

SNOWBUSINESS

M
A
G

2-2026



DATI & STATISTICHE

Quanto vale
l'economia
della neve

INTERVISTA

Xavier Le Guen,
vp Salomon winter
sports equipment

EVENTI

60 anni
di innovazione
per Smith

PEOPLE

La storia dell'atleta
eritreo
Shannon Abeda



CMP

it's me

SOMMARIO

DATI & STATISTICHE

Quanto vale l'economia della neve
Chi ha visto le Olimpiadi Invernali?

6
8

INTERVISTE

Xavier Le Guen, vp Salomon winter sports equipment
Pietro Colturi, ceo di B-Factory, distributore Burton per l'Italia
Luca Moretti, presidente APT Livigno
Marion Haerty, il ritorno di un'icona
Xavier De Le Rue, simbolo di avventura ed esplorazione

10
11
12
20
22

ACTIVE TRAVEL

Gli sport invernali di Neveazzurra

14

EVENTI

La presentazione a Milano del Promachine 3 di Nordica
Smith, 60 anni di innovazione

16
17

PEOPLE

La storia dell'atleta eritreo Shannon Abeda

18

FOCUS TECH

La piattaforma Li2 di BOA
NexX4 amplia le possibilità progettuali

24
24

FOCUS PRODOTTO

Il duo ideale di Giro
Julbo, prestazioni e sicurezza
Mizuno Breath Thermo e Woolmark, calore naturale
Faction, serie Studio
Fischer RC4 Noize, anima race
Dynastar presenta Speed Omeglass Master SL R22 Gold Edition
La linea Unlimitech di CMP
Atomic rilancia Volant
Speciale bastoni: Fizan, Gabel, Leki, Masters
Gli scarponi Empire di Deeluxe
Kästle RX12
Colmar e il suo heritage
Anon, maschera M6 e casco Oslo WaveCel

26
26
27
28
28
29
30
30
31
32
32
34
34



12



17



20



29

SNOWBUSINESS



IN COVER: KÄSTLE
ATLETA: ESTER LEDECKÁ



Editore: MagNet Srl SB - Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO - Direttore editoriale: CLAUDIO PRIMAVESI
Contributors: BENEDETTA BRUNI, SARA CANALI, MATILDE MARELLI
Art director: ROSANGELA BARNI

Redazione Italia: Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Via Tertulliano, 68 - 20137 Milano
Tel. 02.87245180 - Fax 02.87245182 - redazione@outdoormag.it - www.outdoormag.it

Supplemento di Outdoor Magazine Anno 19 - N. 2/2026
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)

Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n.186 del 20 marzo 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

Chiuso in redazione il 3 marzo 2026



COLLECTIVE [OF] MOVING PEOPLE È OFFICIAL SPONSOR DEL WORLD ROOKIE TOUR

Collective [of] Moving People ha annunciato la partnership con il World Rookie Tour, l'evento dedicato ai giovani snowboarder e freeskier under 18, in qualità di official sponsor. Progressione, identità, performance e cultura della community: questi i valori condivisi da cui nasce la collaborazione. Collective [of] Moving People affianca organizzazione e atleti sostenendo un ambiente in cui i rookie possano concentrarsi su snowboard, apprendimento e crescita. Presente nelle cinque tappe (la chiusura sarà dal 21 al 28 marzo a Zell am See-Kaprun), il brand fornisce allo staff uniformi tecniche personalizzate, progettate per garantire funzionalità, comfort e un'identità, e la linea di CMP è visibile nelle aree chiave del tour, dal competition course alla Chill Area. Con questa collaborazione, Collective [of] Moving People rafforza il proprio posizionamento nel panorama internazionale degli action sport, abbracciando cultura freestyle e giovani talenti.

TREZETA FIRMA UNA PARTNERSHIP CON LA SCUOLA SCI PREALPI VENETE PER LE INIZIATIVE SKIDS

Il progetto scolastico SKIDS vuole sostenere la promozione dello sci tra i più giovani e l'impegno nell'insegnamento inclusivo rivolto anche a bambini e ragazzi con disabilità, rafforzando il legame tra impresa, territorio e cultura outdoor. In questo contesto e sulla base di questi valori, Trezeta rafforza la propria presenza sul territorio veneto e nel mondo dello sport di montagna sostenendo la Scuola Sci Prealpi Venete con una sponsorizzazione attiva fino ad aprile 2026. Ma non è tutto, perché una caratteristica di SKIDS è l'attenzione all'inclusività, elemento caro anche a Trezeta: la Scuola Sci Prealpi Venete sviluppa infatti percorsi dedicati ad allievi con disabilità fisiche, sensoriali e cognitive. L'accordo prevede, oltre al supporto istituzionale, la fornitura di calzature Trezeta ai maestri della scuola.



OVS PRESENTA LA LINEA ALTAVIA CON IL PROGETTO ALTAVIA CREW

OVS è entrata nel mondo dello sci e degli sport invernali con ALTAVIA, la nuova linea di capi tecnici performanti, resistenti e stilisticamente curati. Tra le iniziative di marketing per la promozione della collezione c'è il progetto ALTAVIA Crew: una campagna curata da Athleta Lab che sarà on air fino a metà marzo su TV, stampa, web e out of home advertising. Per realizzare la collezione, OVS ha chiesto consiglio a esperti di montagna tra cui Deborah Compagnoni, Giulio Bosca, ex sciatore e oggi commentatore televisivo, ed Emil Zulian, pioniere dello snowboard. Con il loro aiuto il progetto ALTAVIA Crew vuole raccontare il rapporto tra l'essere umano e la montagna, durante un momento così significativo per la montagna italiana: un rapporto simbiotico nel quale un abbigliamento, tanto tecnologico quanto estetico, è perfetto per la costituzione di un legame eterno con la montagna stessa.

SALOMON UNISCE LE DISCIPLINE SULLA NEVE CON LA COLLEZIONE ÉQUIPE

Salomon ha presentato ÉQUIPE, un'iniziativa che vuole ridefinire il futuro degli sport invernali agonistici attraverso la connessione tra persone, la passione condivisa e l'energia collettiva. "In un mondo segnato dall'individualismo e dalla rivalità, Salomon promuove collaborazione e inclusività", ha dichiarato David Farcot, direttore creativo equipment winter sports di Salomon. ÉQUIPE ridefinisce il concetto di vittoria con atleti che non vengono più celebrati esclusivamente per medaglie o record, ma per la loro capacità di creare connessioni, evolversi e far crescere chi li circonda: le vittorie sono condivise, le emozioni si amplificano e il collettivo diventa più forte della somma dei singoli individui. Gli atleti oggi cercano più di semplici prodotti performanti: cercano senso, supporto e partnership autentiche. Basata su dedizione, innovazione e connessione umana, la collezione celebra l'unicità di ciascun atleta.



PROVE LIBERE TOUR 2026: ULTIMA TAPPA DEDICATA ALLE DONNE

Il Prove Libere Tour si è chiuso il 7 e 8 marzo con la tappa "Women On Snow Experience Days" al Passo del Tonale: una experience dedicata alle donne appassionate di sci, ma comunque aperta a tutti e totalmente gratuita. Un'evoluzione del format all'interno del Tour organizzato dal Pool Sci Italia, che ha l'obiettivo di valorizzare le collezioni donna sci della prossima stagione 26/27 dei brand consorziati. Le sciatrici, oltre ad avere ricevuto un omaggio dedicato, hanno avuto la priorità nel ritiro degli sci presso le nove aziende presenti. Come in ogni tappa, le piste si sono trasformate in un laboratorio a cielo aperto, dove sciatrici e sciatori hanno testato, confrontato e scelto l'attrezzatura più adatta al proprio livello tecnico, dialogando direttamente con i tecnici dei marchi fornitori delle Squadre Nazionali di Sci Alpino per approfondire aspetti legati a costruzione, geometrie, materiali e innovazione tecnologica.



QUANTO VALE IL MARCHIO FEDERICA BRIGNONE

È la regina dello sci ai Giochi Olimpici di Milano Cortina e diversi media, dopo le sue due medaglie, si sono domandati quanto guadagna Federica Brignone. Il dato certo è che incasserà 360.000 euro per le due medaglie d'oro. Secondo La Gazzetta dello Sport del 14 febbraio il pool di marchi che la sostiene vale circa 1,5 milioni di euro all'anno e nel 2024/25 ha incassato altri 800.000 euro in premi per i risultati. A sostenere la "tigre delle nevi" sono Banca Generali, Caffè Borbone, Dolomia, Enel, Grana Padano, Samsung, Estée Lauder, EA7, Milka, Rossignol, Lange e Level. Secondo la manager Giulia Mancini "i guadagni non raggiungono un terzo rispetto a Sinner, perché lo sci alpino resta uno sport legato alle classi sociali più abbienti". Il valore del brand Brignone è sicuramente in grande crescita, anche se siamo lontani dalle cifre della regina (economicamente parlando) dei Giochi, la freestyler cinese-americana Eileen Gu, che i rumor danno a quota 23 milioni di dollari all'anno.



OLTRE IL 70% DEGLI ATLETI CON MATERIALI DELLO SPORTSYSTEM ITALIANO

Più di sette atleti su dieci tra sci alpino, sci di fondo e scialpinismo alle ultime Olimpiadi hanno gareggiato con scarponi o sci progettati o realizzati nel distretto italiano dello sportssystem, a Montebelluna. È il calcolo effettuato dell'Osservatorio Economico Sportssystem che realizza un indotto di 3,2 miliardi di fatturato, per il 19% con sci e snowboard e per il 68% con calzature outdoor e scarponi da sci.



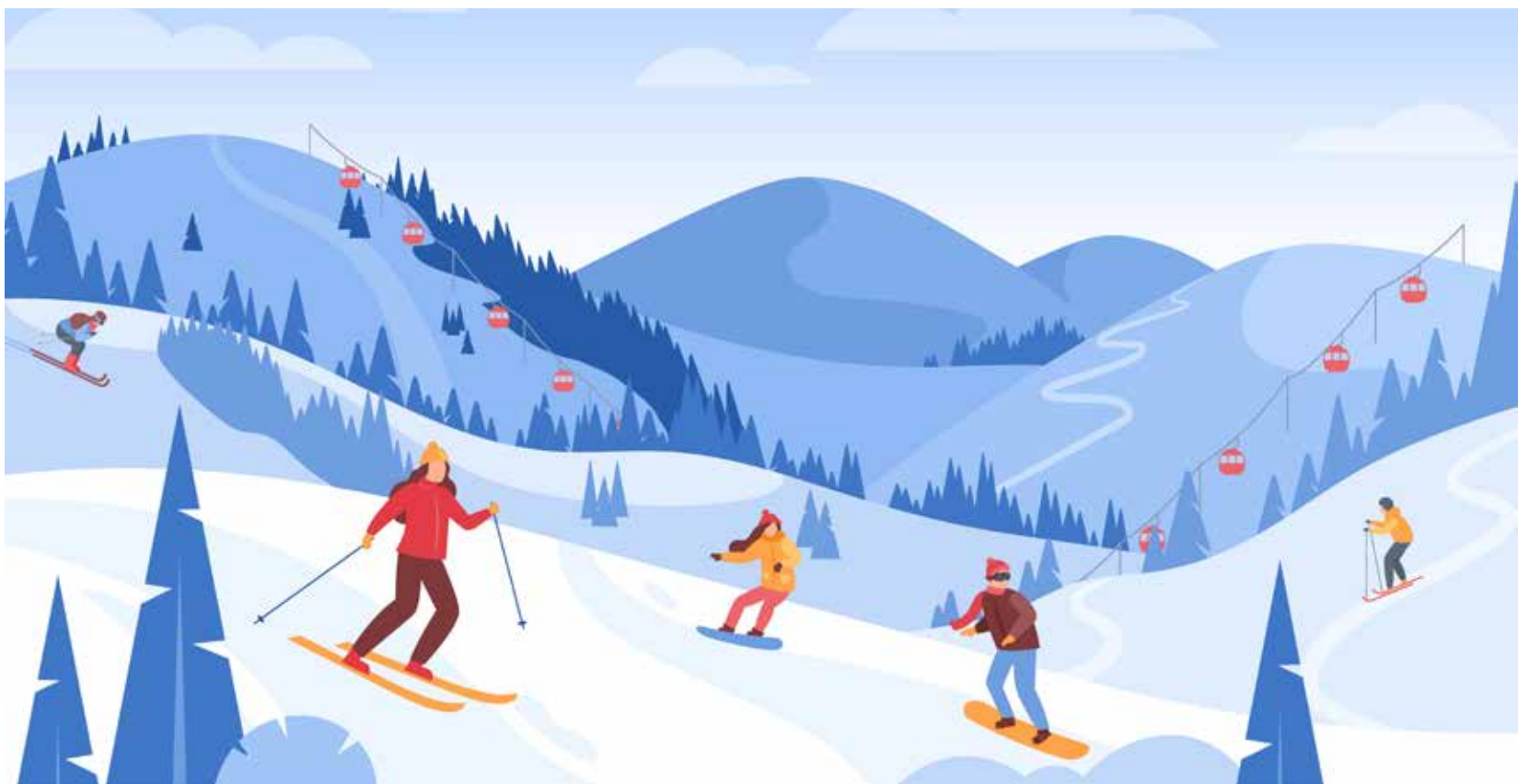
ROSSIGNOL, UN QUINTO DELLA FORZA LAVORO È IN ITALIA

Più del 10% del fatturato e circa il 20% della forza lavoro. L'Italia rimane al centro degli interessi del Gruppo Rossignol secondo quanto dichiarato dal ceo Vincent Wauters al Corriere della Sera del 24 febbraio. Il mercato italiano si posiziona subito dietro Francia e Stati Uniti e le sedi apparel di Milano, oltre al polo produttivo del distretto di Montebelluna per gli scarponi da sci (qui vengono sviluppate anche le scarpe da trail) rimangono centrali nella politica di sviluppo del brand. Wauters si è anche espresso sui dazi imposti dagli Stati Uniti: "Riesco a vederne solo l'aspetto controproduttivo, ma va detto che l'80% dei dazi ricadrebbe sui contribuenti americani. Dalle difficoltà possiamo trarre forza".

FW26 COLLECTION

COLMAR





QUANTO VALE L'ECONOMIA DELLA NEVE

Tra export record e nuovi modelli di consumo, la montagna invernale si conferma uno dei mercati più dinamici dello sport globale.

Ecco i dati della ricerca Winter Sports Industry (Ed. 2026) dell'Area Studi di Mediobanca**

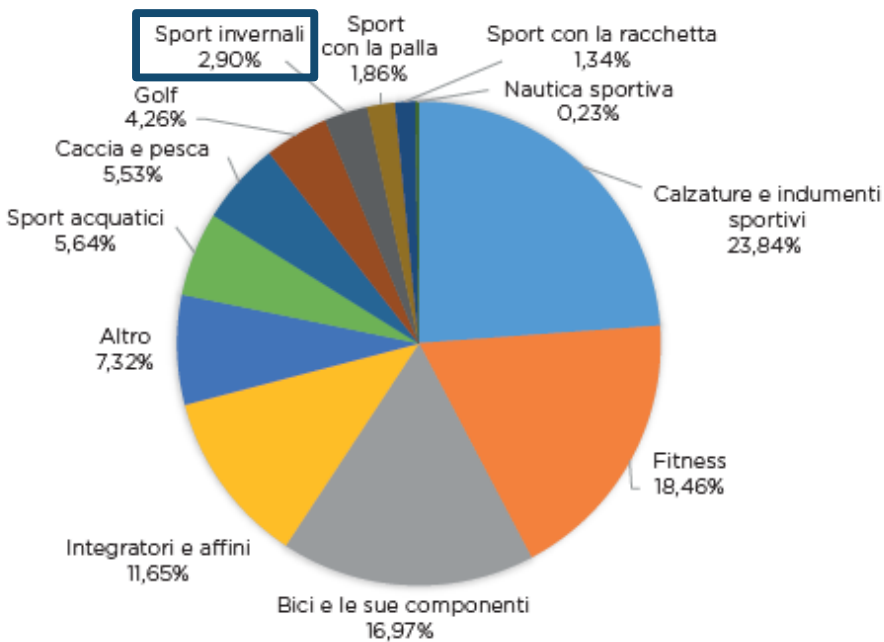
_di Sara Canali

Nell'ultimo periodo, la crescente attenzione al benessere sta plasmando l'identità e le priorità dei consumatori, che non ambiscono più soltanto a vivere più a lungo, ma anche a vivere meglio. In particolare, le generazioni più giovani danno sempre più importanza al wellbeing e, di riflesso, ne divengono i principali consumatori. Di conseguenza, il mercato degli sport invernali sta evolvendo verso un modello in cui la prestazione atletica è solo una parte di un'offerta più ampia focalizzata sulla salute globale dell'individuo. Sono queste le prime considerazioni che emergono dal report Winter Sports Industry (Ed. 2026) dell'Area Studi di Mediobanca, che analizza l'andamento del comparto a livello mondiale, europeo e italiano. Lo studio approfondisce la mappa produttiva e le specializzazioni settoriali, soffermandosi in particolare sulle attrezzature sciistiche, il business prevalente.

