

100 ITALIAN SPORT STORIES



100

STORIE
ITALIANE
DI SPORT

IDEAZIONE E CURATELA

Antonio Tajani
VICE PRESIDENTE DEL CONSIGLIO E MINISTRO
DEGLI AFFARI ESTERI E DELLA COOPERAZIONE
INTERNAZIONALE

Marco Granelli
PRESIDENTE CONFARTIGIANATO IMPRESE

Ermete Realacci
PRESIDENTE FONDAZIONE SYMBOLA

Ernesto Lanzillo
DELOITTE PRIVATE LEADER

Paolo Manfredi
RESPONSABILE SPORT
CONFARTIGIANATO IMPRESE

Domenico Sturabotti
DIRETTORE FONDAZIONE SYMBOLA

Mauro Battocchi
DIRETTORE GENERALE PER LA PROMOZIONE DEL
SISTEMA PAESE, MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI
E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

Giuseppe Pastorelli
DIRETTORE CENTRALE PER LA PROMOZIONE INTEGRATA
E L'INNOVAZIONE, MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI
E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

Silvia Marrara
CAPO UFFICIO X - DIPLOMAZIA SPORTIVA,
MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI E DELLA
COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

KNOWLEDGE PARTNER

COORDINAMENTO EDITORIALE

SI RINGRAZIANO

Luca Gallotti
FONDAZIONE SYMBOLA

Alessandro Pilosu
MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI
E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

REDAZIONE

Matteo Donisi
FONDAZIONE SYMBOLA

Clara Martucci
FONDAZIONE SYMBOLA

Viola Germani
DELOITTE STRATEGY & TRANSACTIONS, PARTNER

Federica Fontana
DELOITTE STRATEGY & TRANSACTIONS, SENIOR
ASSOCIATE

Alessandro Botti
DELOITTE STRATEGY & TRANSACTIONS, BUSINESS
CONSULTANT

REDAZIONE

Emil Abirascid
FOUNDER & DIRECTOR STARTUPBUSINESS.IT

Luca Corsolini
GIORNALISTA

Fabio Menicacci
SEGRETARIO NAZIONALE ANCOS APS

Bruno Panieri
DIRETTORE POLITICHE ECONOMICHE CONFARTIGIANATO
IMPRESE

INDICE

004 PREMESSA

a cura di Antonio Tajani

006 INTRODUZIONE

a cura di Ermete Realacci, Marco Granelli, Ernesto Lanzillo

**008 LA FILIERA DELLO SPORT: ECCELLENZA MADE IN ITALY
TRA SPECIALIZZAZIONE, INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ****014 100 STORIE****004 FOREWORD**

edited by Antonio Tajani

006 INTRODUCTION

edited by Ermete Realacci, Marco Granelli, Ernesto Lanzillo

**011 THE SUPPLY CHAIN: MADE IN ITALY EXCELLENCE THROUGH
SPECIALISATION, INNOVATION AND SUSTAINABILITY****018 100 STORIES**

INDEX

IT

Lo sport è da sempre un veicolo di pace, senso di comunità e crescita personale, dalla tregua olimpica nell'antica Grecia ai campetti dei nostri borghi e oratori, dove i giovani crescono nel rispetto per gli altri e nel segno di quei valori che fanno la forza dei nostri territori. Ma lo sport è anche un eccezionale strumento di promozione delle nostre eccellenze tecnologiche, della spinta verso l'innovazione delle nostre tantissime imprese attive nel settore, dei nostri impianti e del nostro saper fare squadra tra istituzioni, enti locali, imprese e società sportive. Per questo lo sport è una componente centrale dell'intensa azione di Diplomazia della Crescita che ho messo al centro del mio mandato, per rafforzare ulteriormente la proiezione economica del Paese, sostenere l'internazionalizzazione delle imprese, creare opportunità per i territori e posti di lavoro. In questo quadro, ho promosso il Piano d'Azione del Governo per l'Export come cornice strategica della nostra azione di valorizzazione e accompagnamento delle eccellenze italiane nei mercati globali, con un focus su quelli a più alto potenziale. Un impegno concreto, che guarda alle filiere più innovative, sostenibili e rappresentative del nostro tessuto produttivo. E tra queste, il settore sportivo, che, con un indotto

di 24,7 miliardi di euro nel 2024, ha una posizione di primo piano. Lo sport italiano è molto più che competizione: è manifattura, design, tecnologia, ricerca, cultura. È un racconto industriale di valore che si traduce in occupazione, export, reputazione e crescita. Ed è, sempre più, uno strumento di diplomazia economica, capace di unire la forza comunicativa dello sport alla qualità distintiva del saper fare italiano. Il volume *100 storie italiane di sport* si inserisce pienamente in questa traiettoria. Un viaggio attraverso cento esempi di eccellenza produttiva, artigianale e tecnologica, distribuiti su tutte le Regioni del nostro Paese, a testimonianza di un'Italia che compete e innova anche attraverso lo sport. È un mosaico che racconta le imprese, i territori e le persone che fanno dell'attività sportiva una leva di crescita e internazionalizzazione. Questa pubblicazione non nasce come iniziativa a sé stante ma come uno degli strumenti della nostra strategia per la crescita. Contribuisce a rafforzare il racconto dell'Italia all'estero, a sostenere la presenza del nostro sistema produttivo nei mercati internazionali, a ribadire che la diplomazia è al servizio dell'occupazione, dell'export e della crescita delle nostre imprese e dei nostri territori.

EN

Sport has always been a vehicle for peace, a sense of community, and personal growth, from the Olympic truce in ancient Greece to the playing fields of our villages and oratories, where young people grow up respecting others and in the spirit of those values that make the strength of our territories. But sport is also an exceptional tool for promoting our technological excellence, the drive towards innovation of our many companies active in the sector, our facilities, and our ability to work as a team between institutions, local authorities, businesses, and sports clubs. For this reason, sport is a central component of the intense Growth Diplomacy action that I have placed at the heart of my mandate, to further strengthen the country's economic projection, support the internationalization of businesses, create opportunities for the territories, and jobs. In this context, I have promoted the Government's Action Plan for Export as the strategic framework for our action to enhance and support Italian excellence in global markets, with a focus on those with the highest potential. A concrete commitment, which looks at the most innovative, sustainable, and representative supply chains of our production system. And among these, the sports sector, which, with a turnover of 24.7 billion euros in 2024, has a prominent position. Italian sport is much more than competition: it is manufacturing, design, technology, research, culture. It is a valuable industrial narrative that translates into employment, exports, reputation, and growth. And it is, increasingly, an instrument of economic diplomacy, capable of uniting the communicative power of sport with the distinctive quality of Italian know-how. The volume "100 Italian Sports Stories" fits fully into this trajectory. A journey through one hundred examples of productive, artisanal, and technological excellence, distributed across all the Regions of our Country, bearing witness to an Italy that competes and innovates also through sport. It is a mosaic that recounts the businesses, the territories, and the people who make sporting activity a lever for growth and internationalization. This publication does not arise as a stand-alone initiative but as one of the instruments of our strategy for growth. It contributes to strengthening the narrative of Italy abroad, to supporting the presence of our production system in international markets, to reaffirming that diplomacy is at the service of employment, export and the growth of our businesses and our territories.

ANTONIO TAJANI

VICE PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI E MINISTRO DEGLI AFFARI ESTERI E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE
VICE-PRESIDENT OF THE COUNCIL OF MINISTERS AND MINISTER OF FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL COOPERATION

Lo sport italiano racconta una storia fatta di risultati olimpici, titoli conquistati e prodotti Made in Italy che hanno affascinato ed affascinano il mondo. L'Italia ha saputo fare dello sport una componente essenziale del proprio DNA produttivo e culturale, trasformandolo in uno straordinario veicolo di diplomazia e soft power. L'Italia è tra i Paesi al mondo dove si praticano più discipline sportive, anche di estrema nicchia, una diversità che ha stimolato la creatività e la capacità di innovazione nazionale. Questa varietà, che non è solo una curiosità statistica, è un ambiente favorevole alla nascita di imprese estremamente competitive ed innovative perché capaci di rispondere alle esigenze più specifiche e sofisticate. Dalle scarpe da running alle biciclette da corsa, dai campi da padel alle attrezature per l'arrampicata, dai kimono alle tavole da surf, dalle pinne per la subacquea agli airbag per la protezione dei motociclisti, l'Italia ha sviluppato una ricca filiera produttiva, che ha saputo coniugare cultura artigianale, innovazione tecnologica, sostenibilità, valorizzando saperi diffusi nei territori e creando prodotti che sono insieme strumenti di performance e oggetti di desiderio. Anche per questo in Italia lo sport, più che in altri Paesi, si è trasformato in arte manifatturiera: la scarpa tecnica che calza perfettamente e diventa poi prodotto di moda, il body cucito con precisione sartoriale, la sella in materiali pregiati che assicura stabilità e comfort, le strutture sportive funzionali e capaci di inserirsi nel contesto, la bici-cletta che fonde eleganza e prestazione. È in questi oggetti, in questi servizi, che si cela un patrimonio industriale unico al mondo. L'Italia sportiva è fatta di distretti produttivi, officine di precisione, botteghe artigiane. Un sistema produttivo articolato ma coeso, che attraversa il Paese da nord a sud e che combina la potenza del saper fare con le grandi sfide poste dalle transizioni verde e digitale. Al cuore di questo sistema ci sono imprese capaci di unire estetica e tecnica, artigianalità e tecnologia, spesso producendo su misura per sportivi

professionisti e appassionati esigenti. A questo sistema, che prima di tutto è cultura, modo di pensare l'eleganza, la durata, la performance come sintesi di funzionalità e bellezza, è dedicato il report *100 storie italiane di sport* promosso e realizzato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Fondazione Symbola e Confartigianato, knowledge partner Deloitte, che raccoglie 100 storie, non esaustive della nostra ricchezza produttiva e degli attori in campo, ma rappresentative delle tante declinazioni dello sport italiano. Storie che parlano i linguaggi dell'innovazione: dalla digitalizzazione dei processi all'integrazione di tecnologie intelligenti nei prodotti, dalla sostenibilità come principio guida alla capacità di interpretare le tendenze globali attraverso una sensibilità produttiva specificatamente italiana. Non si tratta di seguire mode, ma di proporre visioni che coniugano avanguardia e rispetto per l'ambiente, design e funzionalità, precisione tecnica ed emozione. Quando i nostri atleti competono sui palcoscenici internazionali, portano con sé non solo il talento individuale, ma un intero sistema di eccellenze che raccontano l'Italia al mondo. Ogni medaglia conquistata, ogni record stabilito diventa veicolo di promozione per un sistema produttivo che sa trasformare la passione sportiva in valore economico e culturale. Lo sport italiano funziona così come straordinario ambasciatore del nostro saper fare: attraverso i prodotti che esportiamo, gli eventi che organizziamo, le tecnologie che sviluppiamo, costruiamo relazioni e alimentiamo quella forma di diplomazia culturale che forse più di ogni altra sa toccare il cuore delle persone, superando barriere linguistiche e culturali. Questo libro nasce per raccontare questa capacità unica, per dare voce alle qualità produttive che ogni giorno rendono possibile lo sport in Italia e nel mondo. È un viaggio nel Paese che produce valore attraverso lo sport, che trasforma la passione in impresa, il talento in manifattura, il movimento in cultura economica di respiro internazionale.

Italian sport tells a story made of Olympic results, titles won, and Made in Italy products that have fascinated and continue to fascinate the world. Italy has been able to make sport an essential component of its productive and cultural DNA, transforming it into an extraordinary vehicle of diplomacy and soft power. Italy is among the countries in the world where more sports are practiced, even extremely niche ones, a diversity that has stimulated national creativity and innovation capacity. This variety, which is not just a statistical curiosity, is a favorable environment for the birth of extremely competitive and innovative companies because they are able to respond to the most specific and sophisticated needs. From running shoes to racing bikes, from padel courts to climbing equipment, from kimonos to surfboards, from scuba diving fins to airbags for motorcyclist protection, Italy has developed a rich production chain, which has been able to combine artisan culture, technological innovation, sustainability, enhancing knowledge spread throughout the territories and creating products that are both performance tools and objects of desire. Also for this reason, in Italy, sport, more than in other countries, has transformed into manufacturing art: the technical shoe that fits perfectly and then becomes a fashion product, the bodysuit sewn with sartorial precision, the saddle in fine materials that ensures stability and comfort, the functional sports facilities capable of fitting into the context, the bicycle that blends elegance and performance. It is in these objects, in these services, that a unique industrial heritage is hidden. Italian sport is made of production districts, precision workshops, artisan workshops. An articulated but cohesive production system, which crosses the country from north to south and combines the power of know-how with the great challenges posed by the green and digital transitions. At the heart of this system are companies capable of combining aesthetics and technique, craftsmanship and technology, often producing tailor-made products for professional athletes and demanding enthusiasts. This system, which is first and foremost culture, a way of thinking about elegance, durability, and performance as a synthesis of functionality and beauty, is the subject of the report "100 Italian Sports Stories" promoted and created by the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation, Fondazione Symbola, and Confartigianato, with Deloitte as knowledge partner, which collects 100 stories, not exhaustive of our productive wealth and the actors involved, but representative of the many variations of Italian sport.

Stories that speak the languages of innovation: from the digitalization of processes to the integration of intelligent technologies in products, from sustainability as a guiding principle to the ability to interpret global trends through a specifically Italian productive sensibility. It is not about following trends, but about proposing visions that combine avant-garde and respect for the environment, design and functionality, technical precision and emotion. When our athletes compete on international stages, they carry with them not only individual talent, but an entire system of excellence that tells the world about Italy. Every medal won, every record set becomes a vehicle for promoting a production system that knows how to transform sporting passion into economic and cultural value. Italian sport functions as an extraordinary ambassador of our know-how: through the products we export, the events we organize, the technologies we develop, we build relationships and fuel that form of cultural diplomacy that perhaps more than any other knows how to touch people's hearts, overcoming linguistic and cultural barriers. This book was created to narrate this unique ability, to give voice to the productive qualities that make sport possible every day in Italy and around the world. It is a journey through the country that produces value through sport, that transforms passion into enterprise, talent into manufacturing, movement into an economic culture of international scope.

