

## COMPETIZIONI

### Asics colpisce ancora

Luca Guglielmetti è l'amatore italiano selezionato per rappresentare l'Italia nella staffetta più estrema attorno al Monte Bianco. Trentatreenne originario di Cantù, ha preso parte alla sfida estrema "Asics Beat the Sun" 2016 tenutasi il 21 giugno.

Asics "Beat the Sun" è una staffetta unica con otto squadre intercontinentali.

Le squadre competevano tra loro nel tentativo di percorrere il giro del Monte Bianco tra l'alba e il tramonto, il 21 giugno, il giorno più lungo dell'anno.

Competere con il tempo da una parte e la natura dall'altra. Le squadre avevano solo 15 ore, 41 minuti e 35 secondi per coprire 130 km. Ogni corridore doveva completare due sezioni comprese tra 4,5 km e 17 km, attraverso varie altitudini e diversità di terreno – tra cui strade bianche, asfaltate e sentieri alpini – e attraversando tre nazioni: Francia, Italia e Svizzera.

Migliaia di corridori si erano iscritti con il sogno di essere tra i 50 semifinalisti selezionati da esperti Asics ed entrare a far parte dei 24 amatori, selezionati dallo stesso team, per prendere parte a questa particolare sfida.

Tre amatori e tre atleti professionisti costituivano ciascuna delle otto squadre intercontinentali, con tre squadre provenienti dall'Europa, due dall'America e una dall'Oceania, Asia e Africa.



## CAMPIONI

### Salice nel Sol Levante

Quattro mesi di attesa, quattro mesi di impegnativa attività di riabilitazione, quattro mesi sperando che la gamba fratturata a febbraio potesse ritornare ad avere l'originaria potenza, quattro mesi pieni di voglia di tornare in sella alla bici Merida e a farla sfrecciare davanti al gruppo. Sul traguardo di Izu, tutte le emozioni e le aspettative che hanno albergato in Yukiya Arashiro – che veste occhiali Salice – in questa prima parte di stagione, vissuta dal corridore giapponese lontano dall'attività agonistica a causa di una frattura del femore, si sono tramutate in un'enorme gioia per il successo conquistato.

La 7ª tappa del Giro del Giappone, 122 km percorsi nella cornice del parco del Japan Cycle Sports Center e articolatisi in 10 giri di un circuito di 12,2 km, si è dimostrata selettiva: il percorso collinare ha scremato a ogni giro il gruppo, teso all'inseguimento della fuga di tra corridori, e solo 13 atleti si sono presentati negli ultimi chilometri al comando della gara.



## PARTNERSHIP

### In vetta al Makalu

Lunedì 23 maggio 2016 in tarda mattinata la guida alpina Marco Camandona ha raggiunto la vetta del monte Makalu, Nepal, a quota 8.463 mt. È il settimo ottomila per l'alpinista valdostano e storico testimonial Millet, che era partito per conquistare la vetta himalayana insieme al compagno di spedizione Marco Confortola nel mese di aprile.

Iniziata nel 1996 con il Manaslu, la lunga carriera di Camandona come alpinista himalayano vede tra le spedizioni più significative quelle sul K2 nel 2000, sull'Annapurna nel 2003-2005 e 2006, il monte Everest conquistato nel 2010 e la più recente al Kanchenjunga nel 2014.

Quella con Camandona si riconferma un'importante collaborazione per il marchio Millet, che lo ha equipaggiato in tutte le sue spedizioni, confermando così la propria posizione di brand leader nell'alpinismo. Marco Camandona ricopre inoltre il ruolo di Direttore Tecnico della gara di scialpinismo internazionale Millet Tour du Rutor Extreme, arrivato nel 2016 alla sua 18ª edizione.



## SPONSORSHIP

### Tre giorni di sport sulla spiaggia

Un evento diventato ormai punto di riferimento e occasione d'incontro tra tutti gli appassionati di beach volley, mare e divertimento. Non solo sport, quindi, ma anche aggregazione. Partiva da qui la 21esima edizione della Mizuno Beach Volley Marathon svoltasi nella località veneta il 13, 14 e 15 maggio 2016.

L'evento, che presentava anche in questa edizione Mizuno nel ruolo di Title Sponsor, ha visto fluttuare centinaia di palloni negli oltre 250 campi da gioco disposti sui 120.000 mq di arenile. Una città che, per l'occasione, ha cambiato volto: da località balneare a caput mundi del beach volley e del "turismo attivo".

"Oggi più che mai stiamo ricoprendo un ruolo molto importante nel mercato della pallavolo, grazie ad una collezione che stagione dopo stagione consegue sempre più successo e popolarità tra i pallavo-

listi di ogni livello, ma anche grazie a eventi come la Beach Volley Marathon che ci danno grande visibilità tra gli appassionati", dichiara Eugenio Cera-

volo, Team Sport Promotion & Product Coordinator Mizuno Italia. Tra le iniziative "smart", anche per questa edizione era disponibile l'utilissima App informativa scaricabile da tutti i device, aggiornata con nuovi contenuti: dalla versione inglese vista la grande affluenza internazionale, all'aggiunta di notifiche per gli aggiornamenti dei tabelloni gara della domenica fino alla nuova sezione News.

