

 **REPORTAGE**

Daily
SPORT



VOGLIA DI MARATONA

ALL ROADS LEAD TO ROME.

RUNNING

di DAVID LUCCHI

“Quando corro, semplicemente corro. In teoria nel vuoto. O viceversa, è anche possibile che io corra per raggiungere il vuoto. In quella sospensione spazio-temporale, pensieri ogni volta diversi si insinuano naturalmente nel mio cervello. E' naturale, perché nell'animo umano non può esistere il vuoto assoluto". Sono parole del grande scrittore giapponese Haruki Murakami, maratoneta di vecchia data, che alla corsa ha dedicato - e dedica tuttora - gran parte del suo tempo, oltre a un bellissimo libro che ogni runner che si rispetti dovrebbe aver letto: "L'arte di correre". Al giorno d'oggi capita sempre più spesso di imbattersi in persone che praticano running e questo accade un po' ovunque, ad ogni ora del giorno (e della notte), con il sole o con la pioggia. Insomma, correre è diventato un fenomeno di massa; vengono pubblicati sempre nuovi libri per chi si è appena avvicinato alla corsa, per chi vuole migliorarsi. Proliferano guide su cosa mangiare, come vestirsi, cosa evitare. Il popolo della corsa, intanto, aumenta. E ognuno corre per un motivo individuale e unico; ognuno si pone obiettivi, tempi, distanze, perché per ciascuno correre può avere un diverso significato più ▶

IL SOGNO DEI 42 CHILOMETRI E 195 METRI. ORMAI RIGUARDA MILIONI DI PERSONE. E' UNA FEBBRE. UN'OSSESSIONE. UN TRAGUARDO. MAGARI SOLO DIVERTIMENTO. PER TANTISSIMI UNA PASSIONE. AUTENTICA. COSÌ, GLI SPONSOR NON STANNO A GUARDARE. IN GIOCO CI SONO NUMERI DA CAPOGIRO. E IL FENOMENO NON ACCENNA A ESAURIRSI. ANZI, SI INTENSIFICA



LA PARTENZA DELL'ULTIMA EDIZIONE DELLA MARATONA DI MILANO, SVOLTASI L'8 APRILE



L'ELEVATO NUMERO DI PARTECIPANTI E DI APPASSIONATI RENDE LE MARATONE UN CONTESTO PERFETTO PER VEICOLARE MESSAGGI CON UN ALTO TASSO DI RICADUTA SOCIALE

o meno profondo. Accanto a questo aspetto emotivo-esistenziale che connota la pratica della corsa come vero e proprio fenomeno collettivo fondato sul singolo individuo, se ne aggiunge uno più pragmatico e meno romantico ma decisamente importante: quello economico. Perché è bello allenarsi usciti dal lavoro, con la musica nelle orecchie, magari la sera d'inverno, ma ancora più bello è finalizzare questo "sacrificio" al compimento di una gara, in mezzo a migliaia di altri corridori, con il pubblico lungo il tragitto che incita e rincuora nei momenti difficili (che puntualmente si manifestano) anche se i primi sono passati un'ora prima o di più, magari in una grande città dove si è già stati ma che non si è mai potuta vivere in quella

prospettiva magica che solo la corsa può creare. Insomma, le maratone "tirano" e generano un giro di affari che può superare centinaia di milioni di dollari. E' il caso delle cinque maratone più importanti al mondo: Boston, Chicago, Berlino, Londra e naturalmente New York.

NON SOLO NEW YORK

Quella della Grande Mela è senza dubbio la maratona per eccellenza, la meta proibita, o quasi, di ogni runner, il coronamento di un sogno. Non a caso, è la prima al mondo sia per numero di partecipanti sia per il giro d'affari. L'iscrizione è a numero chiuso (50 mila), ma ogni anno le richieste superano abbondantemente quota 100 mila. Tenendo conto che partecipare alla maratona di New York costa 350

dollari di iscrizione, che spesso gli atleti ne approfittano per una visita di qualche giorno della città, magari accompagnati da amici o familiari, e che i main sponsor dell'evento sono multinazionali come Asics o Tata Consultancy Services (uno dei maggiori player mondiali dell'information technology), allora non deve stupire che l'impatto economico generato superi i 400 milioni di dollari. Al secondo posto, con un giro di affari calcolato in circa 280 milioni di dollari, si pone la maratona di Chicago, non tanto per i premi dei vincitori (il montepremi della maratona di Dubai è circa il doppio) quanto per i 45 mila runner e per i milioni di spettatori che seguono i 42 chilometri di percorso totale; e non a caso main sponsor dell'evento è Bank of America. Chiude il podio la più antica ▶



A TUTTE LE ETÀ, IN TUTTO IL MONDO, LA CORSA FAVORISCE CONDIVISIONE E SOCIALITÀ



tra le grandi maratone mondiali: quella di Boston, datata addirittura 1897, che fattura qualcosa come 190 milioni di dollari tra sponsorizzazioni, merchandising, spese dei partecipanti e spettatori. E l'Europa? Le due principali maratone europee sono la Bmw Berlin Marathon (circa 1 milione di persone assiste lungo il percorso) e la Maratona di Londra, sponsorizzata dalla multinazionale Virgin e per quanto concerne i diritti tv, è esclusiva della BBC. Generano, entrambe, un indotto non lontano dai 125 milioni di euro.

