

Running

MAGAZINE

ANNO 13 - NUMERO 7/8 - 2024



DATI & STATISTICHE
Chi è il runner moderno?

**EUROPEAN ATHLETICS
CHAMPIONSHIPS**

Notti magiche
(inseguendo una medaglia)

SCARPA DEL MESE
Mizuno Wave Sky 8

REPORTAGE

Lavaredo Ultra Trail
UTLAC

FOCUS SHOP
La Cooperativa di Cortina

ラ
ン
ニ
ン
グ

Libera la mente con la
nuova FUJISPEED™ 3.

 **asics**
sound mind, sound body

*Aggiungi velocità
a ogni corsa off-road*

FUJISPEED™ 3

www.asics.com



Running

ANNO 13 - NUMERO 7/8 - 2024



DATI & STATISTICHE

- 10 | Chi è il runner moderno?: la ricerca di FiloBlu
- 12 | Next generation: l'analisi condotta da "A Color Bright"

EUROPEAN ATHLETICS CHAMPIONSHIPS CON KARHU

- 14 | Notti magiche (inseguendo una medaglia)
- 15 | Una Roma tinta di azzurro

SOTTO LALENTE

- 18 | Evolvere con il mercato e i runner che cambiano

INCHIESTA ESCLUSIVA

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

SCARPA DEL MESE

- 20 | Mizuno Wave Sky 8

FOCUS PRODOTTO

- 24 | Cascadia 18 di Brooks
- 25 | I dispositivi Amazfit
- 26 | Il sandalo Aventura di Teva
- 28 | Il Booster Elite Evolution e le calze Light Run Haute di BV Sport
- 29 | L'edizione speciale della R-2000 di Joma

REPORTAGE

- 30 | LUT, epicentro del trail running
- 34 | UTLAC: valori condivisi

ANTICIPAZIONI

- 29 | I capi SS 25 di Mico
- 32 | Prodigio Pro di La Sportiva

FOCUS SHOP

- 36 | La Cooperativa di Cortina

RUN THE WORLD

- 38 | Emirati Arabi Uniti



Individualità e gioco di squadra

Mentre scrivo questo editoriale stiamo vivendo il clou delle Olimpiadi di Parigi, specialmente nell'atletica e di tutte le discipline legate al mondo della corsa. Un evento come sempre storico per vari motivi e che non mancheremo di farvi rivivere sempre con tagli e angolature diverse sul prossimo numero di *Running Magazine*. Su questo trovate, per così dire, un gustosissimo "antipasto": gli Europei di Atletica Leggera che si sono svolti a Roma dal 7 al 12 giugno scorsi. E ai quali abbiamo avuto il piacere di partecipare di persona, assistendo alle imprese dei nostri atleti, primi nel medagliere con ben 24 medaglie (11 ori, 9 argenti e 4 bronzi). Precedendo, guarda un po', proprio quella Francia che sta ospitando la 33esima edizione delle Olimpiadi dell'era moderna.

Ma le Olimpiadi ci offrono anche un altro importante spunto di riflessione che torna utile al nostro settore. Sto parlando delle individualità contrapposte al gioco di squadra. Gli sport olimpici ci offrono parecchi validi esempi di entrambe queste tipologie di discipline. In alcune sono i singoli a essere assoluti protagonisti e unici artefici delle proprie prestazioni. In altre è la cooperazione di due o più atleti la chiave di tutto. Certo, anche negli sport di squadra le individualità sono importanti, a volte decisive. Ma si vince e si perde tutti insieme. E spesso un collettivo ben assortito, motivato e preparato, ha la meglio su una somma di campioni, anche più forti, ma meno in sintonia tra di loro.

Se ci pensiamo, fatta eccezione per formule particolari come la staffetta nella velocità o alcuni trail

con squadra da due o tre elementi, la corsa è principalmente uno sport individuale. E anche se immaginiamo gli operatori del mercato running italiano come degli atleti, dobbiamo dire che sovente sono più abituati e avvezzi alle prestazioni individuali. Nelle quali non mancano certo campioni e fuoriclasse. Ma con i pro e i contro del caso, appunto. Un approccio che paga comunque quasi sempre quando il settore è in salute e la domanda è sostenuta, come accaduto nell'ormai celebre periodo Covid tra 2020 e 2022. Quando invece il mercato è in contrazione e la maggior parte di tutti gli indicatori sono in negativo, ecco che può risultare davvero importante tornare - o per alcuni addirittura imparare - a "giocare di squadra". Questo vale per tutte le figure professionali del nostro mondo, in tutti gli ambiti. Aziende che possono cooperare tra loro, così come collaborare (non solo in senso commerciale) con negozi, agenti e altri operatori.

Lo stesso vale per i media e gli organizzatori di eventi. Due categorie che conosciamo bene anche perché sono le principali attività nelle quali opera il nostro gruppo MagNet. Il quale - per la serie predicare bene e far seguire poi le parole ai fatti - negli ultimi anni ha attivato una serie di collaborazioni virtuose in questo senso, con importanti partnership e accordi strategici con altri media, associazioni, organizzatori, eventi fieristici. Proprio su questo fronte non mancano novità davvero eclatanti e per certi aspetti "decisive", che non mancheremo di svelarvi dettagliatamente nei prossimi giorni e settimane. Con l'obiettivo e l'ambizione di contribuire a creare un settore più forte, unito e in salute.

BENEDETTO SIRONI
benedetto.sironi@mag-net.it



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

Contributor:
MANUELA BARBIERI, CRISTINA TURINI, KAREN POZZI,
PIETRO ASSERETO, SARA CANALI, ANIA ALLEVA,
DINO BONELLI
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 13 - N. 7/8 - 2024 - 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 5 agosto 2024



IN CIMA AD OGNI VETTA.



CASCADIA 18

BROOKS

MERCATO

SCARPA E NUO SIGLANO UNA PARTNERSHIP STRATEGICA

SCARPA annuncia l'ingresso della holding di partecipazioni NUO nel proprio capitale sociale. A seguito dell'operazione, il presidente Sandro Parisotto e l'amministratore delegato Diego Bolzonello rimarranno nelle loro posizioni, garantendo la continuità nella gestione dell'azienda. "Nel corso degli anni abbiamo dato il via ad un percorso di sviluppo, con una significativa evoluzione da assetto organizzativo familiare a manageriale, che ci ha consentito di rafforzare la leadership nel settore outdoor e consolidare la reputazione di SCARPA come brand di eccellenza e riferimento a livello mondiale", sottolinea Sandro Parisotto. "In continuità con questo percorso, pensiamo che NUO sia il partner strategico per sostenere ulteriormente i piani di sviluppo dei prossimi anni".



DATI

L'INDUSTRIA SPORTIVA SI UNISCE PER AFFRONTARE LA CRESCENTE SEDENTARIETÀ

I dati diffusi dall'Organizzazione Mondiale per la Sanità, relativi a un crescente tasso di sedentarietà nella popolazione, hanno spinto brand e associazioni che rappresentano l'industria e il retail degli articoli sportivi a unire le forze per affrontare questa tendenza allarmante. L'indagine rivela che il 31% degli adulti è inattivo. Se questa tendenza all'inattività continuerà, si prevede che i livelli globali di inattività fisica saliranno al 35% entro il 2030. Il costo economico del trattamento di patologie che possono essere prevenute adottando uno stile di vita più attivo supererà i 300 miliardi di dollari entro il 2030. I settori degli articoli sportivi e del fitness stanno già lavorando duramente per affrontare l'inattività fisica attraverso interventi mirati.



IL RAPPORTO DEGLI ITALIANI CON LO SHOPPING ONLINE



AliExpress ha presentato i risultati del "Consumer Insight Report". Questa ricerca, commissionata a Censuwide - The Research Consult, ha sondato le abitudini di consumo degli italiani nello shopping online, rivelando trend e preferenze significative. Dalla survey emerge che negli ultimi tre mesi, la quasi totalità delle persone coinvolte ha fatto acquisti su internet, comprando in media otto prodotti ciascuno. In termini di spesa, i consumatori italiani hanno investito una media di 585,55 €, con un notevole 20% degli intervistati che ha superato i 950 € di spesa. Le regioni con la spesa media più alta includono Lombardia (632,10 €), Lazio (686,11 €), Piemonte (617,82 €), Campania (472,36 €), Sicilia (617,22 €) ed Emilia-Romagna (620,90 €).

POLTRONE

LORENZO DELLADIO DIVENTA PRESIDENTE DI CONFINDUSTRIA TRENINO

La prossima presidenza di Confindustria Trentino sarà targata Lorenzo Delladio, titolare di La Sportiva. Delladio, già vicepresidente di Confindustria, assume quindi la carica più importante dopo un lavoro di consultazione della Commissione di Designazione. Il nuovo presidente dovrà predisporre il programma di mandato per il quadriennio 2024-2028 e individuare i cinque vicepresidenti, che saranno votati in blocco in occasione di una successiva riunione del Consiglio Generale. Il nominativo di Lorenzo Delladio e della sua squadra di presidenza sarà quindi sottoposto al voto dell'Assemblea del prossimo 8 ottobre per l'elezione, come previsto dallo Statuto di Confindustria Trento.



JOY ALLEN-ALTIMARE È LA NUOVA RESPONSABILE MARKETING GLOBALE DI SAUCONY

Saucony ha nominato Joy Allen-Altmare responsabile marketing globale con effetto immediato. In qualità di cmo, Allen-Altmare è responsabile dello sviluppo di iniziative di branding globale, tra cui il posizionamento del marchio, le strategie digitali e di consumo DTC, la pubblicità, le iniziative di crescita internazionale e l'espansione del business lifestyle del marchio. Riporterà a Rob Griffiths, presidente del marchio a livello global e si unirà al team dirigenziale senior dell'azienda. Allen-Altmare vanta oltre 24 anni di esperienza nel marketing e nelle vendite. Più recentemente, è stata chief revenue officer del Nord America per Havas Media Network, dove era responsabile della supervisione dell'esperienza cliente, della crescita e dei team multiculturali dell'agenzia.



FIERE

MICAM MILANO SEGNA LE MACROTENDENZE DELLA PRIMAVERA-ESTATE 2025

Considerato il salone internazionale di calzature più importante al mondo, MICAM rinnova il suo appuntamento dal 15 al 17 settembre presso Fieramilano (Rho). Anche l'edizione di quest'anno sarà caratterizzata da seminari, proposte innovative e tecnologiche presentate agli operatori con l'obiettivo di creare stimoli e proporre soluzioni attinenti alle nuove tendenze di mercato, tra correnti di stile, ricerca dei materiali, sostenibilità e futuro del retail. L'highlight della prossima edizione sarà il Trend Book, una guida esclusiva sulle tendenze della prossima SS 25, sviluppata in collaborazione con Livetrend, start-up all'avanguardia nell'analisi di tendenza e di mercato, per offrire una panoramica dettagliata sulle macro tendenze che domineranno la prossima stagione. Uno strumento fondamentale per aiutare i buyer e gli operatori del settore ad orientarsi tra le tendenze stagionali, con l'obiettivo di ottimizzare gli acquisiti, ridurre l'inventario e migliorare l'impatto commerciale e ambientale delle collezioni future. MICAM Milano è pronta a confermarsi ancora una volta punto di riferimento per l'innovazione e la creatività nel settore calzaturiero.



- STORE -

Il Gruppo Cisalfa apre un Intersport Superstore a Roma, il secondo di dieci (entro il 2027)

Dopo l'apertura del primo Intersport Superstore in Italia (2.800 mq) a Reana del Rojale (UD), il Gruppo Cisalfa ha raddoppiato lo scorso 22 giugno presso il centro commerciale di Tor Vergata con un altro mega negozio di 2.500 mq. L'obiettivo è quello di arrivare a 10 location distribuite in tutto il territorio italiano entro il 2027. La nuova apertura romana, la prima in Lazio e la seconda in Italia, ha comportato un investimento di circa 1 milione di euro, creando 60 posti nel ruolo di assistente alla vendita e con posizioni ancora disponibili. Per il 2024, è in programma un terzo superstore in Nord Italia che porterà a un totale di 160 assunzioni e a 5 milioni di euro stanziati. Per il 2025 sono previsti altri quattro Intersport Superstore, per circa 11,5 milioni di euro di investimenti.



Why-Run lancia la campagna "Climate Change Is Faster"

Why-Run, il negozio specializzato di Milano, lancia la nuova campagna ideata da AUGE Communication che affronta il tema urgente del cambiamento climatico. Il claim "Climate Change Is Faster" sottolinea come le condizioni meteorologiche estreme, ormai quotidiane a Milano, ci costringano tutti a diventare runner improvvisati che nello specifico si potrebbero definire "The Rainers". L'iniziativa evidenzia un dato che è un vero e proprio record negativo: quest'anno il capoluogo lombardo ha registrato un aumento anomalo delle precipitazioni del +234%, un chiaro segnale della velocità del cambiamento climatico. "Climate Change Is Faster" è composta da tre diversi soggetti visibili attraverso maxi affissioni nel centro di Milano.



MagNet

Attracting minds, knowledge and people.

JOB OPPORTUNITIES

AGENTE DI COMMERCIO

Per importante azienda sita in Lombardia, settore running, siamo alla ricerca di un/a agente di commercio, con esperienza nelle vendite e passione per questo sport.

Requisiti:

- esperienza pregressa di vendita nel settore running
- ottime doti comunicative e organizzative
- spiccata attitudine commerciale e consulenziale

Si offre contratto in plurimandato a P.IVA, interessante piano provvigionale in grado di garantire una rendita continua negli anni, incentivi, bonus, lead qualificati e supporto operativo.

SPORTS MARKETING & EVENT SPECIALIST – MOUNTAIN RUNNING

Per La Sportiva siamo alla ricerca di persone appassionate di montagna che abbiano entusiasmo nel portare il proprio valore aggiunto all'interno di una realtà dinamica, caratterizzata da un'importante tradizione. Il/La candidato/a ideale sarà inserito/a nel team brand and communication marketing per garantire la presenza del marchio La Sportiva in tutti i mercati, attraverso la pianificazione di sponsorizzazione eventi, attivazioni sul territorio e coordinamento atleti.

Mansioni:

- affiancare il team nello sviluppo di piani operativi per la valorizzazione del brand attraverso strategie di sponsorizzazione di atleti, eventi e relazioni con partner tecnici
- assicurare la corretta gestione della relazione diretta con il pool atleti: dalla stipulazione, rinnovo e gestione del contratto al monitoraggio delle performance sportive e la cura dell'immagine
- garantire la collaborazione con i key player della community mountain running assicurando la gestione degli aspetti contrattuali e dei materiali di cui rifornirli
- elaborare il forecast dei prodotti destinati a uso parco test materiali e garantirne un uso organizzato e calendarizzato in base agli eventi sponsorizzati
- contribuire all'organizzazione di grandi eventi sportivi in linea con le strategie e budget assegnati
- supportare operativamente l'ufficio sales per attivazioni e gestione degli eventi in partnership con i clienti

Requisiti preferibili:

- laurea in discipline economiche o diploma supportato da comprovata esperienza nel ruolo
- buone doti organizzative e time management
- ottima conoscenza della lingua inglese
- ottima conoscenza del pacchetto Office
- passione per il prodotto e le discipline outdoor, preferibile conoscenza e/o appartenenza al mondo mountain running
- buona capacità di lavoro in team
- disponibilità a trasferte nazionali e internazionali

Sede di lavoro: Ziano di Fiemme (TN)

VUOI CANDIDARTI?

Scrivi a
jessica.conte@mag-net.it



Inquadra il Qr Code per vedere gli altri annunci di lavoro

**SUPERBONUS DEL 120%
PER CHI ASSUME A TEMPO INDETERMINATO**

Il decreto attuativo del Ministero dell'Economia e del Ministero del Lavoro del 26 giugno scorso, in attuazione della riforma dell'Irpef prevede per quest'anno una maggiorazione fino al 120% della deduzione ammessa in caso di incremento del numero di dipendenti con contratto a tempo indeterminato. Prevede anche un ulteriore aumento del 10% (che porta la deduzione al 130%) delle agevolazioni fiscali per imprese e professionisti nel caso in cui si assumano lavoratori provenienti da categorie svantaggiate. L'agevolazione fiscale è rivolta a tutte le imprese, indipendentemente dalla forma societaria, e riguarda anche i lavoratori autonomi che assumono dipendenti. La deduzione riguarderà tutte le assunzioni a tempo indeterminato che verranno effettuate dal primo settembre del 2024 e fino al 31 dicembre 2025.



BV SPORT

**BOOSTER
DI STILE**

Mettere del colore nel vostro RUN con il BOOSTER ELITE EVOLUTION

www.bvsport.com

- ROAD -

PER LA TERZA EDIZIONE RUN FOR INCLUSION TORNA CON UN PERCORSO DI AVVICINAMENTO



Nella sua terza edizione la Run For Inclusion cresce e si evolve, grazie al progetto "Road to RFI", un percorso di avvicinamento iniziato a maggio che accompagnerà i runner fino al weekend dell'evento, previsto per il 21-22 settembre a Milano. Il format, ideato da Uniting Group, anche quest'anno sarà l'Arco della

Pace e riconferma i propri elementi iconici come il pettorale gara, che i partecipanti potranno personalizzare scrivendo un proprio messaggio come manifesto di libertà d'espressione e inclusività, e il percorso di 7.24 km, simbolo di un impegno costante verso i temi propri dell'iniziativa sette giorni su sette e 24 ore al giorno.

THE TRAIL WITCH PROJECT BY RUNNOWEEN: UN EVENTO "DA PAURA"



Runnoween presenta "The Trail Witch Project", una corsa al buio in occasione della notte di Halloween (giovedì 31 ottobre) lungo un percorso di 6,6 km all'interno del Parco di Monza. Prima della partenza e all'arrivo sono previsti musica e party in stile Runnoween, sulle note di Dj Aladyn. L'evento è organizzato in collaborazione con Affari&Sport, Brooks e Rock Experience e chiama tutti i runner coraggiosi a partecipare a quest'esperienza da paura.

BPER BANCA SPONSOR DELLA MILANO21

Il prossimo 24 novembre si correrà la Milano21, la mezza maratona organizzata da MG Sport, ultima tappa nel circuito nazionale FollowYourPassion di quest'anno. La novità è il nuovo sponsor ufficiale dell'evento: il gruppo bancario nazionale BPER Banca. L'edizione 2023 ha visto 1.600 runner stranieri da oltre 70 nazioni, 8mila partecipanti totali, dei quali il 30% donne. La gara è stata incoronata seconda mezza maratona per numero di partecipanti in Italia e ha ottenuto un incremento del 60% di partecipanti rispetto all'edizione 2022. Dopo il successo dello scorso anno, si attende per il 24 novembre un'ulteriore crescita di partecipanti nelle due distanze previste dalla gara, la mezza maratona omologata e certificata Fidal e la 10km dove si potrà scegliere tra competitiva e non competitiva.



ESTRA È IL NUOVO TITLE SPONSOR DELLA FIRENZE MARATHON

Si chiamerà Estrà Firenze Marathon una delle maratone più belle e apprezzate d'Italia e del mondo, che si correrà il prossimo 24 novembre.

Quest'anno l'evento raggiunge le 40 edizioni, un traguardo importante che attende 10mila persone al via, tra cui migliaia di stranieri. Nato nel 2010, il Gruppo Estrà - title sponsor della gara - è leader del Centro Italia nel settore della vendita del gas naturale e dell'energia elettrica.

