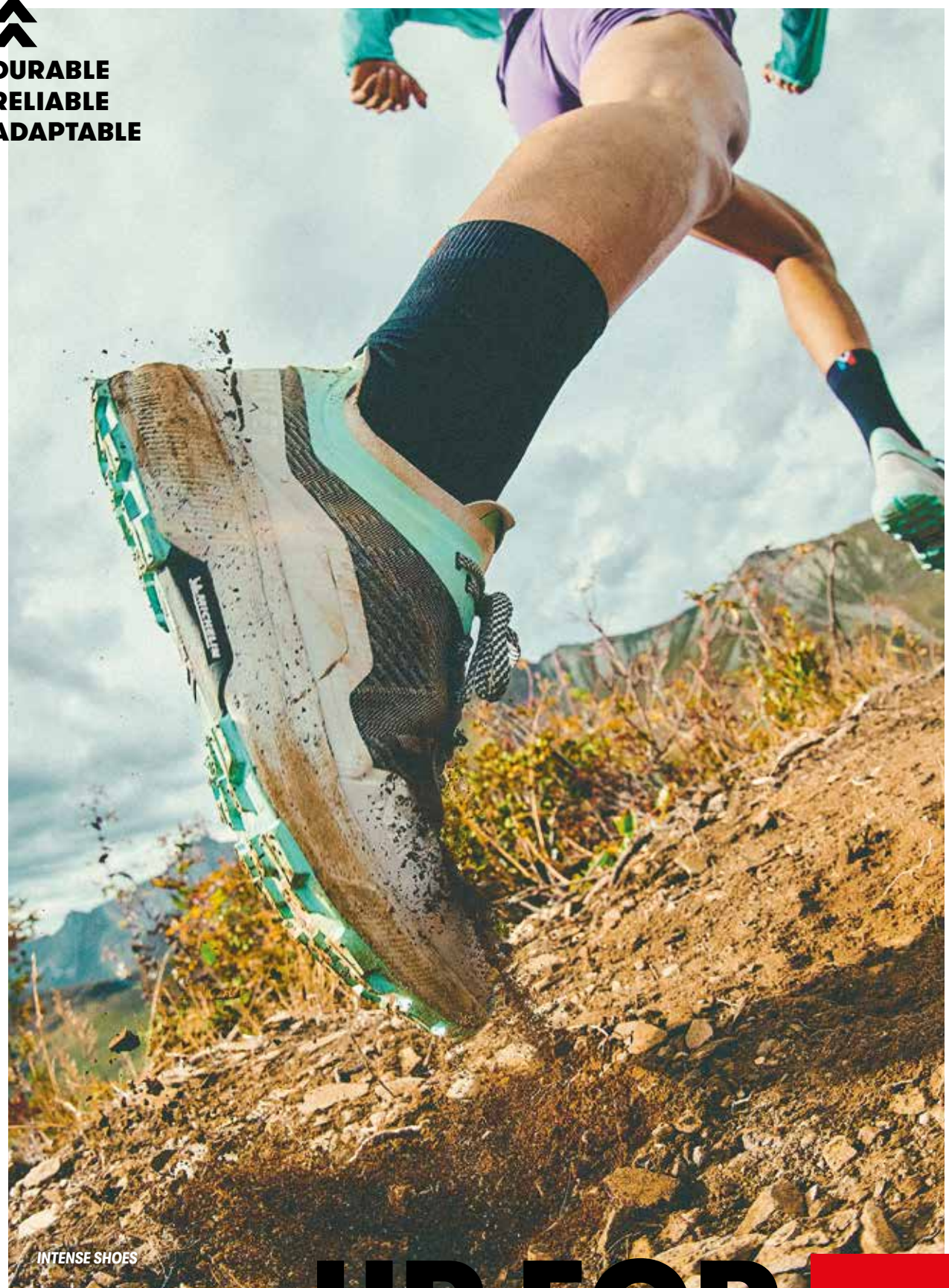
Venezia si prepara ad accogliere migliaia di runner (e non solo) alla Wizz Air Venicemarathon 42K-21K-10K, che si svolgerà domenica 22 ottobre. Se la storica manifestazione quest'anno ha un nuovo title sponsor, i format e le gare del "mese Venicemarathon" rimangono invariate, compresa la mezza maratona, introdotta per la prima volta lo scorso anno e destinata a vedere le iscrizioni in crescita. I partecipanti per le tre gare a metà settembre hanno superato i 12.500, numero destinato a salire se si considera che manca più di un mese. (Lo scorso anno il totale era di 15.000



runner, con le iscrizioni alla mezza maratona contingentate a 2.000). Un'altra novità dell'evento è la t-shirt ufficiale, con un design che ricorda molto le maglie dei gondolieri, un vero e proprio omaggio alla città. Si tratta di una t-shirt manica corta, in tessuto traspirante, a righe bianche, rosa e blu, che richiama i colori del title sponsor Wizz Air, con al centro il nuovo logo della manifestazione che combina i tre elementi chiave: il 'ferro di gondola', la corsa e la compagnia aerea. Completano la grafica i loghi dei technical sponsor 'Compressport' e 'Craft' e di S.S.D. Venicemarathon.



**DURABLE
RELIABLE
ADAPTABLE**



INTENSE SHOES

UP FOR ANYTHING



Ciò a cui teniamo

MagNet pubblica il primo bilancio di sostenibilità, relativo al biennio 21/22. Uno strumento importante a sostegno del percorso verso un futuro più leggero, simbolo dei nostri valori e della nostra dedizione

— DI FRANCESCA CASSI



La sostenibilità è un argomento infinitamente complesso, che tocca ogni ambito delle nostre vite quotidiane. Si tratta di un benessere sì ambientale, ma non solo - anche sociale ed economico. Abbiamo iniziato a parlare seriamente di sostenibilità a partire dagli Anni '90 - con la crisi climatica, energetica e della biodiversità. Piano piano, l'idea di una crisi globale sta iniziando a prendere piede nell'immaginario collettivo. Ora, si presenta sempre più necessario un cambiamento nella maniera che abbiamo di percepire le entità non-umane che ci circondano - l'aria, l'acqua, gli oceani, i ghiacciai, le foreste - ma anche quelle umane e il modo in cui viviamo. L'attuale crisi sottolinea chiaramente la rilevanza di queste entità che abbiamo sempre dato per scontate, come risorse a nostra disposizione. Una tale manifestazione ci colpisce e dovrebbe tradursi nell'intuizione di non poter più, moralmente e materialmente, trattare queste ricchezze come dei mezzi: ovvero, è necessario ormai trattarle come dei fini. Questa rivendicazione di un nuovo "statuto" rimette in questione la nostra posizione di esseri umani, e persino quella di esseri e basta. Che tipo di soggetti vogliamo essere di fronte a questo dibattito? Come vogliamo rispondervi?

Parte dell'industria outdoor e fashion cerca di rispondervi già da tempo, e si impegna nella riduzione del proprio impatto per la conservazione degli ambienti naturali dei quali si è fatta espressione. Tuttavia, il percorso è appena iniziato, e si presenta lungo e difficile; mentre gli effetti della crisi si amplificano sotto i nostri occhi.

"Le montagne sono le sentinelle del clima, [...] fragili termometri della Terra che misurano la febbre del nostro pianeta. E nelle montagne gli effetti del riscaldamento globale sono molto gravi e densi di ripercussioni", ha scritto Luca Calzolari, ex direttore di Montagne360. Per noi, che viviamo di outdoor ogni giorno, questo è dolorosamente chiaro e riteniamo non si possa più non parlarne. E questo, nell'interesse di tutti - sia di chi vende capi e attrezzature destinati all'uso in montagna, sia di chi li produce ma anche di chi li compra.



La sostenibilità non è un compartimento stagno: è un concetto che dovrebbe essere considerato sempre in relazione alla produttività, l'efficienza e la redditività di un'azienda. Proprio per queste ragioni e per il contesto in cui ci troviamo, la pubblicazione del primo bilancio di sostenibilità di

MagNet assume un valore particolarmente importante per tutti noi. Non solo come coronamento di un percorso aziendale, ma anche come conferma del commitment del gruppo a contribuire agli obiettivi di sviluppo sostenibile indicati dall'Agenda 2030, implementandoli all'interno della nostra strategia, lavoro e cultura aziendale.

Il percorso di MagNet è iniziato ufficialmente nel 2020, quando siamo diventati Società Benefit. Due anni dopo, nel settembre del 2022, siamo entrati a far parte del movimento globale delle B Corp e del Global Compact delle Nazioni Unite. Questo testimonia il nostro concreto impegno nel campo della responsabilità sociale e ambientale. Nulla di tutto ciò comunque è solo un traguardo: sono momenti di un percorso di miglioramento continuo.

Riteniamo la funzione socio-economica del bilancio fondamentale - poiché presenta e analizza in un unico documento tutti gli aspetti sociali, economici e ambientali legati allo svolgimento dell'attività di business dell'azienda. Ma non solo: ci permette di rafforzare la nostra visibilità

nella maniera più trasparente possibile e di potenziare il rapporto con i nostri stakeholder attraverso un dialogo continuo. Siamo persuasi che ci permetta anche di incrementare il senso di fiducia che la nostra community ci ha sempre dimostrato. Internamente, siamo convinti che questo bilancio vada a sostegno del senso di appartenenza dei nostri lavoratori e della consapevolezza che hanno del ruolo che MagNet ricopre nel suo settore.

Basandoci sul Global Reporting Initiative (GRI) il bilancio di MagNet è stato stilato seguendo una lista di indicatori, divisi per ambito, che raccontano l'azienda dal punto di vista economico, ambientale e sociale e forniscono informazioni sul board, sulla governance, sulle caratteristiche dei dipendenti (genere, età, inquadramento), sulla sicurezza e la salubrità dell'ambiente lavorativo, sul codice etico e su altri aspetti che permettono di conoscere l'organizzazione sotto ogni punto di vista. Il bilancio è pubblico ed è disponibile sul nostro sito, oppure scaricabile tramite il QR Code qui di fianco. Vi auguriamo una buona lettura.



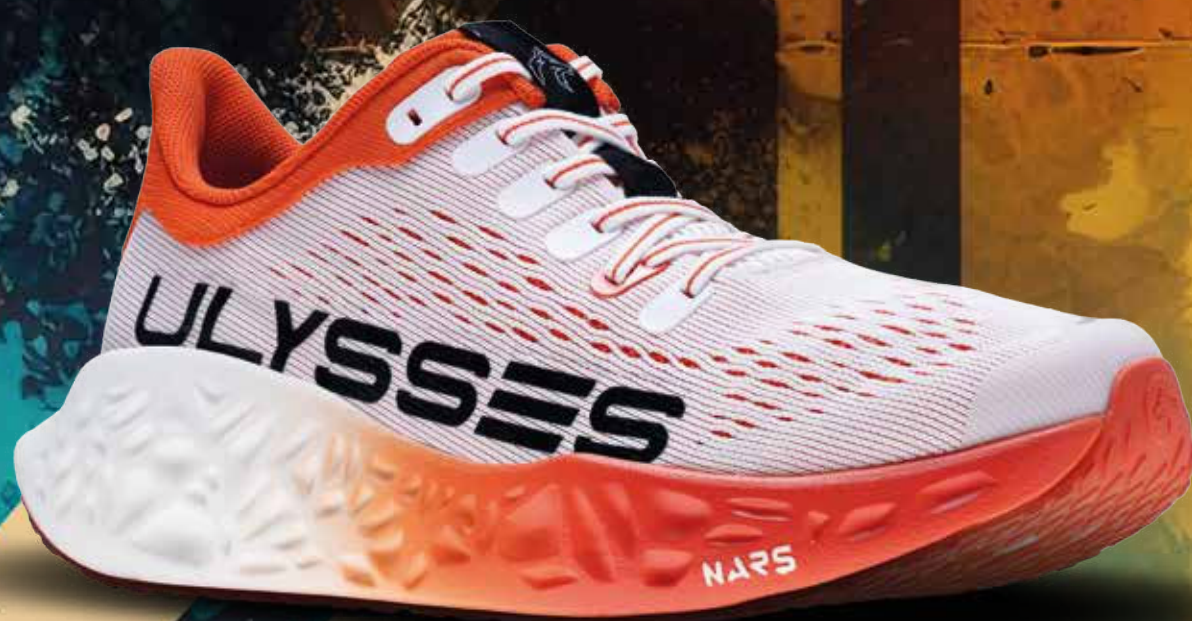
IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DIVENTA OBBLIGATORIO

La Direttiva UE 2022/2464, pubblicata il 16 dicembre 2022, va a rivedere e modificare la precedente Direttiva EU 2013/34 relativa all'obbligo di "comunicazioni di informazioni di carattere non finanziario" da parte di aziende di grandi dimensioni. Nell'ultima Direttiva si fa presente che dal 2024 la rendicontazione societaria di sostenibilità (Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD) diventerà obbligatoria per tutte le aziende con più di 250 dipendenti, un fatturato superiore ai 50 milioni di euro e un ricavo annuo di almeno 43 milioni. Ha un impatto notevole: a oggi, in Italia, sono circa 300 le aziende che pubblicano i propri bilanci di sostenibilità - aziende quotate in borsa o di interesse pubblico - il cui numero andrà ad aumentare notevolmente. Saranno

più di 6.000 le PMI italiane, e oltre 50.000 in tutta Europa, che verranno impattate dalla direttiva e che avranno l'obbligo di pubblicare il proprio bilancio di sostenibilità dal 2024, con i dati e le informazioni riferite all'anno precedente. La Direttiva ha come obiettivo di dare una maggiore rilevanza ai temi ESG, imponendone la rendicontazione all'interno della relazione finanziaria annuale, eliminando la possibilità di pubblicare tali dati in una relazione separata. Inoltre, viene richiesto che la rendicontazione sia in formato digitale XHTML e che prima della pubblicazione questa sia sottoposta ad assurance, rafforzandone l'attendibilità, una maniera simile a quanto accade con la revisione dei bilanci economico-finanziari di esercizio.