EFFETTO "GLOBALE"

Intanto, negli ultimi anni molte capitali internazionali si sono affacciate sulla scena delle maratone "globali", attirando sponsorizzazioni e corridori di livello assoluto grazie ai ricchi premi messi in palio per i vincitori delle varie categorie. Ne è un esempio la già citata maratona di Dubai, che in pochi anni è riuscita ad arrivare a generare un indotto stimato in circa 100 milioni di dollari e che, di questo passo, insidierà il primato delle attuali Big Five. In Italia, invece, il giro di affari prodotto dalle grandi maratone è decisamente minore, anche se si assiste a un movimento in tendenziale crescita. Si corrono circa 70 maratone all'anno, più un numero di mezze maratone e corse di 10 chilometri decisamente superiore, con un numero di iscritti in crescita esponenziale, a dimostrazione del fatto che il fenomeno è in grande espansione anche da noi e che la strada da percorrere resta quella delle grandi maratone di livello internazionale, iniziando dal calcolo relativo all'indotto che l'evento riesce a produrre sul territorio, in modo da attirare ogni anno un numero di sponsor e di partecipanti maggiore.

Le più importanti manifestazioni italiane sono la Maratona di Roma e quella di Milano, seguite dalla Maratona di Venezia e dalla Maratona di Firenze. La corsa nella Capitale genera attualmente un fatturato complessivo stimato intorno a 35 milioni di euro - in base ai dati ricostruiti da Il Sole 24 Ore - e si pone saldamente in testa alle maratone di casa nostra; mentre di particolare interesse appare il caso della Venice Marathon, che continua a crescere di anno in anno, grazie anche ad eventi collaterali come la mezza maratona e tracciati ancora più brevi.

UN FIUME DI PERSONE

E arriviamo all'attualità. Un fiume di persone, sotto uno splendido sole primaverile, hanno preso parte alla 24esima Maratona di Roma, domenica scorsa. I runners sono stati in tutto 100 mila, esultano gli organizzatori; mentre oltre 14 mila, da 131 nazioni, sono stati gli iscritti alla gara competitiva. Infine, alla Fun Run di cinque chilometri che si snodava attraverso via dei Fori Imperiali e Circo Massimo, hanno preso parte non meno di 80 mila persone. Oltre ai corridori, tanta gente, e famiglie con bambini al seguito ha colto l'occasione per attraversare Roma a piedi o in bici, in un percorso insolitamente senza auto. Sono numeri che assegnano, ancora una volta, alla 42 chilometri di Roma il primato nazionale di partecipanti per un evento sportivo agonistico e la confermano come unica gara con oltre 10 mila runner agonisti al via. È il keniano Cosmas Jairus Kipchoge Birech, con un tempo di due ore, otto minuti e tre secondi, è stato, dunque, il vincitore della ventiquattresima edizione della Acea

Maratona. Tra le donne, a primeggiare, è stata l'etiopica Rahma Chota Tusa, con due ore, ventitré minuti e quarantasei secondi. È la terza volta che Tusa vince la Maratona di Roma, corsa che ha fatto registrare i migliori tempi dell'anno in Italia. Durante la premiazione la sindaca di Roma, Virginia Raggi, ha accolto la proposta di conferire la cittadinanza onoraria di Roma alla stessa Tusa. L'iter per l'assegnazione della cittadinanza dovrà passare per l'Aula Giulio Cesare (il cui presidente, Marcello De Vito, era presente alla premiazione e si è mostrato già favorevole) ma la sindaca si è detta fiduciosa che tale iter possa andare a buon fine. Il percorso ▶



 REPORTAGE

Daily
SPORT



LA PARTENZA E L'ARRIVO DELLA MARATONA DI ROMA SONO STATI POSIZIONATI AI FORI IMPERIALI

dell'Accea Maratona di Roma 2018 era uguale a quello dello scorso anno, con oltre 500 siti di interesse storico, archeologico e architettonico coinvolti. Un percorso unico al mondo, come testimonia la conferma del patrocinio ricevuto dell'Unesco. Partenza e arrivo sono state poste entrambe all'altezza del Foro di Traiano-Campidoglio, con la partenza in direzione di Piazza Venezia - via del Teatro Marcello; l'arrivo, invece, da via IV Novembre - Piazza Venezia, dunque proprio di fronte al Colosseo.