BENESSERE E MERCATO INVERNALE

I consumatori non cercano più solo le piste da sci, ma prediligono mete alpine in grado di conciliare avventura, relax e benessere fisico e mentale e la montagna viene

percepita come un "laboratorio" dove lo sport si integra con la socialità e la cura di sé. Questo porta a una proiezione di crescita del mercato dell'attrezzatura per il 2026 di circa il 4% a livello mondiale. Inoltre, diventa sempre più labile il confine tra moda e sport, con i clienti che cercano sempre più capi tecnici che non siano solo belli, ma che migliorino la qualità della vita quotidiana. A questo si aggiunge il fatto che l'invecchiamento della popolazione spinge il mercato verso un modello in cui il benessere e la prevenzione diventano i motori principali della crescita economica e dell'innovazione industriale. Se prendiamo il caso dell'Italia, dove gli over 65 rappresentano quasi un quarto della popolazione, l'invecchiamento attivo è una strategia vitale per la sostenibilità del Servizio Sanitario Nazionale. Attualmente, solo il 9% degli over 65 italiani svolge un'attività fisica sufficiente, evidenziando un enorme potenziale di crescita per il settore. Infatti, l'inattività è considerata il più grande mercato non sfruttato al mondo. Con circa 1,8 miliardi di adulti che non raggiungono i livelli di movimento raccomandati dall'OMS, le aziende hanno l'opportunità di creare un'intera "economia della salute e del movimento" attraverso soluzioni innovative e prodotti accessibili.



OUTDOOR E SPORT INDUSTRY

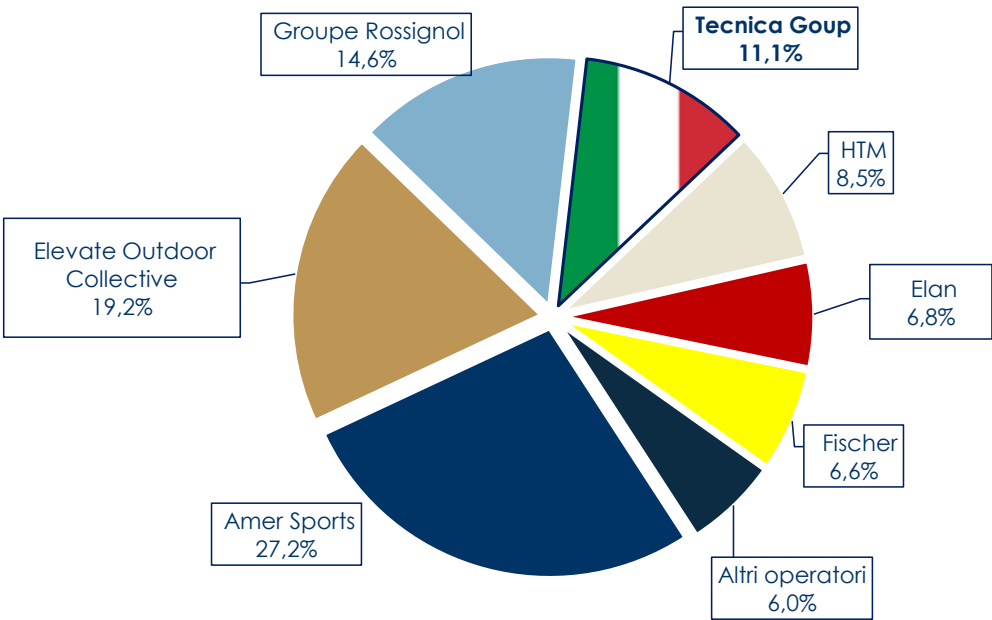
Le esportazioni mondiali di beni legati al mondo dello sport valgono 128 miliardi di dollari. Per il 2025 si conferma il trend in crescita per la Sport & Outdoor industry mondiale, con un giro d'affari delle multinazionali pari a 385 miliardi di euro. Per il 2026 l'espansione del settore Sport & Outdoor rimarrà a una cifra, sostenuta dal trend dello stile athleisure e da quello sportivo-tecnico più orientato alle performance. In questo contesto, secondo il report di Mediobanca, gli sport invernali generano un valore complessivo delle esportazioni pari a 3,71 miliardi di dollari, corrispondente a una quota del 2,9% del totale del commercio mondiale relativo al settore sportivo. La crescita di questo mercato è sostenuta da diversi fattori strategici che spaziano dalle tendenze sociali ai grandi eventi internazionali. Si stima che i ricavi delle multinazionali del comparto winter sports (abbigliamento e attrezzatura) raggiungeranno i 13,5 miliardi di euro nel 2025, con una previsione di ulteriore crescita del 6% per il 2026. Lo sci alpino, lo sci di fondo, lo snowboard e il pattinaggio migliorano la resistenza cardiovascolare, la forza muscolare e la coordinazione, ma portano benefici anche a livello di benessere mentale, riducendo lo stress e aumentando la produzione di serotonina. Inoltre, i Giochi Olimpici appena conclusi si sono confermati un driver fondamentale per la modernizzazione del territorio e per l'aumento dell'interesse verso gli sport su neve e ghiaccio.

ATTREZZATURA DA SCI

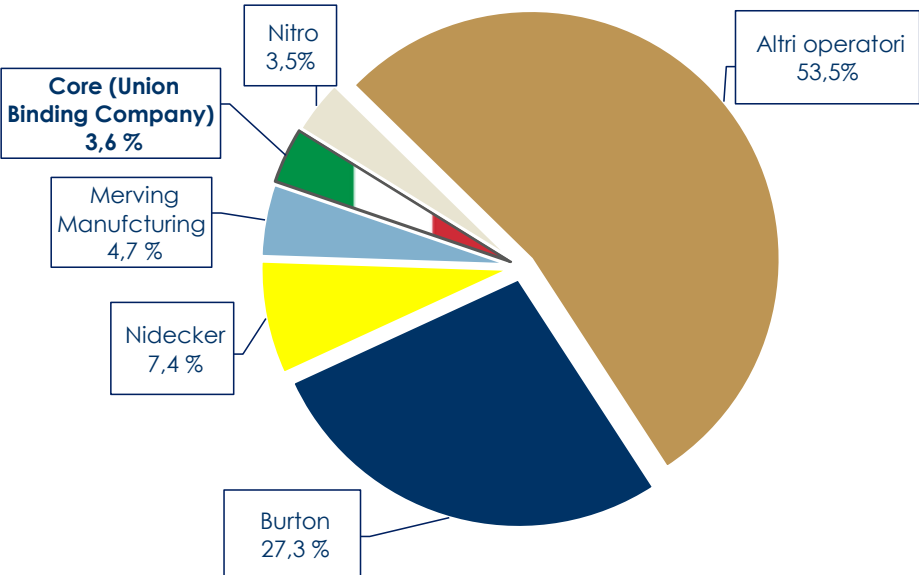
Sicuramente il mercato dell'attrezzatura da sci rappresenta il segmento prevalente e comprende anche attacchi, scarponi, bastoncini, caschi, protezioni e pattini da ghiaccio, oltre, ovviamente, agli sci. Si stima che il valore del mercato mondiale dei produttori di attrezzature sciistiche sia pari a oltre 1,8 miliardi di euro nel 2025. Per il 2026 si prevede un incremento del 4%, trainato dall'effetto post-Olimpiadi di Milano-Cortina, con un focus principale sull'Europa, il mercato più maturo e con il maggior numero di praticanti; il Nord America è il secondo mercato, mentre l'Asia-Pacifico è l'area che cresce più rapidamente. Il mercato mondiale è dominato da sette grandi gruppi che insieme controllano la quasi totalità della produzione: Amer Sports (27,2%), che include brand iconici come Salomon, Atomic e Armada; Elevate Outdoor Collective (19,2%), che possiede marchi come Völkl, K2, Marker, Dalbello, Madshus e Line; Gruppo Rossignol (14,6%) con Rossignol, Dynastar, Lange e Look; Tecnica Group (11,1%), che rappresenta l'eccellenza italiana con sede a Gaviere del Montello e include Tecnica, Nordica, Blizzard e Moon Boot; seguita da HTM (8,5%), Elan (6,8%) e Fischer (6,6%).

* Stima riferita ai ricavi 2025 (stabili rispetto al 2024) derivanti esclusivamente dai marchi di attrezzature sciistiche dei principali gruppi mondiali

Ricavi in % sul totale*



Ricavi in % sul totale*



ATTREZZATURA DA SNOWBOARD

Il comparto dello snowboard rappresenta il secondo segmento per dimensione all'interno del mercato dell'attrezzatura per gli sport invernali, posizionandosi subito dopo quello dello sci. Il suo valore globale nel 2025 è stimato in circa 1,1 miliardi di euro e si prevede una crescita del 6% nel 2026. L'espansione è trainata dall'innovazione tecnologica, con l'impiego di materiali più leggeri e modelli di tavole più versatili. In particolare, si segnala l'ascesa dello splitboard. Il Nord America si conferma il principale mercato mondiale, seguito da Europa e Asia-Pacifico, con il Giappone nel ruolo di protagonista. I leader per quota di ricavi nel 2025 sono: Burton (27,3%), Nidecker (7,4%), Mervin Manufacturing (4,7%), Core / Union Binding Company (3,6%), Nitro (3,5%).

* Stima riferita ai ricavi 2025 (allineati a quelli del 2024) derivanti esclusivamente dai marchi di attrezzature snowboard dei principali produttori

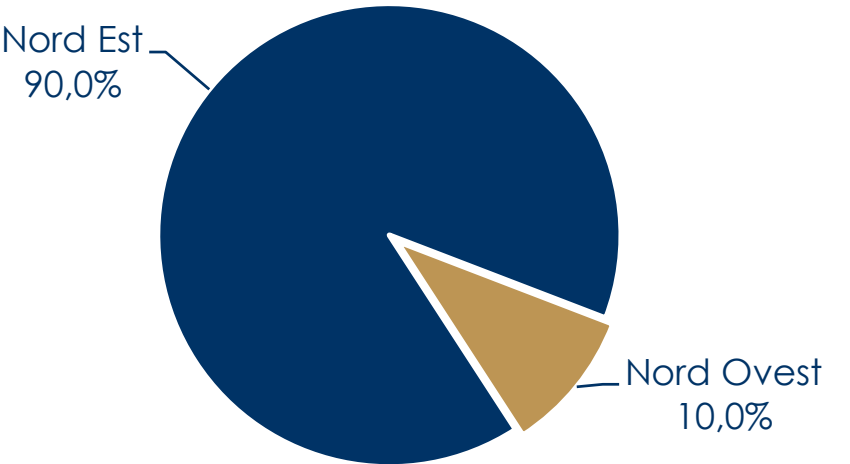
LEADERSHIP GEOGRAFICA

Il mercato è caratterizzato da una forte specializzazione territoriale, con l'Austria come leader mondiale nella produzione di sci alpini, seguita dalla Francia. Il distretto di Asolo-Montebelluna, in Veneto, è considerato la "Silicon Valley" dello scarpone da sci e della calzatura sportiva in generale. Qui infatti hanno sede i centri di R&S di quasi tutti i produttori mondiali. Gli sport invernali rappresentano un pilastro fondamentale dell'economia sportiva italiana, con una filiera che unisce manifattura d'eccellenza, innovazione tecnologica e turismo. Questo settore non solo ha superato i livelli pre-pandemici, ma nel triennio 2022-2024 ha registrato performance superiori rispetto all'intera industria manifatturiera Sport & Outdoor nazionale. La forza del settore è concentrata in due poli d'eccellenza che realizzano insieme l'89,6% del fatturato aggregato delle aziende italiane di sport invernali: Trentino-Alto Adige (55,7% del fatturato, ovvero il baricentro mondiale per la produzione di impianti

di risalita, sistemi di innevamento artificiale e battipista) e Veneto (23,8% del fatturato), che ospita il distretto dello Sportsystem di Asolo e Montebelluna. Le 30 principali aziende italiane del comparto hanno generato nel 2024 un fatturato di oltre 3,2 miliardi di euro e il comparto impiega più di 13.300 dipendenti, con una crescita della forza lavoro del 7,1% rispetto al 2022. L'industria è guidata da player di rilievo mondiale, tra cui Tecnica Group, F.lli Campagnolo e TechnoAlpin. In termini di redditività, il podio premia prodotti di nicchia ad altissima specializzazione come i pattini Edea (EBIT margin del 42%) e gli attacchi per scialpinismo ATK Sports. Inoltre, l'industria italiana è fortemente proiettata sui mercati esteri. Nel comparto dell'attrezzatura sciistica (skis), il 79,2% del fatturato proviene dall'estero. L'Italia è il terzo esportatore mondiale di beni per sport invernali (11% della quota globale), preceduta solo da Austria e Cina.

Aziende Winter Sports Italia	Fatturato (€ '000)	in % del fatturato complessivo	Numero di imprese	Fatturato medio (€ '000)
Nord Est	2.889.941	90,0	20	144.497,1
Nord Ovest	320.136	10,0	10	32.013,6
Softgoods	556.534	17,3	8	69.566,8
Winter sports equipment-facilities	1.822.376	56,8	9	202.486,2
Winter sports equipment-skis	831.167	25,9	13	63.935,9
A controllo estero, di cui:	312.310	9,7	4	78.077,5
fondi di private equity	115.216	3,6	2	57.608,0
grandi gruppi	197.094	6,1	2	98.547,0
A controllo italiano, di cui:	2.897.767	90,3	26	111.452,6
fondi di private equity	33.851	1,0	2	16.925,5
piccole imprese familiari	128.073	4,0	13	9.851,8
medie imprese familiari	426.189	13,3	6	71.031,5
grandi imprese familiari	2.309.654	72,0	5	461.930,8
Totale	3.210.077	100,0	30	107.002,6

AREA GEOGRAFICA



**la ricerca completa di 129 pagine è acquistabile sul sito areastudimediobanca.com



CHI HA VISTO LE OLIMPIADI INVERNALI?

Ecco cosa raccontano i dati di Sensemakers
sulla fruizione dei Giochi tra small screen, on demand e social

_di Sara Canali

Le Olimpiadi Invernali appena concluse non hanno solo acceso l’interesse sportivo, ma hanno offerto uno spaccato molto chiaro sull’evoluzione dei consumi media in ambito live e sportivo. L’analisi dei dati di Sensemakers ha messo l’accento sui numeri di ascolto e fruizione digitale dell’evento che ha evidenziato un ecosistema sempre più ibrido, in cui televisione lineare, small screen, on demand e social concorrono alla costruzione dell’audience complessiva. La società è infatti specializzata in data intelligence e social listening che integrano fonti Auditel, analytics digitali e monitoraggio delle conversazioni online per misurare performance media, audience e impatto cross-platform degli eventi.

Tra i programmi che hanno registrato l’incremento più significativo di audience grazie allo small screen, ovvero smart TV, tablet e device connessi, spiccano tre momenti chiave del palinsesto olimpico: le gare di sci alpino, le competizioni di pattinaggio di velocità e la cerimonia di apertura.

In particolare, la gara di SuperG che ha visto trionfare Federica Brignone ha beneficiato di un apporto dei device portatili che in alcuni target ha raggiunto il 16% dell’ascolto totale. I segmenti 15-24 e 35-44 anni risultano i più dinamici: due cluster molto diversi tra loro ma accomunati dalla necessità di rimanere connessi anche fuori casa, intercettando l’evento live in mobilità. Questo dato conferma come lo sport invernale, tradizionalmente legato alla fruizione domestica, stia progressivamente migrando verso una dimensione multiplatform.

VIDEO ON DEMAND - Sul fronte on demand, i contenuti Rai dedicati alle Olimpiadi nel periodo 6-22 febbraio hanno generato un cumulo di 13 milioni di legittimate streams e oltre 1,5 milioni di ore di tempo speso, numeri che testimoniano una forte capacità di retention. A guidare la classifica dei contenuti più visualizzati su RaiPlay troviamo le vittorie di Federica Brignone e Francesca Lollobrigida, che occupano il podio per volume di visualizzazioni.