La filiera dello sport: eccellenza Made in Italy tra specializzazione, innovazione e sostenibilità

IT

L'Italia è seconda, a livello globale, per varietà produttiva: un tratto distintivo che caratterizza l'intera economia nazionale e che si riflette in modo esemplare anche nel sistema dello sport. La filiera sportiva italiana si compone, infatti, di una molteplicità di realtà altamente specializzate, capaci di operare con successo in segmenti di mercato diversi e spesso molto di nicchia. Tali attività hanno generato nel 2022 un valore aggiunto di 11,4 miliardi di euro, superando i valori pre-covid e mostrando una crescita importante rispetto all'anno precedente (+12,3%), maggiore rispetto a quella registrata dal complesso dell'economia italiana (+6,8%).¹ Questo studio intende mettere in luce proprio la ricchezza di queste filiere, analizzandone i fattori che le rendono uniche, dalla cura artigianale del dettaglio alla struttura aziendale, spesso familiare e fortemente radicata nei territori, alla capacità di innovazione e adattamento sui mercati globali. Una vocazione all'eccellenza che ha un respiro internazionale, segno dell'alta considerazione di cui godono i nostri prodotti da parte di istituzioni e organizzazioni sportive estere. L'Italia si posiziona infatti come 9º Paese al mondo per export di prodotti sportivi, figurando tra i top-5 per quasi il 40% delle categorie di prodotti legate al settore sportivo.² L'Italia è il primo esportatore mondiale di scarponi da sci e da snow-board, seguita da Austria e Romania; è anche leader nelle esportazioni di prodotti per sport nautici e ricreativi, settore nel quale è riconosciuta per l'eccellenza nella produzione di barche e accessori specifici.³ Come evidenziato dall'ufficio studi di

Confartigianato⁴, la filiera della bicicletta, che oltre alla produzione di biciclette e loro componenti comprende la riparazione ed il noleggio, conta 3.361 imprese alla fine del 2024. Il cuore del settore sono le 1.948 imprese artigiane con 3.276 addetti, pari rispettivamente al 58% ed al 40,1% della filiera, e che si occupano prevalentemente di riparazione (83,1% delle imprese artigiane della filiera). Il fatturato della filiera della bicicletta ammonta a 1.547 milioni di euro e per l'85,5% proviene dalla produzione di biciclette e componentistica. Forse è proprio la nostra capacità di presidiare con sapienza un ampio ventaglio di specializzazioni, come fossero tanti linguaggi, a renderci capaci di entrare in sintonia con passioni tra loro molto diverse, spesso lontane dal nostro Paese. Tante comunità sportive, talvolta piccole e tecnicamente esigenti, come quelle legate al bob, al baseball o alla pesca a mosca, hanno trovato infatti risposta nella competenza italiana o nella nostra capacità di donare stile e identità a prodotti e servizi. Lo dimostra la correlazione significativa, evidenzia nel prossimo paragrafo, tra specializzazione mono-disciplinare e vocazione all'export: più l'impresa è focalizzata su un singolo ambito sportivo, maggiore è la resa generata oltreconfine. Come vedremo, la quota di fatturato esportato arriva a superare il 70% per le attività focalizzate su un'unica disciplina sportiva, ed è del 73,4% per le imprese che producono attrezzature. Anche per questo le imprese italiane dello sport si confermano, a tutti gli effetti, come ambasciatrici del Made in Italy nel mondo. Ne sono oramai consapevoli anche le nostre istituzioni: il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, istituendo il nuovo uff-

1. Istituto per il Credito Sportivo e Culturale e Sport e Salute, *Rapporto Sport 2024* (gennaio 2025). Le attività economiche in analisi rientrano nelle cosiddette "attività strettamente connesse" allo sport – all'interno delle quali rientrano tutti i prodotti e servizi necessari alla pratica sportiva. Nel rapporto viene stimato anche il valore complessivo del sistema dello sport pari a 24,7 miliardi di euro nel 2022 (1,38% del valore aggiunto nazionale).

2. TEHA Group e Osservatorio Valore Sport, *Osservatorio Valore Sport: riportare lo sport e la cultura del movimento al centro dell'agenda politica per creare valore per il paese* (febbraio 2025).

3. UN Comtrade Database, dati 2024.

4. Confartigianato, *Rapporto Meccanica 2025, focus sulla bicicletta* (2025). Ulteriori analisi di Confartigianato sullo sport in Confartigianato, *Imprese, MPI e made in Italy dello sport* (2023).

IT

cio di Diplomazia Sportiva, sta mettendo a disposizione di questo sistema, assieme all'agenzia ICE, strumenti per supportarne l'internazionalizzazione, tra eventi organizzati attraverso la rete diplomatica, roadshow, missioni economiche, percorsi formativi e piattaforme dedicate all'attrazione di capitali esteri quale investinitaly.gov.it, che rafforzano in maniera strategica il ruolo del Paese nella promozione di questa filiera. Fino ad oggi, infatti, le iniziative pubbliche si sono concentrate quasi esclusivamente sulla modernizzazione delle strutture sportive – con fondi, crediti d'imposta o mutui agevolati per la costruzione o l'adeguamento degli impianti – e sulla promozione della pratica sportiva, soprattutto per favorire l'inclusione sociale e territoriale. Questa impostazione si riflette anche sul piano internazionale, dove le politiche pubbliche tendono spesso a privilegiare la dimensione infrastrutturale e la diffusione dell'attività motoria, dando meno rilievo al potenziale industriale e imprenditoriale della filiera. Nuove misure di diplomazia economica e sportiva, a sostegno della produzione e della commercializzazione dei prodotti, rappresentano un passo importante per valorizzare l'intero sistema e consolidare la presenza delle imprese italiane nei mercati esteri. In tale contesto, valorizzare il sistema vuol dire anche essere consapevoli delle sue fragilità. Una delle maggiori criticità, segnalata da un'ampia quota delle imprese analizzate, riguarda la difficoltà nella continuità generazionale e nella formazione di giovani con competenze adeguate, come vedremo nel successivo capitolo di questa pubblicazione, che evidenzia la ridotta incidenza dei dipendenti al di sotto dei trent'anni tra le realtà analizzate. La scarsa conoscenza dei mestieri artigianali e delle competenze richieste da parte delle nuove generazioni ne limita l'accesso, alimentando una discrasia tra domanda e offerta di lavoro. Recenti indagini hanno rilevato che più di due terzi delle aziende del nostro Paese sperimentano difficoltà nel trovare le competenze necessarie per le proprie attività, con criticità particolarmente evidenti nel reperimento di profili tecnici e di personale per mansioni manuali. L'industria sportiva, considerata la sua vocazione alla specializzazione, è tra le più colpite e quindi necessita di iniziative specificamente dedicate. Eppure, il settore sportivo ha tutte le carte in regola per attrarre giovani talenti. A livello europeo, circa l'80% delle persone tra gli undici e i trentaquattro anni pratica uno sport, percentuale che in Italia si attesta al 79% nella fascia 11-17 anni e al 77% tra i diciotto e i trentaquattro anni. I giovani non sono solo praticanti, ma anche appassionati di sport: in Europa, oltre il 70% degli individui tra i diciotto e i trentaquattro anni dichiara di essere interessato agli eventi sportivi e di avere una squadra o un atleta "del cuore".⁵ Questo legame tra giovani e sport può diventare un asset strategico per le imprese della filiera, non solo come mercato di riferimento, ma anche come bacino di futuro capitale umano. In quest'ottica, risulta importante promuovere una narrazione più attrattiva del settore anche sul piano professionale, valorizzandone le opportunità e il potenziale di crescita. Un dialogo più strutturato tra il mondo produttivo e quello della formazione potrebbe favorire una maggiore consapevolezza dei percorsi professionali disponibili e contribuire a colmare il divario tra domanda e offerta di professionalità. Un'altra sfida ricorrente è l'integrazione di competenze in ambito marketing e comunicazione, una difficoltà legata alla struttura stessa del comparto, costituito prevalentemente da micro e piccole imprese. In questo contesto, strumenti capaci di favorire la visibilità, l'accesso ai mercati digitali e l'interazione tra operatori della filiera sportiva possono rappresentare un valido supporto alla crescita del settore. Tra le iniziative già attive, si segnala il portale Export.gov.it, promosso dal Ministero degli Affari Esteri a supporto delle imprese italiane nei percorsi di internazionalizzazione. Attraverso di esso, le imprese possono accedere a diverse soluzioni, tra cui la piattaforma digitale di Business Matching – realizzata in collaborazione con Cassa Depositi e Prestiti – che consente l'incontro tra imprese italiane ed estere sulla base delle rispettive caratteristiche ed esigenze. Attualmente è operativa in venti Paesi, individuati dalla Cabina di Regia per l'Export e l'Internazionalizzazione, coordinata dalla Farnesina e dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, e copre aree strategiche in Europa, Asia, Africa, Nord e Sud America. Ulteriori strumenti includono i finanziamenti SI-MEST per lo sviluppo di soluzioni di e-commerce e gli accordi siglati da ICE con le principali vetrine internazionali, con l'obiettivo di raffor-

5. Analisi demoscopica Deloitte condotta su un campione di 3.400 individui provenienti da Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Spagna.

zare la competitività delle imprese italiane sui mercati esteri. Iniziative di questo tipo, capaci di connettere imprese, servizi e territori, possono contribuire a rafforzare la proiezione internazionale della filiera sportiva, a sostenerne l'innovazione e migliorarne l'attrattività complessiva. Per restare al passo con le tendenze di mercato, è fondamentale un equilibrio tra attrattività, efficienza e sostenibilità. Le nuove tecnologie, in particolare digitalizzazione e intelligenza artificiale, vengono considerate dalle imprese essenziali per ottimizzare i processi produttivi e migliorare la competitività, specie in un contesto in cui i costi di produzione restano elevati per via della forte componente artigianale. Un'altra specificità italiana è che le imprese italiane dello sport partecipano attivamente all'organizzazione di eventi sportivi nei territori, generando impatti economici e sociali significativi. Secondo l'ENIT, nel 2024 i cinquecentosessantamila turisti stranieri giunti in Italia per assistere a eventi sportivi hanno generato un indotto di trecentotrentotto milioni di euro. Questi eventi non solo alimentano la domanda di beni e servizi, ma offrono anche visibilità internazionale alle eccellenze italiane e preziose occasioni di apprendimento e analisi di mercato. Il futuro si preannuncia ricco di appuntamenti per l'Italia: dai Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026 agli Europei di Calcio 2032, dai Giochi del Mediterraneo 2026 all'America's Cup 2027, fino agli Youth Olympic Games 2028, le ATP Finals e i Gran Premi di Formula 1. Anche in vista dei prossimi appuntamenti, le imprese sportive possono assumere un ruolo importante, contribuendo non solo all'economia ma anche allo sviluppo dei territori. In questo contesto dinamico, il mondo dell'impresa sportiva può assumere un ruolo civico di primo piano, generando nei territori impatti economici, sociali e ambientali. Tale ruolo può avere un'eco importante in quanto il consumatore finale è spesso anche un appassionato o praticante, ed è sempre più sensibile al comportamento etico delle aziende anche se non necessariamente giovane, con evidenza di come questo comparto appiani le diversità generazionali. L'imprenditore sportivo ha oggi l'opportunità di affiancare alla dimensione commerciale un impegno attivo nella promozione di ini-

ziative sostenibili: come mostrano le recenti analisi dell'Osservatorio FLAG⁶ sull'imprenditoria civica, la capacità di generare valore condito non si esaurisce infatti nella responsabilità sociale, ma diventa parte integrante del modello di business. Essere un "imprenditore civico" significa investire nel territorio, costruire relazioni con attori locali, contribuire a una cultura imprenditoriale orientata al bene comune e rafforzare il legame tra economia e società. In questo senso, lo sport è motore economico e infrastruttura sociale, e l'imprenditore che vi opera assume sempre più un ruolo attivo nel generare coesione e benessere collettivo. In conclusione, le imprese della filiera sportiva italiana hanno oggi un'opportunità concreta per "fare squadra" e adottare un approccio sistematico, capace di valorizzare le specificità produttive e di consolidare un ecosistema fondato su standard elevati di qualità, innovazione e sostenibilità. Un simile orientamento rafforzerebbe la competitività delle imprese della filiera sui mercati internazionali, generando al contempo valore anche in termini di reputazione, impatto sociale e riconoscibilità del Made in Italy. Lo sviluppo di forme evolute di associazionismo settoriale potrebbe contribuire a superare il limite strutturale della piccola scala, offrendo strumenti comuni per l'accesso a competenze strategiche e attivando una "contaminazione virtuosa" tra imprenditori. Fare rete, oggi, significherebbe non solo affrontare con maggiore forza le sfide del mercato globale, ma anche costruire una cultura imprenditoriale condivisa, in cui la collaborazione diventerebbe un vantaggio competitivo non solo per la filiera dello sport, ma per l'intero sistema Paese.

6. Family Business Lab on Accounting and Governance, iniziativa congiunta dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II" – Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni, I'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" – Dipartimento di Economia e Finanza, e Deloitte Private. Report "Aziende Familiari del Mezzogiorno e Imprenditoria Civica".

The supply chain: Made in Italy excellence through specialisation, innovation and sustainability

Italy ranks second globally for production variety: a distinctive feature that characterizes the entire national economy and is reflected in an exemplary way also in the sports system. The Italian sports supply chain is composed, in fact, of a multitude of highly specialized entities, capable of operating successfully in different and often very niche market segments. These activities generated a value added of 11.4 billion euros in 2022, exceeding pre-covid values and showing significant growth compared to the previous year (+12.3%), greater than that recorded by the Italian economy as a whole (+6.8%).¹ This study aims to highlight the richness of these supply chains, analyzing the factors that make them unique, from the artisanal attention to detail to the company structure, often family-run and strongly rooted in the territories, to the capacity for innovation and adaptation in global markets. A vocation for excellence that has an international scope, a sign of the high regard that our products enjoy from foreign sports institutions and organizations. Italy ranks as the 9th country in the world for the export of sports products, ranking among the top five for almost 40% of the product categories related to the sports sector.² Italy is the world's leading exporter of ski and snowboard boots, followed by Austria and Romania; it is also a leader in exports of products for nautical and recreational sports, a sector in which it is recognized for excellence in the production of boats and specific accessories.³ The research department of Confartigianato⁴ the Italian association of crafts and SMEs, has highlighted how the bicycle supply chain, comprising both the manufacturing industry of bicycles and

1. Institute for Sports and Credit and Culture and Sport e Salute: Sport Report 2024 (January 2025). The economic activities under analysis fall within the so-called "activities strictly connected" to sport – which include all the products and services necessary for sports practice. The report also estimates the overall value of the sports system at 24.7 billion euros in 2022 (1.38% of national added value).

2. TEHA Group and Osservatorio Valore Sport, "Osservatorio Valore Sport: Bringing Sport and the Culture of Movement Back to the Center of the Political Agenda to Create Value for the Country" (February 2025).

3. UN Comtrade Database, 2024 data.

4. Confartigianato, "Rapporto Meccanica 2025, focus sulla bicicletta" (2025). Further analysis on sports by Confartigianato in Confartigianato, "Imprese, MPI e made in Italy dello sport" (2023).

ments to support its internationalization, including events organized through the diplomatic network, roadshows, economic missions, training courses and platforms dedicated to attracting foreign capital such as [investinitaly.gov.it](#), which strategically strengthen the country's role in promoting this supply chain. To date, in fact, public initiatives have focused almost exclusively on the modernization of sports facilities – with funds, tax credits or subsidized loans for the construction or adaptation of facilities – and on the promotion of sports practice, especially to promote social and territorial inclusion. This approach is also reflected at the international level, where public policies often tend to favor the infrastructural dimension and the diffusion of motor activity, giving less emphasis to the industrial and entrepreneurial potential of the supply chain. New economic and sports diplomacy measures, in support of the production and marketing of products, represent an important step to enhance the entire system and consolidate the presence of Italian companies in foreign markets. In this context, enhancing the system also means being aware of its weaknesses. One of the major critical issues, reported by a large proportion of the companies analyzed, concerns the difficulty in generational continuity and in the training of young people with adequate skills, as we will see in the next chapter of this publication, which highlights the reduced incidence of employees under thirty years of age among the realities analyzed. The lack of knowledge of artisanal trades and the skills required by the new generations limits their access, fueling a discrepancy between labor demand and supply. Recent surveys have revealed that more than two-thirds of companies in our country experience difficulty in finding the skills necessary for their activities, with particularly evident critical issues in finding technical profiles and personnel for manual tasks. The sports industry, considering its vocation for specialization, is among the most affected and therefore needs specifically dedicated initiatives. Yet, the sports sector has everything it needs to attract young talents. At the European level, about 80% of people between 11 and 34 years old practice a sport, a percentage that in Italy stands at 79% in the 11-17 age group and 77% between 18 and 34 years old. Young

people are not only practitioners, but also sports enthusiasts: in Europe, over 70% of individuals between 18 and 34 years old declare that they are interested in sporting events and have a "favorite" team or athlete.⁵ This link between young people and sports can become a strategic asset for companies in the supply chain, not only as a reference market, but also as a pool of future human capital. In this perspective, it is important to promote a more attractive narrative of the sector also on a professional level, enhancing its opportunities and growth potential. A more structured dialogue between the productive world and that of training could foster greater awareness of the available professional paths and help bridge the gap between the demand and supply of professional skills. Another recurring challenge is the integration of skills in marketing and communication, a difficulty linked to the very structure of the sector, which is mainly made up of micro and small enterprises. In this context, tools capable of promoting visibility, access to digital markets, and interaction between operators in the sports supply chain can represent a valid support for the sector's growth. Among the initiatives already active, the Export.gov.it portal, promoted by the Ministry of Foreign Affairs to support Italian companies in internationalization processes, stands out. Through it, companies can access various solutions, including the digital Business Matching platform – created in collaboration with Cassa Depositi e Prestiti – which allows Italian and foreign companies to meet based on their respective characteristics and needs. It is currently operational in 20 countries, identified by the Control Room for Export and Internationalization, coordinated by the Farnesina and the Ministry of Enterprises and Made in Italy, and covers strategic areas in Europe, Asia, Africa, North and South America. Additional tools include SIMEST financing for the development of e-commerce solutions and the agreements signed by ICE with the main international showcases, with the aim of strengthening the competitiveness of Italian companies in foreign markets. Initiatives of this type, capable of connecting companies, services, and territories, can contribute to strengthening the international projection of the sports supply chain, supporting its innovation, and improving its overall attractive-