SETTANTA CAMBI DI DIREZIONE

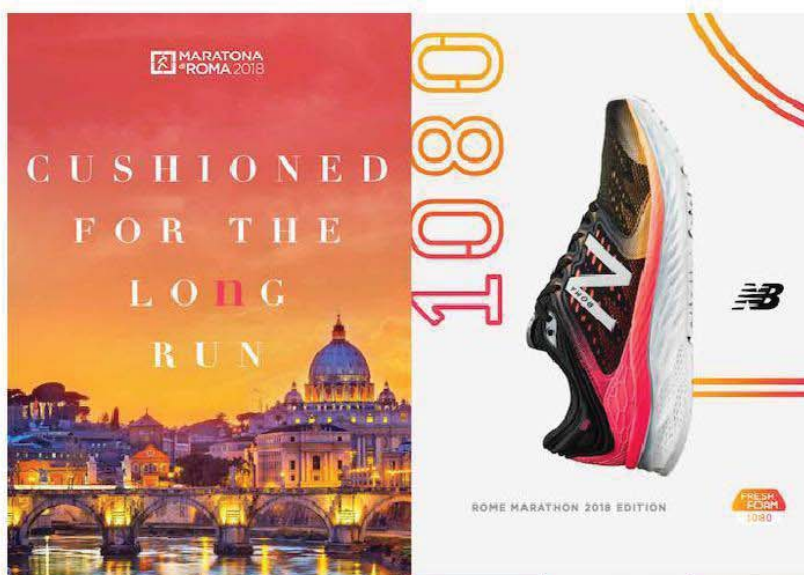
Il tracciato contemplava settanta cambi di direzione (e nessuna curva a gomito) e circa 7 chilometri di sampietrini. Il percorso ha toccato quasi tutti i punti più importanti e famosi di Roma e i tre luoghi di culto più noti della Capitale: la Basilica di San Pietro, la Sinagoga e la Moschea. Gli organizzatori commentano con entusiasmo l'avvenimento: oggi l'Accea Maratona di Roma è forse l'unico evento di running italiano dal valore internazionale. Innanzitutto perché gode della diretta internazionale nei cinque continenti (unico esempio in Italia), in seconda battuta perché ha oltre il 40% di iscritti provenienti da più di 130 differenti nazioni. I partecipanti degli ultimi anni continuano ad aumentare e fanno ormai registrare più di 100 mila presenze in città (la media per ogni runner straniero è di 2,3 persone inclusi accompagnatori, per una permanenza media in città di quattro notti). Partendo da questo dato, uno studio realizzato appositamente per calcolare l'indotto economico per la città, ha rilevato che il dato dovrebbe aggirarsi sui 35 milioni di euro. Per quanto attiene

al valore puramente economico si include il valore commerciale dei materiali e dei servizi offerti da alcune aziende partner. Si stima, in questo caso, che la cifra sfiori i 2 milioni di euro. Diverse sono le multinazionali che investono nell'Accea Maratona di Roma, a partire dal gruppo statunitense New Balance, per passare a Unicredit e Mercedes. L'anno scorso, per la prima volta nella storia dell'evento, è stato siglato un accordo di sponsorship con un colosso cinese, la Huawei. Il budget cresce con le quote di iscrizione (già nel 2017 oltre 1 milione di euro), con la vendita di servizi e merchandise (la quota, in questo caso, è sempre variabile), e con la vendita di spazi fieristici legati al Marathon Village. La lista di sponsor che nell'ultimo biennio ha sostenuto la

kermesse romana è davvero prestigiosa e include il title Accea, New Balance (sponsor tecnico), Smart/Mercedes (special sponsor), cui si aggiungono l'ambasciata di Turchia, Nuncas, Crowne Plaza, Timex, Conad, Radio Radio, Campus Biomedico, Fish Factor, Go Australia, appunto Huawei, Lilia, Powerade, Unicredit, Zuegg, Mondo Convenienza, Centrale del Latte, Honda, Roma Est, Air France.

PERCORSO DA UNESCO

Tornando al percorso della Maratona di Roma, è certamente uno dei punti di forza dell'evento. La partenza e l'arrivo sono stati posizionati, come detto, nello stesso punto, su via dei Fori Imperiali, all'altezza del Foro di Traiano e del Campidoglio. La maggior parte dei 42 chilometri si ▶





ANCHE QUEST'ANNO NEW BALANCE È SPONSOR TECNICO DELLA MARATONA DI ROMA E, COME DI CONSUETO, PRESENTA LA SCARPA CREATA IN EDIZIONE LIMITATA APPPOSITAMENTE PER L'EVENTO: LA FRESH FOAM 1080

articolarono in pieno centro storico e il passaggio della mezza maratona è stato fatto coincidere con via della Giuliana. I due tratti di medio impegno consistevano nelle brevi salite tra via Pellegrino Matteucci (circa 3,5 chilometri) e via Benzioni (circa 4,3 chilometri, a precedere il ponte Spizzichino), intervallate da una discesa e dalle alterne pendenze dell'ultimo tratto di via dei Campi Sportivi - via dell'Agonistica (2-3%) e via della Moschea (quindi, dal chilometro 28,1 al chilometro 28,8), alle quali seguiva la discesa di via Gaudini. Erano presenti, inoltre, due leggere pendenze all'inizio di via dei Cerchi (circa un chilometro) e alla fine di via di Monte Brianzo (intorno al chilometro 36). Poi, nella parte finale del percorso, dopo il 40esimo chilometro, ecco il tradizionale ultimo sforzo con la leggera salita da via del Corso, alla fine di via Milano (circa 15 metri di dislivello), e, a seguire, il corrispettivo in discesa da Largo Magnanopoli a Piazza Venezia (per un totale di circa 500 metri e la discesa decisa di via IV novembre) per un arrivo, in velocità, in via dei Fori Imperiali.

