

outdoor^{magazine}

SPECIALE TRAIL

UTMB MONT-BLANC

Tutte le novità
dell'edizione 2026

INCHIESTA

Come va il mercato
del trail running?

FANSOMETRO

Le classifiche
di atleti e brand

RUN



ALL

IN

MTL SpeedArc Peak

MERRELL

INCHIESTA	4
Come va il mercato del trail running? Parlano le aziende	
#INSIDETHERACE	8
Record e prestazioni degli azzurri	
PEOPLE	10
L'intervista a Daniel Pattis	
FANSOMETRO	12
Le classifiche social di atleti e brand	
DATI & STATISTICHE	14
I numeri di Data Crunch della Garda Trentino Trail	
INTERVISTE	
Vittorio Barrasso: dentro il team La Sportiva	16
Elena Di Salvo: Vibram e UTMB, una partnership di 19 anni	17
EVENTI	
Le novità di UTMB Mont-Blanc 2026	18
L'AI arriva al TORX	20
Marco De Gasperi e il sogno Ortles Haute Route Trail	22
Il Trofeo Kima non passa mai di moda	23
L'edizione zero de "La Grande Muraglia 260K"	24
I risultati della 100 Miglia Monviso 2026	24
La Sportiva Lavaredo Ultra Trail by UTMB	26
FOCUS PRODOTTO	
La Sportiva	28
NNormal, ASICS	30
Ande, Nat's	31
Merrell, Rossignol	32
BV Sport, Dynafit	33
The North Face, SUUNTO	34



IN COVER: THE NORTH FACE

Editore: MagNet Srl SB - Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO
Direttore editoriale: CLAUDIO PRIMAVESI
Contributors: TATIANA BERTERA, BENEDETTA BRUNI, SARA CANALI, KAREN POZZI, MATILDE MARELLI, SILVIA BERLENDIS
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@outdoormagazine.it - outdoormagazine.it
Allegato redazionale di Outdoor Magazine Anno 19 - N. 6/2026
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

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 28 luglio 2026

UN FENOMENO TRASVERSALE

Come sta cambiando il trail running e quali sono le tendenze di una disciplina intrinsecamente montana che attrae sempre più utilizzatori urbani?

di Benedetta Bruni

Da fenomeno confinato al mondo della montagna e del dislivello, il trail running si sta ormai consolidando come alternativa – se non naturale prosiegua – per gli appassionati di montagna che vogliono portare la propria corsa su strada a un livello successivo. Negli anni ha trovato un terreno fertile dove prosperare, dal gorpcore figlio del contesto urbano, fino all'uso di scarpe più leggere ma con suola a elevata trazione per i cammini di più giorni e il light hiking. E spesso sono proprio le città il catalizzatore della corsa off-road, dove nascono e si moltiplicano i run club che hanno reso sociale e accessibile il fenomeno trail running, avvicinando tra l'altro molti neofiti al primo paio di scarpe definito “gravel” o “door-to-trail” e rafforzando

il senso di appartenenza alla disciplina grazie all'effetto community. Ma è la natura trasversale di questo tipo di calzature, che oltre a essere belle sanno garantire grip e comfort su terreni misti con un peso molto contenuto, a permettere loro di muoversi su più fronti in contemporanea e attingere anche alle abitudini di chi fa escursioni veloci, lunghi cammini o uscite non impegnative, senza essere necessariamente e solo utilizzate come parte di un'estetica urban – pur essendo un trend significativo. Questo è il quadro che emerge dalla nostra inchiesta che ha coinvolto alcuni dei principali player del settore, che hanno confermato il trail running come uno sport in salute e in crescita in tutta Italia.



LE DOMANDE

1. Quanto pesa il comparto trail nel vostro fatturato? Ricontrate un aumento di praticanti e della richiesta di prodotti di questa disciplina?

2. Quanto conta il fattore gorpcore o comunque l'uso delle scarpe da trail per altre attività come il light hiking? Quanto pesa il segmento gravel?

3. Quanto è forte il fattore community e run club nella crescita della disciplina e di conseguenza nello sviluppo prodotto?

4. Com'è andato il sell-in 2026 e cosa vi aspettate in termini di sell-out?

DYNAFIT

MARCO NICOLI, SENIOR SALES MANAGER OBERALP ITALIA



1. A oggi, il comparto trail ha un peso ancora minore sul totale fatturato del marchio, dato che abbiamo una forte componente invernale (lo scialpinismo) comprensiva di attrezzatura il cui valore per articolo è notevolmente maggiore. Data questa premessa, oltre a essere un segmento in crescita percentuale e di valore sul fatturato, il trail ha una rilevanza molto significativa essendo il ramo non invernale principale e composto da tutte le categorie di prodotto (calzatura, abbigliamento, accessori).

2. Difficile quantificare la vendita di calzature

specifiche per uso diverso, visto che la tendenza attuale è usare modelli da trail per light hiking e non solo. Confermiamo che è un utilizzo diffuso che registra vendite importanti anche per il gravel, per cui abbiamo lanciato la linea Trail che ha dato ottimi risultati di vendita proprio mirando a questo runner specifico.

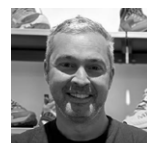
3. Molto, confermiamo che è un fenomeno in forte espansione specialmente nelle aree urbane. Da sempre, Dynafit è un marchio fatto da atleti e per atleti, quindi è nostra *forma mentis* nonché dna lavorare a stretto contatto con atleti professionisti e amatori,

ascoltandoli e osservandoli, coinvolgendoli in sviluppo e test.

4. Il 2025 è l'ultimo di una serie di anni post-pandemici con le calzature in calo, in cui il mercato si è scoperto saturo di prodotto a causa di sovrapposizioni di consegne e overstock, quindi anche il sell-in ha risentito della tendenza dei negozianti ad acquisti più oculati. Da parte nostra, abbiamo lanciato due importanti novità che hanno raccolto consensi positivi e attualmente stanno uscendo bene dai negozi, quindi siamo fiduciosi che il sell-in 2026 e relativo sell-out siano in espansione.

MERRELL

DANIELE PICCIN, SALES MANAGER ITALIA



1. Il comparto trail rappresenta una componente rilevante del nostro fatturato, con un peso significativo nella stagione estiva e leggermente più contenuto nei mesi invernali. Questo vale soprattutto per il mercato italiano, dove la categoria ha un ruolo importante all'interno della nostra offerta. Se allarghiamo lo sguardo al brand nel suo complesso, quindi su scala EMEA o globale, l'incidenza del segmento risulta leggermente più contenuta. Quello che osserviamo con chiarezza, però,

è un interesse in costante crescita da parte dei consumatori e, di conseguenza, anche dei retailer. Il trail viene sempre più percepito come una categoria trasversale, capace di intercettare pubblici molto diversi tra loro: per età, area geografica e modalità di utilizzo. Non si tratta solo di un prodotto legato alla performance o alla pratica sportiva pura, ma di una proposta sempre più ampia, che risponde a esigenze differenti e si inserisce in modo naturale in diversi contesti outdoor.

2. Personalmente, credo che la trasversalità del prodotto sia uno dei temi centrali nello sviluppo della categoria. La possibilità di utilizzare una scarpa trail in contesti diversi – non solo in ambito outdoor, come nel light hiking, ma anche in situazioni più urbane – rappresenta oggi un elemento sempre più rilevante. In Merrell, più che di “outdoor” in senso stretto, preferiamo parlare di “outside”: tutto ciò che si vive fuori dalla porta di casa. Può essere un'escursione, un festival musicale, un

viaggio, un'esperienza in camping o semplicemente l'utilizzo quotidiano in città. Naturalmente dipende anche dal posizionamento e dall'identità del brand. Ci sono marchi con un'impronta più race, fortemente orientata alla performance, e altri – come Merrell – che adottano un approccio più democratico e accessibile, pensato per accompagnare un pubblico ampio in diversi momenti di utilizzo. In questo scenario vediamo un potenziale di crescita importante anche tra i camminatori e, in particolare, nel segmento gravel. Già da un paio d'anni abbiamo inserito in collezione modelli specifici, pensati per rispondere alle esigenze della grande maggioranza degli utilizzatori medi. La sfida, oggi, è soprattutto culturale e comunicativa: per i retailer significa saper spiegare correttamente questi prodotti; per i brand, posizionarli e raccontarli in modo chiaro all'interno del punto vendita; per i consumatori, comprenderne appieno caratteristiche e occasioni d'uso. In questo senso, è necessario un lavoro di educazione che coinvolga tutti gli attori del mercato.

3. È interessante osservare come discipline per loro natura individuali, come il running e il trail running, siano oggi sempre più spesso animate da vere e pro-

prie community. Negli ultimi anni stiamo assistendo a una forte fase di socializzazione della pratica sportiva: run club, gruppi locali e community digitali sono diventati punti di riferimento importanti per i praticanti e, di conseguenza, anche per le aziende. Credo che il ruolo delle community sia particolarmente rilevante soprattutto dal punto di vista della comunicazione e della capacità di creare coinvolgimento attorno al brand. Per quanto riguarda invece lo sviluppo prodotto, il nostro riferimento principale resta il confronto diretto con un team di atleti professionisti, che ci permette di raccogliere feedback tecnici molto puntuali e legati alla performance. Un esempio concreto è la linea MTL, Merrell Test Lab, che comprende quattro modelli race pensati per coprire diverse distanze e tipologie di gara, dal vertical fino all'ultra. Si tratta di prodotti sviluppati grazie al contributo, ai consigli e alle esigenze dei nostri atleti, tra cui Frederic Tranchard, campione del mondo di trail corto.

4. Il sell-in 2025 relativo alla stagione 2026 del segmento trail running ha registrato una crescita a doppia cifra: un risultato sicuramente positi-

vo e non scontato, anche se riteniamo ci sia ancora un potenziale importante da esprimere, sia rispetto alle nostre aspettative sia rispetto agli obiettivi del brand. Il segnale più incoraggiante arriva però dal sell-out, che evidenzia un andamento positivo e una crescente risposta da parte del consumatore finale. Per noi è un indicatore importante, perché conferma che Merrell sta iniziando a essere percepito come un brand sempre più credibile anche nella categoria trail running. Naturalmente il percorso è ancora lungo, soprattutto in un segmento molto competitivo e presidiato da player con una forte storicità. Possiamo dire di avere appena iniziato la nostra "ultra": siamo solo ai primi chilometri, ma le sensazioni sono positive.

"Il trail viene sempre più percepito come una categoria trasversale [...] Non si tratta solo di un prodotto legato alla performance o alla pratica sportiva pura, ma di una proposta sempre più ampia, che risponde a esigenze differenti e si inserisce in modo naturale in diversi contesti outdoor"

JOMA MARCO PICCOLO, CATEGORY MANAGER TRAIL E OUTDOOR ITALIA



1. Ogni anno, il trail assume un peso sempre crescente nel fatturato delle calzature. Questo da una parte è dovuto all'aumento dei partecipanti e alla conseguente richiesta di prodotti più generalisti, ma anche (e lo dicono i numeri) alla maggiore credibilità e fiducia che viene data al marchio Joma a livello tecnico, conseguenza di un lavoro costante di posizionamento e visibilità oltre che alla continua ricerca e sviluppo dei materiali, primo tra tutti la nostra nuova suola JOMA GRIP. Frequentando settimanalmente l'ambiente delle gare, ho constatato come il numero di praticanti di tutti i livelli stia aumentando in maniera vertiginosa.

2. Abbiamo registrato un aumento sia nel mercato "generalista" che in quello "sportivo", quindi valuteremo in egual misura il peso avuto dal gorpcore e dal miglioramento della percezione del pubblico più tecnico ed esigente. L'estensione di utilizzo, l'estetica e le tendenze

di mercato (moda o influencer che siano) sono indubbiamente un booster, ma un altro argomento altrettanto corretto riguarda i camminatori, che in buona parte preferiscono le scarpe da trail sia in montagna che nei cammini veri e propri.

3. Penso che non si possa prescindere dal significato aggregativo, sociale e culturale che il running sta assumendo. Per la crescita della disciplina in termini numerici, la community è il primo fattore di sviluppo: come è naturale e giusto che sia, aumentando i numeri alla base, anche l'alto livello aumenterà in termini di qualità e quantità. Viste queste due premesse, lo sviluppo del prodotto va tarato rispetto a un pubblico estremamente eterogeneo, garantendo delle gamme che possano essere il più possibile ampie e varie per abbracciare tutte (o almeno la maggior parte) le esigenze dell'utilizzatore finale. Per noi di Joma, quanto più riusciamo ad avere

contatti diretti con il pubblico, raccogliere feedback e intercettare esigenze, tanto meglio ci sarà possibile calibrare le nostre scelte per rispondere alle richieste del mercato e dei rivenditori. Per questo motivo, negli ultimi due anni la nostra presenza presso i rivenditori e nelle manifestazioni sta crescendo esponenzialmente con test prodotto, attività di formazione e collaborazioni con gruppi di corsa e atleti di alto e altissimo livello.

4. I dati sono incoraggianti e mostrano che la direzione è quella corretta, proseguiamo nello sviluppo delle calzature a livello tecnico e questo ci posiziona presso alcuni rivenditori più specializzati dove registriamo l'incremento maggiore. Continueremo a sostenere i nostri retailer collaborando con le community e portando sul territorio le scarpe con test e social run e questa finora si è rivelata una strategia vincente per aumentare il sell-out.

LOWA GIAN LUCA FARINAZZO, HEAD OF SALES ITALY ED EXPORT MANAGER



1. Avendo introdotto solo tre anni fa una collezione trail running, i numeri sono in forte crescita anche se rappresentano ancora una quota limitata del fatturato totale. Gli obiettivi sono ambiziosi e le nuove collezioni presentate per la stagione SS 27 rappresentano un benchmark importante da un punto di vista tecnico. Tra queste spicca il modello Paceterra Pro, probabilmente la scarpa da competizione più leggera sul mercato con i suoi 206 grammi nella taglia 8 UK, ottenuti grazie a soluzioni costruttive e all'utilizzo di materiali estremamente performanti e resistenti. Il numero di praticanti è in costante aumento; lo possiamo misurare anche attraverso i molti eventi a cui partecipiamo come spon-

sor, che vedono un numero di iscritti in crescita.

2. L'utilizzo per il tempo libero di calzature sviluppate per la corsa su terreni irregolari outdoor, siano questi in montagna o meno, rappresenta la quota preponderante del business. Sono scelte da persone che vogliono scarpe comode, con un ottimo grip, un buon supporto, leggere e magari accattivanti esteticamente; in quale categoria vengano inserite è questione di segmentazione. Ogni utilizzatore deve essere poi in grado di valutare quale calzatura possa meglio accompagnarlo nelle proprie attività all'aria aperta. Per la SS 27, Lowa propone Flowterra, un modello che ha riscon-

trato un feedback estremamente positivo proprio per le caratteristiche menzionate sopra.

3. Sicuramente sono importanti per creare credibilità ed entrare in contatto con un pubblico tecnico in grado di apprezzare i dettagli del prodotto a garantire la performance, ma anche un riscontro e qualche feedback.

4. La campagna SS 27 è in pieno svolgimento e gli ordini in forte crescita sui nuovi modelli della collezione trail running confermano la bontà delle proposte di Lowa.

ROSSIGNOL

SIMONE MANCINI, MARKETING MANAGER ITALIA



1. Per Rossignol la SS 26 è la seconda stagione nel mondo del trail running con una collezione dedicata di footwear progettata e sviluppata interamente in Italia. Quindi, se nel mondo della montagna abbiamo una storicità affermata da oltre un secolo, nella corsa off-road siamo novelli, di conseguenza il fatturato è ancora modesto rispetto al nostro business principale che rimane saldamente ancorato all'inverno. In ogni caso la prospettiva è ottima, in questo lasso di tempo abbiamo quasi raddoppiato la distribuzione in Italia e anche per la SS 27 c'è movimento e interesse nel mercato, confermando dunque il trail running come uno sport con ancora potenziale da sviluppare e un numero di trail runner o almeno di frequentatori/camminatori della montagna estiva in crescita.

2. La nostra risposta a questa dinamica è chiara: Rossignol è entrata nel trail running con un approccio estremamente tecnico, proponendo tecnologie all'avanguardia perfettamente allineate ai top player del settore. Ma abbiamo guardato con attenzione anche a trend come il gorpcore e il light hiking, che allargano il mercato a chi cerca stile e comfort quotidiano. Ne è un esempio perfetto la Vercors, la nostra nuova calzatura da ultra trail lanciata per la SS 26: una scarpa tecnicissima ma straordinariamente comoda. I feedback raccolti durante i numerosi test

sul campo avviati in tutta Italia dallo scorso aprile confermano che, oltre alle performance sui sentieri, gli utenti la apprezzano moltissimo anche in contesti urbani proprio per il suo design e il suo comfort eccezionale. Inoltre, Rossignol presidia con successo anche il segmento gravel già da due anni, con la nostra Venosk, una calzatura definita proprio door-to-trail e progettata all'insegna della massima versatilità e del comfort in allenamento. La Venosk nasce per accompagnare il runner in modo fluido dalla porta di casa

"Le community e i run club sono il motore del trail: lo hanno reso sociale e accessibile, avvicinando molti neofiti grazie a segmenti come il gravel"

ai sentieri, offrendo transizioni perfette su terreni misti. È la scarpa ideale per correre su strade bianche, parchi, piste ciclabili e viali forestali, gestendo con naturalezza anche i tratti di asfalto senza rinunciare alla protezione e al grip necessari per uno sterrato leggero.

3. Le community e i run club sono il motore del trail: lo hanno reso sociale e accessibile, avvicinando molti neofiti grazie a segmenti come il gravel.