5. Deloitte demographic analysis conducted on a sample of 3,400 individuals from France, Germany, Italy, the United Kingdom, and Spain.

ness. To keep up with market trends, a balance between attractiveness, efficiency, and sustainability is essential. New technologies, in particular digitalization and artificial intelligence, are considered by companies to be essential for optimizing production processes and improving competitiveness, especially in a context where production costs remain high due to the strong artisanal component. Another Italian specificity is that Italian sports companies actively participate in the organization of sporting events in the territories, generating significant economic and social impacts. According to ENIT, in 2024 the 560,000 foreign tourists who came to Italy to attend sporting events generated a turnover of 338 million euros. These events not only fuel the demand for goods and services, but also offer international visibility to Italian excellences and valuable opportunities for learning and market analysis. The future looks full of events for Italy: from the Winter Olympic Games of Milano Cortina 2026 to the European Football Championship 2032, from the Mediterranean Games 2026 to the America's Cup 2027, up to the Youth Olympic Games 2028, the ATP Finals and the Formula 1 Grand Prix. Also in view of the upcoming events, sports companies can play an important role, contributing not only to the economy but also to the development of the territories. In this dynamic context, the world of sports business can take on a leading civic role, generating economic, social, and environmental impacts in the territories. This role can have an important echo because the end consumer is often also a fan or practitioner, and is increasingly sensitive to the ethical behavior of companies even if not necessarily young, with evidence of how this sector flattens generational differences. The sports entrepreneur today has the opportunity to combine the commercial dimension with an active commitment to promoting sustainable initiatives: as recent analyses by the Osservatorio FLAG⁶ on civic entrepreneurship show, the ability to generate shared value is not limited to social responsibility, but becomes an integral part of the business model. Being a "civic entrepreneur" means investing in the territory, building relationships with local actors, contributing to an entrepreneurial culture oriented to-

6. Family Business Lab on Accounting and Governance, a joint initiative of the University of Naples "Federico II" – Department of Economics, Management, Institutions, the University of Bari "Aldo Moro" – Department of Economics and Finance, and Deloitte Private. Report "Family Businesses of Southern Italy and Civic Entrepreneurship".

IT

Le cento realtà descritte nel rapporto raccontano un'Italia spesso lontana dai riflettori, che inventa, progetta, traduce passioni in un sistema produttivo di rara complessità e bellezza. Micro e piccole imprese artigiane costituiscono la spina dorsale di questo sistema: sono loro a mantenerlo vitale, flessibile e fortemente radicato nei territori. Dalle valli alpine, dove nascono calzature sportive d'avanguardia, alle officine meccaniche emiliane, che scolpiscono motori e veicoli da corsa, ai distretti lombardi, nei quali design e ingegneria parlano la lingua dell'innovazione, queste aziende costituiscono una filiera dello sport che è al tempo stesso identitaria e globale. Ognuna, a suo modo, è una storia di specializzazione estrema, di resilienza competitiva, di radicamento culturale, di innovazione e sostenibilità. Questa selezione, parziale ma rappresentativa, restituisce un'immagine viva della varietà e del talento industriale italiano applicato allo sport. L'obiettivo non è soltanto valorizzare la forza delle singole realtà, ma restituire l'immagine di un ecosistema vitale, che unisce qualità, sostenibilità e visione internazionale: perché dietro ogni prodotto, ogni innovazione, ogni traguardo sportivo, esiste una rete di imprese che interpreta lo sport non solo come un mercato, ma come un patrimonio culturale da custodire, promuovere e far evolvere.¹

1. La selezione delle 100 imprese si è basata su parametri oggettivi legati alla performance economica e alla proiezione internazionale. In particolare, sono state privilegiate le realtà con un fatturato per addetto significativamente superiore alla media di settore (circa tre volte), una forte vocazione all'export (quasi il 64% del fatturato complessivo, contro il 41% del benchmark ATECO) e una dinamica di crescita superiore nei principali indicatori tra il 2017 e il 2022 (unità produttive +4,1%, addetti +4,7%, fatturato +7,9%).

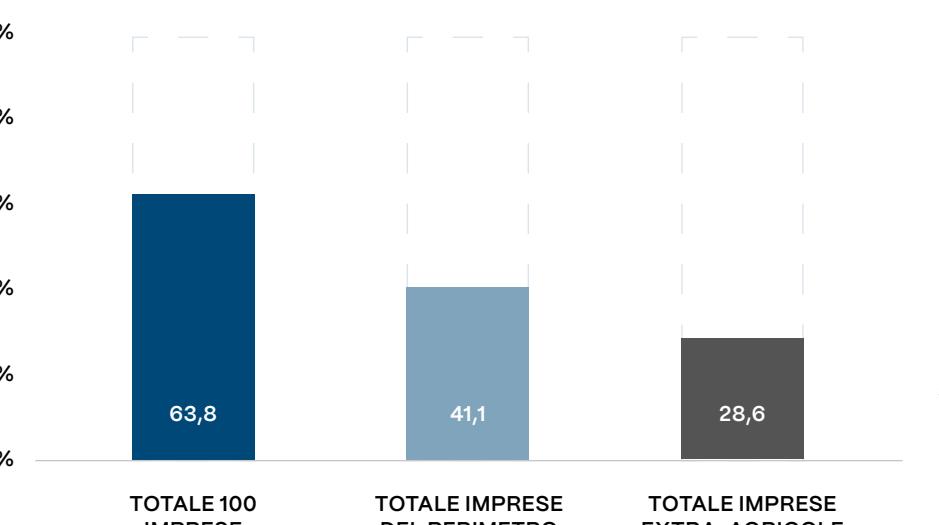
2. Ovvero sedi operative, stabilimenti o filiali in cui si svolgono concretamente attività produttive o gestionali.

PECULIARITÀ STRUTTURALI

Le cento selezionate si articolano in duecentocinquantasei unità locali², occupano 20.716 addetti e generano un fatturato di 13,1 miliardi di euro. Questo gruppo rappresenta circa il 2,4% del fatturato totale delle aziende attive nei codici ATECO di appartenenza delle stesse (in totale circa 65.000). Si tratta di attività collocate prevalentemente nell'Italia settentrionale (quasi l'80% degli stabilimenti produttivi), con una concentrazione di fatturato e occupazione che per l'area del Nord-Est arriva a oltre il 70% nel primo caso e oltre il 60% nel secondo. Il fatturato medio per addetto è pari a 630.864 euro, ed evidenzia un livello di produttività significativamente superiore alla media del settore, con un rapporto di circa tre volte maggiore rispetto al complesso delle imprese coinvolte nelle stesse attività e di 2,6 volte maggiore rispetto al totale economia italiana. Dati che confermano l'elevata efficienza e la forte capacità competitiva delle realtà prese in considerazione, molte delle quali rappresentano punti di riferimento, capaci di guidare l'innovazione e lo sviluppo dell'intero ecosistema sportivo, sia a livello nazionale che sui mercati internazionali. Non a caso circa due terzi del fatturato (63,8%) deriva dall'export, laddove per il parametro delle imprese dello stesso perimetro di codici ATECO è pari al 41,1% che scende al 28,6% se si prende in considerazione il complesso di tutte le attività economiche italiane extra-agricole. Questo indicatore arriva a superare il 70% del fatturato per le attività focalizzate su un'unica disciplina sportiva rispetto a quelle orientate su più discipline, ed è del 73,4% per le imprese che producono attrezzature.

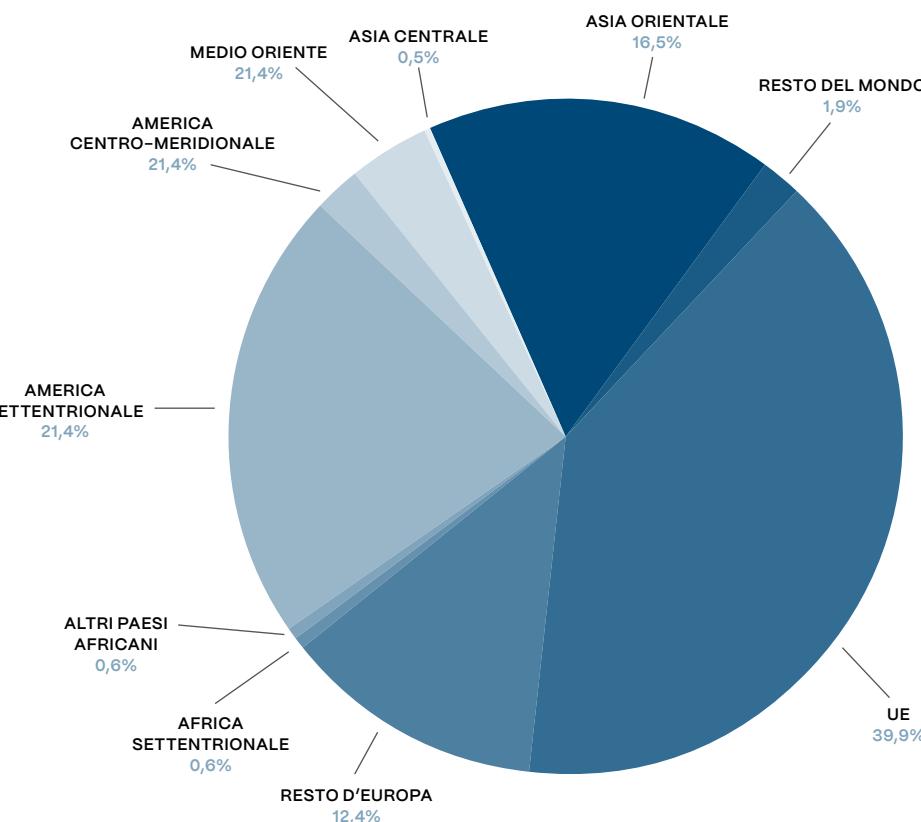
IT

QUOTA % DI FATTURATO ESPORTATO DALLE 100 IMPRESE
ANNO 2022



Fonte: elaborazioni su dati Istat

AREE DI DESTINAZIONE DELLE ESPORTAZIONI DELLE 100 IMPRESE
ANNO 2022

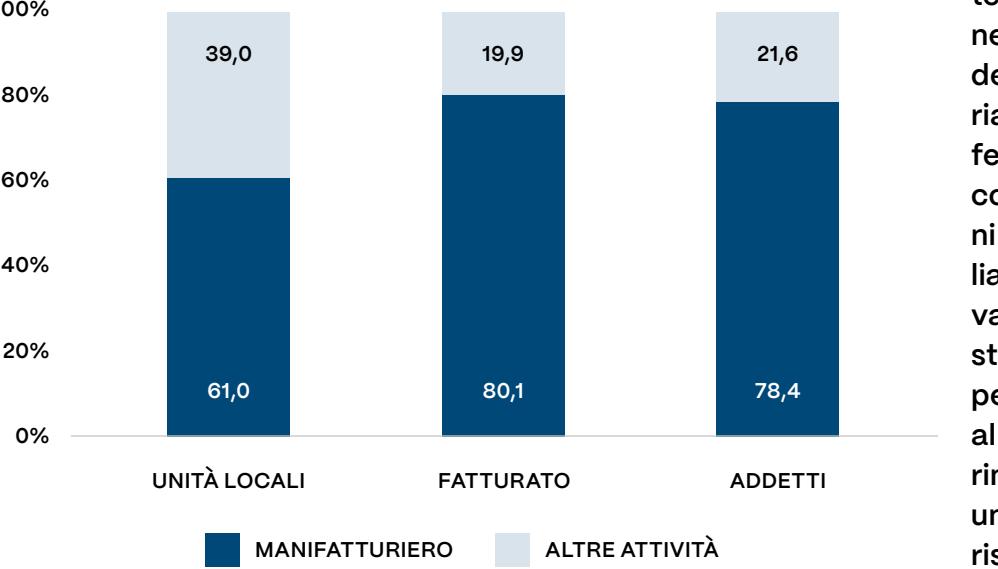


Fonte: elaborazioni su dati Istat

Con riferimento alle aree di destinazione dell'export, sempre per l'anno 2022, si evidenzia una forte concentrazione verso i mercati europei. In particolare, l'Unione Europea rappresenta la quota più ampia, con quasi il 40% di concentrazione delle esportazioni delle cento imprese. Questo dato conferma la centralità del mercato comunitario per le aziende sportive italiane, sia per prossimità geografica che per affinità regolamentari e culturali. Seguono a distanza gli altri Paesi europei (extra UE), che rappresentano il 12,4% del totale, a testimonianza dell'attrattività dell'Europa nel suo complesso per i prodotti sportivi Made in Italy. Il Nord America costituisce la seconda macro-area di destinazione, con una quota rilevante (21,4%), evidenziando l'apprezzamento per la qualità e il design italiano in mercati ad alto potere d'acquisto. Apprezzamento che appare ancora più evidente laddove si constati che il complesso dell'economia italiana esporta poco più dell'11% verso questi Paesi. I territori dell'Asia orientale rappresentano il terzo valore per export delle cento imprese, mentre le altre aree raccolgono quote minori.

Il grafico seguente mostra chiaramente come, all'interno delle cento imprese analizzate, la componente manifatturiera occupi una posizione centrale nella filiera produttiva dello sport. Le aziende di questo tipo rappresentano il 61% delle unità locali, ma generano ben l'80,1% del fatturato complessivo e assorbono il 78,4% degli addetti: dati che confermano il ruolo strategico e trainante del manifatturiero sia in termini economici sia occupazionali. Al contrario, le attività complementari – che includono servizi, consulenza, progettazione, distribuzione, marketing e organizzazione di eventi – pur rappresentando il 39% delle unità locali, contribuiscono in misura minore al valore generato (19,9% del fatturato) e all'occupazione (21,6%).

COMPOSIZIONE SETTORIALE DELLE 100 IMPRESE RISPETTO ALLE PRINCIPALI GRANDEZZE ECONOMICHE – ANNO 2022 (VALORI %)



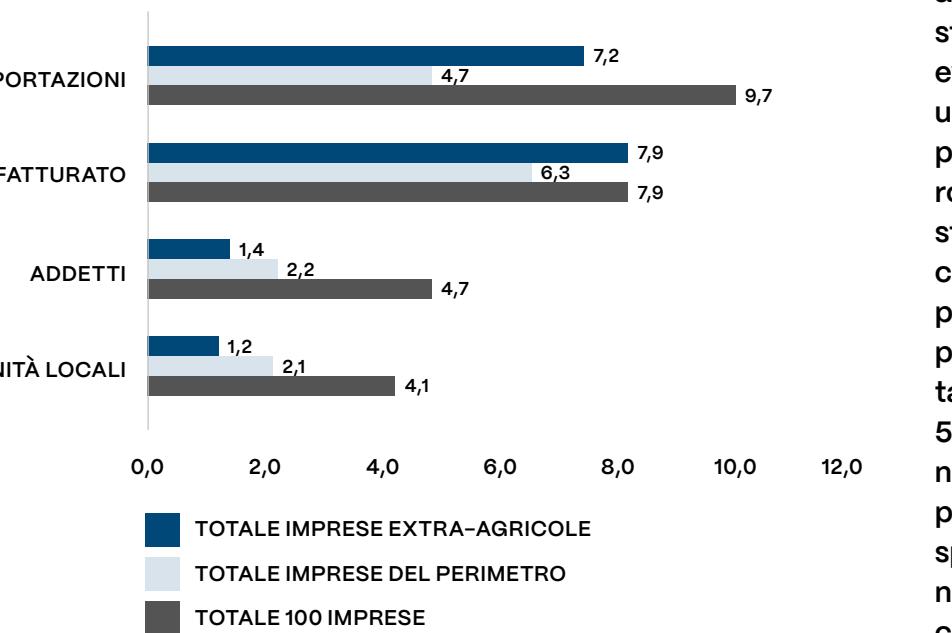
Fonte: elaborazioni su dati Istat

Questa distribuzione segnala una forte concentrazione nella produzione materiale di beni sportivi, in linea con la vocazione manifatturiera del tessuto industriale italiano. Tuttavia, le altre attività rappresentano un elemento fondamentale per la complementarietà e l'integrazione dei servizi a supporto della filiera, contribuendo alla competitività complessiva del sistema sportivo nazionale. La distinzione tra produzione e servizi all'interno di queste cento realtà consente quindi di leggere il settore anche in termini funzionali, evidenziando il contributo specifico delle diverse fasi della catena del valore.

