

Foscolo, lo snowboard e tutto il resto

di Benedetto Sironi

Rileggendo il mio editoriale sullo scorso numero, mi sorge il dubbio di avere doti nascoste di veggente. O per lo meno un ottimo sesto senso. Andiamo con ordine. Come tutti ormai saprete lo scorso gennaio 2011 si è svolta a Monte Bondone la prima edizione del Pro Shop Test, il test business to business dedicato ai negozianti snowboard e freeski. Un'occasione unica per testare in anteprima i prodotti della stagione successiva pochi giorni prima di ISPO e nel pieno della campagna vendite. Risultato: oltre 100 negozi presenti, 320 persone, 45 marchi, 1.200 test effettuati e molto altro. Insomma un successo. Tanto che per il 2012 l'evento verrà riproposto (22-24 gennaio) e si preannuncia in forte crescita.

Ora, è bene sapere che insieme alla Snow Avant Premiere (fondata nel 1999 in Francia) e allo Shops 1st Try (nato nel 2010 in Austria) il Pro Shop Test è la terza tappa dell'European Snowboard Demo Tour, un progetto internazionale ideato da EuroSIMA e dalla rivista B2B *BoardSport Source Magazine*, supportato da Winter ISPO. Referente organizzativo per l'Italia è Marco Sampaoli, amministratore della Johnsons Web e fra gli ideatori di Snowpark.it, nonché organizzatore eventi con esperienza decennale (infatti è uno dei fondatori del World Rookie Tour). Anche *Pointbreak Magazine* figura tra i partner e ha contribuito attivamente all'evento.

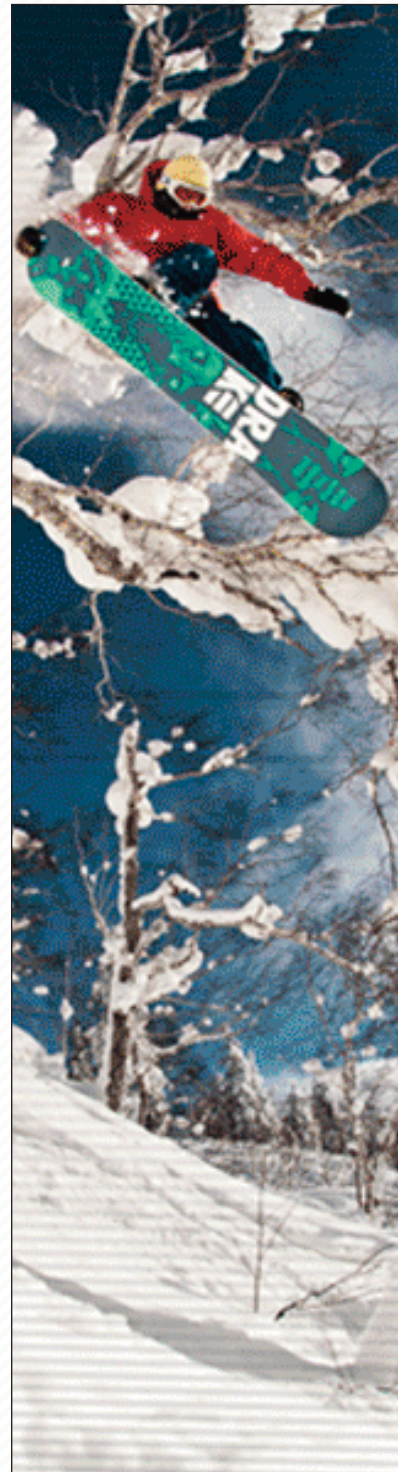
Tutto questo lo sapevate già. Forse, invece, non sapevate che qualcuno un giorno di questi si è svegliato e, fregandosene di tutto e di tutti, ha ben pensato di organizzare in gran segreto un evento praticamente identico al Pro Shop Test. Che dovrebbe svolgersi a Prato Nevoso il 15-17 gennaio. Proprio nelle date degli eventi in Francia e Austria. Una volta saputo, Source ed EuroSIMA non l'hanno presa per niente bene. Usando un eufemismo: sono incazzati neri. Tanto che si stanno mobilitando per tutelare il progetto europeo. Ma che male c'è, in fondo? Effettivamente, a ben vedere, se lo snowboard italiano è così ricco da permettersi ad esempio 5

riviste di snowboard e 3 cataloghi, perché non fare un altro bell'evento B2B? Dopo aver partecipato (non invitati e senza neppure registrarsi) al Pro Shop Test e aver visto che ha funzionato parecchio bene?