L'EDIZIONE 2025 DELLA LAKE GARDA 42 È FIRMATA FILA

Fila diventa title sponsor della quarta edizione della Lake Garda 42, a calendario per il prossimo 6 aprile 2025. La manifestazione dal prossimo anno si chiamerà quindi Fila Lake Garda 42 e proporrà le tradizionali maratona LG42 e mezza maratona LG21. La gara, che negli anni è stata protagonista di una crescita impressionante, nella scorsa primavera ha battuto ogni record di adesione registrando il sold out un mese prima della data e 4.200 runner provenienti da 72 nazioni. "Se da una parte siamo soddisfatti di questo enorme interesse, dall'altra stiamo lavorando per soddisfare sempre più richieste nell'ottica di una crescita costante ma equilibrata dell'evento - confida Jan Bruns di Comunico Italia SSD A RL - e così nel 2025 il tetto massimo delle iscrizioni è fissato a 5.000 partecipanti, equamente divisi sulle due distanze LG42 e LG21".



© Harald-Wisthaler

- TRAIL -

MERRELL SPONSOR UFFICIALE DEL TROFEO KIMA EXTREME SKY RACE

Si è tenuta il 23 agosto la conferenza stampa milanese nella sede di Regione Lombardia per il Trofeo Kima, tra le più iconiche gare di corsa in montagna d'alta quota. Quest'anno sarà anche la prima tappa italiana delle Merrell Skyrunner World Series, la Coppa del Mondo di specialità. Come di consueto, l'Associazione Kima ha scelto il capoluogo meneghino per presentarsi ai media. Una scelta non casuale, visto che il tracciato corre nella riserva naturale più grande di Regione Lombardia e tocca con il Monte Pioda la vetta più alta del suo demanio. Il weekend da segnare in rosso sull'agenda è quello del penultimo fine settimana di agosto. L'obiettivo è correre il 24, con data di eventuale recupero causa maltempo il giorno successivo. Qualora andasse in porto il "Piano A", alla sera festa grande in Val Masino.

LO SPONSOR - Sarà Merrell lo sponsor ufficiale del Trofeo Kima nell'ambito del circuito Merrell Skyrunning World Series. Il marchio americano di calzature per l'outdoor, dal 2020 sponsorizza l'intero circuito mondiale delle gare di corsa in montagna e ora ancora di più abbraccia questa disciplina "correndo" al fianco di una delle gare più spettacolari e impegnative dell'intera rassegna.



Inquadra il Qr Code per guardare il reel

DELICIOUS TRAIL DOLOMITI: SCARPA DIVENTA IL MAIN SPONSOR

Delicious Trail Dolomiti, la manifestazione di trail running in programma a Cortina d'Ampezzo il prossimo 28 settembre, si prepara a offrire un'edizione straordinaria grazie al supporto del nuovo main sponsor SCARPA. L'evento, che prevede tre gare impegnative di 43, 35 e 23 chilometri, si svolgerà nel suggestivo scenario delle Dolomiti, patrimonio mondiale dell'UNESCO conosciuto per i suoi percorsi spettacolari e l'unione indissolubile tra sport e tradizione enogastronomica. Il brand di Asolo premierà con dei prodotti i primi tre classificati di ogni competizione e categoria.



© Jose Miguel Munoz

- PRIME EDIZIONI -

Nasce l'Elba Legend Run, la gara di trail running alla scoperta dei sentieri dell'isola



Elba Legend Run è la nuova gara di trail running lungo i sentieri dell'isola, in programma per il prossimo 6 ottobre con partenza e arrivo a Capoliveri. Il format di gara sono tre e prevedono le distanze di 13, 25 e 60 km. Non solo running: il programma degli eventi collaterali anticiperà le gare e avrà come tema il movimento e la scoperta del territorio con la sua offerta paesaggistica, culturale ed enogastronomica. Comprenderà attività ed esperienze sportive di ogni tipo: come la possibilità di fare escursioni a piedi sui siti minerari, sessioni di yoga e pilates, bike tour sui tracciati della Legend Cup e altre spettacolari destinazioni, alla scoperta del versante orientale dell'Isola.

SALOMON ITALIA ANNUNCIA LA PARTNERSHIP TRA SALOMON FOUNDATION E INYOURSHOES

Salomon Italia ha annunciato la collaborazione tra Salomon Foundation e la onlus InYourShoes. La partnership è stata sancita ufficialmente lo scorso 28 giugno a Cortina, dove era presente Francisco Grimaldi, founder dell'associazione nata nel 2017, quando dopo la maratona di Roma supportato da Giordano Bravetti, medico e runner, ha deciso di raccogliere scarpe usate e consegnarle alla comunità di Iten, una piccola cittadina keniana a 2.500 metri di altitudine. Conosciuta come "la città dei campioni" e immersa in riserve naturali dove sono nati fondisti leggendari come Eliud Kipchohge, è la meta di ragazze e ragazzi

che giungono da tutto il Paese per avere l'opportunità di trasformare la propria vita e diventare atleti professionisti. Una scarpa tecnica, performante, anche usata ma in buone condizioni, per loro fa davvero la differenza. Da allora, InYourShoes organizza ogni anno una spedizione per consegnare personalmente le scarpe raccolte, affiancata da due partner locali, la St. Patrick High School e la Sing'ore Girls School, che selezionano per le donazioni gli atleti che si sono contraddistinti nello studio e nello sport, in modo che ogni scarpa arrivi ai piedi giusti. Condividendo a fondo il messaggio e i valori del progetto, Salomon



ha scelto di supportare InYourShoes con una prima donazione da parte di Salomon Foundation a sostegno della spedizione prevista in partenza il 25 settembre 2024.



Inquadra
il Qr Code per
guardare il reel

ASICS CONTRO IL CYBERBULLISMO E LE MOLESTIE ONLINE

ASICS si impegna a sostenere il benessere mentale degli atleti contrastando le molestie online e il cyberbullismo. Un'iniziativa adottata a causa dell'aumento di questo fenomeno nei confronti dei professionisti: il brand offrirà l'accesso a servizi di sicurezza informatica per ridurre al minimo l'esposizione a contenuti dannosi



durante gli eventi più importanti. L'azienda collabora con la science company Signify per proteggere i propri atleti dalle molestie che avvengono online offrendo

l'accesso al servizio Threat Matrix di Signify, basato sull'intelligenza artificiale e pensato per prevenire e gestire gli abusi sui social media. Il servizio lavorerà per tutelare i profili degli atleti, così che possano sentirsi più sicuri. Questo progetto fa parte del più ampio "Mind and Body Athlete Support Programme", pensato per offrire l'accesso a diversi servizi al fine di migliorare il benessere psicofisico e garantire iniziative per uno sport sano.

WORLD PLOGGING CHAMPIONSHIP 2024: LA QUARTA EDIZIONE



Il World Plogging Championship 2024 si svolgerà il prossimo 28 settembre sui sentieri della Val Gandino, in provincia di Bergamo. Gli

atleti che avranno superato le prove di qualifica nel corso dell'anno 2024 si confronteranno in una competizione di trail plogging della durata massima di sei ore. Nella notte si farà il conteggio di quanti e quali rifiuti gli atleti avranno raccolto, a cui sommare la distanza e il dislivello di percorrenza: tutti i dati verranno elaborati da un collaudato algoritmo che decreterà il campione e la campionessa mondiali di plogging 2024. Domenica 29 settembre in programma c'è anche la prima edizione della gara di Urban Plogging che si svolgerà a Bergamo.



WHEREVER
YOU FEEL
EMOTIONS

cmpsport.com

in collaboration with
ZADAR
REGION



Nello scorso numero vi avevamo parlato della tavola rotonda organizzata da FiloBlu agli ORBDAYS. In queste pagine vi illustriamo l'analisi approfondita condotta dalla società di accelerazione digitale

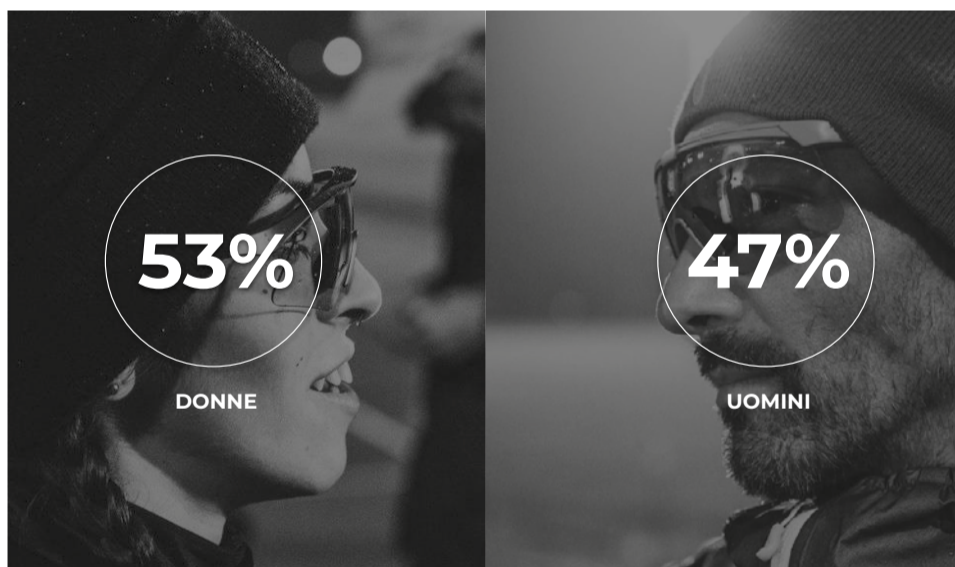
_ DI CRISTINA TURINI

Un'analisi dettagliata del runner moderno come strumento indispensabile per brand e negozianti nell'orientare le proprie strategie. Questa figura per la prima volta prende le distanze dal vecchio stereotipo grazie alla ricerca di FiloBlu, realtà che gestisce e porta al successo il business digitale delle aziende. La società di accelerazione digitale ha raccolto informazioni legate alle modalità di acquisto degli utenti su internet, ha analizzato e incrociato le ricerche online e infine ha perfezionato i dati con il supporto di aziende del settore e dei negozi specializzati. Ne è emersa la figura di un runner preparato, consapevole e informato, che trova nella sua attività preferita non solo un modo per performare, ma anche di stare bene con sé stesso e gli altri.

FiloBlu definisce la nuova figura del corridore come "performance artist", perché sempre più spesso proveniente da un ambiente creativo e artistico, sradicando il paradigma del classico podista. Non solo corsa quindi, ma anche eventi, socialità e cultura. Un'evoluzione che sostituisce il concetto di allenamento esclusivamente legato alla performance con un'esperienza dal raggio d'azione più ampio dove oltre al risultato c'è altro: all'origine di questo trend c'è un crescente interesse per la salute mentale che ha portato grande interesse per il running e per la democratizzazione di questa disciplina, coinvolgendo una audience più ampia e allargando il concetto di allenamento tradizionale.

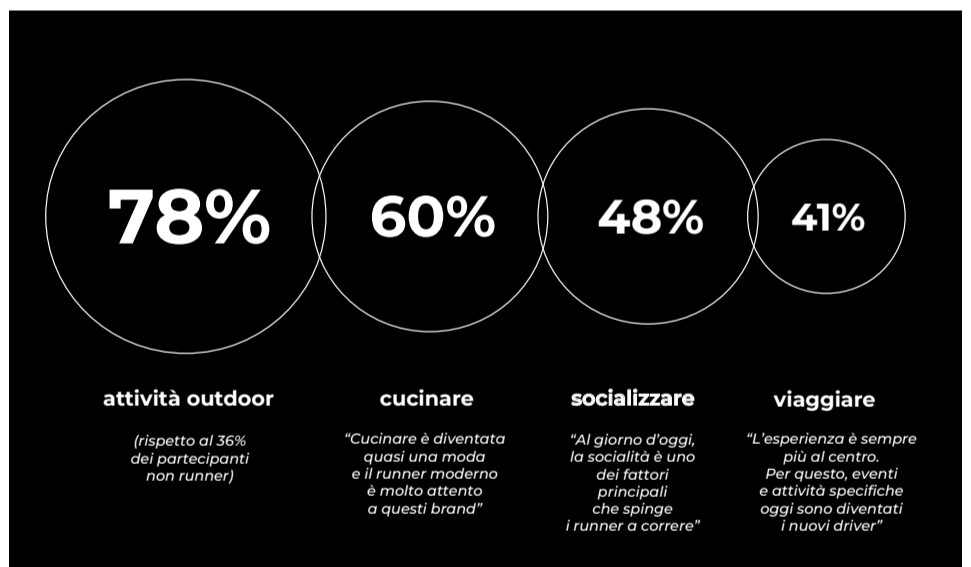
Chi è il runner moderno

Mercato di riferimento: Italia



Valori e abitudini

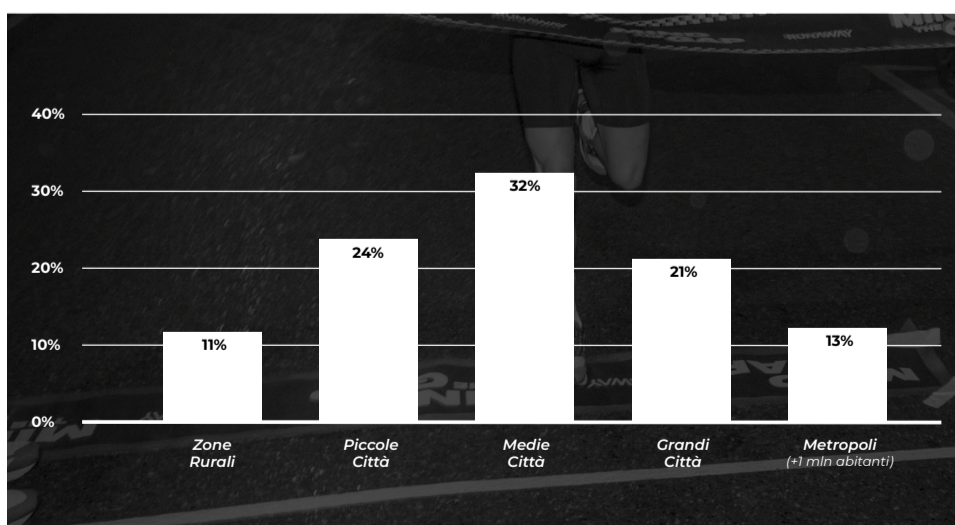
COSA AMANO I RUNNER



Fonte: analisi FiloBlu su dati Statista, 2024

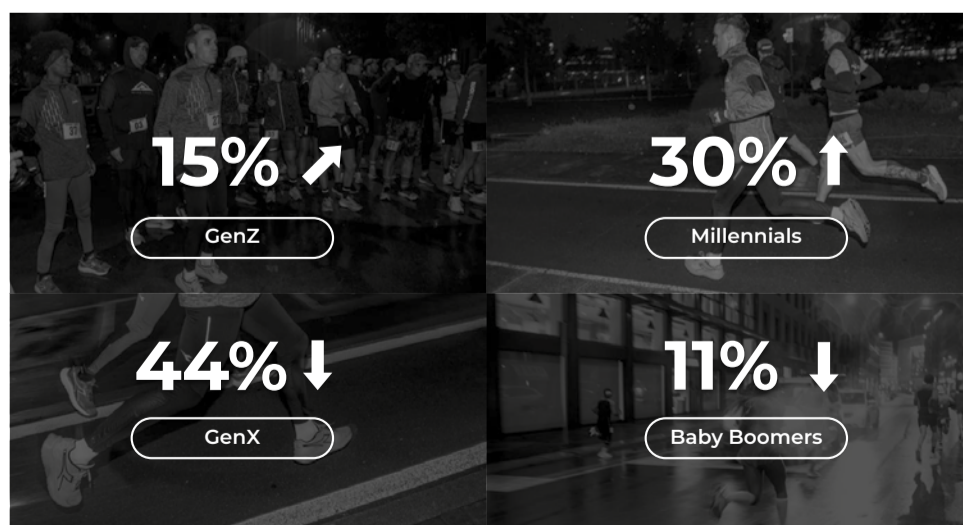
Profilo demografico

DOVE ABITANO I RUNNER



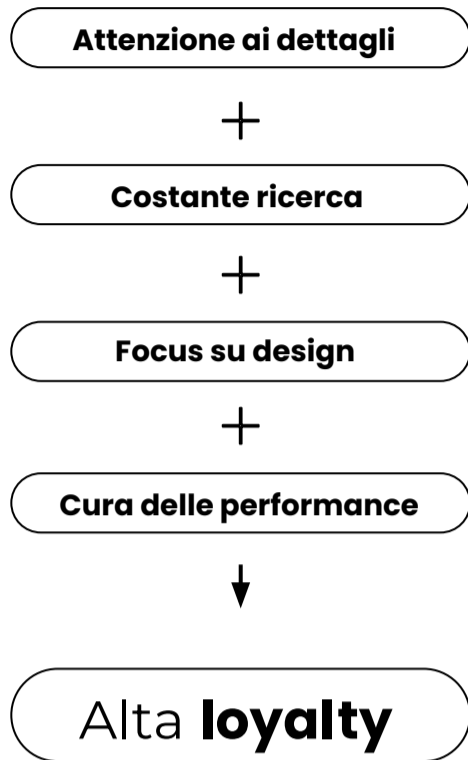
Profilo demografico

SPLIT GENERAZIONALE %



Fonte: analisi FiloBlu su dati Statista, 2024

Nuove caratteristiche



Fonte: analisi FiloBlu su dati Statista, 2024



Come scopre, testa e compra i prodotti da running?

Il 70% dei brand sportivi ha implementato la cosiddetta "economia di ecosistemi", impegnandosi a offrire al consumatore finale esperienze omnicanali senza mai focalizzarsi su singoli canali indipendenti.