NEW BALANCE SFRECCIA

Anche quest'anno New Balance è stato sponsor tecnico della Maratona di Roma

e, come consuetudine, ha presentato la scarpa creata in edizione limitata appositamente per l'evento: la Fresh Foam 1080 Rome Marathon 2018 Edition. L'edizione romana della scarpa è caratterizzata da una splendida colorazione della tomaia, nei toni che vanno dal fucsia all'arancione, a richiamare le tonalità calde dei tramonti romani. La tomaia è infine coperta da mesh tecnico traforato nero, per un effetto che ricorda le finestre dei palazzi romani illuminate al crepuscolo. A livello tecnico, il cuore delle 1080 è l'intersuola tecnologica in Fresh Foam, innovativa e ultra-soffice, che garantisce un'efficace ammortizzazione. La tomaia in mesh tecnico protegge il piede, consentendogli di respirare e flettersi liberamente. Inoltre, grazie alla struttura avvolgente e alle applicazioni senza cuciture, la scarpa offre una vestibilità incredibilmente aderente e una sensazione di leggerezza sul piede. La New Balance 1080, grazie all'equilibrio

delle proprie caratteristiche, è la scarpa perfetta per conciliare spinta e stabilità durante gli allenamenti più lunghi.

TURKISH AIRLINES IN VOLO SULLA CORSA

Turkish Airlines, la compagnia aerea che vola verso più paesi di qualsiasi altra compagnia al mondo con 303 aeroporti in 120 paesi e una flotta di 329 aerei, è stata anch'essa partner, quest'anno, della Maratona di Roma, l'evento sportivo italiano che conta il maggior numero di partecipanti nonché una delle maratone più prestigiose al mondo. La Maratona di Roma, da sempre, si distingue dalle altre non solo per la significativa presenza di atleti internazionali, ma anche e soprattutto per le numerose iniziative di beneficenza che si svolgono in ▶





REPORTAGE

Daily
SPORT

UN'IMMAGINE TRATTA DALLA MARATONA DI NEW YORK, LA PIÙ FAMOSA NEL MONDO, LA PIÙ RICCA, LA PIÙ SFRUTTATA DAGLI SPONSOR, LA PIÙ PARTECIPATA, E LA PIÙ SOGNATA DAI RUNNER

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

concomitanza con la manifestazione, che permettono di coniugare i valori sportivi con il rispetto della città di Roma, della sua cultura e della sua tradizione. "Per Turkish Airlines, quello italiano è un mercato molto importante, sul quale la compagnia sta investendo in modo significativo - spiega Mustafa Hakan Yilmaz, direttore della sede romana di Turkish Airlines -. L'Italia è stato il quarto paese che abbiamo collegato al resto della rete con i nostri voli, proprio con un volo diretto Roma-Istanbul. È proprio per consolidare il legame non solo con Roma ma con l'Italia intera che la compagnia ha deciso di prestare il suo contributo alle maggiori iniziative e manifestazioni nazionali: partecipare alla Maratona di Roma rappresenta per Turkish Airlines l'opportunità di promuovere i valori e la storia della Città Eterna e dell'intero paese". Quella di Roma è stata, dunque, la prima destinazione di Turkish Airlines ad essere aperta in Italia, nel 1959: da allora, la compagnia è cresciuta, raggiungendo su Roma il numero di cinque frequenze giornaliere, per soddisfare le necessità e le richieste dei passeggeri. A partire dalla prossima stagione, inoltre, Turkish Airlines volerà da Roma a Istanbul aumentando il numero dei posti a bordo con il nuovo Airbus A330, per offrire più disponibilità e comfort ai passeggeri. Turkish Airlines, con un network in costante espansione che connette 303 destinazioni in 121 diversi paesi, permette collegamenti da ben otto città italiane (Milano, Venezia, Pisa, Bologna, Roma, Napoli, Catania e Bari) verso tutto il mondo. Inoltre, la compagnia offre ai passeggeri programmi e servizi unici ed esclusivi, che le hanno permesso di conquistare numerosi premi,

come quello per i servizi di ristorazione e catering, senza pari, sia a bordo che nella CIP Lounge "Turkish Airlines Lounge Istanbul", rinomata in tutto il mondo proprio per i servizi e le funzionalità uniche e senza limiti che questo spazio esclusivo offre ai suoi ospiti.

LA POTENZA FIRMATA POWERADE

Intanto, per il secondo anno consecutivo Powerade è stato Main Sponsor della Acea Maratona di Roma, durante la quale ha aiutato i partecipanti a idratare la loro motivazione e dare il massimo, sempre, per raggiungere e superare i propri obiettivi. Nei giorni precedenti la Maratona, allo Sport Expo Marathon Village, Powerade ha anche invitato i maratoneti alla "Time Challenge", dove era possibile farsi fotografare scrivendo su una lavagnetta il tempo nel quale si pensava di portare a termine la maratona. La foto è stata subito resa disponibile per essere condivisa sui social network; in più, veniva regalato un utile gadget Powerade. Fin dalla nascita - in Italia, nel 2002 -, Powerade è legato al mondo dello sport e la presenza del brand è sempre stata trasversale alle discipline più amate e praticate. Da qualche anno, proprio il legame con lo sport si è rafforzato ulteriormente e Powerade invita chi pratica discipline sportive a dare il massimo, sempre, idratando la propria motivazione. Ogni giorno, infatti, gli sportivi si prefiggono un traguardo e, una volta raggiunto, ne fissano un altro per tenere sempre alta la motivazione e migliorare le proprie performance. L'obiettivo di oggi è il punto di partenza di domani e Powerade diventa il personal trainer degli sportivi, aiutandoli nelle loro sfide quotidiane.