Per Rossignol questo legame è un laboratorio fondamentale per lo sviluppo prodotto. Il feedback diretto dei runner è per noi vitale, come dimostrano i numerosi test in collaborazione con i negozianti: dallo scorso aprile 2026 abbiamo organizzato quasi 30 attivazioni in tutta Italia per raccontare e fare testare i nostri prodotti, in particolare la scarpa novità Vercors. Queste attività sono anche fondamentali per fidelizzare i retailer, permettere loro di conoscere meglio il prodotto che hanno in vendita e trasmettere l'impegno e la visione dell'azienda in questo settore.

4. Come detto, per Rossignol la SS 26 è la seconda stagione nel trail running. Il sell-in dello scorso anno è andato benissimo rispetto alla prima stagione SS 25, anche se chiaramente i nostri numeri sono ancora piccoli visto che siamo nuovi in questo sport. Il sell-out si sta muovendo piuttosto bene soprattutto in certe zone d'Italia, come il nord-ovest, mentre è più lento nelle grandi città. In ogni caso, abbiamo messo in campo tutte le nostre forze, per esempio con un progetto di "sales support" con nostro personale tecnicamente formato, che ha trascorso in totale quasi 100 giornate in alcuni key dealer in Lombardia, Valle d'Aosta e Toscana per raccontare il prodotto ai consumatori finali, incentivando così le vendite.

SCARPA

MARCO TICCÒ, TRAIL RUNNING SPORT MARKETING SPECIALIST



1. Il trail running rappresenta ancora una quota contenuta del nostro fatturato, ma è una categoria ad alto potenziale su cui stiamo investendo con decisione. Per SCARPA non è solo un segmento in espansione, ma un pilastro strategico che riflette appieno il nostro dna: innovazione, performance e profonda connessione con la montagna. Negli ultimi anni abbiamo registrato una crescita costante di appassionati, con una user base sempre più ampia ed eterogenea. Certi che questo trend si consoliderà, seguiamo nell'evoluzione della nostra gamma per rafforzare la leadership di SCARPA in questo mercato.

"È un fattore centrale, probabilmente il più determinante. La crescita del trail in Italia passa più dai club, dai raduni e dagli atleti reali che dalla pubblicità tradizionale"

2. Il peso del fenomeno gorpcore, dell'uso cross-category per il light hiking e la crescita del segmento gravel sono macro-trend reali e non trascurabili. Per SCARPA, tuttavia, non rappresentano la leva strategica principale attorno a cui è stata concepita la nuova collezione. Ciò premesso, le specifiche del prodotto presentano una versatilità intrinseca che ne permette un impiego tattico anche in questi ambiti, garantendo una potenziale copertura di questi segmenti senza impattare sulla roadmap di sviluppo prioritaria.

3. La dimensione di community e il fenomeno dei run club rappresentano un acceleratore esponenziale per la crescita della categoria, aumentando il tasso di penetrazione del mercato e l'ingaggio dei consumatori. Pur riconoscendo l'elevato valore strategico di questo trend di mercato, la product roadmap di SCARPA rima-

ne saldamente guidata dall'approccio athlete-first. Il focus primario nello sviluppo prodotto continua a essere la soddisfazione delle esigenze tecnico-prestazionali degli atleti e dei professionisti in contesti di montagna.

4. Il sell-in 2026 ha registrato risultati positivi e in linea con le aspettative. Il forte riscontro ottenuto dai partner commerciali conferma la crescente fiducia nel posizionamento di SCARPA nel segmento trail running. Guardando al sell-out, le prospettive sono buone e ci lasciano ben sperare: la costante espansione della disciplina ci fa prevedere un trend solido anche sul mercato finale. L'elevata qualità dei prodotti, la sinergia con i rivenditori e la sempre maggiore brand awareness nella categoria rappresentano le basi per raggiungere performance di rilievo durante la stagione.

KAILAS

JACOPO FANTINI, BUSINESS DEVELOPMENT SPECIALIST SPRINT COMMERCE SRL



1. Il trail è oggi uno dei segmenti a crescita più sostenuta del nostro portfolio in Italia. Nelle ultime stagioni abbiamo registrato un aumento costante sia del numero di praticanti sia della richiesta di prodotti tecnici dedicati. Un trend che leggiamo come strutturale, non stagionale, e che ci ha spinti a investire con continuità sulla linea Kailas FUGA e sulla sua community di atleti sul territorio italiano.

2. Osserviamo sicuramente un uso crossover della scarpa da trail anche fuori dal contesto gara, il light hiking su tutti. È un fenomeno che leggiamo più come conseguenza naturale delle qualità tecniche del prodotto (grip, protezione, comfort su terreno misto) che

come moda gorpcore in senso stretto: Kailas FUGA resta un brand "mountain-rooted", non lifestyle urbano, e il posizionamento tecnico è la ragione per cui funziona anche fuori dalla gara. Il gravel, per ora, è un segmento adiacente che osserviamo con interesse ma che pesa in modo marginale sul nostro business specifico.

3. È un fattore centrale, probabilmente il più determinante. La crescita del trail in Italia passa più dai club, dai raduni e dagli atleti reali che dalla pubblicità tradizionale. Per questo dedichiamo una parte importante del racconto Kailas FUGA proprio alla community: FUGA Mountain Club, ambassador italiani, eventi e gare sul territorio. Questo feedback diretto dal campo

influenza anche lo sviluppo prodotto, non solo la comunicazione.

4. Il sell-in 2025 ha confermato la traiettoria di crescita del comparto trail nel nostro portfolio. Per il sell-out siamo moderatamente ottimisti: ci aspettiamo, in primis, un consolidamento della domanda, oltre che un ulteriore step in avanti, sostenuto soprattutto dal ricambio tecnico degli atleti già attivi e dall'ingresso di nuove persone attratte dalla disciplina. In questa fase il passaparola tra praticanti sta posizionando Kailas FUGA tra i brand più richiesti sul mercato ed è un trend che vogliamo proseguire e sostenere con operazioni mirate e attivazioni dedicate.

NNORMAL

CLAUDIO CASELLA, SALES MANAGER ITALIA B-FACTORY PER NNORMAL

1. Dal punto di vista dell'agenzia B-Factory, l'analisi del comparto trail va letta attraverso la lente della crescita dinamica, più che sui volumi assoluti storici. Essendo NNORMAL un brand giovane, quasi una start-up in questa fase di mercato, la nostra priorità strategica è legata alla diffusione e al consolidamento del marchio sul territorio, piuttosto che alla pura massimizzazione immediata dei volumi. Detto questo, il peso del fatturato generato comincia a essere decisamente interessante e mostra un trend costante e incrementale nel tempo. Sebbene non si trovi ancora ai livelli dei marchi storici o più maturi presenti nel nostro portafoglio, la velocità di crescita è impressionante. Questo exploit è la diretta conseguenza di un aumento netto e oggettivo di praticanti e appassionati della disciplina. Riscontriamo una forte richiesta di prodotti specifici per il trail, guidata soprattutto da una nuova tipologia di utenti che cerca tecnicità unita a versatilità. Il mercato si sta allargando rapidamente e la nostra sfida è proprio quella di intercettare questa domanda in costante aumento, posizionando il brand come il punto di riferimento per il futuro della disciplina.

2. Poter guardare oltre la nicchia degli specialisti è fondamentale per la crescita di un brand. Il fenomeno del gorpcore e l'estensione delle calzature da trail verso l'urban, il trekking leggero o il semplice cammino non sono più eccezioni, ma pilastri della strategia di sviluppo prodotto e di fatturato. Oggi i volumi di vendita, sia per noi che per l'intero mercato, sono nettamente sbilanciati a favore di un utilizzo meno esasperato della scarpa: il consumatore cerca un prodotto performante ma versatile, adatto a un uso più ludico e spensierato. In questo scenario, l'estetica e lo storytelling del marchio sono le chiavi per accendere l'immaginazione del pubblico, mentre il passaparola e il riscontro oggettivo sulla comodità e sul valore del prodotto fanno il resto. Per quanto riguarda il segmento gravel, il discorso è analogo: rappresenta perfettamente questa logica di "ibridazione". Esattamente come nel ciclismo, l'utente cerca una scarpa "transizionale", capace di passare dall'asfalto allo sterrato leggero senza soluzione di continuità. È un segmento dal peso crescente, perché intercetta chi non ama i tecnicismi del trail puro, ma non vuole porsi limiti nell'esplorazione quotidiana o nei viaggi outdoor.

3. Il fattore community e l'esplosione dei run club sono tra i motori principali della crescita del movimento, soprattutto perché reinterpretano la corsa non più solo come performance, ma come momento di socialità, condivisione e assoluta libertà. Dal punto di vista del brand, tuttavia, la dinamica è complessa e va analizzata con attenzione. Nelle prime fasi, queste community spesso nascono appoggiandosi ai negozi fisici specializzati o a eventi specifici. Progressivamente, però, tendono a cercare l'indipendenza, creando una propria identità forte che si sgancia dal punto vendita tradizionale. Il rischio reale è che il negozio fisico, se non è parte attiva e operativa sul territorio all'esterno delle sue quattro mura, diventi quasi "succube" o escluso dalle dinamiche del club. Questa emancipazione sposta inevitabilmente i consuma-

tori verso i canali digitali e l'e-commerce per soddisfare le proprie necessità d'acquisto. Per un brand, quindi, i run club vanno assolutamente caldeggiati e supportati, ma con una strategia omnicanale: la community serve a generare brand awareness e senso di appartenenza, ma dobbiamo essere pronti a intercettare la domanda commerciale ovunque il consumatore decida di acquistare, specialmente online. Sul fronte dello sviluppo prodotto, questo fenomeno spinge verso calzature sempre più polivalenti, capaci di gestire ritmi diversi (dal runner evoluto a chi partecipa per pura socialità) e con un'estetica forte, adatta a essere "vissuta" ed esibita all'interno del gruppo.

4. Il sell-in 2025 per il 2026 è andato decisamente bene, registrando una crescita importante. Il fattore chiave

di questo successo è stato il lancio di un nuovo modello, la Cadi, una calzatura molto confortevole e dalla calzata generosa. Questo prodotto ha segnato una svolta strategica: ha permesso al brand di evolvere da una percezione puramente legata alle performance estreme verso un posizionamento sempre tecnico, ma più accessibile, completato da varianti colore molto accattivanti.

Per quanto riguarda il sell-out, siamo nel pieno della stagione e i riscontri finora sono positivi. Un dato per noi fondamentale è la tenuta del valore del brand: la nostra azienda per politica aziendale non concede la svalorizzazione dei prodotti durante il periodo dei saldi. Il fatto che le vendite stiano andando bene a prezzo pieno è la dimostrazione oggettiva della valenza del marchio e del prodotto.





PUPPI TRA I GALACTICOS DEL TRAIL

L'azzurro entra nella storia sfiorando la vittoria alla Western States, ma anche alla LUT e alla Marathon du Mont-Blanc ci sono tanta Italia e record infranti da prestazioni stratosferiche

di Maurizio Torri

Spesso abbiamo rimarcato come in un calendario troppo ricco d'appuntamenti sia difficile vedere confronti diretti e gare di livello. L'ultimo weekend di giugno ci ha invece regalato tre spettacolari happening in cui numeri e livello sono andati a braccetto: Lavaredo Ultra Trail, Marathon du Mont-Blanc e Western States. Il fil rouge che lega questi big event è molto chiaro: il trail running non ha mai toccato livelli così elevati. Dalle imprese di Bouillard, Lichter, Alexandersson, Budha, Bonnet, Namberger... fino ai podi italiani firmati Puppi, Pattis, Reiterer, Geiser e Minoggio, balzano all'occhio contenuti tecnici sempre più elevati e un'Italia capace di recitare un ruolo da protagonista su tutti i terreni e su tutte le distanze.

LUT 20K, BELLA ITALIA

La prova più tecnica e concentrata del programma cortinese ha confermato come il trail running italiano continui a esprimere talenti di valore anche sulle prove più veloci. A dominare la scena è stato Andrea Rostan, che dopo il successo del 2025 si è ripetuto con una gara condotta sempre al comando. Alle sue spalle hanno completato un podio interamente italiano e firmato Team La Sportiva, Isacco Costa e Luca Pescollderungg. Anche al femminile è arrivata una conferma importante con



MAURIZIO TORRI

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

Anna Hofer, vincitrice per il secondo anno consecutivo davanti alla slovena Klara Velepec e alla britannica Sonia Samuels. Un risultato che evidenzia la profondità del movimento italiano nelle gare brevi e tecniche.

LUT 50K, ITALO TRAIL

La 50 chilometri ha offerto una delle prestazioni più significative dell'intero fine settimana grazie a Daniel Pattis. La gara ha confermato come gli specialisti italiani delle distanze intermedie siano oggi competitivi ai massimi livelli internazionali. L'altoatesino del team Brooks Trail Runners ha imposto un ritmo impressionante fin dalle prime battute, ingaggiando un duello di altissimo livello con Nadir Maguet fino a Passo Giau. Nella seconda parte di gara Pattis ha preso il largo, andando a vincere con un crono di soli 51 secondi sopra il muro delle quattro ore. Maguet ha concluso secondo, mentre Lorenzo Rota Martir ha completato un podio tutto italiano. Tra le donne il successo della spagnola Malen Osa Ansa ha confermato i pronostici della vigilia, con l'arrivo davanti a Patricia Pineda Cornejo e alla slovacca Silvia Schwaiger.

LUT 120K, CROLLANO I RECORD

La prova regina delle Dolomiti ha regalato una delle



Alcuni momenti della Western States di Francesco Puppi, compreso il famoso guado dell'American River



edizioni più spettacolari della sua storia, con oltre 1.500 atleti al via e il record della gara abbattuto sia in campo maschile sia femminile. Tra gli uomini Hannes Namberger ha conquistato il quarto successo consecutivo a Cortina, imponendosi in 11h45'31", nuovo primato della competizione. Per gran parte della notte il tedesco ha corso insieme ad Andreas Reiterer e Tobias Geiser, protagonisti di una sfida di altissimo livello, conclusa con un emozionante arrivo mano nella mano nella mano che ha assegnato a entrambi la seconda posizione. Per l'Italia la prestazione di Reiterer rappresenta l'ennesima conferma di un atleta ormai stabilmente inserito tra i migliori interpreti mondiali dell'ultra trail. Una crescita costante confermata anche per Geiser. La gara femminile ha visto il trionfo della nepalese Sunmaya Budha, autrice di una straordinaria rimonta sulla favorita australiana Lucy Bartholomew. Budha ha fermato il cronometro a 13h33'18", migliorando uno storico record che resisteva dal 2015. Bartholomew ha chiuso seconda, mentre la terza posizione è andata all'irlandese Emma Stuart.

MARATHON DU MONT-BLANC 90 KM, MINOGGIO C'È

La gara più lunga del weekend di Chamonix ha confermato il proprio ruolo di riferimento assoluto per il trail alpino europeo. Su un percorso di 88 chilometri e oltre 6.100 metri di dislivello positivo è andata in scena una battaglia memorabile tra il francese Louison Coiffet, l'americano Ben Dhiman e Cristian Minoggio. I tre hanno corso a lungo insieme prima dell'allungo decisivo del francese e Minoggio ha conquistato un prestigioso

terzo posto. Il risultato del piemontese del Team Kailas FUGA rappresenta uno dei migliori exploit italiani del weekend. All'esordio sulla distanza, Minoggio ha dimostrato di poter competere ad armi pari con i migliori specialisti internazionali, restando in corsa per la vittoria fino alle ultime salite. In campo femminile successo della francese Candice Fertin-Baccon davanti ad Audrey Tanguy ed Ekaterina Mityaeva.

MARATHON DU MONT-BLANC 42 KM, ALEXANDERSSON DA URLO

La maratona francese ha messo in evidenza due autentici fuoriclasse della corsa in montagna internazionale: Rémi Bonnet e Tove Alexandersson. Il primo ha confermato il proprio dominio sulle lunghe salite alpine, imponendosi al termine di un interminabile confronto con il francese Frédéric Tranchand. Terzo lo spagnolo Manuel Merillas. Ancora più impressionante la prestazione femminile della svedese Tove Alexandersson. La campionessa scandinava è stata la prima donna nella storia della Marathon du Mont-Blanc a scendere sotto il muro delle quattro ore. Un risultato impareggiato dall'undicesimo posto assoluto e dal fatto di essere transitata sul traguardo prima del vincitore maschile grazie alla partenza anticipata. Giornata nera per gli italiani, con i ritiri di Davide Magnini, Andrea Prandi, Mattia Bertoncini, Elisa Desco e Fabiola Conti.

WESTERN STATES, LA CONSACRAZIONE DI PUPPI

La storica 100 miglia californiana ha rappresentato probabilmente il punto più alto dell'intero weekend mondiale del trail running. La gara più iconica dell'ultrarunning internazionale ha vissuto un'edizione da record, con i primi tre uomini capaci di scendere sotto il precedente primato della corsa. A vincere è stato il francese Vincent Bouillard in 13h46'15", nuovo record del percorso, davanti a uno straordinario Francesco Puppi. Al debutto assoluto sulle 100 miglia, il comasco ha guidato a lungo la gara, è transitato al comando nei punti chiave della corsa e ha ceduto soltanto nel finale, chiudendo secondo in 13h51'08". Terzo lo statunitense Ryan Montgomery. La prestazione di Puppi rappresenta uno dei risultati più importanti mai ottenuti da un atleta italiano nell'ultra trail internazionale. Non soltanto per il piazzamento, ma per il modo in cui è maturato: contro un campo partenti che comprendeva campioni del calibro di Kilian Jornet, Jim Walmsley, Adam Peterman e Zach Miller, l'azzurro ha corso per vincere fino agli ultimi chilometri. Anche la gara femminile ha scritto una pagina di storia. La statunitense Jenn Lichter, all'esordio sulla distanza, ha vinto in 15h28'05", migliorando il record detenuto da Courtney Dauwalter.