Tornando ora all'editoriale sull'ultimo numero, affermavo che le idee oggi non bastano più. Servono della gran belle idee. Possibilmente originali. Ebbene, in questo caso non c'è nemmeno lo straccio di un'idea. C'è solo il maldestro tentativo di copiarla da qualcuno che quell'idea non solo l'ha avuta prima, ma l'ha portata avanti nel sincero interesse generale del mercato. Con l'obiettivo di creare una nuova occasione di networking, ottimizzare tempo e risorse di negozianti ed aziende. Prova ne è il fatto che tutto il mercato (o quasi) ha prontamente risposto.

Stavolta il tentativo – fin troppo evidente – non è certo quello di fare qualcosa di utile per il mondo snowboard italiano, ma di perseguire un semplice interesse personale. Diciamolo senza mezzi termini. Si tratta di un'iniziativa dannosa, inutile, controproducente. D'altra parte non siamo i soli a pensarla. Se il Pro Shop Test ha già ricevuto finora l'adesione convinta di 20 aziende (già oggi sono più dello scorso anno e sono destinate ad aumentare) e l'iscrizione di diverse decine di negozi, non ci risulta che alcun brand o retailer abbia confermato la presenza all'evento "fotocopia" (sbiadita). Il mercato giudicherà. Ai posteri la sentenza. Non proprio ardua, in questo caso...

In conclusione, cosa diavolo c'entra il Foscolo evocato nel titolo? "L'arte non consiste nel rappresentare cose nuove, bensì nel rappresentare con novità", diceva il noto poeta. Se è troppo quindi chiedere di fare qualcosa di assolutamente nuovo, che almeno si cerchi di fare qualcosa di davvero utile, preferibilmente con un briciolo di originalità e innovazione. Si avrebbe certamente una maggior soddisfazione. E di sicuro – almeno per una volta – ne gioverebbe tutto il mercato.