SI CORRE SOTTO LA MADONNINA

Ma domenica scorsa non si correva solo a Roma. Una bella giornata di primavera, infatti, ha accolto i 20 mila partecipanti della 18esima edizione della EA7 Emporio Armani Milano Marathon, il grande evento di running organizzato da S.S.D RCS Active Team - RCS Sport. Alle ore 9:00 in punto ha preso il via la maratona agonistica, che ha visto trionfare l'etiopio Tura Seifu Abdiwak in 2 ore 9 minuti e 4" secondi, seguito dal kenota Justus Kimutai Kipkogei, staccato di soli 56 secondi, e dal connazionale Barnabas Kiptum, con 2 ore, 10 minuti e 17 secondi. A primeggiare, tra le donne, le kenote Lucy Kabuu Wangui (2 ore, 27 minuti e 2 secondi), Vivian Jerono Kiplagat (6 secondi in più) e la vincitrice della scorsa edizione Sheila Chepkech (2 ore, 29 minuti e 26 secondi). Oltre alla competizione regina, la staffetta benefica Europ Assistance Relay Marathon a favore delle oltre cento Onlus coinvolte ha portato lungo le strade di Milano l'allegria e l'entusiasmo dei suoi partecipanti. La prima squadra a tagliare il traguardo è stata Adidas Runners, seguita da Nbrc Mln - Pro Team 1, e Don Kenya run by ArmaniEA7, classificatasi al terzo posto. Il 2018 ha fatto segnare un trend positivo anche nel numero dei partecipanti: 6.931 maratoneti iscritti, a cui si aggiungono oltre 3.123 squadre registrate alla Europ Assistance Relay Marathon. Inoltre, 10 mila piccoli runner con i loro accompagnatori hanno corso la quarta edizione della Bridgestone School Marathon all'interno del Marathon Village, presso CityLife.

UNA GARA "MAGGIORENNE"

Andrea Traubio, Responsabile Mass Events RCS Sport e Direttore di ▶



COME FUNZIONA ACCEDI REGISTRATI IT -



Milano Marathon, ha commentato così: "La nostra maratona è diventata maggiorenne, ed è un piacere per noi assistere alla crescita costante di questo evento. Oltre 20 mila persone hanno corso con noi quest'anno, accompagnate dall'entusiasmo di una Milano sempre più coinvolta e vicina ai runner in questa grande giornata di festa, in cui abbiamo registrato un nuovo record con 5.534 finishers della maratona". L'atmosfera è stata riscaldata ancora di più grazie a RDS - 100% Grandi Successi, per il secondo anno radio partner della manifestazione. Gli speaker e le voci ufficiali Roberta Lanfranchi e Petra Loreggian hanno sostenuto e incoraggiato i runner dai diversi palchi collocati lungo tutto il percorso, fin dalle prime ore del mattino. Mentre Fox Sports, broadcaster ufficiale, ha confermato la vocazione internazionale di EA7 Emporio Armani Milano Marathon, trasmettendo la manifestazione non soltanto in Italia, ma anche in Asia e in Australia. Tra i protagonisti di domenica scorsa anche l'ex calciatore del Milan Massimo Ambrosini, che ha partecipato alla staffetta con l'associazione Istituto Leone XIII. Coinvolti nella corsa solidale anche

il reporter di "Striscia la Notizia" Edoardo Stoppa con l'associazione Lilt e la presentatrice brasiliana Juliana Moreira, che ha partecipato per Magica Cleme. L'allenatore di calcio Gigi Casiraghi si è cimentato nella staffetta con i ragazzi rifugiati di Sport Senza Frontiere, associazione impegnata per il loro sostegno. A concludere la 42 chilometri anche la pallavolista azzurra Rachele Sangiuliano, che ha seguito il programma di allenamento al femminile Mymarathon per prepararsi al meglio e correre la sua prima 42 chilometri. L'uomo più anziano a correre nella giornata di domenica scorsa è stato Giuseppe Degrassi, classe 1937; tanti, invece, i francesi: ben 285 i runner transalpini che hanno deciso di partecipare alla competizione meneghina. La seconda regione più rappresentata per numero di iscritti, dopo la Lombardia, era il Piemonte.

LA PRESENZA DI HEINEKEN

Heineken 0.0 è scesa in pista come Official Partner della Milano Marathon, l'annuale evento sportivo milanese che unisce la corsa alla charity. Heineken, azienda sempre vicina al mondo dello sport, ha scelto di sostenere la consueta sfida sportiva e solidale proprio attraverso la nuova nata, Heineken 0.0. La nuova birra del brand è una lager analcolica a bassa fermentazione, dal corpo leggero, dotata di una gradevole frizzantezza. La birra offre un apporto di sole 69 calorie per una bottiglia da 33 cl. Questa e le altre caratteristiche sono alla base del connubio con la manifestazione sportiva: durante la Milano Marathon è stata, infatti, distribuita in lattine da 15 cl, in più punti dislocati lungo tutto il tragitto. Arrivata alla sua 18esima edizione, la Milano Marathon ha quindi rinnovato il suo appuntamento con lo sport, ma soprattutto con la ▶





solidarietà. La manifestazione podistica, attraverso il Charity Program, ha offerto, infatti, la possibilità ai runner di selezionare un'organizzazione non profit e correre in suo nome per aiutarla a raccogliere donazioni. E questa è stata una grande occasione per unire la passione per lo sport alla volontà di fare del bene.