CLASSIFICA DEI PROGRAMMI DELLE OLIMPIADI PIÙ VISTI DAL 6 AL 22 FEBBRAIO

#	Canale	Programma	Descrizione programma	Data	Orario di inizio	AMR Totale (000)*
1°	RAI 1	CERIM. APERTURA OLIMP. INVERNALI		6-02-2026	20:02:00	9.368
2°	RAI 1	CERIM. CHIUSURA OLIMP. INVERNALI		22-02-2026	20:23:00	6.298
25°	RAI 2	SCI	Slalom gigante femminile	15-02-2026	13:29:00	4.653
64°	RAI 2	SCI	Discesa libera femminile	8-02-2026	11:24:00	4.259
170°	RAI 2	CURLING	Preliminari doppio misto	8-02-2026	19:19:00	3.384
186°	RAI 2	SCI	Slalom gigante maschile	14-02-2026	13:30:00	3.287
205°	RAI 2	PATTINAGGIO ARTISTICO	Team event	8-02-2026	21:02:00	3.149
213°	RAI 2	SNOWBOARD	Cross a squadre miste	15-02-2026	14:51:00	3.100
221°	RAI 2	PATTINAGGIO SU GHIACCIO	5000 metri maschile	8-02-2026	15:58:00	3.075
227°	RAI 2	SLITTINO	Singolo maschile	8-02-2026	17:49:00	3.037

* Ascolto nel minuto medio

TOP 3 PROGRAMMI DELLE OLIMPIADI
PER APPORTO AUDIENCE DA SMALL SCREEN AL TV SCREEN

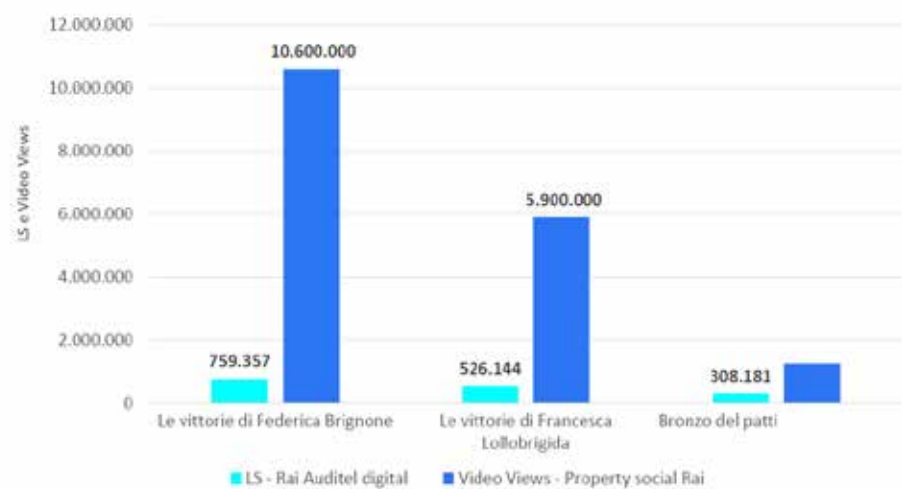
	SCI 12/02 ORE 11:23	SCI 11/02 ORE 11:23	SCI 9/02 ORE 10:20
Target	SuperG femminile	SuperG maschile	Combinata alpina – Discesa libera maschile
	6,6%	5,1%	4,9%
-24	16%	12%	10%
-34	9%	6%	15%
-44	16%	12%	11%
-54	13%	10%	7%
-64	10%	8%	7%
	3%	3%	2%

TOP CONTENUTI RAI DELLE OLIMPIADI
DAL 6 AL 22 FEBBRAIO 2026

#	Episode_Description	LS-D
1°	"Oro di Federica Brignone in Super G"	446.520
2°	"Oro di Francesca Lollobrigida nel 3000 di Velocità"	312.837
3°	"Oro di Federica Brignone nel Gigante"	310.456
4°	"Bronzo dell'Italia nel Pattinaggio di figura"	308.181
5°	"Cerimonia di Apertura"	278.376
6°	"Milano Cortina 2026. Il meglio della Cerimonia di Apertura"	269.481
7°	"Milano Cortina 2026. Laura Pausini canta l'inno nazionale italiano"	267.367
8°	"Oro dell'Italia nella Staffetta mista di Short Track"	267.033
9°	"Oro di Rieder e Kalinowidner nello Slittino maschile"	234.514
10°	"Oro dell'Italia nel Pattinaggio di Velocità a squadre"	230.887

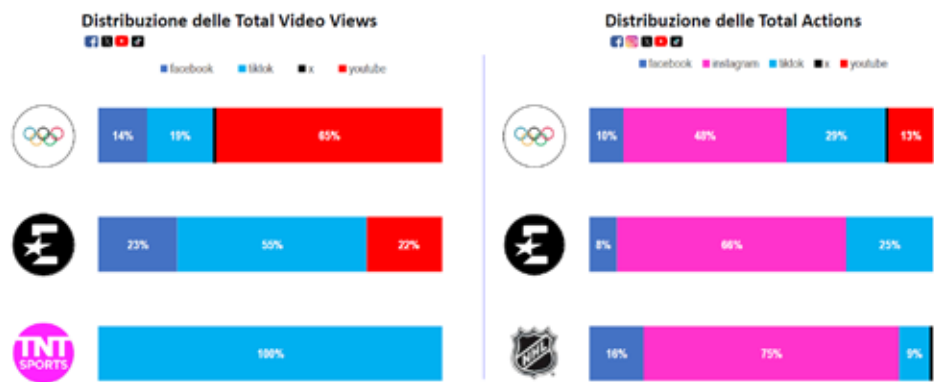
DATI & STATISTICHE

CONFRONTO PER VIDEO VIEWS
TRA RAI EDITORE E PROPERTY RAI SUI SOCIAL



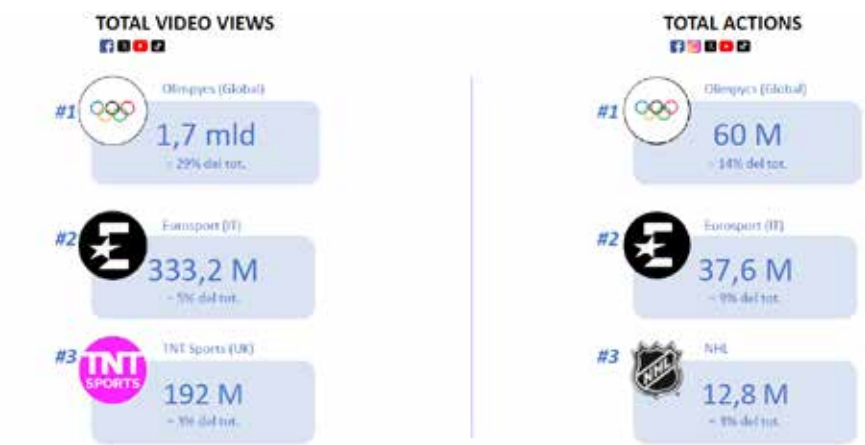
Fonte: dato Auditel digital dal 6 al 22 febbraio 2026, top 100 contenuti e Comscore Social, Content Pulse, Top 5.000 contenuti. Keywords utilizzate: MilanoCortina2026 - Milano Cortina 2026 - Winter Olympics - TorchRelay2026 Olympic and paralympic Winter Games - Olympics Periodo di analisi: dal 6 al 22 febbraio 2026. Scarico del dato: 23 febbraio 2026 ore 9:00

DISTRIBUZIONE DEI VOLUMI PER PIATTAFORMA
DEI 3 TOP PLAYER SUL TOPIC "MILANOCORTINA2026"



Fonte: Comscore Social, Content Pulse, Top 5.000 contenuti. Periodo di analisi: dal 6 al 22 febbraio 2026. Scarico del dato: 23 febbraio 2026 ore 9:00

I TOP 3 PLAYER
DEL TOPIC "MILANOCORTINA2026"



Fonte: Comscore Social, Content Pulse, Top 5.000 contenuti. Periodo di analisi: dal 6 al 22 febbraio 2026. Scarico del dato: 23 febbraio 2026 ore 9:00

I TOP CONTENUTI
PER VIDEO VIEWS E INTERAZIONI



Fonte: Comscore Social, Content Pulse, Top 5.000 contenuti. Periodo di analisi: dal 6 al 22 febbraio 2026. Scarico del dato: 23 febbraio 2026 ore 9:00

Seguono la cerimonia di apertura e gli altri momenti legati ai successi italiani. Inoltre, analizzando i tre contenuti più visti sia su RaiPlay sia sulle property social Rai, emerge una differenza significativa nei volumi di fruizione. Le Video Views generate sui canali social ufficiali risultano notevolmente superiori rispetto ai legittimate streams rilevati su Auditel digital per la piattaforma on demand. Questo scarto indica una diversa funzione dei canali: RaiPlay intercetta una fruizione più strutturata e completa del contenuto, mentre i social amplificano reach e viralità, soprattutto su highlights brevi e momenti iconici.

SOCIAL - La distribuzione per piattaforma evidenzia come Instagram e TikTok contribuiscano in modo decisivo alla generazione di video views e interazioni, mentre YouTube mantiene un ruolo rilevante per contenuti più estesi. Il top contenuto per video views e interazioni coincide con uno dei momenti simbolo dei Giochi, ovvero le vittorie di Federica Brignone, capace di unire audience lineare, consumo on demand e amplificazione social in un unico ecosistema narrativo. Per il mondo outdoor, questi dati non rappresentano solo un bilancio mediatico, ma un indicatore strategico: lo sport invernale è sempre più conversazione digitale, consumo mobile e contenuto condiviso. Un ecosistema in cui performance sportiva e performance mediale viaggiano ormai alla stessa velocità.



MILANO-CORTINA 2026 TRAINA L'INTERESSE PER L'ITALIA

Secondo la piattaforma Civitatis, le prenotazioni di attività crescono di quasi il 10% con una punta del 30% nel caso di Verona

Occhi puntati non solo su record, atleti e medaglie, ma anche sul turismo. Secondo i dati raccolti da Civitatis, piattaforma di vendita di tour e attività in spagnolo e italiano in tutto il mondo, c'è stato un incremento vicino al 10% nelle prenotazioni di attività in Italia nei primi due mesi del 2026 rispetto allo stesso periodo del 2025, confermando il ruolo dei grandi eventi sportivi come potente motore del turismo esperienziale. L'appuntamento olimpico, celebrato in località simbolo come Milano, Cortina d'Ampezzo, Bormio e Livigno, ha proiettato un'immagine rinnovata dell'Italia come destinazione invernale, capace di coniugare sport d'élite, patrimonio culturale e paesaggi alpini di straordinaria bellezza. Al di là dei risultati sportivi, Milano Cortina 2026 ha rafforzato in modo significativo il posizionamento dell'Italia come meta attrattiva anche durante la stagione invernale. La crescita non si è concentrata esclusivamente su Milano e Cortina d'Ampezzo, ma si è estesa anche ad altre sedi ufficiali e aree limitrofe. Venezia, situata nell'area di influenza dei Giochi Olimpici Invernali, ha registrato un aumento delle prenotazioni superiore al 12%, mentre Verona, una delle sedi ufficiali e teatro della cerimonia di chiusura, ha sperimentato un incremento di oltre il 30% nei primi due mesi dell'anno.



L'IMPORTANZA DI ESSERE ALLA MODA

Il volume d'affari generato dalla forte crescita nel segmento sportstyle ha permesso a Salomon di diventare premium partner di Milano Cortina 2026. Per riaffermare il proprio heritage tecnico e alpino.

Ne abbiamo parlato con Xavier Le Guen, vp Salomon winter sports equipment

_di Claudio Primavesi

Tra i premium partner dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026 ce n'era solo uno di attrezzatura e abbigliamento tecnico: Salomon. Un investimento importante per il marchio di Annecy (che nel 2025 ha superato per la prima volta la barriera dei due miliardi di fatturato). Un investimento che cela una visione ben definita. Ce la siamo fatta spiegare da Xavier Le Guen, vp Salomon winter sports equipment, nel giorno dell'apertura ufficiale dei Giochi, in occasione dell'evento organizzato dal marchio al BASE di Milano.

Quali obiettivi vi siete posti con la collaborazione con Milano Cortina 2026?

Salomon è un marchio che è cresciuto velocemente, diversificando prima sugli sport outdoor estivi, dal trail running all'escursionismo, e poi con un importante sviluppo lifestyle, a partire dalle sneaker. Ma le nostre radici sono negli sport invernali e siamo la sola marca credibile in tre discipline: sci alpino, snowboard e sci di fondo. Questa grande trasformazione può trasmettere l'immagine che ormai siamo in altri mondi e non crediamo più nello sci, invece con questa operazione abbiamo voluto mettere l'accento sulle nostre origini e dimostrare il contrario. Solo un brand con le dimensioni e la forza di Salomon, tra quelli tecnici degli sport invernali, grazie alla crescita negli altri settori, ha le disponibilità economiche per poter investire in un progetto così importante come quello dei Giochi Olimpici. Il messaggio è chiaro e diretto: arriviamo dalla montagna e dallo sci e non li lasceremo mai. Anche se è prevedibile che la percentuale di fatturato generata dall'attrezzatura invernale diminuirà: è un segmento in cui abbiamo già una quota di mercato significativa e non è pensabile una crescita repentina come nei settori che presidiamo da meno tempo.

Un messaggio forte, ci sono altri aspetti da sottolineare?

È un messaggio con tante sfaccettature. Poiché siamo sempre connessi con gli

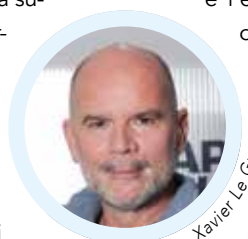
atleti e la comunità degli appassionati, vestendo 25.000 volontari abbiamo voluto celebrare la loro importanza nello sport. Senza i volontari non ci sarebbero gli sci club e le gare.

Il fatto che l'Olimpiade di Milano Cortina abbia inaugurato un nuovo format diffuso, dalla città alla montagna, ha avuto importanza nella vostra scelta?

Certamente. La missione di Salomon è ispirare i giovani a fare sport nella natura. Ad andare dalla città alla montagna. Lo si può fare con una foto su una rivista, per esempio. C'è qualcosa di magico nel messaggio di Milano Cortina: la seconda è l'epicentro mondiale degli sport outdoor, la prima la capitale dello stile e del design; abbiamo visto una forte connessione tra i due mondi, che vogliamo collegare sia ispirando le persone ad andare in montagna sia con la vocazione di Salomon per il design e i prodotti creativi e innovativi. In tutto quello che facciamo cerchiamo di portare una visione moderna, ma quando ti occupi di sport come lo sci o lo snowboard devi anche essere credibile, altrimenti diventi "fake". Milano e Cortina mettono insieme queste due anime, proprio come Salomon.

Come vedete il mercato degli sport invernali e quali sono i trend?

Il riscaldamento globale rende problematica la pratica del freeride sotto i 2.000 metri e lo sci si concentra sempre di più sulle piste dei comprensori, ma rimane un elemento di ispirazione forte, anche per chi può praticarlo solo qualche giorno all'anno. Ci sono delle buone prospettive soprattutto per i prodotti premium: in generale il mercato dello sci è stabile o in leggera decrescita, ma lo spostamento verso il segmento di alta gamma determina un aumento del prezzo medio. Il trend del noleggio è sempre più consolidato in tutti i Paesi perché ci si muove sempre di più, anche lontano, e non si vuole portare la propria attrezzatura.



Xavier Le Guen

UN 2025 DA RECORD

I dati dell'ultimo trimestre del 2025 permettono di tracciare un bilancio sull'intero anno solare di Amer Sports, di cui Salomon fa parte. Oltre al superamento, per la prima volta, dei due miliardi di fatturato (con una crescita anno su anno del 35%), ci sono altri segnali positivi per il marchio di Annecy e diverse novità. Se la crescita è stata trainata dal footwear (sia dallo sportstyle che dai prodotti performance) e dai mercati asiatici e cinese, dove il marchio sta raf-

forzando la propria strategia DTC con l'apertura di nuovi negozi, anche le performance dell'area EMEA sono di rilievo. In Europa il brand ha aperto un terzo negozio a Milano e un quarto a Londra. Inoltre, la business unit winter sports equipment ha fatto registrare una forte crescita nel quarto trimestre. A gennaio in Salomon è arrivato il primo direttore creativo, Heikki Salonen, con esperienze in Diesel e MM6.



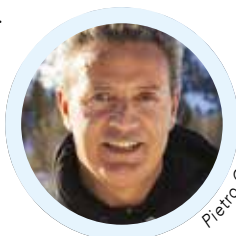
FROM LIVIGNO TO THE WORLD

Nelle settimane olimpiche, il negozio MTR è diventato il regno di Burton, un hub esclusivo per eventi, incontri con atleti e installazioni uniche, tra tavole special edition e collaborazioni d'eccezione

...dalla nostra inviata Sara Canali

Durante tutto il periodo olimpico, la parte inferiore del negozio MTR Livigno si è trasformata in un HUB di Burton. Un'idea proposta dal ceo di B-Factory, Pietro Colturi, alla casa madre e accolta con favore da Donna Carpenter, presidente del brand. Uno spazio allestito per ospitare eventi, incontrare gli atleti e dare un punto di riferimento a giornalisti e stakeholder per poter raccontare le grandi imprese sportive da diversi punti di vista.

"Si tratta di un negozio che è stato aperto 15 anni fa a Livigno, con una presenza di Burton molto importante, che rappresenta più del 50% di tutta l'offerta snowboard che viene venduta. È uno dei sei nostri Premium Resort in Europa", racconta Pietro. Da questo rapporto di partnership importante è nata l'idea di creare un'area customizzata e con un ingresso separato per poter dare vita all'insieme di iniziative proposte dal brand sul territorio. "L'intera area di circa 120 metri quadrati, che d'estate è adibita alla vendita delle bici, è stata attivata per eventi e presentazioni, con un collegamento diretto al corner già presente", spiega Pietro.



Pietro Colturi

FROM BURTON TO THE WORLD

Il cuore del progetto è From Burton to the World, un'installazione di tavole uniche che hanno una grafica di base uguale per tutte, ma ognuna porta uno dei messaggi più importanti che Jake Burton ha dato a questo mondo negli anni, diventando quasi opere d'arte. Ogni tavola ha un colore diverso e una grafica personalizzata per gli atleti. "Fare utilizzare agli atleti delle Olimpiadi queste nuove tavole è stata la scelta giusta. È la prima volta che vedo un progetto così completo funzionare in maniera perfetta. I consumatori hanno trovato modelli unici già in vendita nei nostri store", racconta Pietro. Infatti, l'80% degli atleti olimpici ha gareggiato con questa tavola, un esercizio di marketing centrato al 100%.

UN HUB VIVO

L'hub non è stato solo un'esposizione temporanea. È diventato un punto di ritrovo pulsante, dove si alternavano eventi privati e attività aperte al pubblico. "Ha funzionato meglio di quello che erano anche le mie aspettative.

All'inizio doveva essere solo un punto di ritrovo con bar e accoglienza, ma Burton America ha organizzato appuntamenti importanti con famiglie, team manager e atleti. Ogni due giorni c'era un happening privato", racconta Pietro. Tra gli eventi più memorabili c'è stata la serata con Snoop Dogg, che ha presentato la sua tavola unica, prodotta in soli 30 esemplari al mondo. "Questo evento ha capitalizzato l'interesse di tutta l'Olimpiade, portando il progetto oltre il mondo Burton. È stato incredibile vedere l'interazione tra sport, musica e lifestyle", aggiunge Pietro. L'hub ha accolto clienti Burton, operatori locali, speaker olimpici e partner come Corona, che ha supportato tutte le attività. La cura per l'esperienza degli ospiti è stata totale: ogni dettaglio, dal merchandising agli aperitivi, fino ai momenti privati con gli atleti, è stato studiato per creare un'atmosfera immersiva.