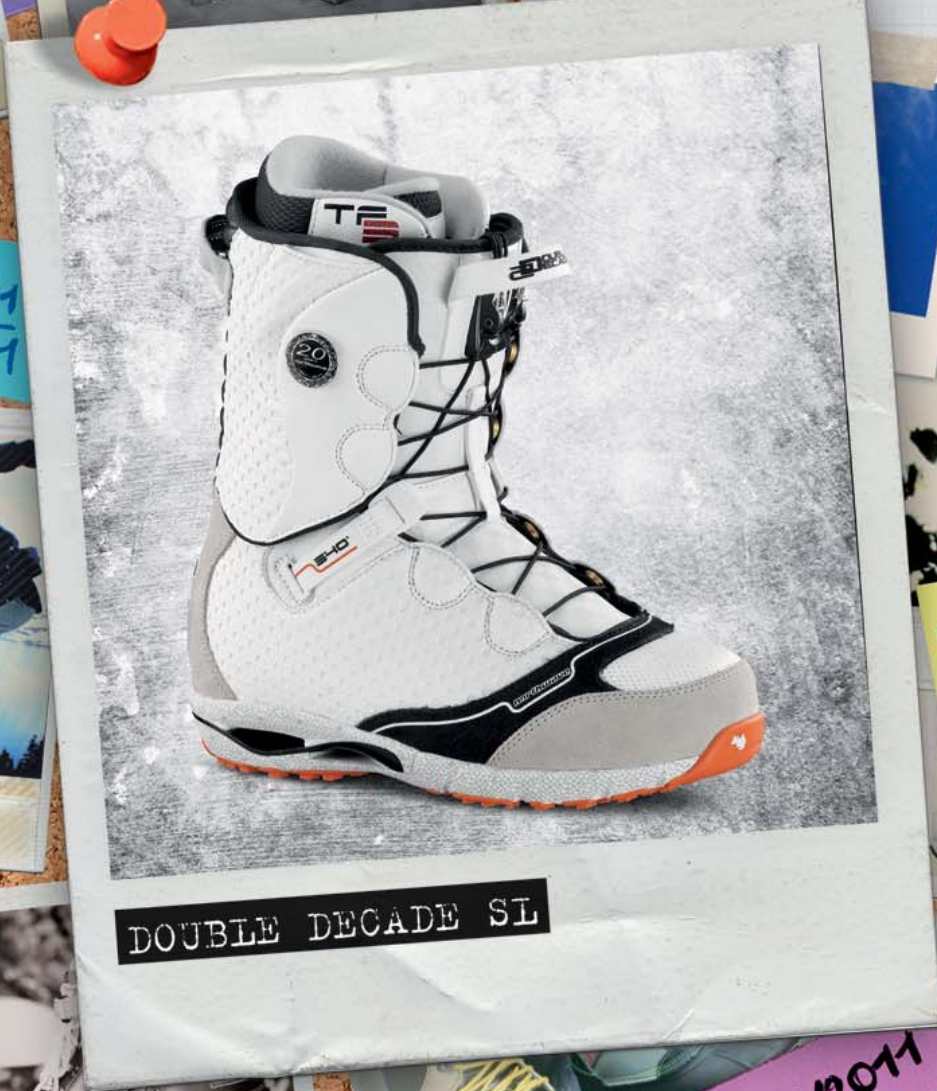




NORTHWAVE



1991
2011



DOUBLE DECADE SL

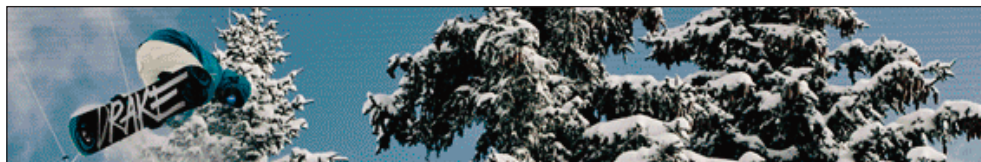


**NORTH
WAVE**



1991/2011





Per incrementare le proprie vendite sul web ecco 2rideshop

Con il claim di "The shop made by shops", il nuovo portale 2rideshop sarà online dal 15 novembre. Il portale offre la possibilità agli store di raggiungere migliaia di utenti pensando direttamente alla pubblicità e al posizionamento dei prodotti commercializzati. È sufficiente che il negozio compili un modulo per iniziare a vendere online tramite la piattaforma. Tra i numerosi vantaggi 2rideshop offrirà maggior facilità di ricerca (grazie anche a Facebook e Twitter), una vetrina per i negozi, un personal shopper, contatto diretto con il compratore, maggiore rotazione del magazzino e tutela del prezzo sul materiale di stagione.

www.2rideshop.com

Burton rinnova le partnership con Carhartt WIP e Mini

Burton è protagonista di due partnership d'eccezione con Carhartt e Mini. La collaborazione con Carhartt ha fruttato un outerwear co-branded FW 2011/12. Questo è il secondo progetto che accomuna i due marchi e include una giacca e un pantalone firmati Burton X Carhartt WIP. La partnership con Mini invece viene dall'enorme riscontro che ha portato la prima collaborazione tra i due brand. Così Mini sarà nuovamente partner delle Burton Global Open Series (BGOS), una delle serie più progressive di snowboard agonistico, e collaborerà per altri eventi in tutta la prossima stagione.

Hostile fornitore della squadra parasnowboard italiana

Hostile Snowboard Italia è fornitore ufficiale della F.I.S.I.P. (Federazione Italiana Sport Invernali Paralimpici) e fornirà fino al 2014 tavole, attacchi e boots a tutti gli atleti della squadra italiana di Parasnowboard. L'accordo, sottoscritto alla fine di giugno, prevede anche l'assistenza tecnica. Durante questa prima stagione i responsabili tecnici di Hostile affiancheranno gli allenatori Silvia Bresciani e Igor Confortin per valutare le esigenze degli

atleti e definire le attrezzature più adatte per ciascun componente del team azzurro, composto da 20 atleti. A Modena Skipass verrà tra l'altro svelata ufficialmente la tavola Nazionale.