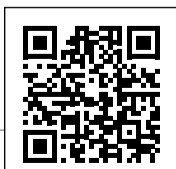
Fonte: analisi FiloBlu su dati Statista, 2024

Ricerche online per prodotti

Mercato di riferimento: Italia

			Google	Trend:	YouTube	Trend:	TikTok	Trend:
1	Hoka Clifton 9	HOKA	18.100 ricerche	↑	17.900 ricerche	↑	12.000 ricerche	↑
2	Hoka Bondi 8	HOKA	8.100 ricerche	=	18.000 ricerche	=	5.400 ricerche	=
3	Nike Pegasus 40	NIKE	8.100 ricerche	↑	8.000 ricerche	↑	5.400 ricerche	↑
4	Nike Zoom Fly 5	NIKE	8.100 ricerche	↑	8.000 ricerche	↑	5.400 ricerche	↑
5	Saucony Triumph 21	SAUCONY	8.100 ricerche	↑	8.000 ricerche	↑	5.400 ricerche	↑
6	Brooks Glycerin 20	BROOKS	8.100 ricerche	↑	8.000 ricerche	↑	5.400 ricerche	↑
7	Hoka Clifton 8	HOKA	6.600 ricerche	↓	6.500 ricerche	↓	4.400 ricerche	↓
8	Asics Novablast 3	ASICS	6.600 ricerche	↓	6.500 ricerche	↓	4.400 ricerche	↓
9	Brooks Ghost 15	BROOKS	6.600 ricerche	↑	6.500 ricerche	↑	4.400 ricerche	↑
10	Hoka Speedgoat 5	HOKA	6.600 ricerche	=	6.500 ricerche	=	4.400 ricerche	=

Nota: volumi di ricerca medi mensili nel periodo Q2 2023 - Q2 2024



Inquadra il QR Code per consultare l'analisi completa

Fonte: keywordfool.io, 2024



Next generation

Nell'ultimo decennio hanno preso vita svariati marchi running non convenzionali, che si stanno affermando per i loro caratteri distintivi e per le community che li rappresentano. È quanto emerge dall'analisi fatta da "A Color Bright", agenzia tedesca specializzata nello sviluppo di brand e start-up

— DI CRISTINA TURINI

Negli ultimi anni la corsa si è evoluta, uscendo dai binari di un mercato monolitico, per abbracciare un universo composto da brand emergenti che, anche se non blasonati, stanno catturando l'attenzione di un consumatore sempre più esigente, legato a un concetto di running volto al benessere, al lifestyle e a un legame distintivo ed esclusivo con una community di nicchia. Questo è quanto si evince dall'analisi fatta da "A Color Bright", agenzia di Berlino dal forte imprinting digitale, specializzata anche nello sviluppo di brand e start-up. Nel dettaglio sono stati analizzati 20 marchi lanciati nell'ultimo decennio, che hanno seguito le orme di On (fondato nel 2010), il primo a sfidare il dominio dei giganti del settore. L'attenzione del "decoding" si è concentrata su realtà emergenti che hanno costruito un'identità distintiva per rafforzare la propria posizione nel settore e rimodellare il panorama della corsa. Al centro di questo spazio così ampio e diversificato c'è una domanda fondamentale: cosa spinge le persone a correre? L'esigenza di un'esperienza coinvolgente o la ricerca del personal best? Una motivazione non esclude l'altra, soprattutto se l'insieme di questi due elementi si fonde con lo stile, il design e l'alta qualità enfatizzati dai nuovi marchi.

In questa tendenza, molte realtà performance hanno sfumato i confini con lo streetwear dominato dal gorpcore (connubio tra moda e abbigliamento tecnico), mantenendo comunque il concetto di corsa nella sua accezione performante e fornendo una narrativa ben precisa, occupando un proprio spazio unico in questo contesto.

LA MAPPA DEI BRAND

L'analisi effettuata divide i brand in cinque categorie, senza tuttavia incasellarli ma anzi, come si evince dalla mappa a stella, i colori delle categorie si fondono e si contaminano diventando anche altro. Un marchio come NNormal, per esempio, abbraccia la filosofia del Mindful Joggers ma non esclude i Realkeepers. Satisfy rientra nei Performers, ma allo stesso tempo è anche "fashionable". La parte interessante di questa analisi è capire quali sono gli elementi che rendono riconoscibili questi brand e permettono alle rispettive community di identificarsi con essi: dall'utilizzo dei colori ai font, dalla fotografia ai visual, ogni elemento diventa un tratto distintivo per comunicare la propria filosofia.

RUNNING REALKEEPER

Impegnati nell'autenticità e in un'esperienza di corsa genuina, questi marchi onorano l'eredità della corsa abbracciando i valori della comunità moderna.

Come si identificano?

- I colori utilizzati vanno dal blu navy a toni classici in sfumature neutre.
- I font utilizzati fanno eco alla tradizione, con una composizione chiara ed efficiente.
- La scenografia è composta da paesaggi quasi bucolici che evocano un senso di connessione con l'ambiente. Nella fotografia vi sono più runner insieme, per rafforzare il concetto di community.
- I visual riportano alla corsa nel periodo del college: i brand utilizzano emblemi e fasce colorate per ricordare lo stile varsity.

Alcuni brand che fanno parte di questa categoria

Saysky - Tracksmith - Balmoral - 4t2

FASHION PACER

I Fashion Pacer sono brand audaci nella scelta stilistica dei capi, fornendo, più che la performance a tutti i costi, un senso di comunità radicato in una filosofia di design condivisa.

Come si identificano?

- I colori sono composti da toni scuri e schemi monocromatici ad alto contrasto.
- La scelta (frequente) dell'utilizzo di un font comune tra i brand aumenta questo contrasto.
- La fotografia è fortemente influenzata dalla moda, con modelli in studio o in ambienti urbani prima e dopo la corsa: invece di catturare l'azione sul gesto atletico, questo approccio rafforza la narrazione secondo cui l'attrezzatura trascende la funzionalità per diventare una dichiarazione di stile unico.
- Le immagini mettono in risalto gli elementi distintivi e iconici del marchio riportati su capi eleganti, che sottolineano la contaminazione fashion.

Alcuni brand che fanno parte di questa categoria

Optimistic Runners - Miler Running - Over Over - Satisfy

PRECISION PERFORMER

Ricercano la raffinatezza nei dettagli e creano prodotti innovativi con caratteristiche prestazionali avanzate, che enfatizzano il comfort e un'esperienza di corsa senza distrazioni.

Come si identificano?

- I colori utilizzati identificano un focus tecnico, riducendo al minimo la tonalità per un'estetica moderna, futuristica e tecnologica.
- Tra i font dominanti ci sono Sans Serif o (neo)Grottesco: le etichette Satisfy utilizzano un carattere a spaziatura fissa, evocando un ambiente industriale e tecnico.
- La fotografia cattura la meticolosa precisione di questi marchi, presentando inquadrature complesse dei prodotti e delle loro caratteristiche tecniche. Con un approccio artistico che mette il prodotto al primo posto, il linguaggio visivo viene mantenuto in modo coerente.
- Nei visual la tecnologia si percepisce nell'uso coerente di numeri, date ed elementi geometrici: norda per esempio utilizza le griglie per dare un tocco tecnologico agli elementi di sfondo. L'estetica visiva complessiva rimane altamente funzionale e minimamente decorativa, incarnando l'impegno dei Precision Performers verso l'eccellenza tecnica.

Alcuni brand che fanno parte di questa categoria

Satisfy - Soar - norda

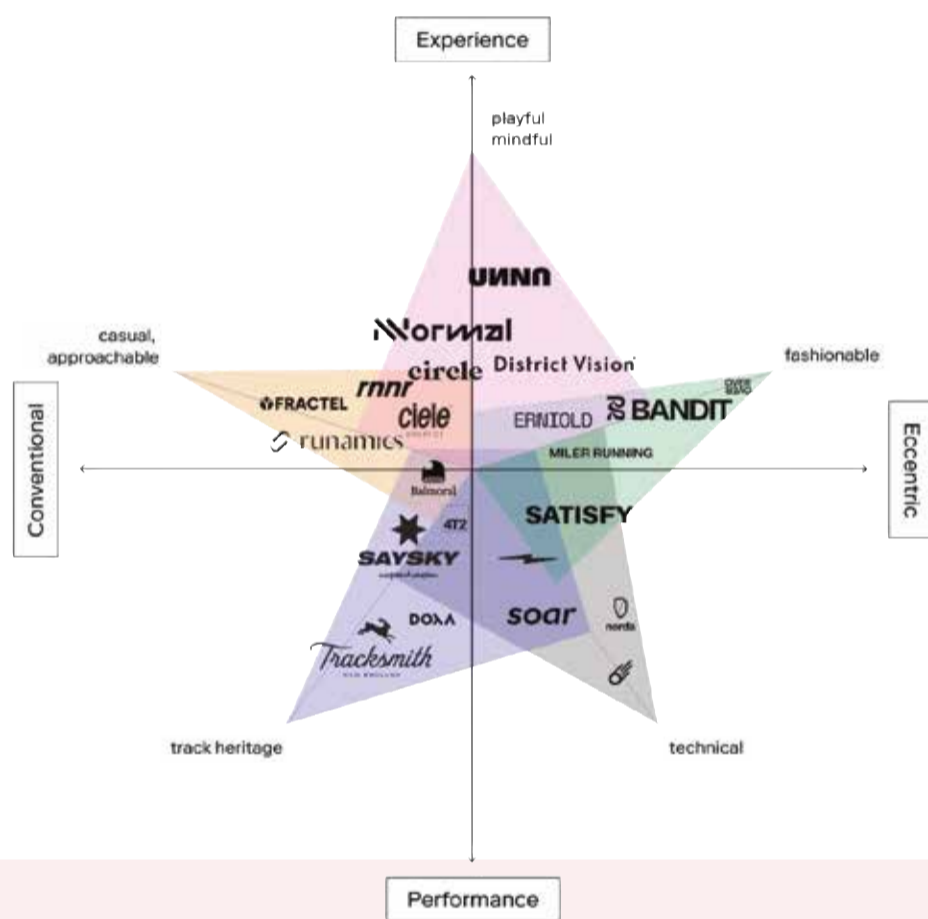
JOGGER CONSAPEVOLI

I brand di questa categoria si dedicano a chi fa jogging consapevole, apprezzando i benefici olistici della corsa e dando priorità sia alla salute fisica che a quella mentale.

Come si identificano?

- La tavolozza dei colori riflette lo spettro emotivo. Questi marchi optano per tonalità vivaci e combinazioni audaci, utilizzando colori solidi e primari per evocare vitalità e positività. Mentre coloro che cercano un'atmosfera più serena e introspettiva incorporano sfumature e toni naturali e più morbidi, come District Vision.
- Anche i font sono audaci e decorativi. Alcuni brand, come NNormal, si

LOGO	NOME	ANNO DI NASCITA	HEADQUARTERS	LOGO	NOME	ANNO DI NASCITA	HEADQUARTERS
	Saysky	2013	Denmark		Runamics	2019	Germany
	District Vision	2014	United States		Bandit	2020	United States
	Tracksmith	2014	United States		Erniold	2020	Australia
	Ciele Athletics	2015	Canada		Hylo Athletics	2020	United Kingdom
	Satisfy	2015	France		Norda	2020	Canada
	Soar	2015	United Kingdom		4T2	2021	Netherlands
	Doxa	2016	Denmark		Near earth	2021	Germany
	Balmoral	2018	Canada		Over Over	2021	United Kingdom
	Fractal	2018	Australia		Unna	2021	Sweden
	Miler Running	2019	United States		NNormal	2022	Spain
	rnr	2019	United States		Optimistic Runners	2023	Germany
	Circle Sportswear	2019	France				



avventurano in combinazioni di caratteri sperimentali. Alcuni invece optano per un carattere tipografico minimalista.

- La fotografia cattura momenti autentici, con istantanee scattate in ambienti spontanei. Lo stile editoriale è schietto e coerente con la narrazione, enfatizzando l'impatto emotivo positivo della corsa e spostando l'attenzione dall'apparenza alle sensazioni, radicando l'esperienza e rendendola più riconoscibile.

- Gli elementi includono l'uso di grandi blocchi di colore e illustrazioni disegnate a mano.

Alcuni brand che fanno parte di questa categoria

District Vision – NNormal – Unna

RUNNER NEXT DOOR

La semplicità e il comfort sono essenziali nella ricerca di un abbigliamento da corsa semplice e motivante.

Come si identificano?

- I colori sono ispirati alla natura, alla calma e alla gentilezza. I toni sono caldi e terrosi.

- I font utilizzati sono dinamici, spesso con un fascino vintage, come le scritte a mano che oltre a essere funzionali sono anche decorative.

- La fotografia cattura i runner in ambienti urbani naturali o familiari, collegandosi con la routine della corsa. I marchi utilizzano un linguaggio visivo e immagini che sfidano linee guida rigide, trasmettendo efficacemente un'atmosfera accessibile e accogliente.

- Gli elementi visivi, spesso utilizzati come stampe su magliette o nei social media, includono citazioni in caratteri decorativi, immagini in stile fumetto e tecniche analogiche come la stampa, aggiungendo un tocco umano e riconoscibile allo stile generale.

Alcuni brand che fanno parte di questa categoria

Fractal – Runamics – Ciele Athletics – rnr

PARLA ALESSIO ALBANESE

Il progetto norda

Atleta appassionato di trail running, Alessio collabora con norda dal 2021 e utilizza i modelli per le sue uscite in montagna, che si tratti di allenamenti o gare

La storia di norda ha origini lontane, quando già nel 2010 gli atleti canadesi di endurance Nick e Willa Martire (i fondatori), con Louise Martin Tremblay, designer, viaggiando in Italia visitarono la fabbrica di Vibram. Allora prese vita in modo embrionale il progetto, ma il contributo dell'azienda di Albizzate nel creare i primi prototipi fu determinante.



Come sei arrivato nel mondo di norda?

Mi sono avvicinato a loro tre anni fa, lavorando con Vibram. Da allora uso i loro modelli che, devo dire, sono eccezionali. Sono studiati per la comodità nel trail running, sono resistenti e abbracciano il concetto di sostenibilità a 360°.

Qual è la filosofia alla base della costruzione dei modelli?

L'intenzione era chiara fin da subito: creare una scarpa tecnica da trail running più avanzata, prodotta con i materiali migliori in termini di durata, prestazioni e sostenibilità. Nel periodo della pandemia ha preso vita la prima scarpa da trail running, l'unica con tomaia in bio-Dyneema, una fibra composta da materie prime rinnovabili o riciclate dai rifiuti delle industrie della pasta di legno, ultra resistente e leggera. La performance è garantita dall'intersuola Vibram SLE combinata alla suola in Megagrip con tecnologia Litebase, che riduce il peso del 30% diminuendo lo spessore del 50%, senza compromettere la performance. Il risultato è una scarpa di alta qualità, studiata nei minimi dettagli, con materiali durevoli per fare in modo che venga utilizzata il più a lungo possibile anche da chi pratica distanze ultra. Parliamo di modelli unici, con una silhouette diversa dalla solita scarpa da trail, e con uno studio dei dettagli incredibile: basti pensare alla scolpitura della suola, che richiama le rocce del Canada, con il logo Vibram incastonato in quella che è poi la forma dell'isola di Montreal.

Quali e quanti sono i modelli della gamma norda?

Per ora sono tre, ma ci saranno presto delle novità. Sono partiti con la 001, una scarpa dedicata alla distanza ultra e con la 002, sempre dedicata al trail running ma per distanze più brevi (io per esempio la uso per le sky race). Poi c'è la 003, un modello senza lacci, da approach o da recupero.

Perché i modelli sono denominati con sequenza numerica?

Secondo me non vogliono dare un nome all'universo che c'è dietro alla costruzione di questi modelli. Sarebbe troppo riduttivo o limitante. Queste scarpe sono estremamente versatili e sono davvero adatte a chiunque, anche a chi non corre, proprio per la loro peculiarità di estrema comodità.

A tal proposito, nella mappa a stella codificata da A Color Bright, norda è nella categoria Precision Performer...

Ma di fatto la contaminazione nel mondo fashion c'è stata. Basti pensare alla recente collaborazione con Zegna nell'apparel: maglie e pantaloncini disegnati da una firma prestigiosa della moda ma assolutamente adatti alla corsa. Una "contaminazione" che ha avuto grande successo soprattutto grazie alla community e ai negozi di alta gamma in cui i prodotti sono stati distribuiti: la fascia di prezzo è alta, ma questo innesca il desiderio d'acquisto nei consumatori.

norda è distribuito in Italia da:
Artcrafts International SpA - 055.68189 - info@artcrafts.it

I NUMERI DI UN'EDIZIONE STRAORDINARIA

137mila
gli spettatori presenti
allo Stadio Olimpico

4.9 milioni
i telespettatori nella serata
del 12 giugno

1.474
gli atleti in gara
(754 uomini e 716 donne)

48
le federazioni europee
rappresentate

24
le diverse specialità

147
le medaglie assegnate
24
le medaglie azzurre
(di cui 11 d'oro)

15
i record dei Campionati

47
i record nazionali

256
i primati personali

Notti magiche (inseguendo una medaglia)

Cinquanta anni dopo l'ultima edizione organizzata nella Capitale nel 1974, lo scorso giugno i Campionati Europei di Atletica Leggera sono tornati a Roma, ospitati per la terza volta in assoluto in Italia. Official supplier il brand finlandese Karhu, proprio come a Helsinki nel 1971 quando Franco Arese conquistò l'oro nei 1.500 metri

DAI NOSTRI INVIATI _ MANUELA BARBIERI, CRISTINA TURINI E BENEDETTO SIRONI

Sono stati sei giorni incredibili, di medaglie, passione e grandi emozioni. Due dei quali vissuti da noi di *Running Magazine* proprio sul campo, grazie all'invito speciale di Karhu, official supplier per il materiale tecnico dei Campionati Europei di Atletica Leggera disputati a Roma dal 7 al 12 giugno. Il brand finlandese si è occupato della produzione e della fornitura dell'abbigliamento degli ufficiali di gara, dei membri del comitato organizzatore e dei volontari. E ha realizzato inoltre il materiale per il merchandising ufficiale della manifestazione, venduto anche nelle store del villaggio commerciale allestito all'esterno dello Stadio Olimpico (nelle foto sotto). Tra cui un'edizione limitata di uno dei modelli più apprezzati del momento, la Mestari, pensata proprio per celebrare il sodalizio tra il marchio e l'evento.

"Torno a Roma con la mia azienda per continuare la storia", aveva dichiarato lo scorso novembre, in occasione dell'annuncio ufficiale della partnership, Franco Arese, da dieci anni alla guida di Karhu al fianco dei suoi tre figli Enrico, Emanuele ed Edoardo. E così è stato. L'accordo di collaborazione tra il brand - sponsor 50 anni prima dei Campionati Europei di Helsinki 1971 - e questa grande manifestazione internazionale riannoda i fili con un passato glorioso, grazie proprio al coinvolgimento di una figura di prestigio dell'atletica italiana come lui. "È il legame perfetto tra il successo più importante della mia carriera da atleta, l'oro nei 1.500 metri in Finlandia, e l'Italia, il mio Paese", ha sottolineato Arese. Ma anche un bel regalo di compleanno, aggiungiamo noi, per i suoi 80 anni festeggiati proprio lo scorso 13 aprile.

Presidente FIDAL per due mandati, dal 2005 al 2012, Arese ha saputo cogliere sapientemente l'opportunità di partecipare agli Europei di Roma 2024 in qualità di official supplier, un evento che ha riportato l'Italia e la Capitale al centro della scena internazionale dell'atletica. Lo Stadio Olimpico, con una nuova pista allestita in vista della manifestazione, e il Parco del Foro Italico, con il meraviglioso Stadio dei Marmi tornato al suo antico splendore,



Franco Arese, al centro, con i figli Emanuele, a sinistra, Edoardo e Enrico

hanno fatto da cornice a una sei giorni che si è conclusa con un bilancio formidabile, sia in termini di prestazioni sportive, che di partecipazione, spettacolo e copertura mediatica (a livello di ascolti televisivi, le percentuali di share sono stati in linea con le più grandi e prestigiose manifestazioni sportive internazionali). La scelta di anticipare lo svolgimento degli Europei nella prima settimana di giugno li ha poi di fatto trasformati in un crocevia verso i Giochi Olimpici di Parigi, rendendoli sostanzialmente i Trials europei.

UN EVENTO PIÙ INCLUSIVO - Roma 2024 ha introdotto delle innovazioni orientate a rendere questo evento un'esperienza memorabile, sia per il pubblico presente sugli spalti che per gli atleti. Per la prima volta, le pedane dei salti in lungo e triplo sono state allestite a pochi metri dalla Tribuna Tevere, portando i campioni a contatto con gli spettatori. Il rinnovato Stadio dei Marmi, area principale di warm-up, è stato reso accessibile gratuitamente a tutti gli appassionati per poter seguire da vicino gli allenamenti dei propri idoli. Circondati dalle statue, gli atleti si sono potuti allenare in un contesto senza eguali al mondo. Le competizioni della marcia e della mezza maratona, inoltre, si sono concluse con l'ingresso all'interno dello Stadio Olimpico, nel solco dell'iconicità dei Giochi Olimpici di Roma 1960. Ben 135 medaglie delle 147 complessive sono state infine consegnate sul mega-palco allestito nella Piazza della Fontana della Sfera trasformata per l'occasione nella "Medal Plaza", cuore del Fan Village di Roma 2024 (nella foto a fianco). Regalando a medagliati e pubblico altri momenti di grande emozione.