LA SFIDA DI UN PROGETTO AMBIZIOSO

Per Pietro Colturi, insomma, l'hub Burton nel negozio MTR Livigno ha rappresentato un traguardo importante. "È la prima volta che un'iniziativa partita da un country manager viene cristallizzata in un'operazione così completa. Grazie alla collaborazione con il negozio, alla sua posizione e alla gestione dei social e del merchandising, è stato un progetto super ambizioso, ma di successo". In un certo senso, dunque, l'esperienza di Livigno dimostra come uno spazio commerciale possa diventare epicentro di sport, marketing e lifestyle, capace di raccontare una storia unica e coinvolgere appassionati e professionisti.

BURTON E SNOOP DOGG

Quando lo snowboard incontra la cultura pop

Durante la stagione olimpica, Burton Snowboards ha lanciato una collaborazione speciale con l'icona del rap Snoop Dogg e i celebri Looney Tunes, creando una tavola in edizione limitata che unisce cultura hip-hop, animazione classica e performance tecnica. La tavola fa parte della collezione From Burton to the World, la stessa linea utilizzata dagli atleti Burton nelle competizioni di Halfpipe, Slopestyle e Big Air. Il design combina l'artista in versione cartoon con Bugs Bunny e Lola Bunny, fondendo l'energia classica dei cartoni animati con lo stile della West Coast. Snoop Dogg è stato

protagonista della campagna nel ruolo di "Coach Snoop", dando consigli tecnici e trick tip agli atleti, mentre indossava capi personalizzati della collezione Burton Reserve.

Questa collaborazione riflette lo spirito del fondatore Jake Burton Carpenter, che invitava a "Have as much fun as possible", divertirsi il più possibile senza rinunciare a stile e performance. La tavola, disponibile nelle misure 144 e 155 con shape true twin ideale per le performance in park, è stata distribuita in quantità limitata su burton.com a partire dal 13 febbraio.





OLTRE I CINQUE CERCHI

Con Luca Moretti, presidente dell'APT di Livigno, abbiamo fatto un bilancio dell'impatto prima e dopo i Giochi

—dalla nostra invita Sara Canali

In occasione dei Giochi di Milano Cortina 2026, abbiamo assistito ad alcune gare di Freestyle a Livigno, vivendo appieno lo spirito olimpico. L'impressione di una località vivace, viva e disponibile ci ha accompagnato per tutto il soggiorno, ma al contempo ci ha fatto sorgere alcune domande su come si trasforma un territorio prima, durante e dopo un evento così grande. Ne abbiamo parlato con Luca Moretti, presidente e ceo di Livigno Tourism.

Come si prepara una località per ospitare un'Olimpiade?

La preparazione è complessa perché interviene il comitato organizzatore, in questo caso Milano Cortina, ma il comitato stesso deve essere controllato dal CIO. Ci sono interlocuzioni continue, spesso difficili e a volte anche contraddittorie: il CIO dice una cosa, Milano Cortina un'altra, il territorio ne avrebbe bisogno di una terza. Questa è la vera difficoltà, cioè che non si è mai davvero pronti nonostante siano sette anni che lavoriamo per questo. Per capire fino in fondo il meccanismo bisognerebbe fare un'altra Olimpiade tenendo questa come prova generale.

In questi anni di avvicinamento, qual è stato il momento più esaltante per Livigno?

Quando abbiamo vinto la candidatura. Io ero presente: è stata una delle emozioni più forti della mia vita. Subito dopo però ti rendi conto della responsabilità e non è più tutto così leggero. In quel frangente esulti senza piena consapevolezza. Un altro momento molto bello, anche se diverso, è stato il giorno prima dell'inizio dei Giochi. In un'Olimpiade diffusa devi supportare il comitato, ma anche ottenere benefici per il territorio. Quando lo abbiamo capito, credo che ci siamo mossi abbastanza bene. Alcune cose si sarebbero potute migliorare, ma ormai eravamo in corsa.

Come hanno reagito i livignaschi alla candidatura? E come è cambiato l'atteggiamento nel tempo?

All'inizio erano quasi tutti felicissimi, con un 10% circa di scettici che dicevano che Livigno non ne aveva bisogno, che i numeri erano già buoni. Quando sono partiti i lavori, due anni fa, le critiche sono aumentate perché i cantieri erano impattanti. Dal verde al marrone con scavi ovunque. Con l'avvio delle gare la popolazione si è quasi tutta riallineata. Rimane un 5-6% molto critico, che dice che le Olimpiadi non servivano. Però molti di questi li ho visti alle venue a fare foto con i cinque cerchi.

Che prospettiva proietta un evento così sul futuro della località?

Non possiamo sottrarci all'esposizione. Non fai le Olimpiadi e poi ti nascondi. L'impatto è fortissimo. Dovremo essere bravi a non vanificare tutto, anche cambiando un po' pelle e posizione di mercato.

Parli soprattutto dell'Italia o anche dell'estero?

In generale, ma il nostro mercato è soprattutto estero visto che in inverno il nostro turismo conta circa l'87% di stranieri e il 13% di italiani; in estate 60-40. Le Olimpiadi devono farci fare il salto di categoria: finora è come se avessimo giocato in Serie C, ora possiamo passare in Serie A, ma solo valorizzando le nostre radici: territorio di alta montagna a 1.816 metri, comunità viva tutto l'anno di 7.000 abitanti, una cosa rara. Dobbiamo crescere soprattutto in estate, ma senza aumentare il consumo di territorio, alberghi o posti letto. Non vogliamo alberghi enormi, bensì strutture di buon livello con il senso di accoglienza tipico della gente di montagna. Il dna sportivo deve restare centrale: esperienze sportive e high altitude training sono fondamentali.

Domanda un po' scomoda: in questi giorni di gare abbiamo visto tanta gente in paese, ma pochi sulle piste. Ve lo aspettavate?

Sì. Avevamo previsto un calo durante il periodo olimpico, soprattutto per commercio e alcune attività. Anche per gli impianti e i maestri di sci, molti dei quali sono stati coinvolti come volontari o nello staff tecnico. L'occupazione è buona, ma con clientela diversa: sponsor, stakeholder, addetti ai lavori. Sapevamo che non sarebbe stato l'anno della svolta economica. Il vero rilancio partirà dal 2027 per i 10 anni successivi. Questo è il prezzo da pagare per la visibilità globale.

In un'Olimpiade diffusa, perché non si è fatto più sistema tra località, per esempio con Bormio? È stata un'occasione mancata?

L'Olimpiade diffusa è una bella idea perché valorizza le peculiarità dei territori. Si poteva collaborare meglio, ma questo andava costruito insieme all'organizzazione centrale, che secondo me ha sbagliato modello, non delegando abbastanza la gestione ai territori. Sembravano tutte delle isole separate. C'è stato anche un limite forte nei prezzi dei biglietti poiché i costi alti hanno impedito alle persone di seguire più discipline in località diverse. Servivano pacchetti integrati.

Anche la comunicazione sui trasporti ha creato confusione?

Sì, c'è stato un eccesso di allarmismo sugli spostamenti. Questo ha rovinato molto. Se rifacessi tutto, migliorerei il racconto su come raggiungere le venue. Anche noi abbiamo comunicato molto sull'accessibilità, ma solo dai nostri canali. In più ci sono stati vincoli reali visto che da alcune località non potevi spostarti senza biglietto o navetta, tunnel chiusi, limitazioni di sicurezza internazionale. Questo ha bloccato lo scambio tra territori ed è stato un limite eccessivo.



Luca Moretti



Michela Moioli, bronzo nello snowboard cross femminile e argento nella gara mista di snowboard cross con Lorenzo Sommariva



FW 26/27 SKI COLLECTION

PERFORMANCE BY NATURE



dotout.com

DOTOUT



NEVEAZZURRA, L'INVERNO CHE UNISCE

Sci alpino al Parco del Mottarone, ciaspolate panoramiche alla Piana di Vigizzo e sci di fondo a Macugnaga: il progetto del Distretto Turistico dei Laghi mette in rete comprensori sciistici, attività outdoor e territori diversi

_dalla nostra inviata Matilde Marelli

Esiste un luogo, tra il Lago Maggiore e le vette del Monte Rosa, a pochi passi dal confine svizzero e a meno di due ore da Milano, capace di regalare emozioni e sensazioni uniche. Dall'adrenalina delle piste del Mottarone, alla quiete rigenerante della Piana di Vigizzo, fino alla fatica della pista di fondo a Pecetto di Macugnaga. L'intento del Distretto Turistico dei Laghi era proprio questo: organizzare un viaggio stampa in grado di offrirvi la possibilità di vivere in prima persona un'esperienza invernale completa alla scoperta dell'arco alpino piemontese. Si tratta del comprensorio di Neveazzurra, promosso dal Distretto Turistico dei Laghi, che unisce le 15 stazioni sciistiche del territorio, tra le Valli dell'Ossola e i laghi Maggiore, d'Orta e di Mergozzo. Un progetto che trasforma l'inverno piemontese in una meta che integra sport, natura e cultura.

SCI ALPINO AL PARCO DEL MOTTARONE

Nonostante il 28 gennaio fosse solo il primo dei tre giorni di viaggio, siamo entrati subito nel vivo dell'esperienza invernale con una mattinata dedicata alla scoperta dell'offerta sciistica del Parco del Mottarone. Affacciato sul Golfo Borromeo, è una località accessibile e versatile del comprensorio Neveazzurra. Accompagnati da Paolo Vallero, direttore della scuola di sci Stella Alpina, abbiamo sciato lungo i 15 chilometri di piste, immersi nella neve fresca, che ha contribuito a rendere l'esperienza ancora più memorabile. Pur trattandosi di una stazione di dimensioni contenute, offre tracciati di diversi livelli, scuole sci, aree dedicate ai principianti e servizi family-friendly, rendendola una meta ideale per le famiglie. Ma ciò che rende davvero speciale questa località è la posizione panoramica unica: dalle piste si apre una vista su sette laghi – Maggiore, d'Orta, Mergozzo, Varese, Comabbio, Monate e Biandronno – che rende l'esperienza sportiva particolarmente emozionante. Accanto allo sci alpino, l'area offre anche escursioni nella natura, una pista da slittino e altre attività outdoor pensate per un'immersione invernale completa.

CIASPOLATA ALLA PIANA DI VIGIZZO

A quota 1.726 metri, la Piana di Vigizzo propone un'un'esperienza montana coinvolgente e rigenerante. Raggiungibile con la cabinovia di Prestinone di Craveggia, che in pochi minuti conduce in quota, la località offre, oltre allo sci alpino, escursioni guidate, percorsi naturalistici e per le ciaspole. Tra queste la ciaspolata ad anello attorno a "La Cima" con vista panoramica sulle vette della Valle Vigizzo, del Parco Nazionale della Val Grande e del massiccio del Monte Rosa, che abbiamo percorso accompagnati da Federico Coretta, referente outdoor della Piana di Vigizzo. Inoltre, la Piana offre attività legate al benessere. Andrea Bariselli – psicologo, neuroscienziato e divulgatore – ha presentato il "Piana di Vigizzo Life Lab": un progetto innovativo che unisce scienza, natura e qualità della vita, trasformando la località in un vero e proprio laboratorio a cielo aperto dedicato allo studio del rapporto tra ambiente e benessere umano.





Parco del Mottarone



Pista di fondo di Pecetto



Il Monte Rosa e la pista di Pecetto

A RITMO DI FONDO TRA LE FRAZIONI DI MACUGNAGA

Ai piedi della spettacolare parete est del Monte Rosa, Macugnaga è una delle destinazioni simbolo dell'inverno piemontese. Il borgo conserva una forte identità culturale legata alla tradizione Walser, visibile nell'architettura storica, nei musei e nelle specialità gastronomiche locali, che trasformano il soggiorno in un'esperienza capace di unire sport, cultura e autenticità. Il comprensorio sciistico, aperto questa stagione con il solo campo-scuola per i principianti, propone anche piste di sci di fondo. Completano l'offerta la pista di pattinaggio e per gommoni. L'anello di cinque chilometri di sci di fondo nella frazione Pecetto di Macugnaga offre la possibilità di vivere un'esperienza di sana fatica nella natura più autentica.

UN'OFFERTA TURISTICA COMPLETA

L'intero territorio si distingue per la varietà delle esperienze proposte: comprensori sciistici di vari livelli e natura, pacchetti turistici integrati, itinerari gastronomici in rifugi e ristoranti tipici, soggiorni wellness, visite ai borghi storici e attività outdoor per tutte le stagioni. La vicinanza tra laghi e montagne consente di combinare in pochi giorni sport invernali, momenti di relax e scoperta culturale, rendendo l'area una destinazione ideale per tutti sia per weekend brevi sia per vacanze più lunghe. Tra panorami spettacolari, piste adatte a ogni livello e una rete turistica coordinata, l'inverno nella provincia del Verbano-Cusio-Ossola si conferma un'offerta completa e accessibile, capace di valorizzare l'intero territorio attraverso esperienze diverse ma perfettamente integrate nello stesso viaggio.



Francesco Gaiardelli

LA MONTAGNA FAMIGLIARE

Neveazzurra è un progetto del Distretto Turistico dei Laghi.
Ne abbiamo parlato con Francesco Gaiardelli, presidente dell'ATL

Perché le persone dovrebbero scegliere di sciare nel comprensorio di Neveazzurra? Cosa rende speciale questo territorio?

Scegliere di trascorrere l'inverno nelle nostre stazioni sciistiche significa vivere la montagna in un contesto "famigliare", accogliente e accessibile a tutti, in particolare alle famiglie e a chi cerca un'esperienza rilassante e sicura. Un punto di forza è la nostra vicinanza alla Lombardia e alla città di Milano. Puntiamo molto sull'ospitalità, sull'originalità dell'offerta, sulla tranquillità e su un'eccellente organizzazione: molte delle nostre stazioni sciistiche sono state completamente ristrutturate e dotate di tecnologie all'avanguardia, con impianti di risalita nuovi e moderni. Tutti questi elementi tipici del nostro territorio, compresa la cultura storica, gastronomica e sportiva, contribuiscono a cre-

are le condizioni ideali per rendere interessante la nostra offerta invernale.

Sono in programma progetti per incentivare il turismo invernale?

Sì, noi come Distretto Turistico dei Laghi operiamo su più fronti. Collaboriamo attivamente con un ufficio stampa che lavora ad hoc sul prodotto outdoor invernale ed estivo, disponiamo inoltre di un sito Internet tra i più seguiti della Regione Piemonte e di pagine Instagram e Facebook molto attive, strumenti fondamentali che ci permettono di raggiungere un pubblico molto ampio. A questo si affianca l'attività istituzionale, che comprende fiere, workshop e appuntamenti b2b dedicati agli operatori del settore della promozione turistica, organizzati dalla Regione Piemonte.



Parco del Mottarone

INFO: lagomaggiore.it

PRECISIONE SCOLPITA NEL FUTURO

Un viaggio tra heritage e innovazione per scoprire come nasce il nuovo Promachine 3 di Nordica, lo scarpone che unisce biomimesi, artigianalità e tecnologia laser

_di Sara Canali



Un viaggio nel tempo e nello spazio, alla scoperta delle radici di un brand storico che guarda al futuro. Questo il cuore dell'evento organizzato da Nordica in collaborazione con Tavolata per presentare lo scarpone Promachine 3, l'ultimo progetto dell'azienda trevigiana nato con l'intento di portare la precisione assoluta oltre la performance, trasformandola in linguaggio estetico, esperienza sensoriale, identità. Appena prima dell'inizio dei Giochi Olimpici italiani, Nordica ha scelto Milano, nella zona di Porta Romana, per raccontarsi e presentare il risultato del suo reparto di ricerca e sviluppo. Qui, guidati dalla voce di Zoran Filicic, voce storica di Eurosport che racconta le imprese dei campioni del Circo Bianco, gli ospiti hanno potuto vivere un'esperienza divisa in tre tappe attraverso un allestimento suggestivo.

LA PRIMA SALA

Il primo step aveva l'obiettivo di raccontare lo scarpone e le componenti che lo rendono un oggetto unico e complesso, a iniziare dalla scarpetta. Su un grande tavolo sono stati esposti tutti i componenti che formano una scarpetta moderna, ovvero più di 80 pezzi unici che danno vita anche a quella del Promachine 3, la 3D Speed Lace Cork Fit, progettata come un'interfaccia intelligente tra corpo e macchina. Il sughero 3D si modella sulla forma del piede, riducendo i micro-movimenti interni e migliorando il controllo. Il sistema Integrated Speed Lace, ispirato al mondo race ma reso intuitivo e immediato, avvolge tibia e collo del piede con un semplice gesto: si tira e si blocca con una semplice clip. Non è mancata la dimostrazione della pressa, che ha reso l'idea di quanto il sughero rappresenti un materiale nobile, naturalmente isolante, capace di trattenere il calore e mantenere i piedi caldi durante le giornate fredde. È un antiurto naturale ed elastico che attenua e ammortizza le vibrazioni ed è

facilmente termoformabile: si modella cioè con il calore per adattarsi perfettamente alla forma del piede. Non solo: tutto intorno, nella sala, non sono mancati richiami alla maestria artigiana dei pezzi storici in cuoio degli Anni '40, '50 e '60, per un confronto ancora più impattante dell'evoluzione del brand.