L'impegno di Keep a Breast contro il cancro al seno a Milano

The Keep a Breast Foundation è un'organizzazione no profit, la cui missione è contribuire alla sconfitta del cancro al seno insegnando alle giovani i metodi di prevenzione, la diagnosi precoce e il supporto. Il 27 ottobre, presso la The Don Gallery di Milano, si terrà il primo evento Keep a Breast Breast Casts The Party, un'occasione unica nella quale verranno esposti i primi busti italiani realizzati per Keep a Breast. Ogni busto potrà essere acquistato e il ricavato verrà donato a Keep a Breast Europe per la realizzazione di tutti i programmi di prevenzione e supporto sul territorio nazionale ed europeo.

www.keep-a-breast.org

Novità e conferme per il Nordica Freeski Tour 2011/12

Torna anche nel 2011 il Nordica Freeski Tour, appuntamento in 8 tappe organizzato da Nordica e finalizzato a promuovere il freeski e la montagna in sicurezza. Il tour sbarcherà a Tonale (8/9 dicembre), Passo Brocon (14/15 gennaio), Asiago (21/22 gennaio), Abetone (4/5 febbraio), San Martino di Castrozza (11/12 febbraio), San Candido (18/19 febbraio), Bardonecchia (25/26 febbraio) e Alleghe (10/11 marzo). Confermato il test sci gratuito e la formula del camp, con i migliori atleti del team Nordica. Rinnovato l'accordo tra Go Pro e Nordica, per il primo anno sarà presente Invicta. Nuova importante presenza tecnica anche quella di The North Face.

Rough Distribution importatore esclusivo di Sabre Goggles

Sabre, brand australiano di snowboard goggles, approda in Italia con Rough Snowboards & Distribution. La collezione 2011/2012 è composta da cinque modelli: Free Rider, Lone Rider, Krypt, Easy Rider e Acid Rider. Una

gamma disegnata per offrire massima visibilità, minimizzare l'effetto nebbia, garantire la massima protezione dal sole e vestire perfettamente. Grazie anche al team di cui fanno parte riders del calibro di Eddie Wall, Eric Messier, Ben Rice e Laura Hadar, Sabre si presenta come uno dei brand più interessanti della scena e intende ritagliarsi il suo spazio anche nel mercato italiano.

335.7236810

info@roughsnowboards.com

Un bando "al femminile" per aspiranti snowboarder

Stella Aruanno onlus, intitolata a una ragazza di 18 anni deceduta nel 2008, è un'organizzazione non lucrativa di utilità sociale che svolge attività di beneficenza nei confronti di persone svantaggiate. Questa onlus ha indetto un bando per la frequenza gratuita di un corso di snowboard, 18 lezioni di 3 ore tra dicembre 2011 e marzo 2012, nel comprensorio della Via Lattea per dieci ragazze tra i 15 e i 18 anni. La selezione si terrà il 27 novembre con prove sulla neve secondo parametri di predisposizione, capacità, motivazione e disagio economico familiare. La raccolta delle domande di partecipazione terminerà l'11 novembre.

Cambio di distribuzione in Italia per Vökl Snowboards

Nuovo corso per Vökl Snowboards in Italia, la cui distribuzione a partire da settembre è passata da Option Distribution sotto la diretta gestione di Marco Navarra. In realtà, proprio Marco ha introdotto il marchio tedesco in Italia e consolidato l'immagine high-performance del prodotto, collaborando con successo per diversi anni come Vökl Sales Manager in Option Distribution. "Ci dividiamo da Option, ma non senza un enorme grazie", afferma Karsten Mohr, international division manager. "Option è un partner altamente professionale. È stato un piacere lavorare con qualcuno che ha così tanta esperienza nei boardsports".

06.86983343

marco@volkl-snowboards.it



Amazon.it inaugura il negozio virtuale "Sport e tempo libero"

Amazon.it inaugura il negozio "Sport e tempo libero", che propone ai clienti oltre 12mila articoli di più di 400 marche per qualsiasi attività sportiva. L'offerta comprende attrezzatura e capi d'abbigliamento per donna, uomo e bambino. La selezione al lancio include, tra gli altri, Quiksilver, Patagonia, Arena, Nike, Billabong, Head, Salewa e Rollerblade. Anche per questa sezione i clienti possono usufruire dei servizi Amazon come Amazon Prime, il programma che garantisce spedizioni gratuite illimitate entro 2/3 giorni a soli 9,99 euro all'anno. Gli iscritti ad Amazon Prime possono anche beneficiare della spedizione garantita in un giorno a 3,98 euro ad articolo.

www.amazon.it/sport-e-tempo-libero

Bastard presenta tutte le tavole del Presidente...