ASPETTANDO CHAMONIX

Date queste premesse, l'ultima settimana di agosto gli italiani si candideranno a un ruolo di assoluti protagonisti all'UTMB Mont-Blanc. Pochi anni fa i nostri non sarebbero andati oltre un piazzamento sulla OCC, ora abbiamo dei ragazzi che possono puntare al podio in ognuna delle tre final transalpine. Il percorso di specializzazione fatto dai nostri atleti sta dando i suoi frutti soprattutto al maschile. Al femminile, eccezion fatta per Martina Valmassoi e Fabiola Conti, abbiamo ampi margini di crescita... Diamo tempo al tempo.



Cristian Minoggio, terzo alla 80K della Marathon du Mont-Blanc



È L'ANNO DI DANIEL PATTIS

A tu per tu con l'altoatesino del team Brooks che ha riscritto il record della 50K alla LUT e sfiorato una storica vittoria a Zegama

di Claudio Primavesi

La recente vittoria con record alla 50K della Lavaredo Ultra Trail è solo la ciliegina sulla torta di una stagione che sta consacrando Daniel Pattis tra i più forti trail runner mondiali sulla distanza fino a 50 chilometri. Prima di Cortina sono arrivati Zegama, con un secondo posto a soli 20" da Elhousine Elazzaoui, l'argento nel trail di 52 chilometri agli Europei di Kamnik e il secondo posto nella Chianti Marathon Trail dietro a Puppi.

Vieni dalla corsa in montagna e negli ultimi anni ti sei imposto nel trail sui 20-50 chilometri, con risultati importanti nell'ultima stagione. Sono le distanze in cui ti trovi meglio?

Sì, al momento mi trovo molto bene tra i 30 e i 50 chilometri. Negli ultimi due anni ho modificato leggermente l'allenamento per essere competitivo anche su queste distanze, lavorando molto sulla resistenza nella fase finale delle gare: più sessioni di forza in palestra e corse lunghe più estese, senza abbandonare le sedute rapide, come gli intervalli da cinque minuti, per non perdere velocità. Quest'anno ho corso anche gare più brevi, sotto l'ora, tenendo il passo ad alti livelli: credo di aver tratto beneficio dalle gare corte disputate in passato, che abitano il corpo a ritmi veloci e sono una buona base per le distanze più lunghe.

Quali sono i prossimi obiettivi stagionali?

Quest'anno l'obiettivo era passare alle gare sui 50 chilometri e restare costantemente ad alto livello su questa distanza. Credo di esserci riuscito, con risultati come Chianti, Zegama, Lavaredo e i Campionati Europei: ne sono orgoglioso. Un obiettivo importante è l'OCC di Chamonix a fine agosto, che corro per la prima volta. Al di là delle gare, punto a non perdere il piacere di correre sui sentieri e ad arrivare a fine stagione in buona salute, mantenendo la leggerezza mentale: non è sempre facile, perché a un certo livello si tende a mettersi sotto pressione.

La gara che ti ha dato maggiore convinzione, Zegama?

Quest'anno a Zegama mi sono sentito in ottima forma, forse la migliore di sempre: ho trovato subito il mio ritmo e l'ho mantenuto fino al traguardo. Mi è mancato poco per la vittoria: solo Elhousine Elazzaoui è stato leggermente più veloce. Sono stato felicissimo di salire sul podio in una prova così iconica.

Kilian ha sempre detto "Zegama is Zegama": cosa significa correre la gara spagnola?

Zegama è qualcosa di speciale: in nessun'altra gara ci sono così tanti tifosi lungo il percorso. A metà gara, a Sancti Spiritu, si corre tra le ali di folla: il rumore è assordante e l'atmosfera è da grande festa, un'esperienza unica. A rendere tutto ancora più speciale contribuisce spesso la pioggia battente, che trasforma Zegama in una battaglia nel fango.

Cosa significa tornare a vestire la maglia azzurra e vincere una medaglia agli Europei?

Ho già partecipato a diversi Europei e Mondiali, ma far parte della Nazio-



nale mi rende sempre felice: conosco da tempo staff e compagni e tra noi c'è fiducia reciproca. Con la maglia azzurra si vuole dare il meglio anche perché esiste una classifica a squadre: non si corre solo per sé stessi. La Nazionale mi ha sostenuto già da giovane, quando il trail running non era ancora diffuso quanto oggi, e voglio restituire qualcosa con le mie prestazioni. Il secondo posto conquistato quest'anno agli Europei ha significato molto, perché nell'ultimo periodo i risultati internazionali non erano andati come speravo.

L'anno prossimo ci sono i Mondiali: quali sono i tuoi obiettivi?

Segnerò in rosso sul calendario i Mondiali in Sudafrica: saranno l'obiettivo principale della stagione. Spero di restare in forma fino ad allora e di qualificarmi, per competere per un posto tra i primi 10 o addirittura tra i primi cinque.

Sei cresciuto nel team Brooks: cosa significa far parte di quella famiglia?

Brooks è il mio primo e unico sponsor: mi ha dimostrato fiducia anche prima di raggiungere il livello attuale e sono molto grato al marchio. Negli anni è nata una collaborazione bella e proficua e molte persone di quell'ambiente sono ormai amici.

In futuro allungherai le distanze? Ti vedremo mai in una cento miglia?

Le lunghe distanze attirano molta attenzione di media, sponsor e atleti, ma non mi sento ancora pronto ad affrontarle. Da professionista vorrei però misurarmi con i migliori al mondo, e molti corrono ormai anche sulle 100 miglia: vedremo cosa riserverà il mio percorso.

L'avversario più duro?

Ho avuto la fortuna di gareggiare contro vere leggende, come Kilian Jornet, Rémi Bonnet, Elhousine Elazzaoui, Patrick Kipngeno, Davide Magnini o Francesco Puppi: difficile sceglierne uno solo. A Zegama, Elhousine occupa un posto speciale: quest'anno, come lo scorso, ha corso con me gran parte della gara, per poi staccarmi nel finale.

Il momento più bello della tua carriera?

Da più giovane ero sempre incredibilmente nervoso prima delle gare, e altrettanto felice e sollevato quando andavano bene. Ricordo con affetto il titolo di vicecampione del mondo Under 20 a Premana, un momento speciale ai Mondiali di casa: tutti erano felici per me. Anche il quattordicesimo posto alla mia prima Sierre-Zinal, nel 2022 a 24 anni, arrivò come un fulmine a ciel sereno, e lo ricordo con piacere.

Il tuo VO2 max?

L'ho misurato più volte con risultati variabili, quindi non darei troppo peso al dato: era comunque intorno agli 80.

Quando ti alleni ascolti musica?

Mi piace la tranquillità dell'allenamento all'aria aperta, quindi di solito corro senza musica. Solo durante gli allenamenti di forza in palestra ascolto musica o podcast.

Leggi? L'ultimo libro?

Sì, mi piace molto leggere, sia saggistica che narrativa, oltre a sfogliare guide di arrampicata ed escursionismo in alta montagna. L'ultimo libro che ho letto è "L'amore al tempo dell'odio" di Florian Illies, che consiglio senza esitazione.

VERCORS

Built to go the distance. Run far.

Una scarpa da ultra che offre comfort, leggerezza e protezione all-terrain. Per correre senza fine.



ROSSIGNOL



CAMPIONI E COMMUNITY

La classifica social dei protagonisti del trail running mondiale
e dei principali brand del settore su Instagram

di Matilde Marelli

Abbiamo analizzato gli account Instagram dei principali trail runner internazionali, uomini e donne, prendendo in considerazione due indicatori: il numero di follower e l'engagement rate. Ne emerge una fotografia che

dimostra come la notorietà non vada sempre di pari passo con la capacità di coinvolgere la propria community. Per i marchi abbiamo considerato il numero di follower di 26 aziende coinvolte nel business del trail.



TOP 10 TRAIL RUNNER

Per numero di follower			Per engagement rate		
UOMINI			UOMINI		
1	KILIAN JORNET BURGADA	@KILIANJORNET 2 MLN	1	TOM EVANS	@TOMEVANSULTRA 7.46%
2	JIM WALMSLEY	@WALMSLEYRUNS 284K	2	DANIEL JONES	@DANIEL.C.JONES 6.96%
3	RÉMI BONNET	@REMI_BONNET 237K	3	RÉMI BONNET	@REMI_BONNET 6.92%
4	TOM EVANS	@TOMEVANSULTRA 140K	4	ELHOUSINE ELAZZAOU	@ELHOUSINE_ELAZZAOU 6.64%
5	MANUEL MERILLAS	@MANUEL_MERILLAS 115K	5	JIM WALMSLEY	@WALMSLEYRUNS 5.10%
6	FRANCESCO PUPPI	@FRANCESCO.PUPPI 63,3K	6	CALEB OLSON	@CALEBOLSON123 4.99%
7	ELHOUSINE ELAZZAOU	@ELHOUSINE_ELAZZAOU 57,6K	7	MANUEL MERILLAS	@MANUEL_MERILLAS 3.56%
8	CALEB OLSON	@CALEBOLSON123 29,6K	8	PHILEMON OMOGO KIRIAGO	@PHILEMON_KIRIAGO 3.38%
9	DANIEL JONES	@DANIEL.C.JONES 15,2K	9	FRANCESCO PUPPI	@FRANCESCO.PUPPI 3.22%
10	PHILEMON OMOGO KIRIAGO	@PHILEMON_KIRIAGO 15,2K	10	KILIAN JORNET BURGADA	@KILIANJORNET 0.54%

DONNE			DONNE		
1	COURTNEY DAUWALTER	@COURTNEYDAUWALTER 745K	1	MALEN OSA ANSA	@MALENOSAA 12.92%
2	SARA ALONSO	@SARAALONSO5 165K	2	TOVE ALEXANDERSSON	@TOVEALEXANDERSSON 8.01%
3	KATIE SCHIDE	@KATIESCHIDE 124K	3	SARA ALONSO	@SARAALONSO5 5.42%
4	MARTINA VALMASSOI	@MARTISKKA 108K	4	TARA DOWER	@TARA.DOWER 5.27%
5	MALEN OSA ANSA	@MALENOSAA 99,5K	5	KATIE SCHIDE	@KATIESCHIDE 3.98%
6	TARA DOWER	@TARA.DOWER 76,2K	6	MADALINA FLOREA	@FLOREAMADALINA7 2.68%
7	RUTH CROFT	@RUTHCROFTY 72,7K	7	COURTNEY DAUWALTER	@COURTNEYDAUWALTER 2.67%
8	MADALINA FLOREA	@FLOREAMADALINA7 68,8K	8	JUDITH WYDER	@JUDITHWYDER 2.65%
9	JUDITH WYDER	@JUDITHWYDER 61,9K	9	MARTINA VALMASSOI	@MARTISKKA 2.04%
10	TOVE ALEXANDERSSON	@TOVEALEXANDERSSON 55K	10	RUTH CROFT	@RUTHCROFTY 1.99%

Il dato più evidente riguarda la popolarità degli atleti. Tra gli uomini domina senza rivali Kilian Jornet, che con 2 milioni di follower distanzia nettamente tutti gli altri trail runner. Alle sue spalle figurano Jim Walmsley (284 mila) e Rémi Bonnet (237 mila), mentre il primo italiano è Francesco Puppi, sesto con oltre 63 mila follower. Tra le donne, invece, Courtney Dauwalter occupa il primo posto con 745 mila follower, seguita da Sara Alonso (165 mila) e Katie Schide (124 mila).

L'analisi dell'engagement rate racconta però una storia diversa: tra gli uomini è Tom Evans a registrare il miglior tasso di coinvolgimento (7,46%), davanti a Daniel Jones (6,96%) e Rémi Bonnet (6,92%). Se è vero che in generale profili più piccoli tendono a ottenere percentuali di engagement più alte, sorprende però che Kilian Jornet, pur essendo l'atleta di gran lunga più seguito, sia fermo allo 0,54%, che lo porta all'ultimo posto del ranking.

Nemmeno tra le atlete il podio dell'engagement coincide con quello dei follower. La migliore performance appartiene a Malen Osa Ansa, che raggiunge il 12,92%, davanti a Tove Alexandersson (8,01%) e Sara Alonso (5,42%). Courtney Dauwalter registra un 2,67%, inferiore a quello di diverse atlete con community molto più contenute.



TOP BRAND TRAIL RUNNING

Per la classifica dei brand abbiamo deciso di seguire una strada diversa da quella degli atleti. Il discorso è più complesso in quanto il segmento delle scarpe da trail comprende marchi globali, per i quali la corsa in natura è solo una parte, più o meno importante, del business; marchi outdoor, che spaziano dal trail all'hiking e all'alpinismo; e brand molto specifici sul trail. Inoltre i grandi marchi globali hanno spesso account locali o con la declinazione running e in alcuni casi anche dedicati al trail. Per questo abbiamo deciso di limitarci alla classifica dei follower, ampliandola a 26 marche e segnalando i dati relativi all'account globale solo qualora non ne esistano di più specifici per il running o il trail.

È evidente che brand come ASICS o Merrell hanno anche account globali con un numero decisamente maggiore di follower, ma la scelta stessa di creare un account specifico indica una precisa filosofia alla quale abbiamo deciso di attenerci.

Se il lettore dovesse rilevare qualche mancanza o inesattezza, è pregato di inviarci una segnalazione a redazione@outdoormagazine.it

Per numero di follower		
1	HOKA	@HOKA 1,4 MLN
2	SALOMON	@SALOMONRUNNING 1 MLN
3	BROOKS	@BROOKSRUNNING 980K
4	NEW BALANCE	@NEWBALANCERUNNING 666K
5	SATISFY	@SATISFYRUNNING 538K
6	LA SPORTIVA	@LASPORTIVAGRAM 515K
7	ADIDAS TERREX	@ADIDASOUTDOOR 430K
8	ALTRA	@ALTRARUNNING 419K
9	NNORMAL	@NNORMAL_OFFICIAL 284K
10	THE NORTH FACE	@THENORTHFACE_TRAIL 266K
11	NORDA	@NORDARUN 225K
12	CRAFT	@CRAFTSPORTSWEAR 220K
13	SCARPA	@SCARPA_WORLD 188K
14	DYNAFIT	@DYNAFIT 186K
15	MOUNT TO COAST	@MOUNTTOCOAST 172K
16	ACG	@ACG 129K
17	XBIONIC	@XBIONIC 93,7K
18	TOPO ATHLETIC	@TOPOATHLETIC 72K
19	4T2	@4T2.RUN 60,2K
20	SCOTT	@SCOTTRUNNING 56K
21	KAILAS FUGA	@KAILASFUGA 50,4K
22	JOMA	@JOMASPORT_RUNNING_TRAIL 45,5K
23	MERRELL	@MERRELLRUNNING 45K
24	ATOM	@ATOMSPORT_ES 24,2K
25	ASICS	@ASICSTRAIL 24K
26	ROSSIGNOL	@ROSSIGNOLTRAILRUNNING_ 5,5K

Jazmine Lowther e Martin Kern
Hardergrat
Canton Berna, Svizzera
Foto: Carlos Blanchard



ARC'TERYX

DA DENTRO NON SI VEDE

Come sono passata da essere un dato a raccogliere i dati
(al Garda Trentino Trail)

di Silvia Berlendis, co-founder di Data Crunch

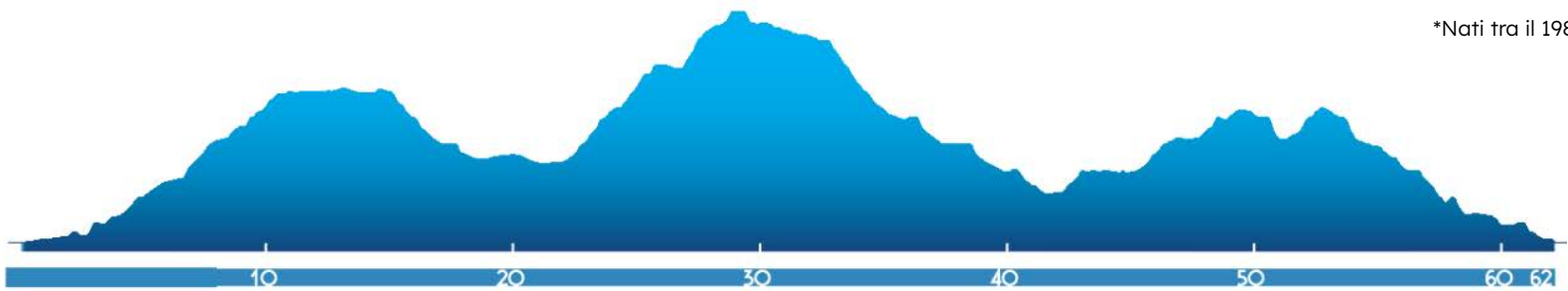
Una lunga serpentina di runner si snoda davanti ai miei occhi avvicinandosi rapidamente. Il gruppetto di testa è già passato. Quello che vedo in lontananza è il cuore della corsa. E proprio come il cuore pulsa a un ritmo incessante, alimentato dalla passione degli atleti che lo compongono. Quelli che si allenano nei ritagli di tempo e che hanno Strava come social preferito. L'anno scorso anche io ero un puntino indistinguibile dentro quella matassa che costeggia il Lago di Tenno.

NON NE AVEVO LA PERCEZIONE

Al Garda Trentino Trail quest'anno ci sono tornata con Data Crunch. E invece di correre mi sono fermata a guardare: oltre mille atleti divisi su tre distanze, 32 nazionalità, 265 modelli di scarpe di 41 brand diversi. Ma quanti di loro hanno scelto di indossare le stesse calzature che avevo indossato io? Sono anche loro Millennial come me? Ci sono preferenze diverse in base alla nazionalità? Data Crunch mi ha dato le risposte che cercavo.