PERFORMANCE

Le dinamiche degli ultimi anni evidenziano risultati particolarmente positivi per le cento imprese, cresciute del +4,1% in media annua nel periodo 2017-2022 in termini di unità produttive (il benchmark delle imprese dello stesso perimetro ATECO fa registrare una variazione pari alla metà: +2,1% mentre il totale economia italiana si ferma al +1,2%), di addetti (+4,7% a fronte del +2,2% e del +1,4% del complesso dell'economia nazionale) e di fatturato (+7,9% in termini nominali, dato identico a quello del totale dell'imprenditoria italiana a fronte del +6,3%). Particolarmente significativa è anche la variazione media annua nominale del fatturato esportato di queste imprese, pari a +9,7% rispetto al +4,7% realizzato da quelle del perimetro di riferimento con il complesso del Paese che si ferma al 7,2%. Questi risultati si accentuano significativamente con riferimento al fatturato nominale nel caso delle imprese focalizzate su un'unica disciplina sportiva rispetto a quelle orientate su più attività: rispettivamente +9,8% in media tra il 2017 e il 2022 per le monodisciplinari contro +4,9% delle pluridisciplinari, mentre dal punto di vista delle tipologie di prodotti/attività si coglie una maggiore capacità di generare fatturato e occupazione per le imprese produttrici di attrezzature (+9,2% la crescita nominale del fatturato in media annua, +5,4% quella dell'occupazione) e quelle impegnate su altre attività come eventi, impianti sportivi, salute e ricerca (nel complesso +9,7% di crescita di fatturato e +4,0% di occupazione). Anche in termini di export le aziende specializzate in una sola disciplina sportiva (e in particolare nuovamente nel caso delle attrezzature) si differenziano, evidenziando una crescita nominale in media annua del 12,1% (per le aziende specializzate nella produzione di attrezzature la variazione sale a +12,4%).

VARIAZIONI MEDIE ANNUE 2017-2022 DELLE 100 IMPRESE RISPETTO ALLE PRINCIPALI GRANDEZZE ECONOMICHE (VALORI %)



Fonte: elaborazioni su dati Istat

Con riferimento all'occupazione dipendente, per le cento aziende emerge una connotazione specifica nella presenza di titoli di studio elevati, in particolare diploma di istruzione terziaria, laurea di I livello, diploma accademico di I livello o laurea magistrale e diploma accademico di II livello o dottorato di ricerca. La quota di incidenza di questi titoli tra i dipendenti tra queste imprese è pari a 32,9%, laddove per quelle del perimetro di riferimento degli stessi codici ATECO è 21,2% e quello dell'industria italiana non agricola del 16,6%. In particolare, il numero di dipendenti con questi titoli di studio è cresciuto per le cento imprese in misura davvero notevole tra il 2017 e il 2022: +46,9% (crescita che sale a +55,9% per le imprese focalizzate su un'unica disciplina sportiva), mentre per le imprese dello stesso perimetro ATECO la crescita è stata del +30,0% (crescita dell'industria italiana non agricola del +22,3%). Entrando nel dettaglio, si evidenzia una decisa prevalenza di lauree magistrali e/o dottorati che rappresentano

oltre il 73% dei dipendenti con titoli di studio elevati: tra questi, più di uno su due ha come titolo di studio universitario un titolo afferente al gruppo ingegneria/architettura oppure a quello economico-statistico. Diversamente, nelle imprese dello stesso perimetro ATECO si evidenzia una distribuzione fra diversi titoli di studio decisamente più uniforme. Inoltre, quello dello sport appare un mondo decisamente più maschile: gli uomini rappresentano oltre il 60% della forza lavoro, una quota totalmente sovrapponibile a quella delle imprese dello stesso perimetro ATECO. Una notevole differenza si evidenzia invece nella "piramide delle età" dei lavoratori: nelle cento imprese, i dipendenti sotto i trent'anni sono meno presenti rispetto alla media del perimetro ATECO (15,0% contro 17,6%), quelli fra i trenta e i quarant'anni sono invece presenti in modo massiccio (69,8% contro 51,8%). Le cento imprese descritte nelle pagine che seguono offrono uno spaccato concreto della varietà e della solidità del sistema produttivo sportivo italiano. Si tratta di realtà altamente competitive, spesso concentrate nel Nord-Est, con una marcata vocazione internazionale – il 63,8% del fatturato deriva dall'export – e una crescita costante, in particolare nel comparto delle attrezzature. Accanto alla dimensione industriale, emergono anche dati interessanti sul capitale umano: quasi un terzo dei dipendenti possiede un titolo di studio universitario. Leggere queste cento storie significa scoprire un patrimonio fatto di ingegno, passione e innovazione. Un patrimonio che merita attenzione, promozione nel mondo, rispetto, e soprattutto, futuro.

EN

The 100 realities described in the report tell of an Italy often far from the spotlight, which invents, designs, translates passions into a production system of rare complexity and beauty. Micro and small artisan enterprises constitute the backbone of this system: they are the ones that keep it vital, flexible, and strongly rooted in the territories. From the Alpine valleys, where cutting-edge sports footwear is created, to the mechanical workshops of Emilia, which sculpt engines and racing vehicles, to the Lombardy districts, where design and engineering speak the language of innovation, these companies constitute a sports supply chain that is both distinctive and global. Each, in its own way, is a story of extreme specialization, competitive resilience, cultural roots, innovation, and sustainability. This selection, partial but representative, provides a vivid picture of the variety and industrial talent of Italy applied to sport. The objective is not only to enhance the strength of individual entities, but to restore the image of a vital ecosystem that combines quality, sustainability, and international vision: because behind every product, every innovation, every sporting achievement, there is a network of companies that interprets sport not only as a market, but as a cultural heritage to be preserved, promoted, and evolved.¹

1. The selection of the 100 companies was based on objective parameters related to economic performance and international projection. In particular, preference was given to companies with a turnover per employee significantly higher than the sector average (approximately three times), a strong focus on exports (almost 64% of total turnover, compared to 41% of the ATECO benchmark) and a higher growth dynamic in the main indicators between 2017 and 2022 (production units +4.1%, employees +4.7%, turnover +7.9%).

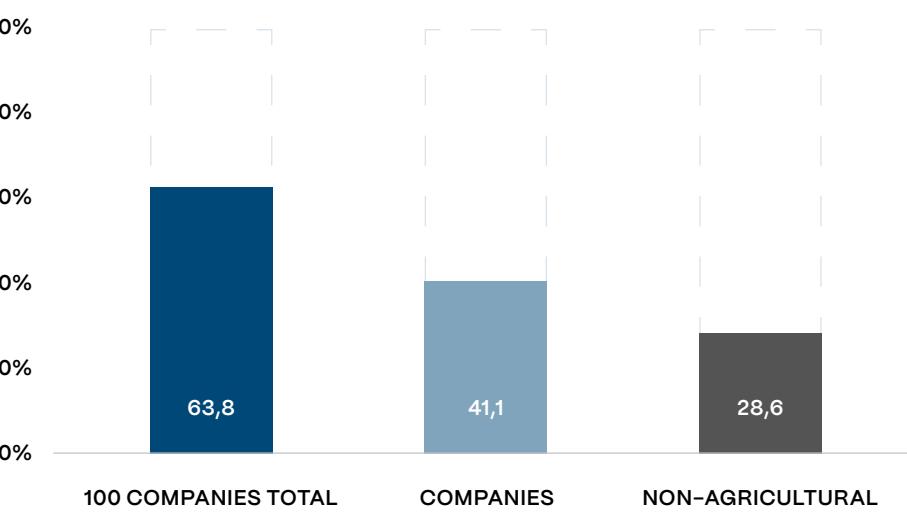
2. That is, operational headquarters, plants, or branches where productive or managerial activities are actually carried out.

STRUCTURAL PECULIARITIES

The 100 selected companies are divided into 254 local units², employ 20,716 people, and generate a turnover of 13.1 billion euros. This group represents approximately 2.4% of the total turnover of companies active in the ATECO codes to which they belong (approximately 65,000 in total). These are activities located predominantly in Northern Italy (almost 80% of the production plants), with a concentration of turnover and employment that for the North-East area reaches over 70% in the first case and over 60% in the second. The average turnover per employee amounts to 630,864 euros, highlighting a level of productivity significantly higher than the sector average, with a ratio approximately 3 times greater than the total of companies involved in the same activities and 2.6 times greater than the total Italian economy. These data confirm the high efficiency and strong competitive capacity of the entities taken into consideration, many of which represent points of reference, capable of guiding innovation and the development of the entire sports ecosystem, both nationally and in international markets. Not surprisingly, about two-thirds of the turnover (63.8%) comes from exports, whereas for the parameter of companies within the same ATECO code perimeter it is 41.1%, falling to 28.6% if the total of all Italian non-agricultural economic activities is taken into consideration. This indicator exceeds 70% of turnover for activities focused on a single sport compared to those oriented towards multiple sports, and is 73.4% for companies that produce equipment.

EN

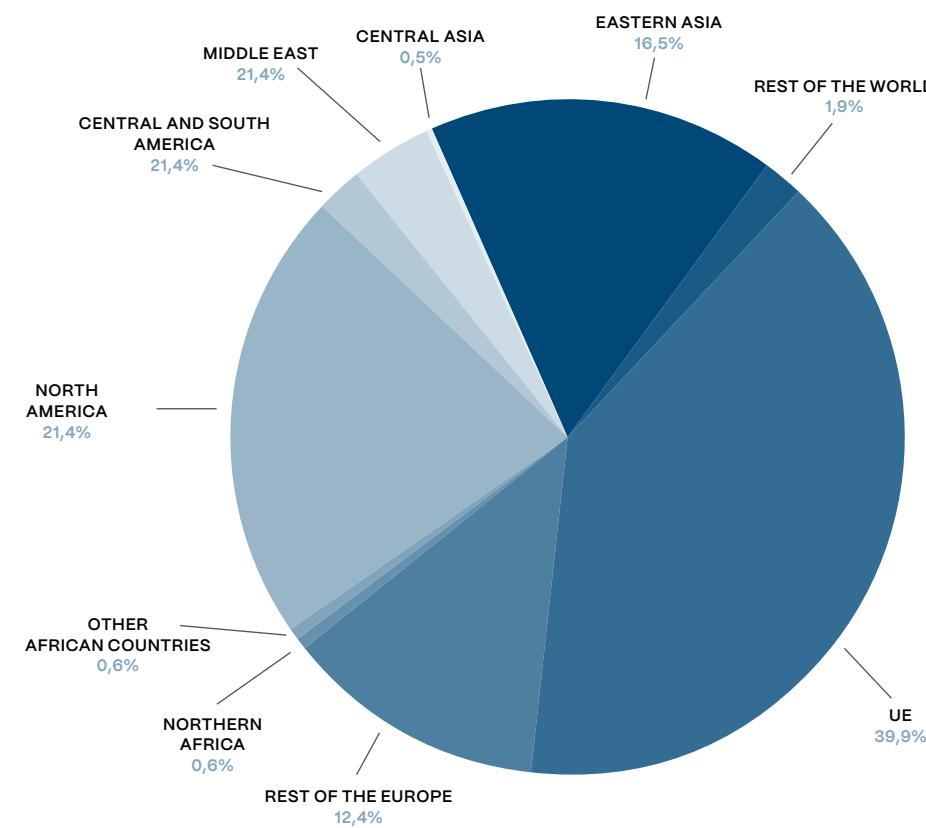
% SHARE OF TURNOVER EXPORTED BY THE 100 COMPANIES
YEAR 2022



Source: processing of Istat data

With reference to the destination areas of exports, again for the year 2022, a strong concentration towards European markets is evident. In particular, the European Union represents the largest share, with almost 40% concentration of exports from the 100 companies. This data confirms the centrality of the Community market for Italian sports companies, both due to geographical proximity and regulatory and cultural affinity. Other European countries (non-EU) follow at a distance, representing 12.4% of the total, attesting to the attractiveness of Europe as a whole for Made in Italy sports products. North America is the second largest destination macro-area, with a significant share (21.4%), highlighting the appreciation for Italian quality and design in markets with high purchasing power. This appreciation appears even more evident when considering that the Italian economy as a whole exports just over 11% to these countries. The territories of East Asia represent the third highest value for exports of the 100 companies, while the other areas collect smaller shares.

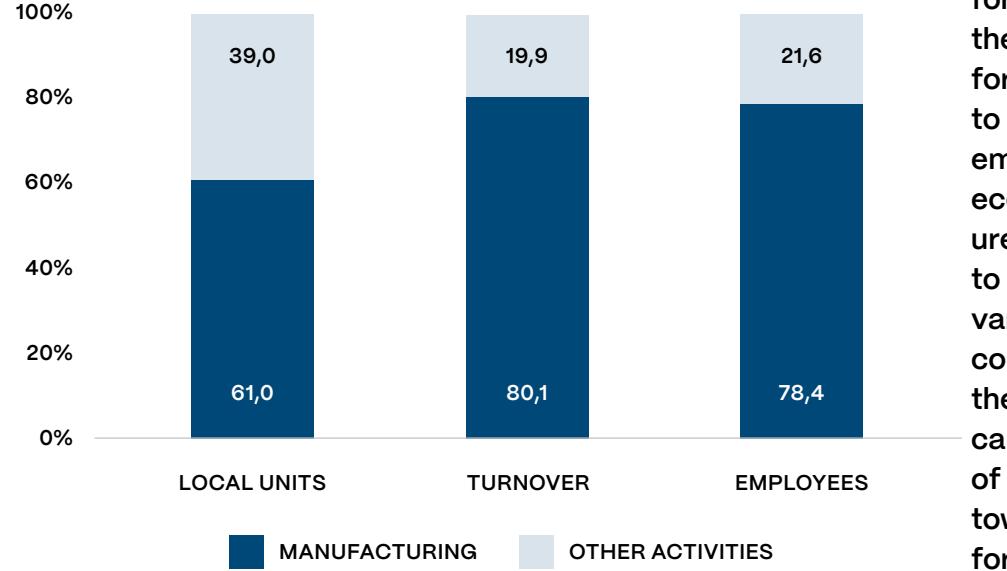
DESTINATION AREAS OF EXPORTS OF THE 100 COMPANIES
YEAR 2022



Source: based on Istat data

The following graph clearly shows how, within the 100 companies analyzed, the manufacturing component occupies a central position in the sports production chain. Companies of this type represent 61% of the local units, but generate as much as 80.1% of the total turnover and absorb 78.4% of the employees: data that confirm the strategic and driving role of manufacturing both in economic and employment terms. On the contrary, complementary activities – which include services, consulting, design, distribution, marketing and event organization – while representing 39% of the local units, contribute to a lesser extent to the value generated (19.9% of turnover) and employment (21.6%).