Prendendo spunto dagli scandali sexy degli ultimi tempi, Bastard Snowboards ha realizzato tre tavole disegnate da Ricky Fiorentini: Ruby 152, Noemi 155 e Nicole 159 della linea President. Disponibili dal 12 ottobre in edizione limitata, queste tavole sono caratterizzate da tecnologia sandwich, shape twin-tip e stance centrale, camber tradizionale 80% più 20% rocker in punta e coda, anima in laminato verticale di faggio e pioppo in listelli interi da punta a coda, fibra di vetro triassiale rinforzata, lamina in acciaio 48 HRC con gomma antivibrante lungo il perimetro e nei punti critici, soletta sinterizzata ISO 7500. Prezzo al pubblico: 490 euro.

02.40708037 - sales@comvert.com

Carver Skateboards in Italia con Action Now

Action Now, distributore in Italia di alcuni importanti marchi di skate tra cui C1rca, Baker, Black Label, Deathwish, Powell, Sk8mafia e Palisades, aggiunge al suo portafoglio marchi Carver Skateboards. Il marchio californiano è stato fondato da Greg Falk e Neil Carver, che volevano ricreare sull'asfalto lo stesso feeling del surf sulle onde dell'oceano. Una grande spinta al business è stata

data dai pro surfer giapponesi Aki Takahama, che importò per primo i modelli Carver nel suo Paese, e Mineto Ushikoshi, che ha collaborato alla definizione della prima signature series del brand. Tra le principali invenzioni di Carver il celebre truck C1 e l'attuale C7.

015.2493152 - info@action-now.it

Fiat Freestyle Team tra park sponsorship e tour Nitro

Per la stagione 2011/12 Fiat Freestyle Team supporterà 6 snowpark italiani: Livigno Park Carosello 3000, Palù Park di Chiesa in Valmalenco, Snowpark Prato Nevoso, Obereggen Snowpark, Gentlemenrider's Nitro Park Val Senales, Magnola Snowpark Ovindoli. Inoltre il brand sarà promotore di un'iniziativa realizzata in collaborazione con F-Tech Snowpark Constructions: un training dedicato allo staff dei park per affinare le tecniche di shaping e conoscere tutte le ultime tecnologie. Confermata anche la partnership tra FFT e Nitro in occasione del Nitro test Tour 2011/12, arricchito dalla presenza del nuovo Fiat Qubo Nitro, special guest di dieci date del tour.

www.nitro.it

Tre nuovi atleti nel team snowboard di Patagonia

Patagonia ha arricchito il suo team di ambassador per lo snowboard dando il benvenuto a Josh Dirksen, Ryland Bell e Forrest Shearer. Questi atleti, che hanno alle spalle una lunga carriera dedicata allo snowboard, collaboreranno fianco a fianco con i designer della società per supportare ogni aspetto della performance e del design di prodotto. L'impegno ecologico e l'etica ambientale nel design di Patagonia hanno giocato un ruolo chiave nella decisione degli atleti di entrare a far parte del team di ambassador del marchio, che già annovera tra le sue fila nel surf i fratelli Malloy e Gerry Lopez, i climber Tommy Caldwell, Sonny Trotter e altri famosi atleti.

Ride presenta la DH2.6 limited edition by Mike Aho

Ride Snowboards ha presentato gli esiti della collaborazione con Mike Aho, i cui lavori surreali sono rappresentati

sugli snowboard in edizione limitata DH2.6. Mike, attualmente art director of marketing per Volcom Clothing, ha mostrato il suo talento nell'animazione grafica in due video clip di 30 secondi nei quali spiega i lavori che compaiono sulle tavole Ride. Caratterizzate da profilo Hybrid Twin a garanzia di reattività e stabilità in spinta e atterraggio, queste twin tip usano micro camber tra i piedi che si alza lievemente su punta e coda per un miglior freeride. Infine sono caratterizzate da Slimwalls, Pop Rods 2.0 e Membrain Top Sheet.