LA SECONDA SALA

Si è passati poi a raccontare come si costruiscono scafo e gambetto, mettendo il focus sugli alveoli del 3Force Frame che danno vita a una struttura capace di combinare un telaio rigido e leggero con materiali plastici più morbidi in zone strategiche. In questa tappa, gli spettatori hanno avuto anche l'occasione di toccare con mano gli elementi materici che compongono questa parte fondamentale dell'attrezzo, come i granuli plastici, sia quelli neutri sia quelli che poi infondono il colore allo scarpone, e soprattutto lo stampo originale del Promachine 3, in cui le soluzioni granulose vengono iniettate dopo essere state fuse. Poiché il processo seriale di iniezione comporta usura, ogni volta lo stampo deve essere ripristinato a mano, come è stato mostrato da uno degli artigiani di Nordica, presente all'evento e chiamato a mostrare l'elemento artigianale alla base del processo industriale. Al centro della narrazione di Filicic c'era la struttura a nido d'ape dello scafo, che trae ispirazione dalla biomimesi, la disciplina che studia i processi naturali per ricavarne soluzioni tecnologiche migliorative per l'uomo. In questo senso, Nordica ha scelto il nido d'ape come espressione più pura dell'equilibrio tra forza e leggerezza. Il risultato è visibile nello scafo del Promachine 3, che imita le proprietà di questa struttura per rendere lo scarpone leggero ma al contempo stabile e resistente, grazie alle celle esagonali, la forma geometrica più efficiente per massimizzare lo spazio e minimizzare il materiale.

LA TERZA SALA

L'ultima sala in cui ci ha condotti questo viaggio era quella più suggestiva, dove una tavola apparecchiata spuntava in mezzo a laser di luce rossa. Questo a richiamare una delle grandi novità del Promachine 3. Per la prima volta nel mondo dello sci, Nordica utilizza un processo di laseratura a intensità e frequenza variabile che incide direttamente la superficie dello scafo e del gambetto, evocando un effetto camouflage e creando un'illusione ottica. Da lontano, infatti, emergono geometrie spigolose, che solo da vicino rivelano la base monocromatica.

Ogni variazione di incisione crea una trama diversa e questo fa in modo che nessun Promachine 3 sia identico a un altro. La cena che ha concluso l'evento, grazie allo splendido effetto scenico creato da Tavolata, giocava con questi elementi, ricreando le atmosfere ovattate della montagna ma solcate da prospettici effetti laser: rossi, come il colore dell'anima race di Nordica.

IL PROTAGONISTA

Lo scarpone Promachine 3 130 S è stato progettato per gli sciatori che esigono prestazioni di alto livello e prende ispirazione dai migliori bootfitter e professionisti del settore. Uno scafo riprogettato integra la tecnologia 3Force Frame con una posizione modernizzata e una forma perfezionata, creando un flex più fluido, una maggiore stabilità laterale e una trasmissione di energia senza pari a ogni curva. Nordica ha inoltre sviluppato la nuova scarpetta 3D Speed Lace Cork Fit. È dotata di un sistema di allacciatura Speed Lace integrato e di sughero anatomicamente scolpito intorno alla caviglia e al tallone, che blocca per un controllo totale consentendo comunque una facile entrata e uscita, senza dover rimuovere la scarpetta. In superficie il nuovo Promachine 3 sorprende con il suo "camouflage glaciale": un pattern creato grazie a un processo di laseratura a intensità e frequenza variabile, che incide direttamente la superficie dello scafo e del gambetto, evocando un effetto "camo".





60 ANNI DI INNOVAZIONI

La tappa del Winter Tour in Alta Badia è stata l'occasione per festeggiare i sei decenni di Smith

_dal nostro inviato Claudio Primavesi

Nel 1965 Bob Smith, odontoiatra con la passione dello sci, ha iniziato a costruire nel suo garage di Sun Valley, nell'Idaho, maschere con lenti termiche sigillate per evitare che si appannassero. Come molte attività nate nei garage, anche la sua ha avuto successo. Oggi Smith, da marchio di uno ski bum che vendeva i propri prodotti nei parcheggi degli impianti di risalita, è diventato uno dei brand premium di riferimento dell'occhialeria e delle protezioni per lo sport, con un roster di ambassador di alto livello, da Markus Eder a Silvia Bertagna, Xavier De Le Rue e Marion Haerty. Per festeggiare i 60 anni di storia, il marchio di Safilo Group ha invitato in Alta Badia a metà febbraio i principali retailer internazionali e alcuni giornalisti, tra i quali noi di *Outdoor Magazine*. La festa per l'anniversario è coincisa con l'ultima tappa del suo Winter Tour, che aveva raggiunto in precedenza Chamonix (Francia), Lenzerheide (Svizzera) e Lech (Austria). La tappa dell'Alta Badia è stata la più importante della stagione perché la durata abituale di tre-quattro giorni è stata ampliata fino a due settimane. Un'occasione per reinterpretare il concept che da due anni si concentra su due attrazioni, l'hub e il mountain hub.

IL CONCEPT

L'idea è semplice e va oltre quella di un semplice test prodotto. Un gonfiabile in quota - il mountain hub - permette di testare caschi e maschere, tenendoli per qualche ora, e offre animazione. Chi viene in contatto con il brand e i suoi prodotti sulle piste, può poi scoprire meglio la collezione nell'hub, un accogliente container appositamente realizzato e personalizzato da Smith che si trova a valle, nei paesi. Nel caso dell'Alta Badia, il mountain hub era presso il famoso ristoro in quota del Moritzino, al Piz La Ila, e l'hub a Colfosco, nei pressi del negozio Sport Posch. Il concept prevede anche animazione e après-ski. Sabato 14 febbraio, per esempio, è stata la volta di un DJ-set con vinili. È il secondo anno che il Winter Tour, organizzato da Spia-games di Bergamo, adotta questo concept. "L'idea è quella di proporre qualcosa di diverso da un semplice test, per spiegare al consumatore finale le tecnologie che adottiamo e farglielo provare nelle condizioni per le quali sono state pensate, ma anche di trasmettere lo spirito del marchio, per questo coinvolgiamo anche i nostri ambassador", ha detto Marina Abreu, marketing manager EMEA.

UNA GRANDE FAMIGLIA

In Alta Badia, in occasione della festa per i 60 anni, di ambassador ce n'erano molti, a partire da Silvia Bertagna, freestyler vincitrice della Coppa del Mondo di big air che si è ritirata dalle gare e collabora direttamente all'organizzazione del Winter Tour. Con lei due icone dello snowboard come Xavier De Le Rue e Marion Haerty, insieme al freestyler austriaco Fabio Studer. Era presente anche Francesco Perini, global sport marketing manager. "Non scegliamo gli ambassador solo guardando i risultati, per noi è importante che siano in sintonia con l'heritage e i valori del marchio e che sappiano trasmetterli attraverso la loro passione", ha affermato. Xavier e Marion sono atleti Smith da oltre 15 anni, un fatto che la dice lunga sull'adesione ai valori del brand. La tappa dell'Alta Badia è stata una di quelle di maggiore successo con punte di 25 prove prodotto al giorno. "Paradossalmente i giorni con brutto tempo sono quelli nei quali lavoriamo meglio perché gli sciatori e gli snowboarder capiscono l'importanza di avere una maschera premium che ti permette di vedere meglio e non si appanna", ha detto Marina Abreu. Il Tour di Smith non si ferma all'inverno e si sta già lavorando a quelli estivi in occasione degli eventi del mondo mountainbike e bici con qualche novità nel format. Perché chi si ferma è perduto, come insegna la storia di un marchio nato dall'intuizione di un visionario.



Uno dei momenti insieme agli atleti Smith presenti all'evento

SERIES '65: LA CAPSULE CELEBRATIVA

In occasione dei 60 anni di storia, Smith ha lanciato la capsule Series '65 (dall'anno della nascita del brand) con alcuni prodotti (il casco Method Pro MIPS, le maschere Squad Mag e Squad e l'occhiale Wildcat) con una particolare livrea bianca che sfuma nel rosa e nel viola. I prodotti Smith Optics adottano diverse tecnologie, a partire dai sistemi di sicurezza MIPS e Koroyd, fino alla regolazione con rotore BOA, presente su alcuni modelli, e a quelle proprietarie come ChromaPop, che aumenta contrasti e profondità per migliorare la visione.



DA UN GARAGE ALLE VETTE

Smith ha sede a Portland, nell'Oregon. Nata nel 1965 nel garage di Bob Smith, a Sun Valley, per produrre maschere da sci, nel 1979, con la serie Sunhawk, è entrata nel business degli occhiali da sole. Nel 1995 Slider 01 rivoluziona il design dell'occhiale sportivo e nel 2006 viene aperta la fabbrica MFG a Clearfield, nello Utah, dove vengono ancora prodotti gli occhiali. La già citata tecnologia ChromaPop è del 2013. Nel 2020 nasce la collezione Core, realizzata a partire da cinque bottiglie di plastica e con le lenti polarizzate a base Evolve, un materiale derivato dall'olio di ricino.



NEVI D'AFRICA

La storia di Shannon Abeda, atleta eritreo che ha gareggiato nel gigante e nello slalom di Milano Cortina 2026, ha riunito aziende delle discipline invernali, tecnici e sci club per promuovere lo sport come strumento di dialogo interculturale e sviluppo sociale

_di Claudio Primavesi



Di storie di atleti di Paesi "esotici" che partecipano alle gare di sci (e non solo) delle Olimpiadi sono piene le cronache sportive. Però quella di Shannon Abeda, classe 1996, nato in Canada da genitori eritrei, è diversa perché la sua terza partecipazione ai Giochi è diventata un'occasione per promuovere lo sport come strumento di dialogo interculturale, crescita personale e sviluppo sociale, oltre che di rafforzamento dei rapporti di amicizia e cooperazione con l'Eritrea e i Paesi del Corno d'Africa. Un'operazione che ha coinvolto anche il mondo degli sport invernali italiano, dai marchi produttori di abbigliamento tecnico, a tecnici e allenatori. La partecipazione di Abeda a Milano Cortina 2026 è stata sostenuta dall'Associazione Italia Corno d'Africa per il Partenariato e lo Sviluppo Sostenibile. Nell'ambito di questo percorso, nel marzo 2025 lo sciatore è stato ospite a Bergamo e provincia, allenandosi sulle nevi del Monte Pora insieme agli atleti dello Sci Club Radici e dell'Associazione Play Sport Academy. Il 6 marzo 2025 Shannon Abeda è stato inoltre nominato Ambasciatore Sportivo e Campione nella Vita

dall'Associazione Italia Corno d'Africa, un riconoscimento condiviso con il campione del ciclismo africano Biniam Girmay. Il titolo valorizza non solo i risultati sportivi, ma soprattutto il forte valore sociale e simbolico del percorso di Abeda, considerato fonte di ispirazione per una società più equa, inclusiva e accogliente. Significativo è il progetto legato alla divisa olimpica ufficiale dell'atleta, concepita come simbolo di identità e innovazione. Il design è stato ideato dall'artista eritreo Tesfalem Atenaw, in collaborazione con l'azienda italiana DKB di Rovetta (BG). Atenaw dirige il centro per giovani artisti BarattoloLab Art Community di Asmara, dedicato a Fausto Radici, storico campione dello sci alpino italiano. La divisa unisce arte celebrativa, identità collettiva eritrea e linguaggi digitali contemporanei, trasformando l'abbigliamento sportivo in un potente messaggio culturale.

La partecipazione di Abeda è stata presentata ufficialmente a Milano, pochi giorni prima del via dei Giochi, in una serata dedicata anche alla cultura e al cibo eritreo, con la partecipazione dei partner che hanno sostenuto l'atleta eritreo e della scrittrice Erminia Dell'Oro. Shannon Abeda è stato anche portabandiera della delegazione eritrea nella cerimonia di apertura, a Livigno, e ha chiuso i Giochi con un 69° posto nel gigante e non terminando lo slalom. Quando racconta ai familiari in Eritrea le sue esperienze sugli sci, lo stupore è inevitabile: lì la neve non esiste. Eppure, attraverso lo sport, Abeda è riuscito a costruire un ponte ideale tra mondi lontani, dimostrando come una disciplina possa superare limiti geografici, climatici e culturali. Conclusa l'esperienza olimpica, lo sguardo di Shannon è già rivolto al futuro. Tra i suoi obiettivi figurano la promozione dell'inclusione attraverso lo sport, lo sviluppo e la condivisione di nuove tecnologie di settore e la formazione di giovani atleti di origine africana.

"E finalmente incontrarono le montagne dell'altopiano, abitato da scimmie petulanti che correvano con avvinghiati alla schiena o al collo i loro piccoli, il monte Bizen che conversava con il cielo, e l'aria frizzante e ristoratrice"

*"Asmara, addio"
Erminia Dell'Oro*

Avvicinatosi allo sci all'età di tre anni, **Shannon Abeda** partecipa dal dicembre 2011 alle gare internazionali FIS del circuito nordamericano. Primo atleta eritreo a prendere parte ai Giochi Olimpici Invernali. Prima di Milano Cortina 2026 aveva partecipato alle Olimpiadi Giovanili di Innsbruck 2012 e gareggiato nelle discipline tecniche a Pyeongchang 2018 e a Beijing 2022, edizione in cui ha ottenuto il suo miglior risultato olimpico con il 39° posto nel gigante.

DEELUXE

THE SNOWBOARD BOOT COMPANY



ULTIMATE
PERFORMANCE.
NEXT LEVEL FIT.

STÅLE SANDBECH RIDES THE

IDY-20

the future of snowboard boot design

RAPID REACT
MODULAR
TECHNOLOGY



WWW.DEELUXE.COM



GIRL POWER

Marion Haerty, quattro volte vincitrice del Freeride World Tour, ora ha una missione: creare opportunità per avvicinare le donne allo snowboard e alla montagna

_di Claudio Primavesi

Nel mondo dello sport come "the comeback" viene generalmente ricordata la più grande rimonta della NFL, quando i Buffalo Bills, nel 1993, recuperarono da 35-3 all'inizio del terzo quarto a 41-38 contro gli Houston Oilers. Però dall'anno scorso, almeno nel ristretto mondo degli sport invernali, c'è un altro comeback altrettanto clamoroso. In questo caso, più che di rimonta, si tratta di un vero e proprio ritorno. Nel 2025 Marion Haerty ha ottenuto una wild card per competere nella tappa di Val Thorens del Freeride World Tour e... l'ha vinta, con il punteggio di 95, il suo più alto di sempre. E pensare che il FWT l'aveva vinto quattro volte, prima donna a riuscirci... Francese di Colmar trapiantata a Chamonix, Marion affronta le cento domande che noi giornalisti siamo pronti a rivolgerle in occasione del Winter Tour di Smith con la stessa naturalezza che la contraddistingue quando guarda appena oltre una cornice di neve, prima di tuffarsi giù con il suo snowboard.

Il tuo rientro a Val Thorens è una bella storia di sport e resilienza. Ti eri preparata in modo specifico?

Non ho fatto nulla di speciale, ma ho tanta esperienza, tra Natural Selection e Freeride World Tour: avendoli vinti entrambi, ho capito quali sono le mie potenzialità e i miei limiti. Quel giorno il tempo era bello, c'era neve fresca, la mia famiglia e gli amici erano lì a guardarmi e mi sono detta: sono qui per divertirmi, così ne è venuta fuori una delle migliori giornate in assoluto della mia carriera sportiva.

Ci spieghi le differenze tra Freeride World Tour e Natural Selection?

Al Natural Selection il termine naturale non va inteso come al Freeride World Tour, dove scegli la linea su una face. Fai dei trick sui kicker che vengono costruiti con il legno in estate e poi ricoperti di neve, per questo attira rider dallo slopestyle o medaglie olimpiche e per me è stata un'esperienza diversa, anche se da giovane ho fatto la Coppa del Mondo slopestyle, cercando di qualificarmi per le Olimpiadi di Sochi, senza successo. Così mi sono rivolta al Freeride World Tour per rivincita, cercando di esprimere lì il mio potenziale.

Il freeride punta alle Olimpiadi, come si sta trasformando?

Sono sicura che l'evoluzione nei prossimi anni sarà enorme, ci sarà più professionalità, ci saranno più club dedicati al freeride e sono molto curiosa di vedere come si svilupperà.

Sei tra le rider più impegnate per le pari opportunità sulla neve, al Lobuche, hai deciso di andarci con un team di sole donne.

Per il progetto Didi ho scelto delle donne Sherpa proprio perché il progetto non era tanto - o solo - di salire la montagna e scenderla con lo snowboard, ma di stare con queste donne, raccontare le loro storie, passare del tempo insieme. Il messaggio è: sulle vette si incontrano più uomini che donne e ho cercato di rendere le montagne più accessibili al pubblico femminile.

Anche dietro all'evento Level Up c'è un'idea simile, ce la racconti?

A un certo punto della mia carriera mi sono chiesta come potessi aiutare il mio sport a diventare più inclusivo. Ho pensato che avrei potuto chiedere ai miei sponsor di aiutarmi a creare un evento non solo per le donne, ma per avvicinarle allo snowboard, perché spesso ci dimentichiamo delle principianti. Ci sono così tante iniziative per freerider esperti, ma poche per chi vuole avvicinarsi a questo sport. Allora mi sono detta: devo organizzare un evento per le donne che vogliono avvicinarsi alla splitboard e alla tavola, che vogliono sapere come si va in montagna in sicurezza. C'è anche una gara, ma è una due stelle Freeride Qualifiers, quindi facile. La più grande soddisfazione è stata arrivare in vetta con 40 donne, tutte insieme. Level Up si svolge a Chamonix a gennaio ed è arrivato alla seconda edizione.

Il clima sta cambiando, come ti relazioni con questo problema?

In dieci anni a Chamonix ho visto cambiamenti importanti nella quantità e nella qualità della neve e il meteo è sempre più variabile, con cambiamenti improvvisi: è molto triste. Da parte mia cerco di essere molto attenta, se il rischio è troppo alto, sto a casa: le montagne sono sempre lì e non devo più dimostrare nulla. Cerco anche di sensibilizzare i miei fan quando le condizioni sono pericolose, invitandoli a dotarsi di artva, pala e sonda, ma anche a saperli usare, a seguire dei corsi, ad allenarsi.