62 KM - 3.800 D+ - GARDA TRENTINO TRAIL

*Nati tra il 1981 e il 1996



Top 5 brand ITA

La Sportiva
HOKA
Kailas
Brooks
NNormal

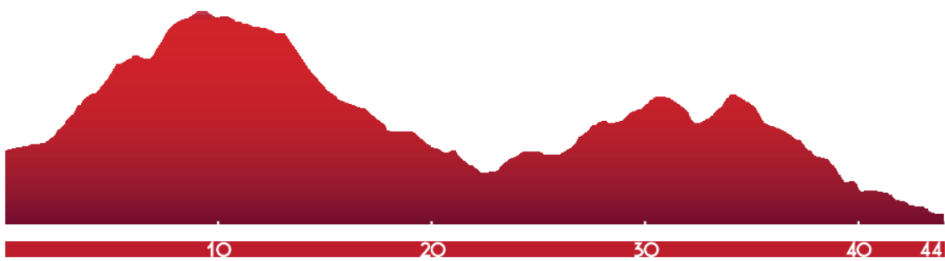
Top 5 brand no ITA

HOKA
La Sportiva
Salomon
Brooks
New Balance

Top 5 modelli Millennial*

La Sportiva - Prodigio Pro
HOKA - Mafate 5
HOKA - Speedgoat 6
Brooks - Cascadia 19
NNormal - Tomir 02

44 KM - 2.400 D+ - LEDRO TRAIL



Top 5 brand ITA

La Sportiva
HOKA
New Balance
NNormal
Altra

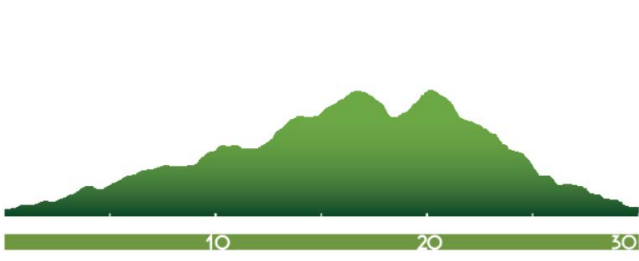
Top 5 brand no ITA

HOKA
Salomon
La Sportiva
Brooks
adidas

Top 5 modelli Millennial*

La Sportiva - Prodigio Pro
New Balance - Fresh Foam Hierro v9
HOKA - Speedgoat 6
La Sportiva - Prodigio
NNormal - Tomir 02

30 KM - 1.600 D+ - TENNO TRAIL



Top 5 brand ITA

La Sportiva
HOKA
Salomon
ASICS
New Balance

Top 5 brand no ITA

HOKA
Salomon
La Sportiva
ASICS
Dynafit

Top 5 modelli Millennial*

La Sportiva - Prodigio Pro
HOKA - Speedgoat 6
HOKA - Mafate 5
ASICS - Gel-Trabuco 13
Salomon - Genesis

CONSIDERAZIONI - La prima cosa che mi ha colpito è quanto la nazionalità dei runner influenzi le loro preferenze con lo stesso brand, che può subire variazioni anche di 10 punti percentuali. La seconda è che, nonostante sia passato solo un anno dalla mia 30 chilometri, nessun runner in gara nel 2026 ha indossato le stesse identiche scarpe con cui avevo corso io. Solo 17 su oltre 1.000 hanno scelto il modello con cui gareggio adesso. Quali sono? Questo lo lascio a te. Se non riesci a smettere di pensarci, scrivici e prova a rispondere: datacrunch.running@gmail.com



Data Crunch è una startup tecnologica innovativa che analizza i brand e i prodotti utilizzati dagli atleti durante le competizioni integrando l'intelligenza artificiale nel processo di shoe counting. Combinando questi dati con le informazioni socio-demografiche dei partecipanti, offre insight concreti e dettagliati sull'adozione dei prodotti in gara. Non solo quali scarpe, ma chi

le indossa e come performa. Il primo ambito di applicazione sono gli sport di endurance, ma la tecnologia è adattabile a qualsiasi contesto sportivo, con l'obiettivo di fornire ai brand strumenti di analisi basati su dati oggettivi per comprendere al meglio il mercato e il target di riferimento.



datacrunchai.co

SUUNTO

Designed
for the driven



SUUNTO
RACE 2





CREARE RELAZIONI

Il rapporto che c'è tra il roster di atleti La Sportiva e il team che sta dietro le quinte va oltre il semplice supporto tecnico

di Benedetta Bruni

Prima singole individualità, poi una squadra vera e propria sotto il nome La Sportiva. Il team atleti del marchio di Ziano di Fiemme ha una storia che parte da lontano, ma con collaborazioni per lo più su base individuale. È dal 2024 che il brand ha deciso di dare ai professionisti una struttura comune,

capace di far circolare strategie e feedback di prodotto, sia tra gli atleti stessi sia con l'azienda. Un altro modo per definire il suo ruolo: non un semplice fornitore di equipaggiamento, ma consulente, principale sostenitore e, prima ancora, amico.

>> L'INTERVISTA

VITTORIO BARRASSO

BRAND AND COMMUNICATION CORPORATE MANAGER



Qual è stato il percorso che ha portato alla nascita del nuovo team di atleti internazionali La Sportiva e come sta crescendo nel tempo?

Abbiamo dato forma a una squadra già esistente, passando da collaborazioni individuali a una squadra internazionale che condivide con noi esperienze, visione e la stessa idea della montagna e della disciplina sportiva. Il team atleti è perciò diventato "ufficiale" nel 2024, non perché prima non ne avessimo uno, ma perché abbiamo dato struttura alle connessioni che esistevano fino a quel momento solo a livello singolo, mentre ora sono parte di una comunità sotto l'egida di La Sportiva.

Quali sono i valori sotto i quali sono riuniti i vostri atleti?

Cerchiamo persone che condividano la nostra storia, l'artigianalità e l'approccio pragmatico che ci contraddistinguono. Non ci interessa essere un semplice sponsor che fornisce materiale, vogliamo una comunione di intenti e una relazione quasi familiare. Inoltre, chi decide di unirsi al team La Sportiva deve essere un "fanatico di prodotto" come noi. Gli atleti sono fondamentali nel nostro processo di ricerca e sviluppo indirizzato ai professionisti. Devono sfidare le nostre proposte ed essere i primi tester insieme a noi. Questo scambio alimenta il circolo virtuoso di idee che si crea tra i professionisti e la nostra expertise. Si devono sentire parte di qualcosa anche emotivamente: è questo il nostro elemento distintivo.

Come vorreste vi sentisse un atleta quando entra nel vostro team?

Il nostro intento è farli sentire all'interno di un progetto che noi definiamo di "total care": oltre a essere supportati con il prodotto più avanzato possibile, li seguiamo anche nelle fasi più delicate della gara. Così facendo, tutti gli elementi fanno parte di un unico sistema, gli atleti non si sentono soli e il team La Sportiva è totalmente integrato nelle loro performance. Per questo li aiutiamo anche nella pianificazione sportiva, atletica e di comunicazione, fungendo da cassa di risonanza delle loro imprese.

Qual è l'obiettivo principale degli Athletes Meeting e dei training camp?

Gli Athletes Meetings creano relazioni: ci permettono di portare gli atleti dentro la nostra realtà per dare un volto alle persone che stanno dietro al mar-

chio La Sportiva e creare al tempo stesso un rapporto di cui si possono fidare. Inoltre, occasioni simili permettono agli atleti di conoscersi tra di loro. Questo momento di intensa relazione crea uno spirito di squadra che va al di là del ruolo del brand, pur sapendo che quest'ultimo è proprio il filtro valoriale che li accomuna. Infine, i meeting ci consentono di raccogliere feedback per lo sviluppo dei prodotti, un aspetto per noi molto importante.

Nel rapporto che La Sportiva ha con il suo team di trail runner professionisti, quanto incide essere sponsor di una gara importante come la Lavaredo Ultra Trail?

La viviamo a tutti gli effetti come la gara di casa: gli atleti sono consapevoli sia della relazione della marca con il territorio, sia dell'importanza di un appuntamento che rappresenta uno dei palcoscenici internazionali del trail running a prescindere dalla nostra presenza. Ciò genera una grande voglia di partecipare, unita alla consapevolezza che la prestazione sarà anche una rappresentazione corale del team. È un aspetto da non sottovalutare perché è bello sapere che, anche se poi si corre da soli, si parte schierati come una squadra. Infine, per noi è un momento di grande unione dato da tutte le attività collaterali che popolano la settimana. Dal punto di vista umano, è un'occasione potentissima per costruire la relazione di cui parlavamo prima e che va oltre la semplice fornitura di prodotto.

Come vi state preparando per UTMB Chamonix insieme agli atleti?

UTMB rappresenta una vetrina molto ambita, vissuta con la giusta tensione agonistica sia dal brand che dagli atleti. Noi ci prepariamo a offrire da dietro le quinte il supporto umano e logistico a chi la correrà, per liberare i professionisti dagli aspetti collaterali della performance e concentrarsi solo sul gesto atletico. Fa parte del già menzionato "servizio total care" e che abbraccia la consulenza di prodotto, l'abbigliamento, le strategie e altro ancora, in un confine delicato dove ci muoviamo rispettando sempre gli spazi del singolo atleta. Oltre a ciò, questo sarà un anno di prime volte, a partire dal nostro team che schiererà nomi molto importanti, soprattutto sulla distanza principale e a livello di presenze femminili. Sarà poi un'edizione di debutto per diversi atleti, come Nadir Maguet, che si appropinquerà alla CCC, e Andreas Reiterer, che si cimenterà nella 170K.

DOVE L'ULTRA-TRAIL DIVENTA CASA

Vibram, da 19 anni partner di UTMB, raddoppia la propria presenza a Chamonix con uno spazio più raccolto e autentico, capace di favorire momenti di incontro e di approfondimento. Ne abbiamo parlato con Elena Di Salvo, Sport & Outdoor Event Coordinator



Da quanti anni dura l'accordo tra Vibram e UTMB? Vale per tutte le gare UTMB World Series o solo quella di Chamonix?

La collaborazione tra Vibram e UTMB è una partnership storica, nata nel 2007. Quest'anno è stato annunciato il rinnovo dell'accordo per ulteriori tre anni: questo significa che nel 2027 celebreremo un traguardo molto significativo, ovvero i 20 anni di collaborazione tra due realtà che condividono valori comuni come innovazione, performance, passione per la montagna e attenzione alla comunità degli atleti.

Si tratta di una partnership globale che coinvolge l'intero circuito UTMB World Series, all'interno del quale Vibram ricopre il ruolo di Official Supplier, non solamente l'evento di Chamonix. La nostra presenza si sviluppa quindi sui principali appuntamenti internazionali del circuito, attraverso attività dedicate alla community, agli atleti e ai partner. Tra queste rientra anche il Vibram Innovation Mobile Lab, il nostro laboratorio itinerante che porta l'innovazione Vibram direttamente sul campo, offrendo ai runner e agli appassionati outdoor la possibilità di scoprire le nostre tecnologie e testare i prodotti in prima persona.

Negli anni UTMB Mont-Blanc è cambiata tanto: come si è evoluta la comunicazione di Vibram legata all'evento?

UTMB Mont-Blanc negli anni è cresciuta enormemente, trasformandosi da una gara iconica di ultra trail running a un vero e proprio punto di riferimento internazionale per atleti, brand, media e appassionati di montagna.

Parallelamente, anche Vibram ha evoluto il proprio approccio alla comunicazione per rispondere a un pubblico sempre più ampio e diversificato. Dai trail runner più esperti a chi si avvicina per la prima volta ai sentieri e al mondo outdoor, cerchiamo di dialogare con tutti, promuovendo una cultura della montagna basata sulla preparazione, sulla consapevolezza e sull'importanza di affrontare ogni sfida con l'equipaggiamento adeguato.

Nel tempo, la nostra comunicazione è diventata sempre più orientata alla costruzione di relazioni autentiche con la community, valorizzando i valori che condividiamo con i runner. Allo stesso tempo, abbiamo investito nella creazione di esperienze concrete e coinvolgenti che permettano alle persone di entrare in contatto diretto con il brand e con le nostre tecnologie.

Quest'anno, accanto alla nostra presenza istituzionale all'Ultra-Trail Village, abbiamo scelto di creare CASA VIBRAM, uno spazio immersivo e accogliente nel cuore di Chamonix dove atleti, partner, media e appassionati possono incontrarsi, condividere esperienze e scoprire da vicino l'universo Vibram attraverso attività, racconti e momenti di confronto.

Puoi raccontarci meglio cosa succederà a CASA VIBRAM?

CASA VIBRAM nasce dalla volontà di offrire un'esperienza complementare rispetto al grande palcoscenico dell'Ultra-Trail Village, dove Vibram continuerà a essere presente con il Vibram Innovation Mobile Lab e l'Airstream, proponendo numerose attività aperte a tutti i runner e agli appassionati presenti a Chamonix.

L'idea alla base di CASA VIBRAM è quella di creare un luogo più

raccolto e autentico, capace di favorire momenti di incontro e di approfondimento, oltre a offrire esperienze dedicate alla community in un contesto interamente firmato Vibram.

Sarà uno chalet esclusivo situato a pochi passi dal centro di Chamonix, dove i visitatori potranno scoprire le più recenti tecnologie Vibram dedicate al trail running, partecipare a talk e incontri con i nostri atleti e brand partner, conoscere e testare le Vibram FiveFingers e prendere parte a ulteriori esperienze pensate per vivere il brand da vicino. Il programma completo sarà annunciato nelle prossime settimane attraverso i nostri canali social.

Quali attività prevedete a CASA VIBRAM?

Sarà uno spazio dinamico e accogliente durante tutta la settimana dell'UTMB, con un calendario di attività pensato per coinvolgere atleti, media, partner, retailer e appassionati della community outdoor.

Sono previsti momenti dedicati ai media, con interviste, approfondimenti e sessioni di storytelling insieme ad atleti di alto livello e rappresentanti del mondo Vibram, per raccontare innovazione, performance ed esperienze sul campo.

Il programma includerà inoltre attività dedicate al benessere e alla connessione con la natura, come sessioni di Forest Bathing con Vibram FiveFingers, community run ed esperienze outdoor progettate per vivere il territorio in modo più consapevole e autentico.

Saranno organizzati incontri in collaborazione con alcuni brand partner e momenti di confronto sui temi dell'innovazione, dei materiali e della sostenibilità, affiancati da eventi serali con storytelling, proiezioni e occasioni di networking.

Infine, non mancheranno momenti più conviviali.

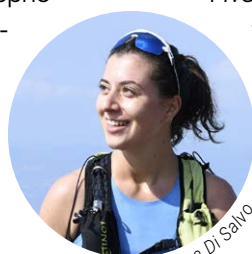
Tra questi, l'aperitivo di apertura il martedì sera e il brunch domenicale dedicato agli atleti del Team Vibram, allo staff e a family & friends: un'occasione per celebrare insieme la settimana appena conclusa e condividere lo spirito che anima la community Vibram.

Ci sarà sempre anche il truck per la risuolatura?

Assolutamente sì. Il Vibram Innovation Mobile Lab conferma infatti la sua presenza all'Ultra-Trail Village per tutta la settimana, offrendo a runner e appassionati l'opportunità di scoprire da vicino le più recenti tecnologie Vibram dedicate al trail running e di vivere un'esperienza immersiva nel mondo dell'innovazione del brand.

Tra le attività disponibili gratuitamente, previa registrazione, sarà possibile effettuare la scansione 3D del piede e un'analisi baropodometrica, strumenti utili per approfondire la conoscenza della propria biomeccanica e comprendere meglio il ruolo della suola nelle prestazioni outdoor.

Inoltre, un numero limitato di runner potrà accedere gratuitamente al programma di risuolatura test delle proprie scarpe da trail con le nuove suole in gomma Vibram Megagrip Elite. I partecipanti selezionati diventeranno veri e propri tester del prodotto e, dopo circa 45 giorni di utilizzo, saranno invitati a condividere il proprio feedback, contribuendo allo sviluppo e al miglioramento continuo delle nostre soluzioni per il trail running.



Elena Di Salvo



UTMB MONT-BLANC 2026: TUTTE LE NOVITÀ

Qualche modifica di percorso, nuove navette pre e post-gara, iniziative per l'inclusione e la salute: piccolo vademecum per orientarsi nella settimana più importante dell'anno per il mondo del trail e dell'ultra, dal 24 al 30 agosto a Chamonix

di Claudio Primavesi - foto UTMB

GARE: NOVITÀ OCC E FRONTALI IN MODALITÀ RED

Cambia il tracciato dell'OCC, pensato per distribuire meglio il flusso dei corridori sul territorio senza rinunciare alla qualità della gara: il percorso include ora più tratti nella zona di Flégère e Tête de Balme (2.321 m). Stop all'assistenza dei team a Trient, sia per la CCC che per l'UTMB, per ridurre la congestione nel villaggio e rafforzare l'equità sportiva. A Champex-Lac sarà disponibile una "life bag", utile per garantire parità di trattamento tra gli atleti e ridurre lo stress dei team di supporto in caso di mancato incontro con il runner. Per l'UTMB diventa obbligatorio l'uso della modalità luce rossa delle frontali all'interno della Riserva Naturale di Les Contamines-Montjoie, misura decisa insieme ai gestori dell'area protetta per tutelare la biodiversità.



Martyna Młynarczyk e Sylvia Nordskar, prima e seconda classificata alla CCC

AMBIENTE: PIÙ NAVETTE E TRENI SPECIALI GRATUITI

Il report di sostenibilità 2026 sarà pubblicato dopo la gara. Sul fronte trasporti, due terzi dei partecipanti hanno scelto il "travel boost", generando oltre 250.000 euro di contributi per la compensazione della CO₂. Prosegue l'espansione di UTMB Mobility: navette pre-gara attive per tutte le corse dagli hub di Cluses, Sallanches, Le Fayet e, novità 2026, Les Contamines. Debutta anche il trasporto post-gara da Chamonix verso queste stesse destinazioni, servizio assente nel 2025. Grazie alla partnership con SNCF, venerdì 28 agosto saranno attivati nuovi treni straordinari tra Chamonix e Saint-Gervais nei due sensi di marcia, con viaggio gratuito per tutti. La collaborazione con Borini/Arriva sulla tratta Chamonix-Courmayeur permetterà invece viaggi gratuiti ai possessori di un pass UTMB Mobility valido e ai corridori muniti di pettorale.