Una Roma tinta di azzurro

Undici ori, nove argenti e quattro bronzi: una supremazia schiacciante che ha permesso ai nostri atleti di conquistare il primo posto nel medagliere dei Campionati Europei di Atletica Leggera 2024

Olimpico elettrico per le imprese degli atleti italiani che, giorno dopo giorno, hanno scritto pagine di storia dell'atletica. Finora erano stati al massimo quarti nel 1978 a Praga e nel 1990 a Spalato. Durante questi Campionati Europei, il precedente record di medaglie che risaliva proprio alla città croata, con dodici podi e cinque ori, è stato quindi clamorosamente doppiato. Battuto anche il record di finalisti: a Roma sono stati ben 45.

Qui di seguito, vi raccontiamo le medaglie azzurre day by day.

DAY 1 2 ORI E 2 ARGENTI (4 MEDAGLIE TOTALI)

Il primo titolo è stato di **Antonella Palmisano**, padrona nella **20 chilometri di marcia** al termine di una gara dominata e vinta con il crono di 1h28:08 sul percorso nel parco del Foro Italico, intorno allo stadio dei Marmi con l'arrivo sulla pista dello stadio Olimpico. La campionessa olimpica, 32enne pugliese delle Fiamme Gialle, ha aggiunto un altro oro alla sua meravigliosa collezione che comprende anche due bronzi mondiali (2017 e 2023) e uno europeo (2018), oltre all'oro a cinque cerchi del 2021. Nella storia degli Europei, è il terzo oro per la marcia femminile italiana. Alle sue spalle l'argento di **Valentina Trapletti**, seconda in 1h28:37 con il record personale migliorato di oltre un minuto.

Nei **5.000 metri**, **Nadia Battocletti** si è laureata campionessa europea con il record italiano di 14:35.29, migliorando nettamente il suo primato di 14:41.30 dell'anno scorso a Londra.

Da brividi anche l'argento della **staffetta 4x400** mista con **Luca Sito, Anna Polinari, Edoardo Scotti e Alice Mangione** che hanno conquistato il secondo posto con un formidabile record italiano in 3:10.69. La prima medaglia di sempre in questa specialità per una staffetta azzurra, utile anche

per prenotare la qualificazione ai Giochi di Parigi, frutto di una prova maiuscola di tutti gli azzurri che sono riusciti a demolire il primato nazionale (3:13.51 di Tokyo 2021).

DAY 2 3 ORI, 2 ARGENTI E 1 BRONZO (6 MEDAGLIE TOTALI)

Storica doppietta nei **100 metri** con **Marcell Jacobs** di nuovo sul trono d'Europa con il tempo di 10.02 (è il suo secondo titolo europeo), davanti all'altro azzurro **Chituru Ali**, argento con il personale di 10.05. L'Italia è salita per la terza volta sul tetto d'Europa in questa distanza dopo i successi di Pietro Mennea a Praga 1978 e dello stesso Jacobs a Monaco 2022, ma mai due italiani erano andati sul podio assieme. Marcell è diventato il quinto sprinter a vincere più di un oro europeo sui 100 metri.

Il padrone del **peso** è **Leonardo Fabbri** che ha dominato la gara con 22,45, record dei campionati al quinto lancio, dopo aver già prenotato il titolo con 22,12 al secondo turno. Il colosso fiorentino ha aggiunto l'oro europeo all'argento mondiale della scorsa stagione e al bronzo iridato indoor di quest'anno.

Nei **110 ostacoli** **Lorenzo Simonelli** ha trionfato con un clamoroso record italiano in 13.05, settimo crono europeo di sempre e secondo al mondo quest'anno. Nel lungo, invece, è stato **Mattia Furlani** a conquistare l'argento con un meraviglioso **salto** a 8,38, migliorando di due centimetri il suo record mondiale under 20. Splendido anche il bronzo nella **20 chilometri di marcia** di **Francesco Fortunato** che al traguardo ha chiuso in 1h19:54.

DAY 3 2 ORI, 1 ARGENTO E 2 BRONZI (5 MEDAGLIE TOTALI)

A trionfare nella **mezza maratona** è stato **Yeman Crippa** che ha allungato all'ingresso dello stadio Olimpico, imponendosi con 1h01:03 sui 21,097 chilometri. Un nuovo successo per il



ORO

1. **Marcell Jacobs** (100)
2. **Lorenzo Simonelli** (110 ostacoli)
3. **Gianmarco Tamberi** (alto)
4. **Leonardo Fabbri** (peso)
5. **Matteo Melluzzo, Marcell Jacobs, Lorenzo Patta, Filippo Tortu** (4x100)
6. **Yeman Crippa** (mezza maratona)
7. **Yeman Crippa, Pietro Riva, Pasquale Selvarolo, Eyob Faniel, Yohanes Chiappinelli, Daniele Meucci** (squadra mezza maratona)
8. **Nadia Battocletti** (5.000)
9. **Nadia Battocletti** (10.000)
10. **Sara Fantini** (martello)
11. **Antonella Palmisano** (20 km marcia)

ARGENTO

1. **Chituru Ali** (100)
2. **Filippo Tortu** (200)
3. **Alessandro Sibilio** (400 ostacoli)
4. **Mattia Furlani** (lungo)
5. **Pietro Riva** (mezza maratona)
6. **Luca Sito, Vladimir Aceti, Riccardo Meli, Edoardo Scotti** (4x400)
7. **Larissa Iapichino** (lungo)
8. **Valentina Trapletti** (20 km marcia)
9. **Luca Sito, Anna Polinari, Edoardo Scotti, Alice Mangione** (4x400 mista)

BRONZO

1. **Catalin Tecuceanu** (800)
2. **Pietro Arese** (1.500)
3. **Francesco Fortunato** (20 km marcia)
4. **Zaynab Dosso** (100)

fuoriclasse trentino, pluriprimatista italiano, al suo secondo titolo continentale dopo quello di due anni fa nei 10.000 in pista. Doppietta festeggiata per merito di un fantastico **Pietro Riva** che è riuscito a piazzarsi secondo con 1h01:04. Ma non è tutto: l'Italia, grazie al decisivo sesto posto del pugliese Pasquale Selvarolo in 1h01:27, ha conquistato anche l'oro a squadre.

Terzo posto nei **100 metri** per **Zaynab Dosso** con 11.03 in una finale molto combattuta, a soli quattro millesimi dall'argento. Si è trattato del secondo podio italiano agli Europei sui 100 donne dopo il bronzo di Manuela Levorato a Monaco ben 22 anni fa.

Allo stadio Olimpico è arrivato un bronzo anche per **Catalin Tecuceanu** negli **800** in 1:45.40, prima medaglia internazionale. Erano 30 anni che l'Italia non saliva sul podio negli 800 agli Europei: l'ultimo fu Andrea Benvenuti, oro a Helsinki 1994.

DAY 4

1 ORO E 1 ARGENTO (2 MEDAGLIE TOTALI)

Nel **martello** l'Olimpico ha festeggiato l'oro di **Sara Fantini** con 74,18 e oltre un metro di vantaggio sulla polacca primatista mondiale Anita Włodarczyk. Un successo storico, il primo di un'azzurra nei lanci femminili in una rassegna continentale all'aperto. Per la 26enne emiliana dei Carabinieri, dopo il bronzo di due anni fa a Monaco di Baviera, è stato il punto più alto di una carriera che l'ha già vista piazzarsi quarta e sesta negli ultimi due Mondiali. Nessun martellista italiano, uomo o donna, aveva mai vinto un oro tra Olimpiadi, Mondiali ed Europei. Nessuna lanciazzurra si era mai laureata campionessa continentale all'aperto.

Per il brianzolo **Filippo Tortu** è arrivato invece un argento nei **200 metri** che ha migliorato il bronzo del 2022, ma anche un crono da 20.41 che ha peggiorato di 27 centesimi quello della semifinale.

DAY 5

2 ORI E 1 ARGENTO (3 MEDAGLIE TOTALI)

Gianmarco Tamperi - portabandiera tricolore alle prossime Olimpiadi di Parigi - ai Campionati di Roma ha festeggiato il suo terzo titolo europeo, dopo Amsterdam del 2016 e Monaco di Baviera del 2022. La misura di 2,37 gli è valsa il record della rassegna continentale (battendo il 2,36 del russo Andrey Silnov nel 2006) e anche la migliore prestazione al mondo dell'anno. Il campione olimpico, mondiale ed europeo è l'unico dei tredici finalisti che ha scelto di non affrontare la misura di avvio a 2,17. Inoltre, quando era già sicuro della vittoria a 2,31, Gimbo ha chiesto i 2,34, superandoli alla prima. Non soddisfatto, ha provato anche i 2,37, riuscendoci al primo salto. Il fuoriclasse azzurro è tornato a saltare

la stessa misura dell'oro olimpico di Tokyo, a due mesi dai Giochi di Parigi dove andrà in caccia della conferma, un centimetro in più dell'oro mondiale della scorsa stagione a Budapest con 2,36.

Clamorosa anche **Nadia Battocletti**, protagonista di una fantastica doppietta: nei **10.000 metri** bissò l'oro vinto nei 5.000, demolendo il record italiano in 30:51.32, tolto dopo 24 anni a Maura Viceconte (31:05.57 nel 2000). Mai nessuna donna italiana aveva vinto due ori nella stessa edizione degli Europei. In campo maschile c'erano riusciti Pietro Mennea (100 e 200 a Praga 1978) e Totò Antibo (5.000 e 10.000, proprio come Nadia, a Spalato 1990). Battocletti è così diventata la quarta donna nella rassegna continentale a vincere 5.000 e 10.000 in una sola edizione. Fenomenale nei **400 ostacoli** **Alessandro Sibilio**, medaglia d'argento con il primato italiano di 47.50, superando dopo 23 anni il 47.54 di Fabrizio Mori del 2001, battuto soltanto dal norvegese primatista del mondo Karsten Warholm (46.98).

DAY 6

1 ORO, 2 ARGENTI E 1 BRONZO (4 MEDAGLIE TOTALI)

L'Italia con **Matteo Melluzzo, Marcell Jacobs, Lorenzo Patta e Filippo Tortu** ha dominato con un abissale 37.82 la finale dei **4x100**. Dopo l'oro olimpico di tre anni fa e l'argento mondiale della scorsa stagione, è il primo titolo europeo della storia per il quartetto veloce degli azzurri.

Ha conquistato invece un bellissimo argento **Larissa Iapichino** con 6,94, a un solo centimetro dal record personale e a tre dal suo primato indoor. Straordinaria prova di carattere della ventunenne fiorentina, ancora sul podio dopo l'argento dell'anno scorso agli Europei indoor. A premiarla è stata la mamma Fiona May, due volte campionessa mondiale e due volte argento olimpico.

Argento anche per la staffetta **4x400** maschile con **Luca Sito, Vladimir Aceti, Riccardo Meli, Edoardo Scotti** in 3:00.81 che torna sul podio europeo tra i "grandi" oltre mezzo secolo dopo l'ultima volta (bronzo a Helsinki 1971). L'aveva detto alla vigilia: basta quarti posti. **Pietro Aresè** è stato di parola: il piemontese delle Fiamme Gialle ha conquistato un bronzo da batticuore nei **1.500 metri**, guadagnato con una palpitante volata in 3:33.34 dopo il quarto posto di due anni fa. Prima di Pietro sul podio europeo della specialità erano andati solo "miti" del mezzofondo azzurro: Luigi Beccali (oro a Torino 90 anni fa, bronzo nel 1938), il solo omonimo Franco Aresè (campione a Helsinki 1971) e Gennaro Di Napoli (argento a Spalato 1990).

GLI 11 RECORD ITALIANI

1.	Luca Sito (400)	44.75
2.	Lorenzo Simonelli (110hs)	13.20
3.	Lorenzo Simonelli (110hs)	13.05
4.	Alessandro Sibilio (400hs)	47.50
5.	Dario Dester (decathlon)	8235
6.	Zaynab Dosso (100)	11.01
7.	Nadia Battocletti (5.000)	14:35.29
8.	Nadia Battocletti (10.000)	30:51.32
9.	Sveva Gerevini (eptathlon)	6379
10.	Ilaria Accame, Giancarla Trevisan, Anna Polinari, Alice Mangione (4x400 donne)	3:23.40
11.	Luca Sito, Anna Polinari, Edoardo Scotti, Alice Mangione (4x400 mista)	3:10.69





#micam
#micamx
#micammag
micam.it

MICAM⁹⁸
M I L A N O

Il salone internazionale delle calzature,
leader a livello mondiale

MICAM Milano 98
PE 2025 collections

15-17 settembre 2024
fieramilano (Rho)

→
Se sei un buyer
scansiona il QR code
e ottieni il tuo
biglietto gratuito



MICAM **MAG**
A STEP AHEAD



←
il magazine
per vivere MICAM
da protagonisti



Evolvere con il mercato e i runner che cambiano

In occasione del Global Running Day, Brooks ha lanciato il suo nuovo payoff, "Let's Run There": per il marchio un cambiamento epocale. Parla Martina Fogagnolo, dal 2020 marketing manager di Brooks Running Italia

— DI MANUELA BARBIERI

Negli Anni '70 si parlava di fatica, negli anni 2000 di gioia e ora del potere della corsa. Un potere inteso come espressione della volontà di raggiungere obiettivi diversi, ma a loro modo sempre stimolanti. Negli ultimi 30 anni il running si è evoluto, adattandosi ai tempi, al mercato e alle nuove esigenze dei runner. E insieme a lui lo hanno fatto anche i grandi brand come Brooks che proprio due mesi fa ha annunciato di aver "cambiato veste" introducendo un nuovo payoff, evoluzione e rivoluzione del suo iconico motto "Run Happy" introdotto nel 1999 e diventato slogan del brand dal 2009.

Adattandosi a un mondo in continua evoluzione che, dopo la pandemia, guarda sempre più alla corsa come a un'esperienza di benessere non solo fisica, ma anche emotiva e sociale, lo scorso giugno, in occasione di una giornata simbolica come il Global Running Day, Brooks ha presentato a Milano il suo nuovo payoff: "Let's Run There". Questo nuovo posizionamento e interpretazione del marchio abbraccia una visione più inclusiva, rompendo gli schemi tradizionali che vedevano la corsa solo come fatica e allargando il dialogo a una comunità più ampia di persone con uno stile di vita attivo.

Accompagnano il nuovo posizionamento di Brooks l'aggiornamento del logo, una nuova palette colori e anche un diverso tone of voice. Il tutto collegato a uno storytelling che vedrà protagonisti celebrità, ambassador e atleti che racconteranno in prima persona le proprie emozioni legate alla corsa, compreso ciò che le motiva a muoversi, a conferma che il running è un'esperienza che nutre non solo il corpo,

ma anche la mente. Con "Let's Run There" il brand americano intende quindi esaltare e celebrare il potere rigenerativo della corsa, riconoscendo l'importanza sempre più crescente di una visione olistica della salute e dell'unicità delle esperienze individuali e degli scopi di ciascuno nel raggiungimento di un nuovo senso di wellness. Secondo uno studio sulla salute globale (Rapporto speciale Edelman Trust Barometer 2023: Fiducia e salute), infatti, il 66% delle persone intervistate considera l'equilibrio tra benessere fisico, mentale e sociale come un elemento cruciale per definire la salute, mentre solo l'1% si concentra esclusivamente sulla componente fisica.



PERCHÉ "LET'S RUN THERE"?

"Let's Run There"? è una call to action:

- **Let's** = è un invito a fare qualcosa insieme in quanto parte di una community
- **Run** = è il dna di Brooks, un brand performance running
- **There** = è l'obiettivo, il traguardo, la destinazione da raggiungere (fisica o mentale), diversa per ciascuno di noi

Qual è il ruolo di Brooks?

Accompagnare e supportare i runner, attraverso i propri prodotti, verso la destinazione che vogliono raggiungere, qualsiasi essa sia.

MARTINA FOGAGNOLO, MARKETING MANAGER DI BROOKS RUNNING ITALIA

Il suo "There" per il 2024 è partecipare alla maratona di New York



Cosa ha spinto Brooks a pensare a un nuovo posizionamento?

L'evoluzione del mercato e, soprattutto, dei runner, delle loro richieste e dei loro obiettivi ci hanno spinti a migliorare il modo in cui comunichiamo e interagiamo con loro, offrendo esperienze che abbracciano una visione più ampia e completa di benessere: fisico, mentale e anche sociale.

Tu che sei in azienda da tanti anni - hai iniziato a lavorare in Brooks nel 2016 - come vivi questo cambiamento?

Questo nuovo cambiamento ci è stato comunicato circa nove mesi fa e inizialmente la nostra preoccupazione era come sarebbe stato recepito dal pubblico. Avevamo paura che "Let's Run There" non venisse compreso appieno. Tuttavia, col passare delle settimane, dopo varie riunioni e ricerche e osservando come il progetto si stava sviluppando ed evolvendo, abbiamo capito che questo cambiamento era necessario. Il mercato del running si sta evolvendo, sia dal punto di vista del business che delle esigenze dei runner che ricercano costantemente qualcosa di diverso. Negli ultimi anni molte più persone hanno iniziato ad avvicinarsi alla corsa e al movimento in

generale, questo porta a una spontanea evoluzione di come ci avviciniamo al nostro utente. Da sempre Brooks ispira le persone a correre il proprio percorso perché crediamo nel potere di trasformazione della corsa. Ognuno di noi ha il proprio "there", che sia un traguardo, uno stato mentale, un obiettivo o una sensazione e il nuovo pay-off "Let's Run There" abbraccia tutti perché siamo convinti che il movimento sia la chiave per sentirsi vivi. Questo nuovo posizionamento era quindi indispensabile per parlare e coinvolgere tutti.

Con Let's Run There, Brooks coinvolge una community più ampia. Rientrano anche i camminatori, il cui afflusso nei negozi risulta crescere ogni anno di più (anche dalla nostra inchiesta esclusiva "La Carica dei 101")?

Da qualche anno ormai, i retailer ci segnalano che sono più i camminatori a recarsi in negozio dei runner. Da questo punto di vista "Run Happy" era letteralmente più selettivo, mentre il nuovo "Let's Run There" risulta più inclusivo.

Per te che stai preparando la Maratona di New York qual è il tuo "there"?

Costanza, prima e durante la maratona.

A proposito di maratona, con quale scarpa ti stai allenando e correrai?

La Glycerin GTS 21.

LE DOMANDE

1. 45 negozianti su 101 hanno dichiarato di aver chiuso l'anno in crescita, 29 in calo e 27 stabili. Per voi invece come è stato il 2023 in termini di fatturato?

2. Un primo bilancio di questi cinque mesi dell'anno?

3. Anche quest'anno, molti negozianti hanno segnalato come principale problematica la concorrenza online, attuata dai marketplace o addirittura dalle aziende stesse. Nota dolente che spesso purtroppo si traduce in un rapporto conflittuale. "La problematica maggiore resta quella del rapporto con

le aziende, spesso prime competitor delle nostre botteghe specializzate con scelte distributive poco risonanti del nostro lavoro e addirittura con vendita diretta sconsideratamente scontata sui propri siti". Come rispondete a questa affermazione? E come state cercando di affrontare concretamente la questione?