Hai mai avuto paura?

Penso che sia buona cosa avere paura, perché capisci dove sono i limiti: se hai tanta paura vuol dire che sei molto fuori dalla tua comfort zone. La paura aiuta a prendere le giuste decisioni, giorno per giorno.



Marion Haerty

Marion Haerty
classe 1992, ha iniziato a gareggiare con una tavola ai piedi nello slopestyle, boardercross e halfpipe. A 18 anni è stata campionessa francese di slopestyle. Ha vinto quattro Freeride World Tour, nel 2017, 2019, 2020 e 2021, prima donna ad arrivare a questa quota. Nel 2023 è scesa con lo snowboard dal Lobuche (6.119 m), in Nepal. Nel 2024 ha vinto il Natural Selection Tour. Tra i suoi sponsor, Smith, The North Face e Rossignol.



Silvia Bertagna

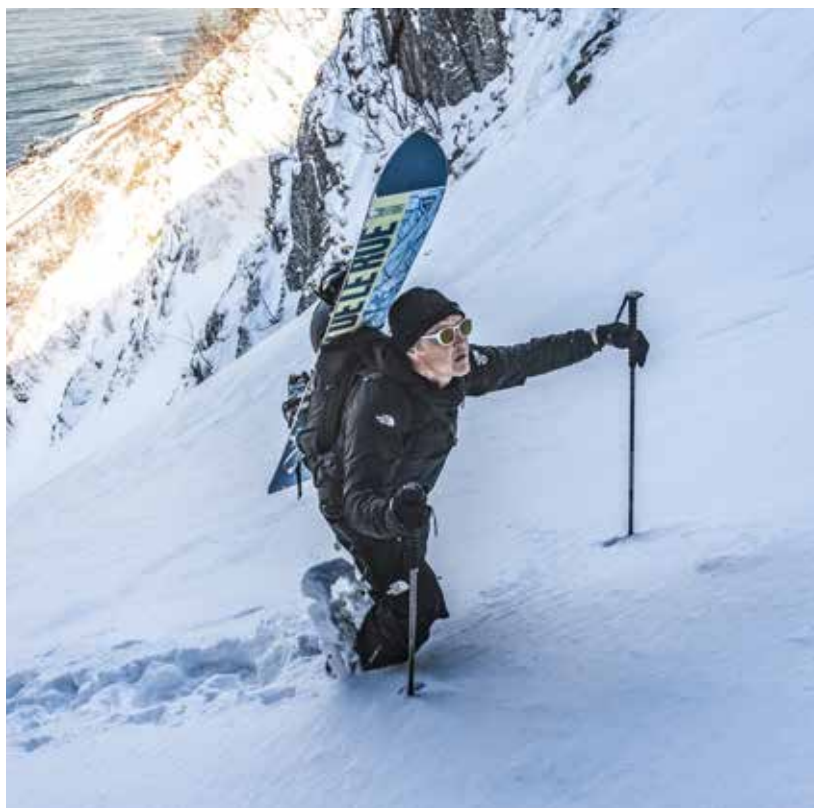
SILVIA BERTAGNA: "IL LIVELLO DELLE RAGAZZE SI È ALZATO MOLTISSIMO"

Vincitrice della Coppa del Mondo di Big Air nel 2018, olimpionica a Pechino e atleta Smith per 15 anni, Silvia Bertagna, classe 1986, oggi allena i giovani del comitato altoatesino. Le abbiamo chiesto un parere sul livello raggiunto dal freestyle.

"Da anni diciamo che adesso non riusciranno a fare di più, invece tutti gli anni ci stupiscono andando a girare quella mezza rotazione aggiuntiva. È molto bello vedere che il livello delle ragazze si è alzato tantissimo, mentre fino a qualche tempo fa la distanza tra uomini e donne era più ampia. Hanno tante possibilità in più grazie agli airbag che permettono di provare i trick tutto l'anno senza rischiare di farsi male, cadendo sulla neve;

ci sono ragazze di 16 e 17 anni che fanno evoluzioni che io mi sarei sognata. Guardiamo le qualifiche del big air alle Olimpiadi, tutte le ragazze sono molto forti e se la giocano: non ci sono più le prime cinque/sei e poi uno scalino che separa le altre, si è alzato il livello generale. In Alto Adige siamo fortunati perché non siamo lontani dall'airbag di Seefeld, in Austria, dove arrivano anche dal Canada e dagli Stati Uniti per allenarsi".





XAVIER DE LE RUE, IL VAGABONDO



È l'icona dell'avventura con una tavola da snow ai piedi e uno dei pionieri della produzione di contenuti sulla neve. Ora è impegnato a sensibilizzare gli appassionati sulla sicurezza in montagna. E a continuare la sua esplorazione...

_di Claudio Primavesi

Il nostro giro, sci ai piedi (per me) e tavola (per lui), prende ritmo verso Corvara e poi nel comprensorio del Piz Boè, come se fossimo due pezzettini di metallo attratti da una calamita. Quando arriviamo al cospetto delle pareti rocciose del Gruppo del Sella capisco perché.

"Ho visto quel canalino, voglio provare a farlo".

Così Xavier De Le Rue, francese, classe 1979, icona dell'avventura con una tavola da snowboard o una splitboard, si congeda. Per fortuna abbiamo avuto tempo di chiacchierare prima, all'hub Smith e in pista, dove ha disegnato linee veloci con il suo stile inconfondibile.

Ci sono gli halfpipe e le evoluzioni da medaglia, ma se si pensa a un versante immacolato da tracciare in neve fresca viene in mente il tuo nome. Come si è evoluto il tuo stile di riding in questi anni?

Quando ti alleni per una medaglia provi e riprovi lo stesso trick, sogni di raggiungere un certo livello e, quando ci riesci, diventi il migliore in qualcosa di molto specifico. L'adventure riding – ed è per questo che mi piace – è un'esperienza molto più ampia: puoi adattarla alla tua età, alle condizioni meteo, al momento che stai vivendo. C'è sempre una linea interessante, qualcosa che può insegnarti e farti crescere.

Di recente hai pubblicato su Instagram post molto diretti sul tema della sicurezza e delle morti da valanga. Che cosa sta succedendo?

Quest'anno il problema è particolarmente serio: sul versante settentrionale delle Alpi ha nevicato poco e le nuove precipitazioni hanno creato strati con debole coesione. A inizio febbraio si contavano già 70 morti in Europa, un numero che di solito si registra quasi in un'intera stagione. Nei comprensori simbolo del freeride si vede tanta eccitazione per la neve fresca: basta una giornata di sole e molti non riescono a rinunciare. Non è solo una questione individuale: quando c'è così tanta gente che vuole disegnare la propria traccia nella powder si innescano dinamiche pericolose. Io cerco di ispirare le persone a uscire in montagna con consapevolezza e sicurezza.



Sei stato tra i pionieri dei tutorial su YouTube dedicati alla sicurezza. C'è qualcosa che si può fare di più?

Difficile dirlo. La risposta dovrebbe essere sì, ma poi quando arriva la nevicata – il magic day, che per me è spesso il giorno peggiore – molti dimenticano tutto. Possiamo continuare a ripetere le nostre raccomandazioni, ma a volte ti senti impotente. I post in cui ricordavo che ogni vita persa in montagna non è un numero, ma una storia che lascia famiglie e amici nel dolore, hanno avuto un'ottima risposta. Tuttavia è un problema diffuso e temo che si possa arrivare a una legislazione restrittiva fatta solo di divieti.

Hai mai avuto una close call? Sei mai rimasto coinvolto in una valanga?

Nel 2008 sono stato travolto da una valanga enorme. È un miracolo che sia sopravvissuto. È stata un'esperienza terribile, ma anche la lezione più importante della mia vita. Da allora sono molto prudente. Ho molta paura, ed è curioso, perché molti pensano il contrario. Quando torna il bel tempo aspetto che la neve si stabilizzi. Lascio che siano altri a tracciare per primi. La neve non la controllo. Spesso scendo pareti molto ripide, ma lì il rischio dipende direttamente dalle mie decisioni ed è diverso.

Qual è il tuo prossimo progetto?

C'è una zona della Groenlandia dove nessuno ha ancora disegnato discese con la tavola. Sto preparando una grande traversata con la pulka, in completa autosufficienza, sull'ice pack insieme a mio fratello. Ma ha appena avuto il terzo figlio, quindi abbiamo rimandato al prossimo inverno.

Sei stato tra i primi a creare web series su YouTube. Oggi quasi tutti producono contenuti video: che cosa ne pensi?

È positivo che ognuno possa lanciare il proprio messaggio. Certo, in mezzo a così tanto materiale è difficile emergere o scegliere cosa guardare. Io continuo a sviluppare i miei progetti: sto lavorando alla serie Roamer ed è anche per questo che la zona dolomitica mi interessa molto. Vorrei tornare qui tra un paio di settimane per girare il prossimo episodio.

Magari proprio in quel canalino che hai esplorato oggi, Xavier? See you later.

Xavier De Le Rue ha vinto tre volte il Freeride World Tour ed è stato quattro volte campione del mondo di snowboardcross. Ha firmato prime linee su alcune delle pareti più remote del pianeta, dall'Antartide all'Alaska. Tra i suoi partner figurano Smith, The North Face, Rossignol e Swatch. Il suo canale YouTube è tra i più seguiti nel mondo outdoor, con tutorial e web series come Roamer (il vagabondo): alcuni video hanno superato le 200.000 visualizzazioni.



Discover
the collection

cmp

collective (of) moving people



EFFETTO OLIMPIADE

La piattaforma Li2 di BOA offre un design dalle linee essenziali, uno spessore ridotto, un'affidabilità ancora maggiore oltre a nuovi materiali e processi che rivoluzionano lo sci nordico

C'è un momento, dopo ogni Olimpiade, in cui si prova a capire cosa resterà davvero. Milano Cortina ha acceso i riflettori sullo sci nordico con l'incredibile risultato del norvegese Johannes Høsflot Klæbo, che ha conquistato ben sei medaglie d'oro, ma anche su un particolare che oggi rappresenta un dettaglio tecnico diventato ormai ricorrente ai piedi di moltissimi atleti: la chiusura BOA. Nello sci di fondo contemporaneo, infatti, la trasmissione di potenza è tutto e la sensibilità sullo sci fa la differenza tra restare agganciati al gruppo o perdere contatto. BOA Li2 è la piattaforma che rappresenta l'evoluzione più avanzata del sistema, sempre più presente nei modelli di punta dei brand partner come Fischer, Salomon e Madshus. Evoluzione del sistema di chiusura BOA, rappresenta un vero e proprio sistema di regolazione fine che consente micro-aggiustamenti incrementali, anche durante l'attività.

MICRO-REGOLAZIONE

Il cuore del Li2 è la possibilità di intervenire sulla tensione in modo preciso e multidirezionale. L'atleta può stringere o allentare la chiusura in maniera fluida, adattando la calzatura alle diverse fasi della gara: più avvolgente durante una salita ripida o uno sprint, leggermente più rilassata nei tratti di scorrimento prolungato. Il design è compatto, a basso profilo, pensato per ridurre peso e ingombri senza sacrificare la forza di chiusura. Nonostante le dimensioni contenute, la piattaforma è progettata per resistere a impatti, abrasioni e contaminazioni come neve, sporco o polvere. Rispetto alle generazioni precedenti, Li2 introduce materiali e processi produttivi aggiornati, con un'attenzione crescente anche alla durabilità e alla sostenibilità. La possibilità di personalizzare la chiusura permette di lavorare su zone differenti del piede, come avampiede e tallone, aumentando la stabilità laterale e la precisione in fase di spinta.

I MODELLI

Il sistema BOA Li2 è integrato in diversi modelli da gara di alto livello. Tra questi:



Fischer Speedmax 9 RL BOA, scarpa da skating sviluppata in Coppa del Mondo, con configurazione Dual Dial per una regolazione differenziata tra tallone e avampiede e una struttura in carbonio orientata alla massima trasmissione di potenza.



Salomon S/LAB Skate BOA, modello collaudato nelle competizioni internazionali, che utilizza una configurazione Single Dial per garantire controllo, stabilità e regolazione precisa anche ad alta intensità.



Madshus Redline BOA Classic 2026, evoluzione della scarpa da gara per la tecnica classica, aggiornata con Dual Dial BOA Fit System.

INFO: boafit.com

PER UNA NUOVA GENERAZIONE DI PRODOTTI PERFORMANCE

NexX4 non è un singolo materiale, ma una piattaforma modulare che consente la creazione di diverse mescole che ampliano le possibilità progettuali per footwear e apparel

Nel mondo dell'outdoor, lo sappiamo, l'innovazione rappresenta uno dei principali driver di differenziazione. NexX4, tecnologia proprietaria sviluppata e brevettata da JV International attraverso la divisione JVI-Engineering, nasce con l'obiettivo di offrire ai brand una soluzione ad alte prestazioni, scalabile e personalizzabile. NexX4 è oggi presente sia nel footwear sia nel tessile tecnico, con applicazioni in contesti d'uso molto diversi tra loro come i guanti performance da sci e snowboard di Level, dove garantisce elevata resistenza all'abrasione e grip elevato senza compromettere flessibilità e sensibilità.

L'ORIGINE

NexX4 deriva dall'adattamento di materiali polimerici sviluppati originariamente per il settore automotive, progettati per resistere ad abrasione intensa e sollecitazioni termiche elevate. Il trasferimento in ambito sportivo ha permesso di introdurre standard prestazionali superiori rispetto a materiali tradizionali come gomma e pelle, e altamente competitivi anche rispetto a fibre tecniche come il Kevlar. Uno degli elementi distintivi è la stabilità termica che permette alla tecnologia di mantenere inalterate le proprietà meccaniche in un range compreso tra -40 °C e +40 °C. Questa caratteristica amplia in modo significativo il campo di applicazione, garantendo performance costanti in condizioni climatiche estreme. Dunque, dal punto di vista tecnico, NexX4 è un materiale termoindurente polimerico accoppiabile

ad altri supporti e lavorabile fino a spessori sottili (attualmente 0,6 mm) mantenendo uniformità prestazionale. Il reparto di Ricerca & Sviluppo dell'azienda continua a lavorare sull'ottimizzazione degli spessori e sull'ampliamento delle applicazioni possibili, in stretta collaborazione con i brand partner.

PIÙ DI UN MATERIALE

NexX4 è una piattaforma modulare che consente la creazione di diverse mescole e diversi componenti in funzione delle esigenze progettuali. La natura trasparente del materiale rappresenta inoltre un vantaggio competi-

tivo in termini di design poiché consente personalizzazioni grafiche in quadricromia e integrazione piena con l'identità visiva del brand. Per questo motivo, NexX4 offre una base tecnologica già validata e pronta per percorsi di co-sviluppo. L'esperienza maturata nei progetti attuali, unita al know-how ingegneristico e produttivo di JV International, crea le condizioni per sviluppare nuove categorie di prodotto con contenuto tecnico distintivo e protezione IP. In un mercato che richiede innovazione tangibile, NexX4 si propone come piattaforma strategica per i brand orientati alla performance e alla differenziazione di lungo periodo. NexX4 è attualmente impiegato in soluzioni dedicate al footwear per suole ad alte prestazioni sia indoor che outdoor ed anche nel settore tessile dove viene sfruttata la sua resistenza alle abrasioni, il grip e la stabilità del materiale da -40 a +40 °C.



INFO: [Andrea de Pascale](mailto:Andrea.dePascale) - 335.6130106 - andrea.depascale@jvinternational.com



RAINERIDESIGN

#NEXTOSKINFIRST

MICO.IT



mico®

PROTECTION FOR PERFORMANCE

IL DUO IDEALE

Giro crea le maschere Axis e Contour e il casco Tor Spherical per lavorare in armonia, offrendo visione, comfort e protezione integrati

Da oltre 30 anni, Giro sviluppa prodotti ad alte prestazioni per gli sport invernali, combinando design, innovazione e profonda conoscenza delle esigenze di sciatori e snowboarder. Ogni casco e ogni maschera nascono da un approccio integrato, dove sicurezza, visione e comfort funzionano in perfetta sinergia. In montagna, ogni dettaglio conta: visibilità, comfort e protezione non possono essere separati.

Il perfetto fit tra maschera e casco è fondamentale per le performance e il benessere durante tutta la giornata sulla neve. Scegliere prodotti dello stesso brand significa affidarsi a componenti progettati per dialogare fin dalla fase di sviluppo: volumi, linee, ventilazioni e materiali garantiscono calzatura naturale, eliminano punti di pressione e infiltrazioni d'aria, assicurando stabilità e precisione in ogni movimento.

LE MASCHERE AXIS E CONTOUR

Rappresentano il top in termini di visione e tecnologia. Axis, dal design minimal, monta lente cilindrica Vivid by ZEISS con tecnologia EXV, sistema magnetico a quattro punti per cambio rapido delle lenti, ventilazione EVAK e trattamento antiappannamento.

Contour, la frameless top di gamma, offre lente torica Vivid by ZEISS con tecnologia EXV+, campo visivo ultra-ampio, cambio lente magnetico anche con guanti e comfort elevato grazie alla schiuma a triplo strato e rivestimento in micropile.



Axis



Contour



CASCO TOR SPHERICAL

Top di gamma maschile, integra tecnologia MIPS Spherical, ventilazione regolabile, leggerezza e chiusura magnetica Fidlock, garantendo protezione, stabilità e perfetta integrazione con le maschere premium Giro. Abbinare Axis o Contour al casco Tor Spherical significa scegliere una soluzione completa, dove design e tecnologia lavorano insieme per offrire visione, comfort e sicurezza ai massimi livelli, permettendo di concentrarsi solo sulla performance e sul piacere della montagna.