ULYSSES



HONI

WAYA

MAIKOH

3 SCARPE, 3 MODI DI VIVERE LA CORSA... Progettate dai runners per i runners!

Sviluppate tra Italia e Usa, utilizzando centri all'avanguardia per disegnare e testare le varie fasi di studio, le calzature da running **Ulysses** dispongono di concetti innovativi e rivoluzionari, con brevetto N.A.R.S. (Natural Adaptive Running System).

Il team **Ulysses** ha un occhio molto attento alla sostenibilità dei materiali e dei metodi di produzione, per tale motivo siamo alla continua ricerca dei migliori e più selezionati fornitori al mondo.

Il nostro motto è : **ENGINEERED FOR THE PLANET!**

RUN WILD

  ulysses_running

www.ulyssesrunning.com



Trail



Road



Urban



Cosa pensano i runner della corsa?

Lo rivela un sondaggio commissionato da Brooks Running all'agenzia di ricerche di mercato EM Onderzoek. Oltre 5.500 gli intervistati EMEA, di cui 832 italiani

— DI MANUELA BARBIERI

L'81% dei runner ama quella sensazione di euforia, rilassamento e benessere generale che si prova in seguito ad attività fisiche intense come il running. L'87% vorrebbe addirittura aumentarne la frequenza e il 65% pensa che la corsa sia più di un semplice sport. Sono questi alcuni dei dati emersi da un ampio studio commissionato da Brooks Running all'agenzia di ricerche di mercato EM Onderzoek. Obiettivo: saperne di più sulle abitudini, le motivazioni e le preferenze in fatto di scarpe. Oltre 5.500 sono stati gli intervistati nell'area EMEA, di cui 832 italiani.

L'attività fisica è risultata essere la motivazione numero che spinge le persone a correre, seguita dalla consapevolezza che la corsa, oltre ad aiutare a liberare la mente, permette di prendersi del tempo per sé e di stare all'aria aperta.

Non tutti, però, hanno la passione per la corsa: il 46% dei runner ha dichiarato di non amarla particolarmente, ma di farlo semplicemente per allenarsi. In Benelux, la maggior parte delle persone - per l'esattezza il 64% degli intervistati - ha dato questa risposta.

FREQUENZA DELLA CORSA

Quasi 9 runner su 10 hanno dichiarato di voler aumentare la frequenza con cui corrono. Il 70% delle persone di età superiore ai 55 anni e il 60% di quelle oltre i 65 anni vorrebbe farlo più spesso. Oltre l'85% delle generazioni più giovani (Gen Z e i Millennial) desidera correre più di quanto non faccia già abitualmente.

ACCESSIBILITÀ ECONOMICA E FLESSIBILITÀ

Più di 8 runner su 10 pensano che la corsa sia uno degli sport più accessibili dal punto di vista economico, dato che non richiede iscrizioni o abbonamenti. Le donne, in particolare, lo considerano un vantaggio, oltre al

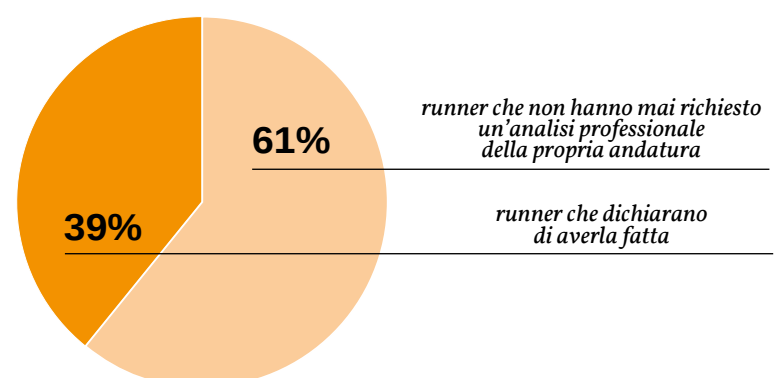
fatto che si tratta di un'attività flessibile che si può scegliere di praticare quando si ha più tempo libero. I runner apprezzano il fatto che sia sempre possibile correre, indipendentemente dall'orario o dalla situazione. Il 66%, per esempio, pensa alla corsa come allo sport che ha permesso loro di mantenersi in forma durante il Covid.

LA SCARPA DA CORSA GIUSTA

Quasi tre quarti (il 71%) delle persone intervistate pensa che sia difficile trovare scarpe da corsa comode e il 64% dei runner ha difficoltà a trovarne della misura giusta. Tre quarti dei runner intervistati (il 75%) è consapevole che ci sono differenti tipologie di calzature adatte a diversi tipi di superficie, come asfalto o strade sterrate.

ANALISI PROFESSIONALE DELL'ANDATURA

Il 61% dei runner dichiara di non aver mai richiesto un'analisi professionale della propria andatura di corsa, contrariamente al 39% che afferma di averla fatta. Le persone che percorrono distanze più brevi di solito non cercano consigli professionali.



I DATI DEL SONDAGGIO IN ITALIA

Oltre ai dati EMEA generali, sono stati esaminati anche quelli specifici per Paese. Ne è emerso che l'82% degli italiani ama la sensazione che si prova dopo aver corso. Solo al 27% dei runner nostrani non piace particolarmente la corsa come attività fine a sé stessa, ma la pratica semplicemente come forma di allenamento, una percentuale nettamente inferiore alla media europea. I runner italiani cercano in misura minore un parere professionale per analizzare la propria andatura di corsa: solo il 30% afferma di avere chiesto consulenza a una persona competente.

Altri punti salienti correlati al mercato italiano sono che:

- **l'Italia è l'unico Paese in cui le donne corrono più spesso degli uomini (il 59% delle donne corre da 2 a 5 volte a settimana, contro il 41% degli uomini)**
- **per il 66% la corsa è più di uno sport e il 72% vorrebbe correre più spesso**
- **tra tutti i Paesi, i runner italiani sono quelli che si annoiano meno a correre**
- **solo il 35% degli italiani non corre perché non si sente sicuro a farlo da solo (la media europea è del 55%).**



RUN. LONGER.



Photo by: Olaf Pignataro Athlete: Nicola Giovanelli

BOA® DIALED IN.
PRECISION FIT.

- **PRECISO**
MICROREGOLAZIONI PER UN FIT PRECISO
- **AVVOLGENTE**
MIGLIORA L'EFFICIENZA DELLA CORSA E
RIDUCE L'IMPATTO DELL'ATTERRAGGIO
- **SICURO**
PROGETTATO PER OFFRIRE LE MASSIME
PRESTAZIONI NELLE CONDIZIONI PIÙ DURE

JACKAL II BOA®

Affronta ogni tipo di terreno, oltre il tempo, oltre la distanza. Massima stabilità, ammortizzazione e ritorno di energia. Il trail è ai tuoi piedi.

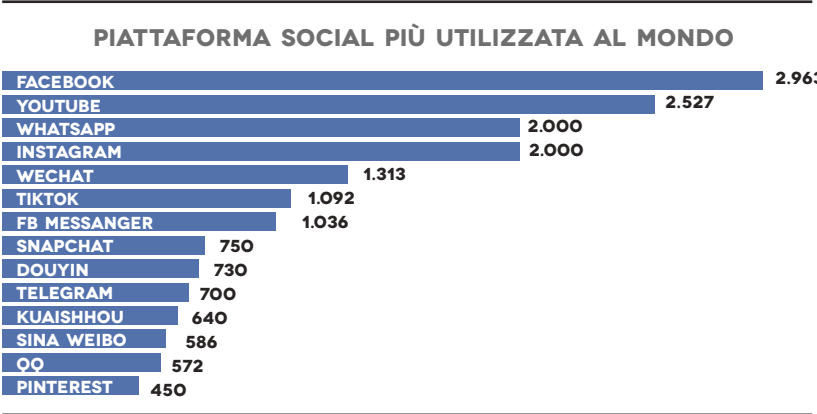
RUN. LONGER.

Una gara a suon di like

Gli ultimi dati analizzati a metà del 2021 evidenziavano la forte impennata dell'utilizzo social dopo la pandemia, che ha portato le aziende a investire sempre di più nelle varie piattaforme e nella qualità dei contenuti. Vediamo la classifica attuale dei brand running più performanti

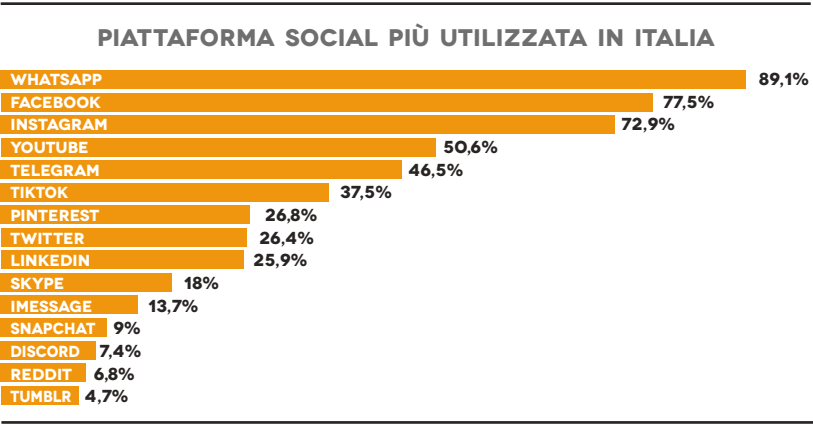
_ DI CRISTINA TURINI

Prima di passare al Fansometro vero e proprio, vi riportiamo un'analisi generale aggiornata alla prima metà del 2023 sui comportamenti, sulle tendenze e sulla demografia degli utenti a livello mondiale. Quello che occorre subito precisare, è che dopo due anni anomali, il 2020 e 2021, gli utenti sembrano aver leggermente "normalizzato" il loro approccio all'utilizzo dei social con una diminuzione del 5% del tempo trascorso online rispetto al 2022 (report We Are Social in collaborazione con Melwater). Nel 2023 la popolazione mondiale ha superato gli 8 miliardi. Di questi, il 68% utilizza i telefoni cellulari e il 64,4% è online. Gli utenti dei social rappresentano poco meno del 60% della popolazione che, seppur con un rallentamento negli ultimi mesi, registra una crescita annuale del 3%.



Facebook rimane la piattaforma più utilizzata al mondo, con 2.963 miliardi di persone. Si conferma al secondo posto YouTube. Al terzo e quarto posto sempre Meta con WhatsApp e Instagram affiancati (grafico sopra). La rapida crescita che abbiamo visto da TikTok non mostra segni di rallentamento: il social cinese aveva 1,4 miliardi di utenti attivi mensili nel 2022 e si prevede che raggiungerà 1,8 miliardi entro la fine del 2023. Anche se Facebook è la piattaforma più utilizzata in assoluto, è fondamentale considerare le diverse tendenze chiuso per i diversi dati demografici. Facebook è il social più utilizzato da Boomer (1946-1964) oltre il 18%, seguiti da Generazione X (1965-1980) e Millennial (1981-1996). Instagram si conferma l'ambiente social preferito ancora dai Millennial e poi dalla Generazione Z (1997-2012). Di TikTok il report offre un quadro parziale perché l'età minima presa in considerazione sono i 16 anni e i tiktokker si trovano per la maggior parte nella fascia d'età precedente (grafico sotto). In Italia, la classifica dei social più usati vede la conferma di WhatsApp in testa in tenuta (89,1% vs 90,8% del '22). Si mantiene al secondo posto

Facebook (77,5% vs 78,6% dell'anno scorso) e al terzo Instagram (72,9% vs 71,4%) che continua la sua avanzata. Dopo l'area Meta si segnala la crescita di TikTok dal 28,9% del 2022 al 37,5% di quest'anno. Aumenta di tre punti anche Telegram, che passa dal 45,3% al 46,5%. Prosegue a perdere posizioni Twitter, che dalla settima scende all'ottava, sorpassato da Pinterest (grafico sotto).