4. L'afflusso nei negozi dei camminatori cresce di anno in anno, si registra invece un calo dei runner più tecnici. Questo cambio di tendenza come influisce sulla vostra strategia?

5. Nonostante le varie problematiche emerse, 32 negozianti hanno assegnato al 2023 una valutazione complessiva equivalente al sette, 25 addirittura otto. Un segnale confortante nonostante la situazione di mercato delicata e altalenante. Quale voto complessivo date invece voi al 2023?

6. Quali sono le vostre aspettative per questa seconda parte del 2024?

7. Visto quanto emerso da La Carica dei 101 che consigli daresti ai negozianti per il futuro?



Dopo i negozi, parlano le aziende

Completata "La Carica dei 101", ora a rispondere sono i brand

_ A CURA DELLA REDAZIONE

Sui numeri 1/2, 3 e 4 di *Running Magazine* pubblicati nei primi mesi del 2024, abbiamo pubblicato "La Carica dei 101", la nostra inchiesta esclusiva sull'andamento del mercato running che ha coinvolto ben 101 punti vendita italiani selezionati. In chiusura di un anno piuttosto difficile come il 2023, l'indagine ha tracciato un interessante quadro sugli umori del canale retail, l'anello fondamentale della filiera distributiva. Intervistando le più importanti aziende del settore,

abbiamo voluto approfondire alcune criticità, ma anche opportunità emerse. Come, per esempio, la concorrenza online, attuata dai marketplace o addirittura dalle aziende stesse. O il crescente afflusso nei negozi dei camminatori, così come il calo dei runner più tecnici. Qui di seguito la seconda puntata con l'ultima intervista e alcuni suggerimenti per essere riconosciuti dal pubblico come "unici e diversi". Oggi, ancor di più, carta imprescindibile per rimanere sul mercato.



ALESSANDRO ANNIBALE,
responsabile commerciale Italia

JOMA

1. Il 2023 per Joma è stato sicuramente un anno in crescita. Sebbene non con la stessa percentuale del 2022 che fu irripetibile.

2. In questo momento abbiamo un bilancio positivo sull'ordinato. Rispetto al 2023 abbiamo avuto una FW 24 in crescita. Il fatturato della SS24 invece è stato inferiore, ma andremo a recuperare con le consegne invernali.

3. L'online per noi è uno strumento per arrivare a consumatori che altrimenti non raggiungeremmo. Se troviamo delle porte chiuse dai negozianti, cerchiamo di arrivare al consumatore attraverso altri canali. Non vogliamo diventare concorrenti dei negozi al dettaglio. Ma, essendoci una richiesta di Joma da parte del consumatore finale, abbiamo il dovere di intercettarla.

4. Il runner evoluto effettua un acquisto basato sulle proprie certezze e tendenzialmente lo fa online. Il camminatore o neofita è il nostro cliente. Accetta i consigli, non parte prevenuto, non ha esigenze tecnicamente iperboliche se non trovare il giusto compromesso tra qualità e prezzo. La maggioranza dei negozi si preclude questa tipologia di consumatore. Il contenitore specializzato infatti tende a proporre in store esclusivamente prodotti di alta gamma che non collimano con le necessità del neofita.

5. Speravamo fosse un otto, ma è stato un sette. La prima parte da nove, mentre la seconda da cinque. Dalla seconda metà del 2023 è iniziata una contrazione dei consumi che si protrae ancora oggi.

6. Le aspettative sono sempre alte. Le condizioni climatiche sfavorevoli hanno inficiato la primavera e l'attacco dell'estate. Attendiamo fiduciosi il back to sport di settembre e di tradurre in fatturato un portafoglio ordini significativo.

7. Non mi permetto di dare consigli, la maggioranza dei negozianti fa questo mestiere da prima di me. Personalmente ciò che farei è andare oltre le certezze, le abitudini, i marchi consolidati. Quelli sono necessari per mantenere alto l'appeal del contenitore. Ma contestualmente proverei strade alternative, meno battute e meno "sicure". Strade che per diventare vincenti necessitano della figura determinante di chi sta alla vendita. A quel punto possono aprirsi scenari di vendita inaspettati e marginalità più generose. Focalizzandosi esclusivamente sui marchi più gettonati non ci si smarca mai dalle logiche di prezzo e di internet. Soprattutto chi è alla vendita non ha la certezza di condurre la stessa, rischiando la parte di attore non protagonista.



Mizuno - Wave Sky 8

Per i runner che cercano un'esperienza di corsa fluttuante nei loro allenamenti quotidiani. La nuova versione della scarpa utilizza il materiale di ultima generazione Energy NXT nell'intersuola superiore: leggero, garantisce morbidezza e ritorno di energia. Nell'intersuola inferiore invece è presente il Mizuno Energy Foam, che offre un ulteriore rilascio di energia e ammortizzazione. La tomaia Smooth Stretch Woven avvolge delicatamente il piede offrendo una maggiore traspirabilità

INFORMAZIONI DI BASE

DISCIPLINA Road running	PESO M 275 g W 230 g	MISURE M 6-12,13,14 W 4-10 U 4-12,13,14	TRE PUNTI DI FORZA 1 / Mizuno Energy NXT insieme a Mizuno Energy Foam garantiscono un elevato ritorno di energia senza rinunciare al massimo comfort 2 / Mizuno Wave migliora la stabilità della calzata durante la corsa 3 / Smooth Stretch Woven, offre una calzata morbida e avvolgente. La tecnica di tessitura è stata perfezionata per aumentare la traspirabilità su tutto il collo del piede per offrire un comfort maggiore
PER Uomo / donna	DIFFERENZIALE 33 mm (41 - 8 mm)	PREZZO 190 euro	
COLLEZIONE FW 24			

Nuova tomaia elasticizzata e traspirante



Uomo

Calzata semplice da indossare



Linguetta ancora più avvolgente



Donna



SOSTENIBILITÀ



Più del 70% di contenuto riciclato sulla tomaia superiore; più del 90% di materiale riciclato nella soletta e nei lacci; parte dell'intersuola è composta da materiali provenienti dalla canna da zucchero.



Più leggera di 35 g rispetto alla versione precedente

COSTRUZIONE DELL'INTERSUOLA



Wave Sky 8

Wave Sky 7

COMUNICAZIONE E MARKETING

La Wave Sky 8 è una scarpa altamente performante e ammortizzata, top di gamma in termini di comfort e protezione.

La campagna marketing racconta il senso del dovere tipicamente nipponico del brand: l'eterna ricerca di perfezione, la costante concentrazione, l'innovazione, la creatività e l'artigianato. Perché in Giappone la maestria è una mentalità e un modo di vivere. Una cultura applicata da Mizuno nello sviluppo delle scarpe da running. Ogni piccolo compito o impresa è considerato con attenzione, realizzato con cura e intriso di secoli di abilità, conoscenza e comprensione di ciò che lo ha preceduto.

Tutto questo lo ritroviamo anche nell'arte della calligrafia giapponese. Secondo la filosofia Shodo (che trae ispirazione dal Buddismo Zen) la mente è messa su carta con consapevolezza e concentrazione parlando del profondo e intrinseco legame tra estetica e spiritualità. La forma e il flusso dell'arte sono parte integrante e importanti quanto la creazione finita.

Da questa profonda eredità traggono spunto le campagne pubblicitarie dell'autunno-inverno 2024.

MATERIALE POP /

Le vetrine personalizzate saranno distribuite tra alcuni dei clienti selezionati



Inquadra il QR Code per lo store locator dei rivenditori Mizuno Wave Sky 8



Per la Wave Sky 8 sono stati pianificati:

- Test prodotto nei negozi
- Personalizzazione vetrine in selezionati punti vendita
- ADV su trade magazine
- Digital advertising
- Brand Content sponsorizzati
- Store locator dedicato
- Attivazioni con i Mizuno Ambassador

Il modello è stato inoltre presentato in anteprima agli ORBDAYS 2024 con la possibilità di test road durante la Japan Experience allo stand Mizuno

ASTRA DI OXYBURN, PER RESISTERE ALLE ALTE TEMPERATURE



La nuova maglia femminile a maniche corte Astra è ultraleggera (82 g) e in grado di preservare la giusta temperatura grazie alla presenza del filato Dryarn e alla struttura a microrete auto ventilante, che accelerano la traspirazione anche nelle sessioni sportive più impegnative. La fibra, batteriostatica e dermatologicamente testata, contribuisce a veicolare il sudore prodotto durante l'attività fisica verso l'esterno del capo, regalando una sensazione di comfort e asciutto sulla pelle. Questo modello è perfetto come primo strato protettivo e anatomico in caso di freddo, ma anche come strato esterno, asciugandosi in tempi rapidi attraverso una naturale evaporazione.

Zero 3 Srl - 030.9030144 - info@oxyburn.it

ULTRABOOST 5 DI ADIDAS, UN'EDIZIONE COMPLETAMENTE RINNOVATA

Il modello si aggiorna con una silhouette completamente rivoluzionata. La scarpa è stata progettata per coloro che vogliono ottenere il massimo dalla propria corsa: Ultraboost 5 utilizza un'intersuola Light Boost reingegnerizzata con 9 mm di schiuma in più sotto il tallone e l'avampiede, che consente di ridurre il peso, di aumentare l'ammortizzazione e di ottenere un ritorno di energia sull'avampiede superiore del 2% rispetto alla Ultraboost Light 1. L'intersuola Boost, offre una maggiore reattività e ammortizzazione nel tallone e nelle transizioni, rimbalzando istantaneamente alla sua forma originale quando il piede del corridore tocca il terreno, consentendogli di coprire una maggiore distanza col medesimo dispendio di energia.



adidas - 039.27151 - info.italy@adidas.com

LAKY WP DI CMP, STABILITÀ E REATTIVITÀ SU TERRENI MISTI E FANGOSI

Laky WP è la nuova proposta CMP in versione donna, pratica e leggera, adatta al fast hiking su terreni misti e fangosi. Leggerezza, reattività e stabilità sono le caratteristiche principali di questa scarpa. La tomaia dinamica a base mesh con spalmature in PU la rende ottima in calzata. La membrana Clima Protect, esclusiva di CMP, offre una protezione completa contro l'acqua, mantenendo i piedi asciutti in ogni condizione atmosferica, rendendo questa scarpa perfetta per la stagione autunno/inverno. La soletta removibile in Ortholite X35 offre un ritorno di energia tra il 35% e il 25% accentuandone il comfort. Tra intersuola e soletta è posizionato un inserto termoplastico che garantisce maggior protezione alle asperità del terreno senza compromettere la flessibilità durante la rullata del piede. Il livello di aderenza è garantito dalla suola in gomma con mescola CMP FullOnGrip. Disponibile in diverse proposte colore e anche nella versione uomo.



CMP - cmpsport.com

HURRICANE 24 DI SAUCONY, ANCORA PIÙ COMFORT E PROTEZIONE

La nuova versione del modello Hurricane si presenta completamente riprogettata e dotata di un nuovissimo sistema a doppia ammortizzazione per offrire comfort e protezione tutto il giorno. Protagoniste assolute sono due schiume: la morbida e super performante PWRRUN PB che lavora in sinergia con la schiuma PWRRUN. La caratteristica CenterPathTechnology di Saucony offre comfort e protezione grazie a una piattaforma più ampia, fianchi più alti, un profilo asimmetrico e un rocker che guida il passo dall'impatto allo stacco. Completano l'upgrade una tomaia in mesh tecnico traspirante e un sistema di allacciatura adattivo per una vestibilità morbida e sicura.



saucony.com

EXPLORAIR 10 FI SCOTT: TUTTO CIÒ CHE SERVE

Seguendo la tendenza "Fast & Hike", questo nuovo zaino offre maggior spazio per portare più cibo, abbigliamento e acqua per lunghi viaggi in montagna. La vestibilità ergonomica è esaltata da cinghie regolabili che tengono il carico al suo posto in sicurezza. Le tasche ad accesso rapido e gli strap di fissaggio orizzontali dei bastoni assicurano di tenere a portata di mano tutto ciò che serve.

Caratteristiche principali
 Due tasche per soft flask con fissaggio per maggiore stabilità
 Tasche anteriori elasticizzate
 Sistema di fissaggio verticale dei bastoni
 Strap regolabili e ispirati a un gilet
 Comparto dedicato per il serbatoio di idratazione
 Grande scomparto principale
 Tasche organizzative interne



Scott Italia - 035.756000 - marketing@scott-sports.it

L'ABBIGLIAMENTO ASICS PER LA MASSIMA LIBERTÀ DI MOVIMENTO

MetaRun Short Sleeve Top

Maglia a maniche corte con tecnologia ActiBreeze che garantisce una sensazione di maggiore freschezza e comfort. Grazie al materiale in maglia questo capo è leggero, confortevole e traspirante. Il tessuto strategico mappato sul corpo di questo capo garantisce una ventilazione mirata nelle principali zone di calore.



Road High Waist Tight

Un modello ideale da indossare in tutte le stagioni. Questi leggings sono flessibili, traspiranti e offrono diverse opzioni per riporre oggetti. Inoltre, grazie al sistema ad anelli in materiale elastico, è possibile portare con sé una giacca, una t-shirt, un asciugamano o qualsiasi altro oggetto essenziale per la corsa.



ASICS Italia - 0171.416111 - info@asics.com

MOUNTAIN ATHLETICS DI THE NORTH FACE, PER ALLENARSI IN QUALSIASI CONDIZIONE METEO

Ideale per allenarsi in qualsiasi condizione, questa giacca è composta da tessuto DryVent e offre una protezione affidabile contro vento e pioggia, mantenendo al contempo una leggerezza che impedisce il surriscaldamento. Grazie ai dettagli riflettenti sulla schiena, garantisce una maggiore visibilità in condizioni di scarsa illuminazione. Il tessuto, composto al 100% da poliestere riciclato, agisce come barriera impermeabile contro pioggia e neve, mentre l'imbottitura sintetica trattiene il calore anche in presenza di umidità. La tecnologia esclusiva consente all'aria di passare attraverso il tessuto, aiutando a regolare la temperatura corporea e mantenendo la freschezza più a lungo.



thenorthface.it

VIBRAM FIVEFINGERS V-SOUL, MASSIMA LEGGEREZZA E FLESSIBILITÀ



Perfette per chi ama praticare sport con la sensazione di essere a piedi nudi, ma con tutta la sicurezza e la protezione di una suola Vibram, come tutti i modelli FiveFingers. Il modello (da donna) è ideale per attività come yoga, fitness funzionale e pilates, ed è leggerissimo e flessibile. Questa calzatura minimalista permette la massima capacità di movimento, offrendo un altissimo livello di percezione della superficie di allenamento. La chiusura a velcro permette di regolare la calzata e adattarla al piede per un'aderenza perfetta durante tutti i movimenti. Questo modello fa parte della gamma max feel. Vibram FiveFingers V-Soul è disponibile nei colori Black e Silver.

Vibram SpA - 0331.999777 - vendite@vibram.com

JOMA

FEDERAZIONE ITALIANA
DI ATLETICA LEGGERA

OFFICIAL TECHNICAL SPONSOR

R-2000

ITALIA



FLY REACTIVE
REACTIVITY

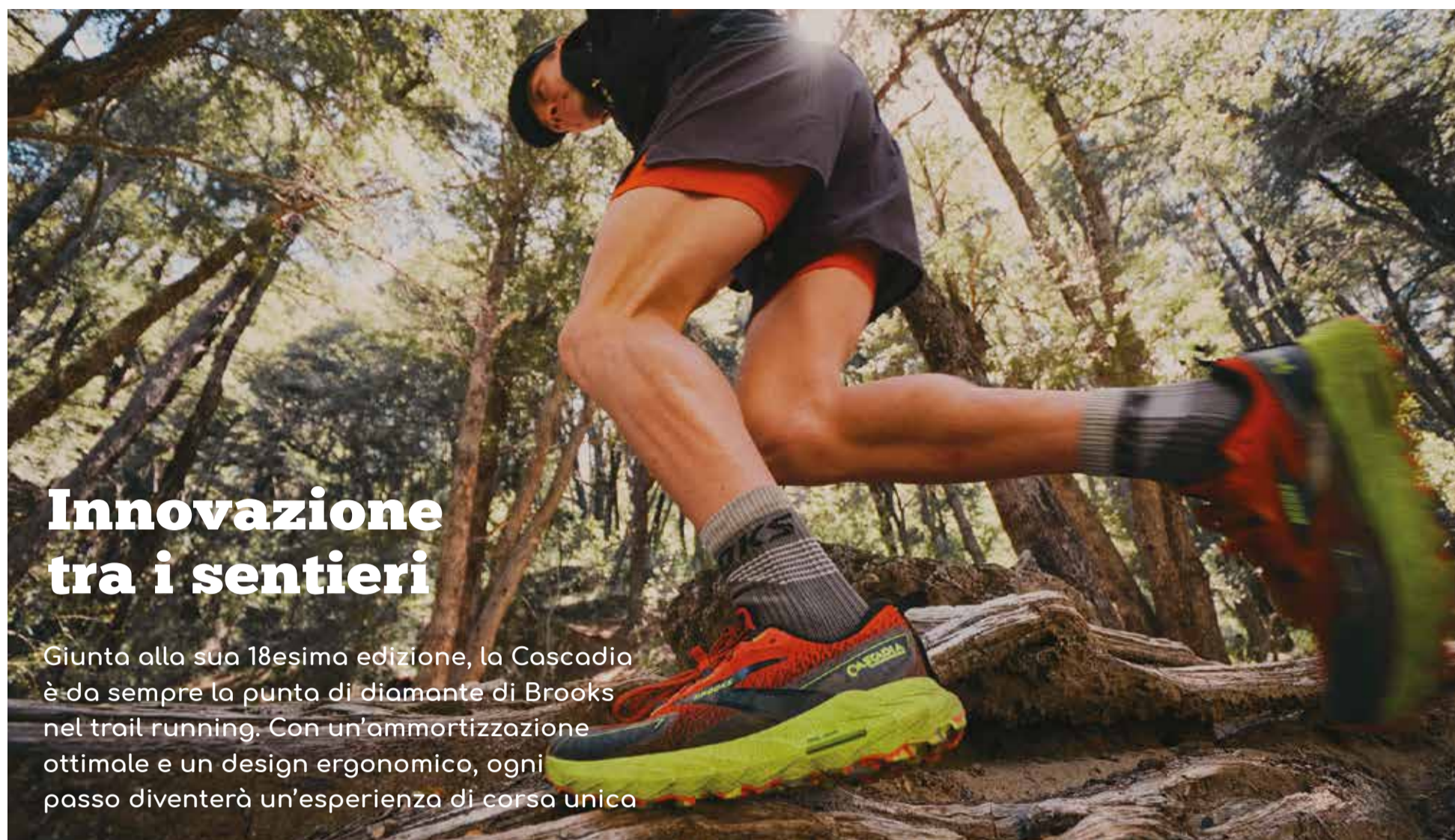
DUAL REACTIVE
REACTIVITY

JOMA SPORTTECH
ADJUSTMENT

VTS
VENTILATION

DURABILITY
DURABILITY

joma-sport.com



Innovazione tra i sentieri

Giunta alla sua 18esima edizione, la Cascadia è da sempre la punta di diamante di Brooks nel trail running. Con un'ammortizzazione ottimale e un design ergonomico, ogni passo diventerà un'esperienza di corsa unica

Anche su terreni tecnici e più difficili, la Cascadia 18 garantisce stabilità e protezione. Progettata per gli appassionati di trail running che cercano performance all'altezza su ogni tipo di terreno, questa scarpa rappresenta il connubio tra innovazione tecnologica, comfort superiore e durabilità estrema.