EVENTI



Courtney Dauwalter



Tom Evans, vincitore UTMB 100M 2025

INCLUSIONE: 67 ATLETI CON DISABILITÀ E POSTAZIONI PER L'ALLATTAMENTO

Torna, alla terza edizione, il Team Adaptive by UTMB: 15 atleti disabili affronteranno nuove sfide, tra cui Jonathan Naboulet, che punta a diventare il primo atleta in joëlette a completare l'UTMB, Julien Veyseyre, in gara per il primo amputato a tagliare il traguardo della distanza regina, e Travis Warwick-Oliver, al via nella PTL. Nel 2026 saranno accolti in totale 67 atleti con disabilità, contro i 37 dell'edizione precedente. Continua a crescere anche il programma Women in Trail, con copertura live paritaria tra gare femminili e maschili su UTMB Live, produzione di contenuti equilibrata (50% donne, 50% uomini), bagni e spogliatoi dedicati lungo il percorso, kit di igiene femminile a ogni punto di ristoro, personale formato per le esigenze specifiche delle donne in ogni aid station, servizi riservati e possibilità di allattamento

su richiesta. Giovedì 27 agosto, al Majestic, si terrà il Women's Health & Ultra Endurance Congress, con la presentazione di studi di ricerca, oltre a nuovi talk e panel dedicati ai fan.

SALUTE: NUOVE POLICY E RICERCA

Debuttano due nuove policy: la "Path to Parenthood Policy" e la "Health Policy". Si rafforzano anche le iniziative di prevenzione sanitaria, con linee guida mediche aggiornate dalla Commissione Medica, una campagna di sensibilizzazione video sull'automedicazione responsabile e uno stand dedicato alla prevenzione nell'Ultra-Trail Village. Prosegue infine l'impegno UTMB nella ricerca scientifica, avviato nel 2007: tra le novità 2026, il progetto di ricerca "0 to 100" e uno studio sul sonno ampliato a un numero maggiore di partecipanti, affiancato da uno stand informativo sull'esposizione ai raggi UV.



we are
OUTSIDERS
ANDE TRAIL RUNNING

Scopri di più sul sito



www.ande.it



L'AI ARRIVA (ANCHE) AL TORX

Una piattaforma che supporta le decisioni degli operatori sanitari durante le gare di corsa in montagna, senza però sostituirsi a loro. VDA Trailers ha avviato una collaborazione per implementare il sistema della sicurezza e dei soccorsi, a partire dalla gara delle gare

di Tatiana Bertera

Operatori sanitari robotizzati in grado di risolvere ogni problema all'istante? No, questo si chiama fantascienza e, fortunatamente, siamo ancora molto lontani da questo tipo di "strategia". Quello di cui andiamo invece a parlare è la collaborazione tra VDA Trailers ed EMSy che introduce l'intelligenza artificiale nella gestione sanitaria del Gran Trail Courmayeur 2026 e del TORX with Kailas 2026. Le due gare valdostane diventano un laboratorio di innovazione per il trail running internazionale. La nuova piattaforma EMSy Events non sostituisce il collaudato sistema di sicurezza costruito negli anni con medici, soccorritori, volontari e istituzioni, ma lo potenzia attraverso la digitalizzazione degli interventi, il monitoraggio in tempo reale e il supporto alle decisioni. Grazie all'integrazione dell'AI, l'obiettivo non è solo gestire le emergenze, ma anticiparle, offrendo agli atleti uno standard di tutela medica tra i più avanzati al mondo. La collaborazione nasce dall'esperienza sul campo del medico di emergenza e trail runner Damiano Presciani, co-fondatore di EMSy, che ha sviluppato la piattaforma proprio per le esigenze delle gare di corsa in ambienti complessi come la montagna. Il sistema è operativo su tutte le competizioni del circuito VDA Trailers a partire da luglio 2026, dopo una fase di formazione del personale sanitario e test sul campo.

Da medico di emergenza e trail runner conosci molto bene le criticità delle gare in montagna. Qual è stato il problema concreto che ti ha spinto a sviluppare EMSy Events?

Ho avuto la fortuna di fare il medico in tante manifestazioni di endurance: Tor des Géants e UTMB su tutte. A volte in postazioni remote dove non hai nessuna informazione sul paziente in difficoltà che ti trovi davanti. Non sapere se un atleta è già stato visitato lungo il percorso, se ha già assunto farmaci, se soffre di altre patologie o allergie rende molto complesso il lavoro. EMSy Events risolve questa criticità perché dallo smartphone, anche quando non c'è rete, si possono avere tutte queste informazioni.

Oggi si parla molto di intelligenza artificiale, ma spesso in modo astratto. In una gara come il TORX with Kailas in che modo l'AI può davvero fare la differenza?

Al TOR l'AI di EMSy non "pensa al posto del medico": fa da secondo parere automatico su ogni cartella clinica appena chiusa dal soccorritore, in quota, di notte, quando la centrale non può rileggerle tutte in tempo reale. Non decide nulla, non tocca il giudizio umano, ma è un controllo che nessuna centrale può garantire scheda per scheda su decine di interventi sparsi. Ogni consulto resta tracciato.

Hai detto che l'obiettivo è "anticipare i problemi, non solo gestirli". Puoi fare qualche esempio di situazioni in cui il sistema potrà supportare le decisioni della centrale operativa?

L'AI è molto più brava degli esseri umani a mettere insieme migliaia di dati e trovare connessioni che ai nostri occhi non sono evidenti. EMSy Events è in grado di incrociare dati sanitari e dati meteorologici: immagina un sistema che immediatamente si rende conto che la temperatura sul sentiero sta aumentando e sono comparse tre cartelle di pazienti con sintomi simili da colpo di calore, lancia alla centrale una pre-allerta e invita tutti i sanitari della zona a prepararsi a gestire disidratazione e altre problematiche simili.

Da anni vivi il TORX dall'interno come medico, seguendo la gestione sanitaria di una delle gare più complesse al mondo. Che effetto ti fa tornare oggi con una tecnologia che hai contribuito a sviluppare e che potrebbe rappresentare un nuovo passo avanti nella sicurezza degli atleti?

È bellissimo vedere qualcosa che hai immaginato nella tua testa e



creato passo dopo passo sul tuo computer prendere forma e diventare uno strumento operativo usato con soddisfazione dai colleghi sul campo. I test che abbiamo fatto al Gran Trail Courmayeur e alla Monterosa Walserwaeg by UTMB ci hanno confermato che l'idea era quella giusta. Non vedo l'ora di usarlo e di vederlo usare al TORX.

L'intelligenza artificiale può suscitare qualche timore. C'è il rischio che sostituisca il giudizio del medico o del personale sanitario? Quale sarà invece il rapporto tra tecnologia ed esperienza umana?

L'intelligenza artificiale non decide mai al posto del medico. Non può stabilire lei la gravità del paziente, quello resta sempre un giudizio umano. Non sceglie mai al posto tuo, dà solo un secondo parere da valutare. Il soccorritore può anche ignorarla del tutto, senza alcun blocco. Il suo unico compito è mettere in guardia quando un caso sembra più serio di quanto registrato, mai il contrario.

Guardando al futuro, immagini che strumenti come EMSy possano diventare lo standard nelle grandi gare di trail running e, più in generale, negli eventi outdoor? Qual è la tua visione della medicina di gara nei prossimi anni?

Oggi EMSy è ancora un'eccezione: a livello internazionale poche realtà lavorano così su un evento sportivo. Ma sono convinto che diventerà presto lo standard, perché la medicina di gara sta smettendo di essere un'attività volontaristica e improvvisata e sta diventando una disciplina seria, con i suoi protocolli, i suoi dati, le sue responsabilità. Le gare crescono, si allungano, vanno in territori sempre più remoti: prima o poi tutte dovranno dotarsi di strumenti pensati per questo, non adattati da altri contesti.

Il GTC è stata la primissima esperienza sul campo con EMSy. Ci racconti come è andata?

È vero, è stata la prima occasione di usarla. In realtà è stata un'edizione un po' anomala, pochissimi pazienti da trattare: quasi una delusione, ma nel senso buono, perché la gente stava bene e noi avremmo voluto testare di più. La cosa bella però è stata un'altra: vedere persone diverse usare EMSy dal vivo, ognuna con il proprio sguardo. Ogni figura notava aspetti che io non vedevo, e da lì nascevano idee per modificare la piattaforma. Nelle pause tra un intervento e l'altro, mi buttavo sul pc a implementare al volo i suggerimenti che arrivavano in tempo reale. È stato affascinante scoprire quanto una prospettiva diversa dalla tua riesca a vedere cose che tu, da solo, non vedresti mai.



Damiano Presciani

GRAVEL RUNNING

AERO GLIDE 4 GRVL

FOR OFF TRACK MINDS

SALOMON



ORTLES HAUTE ROUTE TRAIL IL SOGNO DI MARCO DE GASPERI

Ben 120 chilometri e 9.000 metri di dislivello positivo tra la Valtellina e l'Alto Adige:
una nuova gara ultra che promette spettacolo. Ne abbiamo parlato con l'organizzatore,
il sei volte campione del mondo di corsa in montagna

di Claudio Primavesi – foto di Maurizio Torri

Le date da segnare sul calendario sono quelle dell'11 e 12 settembre 2026. Che la si voglia chiamare edizione zero o uno (difficile pensare alla prima ipotesi con 800 pettorali in vendita), l'Ortles Haute Route Trail (ortleshauteroute.it) ha ottime chance per diventare una grande classica. Parola di Marco De Gasperi. La nuova gara ultra (120 km, 9.000 m di dislivello positivo) con partenza e arrivo a Bormio, in Valtellina, nasce proprio da un'idea del sei volte campione del mondo di corsa in montagna. E si snoda attorno al monte dove ha stabilito il primato di salita e discesa. "L'idea mi è venuta nel 2020, poco dopo la nascita dell'Alta Via dell'Ortles, tra Valtellina e Alto Adige, ma avevo altre occupazioni e la mancanza di tempo l'ha trasformata nel classico sogno nel cassetto" esordisce Marco. Quel sogno è rimasto nel cassetto per qualche anno, ma non è svanito, così l'anno scorso Marco, con alcuni amici e la compagna Elisa Desco, è partito per provare il percorso in quattro giorni. "Pur conoscendo molti dei luoghi, sono rimasto stupito, perché ci sono zone con paesaggi unici, per esempio la parte sopra Solda o la Val Martello". L'Alta Via è abbastanza conosciuta sul versante altoatesino, dove viene percorsa ogni anno da turisti in arrivo da tutta Europa, meno su quello lombardo. L'idea è proprio quella di promuoverla oltre l'aspetto agonistico, anche per chi volesse ripeterla al proprio ritmo, più o meno veloce. "Solitamente viene percorsa in senso orario,



"Pur conoscendo molti dei luoghi,
sono rimasto stupito, perché
ci sono zone con paesaggi unici,
per esempio la parte
sopra Solda o la Val Martello"

Marco De Gasperi

Rifugio Casati (3.269 m), Passo del Madriccio (3.123 m). Il tutto all'interno del Parco Nazionale dello Stelvio. Non sarà però l'unica gara: si potranno scegliere anche il Raethia Trail di 35 chilometri (2.300 mD+) e l'OH Short Trail di 12 chilometri (600 mD+). Che tempo è ipotizzabile per la ultra? "Esistono già diversi FKT, quello più basso è di Daniel

con partenza e arrivo al Passo dello Stelvio, ma la gara partirà e arriverà a Bormio e procederà in senso antiorario, in modo da far passare tutti sul ghiacciaio sopra il Rifugio Casati (3.269 m) prima del buio, oltre al fatto di poter contare su una località turistica come Bormio, base operativa ideale". La prova ultra ha tutte le caratteristiche per diventare un appuntamento clou di fine stagione con i suoi fantastici single track, i boschi resi magici dai colori autunnali e ben tre scollinamenti oltre i 3.000 metri di quota: Passo Zebrù (3.005 m),

Jung, di circa 19 ore, che a sua volta ne ha abbassato uno di Peter Kienzl e Jimmy Pellegrini; considerando che Jung aveva fatto il giro in senso orario e a ottobre, in condizioni meteo e di luce non ideali, credo che si possa stare tra le 17 e le 18 ore" dice Marco. Dipenderà anche dal livello degli atleti al via: "Ci sono diversi top runner che hanno dimostrato interesse, però, essendo a ridosso dell'UTMB, dipenderà da come andrà la stagione e decideranno all'ultimo". Marco ha corso su tutte le distanze e in ogni angolo del mondo, a quale gara potrebbe essere paragonata la nuova ultra? "Per prima cosa bisogna considerare che il dislivello positivo è di 9.000 metri in 120 chilometri e non ci sono tante gare con questo rapporto tra lunghezza e dislivello, basti pensare che la LUT ha meno di 6.000 metri di dislivello" esordisce Marco. "Per certi aspetti potrebbe ricordare il Cervino Matterhorn Ultra Race, perché si corre in quota su terreni simili, ma il nostro percorso scende anche in vallate a 1.000 metri. Forse la paragonerei all'Adamello Ultra Trail e alla VUT, però ogni gara ha una sua anima". La parte iniziale probabilmente allungherà già il serpentone dei runner visto che sono 32 chilometri quasi tutti in salita. Le iscrizioni sono aperte e la risposta nei primi mesi è stata buona: i pettorali disponibili sono 300 sulla ultra, 300 sulla 35 chilometri e 200 sull'OH Short Trail di 12 chilometri. Ora non resta che aspettare l'11 e 12 settembre. Le prime edizioni sono sempre le più difficili, ma anche le più attese. Questo "Dega" e il suo team lo sanno bene e l'esperienza maturata, oltre che sui sentieri di tutto il mondo nell'organizzazione di una gara di successo come il Valtellina Wine Trail, è un ottimo biglietto da visita.



TROFEO KIMA UNA CLASSICA CHE NON PASSA MAI DI MODA

450 pettorali sold out e cancelli orari modificati
nella gara femminile: il 21 e 22 agosto torna
la Grande Corsa sul Sentiero Roma

di Maurizio Torri



Appuntamento il 21 e 22 agosto. Il penultimo weekend di agosto il circuito Merrell Skyrunner World Series tornerà a fare scalo sulle vette granitiche della Valmasino per una gara che nel corso degli anni è divenuta mito, tradizione, leggenda. Nonostante la vicinanza con le finali del circuito by UTMB, anche quest'anno la Grande Corsa sul Sentiero Roma ha centrato subito il sold out di pettorali. Pur richiedendo un curriculum sportivo adeguato e un determinato punteggio Itra, i 450 posti a disposizione sono stati assegnati con una lunga lista d'attesa. Dopo i fasti delle origini a rendere questo evento tra i più cult e ambiti a livello mondiale è stata la definizione del fenomeno catalano Kilian Jornet: "Il Kima è la più bella e tecnica delle skyrace. Non è una gara di corsa, ma di alpinismo veloce. Al Kima non si corre, al massimo si salta da un sasso all'altro, sempre tenendo alta la soglia d'attenzione".

UNA STORIA PARTICOLARE

La Grande Corsa sul Sentiero Roma nasce dal sogno visionario di Pierangelo Marchetti, da tutti conosciuto come "Kima". Questa giovane Guida Alpina della Val Masino, deceduta nel 1994 durante un intervento di elisoccorso, era convinta che sulle placche granitiche della "Yosemite Europea" si potesse anche correre. Un progetto visionario, forse anche un po' folle, che al momento della sua morte la sorella Ilde non ha voluto lasciare cadere. Supportata da pionieri dello skyrunning come Adriano Greco e Fabio Meraldi, nel 1995 ha dato vita al sogno di suo fratello. A distanza di tanti anni la severità di questo tracciato continua a emozionare gli skyrunner di tutto il mondo.

L'UNIVERSITÀ DELLO SKYRUNNING

Ottenere una tesi di laurea all'università delle corse a fil di cielo non è semplice, lo sanno benissimo tutti coloro che puntualmente devono fare i conti con le severe barriere cronometriche poste alla Bocchetta Roma e al passaggio dei rifugi Allievi e Gianetti. Il Kima è una vera e propria corsa contro il tempo su un fondo particolarmente accidentato. Per portarsi a casa l'ambita medaglia di finisher bisogna prima superare quei 52 tecnicissimi chilometri con 8.400 metri di dislivello totale e sette passi alpini tutti sopra i 2.500 metri (quota



massima passo Cameraccio, 2.950 metri). Entrare nella storia non è cosa da poco: basti pensare che i record sul tracciato originale (50 chilometri con un dislivello positivo di 3.800 metri) sono rimasti imbattuti (Marco Gatta 5h49'10" e Gloriana Pellissier 7h48'27"). Dopo gli ultimi ritocchi, che hanno reso la Grande Corsa sul Sentiero Roma ancora più lunga e impegnativa (52 chilometri con 4.200 metri D+), i tempi da battere appartengono allo scozzese Finlay Wild (6h05'54") e all'americana Hillary Gerardi (7h30'38").

NOVITÀ 2026: UN EXTRA TIME PER LE DONNE

Rispetto al passato, nella gara femminile il cancello orario al passaggio del rifugio Gianetti sarà alzato di mezz'ora. "Nei primi anni le donne partivano con mezz'ora d'anticipo sugli uomini e avevano quindi più tempo per chiudere la gara" ha dichiarato Ilde Marchetti, del comitato organizzatore. "Nelle ultime edizioni, partenza e barriere cronometriche sono state uniformate, ma ci siamo accorti che risultavano particolarmente restrittive per la gara femminile. Dopo un'accurata selezione in Bocchetta Roma e all'Allievi, le nostre skyranner avranno quindi un margine di tempo superiore per realizzare il proprio sogno sportivo senza prendersi rischi eccessivi nella parte più tecnica".