PER I PIÙ PICCOLI

Ad esempio, tutti i bambini milanesi e le loro famiglie sono stati invitati a partecipare alla Bridgestone School Marathon. La partenza è stata fissata alle 10.00 e si è corso lungo un percorso di 3 chilometri che si sviluppava all'interno del parco di CityLife. Gianmarco Tamberi, campione mondiale di salto in alto indoor a Portland 2016 e ambassador della campagna motivazionale di Bridgestone "Inseguì il Tuo Sogno, Non Fermarti Mai", a partire dalle 9 del mattino aspettava tutti i piccoli campioni proprio allo stand Bridgestone, presso il Marathon Village di CityLife. Tamberi e la sua esperienza insegnano che la forza di volontà e l'impegno sono importanti, nello sport come nella vita. Ognuno deve inseguire il proprio sogno, qualsiasi esso sia, perché con costanza e determinazione si può realizzare. Prima della partenza, tutti pronti, alle 9.30, per un warm up speciale sempre con Gianmarco Tamberi: musica, tanta carica ed energia per motivare al massimo i piccoli runners! All'interno del Marathon Village di CityLife, il campione di salto in alto ha affiancato Bridgestone nelle attività ludiche e nei giochi rivolti ai più piccoli. Gonfiabili dove mettere alla prova coordinazione ed equilibrio e dalle 11.30 fino alle 13.00 l'appuntamento era alla partenza per il Battesimo del Salto in Alto: Tamberi sostiene e incoraggia i bambini con i suoi consigli a credere in loro stessi, a mettersi in gioco e a puntare sempre più in alto: così, l'atleta era a disposizione di tutti i presenti per foto e autografi. Ognuno, sin da piccolo, coltiva un proprio sogno speciale: Bridgestone ha invitato tutti, grandi e

piccini, a raccontarlo e scriverlo sulle card Bridgestone che venivano distribuite presso lo stand con la frase "il sogno che rincorro è...". Tutte le card sono state raccolte e attaccate al Bridgestone Wall, per ricordarci di credere sempre nelle nostre capacità e di perseguire con determinazione i propri obiettivi. Le nuove generazioni rappresentano il futuro e Tamberi, atleta che nonostante la giovane età nella sua carriera ha già dovuto affrontare e superare ostacoli importanti, rappresenta la grinta, la voglia di farcela e la volontà di realizzare i propri sogni. La modalità d'iscrizione alla Bridgestone School Marathon era molto semplice: la registrazione poteva avvenire online oppure attraverso la scuola di appartenenza. La quota di partecipazione era fissata a 6 euro per tutti e metà dell'importo è tornata alle scuole sotto forma di attrezzature sportive. Bridgestone Europe, Italian Branch è la sede di coordinamento di Bridgestone South Region, una delle sei regioni commerciali in cui sono raggruppate le società europee del gruppo. La South Region comprende tredici paesi, oltre

l'Italia: Albania, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Cipro, Croazia, Grecia, Kosovo, Macedonia, Malta, Montenegro, Romania, Serbia e Slovenia e mette insieme un totale di 200 dipendenti. Il business del gruppo Bridgestone in Europa vede, poi, occupati oltre 12.500 dipendenti, che sono operativi all'interno di un avanzato centro dedicato a ricerca e sviluppo, in dieci stabilimenti e due piste di collaudo. La multinazionale Bridgestone Corporation, con sede a Tokyo, è attualmente il primo produttore al mondo nel campo pneumatici e nei prodotti derivati dalla gomma.

LA SENSIBILITÀ DI MAREBLU

Mareblu e Lilt - Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori - ancora una volta si sono unite per partecipare alla Milano Marathon di domenica scorsa. Un'occasione di sport e di solidarietà a cui Mareblu non poteva mancare e alla quale hanno preso parte anche i suoi dipendenti, per rafforzare lo spirito di squadra che li contraddistingue: una squadra che da più di un anno corre al fianco di Lilt. Dunque, la partnership tra l'associazione e ▶





LA SECONDA REGIONE PIÙ RAPPRESENTATA ALLA MILANO MARATHON PER ISCRITTI, DOPO LA LOMBARDIA, È STATA IL PIEMONTE



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Mareblu si è rinnovata anche nel 2018 e ha coinvolto tutte le attività Lilt di sensibilizzazione e di educazione alla prevenzione oncologica, di cui Mareblu si fa portavoce, attraverso il packaging di Tonno Leggero, le iniziative specifiche sul territorio e la comunicazione sul punto vendita e sul web. La presenza di Mareblu all'iniziativa sportiva ha voluto, così, essere un'ulteriore conferma del supporto a Lilt e al suo impegno nella ricerca e nella promozione di uno stile di vita sano ed equilibrato, che parte da una corretta alimentazione e dall'incentivazione alla pratica sportiva. Mareblu fa parte del gruppo Thai Union, leader mondiale nel settore delle conserve ittiche, la cui visione è quella di essere il leader più credibile nel mercato dei prodotti ittici, con una particolare attenzione alle nostre risorse per nutrire le generazioni future. Mareblu si è affermata sul mercato con un prodotto che è garanzia di genuinità e di qualità, un risultato reso possibile dagli elevati standard perseguiti. Mareblu, infatti, seleziona il pescato, lo lavora e lo confeziona con estrema attenzione; ed è ai vertici per affidabilità e sicurezza poiché applica controlli mirati e puntuali effettuati lungo tutte le fasi produttive e che garantiscono massima tracciabilità del prodotto.