STABILITÀ ADATTABILE

Il nuovo sistema Trail Adapt si basa su un'intersuola integrata, una piastra rock plate e pod zionali strategicamente posizionati nella suola per offrire un maggiore controllo e una corsa stabile su qualsiasi terreno.

COMFORT E SICUREZZA

La tecnologia DNA LOFT v2 offre ammortizzazione morbida su ogni terreno, mentre la suola in gomma TrailTack Green, con il 25% di materiali riciclati, regala una trazione migliorata su superfici bagnate e asciutte.

TOMAIA PROTETTIVA

Il tessuto in mesh traspirante è resistente e asciuga velocemente, mentre gli strati aggiuntivi nelle zone soggette a maggior usura assicurano ulteriore protezione durante i trail. La tomaia, inoltre, è stata aggiornata con strati aggiuntivi nei punti delicati e soggetti al logoramento. La tecnologia Gore-Tex Invisible Fit è stata applicata direttamente alla tomaia per rendere la calzata flessibile e offrire una protezione impermeabile.



CHI L'HA PROVATA DICE

«Questa scarpa è comodissima. Adoro lo spazio in punta e il modo in cui abbraccia il piede; allo stesso tempo offre il supporto di cui ho bisogno. È reattiva e scattante, rigida a sufficienza da garantire stabilità e trazione anche sui terreni sconnessi»



UNA SCARPA SOSTENIBILE

Al fine di ottenere la certificazione CarbonNeutral per questo modello, Brooks ha aumentato l'impiego di materiali riciclati, così da ridurre le emissioni di carbonio, e offerto il suo sostegno a progetti di compensazione delle emissioni per neutralizzare quelle che l'azienda non è ancora in grado di eliminare.



Intelligenza da indossare

I dispositivi Amazfit integrano sistemi innovativi dove l'AI generativa fornisce nuovi standard per quanto riguarda allenamento e benessere



Dispositivi indossabili intelligenti che diventano insieme un concentrato di moda e tecnologia. Da questa volontà nasce il progetto Amazfit che dà vita a prodotti perfetti per monitorare e gestire ogni allenamento, che si tratti di corsa su strada o di altre attività outdoor. L'obiettivo è quello di aiutare gli utenti a connettersi meglio nella vita, dotandoli di tecnologie di smart living in diversi scenari. Amazfit è uno dei tre marchi di proprietà di Zepp Health Corporation e presenta sistemi che integrano intelligenza artificiale generativa.



Amazfit Balance



Amazfit Cheetah Pro



T Rex Ultra



Falcon

AMAZFIT BALANCE

Si tratta dello smartwatch più versatile della serie, pensato per chi si avvicina da neofita allo sport e cerca un dispositivo da indossare tutti i giorni. Presenta un design premiato con cornice metallica e grande display HD AMOLED da 1,5 pollici. Cuore pulsante di Amazfit Balance è il sistema operativo Zepp OS 4, che integra OpenAI's-GPT-4o, basato su un'interfaccia proprietaria semplice e intuitiva. Lo smartwatch mette a disposizione un ventaglio di funzionalità davvero ampio, a partire dal monitoraggio della salute.

AMAZFIT CHEETAH PRO

Orologio da corsa con Chat AI Coaching, presenta un design leggero e di alta qualità. È fornito di un'innovativa antenna GPS a doppia banda che consente all'orologio di raccogliere il massimo numero di segnali e fornire un posizionamento più accurato. Con modalità dedicate per corsa all'aperto, tapis roulant, triathlon, HIIT e altro ancora, l'Amazfit Cheetah offre una funzione sportiva per ogni tipo di corridore e può rilevare automaticamente 25 esercizi di forza.

T REX ULTRA

Si tratta dello smartwatch più incline all'avventura che l'azienda abbia in gamma. Il suo punto forte è la resistenza grazie a un mix di polimeri che compongono la parte centrale del telaio e l'acciaio inox 316L utilizzato per gli altri elementi. Vanta un funzionamento a bassissima temperatura e permette immersioni fino a 30 m. La batteria da 500 mAh permette ad Amazfit T-Rex Ultra di arrivare a 20 giorni di autonomia con una sola carica con utilizzo tipico, mentre in modalità GPS endurance si toccano le 80 ore. Sono supportate oltre 160 modalità sportive alcune delle quali inedite per la gamma Amazfit come l'apnea outdoor e indoor o il paracadutismo.

FALCON

Questo smartwatch da 49 mm è stato definito dal produttore il suo primo orologio GPS multisport premium. Realizzato con materiali resistenti come il titanio TC4 e il vetro zaffiro a protezione dello schermo, Falcon è impermeabile fino a 20ATM, integra il GPS dual band a sei satelliti, supporta l'importazione delle mappe tramite app Zepp e, per la prima volta, può

contare sull'algoritmo proprietario Zepp Coach che, mediante l'intelligenza artificiale, fornisce indicazioni sulle tipologie di esercizi da svolgere sulla base del livello di esperienza e dello stato fisico dell'utente.

AMAZFIT HELIO RING

Questo anello smart offre una visione generale delle prestazioni atletiche e del periodo di riposo oltre a offrire una nuova soluzione di monitoraggio dell'Attività Elettrodermica (EDA): ciò significa che monitora le risposte emotive e lo stress in base ai cambiamenti nell'attività delle ghiandole sudoripare. Questi dati, insieme ad altri parametri post-allenamento, forniscono agli atleti e agli sportivi una visione completa dei processi di recupero, consentendo così una gestione più efficace della preparazione alle gare. L'anello è impermeabile (certificato fino allo standard 10 ATM), estremamente sottile e leggero e pesa solo quattro grammi.



INTELLIGENZA ARTIFICIALE GENERATIVA APPLICATA AI DISPOSITIVI

L'azienda ha adottato una politica di continuo sviluppo dei propri dispositivi indossabili. Dalla sua presentazione dello scorso autunno, Amazfit Active ha ricevuto sei aggiornamenti e con essi oltre 30 nuove funzionalità. Tra le funzioni legate all'intelligenza artificiale generativa ci sono:

Zepp Flow che, sfruttando la tecnologia GPT-4o di OpenAI per facilitare interazioni in linguaggio naturale in modo più intelligente, permette agli utenti di controllare i propri dispositivi tramite comandi vocali senza bisogno di parole chiave specifiche o di toccare fisicamente lo schermo.

Zepp Aura è l'assistente digitale che fornisce una grande quantità di informazioni sul sonno, insieme a tanti consigli per dormire meglio e risolvere eventuali problemi.

Zepp Coach offre intuizioni basate sull'intelligenza artificiale per migliorare ogni allenamento. Inoltre, grazie alla potenza dell'intelligenza artificiale generativa e del modello linguistico applicato (LLM), la funzione Zepp Coach AI Chat dell'app Zepp riconosce le descrizioni in linguaggio naturale per rispondere alle vostre domande sullo sport.



Aventrail è il sandalo di Teva dedicato al trail running che permette di correre sui sentieri off road con l'ammortizzazione e la reattività di una scarpa da running, ma con la sensazione di massima libertà di movimento

Ideale per correre sui sentieri nella stagione più calda, Aventrail unisce la freschezza di un sandalo con la comodità, il cushioning e la reattività di una scarpa da running. Un ibrido altamente tecnico che nulla toglie alla performance. Creata per i trail runner, fast-hiker e appassionati di outdoor, la nuova calzatura è stata quindi costruita per lo sterrato con un sistema di strapping a W che abbraccia il piede, unito all'ammortizzazione Hyper-Comf nell'intersuola e il solido battistrada in Spider Rubber a tassellatura accentuata per avere il massimo grip sui sentieri.

L'elemento chiave di differenziazione di Aventrail dagli altri sandali è la tomaia in maglia ingegnerizzata, che garantisce aereazione e bloccaggio dell'avampiede, unita alla reattività dell'Hyper-Comf cushioning e al resistente battistrada Spider Rubber, per un ampio supporto nelle discese.

Il W Strapping System offre un fit sicuro e personalizzato, consentendo una sensazione di libertà unica del piede grazie alla minor quantità di materiale in confronto a una normale scarpa. Aventrail può essere indossata sia con le calze che senza, in base alle preferenze del runner.

TOMAIA /

in maglia ingegnerizzata per la massima traspirabilità e stabilità dell'avampiede su ogni terreno

ALLACCIATURA /

W Strapping System per un bloccaggio sicuro del piede, massima adattabilità e fit personalizzato

VERSIONE DONNA



TESSUTO /

realizzato con 100% plastica riciclata Repeve che usa un filato di poliestere a tracciatura verificabile



PESO /
275 g

DROP /
6 mm (33,5 mm al tallone - 27,5 mm all'avampiede)



“Teva ha proposto il primo sandalo sportivo della storia 40 anni fa, alla sua fondazione, e lanciare oggi l’Aventura – il primo disegnato specificamente per il trail running – è un traguardo enorme che segna la storia del brand e la sua futura evoluzione nello port-performance. Forgiato dalla sua credibilità in quest’ambito, Aventura inizia una nuova era per le calzature funzionali Teva e siamo entusiasti di continuare a innovarci con questa espansione di categoria e gamma di prodotti”

Lee Cox vicepresidente e general manager di Teva, Ahnu e Sanuk in Deckers Brand

“La differenza tra un vero sandalo performance da trail running e una scarpa da trail è la superiore esperienza di libertà. Questo sandalo ha le qualità di una running shoe (grip, ammortizzazione, propulsione) ma con elementi di alta performance aggiuntivi. Il sandalo Aventura ha una traspirabilità extra – fondamentale per la performance e il benessere – e la capacità di aderire al piede. Poi c’è la sensazione di una connessione più intensa con la natura, grazie al fatto di poterla percepire più integralmente, alla velocità che vuoi, perché il piede è più libero e può vivere quella sensazione particolare avendo meno materiale possibile che lo divide dall’ambiente”

Jean-Luc Diard, global vp of innovation di Deckers Brands e co-fondatore di HOKA



VERSIONE UOMO

PESO /
337 g

DROP /
6 mm (33,5 mm
al tallone - 27,5 mm
all'avampiede)



TECNOLOGIA /

Hyper-Comf che unisce la reattività della SuperCritical Foam e il supporto di EVA per un cushioning efficace in discesa

PLATE /

in nylon per la massima propulsione in corsa e un’accelerazione equilibrata in salita

SUOLA /

Spider Rubber durevole con tagli salva-peso strategici

TASSELLATURA /

accentuata per massimizzare il grip sui sentieri

Compagni di viaggio

La combinazione dei Booster Elite Evolution e delle calze Light Run Haute di BV Sport, è ideale per affrontare le lunghe distanze. Ce lo racconta Marco Cinquantini, che ha indossato entrambi per affrontare la sua prima 100 Km del Passatore

_ DI CRISTINA TURINI

Marco Cinquantini, aka @marco_tri_ su Instagram, è istruttore e atleta di nuoto e di triathlon nonché responsabile reparto running del negozio Solaris Sport di Civitanova Marche. Lo scorso maggio ha affrontato la sua prima 100 Km del Passatore scegliendo accuratamente l'abbigliamento da utilizzare in questo lungo viaggio: comodo, ma anche funzionale alla performance e al minor affaticamento possibile.

Come è andato il Passatore?

Bene, poteva andare meglio ma sono soddisfatto. Era la mia prima volta e, indipendentemente dal tempo, sono contento di averlo portato a termine. L'unica nota negativa è che al Passo della Colla non ho visto il camion con il mio cambio (era parcheggiato in una via secondaria). Quindi ho continuato per tutta la distanza con gli abiti con cui sono partito, senza frontale e senza la mia integrazione. Questo un po' ha influito sul risultato, ma è tutta esperienza che serve.

Che calze hai usato per correre?

Ho usato le Light di BV Sport e mi sono trovato molto bene. Sono leggere ma allo stesso tempo sostengono la caviglia. E per affrontare una distanza del genere direi che sono state un'ottima scelta.

Inoltre, non ho avuto problemi di vesciche. Come ti dicevo, avevo pronto il cambio che non ho potuto usare, nel quale c'erano anche un altro paio di calze. Ma non le avrei comunque cambiate perché non ne ho sentito l'esigenza.

Come hai completato l'outfit per le tue gambe che hanno dovuto affrontare così tanti chilometri?

Ho usato i Booster Elite Evolution. Prima di utilizzarli ho letto tante recensioni e ho deciso di provare. Mi sono trovato bene anche indossandoli nei mesi di preparazione precedenti alla gara. Per le distanze così lunghe vanno benissimo, perché permettono un recupero più veloce. E anche durante la gara le mie gambe stavano bene, nonostante io abbia avuto problemi ai tibiai in passato.

Come userai i Booster Elite Evolution prossimamente?

Li utilizzerò in previsione delle prossime maratone. Inizierò il 21 settembre con l'Ironman di Cervia e sicuramente quando la preparazione si farà più intensa e lunga, li indosserò per arrivare in gara il meno affaticato possibile.



Marco Cinquantini

BOOSTER ELITE EVOLUTION

Accelera il ritorno venoso, fornisce un supporto muscolare ottimale e apporta ossigeno ai muscoli per combattere l'affaticamento muscolare. Booster Elite Evolution è composto da nuove strutture di maglia che adottano diversi livelli di rigidità. Grazie all'associazione della compressione selettiva mirata a livello del polpaccio, permettono un migliore mantenimento del polpaccio, di accelerare il ritorno venoso e combattere la fatica muscolare. Indossato regolarmente, accelera l'eliminazione delle tossine, respinge il fenomeno delle gambe pesanti, consente ai muscoli di affaticarsi meno velocemente e limita l'insorgenza di danni muscolari che possono generare lesioni.

TECNOLOGIE CALF SUPPORT

maglia rigida e pressione mirata al polpaccio. Respinge il fenomeno delle gambe pesanti e abbassa la soglia di stanchezza. Riduce la comparsa di periostiti e dolori muscolari

AERO TIBIAL WINDOW

maglia flessibile e ariosa posizionata a livello della tibia. Protegge le strutture sensibili pre-tibiali, migliora il comfort e riduce la comparsa di periostiti

BENEFICI 79%

MIGLIORAMENTO DEL RITORNO VENOSO

39%

RIDUZIONE DEL DOLORE MUSCOLARE

42%

RIDUZIONE DELLE VIBRAZIONI



CALZE LIGHT RUN HAUTE

Fabbricata in Francia, una calza ultraleggera ed ecologica. Presenta una rete areata e un plantare anatomico 3D che migliora il comfort e la propriocezione. È realizzata in microfibra ecologica, Sensil EcoCare, che conferisce morbidezza e leggerezza. Il processo produttivo minimizza gli sprechi, riduce il consumo di energia e preserva le risorse naturali, diminuendo l'impatto sull'ambiente.

MAGLIA /

effetto 3D. Ottimizza la propriocezione migliora il comfort

RETE /

a coste posizionata all'altezza dell'articolazione della caviglia

VENTILAZIONE /

ottimale grazie a una rete più leggera sulla parte superiore del piede che allontana il sudore

SOSTEGNO E STABILIZZAZIONE /

a 360°

PLANTARE /

anatomico 3D



Immaginati, sviluppati e prodotti in Francia per i team BV Sport, i Booster Elite Evolution e le calze Light Run Haute s'impegnano a creare un effetto positivo sul pianeta, grazie all'utilizzo di fibre riciclate (Sensil EcoCare), ma anche riducendo al minimo gli sprechi e il consumo energetico: BV Sport, infatti, riduce l'impatto ambientale durante il processo di produzione



Tecnicità estrema

I capi della SS 25 di Mico dedicati al running sono altamente performanti in termini di vestibilità e comfort grazie a tessuti morbidi e traspiranti

MAGLIA GIROCOLLO MANICA CORTA SUPER FRESH

Realizzato utilizzando un innovativo tessuto jersey bielastico molto leggero, fresco e morbido al tatto. La particolare lavorazione a microfori della superficie permette il passaggio dell'aria e un'elevata traspirazione. Le microfibre a sezione trasversale che lo compongono favoriscono l'assorbimento dell'umidità e la sua rapida espulsione.

La presenza di un modulo elastico al 12% rende questo capo altamente performante in termini di vestibilità e comfort durante l'attività fisica.

Peso: light weight

PANTALONCINO CORTO - X-PERFORMANCE

Capo ad alta tecnologia costruttiva, realizzato in tessuto bistretch: morbido al tatto ma robusto, elastico e performante per un'ottima vestibilità.

Trattamento water repellent del tessuto realizzato senza l'uso di perfluorocarburi (PFC free - rispetto dell'ambiente) che protegge il corpo anche in condizioni estreme, resistendo allo sporco e mantenendo ottime capacità traspiranti, senza nuocere alla salute.

Slip interno in rete a elevato comfort. Ampie tasche, frontale e posteriore, in rete elastica per una maggiore funzionalità durante la corsa.

Peso: light weight



SOCKS EXTRADRY RUN

• **Struttura** della calza interamente in Outlast + cotone + fibra LYCRA: elevata traspirazione e trasporto dell'umidità all'esterno per un piede sempre asciutto + fibra LYCRA (comfort di calzatura elevato, fit perfetto "no-blister")

• **Calzata** avvolgente anti torsione e stabilizzata

• **Polsino** ergonomico con bordo sagomato

• **Punta** L+R con struttura elastica su tutto l'avampiede

• **Rinforzo** in leggera spugna su punta e tallone

• **Microcanali** ad alta traspirazione sul collo del piede

• **Cucitura** piatta antifrizione (controllo totale della sensibilità nella zona dell'avampiede attorno alle dita)

• **Peso:** light weight



Mico Sport - 030.2003211 - info@mico.it



Design patriottico

Con questa edizione speciale della R-2000, Joma rende omaggio all'atletica italiana e ai successi ottenuti quest'anno dagli azzurri

La R-2000 è dedicata alla nazionale azzurra di atletica leggera, raccogliendo i segni distintivi dell'Italia con i colori del tricolore. Il modello fornisce il massimo comfort possibile, rivelandosi la calzatura da corsa più completa, versatile e comoda della collezione Joma Running. Polivalenza, traspirabilità, ammortizzazione e reattività sono alcuni dei suoi punti di forza. L'intersuola Fly Reactive è studiata per conferire ritorno di energia e garantire ammortizzazione a ogni passo, rendendo la scarpa ideale per diversi ritmi e distanze. Per quanto riguarda il design, Joma ha inserito nella tomaia il verde, il bianco e il rosso del tricolore. Grazie alla grafica studiata per dare un tocco di originalità, le due calzature destra e sinistra vanno a



comporre proprio la bandiera italiana ben visibile anche durante la corsa. Inoltre, l'intersuola è impreziosita dalla scritta "ITALIA" nel distintivo colore azzurro.

La tomaia è realizzata in mesh tecnico, ultra traspirante e leggero, con perforazioni VTS che favoriscono la ventilazione del piede. Il sistema di regolazione termosaldato Joma Sportech assicura il supporto del piede.