SICUREZZA PRIMA DI TUTTO

Per garantire il massimo presidio lungo le sezioni più impegnative, l'organizzazione schiera ogni anno una decina di Guide Alpine, 25 tecnici del Soccorso Alpino e i militari del SAGF (Soccorso Alpino della Guardia di Finanza), distribuiti nei punti strategici del tracciato. In quest'ottica si inserisce anche la conferma dell'obbligo del casco, già introdotto in passato sulla prova regina e da quest'anno esteso anche alla Kima Extreme Skyrace. Nella Sky Marathon il casco dovrà essere indossato da Preda Rossa fino ai Bagni Masino, mentre nella prova Sky dal Rifugio Gianetti fino al medesimo punto raccolta della gara lunga.

UN EVENTO PER TUTTI

In concomitanza con la prova di World Cup a Filorera sono previste altre tre competizioni che danno la possibilità a tutti di mettersi in gioco.

KIMA EXTREME SKYRACE

Guai a chiamarla gara di contorno: questa Skyrace è estrema di nome e di fatto, con uno sviluppo di 27,5 chilometri e 1.890 metri di dislivello positivo. Ci sono la salita verso il rifugio Gianetti, il passaggio al mitico Passo Barbacan (2.570 metri, GPM della gara) e la discesa verso il rifugio Omio. Un piccolo assaggio di Trofeo Kima, con la possibilità di mettersi in gioco nella parte finale della più mitica delle Ultra Skymarathon. I tempi da battere appartengono a Luca Del Pero (2h58'42") e Giulia Marchesoni (3h30'38").

MINI KIMA & KIMA TRAIL RUNNING

Le due prove non federali valorizzano il fondovalle e sono davvero alla portata di tutti: la prima è un anello molto easy di sei chilometri sulla pista ciclopeditale ed è ideale per neofiti, diversamente abili e genitori con figli al seguito. La seconda è una vera e propria chicca: 14 chilometri tutti da correre che vanno a toccare i punti più suggestivi e panoramici della Val di Mello.

LA GRANDE MURAGLIA 260K, ARRIVA UNA NUOVA ULTRA-DISTANCE

A giugno si è tenuta l'edizione zero dell'evento che debutterà nel 2027. Iscrizioni al via da settembre

di Tatiana Bertera

Debutterà tra meno di un anno con un percorso di circa 260 chilometri e 17.000 metri di dislivello positivo attraverso alcune delle montagne più spettacolari del Piemonte, ma sta già facendo parlare di sé. La Grande Muraglia 260K sarà da subito internazionale e punta a diventare un nuovo punto di riferimento del panorama delle ultradistanze. Le iscrizioni apriranno già a settembre 2026, quando saranno messi a disposizione i 15 pettorali previsti per la prima edizione.

L'annuncio ufficiale è arrivato durante la serata "L'Anima delle Valli", organizzata nell'ambito della Settimana della Montagna di Pomaretto, che ha presentato un progetto nato per coniugare sport, territorio e valorizzazione delle vallate alpine. Prima del lancio ufficiale, dall'8 al 10 giugno 2026, si è svolta una prova percorso che ha coinvolto alcuni tra i più noti interpreti della disciplina, confermando la qualità tecnica e paesaggistica del tracciato. Tra loro Luca Papi, uno dei volti più conosciuti dell'ultra endurance internazionale, che ha già annunciato la propria partecipazione alla prima edizione.

La gara prenderà il via da Pinerolo e si concluderà a Fenestrelle, sviluppandosi per il 95% su sentieri, mulattiere e percorsi storici. Gli atleti attraverseranno principalmente la Val Chisone e la Val Germanasca, con passaggi anche in Val Troncea, Val Sangone, Val Pellice, Val Noce e nel Vallone di Massello, toccando quattro aree protette piemontesi. Il percorso attraverserà la Strada dell'Assietta, la più alta strada militare d'Europa, il celebre Colle delle Finestre, il Forte di Fenestrelle, da cui la gara



prende il nome ispirandosi alla "Grande Muraglia piemontese", oltre a rifugi alpini, le miniere di Prali con la spettacolare galleria geologica, i vigneti eroici del Ramie e numerosi tratti del cammino "Le Strade dei Forti", inaugurato nel 2025.

Pensata per runner esperti, La Grande Muraglia 260K sarà disputata in semi-autosufficienza e con navigazione GPS, un format ispirato alle grandi prove internazionali dell'ultra endurance. I concorrenti potranno impiegare dalle 50 fino alle 92 ore consecutive per completare il percorso, contando su tre basi vita - Fenestrelle, Massello e Pomaretto - e 15 punti ristoro.

Ora il progetto entra nella fase operativa. Nei prossimi mesi saranno comunicati la data esatta della gara, il regolamento e tutti i dettagli tecnici, mentre da settembre 2026 prenderà ufficialmente il via la corsa ai 150 pettorali disponibili per quella che si candida a diventare una delle prove più affascinanti del panorama italiano.

4

parchi naturali attraversati

15

punti ristoro lungo il percorso

3

basi vita
(Fenestrelle, Massello e Pomaretto)

260 km
di sviluppo

17.000 m
D+

150
pettorali disponibili

95%
sentieri e mulattiere

5%
asfalto

92 ore
il tempo massimo per concludere la gara

lagm260k.it



IL TRAIL RUNNING COME SCUSA

La 100 Miglia Monviso, andata in scena dal 17 al 19 luglio, valorizza un territorio attraverso corsa ed eventi collaterali

di Matilde Marelli



Dal 17 al 19 luglio le valli ai piedi del Monviso hanno ospitato una nuova edizione della 100 Miglia Monviso, che negli anni si è affermata come uno degli appuntamenti di riferimento del trail running italiano. L'evento ha proposto tre distanze - 160, 50 e 20 chilometri - che hanno coinvolto sia gli ultratrail più esperti sia chi desidera vivere un'esperienza di corsa autentica nella natura, senza pensare al podio. I percorsi si snodano per il territorio toccando borghi, rifugi e alcuni degli ambienti più

PODI

M160K

- Podio maschile: Daniele Calandri, Mattia Barbaglio, David Anca Saturnino
- Podio femminile: Enrica Dematteis, Valentina Michielli, Sara Bruno

M50K

- Podio maschile: Josè Luis Montoya, Stefano Signori, Matteo Cesano
- Podio femminile: Luisa Dematteis, Eline Cox, Paola Nodari

M20K

- Podio maschile: Elia Mattio, Massimo Galliano, Davide Preve
- Podio femminile: Alessandra Alliney, Chiara Magnino, Denise Pascal

suggestivi all'interno del Parco del Monviso e della Riserva della Biosfera transfrontaliera UNESCO Monviso. Accanto alla pura competizione, 100 Miglia Monviso ha un obiettivo preciso: utilizzare il trail running per valorizzare il territorio piemontese, promuovendo un turismo lento, sostenibile e profondamente legato alle comunità locali.

Tra i protagonisti di questa edizione spiccano le sorelle Enrica e Luisa Dematteis, entrambe vincitrici: Enrica ha conquistato per la terza volta la 100 Miglia, mentre Luisa si è imposta nella 50K. Sul fronte maschile Daniele Calandri è tornato a vincere dopo il trionfo del 2024, tagliando per primo il traguardo della gara regina dopo aver condiviso gran parte del percorso con Danilo Lantermino, costretto al ritiro ma protagonista di un gesto di grande sportività incoraggiando l'avversario lungo il tracciato.

A rendere unica questa manifestazione non sono soltanto i risultati sportivi, ma la collaborazione tra i 18 comuni, gli oltre 500 volontari, le 30 associazioni e i vari sponsor tra cui Vibram, Mico e Ferrino, che sono riusciti a trasformare l'intero territorio in una rete di accoglienza per atleti e accompagnatori. Una filosofia che proseguirà anche il 30 agosto con il tradizionale Monviso Trail, gara di 26 chilometri e 1.900 metri di dislivello positivo con partenza e arrivo Crissolo, località di nascita delle storiche Guide del Monviso.

100migliaomonviso.eu

Off—road by design.

NAT'S



Lab Session #9.29 — Stability & Material Resistance

Designed for fast hiking,
NAT'S Lavaredo Series combines stability
and support in a single structure
that follows the foot's natural movement.

Follow our off—road stories
at natsfootwear.com

NAT'S Lavaredo Series





COME UNA FAMIGLIA

Ruota tutto intorno a questo concetto quando si parla di La Sportiva. Che si tratti di assetto aziendale, di rapporto con gli atleti o con la community di trail runner. Ma anche dell'atmosfera che il brand è in grado di creare ogni anno in qualità di main title sponsor alla Lavaredo Ultra Trail

dalla nostra inviata Karen Pozzi - Foto di La Sportiva Lavaredo Ultra Trail by UTMB

Anche quest'anno La Sportiva ha ricoperto il ruolo di main title sponsor della Lavaredo Ultra Trail by UTMB, l'evento di riferimento per il mountain running, andato in scena a Cortina d'Ampezzo dal 24 al 28 giugno. La collaborazione tra l'azienda trentina e la manifestazione ha confermato un legame costruito nel tempo attorno alla comune passione per la montagna, lo sport e la volontà di offrire esperienze di valore alla community internazionale dei trail runner.

Nel corso degli anni, questa partnership si è trasformata in un'importante occasione di crescita reciproca, consentendo a La Sportiva di presentare e testare sul campo le proprie innovazioni a stretto contatto con atleti d'élite e appassionati, rafforzando al tempo stesso il dialogo con la community e raccogliendo indicazioni utili per lo sviluppo futuro dei prodotti.

Uno dei punti centrali della presenza del brand è stato il Prodigio Tech Hub, spazio dedicato all'innovazione nel cuore di Cortina. Dopo il successo della linea Prodigio, che ha segnato un'evoluzione significativa nel segmento mountain running, La Sportiva ha presentato la nuova Prodigio 2, caratterizzata da maggiore reattività e stabilità rispetto alla versione lanciata due anni prima.

All'interno dell'area, professionisti e appassionati hanno avuto l'opportunità di conoscere da vicino l'intera gamma Prodigio e di provare sui sentieri dolomiti i modelli Prodigio Pro, Prodigio Max e Prodigio 2 attraverso numerose sessioni di Test&Feel.

L'impegno dell'azienda non si è limitato ai test di prodotto. Durante tutta la settimana è stato proposto un ricco calendario di attività dedicate alla community. Le mattine di giovedì e venerdì sono state animate dalle community run con partenza dal La Sportiva Store, seguite da workshop dedicati ai temi della nutrizione e dell'allenamento.

La presenza di La Sportiva si è fatta sentire anche lungo il percorso di gara, grazie alle aree tifo allestite nei punti strategici di Cimabanche e Col Gallina. A conclusione delle competizioni, l'atmosfera si è spostata nel centro di Cortina con gli After Race Party e il concerto finale del sabato sera ospitato presso il bar La Sportiva, realizzato per l'occasione negli spazi del Bar Caffè Sport.

Per tutta la durata della manifestazione è tornata anche La Sportiva Radio, la web radio ufficiale dell'evento, che ha raccontato in diretta le gare attraverso aggiornamenti, interviste e approfondimenti dedicati al mondo del mountain running.

Sul fronte agonistico, il marchio ha schierato un team internazionale di alto livello su tutte le principali distanze.

Grazie a un programma ricco di iniziative, momenti di incontro e attività dedicate sia agli atleti sia agli appassionati, La Sportiva ha confermato il proprio ruolo di protagonista alla Lavaredo Ultra Trail by UTMB, consolidando

ulteriormente il proprio legame con uno degli appuntamenti più prestigiosi del calendario internazionale del trail running.

Abbiamo parlato con Vittorio Barrasso, brand and communication corporate manager di La Sportiva



Vittorio Barrasso

Quali sono gli asset principali della strategia di La Sportiva alla Lavaredo Ultra Trail?

Per noi essere qui ha una duplice valenza. Da un lato c'è la visibilità del brand, dall'altro la possibilità di continuare a imparare attraverso il contatto diretto con la comunità dei trail runner. Osservare gli atleti, raccogliere feedback e confrontarci con chi utilizza i nostri prodotti è uno degli aspetti più importanti. La nostra presenza si fonda su tre pilastri. Il primo è quello tecnico: un prodotto va spiegato e soprattutto provato sul campo, insieme agli atleti e agli esperti di prodotto. Il secondo è la comunicazione e la capacità di amplificare ciò che accade durante la settimana. Il terzo è la vicinanza agli atleti in gara, attraverso il loro supporto e il coinvolgimento della community lungo il percorso.

In quest'ottica si inserisce anche La Sportiva Radio?

La Sportiva Radio nasce per permettere di vivere l'atmosfera della Lavaredo anche a chi non è fisicamente presente a Cortina. Nel tempo però è diventata qualcosa di più: un contenitore che racconta il trail running attraverso la gara. Coinvolgiamo atleti, giornalisti, organizzatori, tecnici e appassionati. Non ci interessa solamente raccontare cosa sta succedendo in gara, ma provare a leggere le evoluzioni del movimento durante quella che, per l'Italia, rappresenta la settimana più importante dell'anno per il trail running.

Quali sono state le principali novità dell'edizione 2026?

La vera svolta è arrivata nel 2025, quando abbiamo strutturato maggiormente la nostra presenza con morning run, attivazioni sui sentieri e il Prodigio Tech Hub. Quest'anno abbiamo lavorato soprattutto per perfezionare un sistema che aveva già dimostrato di funzionare molto bene. La Sportiva Radio è sicuramente una delle iniziative che si è evoluta maggiormente. Inoltre abbiamo introdotto alcune installazioni lungo il percorso

pensate per accompagnare gli atleti nei momenti più difficili della gara, soprattutto dal punto di vista mentale.

In tutti questi anni avete visto cambiare il mercato del trail running. Come sono cambiati gli atleti che arrivano a Cortina?

Sicuramente il movimento si è molto diversificato. Quattro o cinque anni fa



La Sportiva Radio

c'era una maggiore omogeneità, soprattutto dal punto di vista anagrafico. Oggi la platea è molto più ampia, ed è un fatto positivo. Tradizionalmente il trail running era uno sport praticato prevalentemente da over 35. Oggi vediamo arrivare molte nuove generazioni, attratte sia dall'epicità delle Dolomiti sia dalla sfida della corsa in natura. Un secondo aspetto riguarda l'internazionalità. Cortina è sempre stata una gara molto internazionale, ma oggi questo fenomeno è ancora più marcato. Incontriamo atleti provenienti da Paesi molto lontani: Nuova Zelanda, Giappone, Canada, Sudafrica e molti altri. Infine, vedo una preparazione sempre più approfondita da parte dei runner, sia sul piano dell'allenamento sia su quello dell'alimentazione e della strategia di gara. Questo aspetto è stato favorito anche dall'evoluzione del mercato, che oggi offre prodotti molto più diversificati e specifici.

Negli shoe count delle principali gare La Sportiva compare ormai stabilmente ai vertici. Come è avvenuta questa crescita?

Le nostre radici nel mountain running sono molto più profonde di quanto spesso si pensi. La prima scarpa dedicata alla corsa in montagna risale alla metà degli anni Ottanta. Negli ultimi anni siamo riusciti a unire la credibilità costruita nella montagna con una capacità di innovazione più veloce e vicina alle esigenze dei runner. La piattaforma Prodigio ha rappresentato un passaggio fondamentale e i risultati che vediamo oggi sono il frutto di questo percorso. Guardando al futuro, nel 2027 arriverà Talento, una nuova piattaforma dedicata alle distanze più brevi e ai terreni tecnici.

Che ruolo hanno gli atleti all'interno della vostra strategia?

La nostra strategia nasce dalla volontà di costruire collaborazioni di lungo periodo. Entrare a far parte del team La Sportiva significa, in qualche modo, entrare in una famiglia. Non cerchiamo semplicemente testimonial. Cerchiamo persone che condividano i nostri valori e che possano contribuire concretamente allo sviluppo dei prodotti. I nostri atleti testano le scarpe, ci forniscono feedback continui e partecipano attivamente all'evoluzione delle collezioni. In questo senso



il rapporto è molto più simile a una collaborazione di lungo periodo che a una tradizionale sponsorizzazione.

Il 2027 sarà l'ultimo anno dell'attuale accordo di title sponsorship. Quanto è importante per La Sportiva continuare a essere parte della Lavaredo Ultra Trail?

È ancora presto per parlare del futuro della partnership, ma la Lavaredo Ultra Trail rappresenta per noi molto più di una sponsorizzazione. È un evento che ci permette di incontrare la community, confrontarci con gli atleti e vivere da vicino l'evoluzione del trail running. Cortina occupa un posto speciale nella storia di La Sportiva e guardiamo con interesse a ciò che accadrà dopo il 2027. Nel 2028 celebreremo il centenario dell'azienda e sarebbe bellissimo poter festeggiare questo importante traguardo proprio qui, a Cortina, da main title sponsor.

>> L'INTERVISTA GIULIA DELLADIO

CHIEF STRATEGY OFFICER

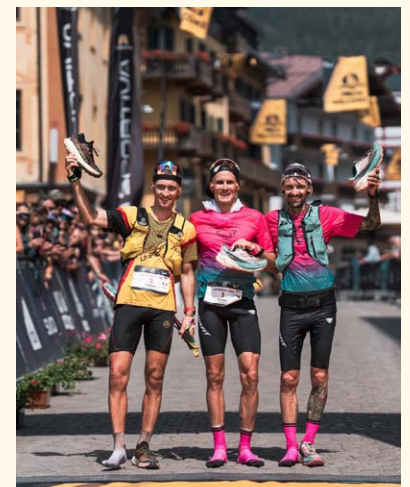
Tra le grandi aziende del settore siete una delle poche realtà ancora a conduzione familiare. Che cosa significa per te e perché continuate a scegliere questo assetto?