SECTORAL COMPOSITION OF THE 100 COMPANIES WITH RESPECT TO THE MAIN ECONOMIC INDICATORS – YEAR 2022 (VALUES %)



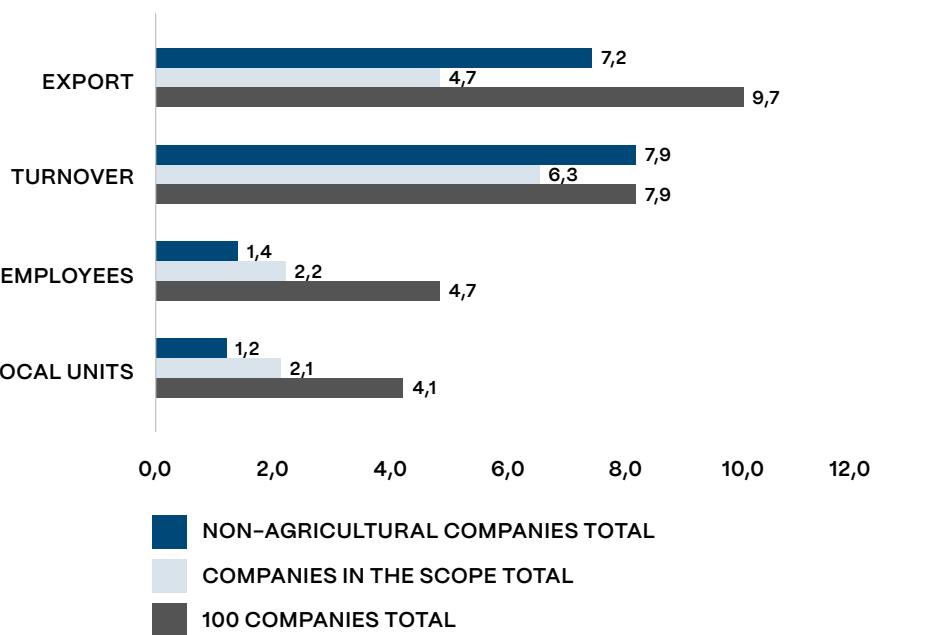
Source: processed from Istat data

This distribution indicates a strong concentration in the material production of sporting goods, in line with the manufacturing vocation of the Italian industrial fabric. However, the other activities represent a fundamental element for the complementarity and integration of services supporting the supply chain, contributing to the overall competitiveness of the national sports system. The distinction between production and services within these 100 entities therefore allows us to interpret the sector also in functional terms, highlighting the specific contribution of the different phases of the value chain.

PERFORMANCE

The dynamics of recent years highlight particularly positive results for the 100 companies, which grew by +4.1% on average per year in the period 2017–2022 in terms of production units (the benchmark for companies in the same ATECO scope recorded a variation equal to half: +2.1% while the total Italian economy stopped at +1.2%), of employees (+4.7% compared to +2.2% and +1.4% for the national economy as a whole) and of turnover (+7.9% in nominal terms, a figure identical to that of the total Italian entrepreneurship compared to +6.3%). Particularly significant is also the average annual nominal variation in exported turnover of these companies, equal to +9.7% compared to +4.7% achieved by those in the reference scope, with the country as a whole stopping at 7.2%. These results are significantly accentuated with reference to nominal turnover in the case of companies focused on a single sport compared to those oriented towards multiple activities: +9.8% on average between 2017 and 2022 for single-discipline companies against +4.9% for multi-discipline companies, while from the point of view of the types of products/activities, a greater capacity to generate turnover and employment is seen for companies producing equipment (+9.2% nominal turnover growth on an annual average, +5.4% employment growth) and those engaged in other activities such as events, sports facilities, health and research (overall +9.7% turnover growth and +4.0% employment growth). Also in terms of exports, companies specializing in a single sport (and in particular again in the case of equipment) differ, showing an average annual nominal growth of 12.1% (for companies specializing in the production of equipment, the variation rises to +12.4%).

AVERAGE ANNUAL CHANGES 2017–2022 OF THE 100 COMPANIES WITH RESPECT TO THE MAIN ECONOMIC INDICATORS (VALUES %)



Source: processing of Istat data

With reference to dependent employment, a specific connotation emerges for the 100 companies in the presence of high educational qualifications, in particular a secondary school diploma, a first-level degree, a first-level academic diploma or a master's degree, and a second-level academic diploma or a research doctorate. The incidence rate of these qualifications among employees in these companies is 32.9%, whereas for those in the reference scope of the same ATECO codes it is 21.2% and that of the Italian non-agricultural industry is 16.6%. In particular, the number of employees with these qualifications has grown for the 100 companies to a truly remarka-

ble extent between 2017 and 2022: +46.9% (growth rising to +55.9% for companies focused on a single sport), while for companies in the same ATECO scope the growth was +30.0% (growth of the Italian non-agricultural industry of +22.3%). Going into detail, there is a clear prevalence of master's degrees and/or doctorates, which represent over 73% of employees with high educational qualifications: among these, more than one in two has a university qualification belonging to the engineering/architecture group or to the economic-statistical group. In contrast, in companies in the same ATECO scope, there is a decidedly more uniform distribution among different qualifications. Furthermore, the world of sport appears to be a decidedly more masculine one: men represent over 60% of the workforce, a figure that is totally overlapping with that of companies within the same ATECO scope. A significant difference emerges instead in the "age pyramid" of workers: in the 100 companies, employees under thirty are less present compared to the average of the ATECO scope (15.0% versus 17.6%), while those between 30 and 49 years old are massively present (69.8% versus 51.8%). The 100 companies described in the following pages offer a concrete snapshot of the variety and solidity of the Italian sports production system. These are highly competitive entities, often concentrated in the North-East, with a marked international vocation — 63.8% of turnover comes from exports — and constant growth, particularly in the equipment sector. Alongside the industrial dimension, interesting data also emerge on human capital: almost a third of employees have a university degree. Reading these 100 stories means discovering a heritage made of ingenuity, passion, and innovation. A heritage that deserves attention, promotion in the world, respect, and above all, a future.

100 STORIE

024	ALPINESTARS
026	APRILIA RACING
028	ARTISPORT
030	ATALA
032	BALICH WONDER STUDIO
034	BARCOLANA
036	BASICNET
038	BERTELE
040	BIOTEX
042	BIXXIS
044	C.A.M.P.
046	CALZATURIFICIO SCARPA
048	CAMPAGNOLO
050	CENTRO PROTESI INAIL
052	CERISM
054	CHERVÒ
056	CIRCOLO VELICO VELA & SCUOLA
058	CISALFA GROUP
060	COLMAR
062	COLNAGO
064	CRESSI
066	DAINESE
068	DAL DOSSO GROUP
070	DALLARA
072	DIADORA
074	DOLOMITE
076	DUCATI MOTOR HOLDING
078	DZ ENGINEERING
080	EA7 EMPORIO ARMANI
082	ECOPNEUS
084	EL FOURO
086	ENGO
088	ERREÀ
090	EUROFENCING
092	EVOL
094	EXELIO
096	EYE SPORT
098	FAR RETI
100	FASSA BORTOLO
102	FERRARI
104	FILIPPI BOATS
106	FILMMASTER
108	FONDAZIONE SPORTSYSTEM ETS
110	FOR HORSES
112	FREDDY
114	GARMONT
116	GIVOVA
118	GOLEE
120	IO BALLO
122	ISOKINETIC
124	ITALIAN EXHIBITION GROUP
126	ITATAMI
128	JAKED
130	KASK
132	K-SPORT WORLD
134	L'EROICA
136	LA SPORTIVA
138	LEITNER
140	LEONE 1947
142	LIMONTA SPORT
144	LOTTO SPORT ITALIA
146	MANIFATTURA VALCISMON
148	MARES
150	MAVEL EDT
152	MBM BILIARDI
154	MICO SPORT
156	MICROGATE
158	MINE BASEBALL
160	MOLISE TRAIL ASD
162	MONDO
164	MONTURA
166	MYRTHA POOLS
168	NEVEPLAST
170	NOLANGROUP
172	NO-MADE BOARDS
174	ORMESA
176	ORTHOLABSPORT
178	PADEL ITA
180	PANATTA
182	PARDINI ARM
184	PERFETTA
186	PERSICO MARINE
188	PIRELLI
190	POLITECNICO DI MILANO
192	Q36.5
194	RETIFICIO LA RETE
196	SCAPIN BAMBOO RODS
198	SELLA ROYAL GROUP
200	SELLA SMP
202	SHALF GROUP
204	SICILY DIVIDE
206	SPM SPORT
208	TECHNOGYM
210	TECNICA GROUP
212	THEPOLE
214	UFI FILTERS
216	VIBRAM
218	VILLA STUART SPORT CLINIC
220	WILIER TRIESTINA
222	WIP PADEL

100 STORIES

CATEGORIE



ABBIGLIAMENTO
CLOTHING



ATTREZZI
EQUIPMENT



EVENTI
EVENTS



IMPIANTI SPORTIVI
SPORTS FACILITIES



MEDICINA DELLO SPORT
SPORTS MEDICINE



MISURAZIONE PERFORMANCE
PERFORMANCE MEASUREMENT



PROMOZIONE
PROMOTION



RICERCA
RESEARCH

IMPRESE COMPANIES

TERZO SETTORE – AGENZIE PUBBLICHE
THIRD SECTOR – PUBLIC AGENCIES

CENTRI DI RICERCA – UNIVERSITÀ
RESEARCH CENTERS – UNIVERSITIES

INQUADRA IL QR CODE PER
VISIONARE LA SITOGRAFIA
SCAN THE QR CODE TO
VIEW THE WEBSITES LIST





Alpinestars

IT

Dal campione MotoGP Marc Márquez al fuoriclasse della Formula 1 Fernando Alonso: sono moltissimi i protagonisti del motorsport che negli anni sono saliti sul gradino più alto del podio indossando l'abbigliamento tecnico e le protezioni Alpinestars. L'azienda trevigiana realizza giacche, caschi, tute da corsa, calzature, guanti sportivi, protezioni toraciche e ginocchiere per i piloti di tutto il mondo. Prodotti destinati a un gran numero di discipline: dal motocross al karting, dalla mountain bike all'automobilismo, senza dimenticare il mondo delle due ruote su pista.

Un rapporto, quello tra l'azienda di Asolo (TV) e il mondo delle corse, cominciato già nel 1965, appena due anni dopo la sua fondazione, con lo sviluppo del primo stivale appositamente pensato per il motocross. Un'invenzione resa possibile da un attento lavoro di modellazione del pellame, figlio di un saper fare artigiano maturato lungo tre generazioni. Oggi l'azienda ha uffici in tutto il mondo, dagli USA al Vecchio Continente, e sono tantissimi gli atleti che scelgono di gareggiare con l'abbigliamento Alpinestars, apprezzato per l'ottima vestibilità e gli elevatissimi standard di sicurezza, capace di coniugare performance e protezione. Dal mondo delle gare, poi, l'azienda fa nascere innovazioni pensate per il mercato. Grazie all'esperienza acquisita nel motomondiale, per esempio, Alpinestars ha sviluppato il sistema Tech-Air 7x: l'airbag per moto, integrato nella giacca, che riesce a offrire un'elevata protezione senza compromettere l'aerodinamicità e la ventilazione del corpo del pilota.



alpinestars.com

EN

From MotoGP champion Marc Márquez to Formula 1 superstar Fernando Alonso: many motorsport stars over the years have stood on the top step of the podium wearing Alpinestars technical clothing and protection. The Treviso-based company produces jackets, helmets, racing suits, footwear, sports gloves, chest protectors and knee pads for riders all over the world. Products intended for a large number of disciplines: from motocross to karting, from mountain biking to motorsport, without forgetting the world of two-wheeled track racing.

The relationship between the company from Asolo (TV) and the world of racing began back in 1965, just two years after its foundation, with the development of the first boot specifically designed for motocross. An invention made possible by careful modeling of the leather, the result of artisanal know-how developed over three generations. Today, the company has offices all over the world, from the USA to the Old Continent, and many athletes choose to compete in Alpinestars clothing, appreciated for its excellent fit and very high safety standards, capable of combining performance and protection. From the world of racing, the company then creates innovations designed for the market. Thanks to the experience gained in the world championship, for example, Alpinestars has developed the Tech-Air 7x system: the motorcycle airbag, integrated into the jacket, which offers high protection without compromising the aerodynamics and ventilation of the rider's body.

Aprilia Racing



IT

Il campione di MotoGP Jorge Martín, approdato in Aprilia Racing nel 2025 con Marco Bezzecchi, è solo l'ultimo dei grandi piloti che hanno scelto di correre sulle moto della storica scuderia di Noale (VE). Sono ben cinquantasei i titoli mondiali raccolti negli anni da Aprilia con fuoriclasse del calibro di Max Biaggi, Valentino Rossi e Jorge Lorenzo. Importanti anche i risultati ottenuti nel motorally: l'Aprilia Tuareg Racing non solo ha dominato le stagioni 2023 e 2024 del Campionato Italiano, ma si è aggiudicata la prestigiosa Africa Eco Race sia nel 2024 che nel 2025 con il campione Jacopo Cerutti. Merito di soluzioni tecniche appositamente sviluppate, come la maggiore escursione delle sospensioni per la stabilità sui terreni accidentati e l'aggiunta di un serbatoio supplementare che garantisce più autonomia sulle lunghe distanze.

Per l'azienda, le gare sono un laboratorio dove testare le più avanzate soluzioni tecnologiche e meccaniche, installate poi sulle moto disponibili sul mercato (come l'enduro bicilindrica Tuareg 660). Competitività, affidabilità e ricerca sono le chiavi del successo di Aprilia. Esempio perfetto è la nuova RS-GP25, messa a punto per il motomondiale 2025. Con solo 157 kg di peso e una potenza che supera i 280 cavalli, la moto ha attirato l'attenzione degli esperti per il livello di ottimizzazione della ciclistica, per il motore V4 e per le soluzioni aerodinamiche della carena (come la nuova linea dell'ala biplano). Un lavoro di fino, quello dei tecnici Aprilia, volto alla realizzazione di una moto che ambisce a primeggiare nella più agguerrita competizione del motorsport.



aprilia.com

EN

MotoGP champion Jorge Martín, who will join Aprilia Racing in 2025 with Marco Bezzecchi, is just the latest of the great riders who have chosen to race on the bikes of the historic Noale (VE) team. Aprilia has collected as many as 56 world titles over the years with champions of the caliber of Max Biaggi, Valentino Rossi, and Jorge Lorenzo. Also important are the results obtained in motorally: the Aprilia Tuareg Racing has not only dominated the 2023 and 2024 seasons of the Italian Championship, but has also won the prestigious Africa Eco Race in both 2024 and 2025 with champion Jacopo Cerutti. This is thanks to specially developed technical solutions, such as the greater suspension travel for stability on rough terrain and the addition of an auxiliary tank that guarantees greater autonomy over long distances.

For the company, races are a laboratory where they can test the most advanced technological and mechanical solutions, which are then installed on motorcycles available on the market (such as the Tuareg 660 twin-cylinder enduro). Competitiveness, reliability, and research are the keys to Aprilia's success. A perfect example is the new RS-GP25, developed for the 2025 world championship. Weighing only 157 kg and with a power output exceeding 280 horsepower, the bike has attracted the attention of experts for its level of chassis optimization, its V4 engine, and the aerodynamic solutions of the fairing (such as the new biplane wing line). The work of the Aprilia technicians is a fine one, aimed at creating a bike that aspires to excel in the most fierce motorsport competition.