INFO: Nitro Distribution - 0464 514098 - nitro.it

PRESTAZIONI E SICUREZZA, SENZA DIMENTICARE LO STILE

Dal primo passo di avvicinamento all'ultima curva nella neve fresca: le nuove proposte di Julbo

MASCHERA LAUNCHER



Il frame della maschera è composto da due telai di diversa densità accoppiati nella fase di realizzazione: il frame più morbido è in TPU Desmopan bio-based derivato dal mais, mentre il frame esterno è rigido ed è in policarbonato riciclato. La fascia elastica della maschera è in poliammide proveniente da reti da pesca riciclate. Una grande lente cilindrica offre un campo visivo molto ampio ed è caratterizzata dal sistema di aerazione Superflow Pro, ideato e perfezionato da Julbo, che permette alla lente di staccarsi dal frame e far circolare l'aria. La maschera, disponibile con un'ampia gamma di lenti fotocromatiche Reactiv, si rinnoverà anche nella stagione FW 26/27 con nuove colorazioni, per un totale di 24 modelli.

CASCO HAILOT LT MIPS

Vincitore dell'ISPO Award 2024, è dotato di doppia certificazione (EN1077 per lo sci, EN12492 per l'alpinismo) e di due tecnologie di protezione. La prima, MIPS, progettata per migliorare la sicurezza dei caschi; la seconda, RECCO, consente ai soccorritori di localizzare rapidamente una persona in caso di seppellimento da valanga o smarrimento in montagna.

Hailot LT MIPS pesa 400 grammi nella versione invernale con paraorecchie e 360 grammi in quella estiva. È dotato di un sistema per il posizionamento della lampada frontale e degli occhiali, mentre la maschera può essere anch'essa collocata sul casco e bloccata tramite appositi elastici sul lato e sul retro. Il casco sarà a catalogo anche nella prossima stagione invernale, con l'aggiunta di una nuova colorazione.



INFO: julbo.com

CALORE NATURALE

La storica tecnologia Breath Thermo di Mizuno si unisce alle proprietà della lana Merino di Woolmark per un baselayer formato da maglia e leggings dalle prestazioni elevate



Da 30 anni, la tecnologia performance Breath Thermo di Mizuno trattiene il calore e assorbe l'umidità prodotta dagli appassionati degli sport invernali in uno strato base composto da fibre sintetiche. Ma a partire da questa stagione il marchio ha presentato una novità: una maglia baselayer e un paio di leggings che, grazie alla collaborazione con Woolmark, integrano anche la lana Merino. Una partnership che ha subito trovato il suo banco di prova in una competizione di alto livello come le Olimpiadi Invernali di Milano Cortina 2026, in cui i nuovi prodotti sono stati indossati dalla nazionale svedese di sci alpino. Una scelta che riflette la natura stessa degli strati base: entrambi, infatti, disponibili sia in versione donna che uomo, sono progettati per performare nelle condizioni più estreme mentre garantiscono comfort e libertà di movimento anche in gare di alto livello. I benefici naturali della lana Merino permettono di regolare la temperatura e assicurano resistenza agli odori. Insieme a Breath Thermo, il risultato sono due capi funzionali, leggeri e ideali per atleti che si allenano e gareggiano in climi freddi.

I PRODOTTI DELLA COLLABORAZIONE

Sia la maglia che i leggings sono realizzati con una combinazione tessile innovativa che unisce Breath Thermo e lana Merino. Questo tessuto è in grado di generare calore dall'umidità corporea come specialità della tecnologia di Mizuno; allo stesso tempo, fornisce isolamento naturale, assicura la gestione dell'umidità e la resistenza agli odori tipici della lana Merino. Lo strato superiore è morbido, leggero e altamente elastico, e riesce a offrire calore e libertà di movimento senza pesare sull'atleta o essere motivo di ingombro. È disponibile con taglio Crew Neck senza colletto, Half Zip con colletto basso e zip fino a metà petto e High Neck con colletto alto e senza zip. Anche per i leggings, le proprietà di Breath Thermo permettono di mantenere i muscoli al caldo, e insieme alla lana Merino rendono il prodotto traspirante, comodo e resistente agli odori.

CERTIFICAZIONE WOOLMARK WOOL BLEND

Entrambi i capi hanno ottenuto la certificazione Woolmark Wool Blend, che attesta la qualità e le prestazioni delle fibre di lana testate secondo rigorosi standard.

“Come brand globale di Sports Performance, Mizuno è orgogliosa non solo di supportare i migliori atleti del mondo con prodotti di altissima qualità, ma anche di aggiungere un enorme valore tecnologico attraverso collaborazioni come questa con Woolmark. Con i baselayer in lana Merino Breath Thermo dedicati, Mizuno punta a supportare lo Ski Team Sweden Alpine con capi all'avanguardia per gli anni a venire”

Mark Kaiway, head of sports di Mizuno EMEA

“La lana Merino è sempre stata la scelta di fiducia degli atleti d'élite, e il fatto che lo Ski Team Sweden Alpine la utilizzi ne è la prova. La partnership con Mizuno combina le performance naturali con l'innovazione più avanzata, dimostrando come il tessuto in Merino continui a essere leader negli strati a contatto con la pelle, progettati per offrire il massimo sotto pressione”

John Roberts, managing director di Woolmark



EMOZIONI OLIMPICHE

Faction firma tante medaglie nel freestyle ai Giochi.
I segreti della gamma Studio

A Livigno, in occasione dei Giochi Olimpici di Milano Cortina, Il Faction Collective ha firmato una serata storica nel Big Air maschile il 17 febbraio, conquistando oro, argento e bronzo con Tormod Frostad (NOR), Mac Forehand (USA) e Matej Svancer (AUT). Sotto le luci della pista e tra raffiche di neve, il team, con ai piedi gli sci delle gamme Studio e Prodigy, ha trasformato la finale in quella che è già stata definita "la migliore di sempre", con trick spettacolari e punteggi record. La sera precedente, nella gara femminile di Big Air, Eileen Gu ha conquistato l'argento mettendosi al collo la quinta medaglia olimpica in carriera, record assoluto nel freestyle femminile. Infine, nello slopestyle maschile, Alex Hall ha portato a casa l'argento, il secondo olimpico consecutivo nella disciplina, chiudendo a soli 0,53 punti dall'oro. Insomma, un'edizione memorabile per il team Faction Collective che conferma così il suo dominio nel freestyle olimpico, portando talento e spettacolo sul palco più importante dello sport invernale.

La serie Studio di Faction è pensata per spingere ogni trick al limite. Con i modelli Studio 0 e Studio 1, il divertimento incontra l'ingegneria grazie all'utilizzo di materiali leggeri, rinforzi strategici e simmetria perfetta per passaggi switch senza fatica.

STUDIO 0

Lo Studio 0 è dedicato a chi vuole dominare l'halfpipe, affrontando forze G e atterraggi senza perdere controllo. La costruzione prevede un nucleo in legno di pioppo, rinforzi in carbonio e gomma sotto l'area di montaggio degli attacchi per assorbire gli atterraggi più duri e stringer in carbonio che garantiscono resistenza torsionale senza aggiungere peso. La forma symmetrical twin supporta l'uso switch senza sforzo, mentre la XL 7 mm sidewall assicura tenuta di spigolo e protezione del cuore in legno, essenziale quando si cercano precisione e stabilità su pareti ripide e compressioni forti.

STUDIO 1

Il modello Studio 1 fa un passo verso il park freestyle più versatile. Costruito con un nucleo di pioppo e frassino, combina leggerezza e potente propulsione grazie ai carbon stringer integrati, che offrono rigidità lungo tutta la lunghezza dello sci senza aumentare il peso. Anche qui troviamo il carbon/rubber stomp pad sotto l'attacco per supportare gli atterraggi più duri e la forma symmetrical twin per facilità di guida anche in switch. La struttura è pensata per chi cerca precisione senza rinunciare allo stile: pop vivace, controllo diretto e capacità di reagire subito ai cambi di terreno e direzione. La XL sidewall da 7 mm garantisce stabilità nei trick più tecnici e lunga durata dell'attrezzo, mentre la linea del profilo e l'equilibrio di flex lo rendono perfetto per rider che vogliono accumulare esperienza nel park con facilità e grinta.



ANIMA RACE

Fischer RC4 Noize è lo sci race carve
per chi vuole velocità,
stabilità e precisione millimetrica su ogni arco

Pensato per chi cerca precisione assoluta, risposta immediata e quella sensazione di controllo totale, per una sciata fluida e armonica. L'RC4 Noize di Fischer parla il linguaggio del reparto corse. Dà il meglio di sé nelle conduzioni a medio raggio, ma sorprende anche nelle curve più strette, dove agilità e rapidità di spigolo permettono cambi di direzione immediati. È uno sci che invita ad accelerare, che trasmette sicurezza quando la velocità cresce e che premia chi ha tecnica e gambe per sfruttarlo fino in fondo. Insomma, si tratta di uno strumento da puro carving, nato per sciatori esperti ed esigenti che vogliono sentire sotto ai piedi un prodotto senza compromessi.

CARATTERISTICHE TECNICHE /

Con una sciancratura 112-66-101 mm e un raggio di 15,5 metri (nella misura 178 cm), questo sci si colloca nel segmento race carve ad alte prestazioni. Il peso di 2.420 grammi per sci racconta già molto del suo carattere: struttura solida, pensata per garantire stabilità alle alte velocità e un edge hold impeccabile sulla neve dura. Le misure disponibili (168, 173, 178, 183 cm) permettono di scegliere il setup ideale in base a stile e fisicità, mentre l'abbinamento consigliato con l'attacco RC4 Z13 GW Freeflex Brake 85 completa un pacchetto chiaramente orientato alla performance.

TECNOLOGIE /

Il cuore tecnologico è il sistema Noize Control, sviluppato per ridurre in modo significativo le vibrazioni in spatola e coda. Quello che si ottiene è uno sci più "silenzioso" sulle nevi compatte, capace di restituire energia in uscita di curva senza dispersioni.

La costruzione Shaped Ti 0.9/0.7, composta da un doppio strato di Titanal con spessori differenziati, lavora in sinergia con il Solid Woodcore, garantendo rigidità torsionale elevata e un flex progressivo ma deciso.

A fare la differenza è anche la M-Plate, studiata per offrire il giusto equilibrio tra rigidità e deformazione controllata. In pratica, consente di impostare curve aggressive mantenendo fluidità e continuità d'arco, senza quell'effetto "bloccato" che a volte penalizza gli sci troppo estremi.

La costruzione Sandwich Sidewall con Race Sidewall e la finitura World Cup Tuning, direttamente ispirata agli standard di preparazione gara, completano un progetto che punta a trasferire sulla pista l'esperienza maturata nel circuito.



PRECISIONE D'ORO

Dynastar Speed Omeglass Master SL R22 Gold Edition è la nuova versione di uno sci legendario, che riprende il dna racing dell'attrezzo di Paoletta Magoni

Era il 13 febbraio 1984 quando, sulle nevi olimpiche di Sarajevo, Paoletta Magoni scrisse una delle pagine più sorprendenti dello sci italiano. La giovane atleta di Selvino, infatti, conquistò la medaglia d'oro nello slalom speciale ai XIV Giochi Invernali, ottenendo una vittoria inattesa. Ai suoi piedi, il Course Dorée di Dynastar, uno sci legendario, passato alla storia per il suo iconico "pomodoro rosso" sulle punte (il sistema Contact) e per aver portato alla vittoria anche l'americana Debbie Armstrong nello slalom gigante. Quell'eredità racing è stata trasfusa oggi nei Dynastar Speed Omeglass Master SL R22

Gold Edition, sci che raccolgono il dna più puro della disciplina e lo traducono in un attrezzo ad alte prestazioni pensato per la pista. La Gold Edition è un omaggio dichiarato a quella tradizione fatta di reattività, precisione e potenza in uscita di curva, con una costruzione che strizza l'occhio al mondo gara ma resta accessibile allo sciatore esperto che vuole sentire sotto i piedi uno sci "vero", capace di mordere il ghiaccio e restituire energia a ogni cambio di direzione. Un filo diretto tra passato olimpico e presente tecnologico, dove il carving incontra la memoria racing e la trasforma in performance contemporanea.



Paoletta Magoni

SPEED OMEGLASS MASTER SL R22 GOLD EDITION

Si tratta dell'evoluzione premium dell'iconico sci da slalom di Dynastar e offre potenza, agilità e tenuta di spigolo senza pari per il puro piacere del carving sulle piste battute. Disponibile nelle misure 155, 165, 170 e 175 cm, ha sciancratura 116-69-103 e raggio di 13 m nella lunghezza 165 cm, caratteristiche che lo rendono eccezionale negli angoli stretti e nelle curve dinamiche, con una trasmissione di potenza molto diretta e un ritorno di energia rapido, ideali per una sciata aggressiva e tecnica.

CARATTERISTICHE /

Anima in legno di faggio (Beech Wood Core): elevata densità, simile al frassino per rigidità, elasticità e resistenza, tipica dei materiali FIS.

Full Titanal Layer: strati di titanio su tutta la lunghezza dello sci per massima stabilità in curva e controllo torsionale elevato, qualità tipiche degli sci da gara.

Sandwich Full Sidewall Construction: costruzione a pareti verticali continue che massimizza presa di spigolo, precisione e potenza durante il carving.

Sintered Factory Base: soletta ad alta densità per una scorrevolezza di livello top su neve compatta.



IL FREERIDE SECONDO LANGE



Il nome Lange è da sempre associato a prestazioni, precisione e tradizione tecnica. A distanza di oltre 60 anni dall'invenzione dello scarponi in plastica da parte del fondatore Bob Lange, il marchio francese torna a scrivere una nuova pagina nel mondo del freeride con la serie Lange Code 130 BOA LV GW, pensata per chi vive la montagna in modo dinamico, cercando potenza in discesa e versatilità nelle salite. Code sembra voler colmare il divario tra il mondo della performance pura in discesa e quello della mobilità quando si affrontano avvicinamenti o traversate con le pelli sotto gli sci. Con Code, Lange introduce soluzioni tecniche che cercano di dare il massimo in entrambe le situazioni. Uno degli aspetti più interessanti è il sistema ski-walk che, grazie alla tecnologia Active Blade (basata su uno spoiler interno e una barra esterna con base in elastomero), consente al gambetto un'escursione fino a 53°, permettendo al piede di muoversi con naturalezza durante la salita, ma bloccandolo saldamente non appena si torna nella modalità discesa. Questo "doppio carattere" è il cuore del progetto: la salita non è più un compromesso da sopportare prima di aprire il gas, ma una parte attiva dell'avventura. La chiusura BOA micro-regolabile aggiunge un ulteriore livello di comfort e adattabilità, avvolgendo il piede in modo uniforme senza punti di pressione fastidiosi, mentre la suola GripWalk rende più naturale e sicura la camminata su neve dura o battuta. Con la linea Code, Lange vuole ridefinire lo standard degli scarponi da freeride moderno.



SET COMPLETO

La linea Unlimitech di CMP è sinonimo di prestazioni elevate senza compromessi, soprattutto nelle attività freeride. L'assetto con giacca in PrimaLoft e pantaloni in twill lo dimostra al meglio

GIACCA CON PRIMALOFT RISE

Pensato per le condizioni più impegnative, questo guscio della linea Unlimitech combina protezione avanzata e comfort termico in ogni situazione outdoor. Il tessuto esterno in twill del guscio offre una struttura resistente e leggera, mentre l'imbottitura PrimaLoft RISE, realizzata al 100% con materiali riciclati post-consumer, assicura un'elevata capacità termica con peso ridotto e un isolamento efficace anche in caso di forte umidità. La membrana Clima Protect, integrata fra tessuto e fodera, garantisce impermeabilità WP 10.000 e traspirabilità (MVP 10.000). La costruzione con cuciture completamente nastrate, il cappuccio con collo alto e la ghetta antineve incrementa ulteriormente la protezione dagli agenti atmosferici. Il design prevede una vestibilità regular e dettagli funzionali come le tasche laterali, una tasca porta skipass e i polsini con foro per l'alloggiamento del pollice, regolabili esternamente tramite velcro.

PANTALONE IN TWILL

Pantalone sci della linea Unlimitech progettato per garantire protezione e comfort sulla neve. È realizzato in twill, un tessuto resistente e leggero che assicura ottima durabilità. L'imbottitura Feel Warm Flat 40 g, sottile e poco ingombrante, offre un apporto termico efficace mantenendo al contempo una silhouette tecnica e facilitando i movimenti. La membrana Clima Protect, applicata tra i tessuti, garantisce impermeabilità (WP 10.000) e traspirabilità (MVP 10.000), mentre il trattamento water repellent, le cuciture completamente nastrate e la ghetta antineve interna incrementano la protezione da neve e umidità. La costruzione include ginocchia preformate per migliorare la mobilità, una vita rafforzata sul retro e il rinforzo antiabrasione sul fondo, progettato per resistere al contatto con l'attrezzatura da sci.



INFO: [CMP - cmpsport.com](http://CMP-cmpsport.com)



RITORNO ALLE ORIGINI

Atomic ripensa al proprio passato per il lancio della linea Volant, sci nati per la prima volta nel 1989 e realizzati in acciaio inox per il massimo delle performance

Atomic rilancia la sua linea di sci Volant in acciaio inox e riafferma la propria visione della performance come sintesi di innovazione, manifattura artigianale e design senza tempo. Concepiti per la prima volta nel 1989 e realizzati a mano ad Altenmarkt, in Austria, questi sci rappresentano l'incontro tra la tradizione dell'acciaio e oltre 70 anni di esperienza. Il risultato è una gamma premium che offre prestazioni di altissimo livello, valore comprovato e precisione tecnica.