Anche nella classifica italiana dei social preferiti si conferma in testa WhatsApp con il 40,5% (vs il 39,7% del 2022). Al secondo posto Instagram con il 21,6% (stabile rispetto al 2022). Facebook, anche se mantiene la posizione, continua a perdere punti percentuali e dal 16,4% del 2022 passa al 15,8%. Sale al 4° posto TikTok (dal 3,4 del 2022 al 5,5% del 2023), mentre Telegram perde mezzo punto percentuale (oltre che una posizione).

HIGHLIGHTS

Quali sono i tipi di post contenuti che creano migliori condizioni di "engagement" in Facebook?

Status, post e foto, mentre sono da evitare i link post. Quindi, evitare link esterni per esempio a eventi, articoli, ma anche a video su YouTube: l'algoritmo di Facebook non "gradisce" di "uscire" dalla piattaforma.

Quali sono i tipi di post contenuti che creano migliori condizioni di "engagement" in Instagram?

Il top post si conferma il carosello di immagini, possibilmente con scritte e grafiche. Al secondo posto, i video/reel. Del resto, gli utenti usano prevalentemente il mobile e questi sono i formati migliori da proporre per la condivisione dei contenuti e della narrazione.

Ultimo dato molto interessante: come avviene la scoperta di un brand?

Per loro natura, i social media implicano conversazioni amichevoli e famigliari. Questa per i brand è una grande sfida, perché devono necessariamente utilizzare una comunicazione più emotiva e informale. Avvicinandosi il più possibile alla sensibilità degli utenti (grafico sotto).

PIATTAFORMA SOCIAL PREFERITA NEL MONDO

TRA LE DONNE						TRA GLI UOMINI					
PIATTAFORMA SOCIAL	ETÀ 16-24	ETÀ 25-34	ETÀ 35-44	ETÀ 45-54	ETÀ 55-64	PIATTAFORMA SOCIAL	ETÀ 16-24	ETÀ 25-34	ETÀ 35-44	ETÀ 45-54	ETÀ 55-64
WHATSAPP	12,3%	13,3%	15,4%	16,4%	20,3%	WHATSAPP	15,5%	15,4%	17,1%	18,5%	19,5%
INSTAGRAM	23,1%	17,6%	13,2%	10,6%	7,6%	INSTAGRAM	21,3%	14,6%	9,4%	7%	4,9%
FACEBOOK	6,9%	13,5%	14,7%	16,9%	18,9%	FACEBOOK	10,5%	15,7%	17,1%	16,8%	18,4%
WECHAT	8%	13,4%	15%	13,1%	11,7%	WECHAT	8,4%	12,1%	13,8%	14,1%	15%
TIKTOK	12%	7,5%	5,5%	4,6%	3,2%	TIKTOK	7,7%	5,1%	4,4%	4,1%	2,2%





LA CLASSIFICA SOCIAL DEI TOP 24 BRAND ATTIVI NEL RUNNING E NEL TRAIL RUNNING

(dati raccolti il 31 agosto 2023 - per i brand che hanno account divisi per Paese, viene preso in considerazione quello con i numeri più alti)



1. PUMA	22 MLN
2. NIKE*	16 MLN
3. UNDER ARMOUR	11 MLN
4. NEW BALANCE	9 MLN
5. ADIDAS*	7,9 MLN
6. THE NORTRH FACE	6,6 MLN
7. ASICS	4,6 MLN
8. MIZUNO	2,2 MLN
9. BROOKS*	1,6 MLN
10. SAUCONY	1,6 MLN
11. HOKA	847.000
12. ON	669.000
13. SCOTT	662.000
14. SALOMON*	583.000
15. JOMA	506.000
16. ALTRA RUNNING	418.000
17. LA SPORTIVA	337.000
18. 361°	270.000
19. VIBRAM	221.000
20. SCARPA	119.000
21. DIADORA	67.000
22. KARHU	42.000
23. TOPO ATHLETIC	27.400
24. NNORMAL	15.000



1. NIKE*	5,7 MLN
2. ADIDAS*	3 MLN
3. ON	1,3 MLN
4. SALOMON*	873.000
5. BROOKS*	722.000
6. SAUCONY	484.000
7. LA SPORTIVA	438.000
8. ASICS*	430.000
9. DIADORA	426.000
10. UNDER ARMOUR*	394.000
11. NEW BALANCE*	351.000
12. ALTRA RUNNING	302.000
13. VIBRAM	181.000
14. THE NORTH FACE TRAIL	165.000
15. HOKA EU	164.000
16. JOMA	163.000
17. PUMA*	153.000
18. MIZUNO*	132.000
19. SCARPA	129.000
20. NNORMAL	116.000
21. TOPO ATHLETIC	41.600
22. SCOTT*	33.000
23. 361°	20.000
24. KARHU*	5.433

*divisione running

I social media hanno un enorme impatto sullo sport. I fan preferiscono entrare in contatto con le persone reali più che con i brand, ecco perché questi ultimi tendono sempre di più a veicolare la loro comunicazione tramite ambassador, atleti e influencer. Dalla pandemia a un mondo in ripresa, sempre più utenti si sono rivolti a piattaforme come Instagram e TikTok, per potersi confrontare con un linguaggio più confidenziale e per discutere dei loro argomenti sportivi preferiti. Cosa è cambiato rispetto al nostro Fansometro del 2021? Prendendo le due piattaforme di riferimento, dove sono presenti tutti i maggiori brand del settore, il posizionamento di Facebook è ben diverso da quello di Instagram, dove salta subito all'occhio la volontà di quasi tutti i marchi di avere un account di riferimento solo ed esclusiva-

mente running slegato da quello globale. Questo per targhettizzare il più possibile la propria fanbase con profili che siano un autentico punto di riferimento degli appassionati e quindi dei potenziali acquirenti. Mentre su Facebook a primeggiare in classifica sono ovviamente le pagine globali, dove quindi i numeri sono ben diversi da Instagram. Fatta questa doverosa premessa, se vogliamo fare un paragone con gli anni precedenti, ci limiteremo agli account Facebook rimasti invariati, dove la crescita più eclatante l'hanno avuta Brooks, che ha duplicato la fanbase, e ASICS che l'ha più che triplicata. Numero di like quadruplicati per Saucony, mentre Mizuno è passata da 109mila mi piace di due anni fa a 2,2 milioni. Crescita importante anche per The North Face con + 2milioni di fan e per New Balance con + 3milioni.

R2 3.0 DI COMPRESSPORT: MENO VIBRAZIONI, PIÙ PRESTAZIONI



Sviluppato per ridurre le vibrazioni muscolari e aumentare le prestazioni, i manicotti a compressione R2 3.0 sono l'evoluzione dell'iconica serie R2v2. Pensati per offrire comfort e sostegno, sono stati progettati proprio partendo dall'eredità dei predecessori, portando l'esclusiva compressione multi-graduale senza cuciture, il tessuto ad asciugatura rapida e la linguetta K-Protect per le ginocchia a un livello superiore. Durante l'esercizio fisico, impedendo lo strappo muscolare e procurando migliori prestazioni, questi manicotti evitano l'affaticamento e riducono il dolore. Sono efficaci anche contro la rigidità, i crampi e le microlesioni. Dopo l'esercizio, aiutano la rigenerazione e il recupero muscolare. Il comfort globale durante e dopo l'esercizio risulta notevolmente migliorato.

Artcrafts International SpA - 055.68189 - info@artcrafts.it

KINVARA PRO DI SAUCONY, MASSIMA EFFICIENZA PER GLI ALLENAMENTI

La nuova Kinvara è la scarpa da running progettata per raggiungere la massima prestazione e avere più efficienza durante gli allenamenti quotidiani. Un risultato ottenuto grazie al lavoro sinergico dell'ammortizzazione in PWRRUN PB con una piastra in fibra di carbonio inserita per tre quarti.

La dicitura PRO significa progresso, PRO come acronimo di propulsione, rimbalzo, ottimizzazione. Questo modello fornisce infatti una grande sensazione di leggerezza e agilità sia in allenamento che in gara, perciò adatto a svariate tipologie di runner. Con tecnologia SpeedRoll, la scarpa utilizza tre delle migliori componenti di ammortizzazione del marchio: PWRRUN PB, collocato strategicamente più vicino al piede, una soletta in PWRRUN per una maggiore protezione e durata e una soletta PWRRUN+ per migliorare ulteriormente il comfort.



0423.622009 - saucony.it

FLI-LYTE DI TOPO ATHLETIC, UNA DAILY TRAINER VELOCE E REATTIVA

Questo modello da strada leggero e versatile e dall'ammortizzazione moderata è ideale per coloro che cercano una maggiore connessione con il terreno nelle corse quotidiane, negli allenamenti veloci e sulle brevi distanze, ma anche nelle sessioni in palestra. Il toe box è ancora più ampio per attivare il piede a partire dalle dita libere di muoversi, mentre l'avvolgente parte centrale garantisce stabilità alla calzatura. L'intersuola è stata aggiornata con la performante ed esclusiva miscela ZipFoam, potenziata in termini di leggerezza, morbidezza e reattività. Importante novità introdotta nel modello è l'innovativo design della suola, che potenzia la propria durata e resistenza allo scivolamento e all'abrasione attraverso strategiche e sottili integrazioni in gomma. Il modello ora offre più rocker sul tallone e sull'avampiede per una transizione più fluida, con una piacevole sensibilità al fondo e un alleggerimento del peso rispetto alla passata edizione.



Peso:
212 g (M9) - 180 g (W7)

Drop:
3 mm

Option srl - 0423.6211515 - info@optionsrl.it

POCKETSHELL DI LA SPORTIVA, PROTEZIONE NELLE DISTANZE ULTRA

Questa giacca fornisce una protezione leggera contro ogni situazione meteorologica, per continuare a correre anche sotto pioggia e vento. Sviluppata per l'ultra trail running, è ripiegabile, resistente all'acqua e dotata di cappuccio regolabile preformato che segue perfettamente i movimenti dell'atleta.

INFO TECNICHE

- Tessuto resistente all'acqua 2,5L, 20.000 mm di colonna d'acqua e 15.000 g/m²/24H di traspirabilità
- Cappuccio preformato elasticizzato per la massima protezione
- Ventilazione ascellare
- Polsini e girovita elasticizzati
- Dettagli riflettenti
- Trattamento DWR PFCo
- Conforme alle linee guida delle gare

La Sportiva - 0462.57080 - lasportiva.com



CROSS TRAIL 7XT DI SILVA, PER VIVERE L'OUTDOOR A TUTTO TONDO

Questa lampada frontale è per i veri appassionati di sport all'aria aperta. Viene fornita con una batteria ricaricabile sottile ma potente da 3,5 Ah (25,9 Wh) e non meno di sei accessori per diverse opzioni di fissaggio e ulteriore comfort. La combinazione di eccellente autonomia e opzioni di attacco flessibili rendono la Cross Trail 7XT compatta, la scelta ideale per la corsa, lo sci di fondo, il ciclismo o l'escursionismo tecnico.

Ferrino & C. - 011.22300711 - info@ferrino.it



- **Peso**
114 g con batteria / 230 g senza batteria
- **Luminosità**
Modalità massima
1.200 lm, autonomia 1-2 ore - distanza di luce 150 m (492 piedi)
- Modalità media**
500 lm, autonomia di 2,5-5 ore - distanza di luce 100 m (328 piedi)
- Modalità minima**
80 lm, autonomia 15 ore - distanza di luce 45 m (148 piedi)



GHOST 15 GREEN SILENCE DI BROOKS, PER CORRERE VERSO "ZERO EMISSIONI"

Questa scarpa da running segna un passo avanti nella transizione dell'azienda verso l'obiettivo "zero emissioni" ed è il risultato di anni di innovazione e ricerca. Il 39,4% del

peso totale è costituito da materiali riciclati, così come l'80% del totale dei materiali della tomaia (in rapporto al peso): le più alte percentuali di componenti riutilizzate rispetto a qualsiasi altra calzatura Brooks. Inoltre, per la prima volta vengono utilizzati materiali riciclati nell'intersuola (10%), nella linguetta (25%) e nell'imbottitura del colletto. Dal punto di vista delle caratteristiche tecniche, Ghost 15 Green Silence non differisce dalla Ghost 15. Il nuovo modello è più leggero che mai ed è stato aggiornato con una soffice ammortizzazione DNA Loft v2, per rendere l'impatto con il terreno più morbido e consentire ai runner di effettuare transizioni fluide.

Brooks Italia - 050.8075084 - info@brooksrrunning.it

ATOMO V7000 DI DIADORA, LEGGEREZZA E COMFORT MADE IN ITALY

Atomo V7000 è la scarpa da running realizzata in Italia da più di 35 anni. Vanta un'elevata ammortizzazione unita al comfort, assieme a un'estrema leggerezza e reattività, grazie a una tecnologia studiata nei laboratori Diadora: la speciale miscela DD Anima. Realizzata per rispondere a ogni esigenza, unendo performance e comodità in un'unica scarpa. Per la FW23 sono state realizzate nuove colorazioni: Grigio Titanio/Bianco/Nero, Argento/Bianco/Rosso Rubino, Bianco/Argento/Bianco Smeraldo, Nero/Bianco.