Artisport

IT

I numeri parlano chiaro: oltre duemila impianti sportivi realizzati in più di venti nazioni, circa trecento installazioni di impianti da basket certificati FIBA (Federazione Internazionale della Pallacanestro). Artisport è oggi un nome affermato nel settore delle attrezzature certificate per l'attività sportiva: dai canestri alle tribune, fino ai tabelloni elettronici e agli arredi per lo spogliatoio. L'azienda con sede a Revine Lago (TV) realizza e installa attrezzature per i campi da gioco di molteplici discipline sportive: è, ad esempio, fornitore tecnico ufficiale della Lega Nazionale di Pallavolo di Serie A maschile, ma offre soluzioni anche per ginnastica, fitness, calcetto, pallamano, culturismo, boxe, tennis tavolo, badminton, calcio, atletica, tennis rugby, beach volley e beach soccer.

Eppure, è con il basket che Artisport ha costruito un rapporto privilegiato. Da anni, infatti, progetta, realizza e installa svariate tipologie di impianti indoor e outdoor, con un vasto catalogo di modelli tra cui scegliere. Tra questi, spicca RED15, uno dei prodotti di punta dell'azienda trevigiana: un canestro di design dotato di un sistema oleodinamico elettrico che permette di regolare l'altezza dell'impianto, passando in pochi secondi da basket a minibasket, fino alla posizione di riposo. A quel punto l'impianto può essere spostato con facilità. La sicurezza dei giocatori è garantita da una zavorra da 800 kg e da un basamento totalmente rivestito con pannelli antitrauma.



artisport.it

EN

The numbers speak for themselves: over 2,000 sports facilities built in more than twenty nations, approximately 300 installations of FIBA (International Basketball Federation) certified basketball systems. Artisport is now an established name in the field of certified equipment for sports activities: from basketball hoops to grandstands, to electronic scoreboards and furnishings for the locker room. The company, based in Revine Lago (TV), manufactures and installs equipment for playing fields of many sports: it is, for example, the official technical supplier of the Lega Nazionale di Pallavolo of Serie A maschile, but also offers solutions for gymnastics, fitness, five-a-side football, handball, bodybuilding, boxing, table tennis, badminton, football, athletics, tennis, rugby, beach volleyball and beach soccer.

Yet, it is with basketball that Artisport has built a privileged relationship. For years, in fact, it has been designing, creating, and installing various types of indoor and outdoor systems, with a vast catalog of models to choose from. Among these, RED15 stands out, one of the flagship products of the company from Treviso: a designer basketball hoop equipped with an electric hydraulic system that allows the height of the system to be adjusted, switching in a few seconds from basketball to minibasketball, up to the resting position. At that point, the system can be easily moved. The safety of the players is guaranteed by an 800 kg ballast and a base completely covered with anti-trauma panels.



Atala

IT

Nelle antiche foto in bianco e nero, il logo Atala troneggia sulla maglia di Luigi Ganna, il vincitore del primo leggendario Giro d'Italia. Immagini legate alla nascita di una competizione epica, che da oltre un secolo appassiona generazioni di sportivi in tutto il pianeta. Quando si parla di Atala, bisogna dunque ricordare che ci troviamo di fronte a un pezzo di storia del ciclismo mondiale: fondata nel 1907, l'azienda con sede a Monza (MB) vanta oltre cent'anni di attività ed è oggi leader nella produzione e distribuzione di biciclette.

Negli anni, l'azienda ha affiancato allo storico marchio Atala quello Whistle, per un utilizzo della bicicletta più sportivo, diventando una delle aziende di punta del settore, con oltre centomila biciclette prodotte ogni anno di cui il 50% destinato all'export. Molteplici le soluzioni sviluppate nel tempo per i ciclisti: dai telai monoscocca in carbonio all'utilizzo delle più moderne tecnologie in collaborazione con i migliori partner mondiali in grado di garantire qualità e sicurezza ai propri clienti. Atala sviluppa e innova i suoi prodotti puntando da oltre vent'anni su un'ampia gamma di biciclette, tra cui un'offerta importante di bici a pedalata assistita in grado di soddisfare tutte le nuove esigenze dei sempre più attenti utilizzatori odierni.



atala.it

EN

In the old black and white photos, the Atala logo stands out on the jersey of Luigi Ganna, the winner of the first legendary Giro d'Italia. Images linked to the birth of an epic competition, which for over a century has captivated generations of sports enthusiasts around the planet. When we talk about Atala, we must therefore remember that we are faced with a piece of the history of world cycling: founded in 1907, the company based in Monza (MB) boasts over a hundred years of activity and is today a leader in the production and distribution of bicycles.

Over the years, the company has added the Whistle brand to the historic Atala brand, for a more sporty use of the bicycle, becoming one of the leading companies in the sector, with over 100,000 bicycles produced each year, 50% of which are destined for export. Numerous solutions have been developed over time for cyclists: from carbon monocoque frames to the use of the most modern technologies in collaboration with the best global partners, able to guarantee quality and safety to its customers. For over 20 years, Atala has been developing and innovating its products, focusing on a wide range of bicycles, including an important range of pedal-assisted bicycles able to satisfy all the new needs of today's increasingly attentive users.



Balich Wonder Studio

IT

La cerimonia di apertura delle Olimpiadi Invernali di Milano-Cortina 2026, prevista il 6 febbraio 2026 presso lo Stadio Giuseppe Meazza, porterà la firma di Balich Wonder Studio. Una scelta naturale, considerando che lo studio, fondato nel 2013 e oggi realtà internazionale con sedi a Milano, Dubai, Riad e Parigi, è protagonista delle più importanti ceremonie sportive a livello globale. Balich Wonder Studio ha curato ceremonie per i Giochi Olimpici di Torino 2006, Sochi 2014 e Rio 2016, i Mondiali FIFA in Qatar e numerosi eventi multisportivi come i Pan American e gli Asian Games. Tra i riconoscimenti più prestigiosi, il Compasso d'Oro (2016) e un Emmy Award (2006).

L'intrattenimento è una leva chiave nel racconto degli eventi sportivi internazionali: coinvolge, amplifica i valori dello sport e rafforza il legame con il territorio. Da anni ai vertici mondiali del settore, Balich Wonder Studio sviluppa il concept creativo e narrativo e cura l'intera produzione delle ceremonie, con una visione a trecentosessanta gradi. Ogni cerimonia mette in scena performance artistiche che uniscono talenti internazionali a tecnologie all'avanguardia, dalla realtà aumentata al video mapping, fino a droni sincronizzati, per creare esperienze immersive e spettacolari. Il risultato è un racconto vivido e performativo che accompagna la competizione sportiva con musica, danza, acrobazie, arti visive, effetti speciali e show multimediali. Una visione creativa e integrata che ha portato Balich Wonder Studio a essere riconosciuto come punto di riferimento globale nella produzione di ceremonie sportive e grandi eventi dal vivo.



balichwonderstudio.com

EN

The opening ceremony of the Milano-Cortina 2026 Winter Olympics, scheduled for February 6, 2026, at the Stadio Giuseppe Meazza, will bear the signature of Balich Wonder Studio. A natural choice, considering that the studio, founded in 2013 and now an international reality with offices in Milan, Dubai, Riyadh, and Paris, is a protagonist in the most important sporting ceremonies globally. Balich Wonder Studio has curated ceremonies for the Turin 2006, Sochi 2014, and Rio 2016 Olympic Games, the FIFA World Cups in Qatar, and numerous multi-sport events such as the Pan American and Asian Games. Among its most prestigious awards are the Compasso d'Oro (2016) and an Emmy Award (2006).

Entertainment is a key lever in the storytelling of international sporting events: it engages, amplifies the values of sport, and strengthens the bond with the territory. For years at the top of the sector worldwide, Balich Wonder Studio develops the creative and narrative concept and oversees the entire production of the ceremonies, with a 360-degree vision. Each ceremony stages artistic performances that combine international talents with cutting-edge technologies, from augmented reality to video mapping, to synchronized drones, to create immersive and spectacular experiences. The result is a visual and performative narrative that accompanies the sports competition with music, dance, acrobatics, visual arts, special effects, and multimedia shows. A creative and integrated vision that has led Balich Wonder Studio to be recognized as a global point of reference in the production of sports ceremonies and large live events.



Barcolana

IT

Ogni anno, la seconda domenica di ottobre, il Golfo di Trieste si riempie di migliaia di imbarcazioni a vela. Per un'intera giornata, le grandi tratte commerciali lasciano spazio a una delle competizioni velistiche più affascinanti del mondo. È la Barcolana, la manifestazione che nel 2018, l'anno del suo cinquantenario, è entrata nel Guinness dei Primati come regata più grande del mondo, con 2.689 imbarcazioni iscritte all'attivo. Dalla sua fondazione, la Coppa d'Autunno (questo il nome ufficiale della gara) ha portato il mondo della vela italiana e mondiale sull'Adriatico: nell'ultima edizione, il 15% dei partecipanti veniva dall'estero.

La Barcolana, organizzata dalla società velica di Barcola e Grignano, è una competizione unica, che attira ogni anno sportivi amatoriali e molti tra i più grandi velisti del mondo. Hanno gareggiato nel Golfo di Trieste atleti del calibro di Russell Coutts (quattro volte vincitore della America's Cup), Paul Cayard e del pluricampione Mauro Pelaschier. La caratteristica che rende unica questa gara è la linea di partenza lunga cinque km (dal Castello di Miramare alla sede della società velica locale), con gli appassionati provenienti da tutto il globo che per un giorno possono regatare fianco a fianco dei più grandi campioni. Ma la Barcolana è molto più di un evento sportivo: un fitto calendario di eventi culturali affianca la gara e incoraggia un grande flusso turistico. In questo modo, la più partecipata competizione velistica del mondo diventa anche il motore di una blue economy virtuosa, che arricchisce il territorio e trasforma Trieste in un crocevia di esperienze.



barcolana.it

EN

Every year, on the second Sunday of October, the Gulf of Trieste fills with thousands of sailboats. For an entire day, the major commercial routes give way to one of the most fascinating sailing competitions in the world. It is the Barcolana, the event that in 2018, the year of its fiftieth anniversary, entered the Guinness Book of Records as the largest regatta in the world, with 2,689 boats registered. Since its foundation, the Autumn Cup (this is the official name of the race) has brought the world of Italian and world sailing to the Adriatic: in the last edition, 15% of the participants came from abroad.

The Barcolana, organized by the sailing club of Barcola and Grignano, is a unique competition that attracts amateur athletes and many of the world's greatest sailors every year. Athletes of the caliber of Russell Coutts (four-time winner of the America's Cup), Paul Cayard, and the multiple champion Mauro Pelaschier have competed in the Gulf of Trieste. The characteristic that makes this race unique is the 5 km long starting line (from Miramare Castle to the headquarters of the local sailing club), with enthusiasts from all over the globe who for one day can race side by side with the greatest champions. But the Barcolana is much more than a sporting event: a dense calendar of cultural events accompanies the race and encourages a large tourist flow. In this way, the most participated sailing competition in the world also becomes the engine of a virtuous blue economy, which enriches the territory and transforms Trieste into a crossroads of experiences.



BasicNet

IT

Il gruppo BasicNet copre oltrecentotrenta mercati nel mondo, è quotato in borsa dal 1999, ha sedi in tutti i continenti ed è proprietario di otto brand internazionali. Negli anni, l'azienda torinese è riuscita ad affermarsi come un colosso dell'abbigliamento, acquisendo e rilanciando marchi dall'altissimo valore economico. Kappa, Superga, Briko, Robe di Kappa, K-Way, Sebago, Jesus Jeans e Sabelt, sono questi i brand del portfolio BasicNet, che fonda buona parte del proprio successo globale sulla produzione di abbigliamento e attrezzature per lo sport.

Briko produce attrezzature per il mondo dello sci e del ciclismo dal 1985, Sabelt abbigliamento per il motorsport e anche K-Way ha nel suo catalogo molti capi di sportswear (in particolare per lo sci e per il surf). Ma tra i marchi BasicNet è soprattutto Kappa ad aver costruito un rapporto profondo con lo sport in tutto il mondo. Dalla Nazionale di sci e snowboard degli USA alla Federazione Italiana di Scherma, Kappa negli anni è stato scelto da moltissimi team e organizzazioni internazionali. Il brand veste anche tante squadre del calcio europeo, come l'ACF Fiorentina, il Real Valladolid CF e il Genoa CFC. In collaborazione con la Federazione Italiana Golf, Kappa ha realizzato una linea completa di capi, dalle t-shirt alle felpe, con tessuti elasticizzati e traspiranti. Tutti i prodotti per il professionismo sportivo sono pensati appositamente per le specifiche esigenze degli atleti che hanno bisogno di comfort estremo e nessun intralcio nei movimenti.



basicnet.com

EN

The BasicNet group covers over 130 markets worldwide, has been listed on the stock exchange since 1999, has offices on every continent, and owns eight international brands. Over the years, the Turin-based company has managed to establish itself as a giant in the clothing industry, acquiring and relaunching brands of very high economic value. Kappa, Superga, Briko, Robe di Kappa, K-Way, Sebago, Jesus Jeans and Sabelt are the brands in the BasicNet portfolio, which bases a large part of its global success on the production of clothing and equipment for sports.

Briko has been producing equipment for the world of skiing and cycling since 1985, Sabelt clothing for motorsport, and K-Way also has many sportswear items in its catalog (especially for skiing and surfing). But among the BasicNet brands, it is above all Kappa that has built a deep relationship with sport around the world. From the USA National Ski and Snowboard Team to the Italian Fencing Federation, Kappa has been chosen over the years by many international teams and organizations. The brand also dresses many European soccer teams, such as ACF Fiorentina, Real Valladolid CF, and Genoa CFC. In collaboration with the Italian Golf Federation, Kappa has created a complete line of garments, from t-shirts to sweatshirts, with stretch and breathable fabrics. All products for sports professionals are designed specifically for the specific needs of athletes who need extreme comfort and no hindrance in their movements.



Bertelè

IT

Bertelè nasce nel cuore del distretto del mobile della Brianza, culla dell'arredo Made in Italy. È qui che, negli anni sessanta, Enzo Bertelè fonda un'azienda familiare specializzata nelle forniture per impianti sportivi, destinata a diventare uno dei principali protagonisti del settore a livello europeo. Già nel 1970, la sede di Lurago d'Erba (CO) fornisce attrezzature da competizione per lo Stadio Olimpico di Roma. Da allora, l'azienda ha intrapreso un percorso di crescita costante, che l'ha portata ad arredare stadi e palazzetti in tutta Europa: dalla Francia alla Germania, dalla Danimarca fino, naturalmente, a numerosi impianti sportivi italiani.

Oggi Bertelè produce sedute per stadi, palazzetti, teatri e spazi ricreativi, attrezzature sportive da competizione e tribune retrattili intelligenti: strutture modulari che possono essere facilmente compattate dopo l'uso, riducendo al minimo l'ingombro. La costante ricerca di soluzioni innovative rappresenta uno dei tratti distintivi che rendono l'azienda un vero e proprio laboratorio di idee. Tra i tanti impianti arredati da Bertelè spicca anche il celebre stadio Parco dei Principe del Paris Saint-Germain, per il quale l'azienda ha fornito le poltrone della linea Concerto, personalizzate con i colori e lo stemma del club. Queste sedute si distinguono per l'utilizzo di materiali innovativi che garantiscono eccezionale solidità e una durabilità nel tempo.



bertele.it

EN

Bertelè was born in the heart of the Brianza furniture district, the cradle of Made in Italy furniture. It is here that, in the 1960s, Enzo Bertelè founded a family business specializing in supplies for sports facilities, destined to become one of the main players in the sector at a European level. Already in 1970, the Lurago d'Erba (CO) headquarters was supplying competition equipment for the Olympic Stadium in Rome. Since then, the company has embarked on a path of constant growth, which has led it to furnish stadiums and arenas throughout Europe: from France to Germany, from Denmark to, of course, numerous Italian sports facilities.

Today, Bertelè produces seating for stadiums, arenas, theaters, and recreational spaces, competitive sports equipment, and intelligent retractable stands: modular structures that can be easily compacted after use, minimizing their footprint. The constant search for innovative solutions represents one of the distinctive features that make the company a true laboratory of ideas. Among the many facilities furnished by Bertelè, the famous Parc des Princes stadium of Paris Saint-Germain also stands out, for which the company supplied armchairs from the Concerto line, customized with the colors and emblem of the club. These seats are distinguished by the use of innovative materials that guarantee exceptional solidity and durability over time.