IMPEGNO QUOTIDIANO

Anche lo studio legale R&P Legal ha partecipato, ancora una volta, alla Milano Marathon. E in questa edizione lo ha fatto per sostenere l'Ospedale dei Bambini di Milano Buzzi OBM Onlus. Un gruppo di volontari quotidianamente impegnato a fianco del personale dell'ospedale,

che oggi conta di una realtà sempre più consolidata non solo sul territorio che lo circonda, ma anche a livello nazionale. Quest'anno sono stati dodici i professionisti dello studio R&P Legal che hanno messo a disposizione tutte le proprie energie per completare il percorso, facendo la staffetta a squadre. L'obiettivo di Vincenzo D'Antoni, Luca Magistretti, Valerio Vinci, Giuseppe Bovenzi, Francesco Iglione, Giuseppe Vaciago, Rodolfo Di Martino, Francesco Santoro, Francesco Piovesan, Angelo Melpignano, Jacopo Mosca e Matteo Visigalli era quello di raccogliere fondi per sostenere al meglio i bambini, le donne e i genitori nel loro accesso all'Ospedale Buzzi.

LA MANO DEL BAMBINO

Promuovere attività formative e informative per trasmettere un messaggio preciso: la tempestiva cura e riabilitazione delle lesioni (400 casi ogni 100 mila abitanti) e malformazioni (un bimbo su 1.500 nati) a carico delle mani nei bambini può favorire il recupero integrale dell'arto. Sono gli obiettivi del progetto "Run Smile Live Hand" con cui l'associazione "La Mano del Bambino", nata nel 2008 per colmare una lacuna importante su queste condizioni, ha partecipato, per il quinto anno consecutivo, alla EA7 Emporio Armani Milano Marathon. Il grande evento sportivo, che ogni anno trasforma il capoluogo lombardo in un lungo percorso podistico per runner professionisti e amatoriali, grazie al charity program dal motto "Corri, dona, vinci" già nel 2017 aveva visto presenti quasi cento Onlus, con una raccolta fondi complessiva di 1 milione e mezzo

di euro. A correre come testimonial sotto il logo "La Mano del Bambino" è stato, anche per l'edizione 2018, il noto maratoneta italiano Luca Zanardini. "Sono stato fiero di occuparmi nuovamente della partecipazione dell'associazione all'EA7 Emporio Armani Milano Marathon. Abbiamo corso insieme e visto il grande successo dell'edizione 2017, con più di 100 runner che indossavano l'ormai mitica maglia blu, abbiamo deciso di replicarlo grazie a molte iniziative stimolanti pensate appositamente per i nostri ospiti. Quest'anno, inoltre, la nostra maglia aveva una novità che ci ha distinto e fatto sentire ancora più uniti". Quest'anno, hanno partecipato in favore de "La Mano del Bambino" ben trenta team di staffetta e dodici maratoneti, per un totale di 132 runner. Tra questi, per il secondo anno, anche il noto runner Michele Evangelisti con altri amici maratoneti e il gruppo di triatleti OTRIT Triathlon Team Como. «È un onore avere di nuovo al mio fianco Luca Zanardini, Michele Evangelisti e lo OTRIT Triathlon Team Como, atleti di fama nazionale, ma soprattutto tanti amici, ogni anno sempre di più, che credono nella nostra mission - commenta Elisabetta Palleroni, responsabile dell'associazione -. Tutti gli iscritti, attraverso il sito "Rete del Dono", hanno devoluto la cifra che ritenevano più opportuna. Grazie alla loro generosità, potremo offrire assistenza alle famiglie che si trovano a Milano per curare i propri figli, dando loro supporto e accoglienza e aiutandoli a conoscere altri che stanno affrontando lo stesso problema. Saremo al fianco anche di coloro che, da lontano, richiedono informazioni oppure aiuto sulle malformazioni congenite della mano nei più piccoli».

MA C'È ANCHE TREVISO

Non solo Roma e Milano. L'Italia della Maratona è ormai ovunque. E gli sponsor non stanno a guardare. San Benedetto Progetto Ecogreen, ad esempio, è stata l'acqua ufficiale della 15esima edizione ▶





della Treviso Marathon, la tradizionale gara podistica che si è svolta, come di consueto con l'arrivo della primavera, la scorsa domenica 25 marzo nella terra del prosecco. L'azienda di Scorzè ha dissetato i runner con le bottigliette da mezzo litro della linea Progetto Ecogreen, l'innovativa generazione di bottiglie dedicata a chi ama la natura. San Benedetto compensa il 100% di emissioni di CO₂ equivalenti sull'intera linea Progetto Ecogreen, acquistando crediti per finanziare progetti di riduzione Gas effetto serra. Acqua Minerale San Benedetto da sempre è impegnata nel diffondere e sostenere la cultura di uno stile di vita sano, fondato su quei valori alla