Snowpark e Turismo a Nissan Skipass 2011

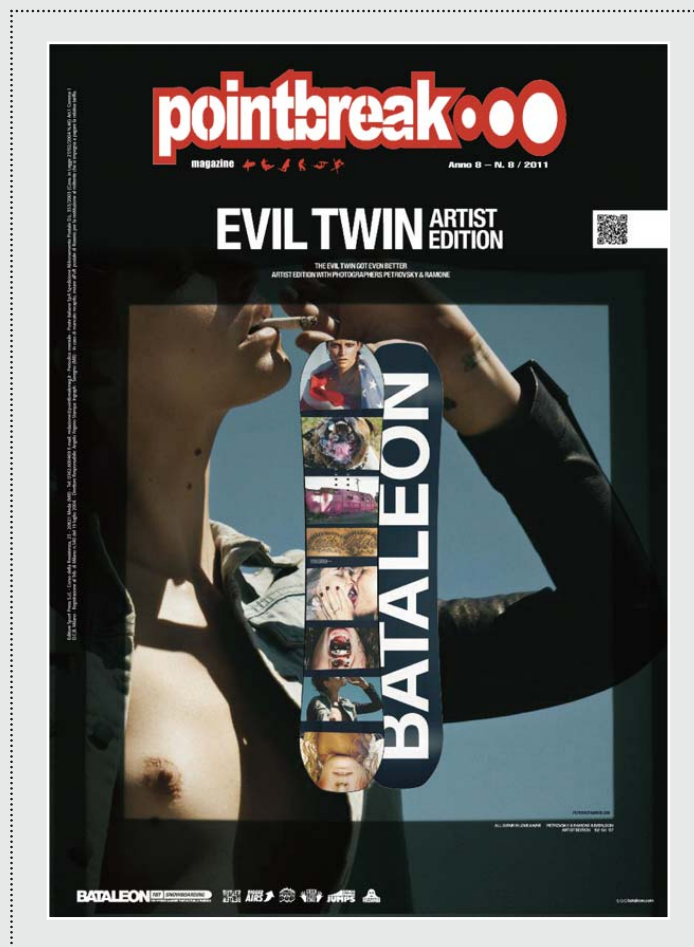
Grazie alla collaborazione tra Snowpark.it, Pointbreak Magazine e Studio Lobo, nell'ambito di Nissan Skipass 2011 verrà proposto per la prima volta il progetto "Snowpark e Turismo": 15 selezionati snowpark presenteranno la propria struttura e le proprie offerte turistiche per la stagione 2011/12. L'area sarà intesa come un nuovo luogo di incontro ed occasione di dialogo fra gestori snowpark, società impianti ed APT. Una tavola rotonda sul tema del Coordinamento Turistico radunerà inoltre gestori degli snowpark, APT e Società Impianti Sciistici per creare una nuova occasione di dialogo e crescita e gettare le basi per un congresso dedicato a questo argomento per l'edizione 2012 di Skipass.

In quel di S. Domenico ecco il nuovo Zombies Park

Il team Esclamation dello Zoopark Shop Varese, in collaborazione con San Domenico Ski, gestirà il nuovo Zombies Park a San Domenico di Varzo (VB). La località offre 30 km di pendii, sviluppandosi su di un dislivello di oltre 1100 mt dotato di strutture per snowboard e freestyle. Numerose attività impreziosiranno la stagione 2011/12. L'apertura degli impianti è garantita da inizio dicembre a inizio maggio. Gli sponsor Santa Cruz, Out of e Picture-clothing avranno un ruolo importante per gli eventi e i test durante il weekend. Presso il negozio Zoopark, in via Donizetti 9 Varese, è possibile ritirare stagionali e giornalieri a prezzi competitivi e con formule innovative.

VUOI SCARICARE IL PDF DI QUESTO
NUMERO DI POINTBREAK MAGAZINE?

CLICCA QUI



PER SFOGLIARE ONLINE
IL NUMERO CLICCA IL SEGUENTE LINK:

[Pointbreak Magazine n.8/2011](#)