Diadora - 0423.1945343 - info@diadora.com



VIBRAM FIVEFINGERS KMD SPORT 2.0: VERSATILITÀ MINIMALISTA

Il modello Vibram FiveFingers KMD Sport 2.0 è la calzatura a cinque dita ideale per qualsiasi sportivo grazie alla sua leggerezza, comodità e flessibilità e per il suo sistema di chiusura a doppio strappo. Questa scarpa presenta una suola in miscela Vibram X-Trek di 4 mm che permette una maggiore sensazione di contatto con il terreno e una trazione ottimale su superfici indoor e outdoor. La tomaia è realizzata in materiale leggero e areato, dotato di diversi fori per aumentarne la traspirabilità. Vibram FiveFingers KMD Sport 2.0 è disponibile da uomo e donna in colorazione Black.

Vibram SpA - 0331.999777 - vendite@vibram.com



Peso:
74 g (M43) - 38 g (W38)

AMMORTIZZAZIONE
E STABILITÀ
SENZA PARI.

WAVE SKY 7



FOR EVERY RUN

L'unione fa la scarpa perfetta

In occasione dell'UTMB, lo scorso 30 agosto a Chamonix è stata presentata alla stampa la Pure Trail di Craft, il nuovo modello del brand svedese dedicato all'off-road. Sono intervenuti Daniel Högling creative director, Eric Sarin, footwear designer, e David Laney, atleta ambassador

_ DI BENEDETTO SIRONI E CRISTINA TURINI

Un evento tanto atteso e preparato da tempo. Il brand svedese ha sfruttato il prestigioso palco dell'UTMB per dare una svolta a livello di awareness del segmento footwear, arrivato in Italia solo lo scorso anno, ma già presente sul nostro territorio con una distribuzione capillare e come partner di molte gare road e off-road. Pure Trail è frutto di un progetto iniziato due anni fa coinvolgendo anche il team di atleti Craft, che ha accompagnato ogni processo di sviluppo fino ad arrivare a quella che oggi il brand considera "la sua migliore scarpa da trail". I feedback necessari per ottenere il modello finale, sono stati forniti principalmente dall'atleta Ida Nilsson (in foto), che ha indossato il primo prototipo proprio all'UTMB di un anno fa. A giugno, è arrivata settima assoluta alla Western State con un modello di Pure Trail molto vicino a quello definitivo.

L'idea costruttiva della Pure Trail è basata sulla maggiorazione dell'altezza di stack per favorire la stabilità e il controllo sui terreni sconnessi. Un concetto che supera l'impostazione tradizionale delle scarpe da trail, più "basse" e meno ammortizzate. Il nuovo modello ha avvicinato questa costruzione "classica" a qualcosa di davvero innovativo. A descrivere questa nuova concezione ci ha pensato Daniel Högling: "In Craft si è costituito un team eccezionale. Un viaggio iniziato con Tommy Rivs nel 2019 con il progetto chiamato Sixtyfive-Twenty, che ha gettato le basi per un dialogo portato poi avanti. Da quel momento, la squadra è cresciuta e, grazie a una bellissima comunicazione, ci ha permesso di ottenere i feedback che ci servivano per realizzare il modello. Una delle esigenze dei nostri atleti era avere una scarpa da trail che avesse le stesse caratteristiche delle super scarpe realizzate per le maratone. Da qui è nata quindi l'intuizione che si è evoluta nella Pure Trail".

La tecnologia chiave della scarpa è la miscela CR Foam, in EVA fusa ad azoto, che fornisce un rimbalzo superiore e valori di accelerazione e decelerazione al top della categoria, garantendo al contempo la stabilità necessaria per correre su terreni sconnessi. Questo, grazie anche alla piattaforma che, con un'altezza di 36 mm in corrispondenza del tacco, presenta una base più larga per permettere alla schiuma di "abbracciare" la scarpa anche lateralmente. La suola invece è realizzata con un composto di gomma con componenti in carbonio e tasselli ideali per una maggiore penetrazione su terreni morbidi.



La tomaia è in mesh TPU ultra leggero, uno strato sottilissimo che avvolge il piede, molto resistente, agile e flessibile.

L'experience vera e propria di Craft è avvenuta il giorno dopo, il 31 agosto, con una social run insieme agli atleti ambassador. Craft ha regalato 500 paia di Pure Trail e una borsa con dei gadget. Una strategia marketing ben riuscita per far apprezzare il nuovo modello a quanti più runner possibili, che hanno potuto correre con la scarpa anche durante la morning run del primo settembre, giorno della partenza dell'UTMB.



“ Pure Trail è tutto quello che si può desiderare da una scarpa. È molto morbida e responsiva, la miscela è uno dei suoi pezzi forti. Inoltre presenta una piattaforma molto stabile e il tallone è molto ampio, cosa che permette di atterrare praticamente su qualsiasi terreno.

“ Il nostro team è nato grazie a Tommy Rivs. Credo che abbia mandato un messaggio a qualche amico chiedendo se potesse essere interessato a lavorare in Craft e tante persone hanno accolto la proposta. È nato tutto un po' come una situazione da "college", ci siamo ritrovati in una casa e siamo subito andati d'accordo. Tutto molto familiare.

“ Nel team e con Tommy abbiamo una comunicazione molto aperta. L'azienda è piccola, e credo che sia uno dei motivi principali che mi ha attratto. Se ho una domanda, posso alzare la cornetta e ricevere subito una risposta. Ci sono pochi ostacoli, semplicemente parliamo tra di noi. Quando abbiamo questo livello di comunicazione, come tra amici, è anche molto divertente ed è anche più facile che nascano prodotti innovativi.

David Laney, atleta d'élite Craft

PURE TRAIL

PESO

Uomo: 316 g (UK8)
Donna: 240 g (UK6)

DIFFERENZIALE

6 mm

STACK

Uomo: 30 / 36 mm
Donna: 29 / 35 mm



Con la sua intersuola interamente in CR Foam, questa scarpa da trail premium offre ammortizzazione e stabilità con un ritorno d'energia esplosivo e con un peso estremamente ridotto. Espressione massima del concetto di semplicità evoluta, la Pure Trail mostra nell'area del mesopiede un rock-plate che ne massimizza la stabilità e la protezione. La suola è, inoltre, dotata di un battistrada a piena trazione disegnato per performare su un'ampia tipologia di superfici off-road. La tomaia è realizzata con un singolo strato di mesh TPU: ultraleggero, elastico e durevole. Un concentrato d'innovazione che offre ai trail runner performance e comfort ai massimi livelli.





Quando le persone valgono più di un marchio

Simone Corsini, classe 1993, è un atleta di endurance. Insegna elettronica ed elettrotecnica in una scuola superiore e vive a Toano (RE). Tra gli ambassador Craft, è stato tra i primi a testare la Pure Trail

_ DI CRISTINA TURINI

Come riesci a conciliare passione e realtà, tra lavoro e territorio appenninico che non ha un dislivello così "allenante"?

In effetti dal punto di vista del dislivello non sono così privilegiato. In genere vado a corre sul monte Cusna. Nulla a che vedere con le vette della Val d'Aosta, ma meglio di niente. Per quanto riguarda gli impegni di lavoro, cerco di programmare le mie gare in base al calendario scolastico e non è sempre facile. Quest'anno il Tor des Géants, a cui avrei dovuto partecipare, è coinciso con l'inizio delle lezioni e non mi è stato possibile esserci. Cerco comunque di mettere tanti km sulle gambe durante la settimana e mantenere una buona base aerobica per le gare di endurance. In inverno faccio qualche gara su strada per mantenere la velocità. Mi piace comunque correre tanto. Nelle settimane di carico arrivo anche a 200 km con 10/12mila metri di dislivello totale.

Come sei arrivato nel team Craft?

Ci sono arrivato grazie ad Artcrafts International. Prima, sempre con loro, ero ambassador HOKA. Un anno fa è arrivata l'opportunità di sposare questo progetto ed è iniziata l'avventura con Craft. Diciamo che in primis ho scelto di continuare a lavorare con Artcrafts, io come tanti altri atleti, perché, oltre a essere un team incredibile (e aver fatto un ottimo lavoro già con HOKA), ci relazioniamo con delle brave persone, che non ci fanno mancare nulla. E questo fa davvero la differenza.

Quali scarpe preferisci per i tuoi allenamenti e le tue gare?

Per le corse su strada ho usato molto le Pro Endurance Distance. Negli ultimi mesi ho corso anche con le Nordlite Ultra per i lavori di qualità. Un modello da gara con piastra in carbonio che utilizzerò quest'inverno nella mezza maratona e nella maratona. Per l'off-road le ho provate un po' tutte, comprese le ultime Pure Trail. Queste ultime, insieme alle Endurance Trail, alle CTM Ultra Trail e alle Nordlite Ultra, sono i modelli che utilizzo di più, in base alle distanze che devo affrontare e al tipo di lavoro che devo fare. La Pure Trail è una scarpa diversa da quelle prodotte fino a oggi da Craft. Ottima per brevi distanze (fino ai 50 km) e per terreni molto tecnici, è adatta a chi cerca la performance. Avvolge il piede con una tomaia leggera e si sente che ha qualcosa in più: correndo si percepisce una maggiore reattività. Inoltre l'ampia superficie della piattaforma fornisce un'ottima stabilità sui percorsi più tecnici.

Quali saranno le tue prossime gare?

A fine mese andrò in Francia per correre la Nice Côte d'Azur by UTMB. Mi metterò alla prova sulla distanza di 115 km con 4.800 D+. In quell'occasione magari utilizzerò le Pure Trail, perché la prima parte del percorso è molto tecnica e diventa veloce sul finale. Dopodiché mi sposterò sulla strada e a dicembre vorrei correre la maratona di Valencia.

VESTIBILITÀ /

regolare. Avvolgente nella zona tallonare e nel mesopiede per la massima aderenza, più ampia nell'avampiede per garantire comfort e performance

SOLETTA /

in Ortholite riciclato a elevato ritorno d'energia

SUOLA /

con tassellatura in gomma che ottimizza massima trazione e minor peso + Rock-Plate



TOMAIA /
in TPU
a strato
singolo





Al settimo cielo

Lanciata ufficialmente agli ORBDAYS di Riva del Garda e presentata al grande pubblico durante la prima tappa italiana dei "Midnight Runners" a Milano, Wave Sky è tra i modelli di punta di Mizuno. E nella settima versione è ancora più ammortizzata e confortevole

L'arrivo dei Midnight Runners, portati per la prima volta in Italia da Mizuno, è stata l'occasione non solo di far conoscere la famosa crew londinese (e di formare la 18esima community di running nel mondo), ma anche di presentare al pubblico la nuova Wave Sky 7 e, soprattutto, di farla provare a tutti coloro che si sono uniti nella corsa serale che ha toccato i luoghi più iconici del capoluogo lombardo, media e influencer compresi.

Tra gli appuntamenti più importanti di luglio, non potevano mancare gli Outdoor & Running Business Days di Riva del Garda, dove qualche giorno prima dell'evento milanese, il brand ha consolidato la sua presenza con il Mizuno Café, un momento di incontro con i propri rivenditori per presentare le nuove collezioni e consolidare i rapporti. In questa occasione, tra gustosi croissant e caffè caldo, la protagonista è stata proprio la Wave Sky 7, che gli specialisti hanno potuto testare con una run experience guidata dal coach Lorenzo Lotti.



Lorenzo Lotti

IL LANCIO SOCIAL

Con il lancio del nuovo modello sono stati pubblicati sette post sul profilo Instagram di Mizuno, oltre ad altre storie postate da influencer e atleti.



Materiale POP per rivenditori

WAVE SKY 7

Le novità di questo modello si concentrano nell'intersuola, irrobustita rispetto all'edizione precedente. L'altezza è stata aumentata a 33 mm nell'avampiede e a 41 mm nell'area tallonare, per un drop di 8 mm. Il sistema a doppia densità Wave è composto da una componente superiore, più lineare, che conferisce alla scarpa fluidità e morbidezza mentre quella inferiore, più ondulata conferisce maggiore stabilità alla scarpa rispetto ai modelli precedenti. Wave Sky 7 racchiude molte delle mescole sviluppate dal brand giapponese negli anni: Mizuno Energy e Mizuno Energy Core sono infatti tecnologie presenti nell'intersuola.

Mizuno Energy Core offre ammortizzazione e ritorno di energia, Mizuno Wave fornisce un'ottima stabilità. Il battistrada è stato ampliato a 94 mm di larghezza nella parte posteriore e 120 mm in quella anteriore per conferire maggiore stabilità in fase di appoggio e transizione. Anche la tomaia della Wave Sky 7 è stata ulteriormente migliorata sia nel design che nella tecnologia, grazie all'inserimento di un mesh di nuova generazione che favorisce la massima ventilazione. È stata concepita con una percentuale di materiale ecosostenibile che varia tra il 50% e il 90%.