base di ogni disciplina sportiva nei quali si rispecchia la propria filosofia: il benessere e la salute di ognuno. Ogni giorno milioni di appassionati corrono, sudano, faticano per amore e passione dello sport e proprio la partecipazione a manifestazioni sportive come la Treviso Marathon rappresenta un momento importante di contatto con i consumatori. E quest'anno, fra i sostenitori di una delle più importanti manifestazioni podistiche in Italia, c'era anche Herbalife Nutrition. L'edizione 2018 della manifestazione ha allineato migliaia di partecipanti e oltre sedici sono stati i paesi rappresentati, fra i quali Austria, Belgio, Brasile, Croazia, Repubblica Ceca, Spagna, Francia, Gran Bretagna, Ungheria, Malta, Messico, Norvegia, Polonia, Portogallo, Svizzera e Stati Uniti. L'Italia, naturalmente, è stato il paese con più iscritti, e per questo la maratona trevigiana era valida per l'assegnazione dei titoli nazionali per le categorie master sulla distanza di 42,195 chilometri. Il percorso della manifestazione podistica presentava, inoltre, un nuovo tracciato che univa aspetti architettonici (il centro di Treviso, le ville venete e altri edifici di valore) e paesaggistici spettacolari (in particolare, il parco regionale del fiume Sile, con Alzaia e Resterà). La Maratona ha preso il via da viale Vittorio Veneto (SS13), nei pressi della Palestra Coni di Treviso, attraversando i comuni di Villorba, Carbonera, Silea, Casale sul Sile e Casier, prima di rientrare nel capoluogo, per l'allungo finale, fino al traguardo di piazzale Burchiellati. Insieme ai grandi atleti c'erano anche coloro che si sono dedicati a distanze minori e hanno corso, oppure camminato, partecipando alla MoohRun 4: erano, così, oltre 1.200 i "muccati" che hanno potuto percorrere i 3,5 o i 10 chilometri. Come detto, Herbalife Nutrition era presente con una sua postazione e ha offerto ai partecipanti alla corsa e alla camminata il drink Hydrate, che è stato inserito nel pacco gara; e per tutti assaggi dei suoi prodotti e gadget da ritirare presso lo stand. L'adesione alla Treviso Marathon è una conseguenza naturale dell'attenzione e dell'impegno



L'EX CALCIATORE MASSIMO AMBROSINI, DOPO L'ADDIO AL CALCIO, SI È DATO ALLA CORSA, PARTECIPANDO A DIVERSE MARATONE. DOMENICA SCORSA HA CORSO LA STAFFETTA ALLA MILANO MARATHON

che l'azienda, da sempre, pone nel sostegno dello sport e dell'atletica leggera. Infatti, da quest'anno Herbalife fornisce alla FIDAL i prodotti della sua innovativa linea H24, per garantire a tutti gli atleti e le squadre nazionali delle varie discipline le migliori prestazioni in fase di preparazione, gara e recupero. Ma non solo, perché il legame tra la multinazionale e FIDAL sarà doppio: Herbalife Nutrition diventa, infatti, anche partner ufficiale del progetto Runcard, la più grande community di runner promossa dalla Federazione Italiana Atletica Leggera per riunire tutte le persone che corrono e condividono il movimento come passione e stile di vita.

SI TORNA A GENOVA

Una maratona di 42 chilometri a Genova? Un sogno che sembra diventare realtà. La Maratona di Genova andrà in scena domenica 2 dicembre 2018, con partenza alle ore 9 dalla sommità di via XX Settembre (le griglie apriranno alle ore 7), così come l'arrivo. Il comitato organizzativo Genova City Marathon è soddisfatto e sa quanto sia complicato realizzare questo progetto: infatti, è da ben 14 anni che non si corre una maratona nella Superba. Le iscrizioni sono già aperte dallo scorso sabato 10 marzo. Ed è possibile iscriversi a Genova presso Genova Running, AICS Genova o anche tramite il sito Genova City Marathon. All'interno della sezione iscrizioni, è presente il modulo che può essere inviato, assieme alla copia del pagamento della quota, tramite email, a: iscrizioni@sdam.it oppure via fax al numero 051 9525760. Chi non ha intenzione di passare i prossimi mesi ad allenarsi può, però, iscriversi alla Fantozzi Run, una corsa non competitiva di 8 chilometri, dove non importa quanto tempo si impiega o come si è vestiti, ma solo che ci si diverta. Il percorso della Maratona sarà indicato prossimamente. Ma l'obiettivo, dopo la partenza da via XX settembre, è passare per Marassi, in zona stadio Luigi Ferraris, andare in Corso Italia e da lì a Levante, fino a Nervi. Il ritorno su corso Europa e la Sopraelevata fino a Sampierdarena e Rivarolo. Per celebrare la prima edizione della Genova City Marathon verrà allestito il Marathon Expo, importante punto di riferimento e incontro per maratoneti, pubblico e aziende. La location sarà ai Magazzini del Cotone, nel Porto antico. Un'occasione per comunicare, organizzare incontri commerciali e fare marketing sportivo, oltre che punto di distribuzione dei pettorali e dei pacchi gara. L'inaugurazione dell'Expo avverrà alle ore 14 di venerdì 30 novembre.