BIOTEX

IT

Biotex nasce nel 1990 a Faenza (RA) dall'intuizione di Antonio Visani, specialista nella lavorazione della maglieria e pioniere nell'intimo tecnico. L'obiettivo era chiaro fin da subito: creare capi che garantissero massima traspirazione, comfort e prestazione per chi pratica ciclismo, running e sport outdoor, utilizzabili con profitto anche nella vita quotidiana. Un base layer performante a supporto del benessere corporeo. Oggi, sotto la guida di Barbara, la figlia di Antonio, Biotex continua a innovare con passione e visione, puntando su qualità, tecnologia e rispetto per il corpo. Ogni capo è progettato per rispondere alle esigenze di chi vive lo sport con intensità, sia a livello professionale che amatoriale.

La forza di Biotex è nella competenza tecnica unita all'esperienza artigianale in una fusione di esperienza trentennale ed innovazione. Tutti i capi vengono progettati internamente, con tecnologie di lavorazione avanzate e materiali performanti come la fibra BTX in polipropilene. Questo filato esclusivo, estremamente leggero e traspirante, favorisce una gestione ottimale dell'umidità, garantendo una termoregolazione efficace anche nelle condizioni più impegnative. "La vittoria non accetta compromessi. Neanche la salute." Non è solo uno slogan, ma un impegno quotidiano: creare capi che rispettano il corpo e ne esaltano le prestazioni. Maglie, pantaloni e accessori Biotex aderiscono come una seconda pelle, accompagnano ogni movimento e offrono il massimo comfort, contribuendo a migliorare la performance. Biotex è molto più di un marchio: è un alleato tecnico per chi vuole dare il meglio di sé.



biotex.it

EN

Biotex was founded in 1990 in Faenza (RA) from the intuition of Antonio Visani, a specialist in knitwear manufacturing and a pioneer in technical underwear. The objective was clear from the start: to create garments that guaranteed maximum breathability, comfort, and performance for those who practice cycling, running, and outdoor sports, also usable with profit in everyday life. A high-performance base layer to support bodily well-being. Today, under the guidance of Barbara, Antonio's daughter, Biotex continues to innovate with passion and vision, focusing on quality, technology, and respect for the body. Each garment is designed to meet the needs of those who experience sport with intensity, both professionally and as amateurs.

Biotex's strength lies in its technical competence combined with artisanal experience, in a fusion of thirty years of experience and innovation. All garments are designed internally, with advanced processing technologies and high-performance materials such as BTX polypropylene fiber. This exclusive yarn, extremely light and breathable, promotes optimal moisture management, ensuring effective thermoregulation even in the most demanding conditions. "Victory accepts no compromises. Neither does health." It is not just a slogan, but a daily commitment: to create garments that respect the body and enhance its performance. Biotex shirts, pants, and accessories adhere like a second skin, accompany every movement, and offer maximum comfort, helping to improve performance. Biotex is much more than a brand: it is a technical ally for those who want to give their best.



Bixxis

IT

Innovazione tecnologica e qualità handmade: la storia di Bixxis (Biciclette Italiane per il XXI Secolo) mostra come in Italia lavorino artigiani che riescono a coniugare soluzioni avanguardistiche e sartorialità tradizionale. Nata nel 2015 dall'idea di Doriano De Rosa e di sua figlia Martina, l'azienda con sede a Seregno (MB) produce biciclette per il ciclismo sportivo in acciaio e titanio. Dalla bottega di Doriano escono solo pezzi unici, realizzati a mano e con una vastissima possibilità di personalizzazione.

Prodotti esclusivi, impreziositi dall'artigianalità delle lavorazioni e dal grande lavoro di ricerca e sviluppo. Alcune biciclette Bixxis, per esempio, sono realizzate con un telaio unico nel suo genere, disegnato appositamente da Doriano De Rosa. I tubi posteriori integrano infatti il sistema X-Stays: sono sagomati per essere saldati quanto più vicino possibile ai pedali. In questo modo si ottengono una riduzione dello sforzo durante la pedalata e una minore dispersione di energia. Così, lavorando sul bilanciamento di uno dei punti più sollecitati del telaio, si ottimizzano sensibilmente le performance dell'atleta. Recentemente, da una delle numerose sperimentazioni di casa Bixxis è nata "Eva": la prima forcella in fibra di carbonio dell'azienda brianzola. Per realizzarla vengono utilizzati tre diversi tipi di fibre, poi impregnate di una resina specifica. Il risultato è un prodotto di altissima qualità, altamente resistente e disponibile in tre diversi rakes (la curvatura della forcella anteriore) per soddisfare le esigenze di tutti i ciclisti.



bixxis.com

EN

Technological innovation and handmade quality: the story of Bixxis (Biciclette Italiane per il XXI Secolo) shows how in Italy there are artisans who manage to combine cutting-edge solutions and traditional tailoring. Founded in 2015 from an idea by Doriano De Rosa and his daughter Martina, the company based in Seregno (MB) produces bicycles for sports cycling in steel and titanium. Only unique pieces come out of Doriano's workshop, handmade and with a vast possibility of customization.

Exclusive products, enhanced by the craftsmanship of the workmanship and the great research and development work. Some Bixxis bicycles, for example, are made with a unique frame, specially designed by Doriano De Rosa. The rear tubes in fact integrate the X-Stays system: they are shaped to be welded as close as possible to the pedals. In this way, a reduction in effort during pedaling and less energy dispersion are obtained. Thus, by working on the balance of one of the most stressed points of the frame, the athlete's performance is significantly optimized. Recently, from one of the numerous experiments at Bixxis, "Eva" was born: the first carbon fiber fork from the Brianza-based company. To make it, three different types of fibers are used, then impregnated with a specific resin. The result is a very high quality product, highly resistant and available in three different rakes (the curvature of the front fork) to meet the needs of all cyclists.



C.A.M.P.

IT

Dal saper fare dell'artigiano Nicola Codega, maestro del ferro battuto, nel 1889 nasce C.A.M.P. Nel 1969 l'azienda lancia la prima piccozza al mondo con manico in alluminio, un'innovazione che ha fatto scuola nel settore delle attrezzature per alpinismo. Oggi, quattro generazioni dopo la fondazione della bottega di Premana (LC), C.A.M.P. è una realtà riconosciuta a livello mondiale, è presente in oltre novanta Paesi e collabora con alcuni tra i migliori sportivi in attività, come la climber Janja Garnbret (due ori olimpi e decine di vittorie in Coppa del Mondo), lo scialpinista Robert Antonioli (quattro Coppe del Mondo e a svariati titoli nazionali) e gli alpinisti Denis Urubko, Luka Lindič e Ines Papert.

C.A.M.P. realizza e vende piccozze, imbracature, moschettoni, ramponi, caschi, corde, zaini e diversi altri prodotti per la montagna. Le piccozze sono state per tanti anni il simbolo dell'azienda. Questo non solo grazie all'elevato know-how nella lavorazione dei metalli, ma anche per soluzioni innovative: dal primo attrezzo con testata modulare, la famosa Hummingbird, a prodotti con la X-Dream con impugnatura regolabile. O come la Corsa Nanotech, che combina alluminio e AlleimaNanoflex: una lega d'acciaio inossidabile con un rapporto peso/resistenza migliore di quello del titanio. Questo materiale presenta proprietà meccaniche superiori a quelle del normale acciaio al cromo-molibdeno, permettendo di ridurre la quantità di acciaio per ogni attrezzo che risulta così più leggero e performante.



camp.it

EN

From the know-how of the craftsman Nicola Codega, master of wrought iron, C.A.M.P. was born in 1889. In 1969, the company launched the first ice axe in the world with an aluminum handle, an innovation that set a precedent in the field of mountaineering equipment. Today, four generations after the founding of the workshop in Premana (LC), C.A.M.P. is a globally recognized company, present in over 90 countries and collaborates with some of the best athletes in activity, such as the climber Janja Garnbret (two Olympic gold medals and dozens of World Cup victories), the ski mountaineer Robert Antonioli (four World Cups and several national titles) and the mountaineers Denis Urubko, Luka Lindič and Ines Papert.

C.A.M.P. manufactures and sells ice axes, harnesses, carabiners, crampons, helmets, ropes, backpacks, and various other products for the mountains. Ice axes have been the symbol of the company for many years. This is not only thanks to the high level of know-how in metalworking, but also to innovative solutions: from the first tool with a modular head, the famous Hummingbird, to products like the X-Dream with an adjustable handle. Or like the Corsa Nanotech, which combines aluminum and AlleimaNanoflex: a stainless steel alloy with a better weight/resistance ratio than titanium. This material has mechanical properties superior to those of normal chromium-molybdenum steel, allowing the amount of steel to be reduced for each tool, which is thus lighter and more efficient.



Calzaturificio Scarpa

IT

La storia del Calzaturificio Scarpa inizia nel 1938 ad Asolo (TV), una piccola città ai piedi del Monte Grappa e vicinissima al Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi. Lì, dove il rapporto tra montagna e territorio è inscindibile, il brand trevigiano si è specializzato nella produzione di calzature outdoor per l'alpinismo, l'arrampicata, il trekking e lo sci alpino. Così i prodotti Scarpa finiscono ai piedi degli atleti di tutto il mondo, dalla campionessa di sci alpino Marianne Fatton allo scalatore d'alta quota Nirmal Purja, che nel 2019, indossando gli scarponi del Calzaturificio, ha stabilito il suo incredibile record: scalare in una sola stagione tutte le quattordici vette che superano gli ottomila metri.

Il Calzaturificio Scarpa sviluppa i suoi prodotti collaborando con i migliori atleti del pianeta. Nascono così modelli molto diversi tra loro, come Generator Mid e Zodiac Tech GTX. La prima è una scarpetta da climbing pensata per offrire supporto, flessibilità e comfort: è dotata infatti di un sistema che distribuisce meglio la forza e riduce la pressione sul tendine d'Achille (molto sforzato nell'arrampicata). Il secondo è invece uno scarpone da alpinismo ed escursionismo progettato per i terreni misti. La tecnologia brevettata Bascula Adaptive System aumenta l'aderenza al terreno e la stabilità, per rendere più agevole e sicuro anche il trasporto di carichi pesanti. Una ghetta superiore è stata appositamente sviluppata per aderire meglio al polpaccio ed evitare che detriti e neve scivolino all'interno della calzatura.



scarpa.com

EN

The history of Calzaturificio Scarpa began in 1938 in Asolo (TV), a small town at the foot of Monte Grappa and very close to the Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi. There, where the relationship between mountain and territory is inseparable, the Treviso-based brand has specialized in the production of outdoor footwear for mountaineering, climbing, trekking, and alpine skiing. Thus, Scarpa products end up on the feet of athletes all over the world, from alpine skiing champion Marianne Fatton to high-altitude climber Nirmal Purja, who in 2019, wearing the Calzaturificio's boots, set his incredible record: climbing all fourteen peaks over 8,000 meters in a single season.

Calzaturificio Scarpa develops its products by collaborating with the best athletes on the planet. This is how very different models are created, such as Generator Mid and Zodiac Tech GTX. The first is a climbing shoe designed to offer support, flexibility, and comfort: it is equipped with a system that better distributes force and reduces pressure on the Achilles tendon (which is under a lot of strain in climbing). The second is a mountaineering and hiking boot designed for mixed terrain. The patented Bascula Adaptive System technology increases grip on the ground and stability, to make carrying heavy loads easier and safer. An upper gaiter has been specially developed to better adhere to the calf and prevent debris and snow from sliding inside the shoe.



Campagnolo

IT

Non sono molte le aziende che, come Campagnolo, possono vantare lo status di icona del proprio settore di riferimento. Fondata a Vicenza nel 1933 dalla passione di Tullio Campagnolo, l'azienda rappresenta da oltre novant'anni un simbolo di innovazione e successo nel mondo del ciclismo. Nel corso della sua storia, Campagnolo ha rivoluzionato il settore introducendo innovazioni iconiche, come il cambio "a bacchette". Oggi, l'azienda continua a distinguersi con prodotti di altissima gamma, che accompagnano le performance dei più grandi professionisti e degli appassionati che non accettano compromessi.

Un esempio è il cambio Super Record 13, primo gruppo a tredici velocità. Si tratta del risultato di studi approfonditi e test meticolosi condotti sul campo, trasformati in un prodotto dal design compatto, di alta qualità, pensato da Campagnolo per offrire il massimo alla propria comunità di ciclisti: nuova ergonomia nei comandi, frenata più potente e modulabile, ma soprattutto una velocità di cambiata precisa, rapida e fluida, anche sotto sforzo, grazie all'innovativa forma di corone e pignoni, capace di aumentarne anche la silenziosità. Autonomia estesa, ricarica rapida e connessione smart completano la piattaforma Super Record. Con Campagnolo, infatti, l'esperienza in sella diventa anche digitale: l'app MyCampy 3.0 permette di personalizzare la pedalata in base alle necessità di ogni ciclista, consentendo inoltre di controllare le performance in sella o di monitorare informazioni tecniche, ad esempio lo stato della batteria del cambio.



campagnolo.com

EN

Few companies, like Campagnolo, can boast the status of an icon in their sector. Founded in Vicenza in 1933 by the passion of Tullio Campagnolo, the company has been a symbol of innovation and success in the world of cycling for over 90 years. Throughout its history, Campagnolo has revolutionized the industry by introducing iconic innovations, such as the "rod" gearshift. Today, the company continues to distinguish itself with top-of-the-range products, which accompany the performances of the greatest professionals and enthusiasts who accept no compromises.

An example is the Super Record 13 groupset, the first thirteen-speed groupset. It is the result of in-depth studies and meticulous tests conducted in the field, transformed into a product with a compact, high-quality design, conceived by Campagnolo to offer the best to its community of cyclists: new ergonomics in the controls, more powerful and adjustable braking, but above all a precise, fast and fluid shifting speed, even under stress, thanks to the innovative shape of chainrings and sprockets, which also increases its silence. Extended autonomy, fast charging and smart connection complete the Super Record platform. With Campagnolo, in fact, the riding experience also becomes digital: the MyCampy 3.0 app allows you to personalize your pedaling according to the needs of each cyclist, also allowing you to control performance in the saddle or monitor technical information, such as the battery status of the groupset.



Centro Protesi Inail

IT

Ai Giochi Paralimpici di Parigi 2024 l'Italia ha conquistato ben settantuno medaglie, due in più rispetto a Tokyo 2020. Tra queste spiccano l'oro e l'argento assegnati a Martina Caironi in due diverse discipline, gli argenti ottenuti da Maxcel Amo Manu e Veronica Yoko Plebani e il bronzo vinto da Monica Contraffatto. Ma cosa accomuna questi campioni? Sono alcuni degli atleti seguiti dal Centro Protesi Inail di Vigorso di Budrio (BO), che li ha supportati attraverso lo studio, la progettazione e la costruzione di protesi e ortesi utilizzate in fase di allenamento, di preparazione atletica e di gara.

Fondato nel 1961, il Centro Protesi Inail rappresenta un'eccellenza nella sperimentazione e applicazione di protesi e presidi ortopedici. Perseguendo l'obiettivo di consentire al paziente un completo reinserimento nel proprio contesto di vita, il Centro Protesi Inail applica un modello multidisciplinare che considera l'individuo nella sua globalità. Il trattamento protesico-riabilitativo individuale si compone infatti di dispositivi protesici realizzati con tecniche e tecnologie innovative, training riabilitativo per l'insegnamento al corretto utilizzo del dispositivo e sostegno psicosociale alla persona. Riconoscendo lo sport come un momento fondamentale per la reale integrazione della persona con disabilità nella vita di relazione, il Centro Protesi Inail realizza protesi e presidi ortopedici per qualsiasi disciplina sportiva da praticare sia a livello amatoriale sia agonistico.