UOMO



PESO /
300 g
TAGLIE (UK) /
6-12, 13, 14

DROP /
8 mm (33-41)

DONNA



PESO /
260 g
TAGLIE (UK) /
4-9, 10

DRX BLISS

Guide your stride with dynamic comfort

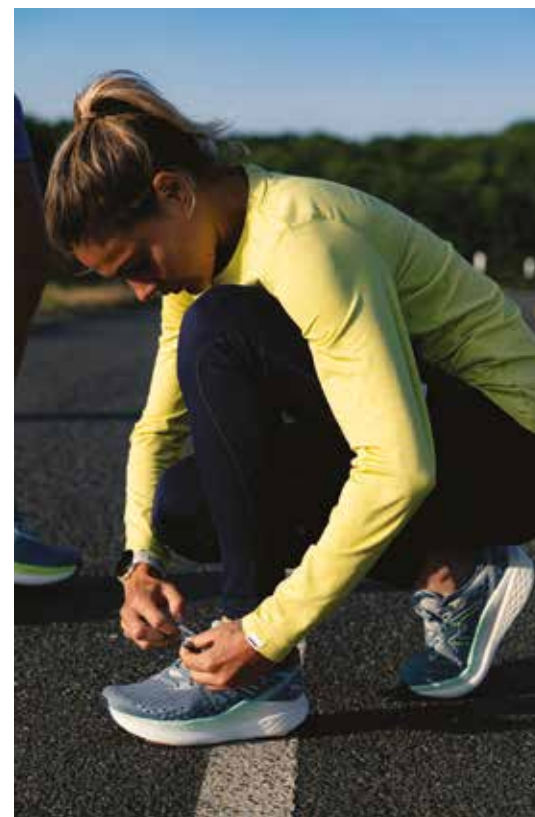
La DRX BLISS è la risposta a tutti i runner che desiderano comfort e hanno bisogno di extra stabilità.

Una scarpa con ammortizzazione dinamica e Active Chassis™ che incanala l'energia e garantisce sostegno.

Il fit morbido attorno al collarino offre una tenuta avvolgente e sicura, per una corsa affidabile all'insegna del divertimento.



SALOMON



Comodità a portata di piede

Lo scorso luglio Karhu ha presentato ufficialmente, agli Outdoor & Running Business Day di Riva del Garda, la nuova Mestari Run 1.0, caratterizzata da una grande ammortizzazione e adatta a ogni tipo di corsa su strada

La nuova scarpa da running, adatta a corridori con appoggio neutro e ideale per gli allenamenti di tutti i giorni, è disegnata e sviluppata prendendo come base la Ikoni 2.0.

La Mestari Run si caratterizza per offrire la massima ammortizzazione per ogni tipo di corsa.

La scarpa si presenta con una altezza extra dell'intersuola e il materiale AeroFoam migliorato (più morbido). Questi elementi forniscono un mix perfetto di soste-

gno, comfort e propulsione che insieme al Fulcrum garantiscono "l'effetto rolling" di Karhu.

Inoltre, la Mestari Run presenta un mesh Stretch IdealKnit che abbraccia saldamente la parte dell'avampiede e fornisce una comoda elasticità in quella porzione di piede garantendo ottima traspirabilità. Queste caratteristiche la rendono una compagna di allenamento ideale per i runner che cercano una corsa comoda ed energica, in un design moderno e d'impatto.



CARATTERISTICHE PRINCIPALI

TOMAIA / costruzione in mesh StretchyIdealKnit per maggiore traspirabilità e supporto

ALLACCIATURA / anatomica per un comfort su misura

TECNOLOGIA FULCRUM / a mezza lunghezza culla il piede per una guida e una transizione fluida

AEROFOAM / potenziato per offrire un maggiore ritorno di energia e la massima ammortizzazione

M-LOCKLACING / per fissare la parte centrale del piede



DROP /
8 mm (25-33)

PESO /

Uomo: 335 g (misura US 10 = 44)

Donna: 275 g (misura US 8 = 39,5)

“Fly through the trails”

Joma debutta nel mondo delle competizioni off-road lanciando sul mercato il nuovo modello TR-9000. Pensato per i runner veloci, le brevi distanze e i terreni di media difficoltà

Evoluzione del modello da corsa R.4000, la nuova TR-9000 di Joma è il risultato del duro lavoro del team di progettazione del brand spagnolo per realizzare le prime scarpe specifiche per le competizioni off road. Ultraleggere (pesano meno di 200 grammi), vantano anche un buon impulso. Per il lancio, Joma ha scelto lo slogan motivazionale “Vola tra i sentieri” (“Fly through the trails”). E lo ha fatto

pensando al target di riferimento di questo nuovo modello da trail running: i runner veloci (ritmo inferiore a 4 minuti/km) con un'ottima tecnica di corsa e desiderosi di gareggiare su terreni di difficoltà medio/bassa percorrendo distanze brevi (meno di 20 km).



LE TECNOLOGIE

JOMA SPORTECH

Per ottimizzare la calzatura, ossia adattare le scarpe al piede e tenerlo in posizione, le nuove TR-9000 di Joma sono dotate di TPU termosaldato in aree strategiche.

FLY REACTIVE

Schiuma leggera che, oltre a offrire reattività, assorbe gli impatti e permette al runner di non accorgersi di eventuali sassolini, radici, o di qualsiasi altro elemento di intralcio.

L'area Stabilis presente sulla parte centrale della suola fornisce, inoltre, la stabilità necessaria per limitare torsioni e prevenire infortuni.



TOMAIA TRASPIRANTE E LEGGERA / realizzata in nylon personalizzato con un'elegante finitura jacquard; grazie alla tecnologia VTS, su tutto il tessuto sono state aggiunte microperforazioni che consentono all'aria di entrare e uscire per favorire la ventilazione del sudore (in questo modo il piede rimane asciutto anche quando si corre a ritmi molto sostenuti)

SUOLA AD ALTA ADERENZA SU QUALSIASI TERRENO / realizzata in gomma Durability, è dotata di tacchetti da 2,5 mm per garantire aderenza su qualsiasi tipo di superficie

RINFORZO PROTECTION DEL PUNTALE / per proteggere da eventuali urti e sfregamenti, prevenire strappi sul tessuto ed evitare l'entrata di sassolini

PESO / meno di 200 g
DROP / 6 mm

INFO: Joma Sport S.A. 011.6474737 - joma-italia@joma-sport.com



INFO DI BASE

DISCIPLINA / trail running (distanze brevi)

COLLEZIONE / SS 23

PESO / 250 g (uomo)
240 g (donna)

DROP / 6 mm

INTERSUOLA / realizzata in EVA riciclato al 25%

SUOLA / Michelin Reattiva che offre una buona aderenza sui terreni sconnessi e accidentati



Intense: la prima scarpa da trail running made in France di Millet

Lanciata per la stagione SS 23 insieme a una linea di abbigliamento e accessori, uomo e donna, interamente dedicati alla disciplina

Disponibile in due colori, Intense è stata sviluppata presso lo stabilimento Advanced Shoe Factory 4.0 (A.S.F. 4.0) del gruppo Chamatex,

nell'Ardèche, ed è la prima calzatura da trail running made in France di Millet.

TESTATA DALLA REDAZIONE

La tipologia di calzatura ha un fit ideale per chi ha la pianta del piede stretta.

Provata su diversi tipi di terreni e dislivelli, ha un grip che assicura trazione sul bagnato e stabilità anche in presenza di pietre.

L'intersuola garantisce un'efficiente ammortizzazione nei cambi di ritmo.



A.S.F. 4.0, IL PRIMO STABILIMENTO AUTOMATIZZATO DI CALZATURE SPORTIVE IN FRANCIA

Nato nel 2020, A.S.F. 4.0 è un progetto incentrato sull'innovazione sostenibile che Millet ha parzialmente finanziato. Lo stabilimento oggi conta una ventina di persone e nutre l'ambizione di raggiungere una capacità di prototipazione e produzione che permetterà in futuro di assemblare 500.000 paia di scarpe all'anno. A.S.F. 4.0 consentirà inoltre a Millet di localizzare la produzione nei territori limitrofi e limitare notevolmente i costi di trasporto così come le emissioni nocive.

INFO: Millet Mountain Group Italia - 04221500041 - italy@milletmountaingroup.com



© Peignée Verticale - HOKA

Edizione a stelle e strisce per la Dacia Ultra Trail du Mont Blanc

Jim Walmsley e Courtney Dauwalter hanno vinto la 20ª edizione dell'UTMB, la gara più importante della stagione. Se l'atleta del team HOKA è il primo americano a firmare l'albo d'oro di questa super classica, la campionessa della scuderia Salomon ha invece siglato un'epica tripletta

_ DI MAURIZIO TORRI



MAURIZIO TORRI
Giornalista freelance,
fondatore del sito
sportdimontagna.com,
fotoreporter
e consulente
di comunicazione
per alcuni degli eventi
più iconici dei settori
trail, skyrunning e
scialpinismo.

Nel mondo del trail qualcosa sta cambiando. Americani "fuochi di paglia"? Forse un tempo. Da sempre interpreti di gare all'attacco e di funamboliche performance che sanno infiammare il pubblico, quest'anno sono riusciti a piazzare ben 17 atleti nelle prime 10 posizioni nelle tre finali del circuito World Series by UTMB (OCC, CCC e UTMB).

LA PRIMA DI WALMSLEY, LA TERZA DI DAUWALTER

A catalizzare l'attenzione di media e appassionati è stata la super sfida "made in USA" tra il vincitore finale Jim Walmsley (uno che per centrare questo successo da oltre oceano si è addirittura trasferito a vivere nel Beaufortain francese provandoci caparbiamente per ben quattro volte prima di coronare il proprio sogno) e il cowboy Zach Miller (per le sue partenze lampo e le sue conduzioni gara sempre all'attacco il pubblico lo ama o lo denigra, tanto da dividersi tra chi ogni volta pronostica un suo imminente fallimento e chi si aspetta di vederlo piombare a tutta velocità sul rettilineo d'arrivo. In questa edizione, visto il 2° posto finale, a gioire sono stati i suoi fan). Altro momento cult lo si è toccato con il successo di Courtney Dauwalter che a Chamonix ha chiuso il Grande Slam: Western States Endurance Run, Hardrock Hundred Mile Endurance Run e UTMB vinte in una sola estate. Non solo America. Questa 20ª edizione ha messo in luce un movimento globale in costante crescita per numeri e livello; basti vedere l'internazionalità dei vari podi ove erano rappresentati tutti i continenti. Per quanto ci riguarda è stata una settimana dal sapore dolce amaro. Visti gli abbandoni per problemi fisici di top player del calibro di Martina Valmassoi, Nadir Maguet e Andreas Reiterer, il migliore piazzamento italiano è stato

il 2° posto di Francesco Puppi nella OCC da 50 km. Ciò non ha impedito agli appassionati di seguire con entusiasmo il viaggio di tutti quegli italiani che all'UTMB partecipano anche senza ambizioni di alta classifica.

I NUMERI DI UNA SETTIMANA INCREDIBILE

Otto gare, 10.000 atleti accreditati, 118 nazioni rappresentate, 2.500 volontari coinvolti, tre nazioni toccate, 487 km di tracciato balisato, 172 brand tecnici accreditati, live race no stop delle tre finali in più lingue con 2 milioni di visualizzazioni durante la diretta, oltre 2,5 milioni di interazioni sulle piattaforme dell'evento, 3 milioni di utenti raggiunti e 24 milioni di pagine viste. A tutto ciò aggiungiamo oltre 1 milione di fan sui social network ufficiali dell'evento e una copertura stampa due volte superiore a quella del 2022 con quasi 2.000 articoli pubblicati in una settimana, grazie alla presenza di 436 giornalisti accreditati e 49 influencer provenienti da 27 differenti Paesi.

ITALIA UN MOVIMENTO IN CRESCITA

Il movimento sta crescendo e pure la considerazione nei nostri confronti. Quest'anno, per la prima volta, è stato introdotto il live race delle tre finali in italiano, ma soprattutto nel circuito di UTMB World Series ora sono due le nostre gare qualificanti. Notizia di fine agosto che alla Lavaredo Ultra Trail si è affiancata la Chianti Ultra Trail. Una promozione sul campo per un comitato organizzatore giovane e motivato che in queste prime edizioni si è distinto facendo registrare numeri davvero interessanti. Ora ci manca la definitiva consacrazione, visto che gli ultimi successi italiani all'UTMB sono quelli di Olmo e Canepa. Premesso che per tradizione la nostra nazione è maggiormente votata a distanze più brevi, abbiamo alcuni atleti che in un futuro neanche tanto prossimo potrebbero regalarci grandi soddisfazioni...



© Alexis Berg - Salomon

Courtney Dauwalter a Chamonix ha chiuso il Grande Slam



© Peignée Verticale - HOKA

Jim Walmsley, vincitore della 20ª edizione della Dacia Ultra Trail du Mont Blanc



© Peignée Verticale - HOKA

L'abbraccio "made in USA" fra Zach Miller e Jim Walmsley

- SPECIALE UTMB - HIGHLIGHTS

UTMB WORLD SERIES

L'UTMB World Series integra tre livelli di eventi:

1. UTMB World Series Events
2. UTMB World Series Majors
3. UTMB World Series Finals

Gli UTMB World Series Events sono una selezione di trentasei eventi internazionali di trail running che si svolgono nei luoghi più suggestivi di 22 Paesi tra Asia, Oceania, Europa e Americhe.