Il fit leggermente ampio aumenta il comfort. L'intersuola con drop 10 mm è stata costruita con doppio materiale per garantire stabilità e adattarsi alle varie fasi della corsa. Infine, la suola è in gomma Durability con una resistenza molto buona all'abrasione sull'asfalto.

Joma Sport - 335.7674207 - assistenza.clienti@joma-sport.com



LUT, epicentro del trail running

Numeri record di atleti e pubblico per La Sportiva Lavaredo Ultra Trail by UTMB 2024.
La gara di Cortina d'Ampezzo si conferma ancora tra le più amate del circuito

— DI KAREN POZZI

Per cinque giorni, dal 26 al 30 giugno, Cortina d'Ampezzo ha richiamato 6.000 atleti provenienti da 90 Paesi diversi e registrato il sold out in tutte le strutture ricettive del territorio. Un successo che di anno in anno supera le aspettative e che conferma l'eccellenza di questa gara nel panorama mondiale.

LE GARE - Il weekend è iniziato mercoledì sera con la partenza della 10K dal campo sportivo di Fiammes. In 466 hanno partecipato all'edizione di questa competizione tutta in notturna, adatta anche ai principianti, correndo per 10 km e 200 m di dislivello lungo il percorso nel bosco. Giovedì pomeriggio, alle 17:00 da Corso Italia a Cortina, sono

Una nuova strategia

Un'identità forte e chiara quella che La Sportiva ha mostrato all'evento di Cortina, dove ha dominato la scena con un ricco programma di eventi dedicati ad atleti, media e community.
Il brand cambia rotta ed evolve nei prodotti e nella gestione del team

Iniziata nel 2018, la partnership tra l'azienda trentina e la gara di Cortina continuerà fino al 2027 e rappresenta un'occasione per mettere in luce il profondo legame e l'attenzione costante che La Sportiva pone nei confronti del territorio e delle sue montagne, ma non solo. Nell'edizione appena passata, il brand ha dimostrato di avere una nuova e chiara identità nel mondo del mountain running e un forte legame con le ultra. A concretizzare questa evoluzione sono atleti e prodotti, ma soprattutto strategia e visione.

EVENTI NELL'EVENTO

La Sportiva ha colto l'occasione della LUT per incontrare tutto il suo pubblico. Nei giorni di gara si è svolto il meeting atleti, mentre nei giorni clou dell'evento, il brand ha incontrato i media e la community, presentando il proprio team e le ultime novità di prodotto in termini di innovazioni e sviluppo anche attraverso alcune morning run dedicate ai test.

Due i luoghi centrali: il LaSpo Hub, sito in Corso Italia, e, grande novità, la LaSpo Radio, web radio che ha fornito informazioni sulle gare e proposto interviste agli atleti, buona musica e approfondimenti sul mondo del Mountain Running.

Noi della redazione abbiamo preso parte alla due giorni dedicata ai media iniziata mercoledì dall'hub con la presentazione del team a cura di Nicola Giovanelli, responsabile atleti, e Fabio Parisi, sport marketing team leader. Con loro abbiamo parlato dell'evoluzione della strategia Mountain Running, con focus sulla gestione degli atleti.

Con quali obiettivi avete pianificato questi cinque giorni di La Sportiva Lavaredo Ultra Trail by UTMB?

Fabio: questo evento è cruciale per il nostro comparto mountain running, per-

tanto cerchiamo di sfruttarlo al meglio per incontrare i nostri stakeholder e comunicare con loro le nostre maggiori novità. Abbiamo quindi strutturato la nostra presenza a partire da un meeting con gli atleti, per continuare con l'incontro con i media e successivamente con l'attivazione del pubblico finale. Per quanto riguarda il team meeting con gli atleti, approfittando del fatto che si trovavano già qui per correre, il primo obiettivo è quello di aumentare il senso di appartenenza favorendo l'interazione tra loro e farli sentire parte di un'entità che è la nostra azienda. Il secondo obiettivo riguarda l'ottenimento di feedback con momenti di confronto, sia legati alla strategia e al mercato trail running in generale sia al prodotto, dapprima su Prodigio Pro e successivamente sull'abbigliamento. Inoltre, è per noi fondamentale far testare il prodotto anche agli utenti finali e proprio per questo abbiamo deciso di promuovere durante tutte le giornate una serie di test liberi e gratuiti, con l'auspicio di ricevere feedback anche dai consumatori. Per questo sono presenti tutti i nostri product manager, sia per spiegare che per raccogliere informazioni utili a prodotti futuri.

Com'è iniziata la collaborazione con La Sportiva e quale ruolo ricopri attualmente?

Nicola: sono entrato in La Sportiva nel 2009, da atleta, dopo aver corso la Dolomiti Skyrace che a quel tempo era una gara sponsorizzata dal brand. Avevo ottenuto un buon risultato in gara e avevo ricevuto la proposta di entrare nel team. Con il passare degli anni le mie competizioni sono diminuite, ma il rapporto con La Sportiva si è rafforzato, così sono passato dall'altra parte. Ho iniziato a gestire gli atleti del team internazionale con la collaborazione di Fabio e portato avanti il lavoro che avevano intrapreso tutti coloro che hanno lavorato negli ultimi quindici anni a questo progetto. Quando sono entrato



© Jean Nyka



© Alexis Berg

LE PAROLE DEGLI ORGANIZZATORI

“È stata un'edizione difficile dal punto di vista organizzativo perché c'è gran fermento logistico a Cortina, in preparazione delle Olimpiadi invernali, e per questo siamo ancor più contenti di essere riusciti a dare vita anche quest'anno a un grande spettacolo. L'enorme numero di partecipanti che torna qui per ogni edizione ci rende orgogliosi dello sforzo prodotto e conferma quanto questi percorsi siano in grado di far innamorare atleti di tutto il mondo, che qui trovano il calore italiano e le montagne più belle del mondo. Ora ci attende una breve pausa, ma ripartiremo subito, pronti per l'edizione 2025”

Simone Brogioni, organizzatore della gara

“Ci teniamo particolarmente a ringraziare i 600 volontari che sono stati un supporto fondamentale per la realizzazione di un evento di questa portata, lavorando senza sosta nelle fasi di organizzazione e nelle infinite giornate di gara, con qualsiasi condizione meteo, senza i quali non riusciremmo a raggiungere i risultati ottenuti e migliorarci ogni anno”

Cristina Murgia, race director

partiti i quasi 800 atleti della 20K. Venerdì è arrivato il momento delle lunghe distanze. La mattina il via alla 50K: in più di 1.800 hanno dato vita al lungo serpentine nel centro del paese, per poi perdersi tra i boschi lungo il percorso per 2.600 m di dislivello, un anello perfetto tra le montagne intorno a Cortina. Tra due ali di folla alle 23:00 sono partiti i 1.700

dell'attesissima 120K, la gara Regina. A chiudere l'edizione 2024, è partita sabato mattina da La Val, in Alta Badia, la 80K, con quasi 1.000 atleti. Tante le emozioni regalate dalla finish line. Per tutti il caldo abbraccio di Cortina, che ha atteso i suoi runner anche durante la notte lungo l'intero Corso Italia.

a far parte del team di atleti eravamo in pochi, successivamente il numero è aumentato, ma a oggi abbiamo deciso di concentrare le forze puntando più sulla qualità sia degli atleti che del servizio che gli offriamo.

Cos'ha portato a questa evoluzione nella gestione del team e in generale della strategia mountain running?

Fabio: negli ultimi due anni sono arrivate in azienda alcune figure che hanno portato una marcia diversa, permettendo a La Sportiva di fare uno step aggiuntivo dalla concezione di azienda a conduzione familiare. Questa evoluzione è chiara e palpabile anche nel comparto sport marketing e ci siamo interrogati su quale fosse l'elemento in grado di generare più valore all'interno del nostro portfolio di azioni marketing. Il team di atleti è uno di quelli che genera maggiore valore. Pertanto abbiamo capito che era necessario dedicarci in modo molto più qualitativo e verticale a questo aspetto, introducendo una persona dedicata a questo progetto, ovvero Nicola. Con lui vogliamo offrire all'atleta La Sportiva un servizio di estrema qualità e, se funziona, potremmo estenderlo anche agli altri ambiti sportivi dell'azienda.

Cosa comprende il vostro servizio all'atleta e in che modo lo supportate?

Fabio: innanzitutto gli atleti hanno un referente dedicato a loro che possono contattare quando vogliono. Sembra banale ma non lo è. Inoltre abbiamo introdotto il servizio di assistenza sulle gare: siamo partiti dalla Garda Trentino Trail, continuiamo qui a Cortina e lo faremo all'UTMB. Presenziamo a competizioni come azienda, non tanto per avere uno stand, ma soprattutto per supportare i nostri atleti. In questi contesti prenotiamo un hotel tutti insieme per vivere sempre più il gruppo, organizziamo delle corse in compagnia e presentiamo loro eventuali novità. Siamo consapevoli che avremmo potuto offrire questo servizio agli atleti già da tempo, ma preferiamo partire ora, con una struttura più solida alle spalle. Da adesso, procediamo al massimo!

Il programma gare a cui gli atleti partecipano viene concordato e condiviso?

Fabio: noi condividiamo un programma gare alle quali gli atleti non sono obbligati a partecipare, ma essendo momenti di incontro e confronto è sempre



© Alexis Berg

bene esserci. Ovviamente Cortina è il nostro main event e cerchiamo di spingere tutti a venire. Poi ogni atleta può avere altri eventi importanti, vedi i mondiali di skyrunning, ai quali decide di partecipare, e noi siamo a disposizione per offrirgli il massimo supporto.

Il cambio di rotta/evoluzione di La Sportiva nel mountain running si denota anche dai prodotti, cosa ne pensi da atleta?

Nicola: ieri ho usato Prodigio Pro per la prima volta e sono rimasto veramente sorpreso dalla differenza con la sorella Prodigio, che era già stata un grande passo avanti rispetto alle linee precedenti che seguivano un approccio più legato alla montagna, ambito da cui proveniamo. Ora La Sportiva aggiunge al catalogo una calzatura veramente comoda per le gare Ultra. Ce ne sono state altre buone in passato con cui mi sono trovato bene in gara, ma Prodigio Pro è veramente un prodotto incredibile che ti consente di correre anche in condizioni non prettamente tecniche o di montagna come strade o sterrati che spesso si incontrano nelle Ultra.

Massima performance

Un concentrato di innovazione e tecnica per esprimere al meglio il proprio potenziale nelle varie attività di montagna. Questo il filo conduttore delle novità SS 25 di La Sportiva. Per il Mountain Running parliamo di Prodigio Pro, pensata per chi cerca la massima performance nelle Ultra

Punto di incontro tra heritage della marca e innovazione tecnologica, la linea SS 25 di La Sportiva rappresenta il risultato di un lavoro minuzioso del dipartimento R&D che con questa collezione introduce sul mercato una gamma di prodotti best in class per le varie discipline di montagna.

MOUNTAIN RUNNING

PRODIGIO PRO, PER LE ULTRA

Veloce, agile e leggera questa calzatura è un concentrato tecnologico e di innovazione. Precisa e reattiva per gare e allenamenti, la Prodigio Pro rappresenta la nuova frontiera per le gare ultra.

TOMAIA / realizzata con Power Wire Technology, brevetto di La Sportiva che consiste nell'applicazione di più strati di filamenti fissati insieme attraverso un processo di pressione e calore con l'obiettivo di creare un'unica pelle che lavori attorno al piede dell'ultra runner migliorando fit, stabilità e trasferimento di potenza



COLLARE /

in maglia che avvolge e supporta la caviglia evitando che entrino sassolini. Consente maggiore sicurezza e stabilità sui percorsi più ardui, Prodigio Pro presenta una protezione in gomma nella zona del metatarso

INTERSUOLA / presenta la nuova tecnologia XFlow Speed, 20% più reattiva rispetto alla XFlow adottata nel modello precedente, migliora il rimbalzo e assorbe gli urti aumentando la potenza a ogni passo



Prodigio Pro uomo

Prodigio Pro donna

PAROLA A TOBIAS GRAMAJO, FOOTWEAR PRODUCT MANAGER MOUNTAIN RUNNING E HIKING



Cosa cambia principalmente rispetto al modello precedente?

Con Prodigio Pro presentiamo un nuovo materiale che è l'XFlow Speed, un composto di poliuretano che si trova nella parte interna dell'intersuola che amplifica al massimo il ritorno d'energia. Così facendo otteniamo un risultato che è estremamente bilanciato in termini di ammortizzamento, stabilità ed equilibrio dinamico con quell'extra elasticità necessaria.

L'utilizzatore sarà quindi lo stesso di Prodigio?

No, perché Prodigio Pro, come suggerisce il nome, è pensata per chi cerca la massima performance nelle Ultra. Pro non sta per nuova versione, ma per professionisti, a cui la calzatura è dedicata.



Greatly improved.
Yet the same.

Meet Endurance 2, the upgraded version of the award-winning road shoe that brings a new level of responsiveness to the dedicated runners.

Endurance 2 has a new, improved speedier mesh that works in unison with the foot to provide unparalleled comfort and support in every step. The Px Foam midsole provides maximum cushioning, superior feel and extreme energy return yet still being ultra-lightweight. Hit the road and free your energy with Endurance 2— it's the same, yet greatly improved.

CRAFT 

Valori condivisi

L'edizione 2024 di UTLAC, Lake Como Ultra Trail, è stata un successo, sia per i numeri che per il consolidamento di partnership a lungo termine. Il racconto della gara e il punto di vista dei main partner Tecnica e Rock Experience

_ DI KAREN POZZI



Cinque giorni di UTLAC, cinque giorni all'insegna della corsa in montagna e della bellezza dei panorami che solo il territorio lariano è in grado di offrire. L'edizione 2024 della manifestazione organizzata da Larius è stata un vero e proprio successo, sia dal punto di vista sportivo che da quello organizzativo e promozionale per le province di Como e Lecco. Le tre gare in programma hanno visto impegnati sui sentieri qualcosa come 900 atleti, a conferma di un appuntamento che anno dopo anno continua a crescere e farsi apprezzare.

LA GARA REGINA

UTLAC 250 ha preso il via alle 18:00 di mercoledì 10 maggio dal lungolago di Lecco. Compagna dell'ottantina di atleti ai nastri di partenza è stata la

pioggia, che fortunatamente dopo solo pochi minuti dallo start ha salutato la comitiva per non farsi più vedere fino al traguardo, lasciando ai concorrenti un meteo stabile e soleggiato, che ha regalato loro scorci e panorami da cartolina. Per i concorrenti c'erano da completare 254 km e un dislivello positivo di 12.430 metri, arrivando a tagliare il traguardo, nuovamente sul lungolago lecchese, dopo un vero e proprio giro montano del Lago di Como.

GLI ATLETI

Il primo a riuscire nell'impresa è stato Daniele Nava, atleta tiranese classe 1987 che, fermando il cronometro a 43h42'28", ha firmato il nuovo primato della gara, migliorando il crono di 44h56' ottenuto dodici mesi prima dallo svizzero Robin Fournier. Staccato di oltre 4h30' è arrivato il romano Alessan-

LA PAROLA AGLI SPONSOR

TECNICA OUTDOOR

ADRIANO ROSSATO, BUSINESS UNIT MANAGER

Nella vostra strategia di marketing quanto contano gli eventi e come vengono selezionati?

La strategia di marketing di Tecnica Outdoor, la business unit dedicata al footwear, non prevede uno specifico investimento di sport marketing. Come marchio di calzature tecniche per la montagna, crediamo che l'esperienza personale prevalga sulla componente agonistica. Per questo non abbiamo un team agonistico di atleti ma collaboriamo con molti ambassador e professionisti della montagna. I nostri investimenti per gli eventi consumer sono sostanzialmente riservati a eventi indipendenti oppure organizzati dai nostri partner commerciali dove abbiamo la possibilità di far provare le nostre scarpe. Questa è la modalità che ci permette una conversione molto efficace e che vogliamo continuare a sviluppare anche in futuro, perché ci sentiamo forti delle prestazioni della nostra collezione. L'unica categoria che fa parzialmente eccezione è quella del trail running, dove il pettorale e l'agonismo hanno un ruolo importante per molti appassionati. Ma anche in questo caso, la nostra strategia a partire dal prossimo anno, quando sarà disponibile nei negozi la nuova collezione Pyrox per la disciplina, sarà quella di essere presenti nel villaggio di alcune delle competizioni più importanti per la comunità dei trail runner per dare la possibilità ai presenti di testare sui sentieri le nostre scarpe. Per cominciare in quello che ci sembra il migliore dei modi, saremo presenti a Chamonix nell'Expo Village dell'Ultra Trail di Mont-Blanc, dove presenteremo le scarpe al pubblico e agli opinion leader presenti.

Come mai avete scelto di sponsorizzare proprio la UTLAC?

UTLAC a nostro avviso è una delle competizioni di trail running che ha il maggior potenziale di crescita in Italia. Il percorso intorno al Lario è veramente speciale, attraversa paesaggi bellissimi offrendo panorami memorabili. Il Lago di Como è diventato un brand internazionale noto anche negli Stati Uniti grazie alla presenza di celebrities hollywoodiane, e sia Lecco sia Como sono destinazioni facilmente raggiungibili a solo mezz'ora da Milano, e ottimamente attrezzate per l'ospitalità. Il sold-out della 30 e della nuova 60 chilometri sono la dimostrazione di quanto possa diventare attrattiva questa competizione in futuro anche sulla distanza lunga. Lo staff organizzativo è appassionato e competente, supportato da spon-



«La distanza lunga in autonavigazione della UTLAC rispecchia la nostra visione del trail running come un'attività esplorativa sia dell'ambiente di montagna sia delle proprie emozioni»

sor e istituzioni che garantiscono una visione di lungo periodo, rendendo questo evento un partner affidabile su cui investire. La sponsorizzazione di UTLAC è stata una eccezione rispetto alla nostra strategia, in cui per noi è stato dirimente il fatto di esserci potuti rispecchiare in questa competizione. La nuova collezione da trail running di Tecnica, che abbiamo presentato proprio durante i giorni dell'evento, ha molte analogie con UTLAC. Anche noi siamo realisti sui nostri obiettivi a breve termine ma siamo molto ambiziosi per il futuro, e siamo convinti di portare una reale innovazione per gli appassionati, come ha fatto UTLAC con questa gara. E la distanza lunga in autonavigazione dell'evento rispecchia la nostra visione del trail running come un'attività esplorativa sia dell'ambiente di montagna sia delle proprie emozioni.

Cos'ha previsto la vostra presenza?

Come gold sponsor siamo stati presenti con elementi di visibilità molto tradizionali come l'arco gonfiabile in partenza e arrivo, le bandiere e i banner sulle transenne. Inoltre avevamo una tenda gonfiabile dove abbiamo mostrato in anteprima la collezione Pyrox di trail running per la prossima stagione. Siamo stati sorpresi da quanta considerazione, direi quasi affetto, goda il marchio tra i trail runner anche dopo la pausa che ci siamo presi per riprogettare la nostra collezione. Inoltre, in coincidenza con la gara, abbiamo organizzato proprio a Lecco il nostro sales meeting internazionale di lancio della collezione SS 25 e, a seguire, l'evento in cui abbiamo svelato le nostre novità anche a un gruppo selezionato di media e retailer italiani.

Quali sono stati i risultati di questa esperienza? Positivi?