Essere un'azienda familiare significa poter mantenere il cuore dell'impresa in Val di Fiemme, dove siamo nati. Pur essendo una realtà manageriale e internazionale, continuiamo a progettare, sviluppare e produrre in montagna, a stretto contatto con il territorio. È un valore che ci permette di capire meglio le esigenze di chi vive la montagna e di trasformarle in innovazione. Restare qui comporta qualche difficoltà logistica e rende più complesso attrarre talenti, ma sempre più professionisti scelgono questa valle proprio per la qualità della vita.



Come descriveresti oggi il mercato outdoor?

È un mercato complesso e in continua evoluzione. Gli Stati Uniti restano il nostro primo mercato, ma vivono una fase instabile, mentre i costi delle materie prime continuano a crescere. Per questo dobbiamo offrire non solo prodotti di qualità, ma anche servizi ed esperienze. Le diverse discipline seguono dinamiche differenti: l'arrampicata continua a crescere grazie alle palestre indoor, l'alpinismo rimane un pilastro del brand e il trail running sta vivendo un momento molto positivo. Negli ultimi anni siamo riusciti a rafforzare la nostra posizione e oggi veniamo scelti sempre più spesso anche rispetto a marchi con investimenti superiori.



Da sinistra, Andreas Reiterer, Hannes Namberger e Tobias Geiser



L'abbraccio di Giulia Delladio ad Andreas Reiterer

Pensi che spostare l'azienda altrove vi farebbe perdere identità?

Sì. Sarebbe più semplice dal punto di vista logistico, ma perderemmo una parte fondamentale del nostro dna. Per questo abbiamo deciso di investire ancora qui, con un nuovo edificio che sarà pronto nel 2027, anno del centenario. Vogliamo continuare a crescere senza allontanarci dalle nostre radici.

Siete due generazioni diverse nel board. Che cosa ha portato la generazione di tuo padre e che cosa la tua?

La generazione di mio padre ha aperto La Sportiva ai mercati internazionali e ha dato una forte spinta all'innovazione di prodotto. La mia ha lavorato soprattutto sull'evoluzione del brand: eventi, atleti, sviluppo dell'abbigliamento e nuovi linguaggi. Mio fratello, invece, è molto focalizzato sul prodotto e completa questa visione con un approccio tecnico.

Uno dei progetti più importanti è stato il restyling del logo. Come avete vissuto questo cambiamento?

È stato un percorso condiviso ma con sensibilità diverse. Mio padre ha apprezzato subito il nuovo simbolo della montagna, mentre ha avuto più difficoltà ad abbandonare il lettering precedente, nato sotto la sua guida. Alla fine abbiamo scelto di guardare al futuro, con l'obiettivo di arrivare al centenario con una nuova identità visiva. È stato un vero progetto intergenerazionale.

Quali sono le principali sfide?

Oggi il mercato è molto più competitivo rispetto al passato. Dobbiamo confrontarci con grandi gruppi senza avere le stesse risorse, puntando sulla nostra identità. Sentiamo anche la responsabilità di custodire un patrimonio costruito dalle generazioni precedenti: per questo privilegiamo scelte sostenibili nel lungo periodo rispetto a risultati immediati.

Ci sono nuovi mercati o discipline che volete esplorare?

Sul piano geografico vogliamo consolidare la nostra presenza in Asia. In Giappone abbiamo una storia molto lunga, mentre Corea e Cina rappresentano mercati in cui possiamo ancora crescere. Dal punto di vista delle discipline, invece, continueremo a investire nei nostri ambiti storici, sviluppandoli con coerenza e senza allontanarci dall'identità che ha reso La Sportiva riconoscibile nel mondo.



ARRIVARE OVUNQUE

La Prodigio 2 incarna l'essenza stessa
del mountain running in casa La Sportiva: vivere l'intera esperienza della corsa off-road
abbracciando ogni ambiente e distanza

di Benedetta Bruni

A due anni dall'arrivo del primo modello, a inizio 2026 La Sportiva ha lanciato Prodigio 2, il più versatile della famiglia. Con una forma universale capace di adattarsi a ogni runner, terreno e distanza, l'ultima uscita della Prodigio Series intercetta un'ulteriore declinazione della corsa off-road, più ampia e non legata a uno specifico ambiente, livello di difficoltà o conteggio chilometrico. Per questo Prodigio 2 incarna la filosofia del mountain running di casa La Sportiva, perché è uno strumento che permette di vivere senza limiti l'intero spettro delle esperienze di montagna, dal fondo roccioso alle mulattiere, dai dislivelli sostenuti agli allenamenti più tranquilli.

Ne abbiamo parlato con Tobias Gramajo, product manager mountain running & hiking.

Prodigio 2 è l'ultima uscita della stessa linea: in cosa si differenzia e qual è la sua applicazione principale rispetto agli altri modelli?

La Prodigio Series rappresenta il set perfetto di calzature per ogni mountain runner che ama le lunghe distanze. Il suo lancio è stato una vera pietra miliare per La Sportiva: ci ha permesso di entrare in una nuova dimensione del mountain running e, soprattutto, di raccogliere feedback preziosi dalla comunità della corsa off-road. All'interno della famiglia, Prodigio Pro è lo strumento pensato per massimizzare la performance e l'efficienza in gara; Prodigio Max esalta ammortizzazione, protezione e stabilità sulle ultra distanze; infine, Prodigio 2 rappresenta oggi il cuore della collezione, quello che meglio ne sintetizza la filosofia. È la scarpa giusta per affrontare qualsiasi uscita, dalle corse brevi a quelle più lunghe, dai sentieri più scorrevoli ai percorsi tecnici, grazie a un fit universale capace di adattarsi a un'ampia varietà di runner.

Quali sono le caratteristiche che deve avere una scarpa come Prodigio 2, sviluppata all'interno di una piattaforma per le lunghe distanze e al tempo stesso abbastanza bilanciata tra velocità e comodità?

Abbiamo sviluppato Prodigio 2 con un obiettivo molto chiaro: creare la scarpa più versatile della Prodigio Series e un nuovo punto di riferimento nel segmento del mountain running. Abbiamo lavorato su un fit universale, un'ammortizzazione bilanciata e un ride fluido e naturale, per offrire un prodotto capace di adattarsi a qualsiasi uscita, indipendentemente dalla di-

stanza e dalla tecnicità del percorso. Il risultato è una calzatura che combina comfort, protezione e dinamismo, mantenendo sempre quel feeling di precisione e controllo che contraddistingue il dna La Sportiva.

La Sportiva parla di mountain running più che di trail: cosa significa per voi? E come si traduce questo approccio alla corsa in montagna nello specifico in Prodigio 2?

Come in ogni sport, anche nella corsa in natura esistono diverse categorie che aiutano a descrivere meglio gli utenti e i loro bisogni. Per noi, mountain running e trail running identificano sostanzialmente lo stesso sportivo, ma il primo concetto esprime in modo più completo la varietà di ambienti che si possono incontrare: dalle strade forestali alle tracce più tecniche, fino ai percorsi d'alta quota caratterizzati da forte verticalità e terreno complesso. Ci piace identificarci con l'intero spettro dell'esperienza in montagna, compresi i terreni più tecnici ed estremi. Per questo sviluppiamo calzature realmente capaci di affrontare ogni tipo di sentiero. Prodigio 2 incarna perfettamente questa filosofia: offre comfort e fluidità sulle lunghe distanze senza rinunciare a precisione, controllo e sicurezza quando il fondo diventa più impegnativo.

Guardando avanti, quali sono i possibili sviluppi della linea?

Il nostro obiettivo è mantenere la Prodigio Series costantemente aggiornata e allineata all'evoluzione delle esigenze dei runner. Per questo abbiamo definito un ciclo di rinnovo di circa due anni per ciascun modello. In questo modo possiamo integrare progressivamente le migliori innovazioni in termini di materiali, tecnologie e costruzione, garantendo che ogni Prodigio continui a rappresentare un benchmark per comfort, performance e funzionalità nel mondo del mountain running. Nel frattempo continuiamo a investire nella ricerca, nei test sul campo e nella raccolta di feedback da parte della nostra community di mountain runner. Questo dialogo costante ci permette di individuare nuove opportunità e di immaginare l'evoluzione futura della linea. Stiamo infatti valutando l'introduzione di nuovi modelli all'interno della Prodigio Series per rispondere a esigenze sempre più specifiche. Quello che posso dire è: stay tuned!





REPELLENT
NOT INSECTICIDE

WE DON'T
USE PERMETHRINE

PREVENTION OF
INSECT BITES

RAINIER DESIGN

mico®

PROTECTION FOR PERFORMANCE

#SOCKSFIRST

MICO.IT   

GUARDANDO AL FUTURO

Quella proposta da NNormal è una continua evoluzione in termini di progettazione, con l'obiettivo di rispondere alle esigenze dell'ultra running di oggi e di domani

Sono due le novità in casa NNormal che sono state testate direttamente da Kilian Jornet alla Western States e che promettono grande innovazione per il mondo del trail running. Si tratta del prototipo di calzatura NN202 e di un gilet refrigerante, prodotti non ancora disponibili per il pubblico, ma in fase di verifica per il lancio: la calzatura nel 2027, mentre il gilet è previsto per il 2028. Questo perché per NNormal l'innovazione è un processo continuo che si pone l'obiettivo di migliorare comfort e performance sulle lunghe distanze, puntando su test sul campo nelle condizioni più estreme.

NN202: ADDIO PRESSIONE SUL COLLO DEL PIEDE

Pensata per l'ultra-distance running, la NN202 introduce un sistema di allacciatura laterale che sposta il supporto del piede dalla parte superiore ai lati della scarpa. L'obiettivo è eliminare la pressione sul collo del piede che rappresenta una delle aree più sensibili durante la corsa, senza sacrificare stabilità e precisione di calzata. Il risultato è una scarpa in grado di adattarsi in modo più naturale ai movimenti del runner e alle variazioni di terreno, migliorando comfort e circolazione sulle lunghe distanze.

GILET REFRIGERANTE

Con temperature sempre più elevate, la gestione del calore corporeo è diventata un fattore chiave per resistenza e performance. Il nuovo prototipo di gilet refrigerante sviluppato da NNormal nasce proprio con l'obiettivo di aiutare gli atleti a mantenere il corpo fresco durante gli sforzi prolungati in ambienti estremi. Il gilet rappresenta una risposta concreta alle sfide climatiche che attendono il futuro dell'ultra-running.



B-Factory - +39 039.9193830 - info@b-factory.it

SENZA PENSIERI

Con la Fujitrail Collection ASICS punta su leggerezza, traspirabilità e un'ampia libertà di movimento. Tutte condizioni essenziali per correre a lungo sui sentieri

FUJITRAIL ELITE SHORT



Leggeri, flessibili e traspiranti, questi pantaloncini sono ideali per il trail running quotidiano. La nuova tasca per smartphone consente di portare con sé il telefono senza fastidi durante il movimento. Sono disponibili inoltre tasche aggiuntive per riporre gli oggetti essenziali. Non mancano i dettagli riflettenti per le condizioni di scarsa visibilità.

Anche questo capo è realizzato con almeno il 50% del materiale principale riciclato.

Materiali e tecnologie

- Tecnologia ACTIBREEZE: migliora la traspirabilità e mantiene al fresco
- Tessuto leggero ad asciugatura rapida
- Tasca per il cellulare facilmente accessibile, anti-rimbalzo e anti-sudore
- Tasche in mesh sui fianchi per riporre gli oggetti essenziali aggiuntivi
- Fascia ventilata piatta in vita

FUJITRAIL ELITE WATERPROOF JACKET

Ispirata alle avventure di corsa off-road, questa giacca da trail (disponibile in versione maschile e femminile) è versatile e di alta qualità, progettata per proteggere dalla pioggia e dal vento anche nelle stagioni incerte. È impermeabile, leggera, traspirante e offre un'eccellente libertà di movimento. È provvista di dettagli riflettenti studiati per condizioni di scarsa luminosità. Il collo alto e le asole per i pollici offrono maggiore protezione dagli elementi atmosferici, mentre il cappuccio regolabile tramite cordino posteriore consente una vestibilità personalizzata. La tasca sul petto può essere utilizzata per riporre gli oggetti essenziali per la corsa o per richiudere la giacca. Almeno il 50% del materiale principale di questo capo è riciclato per ridurre i rifiuti e le emissioni di carbonio.



Materiali e tecnologie

- Tessuto PERTEX Shield a 2,5 strati, impermeabile (20.000 mm), traspirante (20.000 g) e antivento
- Rivestimento idrorepellente (DWR) e cuciture nastrate
- Il design compatto consente di richiudere la giacca nella tasca sul petto

ASICS Italia - +39 0171.416111 - info@asics.com

TESTATA DAI PROFESSIONISTI

Con la campagna “We Are Outsiders” Ande propone una linea tecnica senza cuciture, nata dall'esperienza degli ambassador sulle lunghe distanze e abbinamento perfetto con la scarpa Thunder 2.0



Dopo tre anni di sviluppo e test, la nuova linea da trail running di Ande incarna perfettamente il pay-off del brand, “Questione di equilibrio”: un principio che delinea ogni aspetto del prodotto, fondendo funzionalità, qualità dei materiali e costo accessibile. Pensata per tutti i runner che cercano leggerezza e comfort, la collezione viene rappresentata attraverso la campagna di comunicazione “We Are Outsiders”, un inno alla libertà, alla natura e alla sfida con se stessi.

Ogni capo è stato sviluppato per azzerare i fastidi legati all'uso prolungato e testato sul campo insieme agli ambassador Ande, atleti impegnati tutto l'anno in competizioni su distanze comprese tra 10 e 200 chilometri.

- Kima t-shirt è il capo ideale per affrontare ogni uscita in totale libertà di movimento. Realizzata in tessuto ultralight altamente traspirante, mantiene la pelle fresca e asciutta, mentre la costruzione senza cuciture, unita ai tagli laser, riduce al minimo gli sfregamenti e garantisce una rapida asciugatura.
- Icaro short è il nuovo pantaloncino tecnico da uomo progettato per offrire le massime performance. Presenta un tessuto esterno in poliestere elasticizzato con microforatura e bordature a taglio laser ed è dotato di una vita elasticizzata con coulisse, un inserto siliconato per la massima stabilità e una fascia in mesh elasticizzata con nylon stretch che integra cinque taschini aperti e una tasca di sicurezza con chiusura a zip.
- A completamento della linea, Ande introduce la scarpa Thunder 2.0, una

rivisitazione del classico modello Thunder. Progettata per trail altamente tecnici, è dotata di suola Vibram Bayu XS Trek EVO pensata per offrire un valido grip su tutti i tipi di terreno e tomaia in mesh tecnico che garantisce traspirabilità ed elasticità senza rinunciare alla resistenza. Inoltre, la forma affusolata e il fitting preciso rendono la Thunder 2.0 affidabile anche nei percorsi più tecnici. Con un peso di 335 grammi (nella numerazione 42) e un drop di 8 millimetri, la Thunder 2.0 dà il proprio meglio nelle corte e medie distanze.

Oltre alla Thunder, Ande ha aggiornato anche i modelli Panther e Spitfire.

La collezione comprende anche i capi Trail JKT, Trail Vest, Running Pro Lady Skirt e Running Cap.



Kima t-shirt



Icaro short



Thunder 2.0

Avantgarde - +39 0341 288573 - info@avantgardelecco.it

DALL'HIKING AL TRAIL

Progettata per chi ama muoversi velocemente all'aria aperta, Lavaredo X di Nat's combina tecnologie avanzate e materiali ultraleggeri senza rinunciare alla protezione



Ispirata alle Tre Cime, la serie Lavaredo rappresenta la filosofia Nat's: sviluppare calzature che rispettano la naturale biomeccanica del piede, offrendo comfort, stabilità e prestazioni elevate. Materiali avanzati, costruzione anatomica e design funzionale lavorano insieme per favorire un movimento fluido, ridurre l'affaticamento e aumentare il controllo anche sui fondi più irregolari.

Pensata per accompagnare chi alterna fast hiking, escursioni veloci e brevi percorsi di trail running, Lavaredo X rappresenta il modello più protettivo

e tecnico, sviluppato per chi cerca il massimo in termini di supporto, stabilità, performance e sicurezza durante le attività outdoor più dinamiche.

LAVAREDO X

Grazie alla tomaia in Dyneema, una fibra ultraleggera ed estremamente resistente, Lavaredo X assicura un'elevata durabilità contro abrasioni e urti mantenendo un'ottima libertà di movimento. I rinforzi laterali e il puntale in TPU aumentano la protezione da rocce e radici, mentre il sistema di allacciatura rapida Nifco Fast Lace è studiato per offrire una regolazione veloce e precisa sul piede anche durante l'attività.

La suola Vibram Megagrip con tecnologia Shark-Tooth assicura trazione e controllo su tutti i tipi di terreni, siano questi asciutti o bagnati. Il battistrada da 4 millimetri incrementa il grip su superfici differenti, mentre la geometria della

suola amplia l'area di appoggio laterale offrendo maggiore stabilità. L'intersuola sfrutta la Gait Control Technology, con una costruzione a doppia densità che abbina un nucleo più morbido e reattivo a una parete esterna più rigida per aumentare sostegno e durata. Il plate ergonomico in TPU limita le torsioni del piede e restituisce energia durante l'attività, mentre il drop di 6 millimetri e la curvatura anteriore di 15° favoriscono un passo fluido.

A completare il sistema, la soletta in PU con supporto dell'arco plantare e il cuscinetto Artificial Cartilage Foam (ACF) assorbono oltre il 97% degli impatti sul tallone, migliorando comfort e ammortizzazione.