Ogni anno, i tre eventi godono dello status di UTMB World Series Majors. Quest'anno, Val d'Aran e Doi Inthanon Thailandia sono i Major rispettivamente per l'Europa e l'Asia-Pacifico, mentre il Major in America è Canyons Endurance Runs by UTMB.

A partire dal 2023, infine, le tre distanze chiave del Dacia UTMB Mont-Blanc - OCC (finale 50K), CCC (finale 100K) e UTMB (finale 100M) - sono diventate ufficialmente le finali del circuito.



I PARTNER DEL CIRCUITO



© Press Office UTMB

- Premier footwear and apparel partner: **HOKA**
- Premier partner per gli eventi europei dell'UTMB World Series e title partner delle UTMB World Series Finals: **DACIA**
- Global technical partner: **WAHOO**

Fornitori ufficiali:

- **BUFF**
- **CAMELBAK**
- **COMPRESSPORT**
- **NÄÄK**
- **VIBRAM**

UTMB FOR THE PLANET

UTMB è consapevole dell'importanza del proprio ruolo nel "plasmare" un futuro sostenibile per questo sport, le comunità e il nostro pianeta. UTMB for the Planet è una promessa nei confronti dei propri stakeholder che si basa su tre pilastri principali: **ambiente, territorio e persone**. A supporto, l'organizzazione ha sviluppato 40 iniziative chiave con azioni concrete e misurabili. Entro il 2025, UTMB punta a implementarle in tutti gli eventi del suo circuito.

1. L'ambiente è il "parco giochi" dell'UTMB; l'obiettivo è quello di ridurre al minimo il proprio impatto e sostenere la rigenerazione degli ecosistemi montani, nella convinzione che, agendo con decisione oggi, si possa garantire alle

generazioni future di continuare a godere della bellezza e della sfida del trail running.

2. Coinvolgendo nella famiglia UTMB le comunità locali che ospitano gli eventi del circuito, si può creare un impatto duraturo che va oltre la gara stessa.

3. L'UTMB crede fermamente nel potere dell'inclusione; si impegna a garantire la salute, la sicurezza e il benessere dei propri corridori; vuole aumentare e sostenere la partecipazione femminile alle proprie gare e ridefinire il trail running come sport per tutti.

LIVE RACE MADE IN ITALY



Marco De Gasperi e Maurizio Torri

Quest'anno, il comitato organizzatore transalpino ha voluto introdurre per la prima volta la diretta in italiano delle tre UTMB World Series Finals (OCC, CCC e UTMB). Per l'occasione, sono stati scelti il giornalista sportivo di settore Maurizio Torri, anche nostro collaboratore, e il sei volte iridato della corsa in montagna Marco De Gasperi, che si erano già testati lo scorso anno in occasione della Nice Côte d'Azur by UTMB, dimostrando un buon affiatamento.

ASCOLTI

13.000 per la OCC

10.000 per la CCC

15.000 per l'UTMB

OSPITI

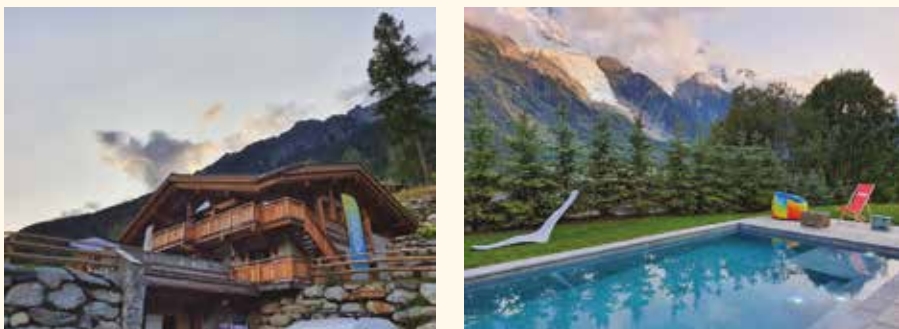
- **Fulvio Massa** (tecnico federale nazionale italiana trail)
- **Andrea Callera** (team manager Salomon Italia)
- **Matteo Anselmi** (atleta)

- **Davide Cheraz** (atleta)
- **Nadir Maguet** (atleta)
- **Simone Brogini e Cristina Murgia** (LUT)
- **Matteo Matteuzzi** (Chianti Ultra Trail)

Oltre 50.000 i visitatori registrati
durante tutti i cinque giorni di apertura

[illegible]

duttori di calzature, accessori e integratori, allenatori, organizzatori di gare e ovviamente media e influencer) che hanno avuto la possibilità di assistere in anteprima a lanci e presentazioni, testare nuovi prodotti e partecipare a sessioni di corsa in compagnia degli atleti. Qui di seguito, riportiamo le attività e le experience le più significative.



HOKA - partner globale dell'UTMB World Series dal 2021 - ha invitato una selezione di media e influencer del settore, provenienti da tutta Europa - tra cui noi di Running Magazine e Outdoor Magazine - a immergersi totalmente nell'epicità di questo evento giunto ormai alla sua 20esima edizione. E lo ha fatto attraverso diverse esperienze organizzate nel cuore pulsante di Chamonix. Da martedì a venerdì, l'headquarter del brand americano è stato il Media Chalet HOKA, una lussuosa struttura a cinque stelle affacciata sul Monte Bianco con una piscina esterna riscaldata e un'ampia terrazza solarium, dove rilassarsi tra una sessione e l'altra di yoga e running. Al suo interno, era presente anche un mini-showroom con tutte le novità prodotto del marchio. Per permettere ai giornalisti di raggiungere facilmente il Media Chalet HOKA, è stato organizzato un comodo shuttle con corse giornaliere che partivano direttamente dall'hotel Alpina, struttura alberghiera interamente brandizzata HOKA che ha ospitato gli invitati dello sponsor per tutta la settimana. Grande successo anche per l'attesissimo HOKA Party di giovedì 31 agosto che si è svolto presso la stazione di partenza della cabinovia che porta all'Auguille du Midi. Venerdì pomeriggio e sabato sono state invece giornate dedicate alla competizione regina che fa parte del circuito UTMB World Series, per seguire, dallo start fino alla finish-line, l'elite maschile e femminile del trail running mondiale, con pit stop a St Gervais, Notre Dame de la Gorge, Trient, Vallorcine e Col des Montets. Domenica, infine, si è festeggiato con un brunch celebrativo in compagnia degli atleti HOKA.

A photograph showing a large, crowded indoor event space, likely a concert or festival. The scene is filled with people, mostly seen from the back, looking towards a stage area. The stage is illuminated with bright red and white lights. A large screen or backdrop is visible on the stage, and the word "SKA" is partially visible on the right side. The atmosphere is vibrant and energetic.

Alla vigilia della splendida prestazione che ha portato Katie Schide a conquistare il secondo posto alla OCC dell'UTMB 2023, The North Face ha presentato il suo nuovo film "Step by Step", in cui l'atleta del Maine è protagonista durante una delle gare più importanti della sua carriera: la Western States Endurance Run. Il film, diretto da Mathis Dumas, mostra come Katie ha perseverato nella gara più impegnativa del suo calendario, affrontando temibili avversarie. Arrivata seconda, dietro solo alla leggenda del running Courtney Dauwalter, Katie ha compiuto una prestazione straordinaria, con un tempo al di sotto del precedente record del percorso stabilito da Ellie Greenwood, dimostrando così di poter competere con i migliori al mondo su diverse distanze ultra. Oltre alla proiezione del film, The North Face ha inoltre organizzato una run con gli atleti del proprio team, tra cui Pau Capell.



Anche Altra, mercoledì 30 e giovedì 31 agosto, ha organizzato diverse "community run". L'appuntamento era presso lo stand Altra all'interno dell'Ultra-Trail Village. Il programma prevedeva: mezz'ora di "Meet & Greet" in compagnia del co-founder Brian Beckstead, del product development senior manager Andrew Conley e di alcuni atleti del team, tra cui Francesco Cucco, Amanda Basham, Robert Hajnal, Jérémie Marin, Ugo Ferrari e Théo Le Boudec; a seguire, una corsa di circa cinque chilometri a Chamonix con rientro all'expo per un aperitivo offerto dal brand sempre presso lo stand. L'UTMB è stato per Altra anche l'occasione per lanciare la nuova campagna awareness "Stay Out There", con un coinvolgente spot video di 30" che cattura l'essenza di coloro che conoscono il potere benefico dello stare all'aria aperta.





Sopra, un momento del Vibram Tech Talk HOKA con Gediminas Grinius e Julien Chorier
A sinistra, il "Meet The Athletes" con Scotty Hawker, Gediminas Grinius e Maite Maiora

Da quasi 15 anni... insieme sui sentieri di tutto il mondo

Al fianco dell'Ultra-Trail du Mont Blanc dal 2007, dal 2023 fino al 2025 Vibram è official soles technology supplier dell'intero circuito UTMB World Series. Di questa nuova partnership globale, e del ricco palinsesto di attività organizzate dal brand in occasione dell'iconico evento, ne abbiamo parlato con Jerome Bernard

_ DI MANUELA BARBIERI

A fine dello scorso marzo, Vibram ha annunciato una nuova collaborazione estesa a tutti e 36 gli eventi del circuito UTMB World Series, incluso l'UTMB Mont-Blanc, diventando così official soles technology supplier delle gare per il triennio 2023-2025. Di questa novità e del ricco palinsesto di attività, presentazioni e incontri di sensibilizzazione rivolti a pubblico e atleti organizzati da Vibram in occasione dell'UTMB, ne abbiamo parlato con Jerome Bernard, sport innovation marketing global director dell'azienda di Albizzate, in provincia di Varese.



"Vibram è partner dell'UTMB dal 2007. In mezzo, però, ci sono stati due anni di interruzione: uno dovuto al Covid, l'altro perché ci siamo presi una pausa per pensare a come evolvere la collaborazione. Era l'anno in cui l'UTMB stava lanciando le World Series e quindi era necessario fermarsi un attimo nell'ottica di trovare il modo migliore, per entrambi, per prolungare la partnership. Nel 2007, in Francia, l'UTMB stava già per esplodere, ma in tanti altri Paesi questo movimento non era ancora così conosciuto e diffuso. Ai tempi, l'evento non aveva ancora la portata di oggi, ma si percepiva già che aveva la stoffa - teste e struttura - per prendere le redini del trail running mondiale. Ciò, pian piano, è accaduto per davvero e, a conferma di questo, sono arrivate anche le World Series, un circuito pensato dall'UTMB per far crescere ulteriormente questa bellissima community".

L'INNOVATION MOBILE LAB - Per tutta la settimana, il Vibram Innovation Mobile Lab ha presenziato all'interno dell'Ultra-Trail Village, situato a poche centinaia di metri dalle partenze del Dacia UTMB Mont-Blanc. Il truck itinerante, presente, come di consueto, alle più importanti competizioni sportive outdoor ha dato la possibilità a curiosi e appassionati di testare in prima persona le migliori mescole e tecnologie firmate Vibram. Fino al 31 agosto, previa registrazione sul sito vibram.testerplace.com, era infatti possibile "candidarsi" per risuolare le proprie calzature da trail running con Vibram Zegatrac, suola best in class che, in un unico prodotto, combina:

1. il grip ottimale dell'iconica mescola Vibram Megagrip, ideale per affrontare superfici sconnesse bagnate e asciutte;
2. la leggerezza di Vibram Litebase, tecnologia che permette di diminuire il peso della suola fino al 30% tramite la riduzione del fondo gomma del 50% senza intaccarne le performance;
3. Vibram Traction Lug, un design dei tasselli specifico per questa specialità, in cui la tridimensionalità è ottimizzata grazie alla presenza di micro puntine e inserti in gomma di piccole dimensioni disposti lungo le fasce laterali, in grado di amplificare le performance di trazione.

L'attività di risuolatura dedicata al consumatore finale conferma l'attenzione da parte di Vibram verso un modello di business consapevole, basato sulla durabilità dei prodotti e la riduzione degli sprechi. Perfettamente in linea con la filosofia "Resole, repair, upgrade and customize" del

brand, che incoraggia gli utenti a riparare e far risuolare le proprie calzature, prolungando così la vita delle scarpe.

"La risuolatura di una scarpa da trail è un processo molto complesso. All'UTMB abbiamo realizzato circa un centinaio di risuolature su 300 candidature ricevute tramite la piattaforma dedicata che ci serve per profilare e selezionare coloro che potranno poi accedere a questo servizio gratuito. In un certo qual modo, queste persone diventano nostri tester, iniziando con noi una sorta di rapporto di collaborazione".