UN GRANDE RITORNO

Entrati a pieno titolo nella Pinnacle Series, gli sci Volant sono progettati per curve precise e sciate fluide, con una stabilità che si traduce in controllo e sicurezza anche ad alte velocità. Il topsheet in acciaio inox – Stainless-Steel Top – conferisce un'estetica premium e garantisce il giusto equilibrio tra rigidità e stabilità. La tecnologia Double Steel Powered integra due strati di acciaio nella costruzione, assicurando eccellente tenuta di lamina, maggiore rigidità torsionale e trasmissione della potenza fluida, mantenendo il peso sotto controllo. Ne risultano un avvio curva sicuro e prestazioni sempre stabili.

VOLANT 9000

Il top di gamma: prestazioni senza compromessi grazie alla costruzione a doppio strato in acciaio, topsheet edge-to-edge in acciaio inox e struttura Full Sidewall Sandwich, per un'eccezionale presa di lamina e stabilità alle alte velocità.

Larghezza al centro: 70-72 mm

VOLANT 7000

Combina performance premium con una maggiore larghezza al centro per garantire fluidità e versatilità in diverse condizioni di pista. Due strati in acciaio, Power Woodcore e finitura in acciaio inox assicurano curve sicure dalla prima all'ultima discesa.

Larghezza al centro: 74-78 mm

VOLANT 5000

Design senza tempo, materiali di alta qualità e maneggevolezza fluida e sicura, mantenendo le caratteristiche costruttive distintive della linea.

Larghezza al centro: 70-72 mm

L'offerta è destinata a una selezione di punti vendita qualificati ed è già disponibile in alcuni retailer italiani selezionati

INFO: Amer Sports Italia S.p.A. - 0422.5291 - servizioclienti.italia@atomic.com



Volant
9000

Volant
7000

Volant
5000



TECNICA E STILE NELLO STESSO PASSO CON FIZAN ACTION MS

Fizan firma un set pensato per chi vive l'outdoor con personalità, senza rinunciare alla performance. Protagonista è l'Action MS nella variante Paisley Magenta, un bastone che coniuga solidità e carattere estetico. Il tubo in alluminio da 18 mm garantisce affidabilità e leggerezza, con un'escursione regolabile da 110 a 135 cm per adattarsi a diverse esigenze e terreni. La manopola ergonomica bi-materia assicura comfort e presa stabile anche nelle uscite più lunghe, mentre la punta in acciaio, abbinata alla rotella Unibasket da 50 mm, offre trazione e versatilità su più superfici. In coordinato, uno scaldacollo in microfibra da 48 cm che riprende il pattern Paisley Magenta, creando un set coerente e distintivo, pensato per chi ama curare ogni dettaglio del proprio equipaggiamento. La grafica prende vita grazie alla tecnica della sublimazione, realizzata con plotter di ultima generazione. Il risultato è una resa cromatica brillante, definita e resistente nel tempo, anche dopo utilizzi intensi e ripetuti lavaggi. Completa il progetto un packaging essenziale, ridotto al minimo e realizzato in cartone riciclabile proveniente da foreste gestite in modo responsabile.



INFO: Fizan Srl - 0424.85409 - web@fizan.it

GSK CARBON-R DI GABEL PER PRECISIONE E REATTIVITÀ

Il bastoncino di riferimento per lo slalom gigante si rinnova. Il nuovo GSK Carbon-R di Gabel si presenta con una nuova grafica, più essenziale e incisiva, che enfatizza il contenuto tecnico del prodotto di punta di una collezione Race completamente aggiornata sia sul piano tecnologico sia su quello estetico. Linee più pulite, massima visibilità in pista e l'inconfondibile giallo Gabel come segno distintivo. Il cuore del bastoncino è realizzato in Snake Carbon, una struttura che ottimizza il rapporto peso/resistenza. Grazie a un sistema evoluto di cristallizzazione, il tubo risulta più leggero del 20% e più resistente del 18%, garantendo reattività nelle fasi di spinta e stabilità nei cambi di ritmo. Alla base, il rivestimento in Kevlar protegge l'area più esposta agli impatti, preservando integrità e bilanciamento anche nelle condizioni di gara più aggressive. La componentistica è orientata alla massima efficienza aerodinamica e alla precisione in appoggio mentre le rotelle Wind Tech sono progettate per favorire micro-turbolenze controllate e ridurre l'attrito. Il puntale in Carbide Racing, infine, assicura presa immediata e duratura su neve compatta e superfici ghiacciate.



INFO: Gabel s.r.l. - 0424.561144 - info@gabel.it

LEKI VENOM SL TR: VELOCITÀ SENZA COMPROMESSI

Il nuovo Venom SL TR di Leki interpreta il racing in chiave contemporanea: un bastone da slalom pensato per chi vive la gara come ricerca continua della massima precisione. La struttura combina alluminio HTS 6.5 ad alta resistenza e carbonio aramidico, un mix che assicura rigidità, reattività e affidabilità anche nei tracciati più aggressivi. Il risultato è un attrezzo stabile e performante, capace di sostenere ritmi elevati tra i pali stretti. Cuore tecnologico del modello è la nuova impugnatura Trigger 3D da slalom. Il sistema garantisce un collegamento diretto tra guanto e bastone, migliorando il controllo e la trasmissione della forza. L'aggancio e sgancio rapido aumentano il comfort in fase di utilizzo, mentre il meccanismo di rilascio tridimensionale incrementa il livello di sicurezza in caso di caduta o impatto. A proteggere ulteriormente la struttura interviene il rivestimento in alluminio nella parte superiore, studiato per ridurre il rischio di rottura durante il contatto con i pali e preservare l'integrità del bastone nel tempo.



INFO: service@leki.de - leki.com

MASTERS ALPINE CARBON: PER LO SCIATORE ESPERTO

Il bastoncino Alpine Carbon di Masters rappresenta l'eccellenza dell'alta gamma. Il tubo da 16 mm, realizzato in fibra di carbonio rinforzata con tecnologia 3K, garantisce leggerezza e rigidità ottimale, permettendo movimenti rapidi e reattivi anche nelle discese più impegnative. Il bastoncino monosezione è dotato di rotelle Basket Screw da 55 mm, puntale in tungsteno Carbide e ha un peso di soli 236 g (riferimento 120 cm), offrendo un equilibrio perfetto tra resistenza e agilità. L'impugnatura Rapax con finitura soft-touch assicura una presa confortevole e precisa. Il passamano regolabile, completamente ridisegnato, coniuga ergonomia e stile, garantendo sicurezza e comfort anche nelle giornate più lunghe sulla neve. Alpine Carbon è pensato per chi non scende a compromessi: leggerezza, controllo e qualità professionale per accompagnare ogni curva con precisione assoluta.



INFO: Masters srl - 0424.524133 - masters.it

DEELUXE TRIONFA NELL'HALFPIPE OLIMPICO



Yuto Totsuka

Oro a cinque cerchi per Yuto Totsuka che ha indossato gli scarponi Empire, uno dei modelli di punta del brand austriaco, sempre più presente sotto i piedi degli atleti di primo livello

I Giochi Olimpici di Milano Cortina hanno regalato grandi emozioni sportive non solo ad atleti e appassionati, ma anche ai tanti addetti ai lavori. A Livigno, per esempio, la finale halfpipe si è chiusa con un oro che parla anche europeo. Il giapponese Yuto Totsuka ha conquistato il gradino più alto del podio dominando la gara con stile, ampiezza e precisione. Ai suoi piedi, gli Empire di Deeluxe, uno dei modelli di punta del brand austriaco. Il risultato di Totsuka non è soltanto una medaglia: è anche la conferma di quanto l'evoluzione dello scarpone da snowboard sia oggi centrale nella performance. Materiali evoluti, sistemi di chiusura sempre più precisi e liner termoformabili ad alte prestazioni stanno ridefinendo gli standard del mercato. E in questo scenario, Deeluxe si ritaglia uno spazio rilevante, diventando scelta tecnica di riferimento per molti atleti del circuito internazionale. Non solo Totsuka. Sempre più rider scelgono gli scarponi Deeluxe per l'equilibrio tra performance, comfort e tecnologia grazie alla cura costruttiva quasi sartoriale e, soprattutto, alle scarpette termoformabili di primissima qualità, progettate per adattarsi in modo preciso alla morfologia del piede. Un plus tecnico che si traduce in maggiore sensibilità sulla tavola, controllo nelle rotazioni e stabilità negli atterraggi, aspetti decisivi quando si parla di halfpipe.

LO SCARPONE D'ORO

Gli Empire di Deeluxe sono tra gli scarponi da snowboard più apprezzati nel segmento all-mountain/freeride tra i rider intermedi, avanzati ed esperti che cercano controllo, reattività e supporto su tutta la montagna. Il suo flex medio-rigido (circa 8/10) è potente e stabile alle alte velocità, ma abbastanza progressivo per mantenere sensibilità in conduzione e negli atterraggi.

CARATTERISTICHE PRINCIPALI DELLO SCARPONE /



- **Liner Stage 4 termoformabile:** scarpette di alta gamma modellabile a caldo per una calzata personalizzata, maggiore precisione e riduzione dei punti di pressione.
- **Sistema di allacciatura L3:** regolazione separata di parte superiore e inferiore per un fit preciso e adattabile
- **Sidekick Technology:** inserti laterali che migliorano la trasmissione di potenza e rendono più rapidi i cambi lamina
- **Power Strap:** maggiore sostegno nella parte alta dello scafo per una risposta più diretta.
- **Suola ad alta trazione e ammortizzazione:** grip efficace e buon assorbimento degli impatti.

INFO: Boardcore srl - 02.69017189 - info@boardcore.it



MASSIMA PRESTAZIONE A TUTTI I LIVELLI

Kästle RX12 rivoluziona un modello iconico nella storia dello sci per una sensazione da Coppa del Mondo in ogni discesa e stile

Il modello di punta di Kästle dell'iconica linea da pista RX, tratto distintivo dell'azienda fin dagli Anni '60, è stato completamente ridisegnato e ora presenta un look a tutta superficie nel colore menta caratteristico del marchio austriaco. Il nuovo RX12 offre le massime prestazioni per una sensazione da Coppa del Mondo per tutti: che si tratti di curve strette esplosive, a raggio lungo ad alta velocità o ad arco medio. La costruzione dell'anima con Infini-Core Race è stata sviluppata ulteriormente per consentire un'esperienza di sciata ancora migliore. Ideale per sciatori ambiziosi che cercano uno sci race carve che trasmette sensazioni molto simili agli sci da performance d'élite.

I modelli RX12 sono disponibili nelle declinazioni SL, GS e GS Masters, quest'ultima dotata di materiali e strutture provenienti dal reparto corse dell'azienda. Il risultato è uno sci ad alte prestazioni senza compromessi. Tutte le versioni dell'RX12 hanno i vari set-up del sistema piastra-attacco differenziati per ottenere performance a più livelli. Questo permette di accontentare ogni fascia di sciatori, dall'ex-atleta fino al professionista della neve e all'amatore in cerca di pure prestazioni.

Per ottenere l'espressione massima sulla neve della linea RX12, è indicato l'abbinamento agli scarponi Kästle, risultato di anni di ricerca e sviluppo da parte dell'azienda per ottenere un prodotto esclusivo e ai massimi livelli della tecnologia nell'ambito degli scarponi da sci alpino, in estrema sintonia con l'intera collezione di sci.



INFO: Kästle Italia - 331.6684299 - italy@kaestle.com - kaestle.com

www.reusch.com

reusch



Awarded against the cold.

Il guanto perfetto, anche in condizioni climatiche estreme.

REUSCH DOWN SPIRIT GORE-TEX

Guanto in piuma ad alte prestazioni, progettato per le giornate più fredde sulla neve:

[1] IMPERMEABILE [2] SOFTSHELL con [3] HEATING POCKET per inserire Warmpads,
[4] POWDER CUFF anti-neve e [5] WRISTBAND integrato per una vestibilità impeccabile.



MADE WITH



FW
26/27



DAL PASSATO AL PRESENTE

Colmar ripensa alla sua eredità con una collezione che ripropone i capi d'archivio in chiave moderna, traducendone i valori di un tempo senza snaturarli

Per la stagione invernale 26/27, Colmar compie un percorso di reinterpretazione del proprio heritage ispirandosi all'epoca d'oro dell'innovazione nello sci, quando ricerca, sperimentazione e avanguardia stilistica hanno dato forma ai codici iconici del brand.

Le nuove proposte sci FW 26 sono il risultato di un'analisi dei capi d'archivio, rielaborati attraverso materiali d'avanguardia, costruzioni avanzate e soluzioni tecniche per gli sciatori più esigenti. La collezione introduce capi progettati per affrontare condizioni climatiche impegnative, garantendo protezione, comfort e precisione nei movimenti. Tessuti innovativi, imbottiture leggere ma altamente termiche, membrane impermeabili e traspiranti e un fit ergonomico definiscono un'offerta performante, sviluppata per accompagnare l'atleta in ogni fase dell'attività sulla neve. Pur ponendo la tecnica al centro, l'estetica mantiene un ruolo fondamentale: silhouette essenziali, proporzioni contemporanee e dettagli iconici – come piping a contrasto, badge storici e zip termosaldate – assicurano un equilibrio raffinato tra funzione e stile.



La donna Colmar FW 26 esprime una femminilità consapevole e dinamica. Il suo guardaroba tecnico si articola attraverso capi performanti, accessori coordinati e fleecce studiati per offrire calore, leggerezza e libertà di movimento, con un'estetica ricercata che valorizza lo spirito sportivo del brand in chiave attuale. L'uomo, invece, torna alle origini alpine del marchio, mettendo al centro la performance. Giacche tecniche, pantaloni performanti e fleecce coordinati rileggono volumetrie iconiche, contrasti cromatici decisi e costruzioni stratificate che enfatizzano protezione, resistenza e funzionalità. Infine, color-block definiti, grafiche, stampe e un'ampia gamma di accessori con materiali e colori coordinati consentono combinazioni personalizzate, per una collezione versatile da un punto di vista sia tecnico sia estetico.



INFO: Manifattura Mario Colombo & C. - 039.39431 - colmar.com



ASSETTO PERFETTO

Anon crea la giusta combo dalle prestazioni tecniche, mettendo insieme la visione ad alta definizione della maschera M6 e la protezione evoluta del casco Oslo WaveCel

Due accessori che lavorano insieme alla perfezione nelle giornate più intense sulla neve. Le novità di Anon lavorano in sinergia per la migliore protezione e un fit perfettamente integrato.

ANON M6

Campo visivo ampio, cambio lente istantaneo e una vestibilità casco-maschera impeccabile: la M6 di Anon è pensata per chi sulla neve non vuole compromessi. La lente cilindrica, abbinata a una montatura dal profilo basso, offre un look pulito ma soprattutto una visione periferica estesa, fondamentale quando si alza il ritmo tra cambi di luce e variazioni di terreno. Il cuore del sistema è la tecnologia Magna-Tech, che sfrutta potenti magneti N52 per permettere la sostituzione della lente in pochi secondi, anche con i guanti. Le ottiche Perceive assicurano definizione elevata e un contrasto marcato, migliorando la lettura del terreno in condizioni variabili. Il trattamento antiappannamento – il più performante del brand – lavora in sinergia con le prese d'aria perimetrali e con la schiuma facciale traspirante e sagomata, mantenendo la visione nitida e stabile dalla prima all'ultima discesa.

IN DOTAZIONE /

Lente aggiuntiva Perceive per diverse condizioni meteo, maschera facciale MFI ultraleggera, sacca in microfibra, custodia rigida Magna-Tech e coprilente elastico.

ANON OSLO WAVECEL – NIGHTFALL

Minimal nell'estetica, evoluto nella sostanza. L'Oslo WaveCel integra una costruzione in-mold leggera con una struttura interna in EPS e tecnologia WaveCel: una matrice cellulare tridimensionale progettata per assorbire e distribuire l'energia d'impatto, contribuendo a ridurre sia le forze dirette sia quelle rotazionali che agiscono sulla testa. La regolazione è affidata al sistema 360° BOA Fit System, che consente una micro-regolazione precisa tramite una semplice rotazione della rotella posteriore. La chiusura magnetica Fidlock permette invece di aprire e chiudere il cinturino con una sola mano, dettaglio pratico quando le temperature scendono e i guanti restano indossati. Due prese d'aria integrate favoriscono la circolazione dell'aria, limitando l'appannamento della maschera e mantenendo il comfort costante. All'interno, fodera in pile e copri-orecchie assicurano calore e gestione dell'umidità per lunghe giornate in quota.



INFO: B-Factory - 039.9193830 - info@b-factory.it



RC4 **NOIZE**

TUNE YOUR TURN



SKIING IS NOT A LIFESTYLE. IT'S LIFE.
FISCHERSPORTS.COM

HERO

FOR THE LOVE OF RACE

For the love of race

We rise in the heart of darkness,
Tune, test, wax and repeat.
All in the name of team.

For the love of race

We pack cars
full of kids, gear and dreams
Navigate playlist and chairlifts

Every moment, every turn
Sparks the atmosphere
The vibe in the air.

The energy on course
Together, we rise.
Hearts racing.
Millions of moments,
Shaping milliseconds of movement.

This isn't just racing, it's a way of being
FOR THE LOVE OF RACE.

SCOPRI LA NUOVA GAMMA
ROSSIGNOL HERO 2026-27

IN ANTEPRIMA NEI MIGLIORI
NEGOZI DI SCI ITALIANI

ROSSIGNOL