Questa sponsorizzazione è stata fatta con quasi un anno di anticipo rispetto al momento in cui avremo nuovamente la nostra collezione di trail running nei negozi. Quindi le nostre aspettative non erano legate a un



dro Roncato del Maddalene Sky Team, 2° in 48h21'46", mentre a completare il podio è stato Emanuele Ludovisi (D+Trail) in 48h25'44". Vittoria con record anche per la basca Silvia Trigueros Garrote, classe '76, che l'anno scorso aveva vinto in 58h44', riuscendo stavolta a migliorarsi di addirittura otto ore come dimostra il tempo finale di 50h43'40". Alle sue spalle si è assicurata il 2° posto Valentina Michielli del Team Coros in 52h56'29", seguita dalla svizzera Denise Zimmermann 3°, in 58h48'19".

LE ALTRE DISTANZE

Il sabato, invece, è andata in scena la prima edizione della UTLAC 60, gara che già a un mese dal via aveva visto esaurirsi tutti i 400 pettorali messi a disposizione dall'organizzazione. Partenza da piazza Cavour a Como e arri-

vo nuovamente sul lungolago di Lecco dopo un percorso di 64,6 km, con dislivello positivo di 3.580 metri, che univa i due capoluoghi lariani passando anche dalla punta di Bellagio, dove il Lario si divide nei suoi tre rami. Infine, domenica, spazio al gran finale con UTLAC30, gara disegnata sulla seconda parte del tracciato della prova da 64,5 km, con partenza da Bellagio, consueto arrivo a Lecco e dislivello positivo di 1.872 metri.

AUTOGESTIONE A IMPATTO ZERO

UTLAC Trail è una manifestazione apprezzata anche per il suo lato green, eliminando l'uso della plastica, proponendo gare in semi autosufficienza senza tracciamento dei percorsi e utilizzando esclusivamente veicoli elettrici per lo spostamento di persone e materiali.

effetto di generazione della domanda. Anzi, sotto ogni aspetto questa sponsorizzazione è stata fatta "troppo presto". Ma per noi era molto importante mostrare ai nostri partner commerciali e agli appassionati che il trail running per Tecnica è una categoria strategica per cui abbiamo una visione a lungo termine, così importante da iniziare a investire anche "troppo presto". Per quanto riguarda la competizione, non possiamo che essere contenti per la nostra scelta e vediamo una curva di crescita ancora più rapida di quanto ci saremmo aspettati, a conferma che le nostre aspettative erano ben riposte.

Confermate la vostra sponsorizzazione per gli anni futuri?

Il nostro contratto prevede che la nostra sponsorizzazione continui anche per i prossimi anni, e spero che Tecnica sarà al via molto a lungo per assistere al successo globale di UTLAC. Dal prossimo anno contiamo di dare una accelerazione nel nostro coinvolgimento per favorire la crescita della gara per quanto nelle nostre possibilità. Penso di essere buon profeta immaginando che nel 2025 sarà possibile venire a UTLAC per provare sul campo la nostra collezione Pyrox.

ROCK EXPERIENCE

MICHELE FRIGERIO, CEO & PRESIDENTE

Nella vostra strategia di marketing quanto contano gli eventi e come vengono selezionati?

Per Rock Experience le partnership con vari eventi trail running, climbing o outdoor sul territorio italiano e europeo non sono solamente delle attività marketing ma sono parte di una vera strategia di sostenibilità. Sono azioni mirate ad avvicinarci ai territori, ai nostri clienti e quindi anche alle associazioni che organizzano questi eventi che si rivolgono ai vari target di utenti. Questa progettualità delle nostre attività di marketing e sponsorizzazione sicuramente a oggi ci premia dal punto di vista della brand awareness e del business.

Come mai avete scelto di sponsorizzare proprio la UTLAC?

Non abbiamo mai nascosto il nostro interesse per la UTLAC, una gara dal carattere internazionale e riconosciuta non solo per la spettacolarità del suo percorso e delle sue cime, ma anche per il livello di organizzazione e servizi offerti ai runner. Si tratta di una competizione di assoluta eccellenza, oltretutto a casa nostra, pertanto un'ottima occasione per comunicare

l'appartenenza a questo territorio. Visto l'approccio di riduzione dell'impatto ambientale di UTLAC, con questa sponsorizzazione diamo continuità al nostro approccio quanto più a impatto zero diffuso in tutta l'azienda e tra i nostri collaboratori esterni che selezioniamo con cura. Per questo abbiamo firmato un accordo di sponsorizzazione per i prossimi tre anni. Gli strumenti per raggiungere gli obiettivi sono: la passione, la cultura, i mezzi di comunicazione, i mezzi di trasporto, le risorse economiche e la volontà delle aziende di adoperarsi in questi progetti e in queste sinergie. Cambia solo il modo di adoperare questi strumenti e l'intento finale che si vuole ottenere. In questo caso le due realtà, Rock Experience e UTLAC, sono allineate perché li sfruttano al massimo.



«Un sodalizio che evidenzia la vicinanza e l'attenzione che da sempre Rock Experience pone nei confronti del proprio territorio»

Cos'ha previsto la vostra presenza?

La nostra collaborazione ha visto la fornitura di capi tecnici e un supporto fattivo nell'organizzazione di alcuni aspetti logistici e nella comunicazione per valorizzare e promuovere il nostro territorio e le sue meraviglie naturali anche all'estero. Come anche supportare i nostri atleti e fare un tifo super partes a tutti i partecipanti

Quali sono stati i risultati di questa esperienza? Positivi?

Sicuramente l'evento ci ha permesso di veicolare l'immagine del nostro marchio in modo incisivo all'estero e in parecchie regioni italiane, visti gli oltre 100 partecipanti. L'esperienza e soprattutto la collaborazione con il comitato organizzatore insieme ad altri sponsor è stata molto positiva sotto tutti i profili.

Sarete ancora sponsor negli anni futuri?

I prossimi tre anni rappresentano un'ulteriore sfida per la UTLAC, l'intento è di crescere insieme all'evento e collaborare con l'organizzazione per provare a garantire tutti i servizi e l'immagine che la gara si è costruita in questi tre anni di storia. Molto più di una semplice gara e molto di più di una semplice sponsorizzazione. Ad maiora.



Fondata nel 1893 con il nome di Consumverein Ampezzo, la Cooperativa di Cortina ha cambiato pelle molteplici volte senza dimenticare il suo spirito. Ne abbiamo parlato con Nicol Alberti, responsabile del reparto calzature

_ DI PIETRO ASSERETO

All'inizio fu un semplice magazzino, in località Pontechiesa: un locale aperto solo poche ore alla settimana (la domenica e il mercoledì mattina) e con un solo dipendente. Vi si poteva acquistare grano, granturco, farina, stoffe e in un secondo tempo sale, olio, petrolio, cuoio e ferramenta. Nasceva così una struttura che con il passare del tempo sarebbe diventata parte integrante della comunità di Cortina d'Ampezzo e le cui vicende sono strettamente intrecciate all'evoluzione sociale, economica e turistica della conca. Fin dal primo momento le finalità sociali della Cooperativa furono chiarissime: l'attività doveva, infatti, essere rivolta a favore dei soci, alle loro famiglie, agli artigiani, ai contadini, procurando loro vantaggi, comodità, e risparmi. Ancor oggi, la funzione sociale della Cooperativa è ben evidenziata dallo statuto in cui si dice che la società "si propone sia di vendere che di acquistare beni e servizi nel modo più vantaggioso per i soci, sia di migliorare le loro condizioni materiali e morali". Nel marzo del 1895 i soci erano già 184 e il successo dell'iniziativa si concretizzò con l'acquisto di una nuova sede, lungo la strada principale (quella che oggi è Corso Italia). L'orario di apertura fu prolungato, vennero assunti i primi commessi e negli Anni '20 i soci salirono a 600. Anche durante le due Guerre Mondiali la Cooperativa mantenne il suo ruolo centrale, assicurando approvvigionamenti alla popolazione anche in momenti drammatici. Nel 1956, in concomitanza con i Giochi Olimpici di Cortina, venne aperta la filiale alimentari e nel '74 venne costruita la sede attuale: 4.000 mq di superficie. Negli anni la struttura è stata rinnovata molteplici volte e si sono aggiunti il Centro Casa e il discount alimentare di Pian da Lago, i negozi di moda, abbigliamento, calzature e accessori sportivi. Nel 2015, con la nomina di Renzo Stefani come direttore, vi è stato un rinnovamento sostanziale. Ne abbiamo parlato con Nicol Alberti, responsabile del reparto calzature.

Ciao Nicol. In questa storia ultracentenaria, tu a che punto sei subentrato?

Io sono entrata nel mondo della Cooperativa sette anni fa, al terzo piano. Quattro anni fa ho iniziato a collaborare con il mio capo reparto per gli ordini e da pochissimi giorni ho preso il suo posto perché lui è andato in pensione. Sono quindi capo reparto del terzo piano, quello dedicato alle calzature.

Com'è cambiata la Cooperativa negli anni?

Inizialmente era un semplice magazzino - vi si poteva acquistare grano, farina e vari beni di prima necessità. Nel corso dei decenni si è

ampliata sempre di più fino a diventare quello che è al giorno d'oggi. I passi decisivi sono avvenuti sempre con il cambio di direttore: con una storia ultracentenaria come la nostra, si sono susseguiti tanti grandi vertici e ognuno di questi ha sempre portato un qualcosa in più. Mario Manaigo, uno dei direttori più storici che ha guidato la Cooperativa per decenni, era molto legato alla tradizione e quando è subentrato nel 2015 Renzo Stefani c'è stato un rinnovamento sostanziale.

È tutt'oggi una cooperativa? Svolge una funzione sociale?

È una cooperativa nel senso che non si fanno dividendi e l'utile viene reinvestito in lavori o in altre attività locali. Si coopera tutti insieme per soddisfare la comunità: è gestita da 600 soci e per prendere qualsiasi decisione, anche la più minima, c'è bisogno dell'approvazione di tutti.

In quanti ci lavorano?

Nella Cooperativa fissi 150, in alta stagione anche 250. Nel mio reparto siamo in sette, in alta stagione in 15.

Che servizi offrite oltre alla vendita?

Non noleggiamo attrezzatura, però offriamo lo sportello riparazione: dai bastoni della Leki alla risuolatura delle scarpe. Prendiamo in carico il prodotto e lo spediamo all'azienda di riferimento. Facciamo test prodotti con le aziende che ci supportano

Avete un rapporto molto stretto con il territorio e la comunità d'Ampezzo. In tal senso, siete anche a fianco di eventi o gare?

Oltre alla Lavaredo Ultra Trail, che sosteniamo fin dall'inizio, collaboriamo anche con la Cortina - Dobbiaco, della quale però non siamo main sponsor, e la Delicious Trail. Quest'ultima è una gara con potenzialità enormi: si svolge in uno dei luoghi più ricchi di storia e natura (43 km circa e 3.100 metri di dislivello positivo; il percorso si snoda all'interno del più esteso museo all'aperto della Grande Guerra e vanta due cime eccezionali,

«A me piace definirla la Rinascente di Cortina. Ogni piano ha, infatti, una tipologia di prodotto differente»



Paolo Ghezze, presidente della Cooperativa, taglia il nastro dell'inaugurazione del terzo piano. A sinistra, Daniele Marmani, a destra Nicol Alberti e Michele Dimai



Al centro Daniele Marmani (l'ex caporeparto) e Nicol Alberti responsabile del reparto calzature, insieme allo staff del terzo piano

SCHEMA TECNICA

Nome: *La Cooperativa di Cortina – terzo piano*
Indirizzo: *corso Italia 40, 32043, Cortina d'Ampezzo (BL)*
Telefono del reparto: *0436.874291*
E-mail: *info@coopcortina.com*
Sito: *coopcortina.com*
Facebook: *La Cooperativa di Cortina*
Instagram: *@LaCooperativadiCortina*
Gestione magazzino: *manuale*
Direttore: *Emanuela de Zanna - Capo reparto: Nicol Alberti*
Anno di apertura: *1893*
Vetrine: *18*
Personale: *nove. 16 durante l'alta stagione*
Mq reparto: *400*

Merceologia del reparto: *calzature civili, calzature sportive, accessori per la calzatura, pantofole, portafogli e pelletteria, zaini trekking e running, attrezzatura sportiva arrampicata/trekking, occhiali da sole sportivi, termos e borracce, attrezzatura da palestra, accessori per il nuoto, attrezzatura e accessori da bici, dispositivi elettronici come sportwatch e arva, valigeria, attrezzatura e accessori da campeggio, ombrelli, alimentazione sportiva, accessori sportivi*

MARCHI RUNNING

Calzature:

adidas Terrex, Altra, ASICS, Brooks, HOKA, Kailas, Merrell, New Balance, Salomon, Saucony

Attrezzatura:

Coros, Fizan, Garmin, Hydrapak, Leki, Petzl, Polar, Suunto

il Lagazuoi e il Nuvolau, ndr) e il suo fiore all'occhiello è la valorizzazione dell'aspetto eno-gastronomico. Nei punti di ristoro posizionati lungo il percorso, infatti, si gustano piatti locali. Unisce sia il runner che punta alla performance, sia l'appassionato che vuole fermarsi in ogni rifugio a mangiare.

Che tipo di clientela entra nella Cooperativa?

Non abbiamo un cliente medio, bensì molto variegato. Vendendo tanti prodotti diversi, trattiamo dal turista di passaggio all'escursionista occasionale, dal runner super tecnico e preparato alla signora di 70 anni che cerca le pantofole per la casa. Il fatto di non avere un tipologia unica di cliente è sicuramente la nostra forza: possiamo dal vendere un sandalo Birkenstock a un pedula Meindl con grande facilità.

Come scegliete i brand da vendere?

Magari è un po' brutto da dire ma guardandoci intorno. Andiamo spesso alle fiere di riferimento e negli altri negozi e capiamo cosa vende di più, ci facciamo un'idea del mercato e ci regoliamo di conseguenza. Crediamo tanto nelle novità, anche se piccoli brand: spaziato da Salomon al piccolo artigiano veneto che vuole provare a entrare nelle vendite.

Vendete anche online?

Sì, abbiamo la vendita online ma più dei prodotti tipici, tipo le marmellate e i formaggi o le ciabatte e gli abiti tirolesi. Mettere l'intero

catalogo sul sito sarebbe davvero impossibile.

Ci sono dei piani di espansione del negozio?

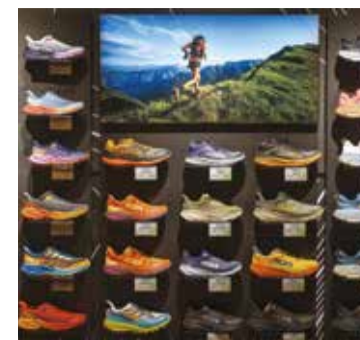
Entro Natale apriremo un bar bistro al quarto piano e poi sarà il turno di rinnovare il secondo piano che, negli anni, non ha subito lavori in quanto abbiamo dato priorità ad altre esigenze. Prima delle Olimpiadi, poi, abbiamo in programma di aprire un parcheggio per i clienti di fianco alla Cooperativa. A Cortina c'è un problema generale di parcheggi e anche noi siamo in difficoltà, ma vogliamo offrire un servizio in più.

Come sta andando il 2024 in termini di vendite?

Bene, pur essendo stati aperti poco. Infatti, per via della ristrutturazione del nostro piano, siamo stati chiusi da metà febbraio a metà giugno. Ma quando il piano era agibile, è andato molto bene: magari non come nel periodo post-Covid, ma su tutte le tipologie di prodotto non abbiamo mai avuto cali. Dopo l'apertura, il feedback è stato molto positivo.

Che progetti ha la Cooperativa per il futuro?

Le Olimpiadi sicuramente sono un qualcosa di molto grande per tutta Cortina, e anche noi siamo sicuri di poterne trarre beneficio. Qualche collaborazione importante la stiamo già portando avanti, come con Salomon con la quale siamo molto legati, sia per quanto riguarda l'abbigliamento, sia per l'attrezzatura.



OUTDOOR
&
RUNNING
- BUSINESS DAYS -

25-26
MAGGIO 2025
RIVA DEL GARDA
QUARTIERE FIERISTICO



Nel deserto del Rub' al-Khālī

A rincorrere le gambe che sprofondando nella sabbia, in compagnia dell'amico ultrarunner Michele Groggia

_ TESTO E FOTO DINO BONELLI

Il Rub' al-Khālī, ossia il Quarto Vuoto, è il secondo più grosso bacino sabbioso al mondo dopo il deserto del Sahara. La sua vastità ricopre parte dell'Arabia Saudita, dello Yemen, dell'Oman e, a nord, degli Emirati Arabi Uniti comunemente abbreviati in UAE (United Arab Emirates). UAE, acronimo conosciuto anche perché title sponsor della squadra ciclistica del campione sloveno Tadej Pogačar, recente vincitore del Giro d'Italia e del Tour de France.

Questo deserto, ancora parzialmente inesplorato e quasi totalmente disabitato, è lungo circa 1.000 km e largo circa 500, con un'area totale di oltre 650.000 km². Qualche oasi qua e là sono piccole macchie verdi in un oceano di sabbia; una di queste, a un paio di ore di bella strada asfaltata da Abu Dhabi, capitale del UAE, è interamente occupata dalla grossa struttura turistica di Qasr Al Sarab. Costruito con gusto e senza impattare troppo nei colori del deserto, questo lussuoso lodge ci dà ospitalità per un paio di notti. Va da sé che le mattine e le sere, ovvero quando le temperature lo consentono, io e il mio amico ultrarunner Michele Groggia usciamo a correre insieme.

Dire "usciamo a correre insieme" però, è un eufemismo, perché, specie la mattina, dopo il primo chilometro che per me è già a un ritmo decisamente alto e per lui lento riscaldamento, le nostre strade, per la fortuna di entrambi, si dividono. La sua sagoma sparisce dietro alle alte dune illuminate dal sole nascente, poi lo rivedo solo quando,

dopo una lunga cavalcata solitaria, riappare nei pressi della struttura che ci ospita. La sera, invece, è diverso. La nostra sgambata al tramonto non si allontana troppo dal resort ed è un misto di ripetute in salita, con le cosce che bruciano, e folli discese a rincorrere le gambe che sprofondando nella sabbia alzando copiosi sbuffi, come accade, in ambienti ben diversi, correndo nella neve.

Il nostro improvvisato, arido, misero e sabbioso parco giochi, è semplicemente fantastico. La super struttura di Qasr Al Sarab è molto accogliente e immersa in un clima distensivo, il mangiare ottimo e anche l'ozziare a bordo piscina ha il suo perché. Per noi il Quarto Vuoto, quindi, almeno nella piccolissima fetta e nel super comfort in cui l'abbiamo vissuto, è stata un'esperienza super positiva, di quelle che consigliamo senza indugi, senza se e senza ma.



SUL PROSSIMO
NUMERO
andremo
a correre a Taiwan

WAVE sky 8

ウェイブスカイ8



Sperimenta una nuova sensazione di corsa fluttuante.



SCOPRI DOVE ACQUISTARLE



DESIRED.
DESIGNED.
DELIVERED.



LEVANTE | **XFLOW**

Ore di dialogo con le atlete, test e prototipi: così è nata Levante.
La calzatura da Mountain Running® progettata per rispondere a esigenze specifiche del piede femminile sulle lunghe distanze: precisione e controllo totali anche sui terreni più tecnici, uniti a tecnologia XFlow™ per darti massimo comfort e reattività. Sempre pronta a correre.
Scopri Levante su lasportiva.com