MEET THE ATHLETES - Durante la kermesse si sono svolti, inoltre, dei momenti di incontro con alcuni degli atleti del Trailrunning Team Vibram che hanno preso parte alla competizione su varie distanze. Ai nastri di partenza sulla distanza dei 171 km del Dacia UTMB Mont-Blanc, gli spagnoli Maite Maiora Elizondo e Javier Dominguez Ledo, il neozelandese Scott Hawker e il lituano Gediminas Grinius; l'italiana Natalia Mastrota è stata impegnata nel percorso di 100 km della CCC, mentre Stefano Ruzza ha preso parte alla TDS con i suoi 145 km. In occasione di questi incontri, è stato possibile confrontarsi e discutere di tutti gli step necessari per la preparazione atletica alle gare e ottenere preziosi consigli per chi decide di approcciare il circuito di eventi di UTMB.

IL TECH TALK CON HOKA - Tra le activation realizzate presso lo stand Vibram in collaborazione con i propri partner, la più importante è stata sicuramente quella con HOKA. Il trail runner Gediminas Grinius, atleta di punta del Trailrunning Team Vibram, e Julien Chorier del Team HOKA, hanno parlato della collaborazione tra i due brand, dove performance ed expertise si sono incontrate dando vita a prodotti in grado di offrire soluzioni per praticare l'ultra trail nelle migliori condizioni possibili.

"Il format di questa tipologia di attivazione si chiama 'Vibram Tech Talk'. HOKA è per noi un business partner molto importante, oltre a esserlo a livello globale nell'ambito dell'UTMB World Series dal 2021. Il brand americano si è unito al movimento dopo di noi".

IL GREEN TEAM - Di nuovo a conferma del suo costante impegno in ambito sostenibilità, Vibram, infine, in collaborazione con l'organizzazione dell'UTMB, ha invitato tutti a partecipare alle iniziative di pulizia dei sentieri post-gara insieme al Green Team Vibram. Obiettivo: sensibilizzare e promuovere il ripristino della condizione originaria dei sentieri montani.

"Il Green Team Vibram era lì presente come sempre, dando una mano a pulire il percorso di gara, per i primi 15/20 chilometri, subito dopo la partenza della CCC, ossia da Courmayeur. A questa attività hanno partecipato parecchi colleghi/dipendenti della sede Vibram, accompagnati da altri volontari dell'UTMB. Questo tipo di servizio noi lo offriamo sistematicamente in occasione di tutte le gare che sponsorizziamo, in particolare quando siamo title sponsor".



Il Vibram Innovation Mobile Lab

Protezione e precisione

La Ribelle Run Kalibra di SCARPA, nelle due versioni HT e ST, è stata una delle protagoniste dell'UTMB. A presentarla, il brand manager Marco De Gasperi e l'atleta Philipp Ausserhofer

— DI SARA CANALI

Una gara iconica come l'UTMB è la cornice dei sogni per presentare una novità. Alle pendici del monte più alto d'Europa, il privilegio lo ha avuto SCARPA che ha colto l'occasione per presentare la grande novità del mondo del trail running di breve o media distanza, ovvero la sua Ribelle Run Kalibra, per stessa ammissione del brand la soluzione 2.0 per la categoria. Davanti a un nutrito pubblico di appassionati e atleti, Marco De Gasperi, brand manager Trail Running SCARPA affiancato dall'atleta Philipp Ausserhofer, ha spiegato nei dettagli le novità che fanno di questa calzatura un alleato ideale per la corsa in montagna differenziando i due modelli della gamma. I modelli Ribelle Run Kalibra ST e Ribelle Run Kalibra HT sono stati sviluppati in collaborazione con BOA e si differenziano per diversi aspetti.

"Si parte dal nome: le sigle stanno per Soft Terrain, ovvero per per quelli fangosi o resi insidiosi dal bagnato e Hard Terrain, per quelli compatti e rocciosi", racconta De Gasperi "e illustrano un approccio diverso della corsa. Quello che le accomuna è lo stesso DNA e l'utilizzo del sistema BOA per garantire il miglior fit durante tutta la durata dell'uscita. Per la prima volta il BOA permette delle micro-regolazioni sia in apertura che in chiusura. Siamo convinti che questa novità possa davvero rappresentare la prossima generazione di scarpe per l'off road. Per



Marco De Gasperi



© Jose Miguel Munoz

entrambi i modelli abbiamo utilizzato anche le nostre suole Presa create nei laboratori aziendali e fatte su misura per le esigenze richieste dal terreno. Anche la midsole è ingegnerizzata ed è il risultato di una meticolosa ricerca di materiali, densità e inserti per creare il giusto compromesso tra controllo, precisione e comfort".

Per la costruzione della Kalibra, fondamentale è stato l'apporto dell'atleta altoatesino Philipp Ausserhofer, classe 1992, che nel 2022 ha trionfato a Hochkonigman nella 86K. *"La Kalibra HT è una scarpa versatile, particolarmente confortevole sui terreni tecnici. Il sistema BOA migliora notevolmente la tenuta della scarpa e aumenta la precisione nella corsa. Si ha la sensazione che racchiuda il piede e si adatti come una seconda pelle. Soprattutto nella zona del tallone. Una calzatura davvero divertente da indossare e correre".*



Philipp Ausserhofer

Per i nuovi modelli è stata utilizzata la tecnologia di allacciatura Wrap360 powered by BOA Fit System. Avvolge completamente il piede senza creare punti di pressione, è coperto da garanzia a vita ed è dotato del quadrante Li2, che offre una calzatura precisa e micro-regolabile in entrambe le direzioni, migliorando la stabilità e il controllo sui terreni tecnici.



RIBELLE RUN KALIBRA



VERSIONE ST

Pensata per chi cerca la massima precisione e stabilità sui terreni più morbidi e tecnici, per il trail e skyrunning di breve/media distanza. Un modello rivoluzionario e versatile, all'insegna del comfort e dell'affidabilità, progettato per superare i confini delle più recenti tecnologie e offrire una corsa più leggera, reattiva e veloce, garantendo stabilità e assorbimento dell'impatto. La suola è progettata con una tassellatura che fornisce grip e stabilità.



VERSIONE HT

Studiata sempre per il trail e skyrunning di breve/media distanza, è invece più indicata sui terreni rocciosi e sconnessi. Resistente, leggera e performante, è stata progettata per massimizzare la performance e garantire il comfort necessario per conquistare i terreni più accidentati. Confortevole e leggera. La sua tomaia è confezionata per il 45% da materiale riciclato che non compromette le performance. Riesce a rispondere alle esigenze di atleti, camminatori o semplici amatori adattandosi alle esigenze di ogni categoria, promettendo leggerezza, comfort e precisione.

R-2000 · FLY:REACTIVE

**LIFT OFF
WITH EVERY
STEP**



FLY:REACTIVE

FULL DUAL PULSOR



REACTIVITY

CUSHIONING

VENTILATION

JOMA SPORTECH

DURABILITY

ADJUSTMENT

DURABILITY



joma-sport.com

BECOME A #JOMATEAM
MEMBER AND GET
15% DISCOUNT



Innamorarsi del running

È questo che ha portato L'Angolo Sport a passare da essere generalista a specializzato. Allontanandosi dai luoghi che sono stati "casa" per 30 anni per tentare la fortuna nella florida Rovigo, riuscendoci. A dimostrazione che seguire il cuore è sempre la scelta giusta

— DI BENEDETTA BRUNI

Un primo store lifestyle a Loreo (RO), un secondo dedicato alla corsa, un trasferimento per avvicinarsi al fervore di un capoluogo di provincia dinamico e nevralgico dal punto di vista sportivo. Il collante di questi tre momenti di vita per L'Angolo Sport è stato la famiglia, che ha tradotto l'attenzione per il proprio negozio nella cura del cliente, con una continua e incessante ricerca del miglior prodotto, del miglior servizio, della migliore presentazione. Abbiamo parlato con Filippo Grossato, titolare e figlio dei fondatori, e gli abbiamo chiesto cosa significa partire di nuovo da zero anche con una storia già consolidata.

Cosa comporta avere un'attività di famiglia che dura da così tanto tempo?

Essere "storici" è innanzitutto un vantaggio: abbiamo una maggiore consapevolezza del mercato che può fare la differenza nel servizio. Bisogna però fare i conti con il ricambio generazionale che porta inevitabilmente ad avere diverse prospettive commerciali. Per fortuna siamo riusciti a coniugare le cose, cercando di fare tesoro di quello che funzionava del vecchio aggiornandolo con il nuovo.

Perché avete scelto di aprire uno specializzato running, e perché a Rovigo?

L'evoluzione è stata graduale: a Loreo siamo passati da un negozio generalista a due con identità distinte, per offrire un servizio migliore e un assortimento variegato per lifestyle e, soprattutto, per il tecnico. Questa scelta ci ha premiato e ci ha dato la forza di voler sviluppare una nostra identità nel mondo running a Rovigo, una città ricca di gruppi sportivi – come triathlon, atletica, camminatori e runner – ma carente di specializzati. Perciò, abbiamo effettuato una ricerca consistente su materiali, visual e illuminazione da portare nel nuovo store, e allo stesso tempo da quello vecchio abbiamo trasferito competenze già assodate, come la nostra consulenza mirata, e strumenti come videoanalisi e pedana baropodometrica. Il desiderio più grande è infatti creare uno spazio dedicato ai runner, dove chi entra non trova solo un negozio, ma un mondo in cui sentirsi compreso appieno.

Quali sono state le principali sfide di fronte a una clientela a tutti gli effetti nuova rispetto a una che ormai vi conosceva?

Approcciare un nuovo bacino di utenza è sempre una grande incognita, ma noi avevamo la fortuna di collaborare già con molte società del territorio che hanno trovato nello store di Rovigo un negozio più vicino e fruibile. Non sono però solo rose e fiori: tanti non ci conoscevano, ovviamente, e abbiamo dovuto presentarci dimostrando uno spirito meno di vendita e più consulenziale, con l'obiettivo di guidare le persone all'acquisto della scarpa più adatta alle loro esigenze.

Quali strategie mettete in atto per comunicare la stessa familiarità che c'è nel negozio di Loreo anche nel nuovo punto vendita di Rovigo?

La ricerca del personale è stata fondamentale: volevamo trasmettere la nostra passione cercando di essere cordiali, affabili, tecnici e umani. In un mondo dove l'online la fa da padrone, poter chiacchierare e trovare una persona disponibile era per noi imprescindibile. Da sempre, infatti, vogliamo che la nostra organizzazione a conduzione familiare venga vista come un valore aggiunto, e que-

sto aspetto lo abbiamo portato anche nel nuovo negozio.

Come siete stati accolti?

I runner, sia chi già ci conosceva sia quelli nuovi, ci hanno accolto in maniera molto positiva. Abbiamo offerto servizi nuovi ai tecnici e al pubblico meno esperto e questo ha originato un passaparola di persone soddisfatte. I clienti stessi si dimostrano più predisposti: c'è una maggiore consapevolezza sull'importanza della scarpa da running sul benessere quotidiano, sdoganando quindi l'idea arcaica della calzatura da tennis e conquistando anche una grande fetta di pubblico femminile.

Partecipate o organizzate eventi con una community?

Grazie alle aziende con cui collaboriamo stiamo cercando di dare continuità a diversi eventi running. Ad esempio, abbiamo ospitato il Take Courage Tour di Saucony che ci ha permesso di effettuare un test-prodotto in un clima di festa con la community, mentre ora stiamo preparando il Find Your Run con Brooks. Inoltre, appoggiamo quanto più possibile gli eventi e le gare locali: è impegnativo, ma riteniamo importante che il runner ci veda presenti nel suo mondo.

Parlaci dei vostri progetti futuri.

Di recente abbiamo attivato l'iniziativa "RottAMAzione": portando un vecchio paio di scarpe in negozio viene riconosciuto uno sconto sull'acquisto di uno nuovo, una formula che vuole richiamare soprattutto la clientela meno attenta ai km delle proprie calzature. Quelle "rottamate" saranno poi donate ad associazioni che le devolveranno a persone bisognose o le ricicleranno. Inoltre, con l'aiuto di una società del territorio stiamo sviluppando un gestionale che permette un'immediata comunicazione tra le nostre sedi e facilita la vendita online. Speriamo di poter continuare ad accrescere la nostra community e le collaborazioni con le aziende, per garantire un servizio che vada oltre la mera vendita. Il resto, poi, è tutto da scoprire.