SCHEDA TECNICA

- **Tasselli del battistrada:** 4 mm
- **Drop:** 6 mm
- **Peso:** 370 g (M, 42 EU) + 39 g soletta
– 320 g (W, 38 EU) + 33 g soletta



natsfootwear.com

APPROVATA DAGLI ATLETI ÉLITE

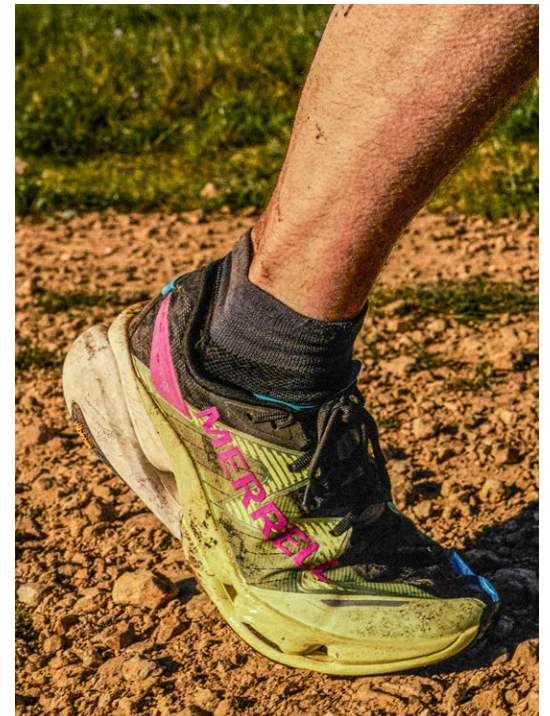
MTL SpeedARC Peak di Merrell offre velocità, stabilità e prestazioni di alto livello per consentire ai trail runner di gareggiare al massimo delle potenzialità

Con il lancio della MTL SpeedARC Peak, Merrell consacra la sua presenza nel trail running più tecnico. Questa calzatura è infatti stata sviluppata all'interno del Merrell Test Lab (MTL) attraverso un processo di innovazione di cinque anni durante i quali gli esperti di prodotto Merrell hanno collaborato con il team di atleti élite del brand. Da questa sinergia è nato un intenso programma di test su prototipi, componenti e materiali che ha permesso di perfezionare la MTL SpeedARC Peak. Complessivamente sono stati valutati 154 prototipi lungo oltre 20.000 chilometri, con i feedback degli atleti e le validazioni di laboratorio che hanno contribuito a definire ogni dettaglio del prodotto. Il risultato è una scarpa da gara progettata per offrire velocità, precisione e sicurezza sui percorsi tecnici più impegnativi. Merrell presenterà la nuova MTL SpeedARC Peak in occasione di due tra i più importanti appuntamenti europei dedicati al trail running: l'UTMB Ultra-Trail Village di Vielha e l'UTMB Ultra-Trail Village di Chamonix durante la stagione 2026.

UN'INTERSUOLA A TRE STRATI

Il cuore tecnologico di MTL SpeedARC Peak è l'innovativo sistema di intersuola SpeedARC, pluripremiata tecnologia del brand progettata per garantire prestazioni ottimali su qualsiasi terreno grazie a una struttura a tre strati pensata per combinare comfort, efficienza e reattività. Lo strato superiore in schiuma FloatPro

a base PEBA assicura un'ammortizzazione leggera e reattiva, ideale sulle lunghe distanze, mentre lo strato inferiore in schiuma FloatPro offre maggiore stabilità e resistenza anche sui terreni più tecnici e sconnessi. Tra i due livelli trova spazio la Carbon Fiber FlexPlate, una piastra in fibra di carbonio ultraleggera progettata per ottimizzare il ritorno di energia durante la corsa. La sua struttura biforcuta rappresenta uno degli elementi più interessanti del progetto e permette all'avampiede di adattarsi in modo indipendente alle irregolarità del terreno, migliorando equilibrio, controllo e agilità. La MTL SpeedARC Peak integra inoltre due tecnologie di riferimento nel settore. La tomaia in Matryx con Kevlar abbina leggerezza, traspirabilità e un'elevata resistenza all'abrasione, mentre la suola con mescola Vibram Megagrip Elite assicura un grip eccellente sia su superfici asciutte sia bagnate, offrendo massima aderenza anche nelle condizioni più impegnative.



Wolverine Italia SRL - +39 0423 012558 - merrellitcsteam@wwwinc.com

IN CIMA TUTTO L'ANNO

Da sempre alla ricerca della performance, Rossignol amplia il proprio universo outdoor con una gamma completa di abbigliamento e accessori per il trail, da abbinare alle scarpe

Rossignol continua a credere nel trail running e amplia la sua offerta investendo nello sport che più naturalmente interpreta il rapporto tra uomo e ambiente alpino. Il brand francese, forte di una lunga esperienza nello sviluppo di prodotti tecnici per le discipline invernali, porta il proprio know-how anche nella stagione estiva con una collezione pensata per accompagnare sia i runner che si avvicinano al trail sia gli atleti più evoluti, con capi progettati per garantire leggerezza, comfort, traspirabilità ed elasticità durante ogni uscita. Una nuova categoria che completa l'offerta Primavera-Estate, che prevede anche una gamma di scarpe per correre nella natura, e rafforza il suo posizionamento come brand dedicato agli appassionati di outdoor a 360 gradi.

SIDELHORN JACKET

Giacca comprimibile da uomo pensata per il trail running e l'escursionismo. Ultraleggera e antivento, è progettata per affrontare i cambiamenti improvvisi del meteo in montagna. Si ripiega nell'apposita tasca sul petto e può essere facilmente riposta nello zaino o nel gilet da running. Il tessuto traspirante 15K garantisce comfort durante gli sforzi prolungati, mentre il trattamento idrorepellente DWR senza PFC protegge dalla pioggia leggera e dall'umidità. La vestibilità Regular Fit offre libertà di movimento e la possibilità di vestirsi a strati. Un capo essenziale e versatile, sviluppato per chi cerca leggerezza, praticità e protezione nelle attività outdoor ad alta intensità.

VEST MOTION 10L

Pensato per il trail running e le uscite outdoor più impegnative, il Motion 10L Vest di Rossignol è un gilet portaoggetti ultraleggero progettato per avere tutto l'essenziale sempre a portata di mano. Dotato di sei tasche anteriori elasticizzate per snack e borracce e tre tasche posteriori per giacca, indumenti di ricambio e

accessori, permette di organizzare al meglio l'equipaggiamento durante le corse più lunghe. Il tessuto in mesh elasticizzato segue i movimenti del corpo, mentre le cinghie Quick-Fit consentono una regolazione precisa e stabile. Il gilet include due borracce Hydrapak Rossignol da 500 millilitri ed è disponibile nelle taglie S-L.



Gruppo Rossignol Italia +39 0161 855513 - info.italia@rossignol.com - grupporossignol.it

SUPPORTO EMOTIVO E PLANTARE

Le calze di BV Sport in collaborazione con Matthieu Forichon di Des Bosses et Des Bulles portano l'ironia nel trail running senza dimenticare il sostegno che serve sulle lunghe distanze

Marchio francese di riferimento per l'attrezzatura tecnica sportiva, BV Sport è da sempre riconosciuto per la sua expertise nelle calze e nell'abbigliamento performance di compressione. La sua mission è quella di concepire, sviluppare e fabbricare prodotti pensati per accompagnare gli sportivi prima, durante e dopo lo sforzo fisico.

In collaborazione con Des Bosses et Des Bulles, il progetto fu-mettistico nato nel 2012 da Matthieu Forichon per ridere delle disavventure della corsa off-road, le calze Ultra High DBDB integrano un design che mette in confronto due tipi di trail runner diametralmente opposti: quello urbano, che corre su asfalto e che fa dislivello solo salendo le scale, e quello che corre in montagna, che invece non ha altro contro cui rivolgere le proprie ingiurie se non la natura e i sentieri delle alte quote. Questo parallelo prende vita attraverso le calze da trail tecniche firmate BV Sport che uniscono comfort, supporto e tecnica su un sostegno pensato per durare svariati chilometri, ma pur sempre con stile, per rappresentare la personalità del runner su ogni sentiero, che sia cemento o pietraia.



Questa collaborazione, che segna anche l'inizio della produzione made in France delle calze BV Sport, porta l'universo divertente e fuori dagli schemi di Des Bosses et Des Bulles su prodotti tecnici, indispensabili al trail runner in gara, allenamento e persino nella vita quotidiana.

ULTRA HIGH DBDB VILLE MONTAGNE

Prodotta in Francia, presenta una pianta anatomica 3D ultra rinforzata per una stabilità e un assorbimento degli urti ottimali. Grazie al suo supporto a 360°, garantisce un sostegno perfetto di caviglia e piede, assicurando sicurezza e comfort su tutte le distanze. Rinforzi mirati posizionati in aree strategiche – tendine d'Achille, malleolo, zona di allacciatura, tallone e punta – proteggono da sfregamenti e impatti ripetuti, anche sui terreni più impegnativi. La sua maglia leggera e traspirante garantisce un'elevata evacuazione del sudore, mantenendo i piedi asciutti e freschi. Grazie alla gamba alta e al bordo largo anti-costrizione, questa calza rimane perfettamente in posizione senza comprimere, mentre le cuciture piatte riducono sfregamenti e irritazioni. Il design asimmetrico si adatta perfettamente alla forma del piede per un comfort ottimale.

BV Sport - info@bvsport.it - +39 335.5927456

CORRERE OLTRE LA ZONA DI COMFORT

Leggera e con trazione elevata su ogni terreno, Ultra 100 V3 è la scarpa di Dynafit che permette di alzare l'asticella



L'ultra running è molto più di una semplice corsa: è una sfida estrema per il corpo e la mente. La scarpa Ultra 100 V3 è stata creata per offrire il massimo supporto alle atlete e agli atleti nel superare i propri limiti grazie alla combinazione tra ammortizzazione, protezione e comfort elevati, abbinati a un notevole ritorno di energia e a un peso contenuto. Oltre a essere la scarpa più leggera della sua categoria, Ultra 100 V3 conquista con un grip affidabile e un'ottima trazione su qualsiasi terreno, dai sentieri scorrevoli ai passaggi tecnici in ambiente alpino, dalle salite ripide alle discese veloci.

Rispetto al modello precedente, la terza generazione dell'Ultra 100 è ancora più leggera, dinamica e duratura. Tutto ciò è reso possibile dall'impiego dei più recenti materiali ad alte prestazioni, in primo luogo una schiuma espansa supercritica (supercritical foam) nell'intersuola che garantisce un ritorno di energia particolarmente elevato a fronte di un peso minimo. Nonostante l'ammortizzazione generosa e l'altezza della suola, la scarpa garantisce una corsa pre-

cisa, ideale per i percorsi tecnicamente impegnativi. Il drop da 6 millimetri è pensato per soddisfare le preferenze della maggior parte degli ultrarunner e favorire una corsa naturale. La pronunciata geometria rocker della suola assicura inoltre una rullata dinamica e fluida. La classica allacciatura con lacci piatti permette una regolazione precisa e personalizzata. La tomaia in maglia traspirante mantiene i piedi asciutti e comodi anche sulle lunghe distanze.

AMMORTIZZAZIONE

L'intersuola di nuova concezione con Supercritical Foam consente una corsa dinamica e reattiva ed è circa il 20% più leggera delle classiche suole in EVA. Allo stesso tempo, garantisce un'ammortizzazione superiore per un comfort duraturo sulle distanze ultra.

STABILITÀ SICURA

Gli elementi di stabilizzazione integrati nell'intersuola sostengono il piede sia sul lato interno che esterno, rivelandosi efficaci nel prevenire le distorsioni sui percorsi tecnicamente impegnativi.

GRIP PRECISO

La suola esterna Vibram Megagrip con tasselli Traction Lug offre la massima aderenza e le migliori prestazioni, anche sul bagnato. Il design dei tasselli da 4 millimetri garantisce trazione elevata e sicurezza su un'ampia varietà di superfici.

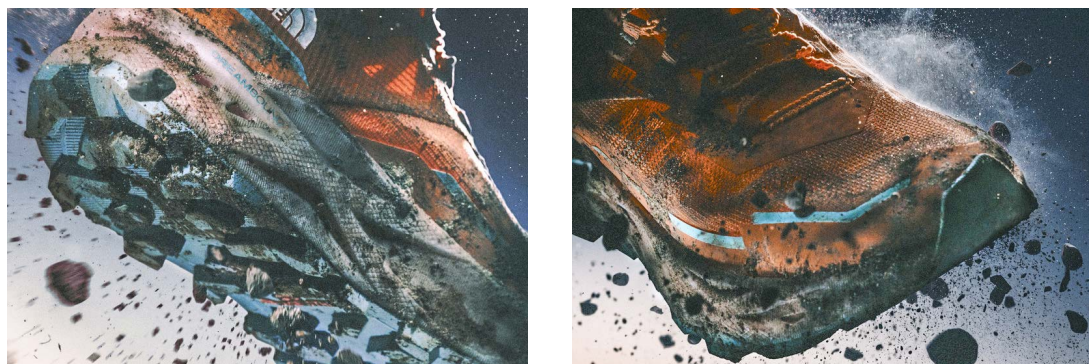


Misure: 3 - 9 UK (donna) / 6 - 13 UK (uomo)
Peso: 242 g (donna) / 279 g (uomo)
Drop: 6 mm

Oberalp - + 39 0471.242900

NATA PER L'OFF-ROAD

Offtrail Ultra è la proposta trail running di The North Face pensata per chi cerca una corsa leggera e veloce senza rinunciare alla performance



Con Offtrail Ultra, The North Face amplia la propria sezione trail running introducendo una scarpa sviluppata per chiunque desideri avventurarsi tra i sentieri con leggerezza, reattività e velocità. Al centro del modello c'è l'intersuola DreamBound in super foam a doppia intensità, caratterizzata da una struttura più rigida sul lato esterno e più morbida su quello interno, studiata per offrire un elevato ritorno di energia e garantire stabilità anche sui percorsi più tecnici.

Con un peso di appena 259 grammi, Offtrail Ultra è dotata di una tomaia Dual Warp ultraleggera e senza cuciture che avvolge il piede con precisione, mentre gli inserti in TPU incrementano supporto e protezione al piede anche quando il terreno diventa più impegnativo. I lacci zigrinati assicurano una chiusura stabile e affidabile, riducendo il rischio di allentamento durante la corsa, mentre il plantare Ortholite contribuisce a migliorare traspirabilità e ammortizzazione, garantendo comfort per tutta la durata dell'attività.



L'intersuola DreamBound a doppia densità in TPU infuso di azoto, con altezza di 24/18 millimetri e drop di 6 millimetri, assicura un equilibrio ottimale tra stabilità e naturalezza nell'appoggio, favorendo una corsa fluida e dinamica.

A completare il pacchetto tecnico ci pensa la suola Surface Ctrl che, equipaggiata con tasselli da 5 millimetri e una specifica climbing zone nell'avampiede, incrementa grip e precisione sia in salita che nei tratti più rocciosi, rendendo la Offtrail Ultra una soluzione particolarmente adatta per affrontare con sicurezza terreni misti e superfici sconnesse.

SCHEDA TECNICA

- **Ortholite:** Plantare traspirante e ammortizzante
- **DreamBound:** intersuola a doppia densità
- **Suola:** Surface Ctrl con climbing zone
- **Altezza intersuola:** 24/18 mm
- **Drop:** 6 mm
- **Peso:** 259 g

The North Face - + 39 0423.683100 - thenorthface.com

UN ALLENAMENTO SEMPRE PIÙ CONNESSO

Suunto Race 2 e gli auricolari Spark danno vita a un sistema in grado di trasformare i dati in indicazioni utili, senza perdere il contatto con ciò che ci circonda



Suunto Race 2 è una delle novità più significative dell'universo del brand finlandese, da sempre impegnato a sviluppare tecnologie indossabili pensate per accompagnare gli sportivi in ogni allenamento e avventura outdoor. Al suo fianco debuttano anche gli auricolari Suunto Spark, progettati per runner e persone attive che desiderano ascoltare musica, ricevere indicazioni e restare sempre consapevoli dell'ambiente circostante. Insieme, Race 2 e Spark danno vita a un ecosistema connesso che unisce monitoraggio delle prestazioni, guida vocale e sicurezza.

SUUNTO RACE 2

Più leggero e sottile rispetto alla generazione precedente, Suunto Race 2 introduce un display AMOLED ancora più ampio, un nuovo sensore ottico per la frequenza cardiaca, un processore più potente e un'autonomia che raggiunge i 12 giorni nell'uso quotidiano e oltre 50 ore di registrazione GPS ad alta precisione. Oltre 115 modalità sportive, mappe offline, navigazione, funzioni di recupero, gestione del ritmo e il supporto di Suunto Coach ne fanno uno strumento completo sia per l'allenamento sia per le attività outdoor.

SUUNTO SPARK

Queste cuffie open-ear adottano la tecnologia a conduzione aerea per lasciare libero il condotto uditivo e permettere di rimanere sempre consapevoli dell'ambiente circostante. Pensate soprattutto per chi corre o si allena in città, pesano appena 9 grammi per auricolare, sono certificate IP55 contro polvere e sudore e offrono fino a 36 ore di autonomia complessiva con la custodia di ricarica.

LA COMBO

L'integrazione tra Race 2 e Spark aggiunge un ulteriore livello all'esperienza di allenamento. Attraverso la guida vocale è possibile ricevere direttamente nelle cuffie aggiornamenti su ritmo, distanza, frequenza cardiaca e altri parametri, senza dover consultare l'orologio durante lo sforzo. Le Spark includono inoltre funzioni dedicate all'analisi della corsa, come il monitoraggio della cadenza e della dinamica del passo, oltre a un sistema che aiuta a controllare postura e affaticamento del collo.



Suunto Italia - Andrea Perico, account manager - +39 340.4125320 - suunto.com



CMP

it's me

A full-page background image featuring a person running across a field of tall grass. The scene is dramatically lit by a large, intense red sun in the upper right corner, which casts a long, bright orange glow across the landscape and the runner. The sky is dark with some visible dust or particles.

SCARPA®

**Alien
Limited Edition**

**Not from
this planet**