SCHEDA TECNICA

Nome: **L'Angolo Sport**
Indirizzo 1: **piazza Matteotti 14, 45017 Loreo (RO)**
Indirizzo 2: **viale Erminia Fua' Fusinato 37/E, 45100 Rovigo**
N. telefono: **0426.334343**
E-mail: **langolosport@gmail.com**
Sito: **langolosport.it**
Facebook: **@langolosport**
Instagram: **@langolosport**
Gestione magazzino: **digitale**



Titolare: **Filippo Grossato**

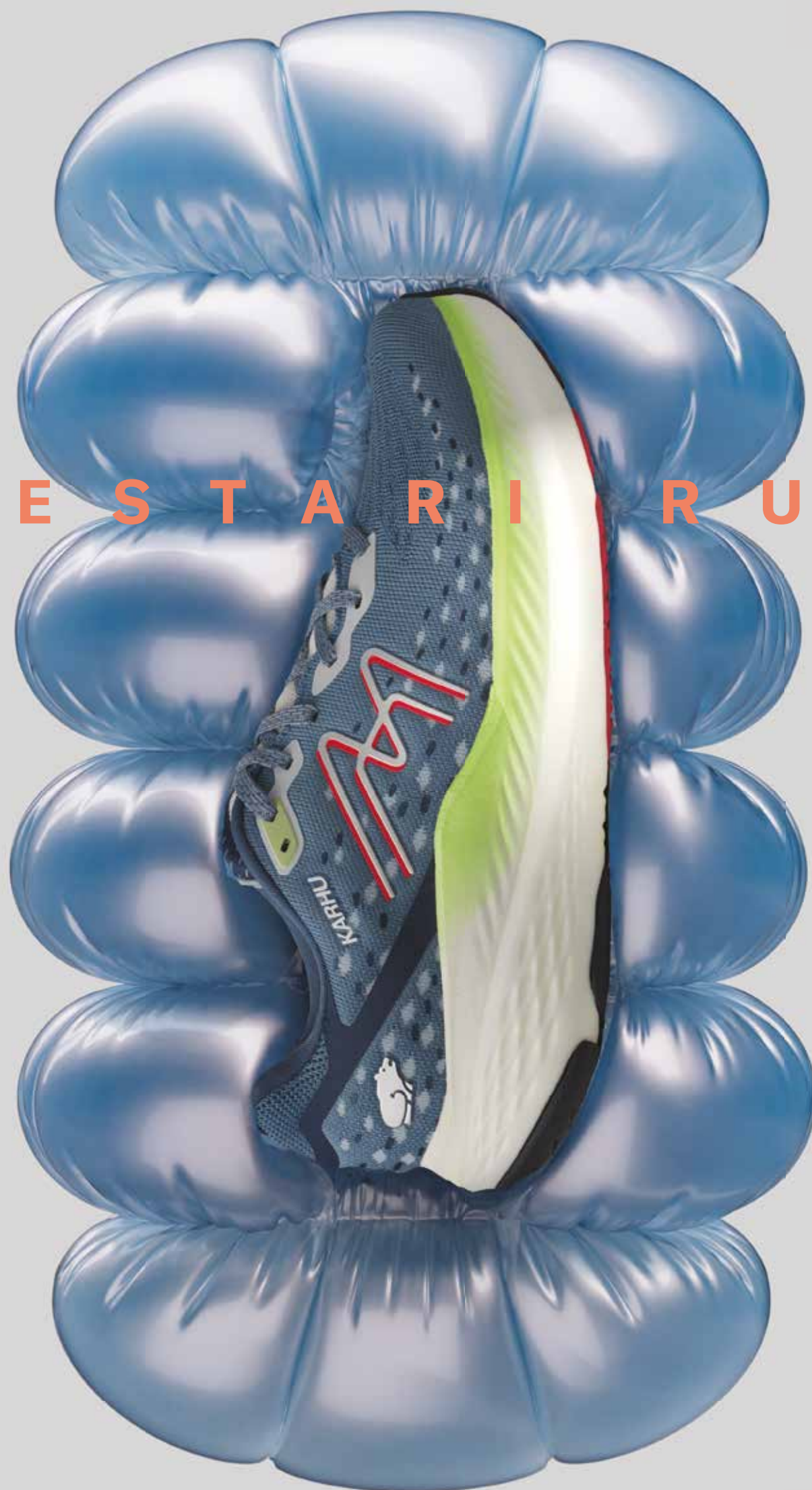
Numero sedi: **due**
Nascita dello shop: **1984**
Numero del personale: **5**
Vetrine: **4**
Mq totali: **250**
Mq calzature: **200**
Mq abbigliamento: **50**
Discipline trattate sede 1: **running, calcio, nuoto, fitness, triathlon, trail**
Discipline trattate sede 2: **running, nuoto, fitness, triathlon, atletica, trail**

MARCHI RUNNING & TRAIL

Calzature: **Altra Running, Brooks, HOKA, Joma, New Balance, Nike, Saucony**
Abbigliamento: **Brooks, Energetics, Joma, Nike**

Cruise in Comfort

M E S T A R I R U N



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





Correre in Martinica

Nell'idilliaca Santa Luce, in un tripudio di colori e paesaggi da sogno

_ TESTO DINO BONELLI, FOTO DANILO RUBINI E DINO BONELLI

*"Laggiù nel paese dei tropici,
dove il sole è più sole che qua,
sotto l'ombra degli alberi esotici,
e non t'immagini che caldo che fa"*

Edalla Dominica, sempre via mare, eccoci alla Martinica, territorio francese d'oltreoceano delle Piccole Antille, Caraibi orientali. La Martinica fu anch'essa scoperta da Cristoforo Colombo, nel 1502, nel suo quarto viaggio verso il Nuovo Mondo. Ai tempi l'isola era abitata dagli Arawaks, indiani dei Caraibi, che chiamavano la loro terra Madinina, ovvero "isola dei fiori". E di fiori in effetti ce ne sono tanti, dappertutto e di ogni genere.

Come base logistica abbiamo scelto la costa sud, a un'ora dalla capitale Fort-de-France, dove siamo sbarcati e dove, via aereo, riparteremo. Siamo a Santa Luce, un paesino di pescatori la cui spiaggia di giorno è colorata dalle tante barche lasciate a riposare dopo il lavoro notturno. Per evitare il caldo ben descritto in Banana Republic, la bella canzone di Dalla e De Gregori citata sopra, a correre ci andiamo solo la mattina presto, quando le spiagge sono completamente deserte e si respira appieno il vigore della natura.

Corriamo su un percorso di circa sette chilometri che dal centro del paesino si allunga verso occidente costeggiando spiagge da sogno e serpeggiando prima tra fiori e palme alte, poi immergendosi in un misto di palme più basse e mangrovie. Un camminamento sterrato di-



scretamente largo, con piccoli saliscendi talvolta rocciosi, che negli attraversamenti dei litorali arenosi diventa allenante sabbia smossa o piacevole bagnasciuga lambito da acque cristalline. Una magnifica passeggiata che su tutto il primo tratto è costellata da postazioni per la ginnastica a corpo libero, un parco giochi per gli amanti del movimento, una situazione idilliaca per gli appassionati della corsa off-road. Un quadretto difficilmente migliorabile con l'aggiunta di parole, e che quindi lasciamo al piacevole silenzio delle sole immagini.



SUL PROSSIMO
NUMERO
andremo a correre
a Beirut,
in Libano

FREE THE ENERGY



Trail Runner **Free H**

The world's most comfortable headlamp.

No distracting cords. No hassle. Discover more at silvasweden.com

Official distributor for Italy: Ferrino & C. 011 2230722 vend.it@ferrino.it

SILVA



Bikepacking per runner

Preparare la propria bici per una vacanza cicloturistica con tutto l'occorrente necessario non è così semplice. Cosa portare? Quanto caricare le borse e dove posizionarle? Cosa fare al termine delle varie tappe? Ecco i consigli appresi da un'esperienza in Corsica

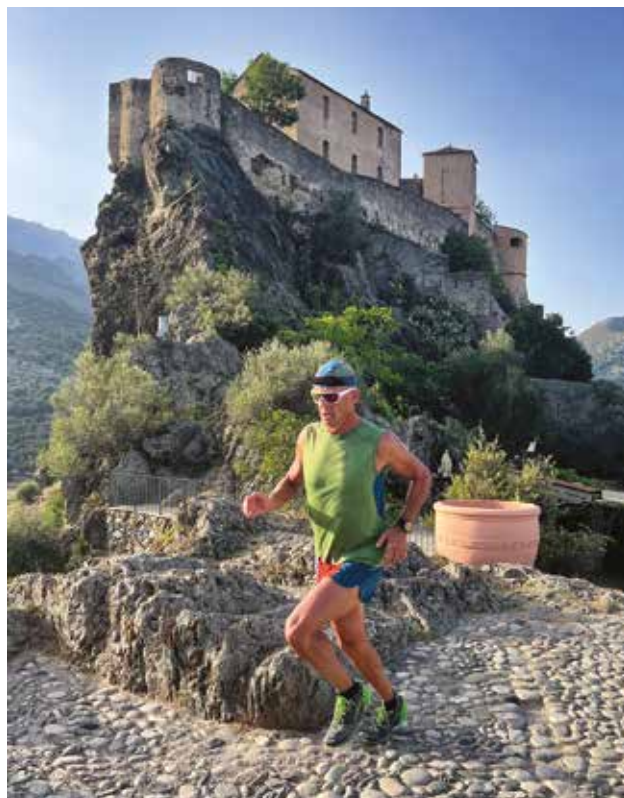
_ TESTO DINO BONELLI, FOTO ROBERTO CRAVERO

Chi vi scrive, dopo esser stato per anni un triatleta (più volte Ironman finisher), ora, oltre che un trail runner è anche un ciclista, un "gravelista" per l'esattezza, ovvero un appassionato che usando una bici gravel, non si pone limiti di percorsi. Un ciclista però che non aveva mai fatto il bikepacking prima di questo piccolo viaggio con amici in Corsica.

Il bikepacking, termine anglosassone che sta vivendo un momento di gloria nell'ambito delle due ruote, altro non è che un'evoluzione naturale e alleggerita del "vecchio" cicloturismo. Dopo essermi informato su dove saremmo stati e cosa avremmo fatto, inizio la delicata fase di preparazione delle borse. Attingendo alle esperienze acquisite in gare a piedi in autosufficienza, tipo la Marathon des Sables (265 km in cinque tappe), riduco tutto al minimo senza però rinunciare a vestiario e scarpe da corsa, perché so già che all'arrivo di qualche frazione, avrò ancora tempo e voglia di correre.

Vesto la mia gravel, bici ideale per questa tipologia di viaggio, con tre borse: una medio piccola sul manubrio, una mini sulla canna, e quella più voluminosa dietro il sellino. In quella con più capacità ci infilo le scarpe da corsa, e per l'occasione scelgo le La Sportiva Bushido II, leggere e meno ingombranti di altre, ma con ottima risposta tecnica su tutti i terreni. Quindi ci comprimo dentro anche pantaloncini e canotta, quest'ultima ottimo ricambio anche per uso ciclistico, cappellino, asciugamano in fibra, due pezzi d'intimo, l'immane costume da bagno e una maglietta casual per la sera. La sera, quando si esce a cena, sarà il bermuda da gravel, spogliato dell'interno imbottito, a fare da pantalone casual. Sulla borsa, infine, ci lego le indispensabili ciabatte infradito.

Sulla mini borsa attaccata alla canna della bici, facile da togliere quando ci si ferma per una sosta in cui ci si allontana dal mezzo, metto i documenti, i soldi, un minuscolo beauty, una barretta e un gel pronti all'uso e il telefono con relativo caricatore. Sulla borsa agganciata davanti al manubrio invece, una grossa scorta di integratori alimentari. Le previsioni dicono che farà molto caldo, e la disidratazione, oltre alla stanchezza muscolare, sarà il nemico più feroce da combattere. Nella borsa quindi, stivo una scorta fatta da una barretta, un gel e un paio di bustine di sali, per ogni giornata da passare in sella. A queste, affidandomi agli ottimi prodotti della MTBness, aggiungo, anche qui per ogni giorno d'attività, un dosaggio di aminoacidi Porbia, una bustina di Tenbota (integratore



salino-energetico completo e bilanciato in grado di compensare l'erosione della massa muscolare, esercitare una forte azione antiossidante protettiva a livello tissutale e facilitare l'eliminazione delle scorie metaboliche) da mettere nella borraccia e usare durante la pedalata, e una di Aisam (integratore per recupero completo) da prendere a fine tappa.

Con un bagaglio così minimal, quindi, l'azione sui pedali non è troppo appesantita, la bicicletta è abbastanza snella e si gode appieno del giro messo in programma. Qualche sera, come previsto, con l'amico Roberto Cravero, già finisher tra l'altro di gare come TOR, MDS e UTMB, facciamo qualche corsetta esplorativa. Movimenti lenti per andare a vedere una spiaggia o zampettando su e giù per i tanti vicoli e scalini che si diramano nelle città vecchie in cui alloggiamo, scoprendo ancora una volta come una corsa leggera è il toccasana muscolare anche dopo ore e ore di attività motoria sui pedali.



RIBELLE RUN KALIBRA HT DIALED IN HERO.



RIBELLE RUN KALIBRA HT è la scarpa dal fit perfettamente avvolgente per i runner che ricercano la massima precisione e stabilità sui terreni rocciosi e sconnessi.

PRESA
Powered by **SCARPA**



SCARPA.COM

 **SCARPA®**

ランニング
GEL-KAYANO™
30

Nothing feels better than
the new GEL-KAYANO™ 30.
Our most comfortable
stability shoe ever.

asics
sound mind, sound body

Stability never felt better