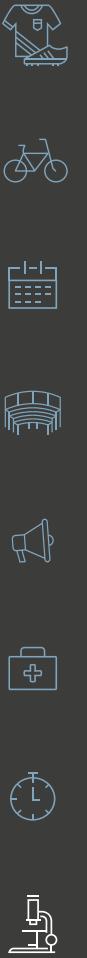


inail.it/centroprotesi

EN

At the Paralympic Games in Paris 2024, Italy won as many as 71 medals, two more than in Tokyo 2020. Among these, the gold and silver awarded to Martina Caironi in two different disciplines stand out, as well as the silver medals obtained by Maxcel Amo Manu and Veronica Yoko Plebani and the bronze won by Monica Contraffatto. But what do these champions have in common? They are some of the athletes followed by the Centro Protesi Inail of Vigorso di Budrio (BO), which has supported them through the study, design, and construction of prostheses and orthoses used during training, athletic preparation, and competition.

Founded in 1961, the Centro Protesi Inail represents an excellence in the experimentation and application of prostheses and orthopedic devices. Pursuing the objective of allowing the patient a complete re-integration into their own life context, the Centro Protesi Inail applies a multidisciplinary model that considers the individual in their globality. The individual prosthetic-rehabilitative treatment is in fact composed of prosthetic devices made with innovative techniques and technologies, rehabilitative training for teaching the correct use of the device, and psychosocial support to the person. Recognizing sport as a fundamental moment for the real integration of the person with disabilities in relational life, the Centro Protesi Inail creates prostheses and orthopedic devices for any sport to be practiced both at an amateur and competitive level.



CeRiSM

Centro di Ricerca Sport, Montagna e Salute

IT

La ricerca medica e l'innovazione scientifico-tecnologica al servizio degli atleti. Il CeRiSM, Centro di Ricerca Sport, Montagna e Salute, è stato istituito nel 2010 su iniziativa dell'Università di Verona e dal 2023 è interateneo con l'Università di Trento. Con sede a Rovereto (TN), il CeRiSM è specializzato nello studio delle reazioni del corpo umano, sia a riposo che in esercizio, a condizioni estreme come ipossia e ipotermia. A tal scopo ha realizzato un'area test specifica, che replica le condizioni di alta quota: temperature fino a -25 °C, basse concentrazioni di ossigeno, pendenze elevate e un tasso di umidità fino all'80%. Così si possono studiare in un ambiente controllato le risposte e le prestazioni motorie e cognitive fino a 9.000 metri di altitudine.

Sono molteplici i servizi che il CeRiSM offre agli sportivi, ai team professionisti e alle imprese: dall'analisi biomeccanica (soprattutto per sciatori, ciclisti e corridori) a quella metabolica e neuromuscolare. Il centro collabora con le principali realtà del territorio, dall'ecosistema imprenditoriale sportivo ad enti come la Scuola dello Sport di Sport e Salute e l'Agenzia Trentino Sviluppo della Provincia Autonoma di Trento. Oltre alla ricerca, il CeRiSM si occupa anche di formazione, erogando corsi post-laurea e master; cura inoltre importanti pubblicazioni scientifiche e soprattutto l'ICSS-International Congress on Science and Skiing, un congresso internazionale, giunto alla sua decima edizione, che negli anni è approdato in molti Paesi del mondo, dagli USA alla Finlandia.



cerism.it

EN

Medical research and scientific-technological innovation at the service of athletes. The CeRiSM, Sports, Mountain and Health Research Center, was established in 2010 on the initiative of the University of Verona and since 2023 is inter-university with the University of Trento. Based in Rovereto (TN), CeRiSM specializes in the study of the reactions of the human body, both at rest and in exercise, to extreme conditions such as hypoxia and hypothermia. To this end, it has created a specific test area that replicates high-altitude conditions: temperatures down to -25 °C, low oxygen concentrations, steep slopes and a humidity rate of up to 80%. This allows the study in a controlled environment of motor and cognitive responses and performance up to 9,000 meters of altitude.

The services that CeRiSM offers to athletes, professional teams, and companies are manifold: from biomechanical analysis (especially for skiers, cyclists, and runners) to metabolic and neuromuscular analysis. The center collaborates with the main entities in the area, from the sports business ecosystem to bodies such as the Scuola dello Sport di Sport e Salute and the Agenzia Trentino Sviluppo of the Autonomous Province of Trento. In addition to research, CeRiSM also deals with training, providing postgraduate courses and masters; it also oversees important scientific publications and, above all, the ICSS-International Congress on Science and Skiing, an international congress, now in its tenth edition, which over the years has taken place in many countries around the world, from the USA to Finland.



Chervò

IT

Negozi fisici in tantissime nazioni e un brand che ha saputo uscire dai confini europei per affermarsi nei principali mercati asiatici, come Giappone e Cina: in poco più di quarant'anni, Chervò è diventata leader mondiale nella produzione di abbigliamento per il golf e l'outdoor. Nata nel 1982, l'impresa di Costermano sul Garda (VR) è stata scelta da alcuni dei più importanti golfisti del mondo, come Matteo Manassero (il più giovane vincitore dell'European Tour), Alexandra Försterling, la campionessa sudcoreana Jenny Shin e Johannes Veerman.

Il design Made in Italy è un punto di forza di Chervò, ma è con l'innovazione che l'azienda ha conquistato il cuore dei grandi atleti e di milioni di appassionati. Già poco dopo la sua fondazione, il marchio ebbe l'intuizione di implementare una tecnologia che permettesse di giocare anche in condizioni di pioggia. Si arrivò così ad Aqua-Block: cuciture nastrate, una speciale membrana laminata da applicare al tessuto e un'attenta selezione delle microfibre. Un sistema che ha permesso a Chervò di lanciare una delle prime linee di abbigliamento waterproof nella storia del golf. Anni dopo, invece, è nato Sunblock, il filtro a base di titanio che migliora la protezione dai raggi UV-A e UV-B dei capi senza compromettere la freschezza dell'atleta. Due soluzioni pensate per assicurare il comfort del golfista, isolandolo dalle condizioni meteorologiche avverse per consentirgli di restare concentrato sulla performance.



chervo.com

EN

Physical stores in numerous countries and a brand that has managed to break out of European borders to establish itself in major Asian markets, such as Japan and China: in just over forty years, Chervò has become a world leader in the production of golf and outdoor clothing. Founded in 1982, the company from Costermano sul Garda (VR) has been chosen by some of the most important golfers in the world, such as Matteo Manassero (the youngest winner of the European Tour), Alexandra Försterling, the South Korean champion Jenny Shin and Johannes Veerman.

Made in Italy design is a strength of Chervò, but it is with innovation that the company has won the hearts of great athletes and millions of enthusiasts. Shortly after its foundation, the brand had the intuition to implement a technology that would allow playing even in rainy conditions. This led to Aqua-Block: taped seams, a special laminated membrane to be applied to the fabric, and a careful selection of microfibers. A system that allowed Chervò to launch one of the first waterproof clothing lines in the history of golf. Years later, Sunblock was created, the titanium-based filter that improves protection from UV-A and UV-B rays of the garments without compromising the athlete's freshness. Two solutions designed to ensure the golfer's comfort, isolating him from adverse weather conditions to allow him to stay focused on performance.



Circolo Velico Vela & Scuola

IT

Il Circolo Velico Vela & Scuola sito a Nova Siri (MT), gestito dalla società Centro Tecnico Sport e Scuola, è un luogo in cui educazione e natura si fondono armoniosamente, offrendo ai giovani un'esperienza formativa autentica e coinvolgente. La struttura, immersa in una rigogliosa pineta e situata a pochi passi dal mare, accoglie i partecipanti in villaggi moderni e confortevoli, con casette in legno progettate nel rispetto dell'ambiente. Qui, lo sport diventa un potente strumento educativo: un'occasione per crescere, relazionarsi e scoprire, in un contesto sereno che promuove benessere, rispetto e autonomia. Il Circolo è specializzato nella promozione della vela e del multisport, con un ricco ventaglio di attività nautiche – vela, canoa, paddle surf – affiancate da proposte di terra come orienteering, equitazione, tiro con l'arco, beach volley, tennis e hockey su prato.

Ogni percorso è completamente personalizzabile in base alle esigenze del gruppo classe e alla durata del soggiorno, per garantire un'esperienza su misura, dinamica e coinvolgente. L'offerta è completata da visite guidate ai luoghi simbolo della Basilicata: dai Sassi di Matera ai musei archeologici, fino alle oasi naturalistiche di Policoro. Esperienze che mettono in contatto diretto i ragazzi con la storia, la biodiversità e le radici culturali del territorio. Il Circolo Velico Vela & Scuola si propone come un laboratorio di crescita personale ed educativa, dove la sostenibilità, il gioco di squadra e il contatto con la natura si intrecciano per formare cittadini consapevoli, attivi e responsabili.



circoloveliconovasiri.com

EN

The Vela & Scuola Sailing Club located in Nova Siri (MT), managed by the Centro Tecnico Sport e Scuola company, is a place where education and nature blend harmoniously, offering young people an authentic and engaging educational experience. The facility, nestled in a lush pine forest and located a few steps from the sea, welcomes participants in modern and comfortable villages, with wooden houses designed with respect for the environment. Here, sport becomes a powerful educational tool: an opportunity to grow, relate, and discover, in a serene context that promotes well-being, respect, and autonomy. The Club specializes in the promotion of sailing and multisport, with a wide range of nautical activities — sailing, canoeing, paddle surfing — alongside land-based activities such as orienteering, horse riding, archery, beach volleyball, tennis, and field hockey.

Each itinerary is fully customizable according to the needs of the class group and the duration of the stay, to guarantee a tailor-made, dynamic and engaging experience. The offer is completed by guided tours to the symbolic places of Basilicata: from the Sassi di Matera to the archaeological museums, up to the naturalistic oases of Policoro. Experiences that put the children in direct contact with the history, biodiversity and cultural roots of the territory. The Circolo Velico Vela & Scuola presents itself as a laboratory for personal and educational growth, where sustainability, teamwork and contact with nature intertwine to form aware, active and responsible citizens.



Cisalfa Group

IT

Cisalfa Group nasce con l'apertura del primo negozio a Tivoli, in provincia di Roma, nel 1997; grazie alla passione della famiglia Mancini, oggi l'azienda è uno dei protagonisti principali della vendita e distribuzione di articoli sportivi a livello internazionale, grazie anche a un fitto network di produzione e sviluppo. Il successo è figlio anche della cultura del Gruppo, con sede principale a Curno (BG), che crede in un mondo in cui il benessere nasce dallo sport. Il Gruppo è composto da sette società, cinque in Italia e due in Germania, tra cui Cisalfa Sport, che sviluppa, produce, vende e distribuisce abbigliamento, calzature e attrezzature per lo sport e il tempo libero.

Nel corso del 2024, quasi sessanta milioni di persone hanno visto o fatto acquisti presso i negozi Cisalfa, scegliendo anche i prodotti realizzati dai marchi del Gruppo. Un esempio è ABC, un nome che comunica già le proprie intenzioni: è l'acronimo di Athletic Basic Clothing e ha come obiettivo quello di realizzare capi d'abbigliamento per chi ama lo sport in ogni sua forma e disciplina. Lo storico marchio Carnielli spazia invece dalle mountain bike alle biciclette di città, fino alle attrezzature per l'allenamento in casa e macchinari cardio come cyclette e tapis roulant. Per gli appassionati di sport all'aria aperta, Cisalfa risponde anche con il marchio 8848 The Outdoor Company, con abbigliamento, scarpe e accessori pensati e realizzati per garantire affidabilità in ogni situazione e con qualsiasi condizione atmosferica.



cisalfagroup.com

EN

Cisalfa Group was founded with the opening of the first store in Tivoli, in the province of Rome, in 1997; thanks to the passion of the Mancini family, today the company is one of the main players in the sale and distribution of sporting goods internationally, thanks also to a dense network of production and development. The success is also the result of the culture of the Group, headquartered in Curno (BG), which believes in a world where well-being comes from sport. The Group is made up of seven companies, five in Italy and two in Germany, including Cisalfa Sport, which develops, produces, sells and distributes clothing, footwear and equipment for sport and leisure.

In 2024, almost 60 million people visited or shopped at Cisalfa stores, also choosing products made by the Group's brands. One example is ABC, a name that already communicates its intentions: it is the acronym for Athletic Basic Clothing and its objective is to create clothing for those who love sport in all its forms and disciplines. The historic Carnielli brand, on the other hand, ranges from mountain bikes to city bikes, to equipment for home training and cardio machines such as exercise bikes and treadmills. For outdoor sports enthusiasts, Cisalfa also responds with the 8848 The Outdoor Company brand, with clothing, shoes and accessories designed and manufactured to ensure reliability in any situation and in all weather conditions.



Colmar – Manifattura Mario Colombo & C.

IT

Chi ama lo sci sa che Colmar non è solo un brand, ma un pezzo della storia di questo sport. Nata nel 1923 con il nome di "Manifattura Mario Colombo & C.", già negli anni trenta l'azienda con sede a Monza vestiva l'impresa di Leo Gasperl, che stabiliva il record di velocità sugli sci. Nel decennio successivo iniziò poi la collaborazione con la Federazione Sport Invernali (durata oltre mezzo secolo) e nel 1952 arrivò la prima medaglia olimpica, vinta nella discesa libera da Zeno Colò ai Giochi di Oslo. Ancora oggi, a oltre un secolo dalla fondazione, Colmar veste con il suo abbigliamento tecnico molti dei migliori sciatori del mondo.

Giacche, tute da gara, pantaloni, guanti e accessori: sono molteplici i prodotti Colmar dedicati agli sport invernali e al mondo della neve. I capi dell'azienda lombarda uniscono la raffinatezza del design italiano a un elevatissimo tasso tecnico. Le tute, per esempio, sono realizzate in tessuto bielastico con tagli ergonomici, in modo da non intralciare il movimento dell'atleta e garantire la migliore performance sportiva. Anche maniche e ginocchia hanno una curvatura sagomata proprio in base alle necessità degli sciatori professionisti. Del resto, la ricerca è sempre stata una delle firme di Colmar, che già negli anni cinquanta metteva alla prova l'aerodinamicità dei suoi prodotti nelle gallerie del vento di Fiat e Moto Guzzi: test avanguardistici che poi sarebbero diventati una prassi anche per le aziende concorrenti.



colmar.it

EN

Those who love skiing know that Colmar is not just a brand, but a piece of the history of this sport. Founded in 1923 with the name "Manifattura Mario Colombo & C.", already in the 1930s the company based in Monza dressed the enterprise of Leo Gasperl, who set the speed record on skis. In the following decade, the collaboration with the Federazione Sport Invernali began (lasting over half a century) and in 1952 the first Olympic medal arrived, won in the downhill by Zeno Colò at the Oslo Games. Even today, more than a century after its foundation, Colmar dresses many of the world's best skiers with its technical clothing.

Jackets, race suits, pants, gloves, and accessories: there are many Colmar products dedicated to winter sports and the world of snow. The garments of the Lombardy-based company combine the refinement of Italian design with a very high technical level. The suits, for example, are made of bi-elastic fabric with ergonomic cuts, so as not to hinder the athlete's movement and guarantee the best sports performance. Even sleeves and knees have a shaped curvature based on the needs of professional skiers. After all, research has always been one of Colmar's hallmarks, which as early as the 1950s tested the aerodynamics of its products in the wind tunnels of Fiat and Moto Guzzi: avant-garde tests that would later become a practice for competing companies as well.



Colnago

IT

Colnago è il nome che, da settant'anni, racconta l'incontro tra passione, artigianalità e innovazione nel mondo del ciclismo. Fondata nel 1954 dall'idea di Ernesto Colnago, l'azienda, da piccola bottega artigiana, si è evoluta in un'eccellenza riconosciuta a livello internazionale, dando forma a biciclette che hanno segnato tappe leggendarie della storia sportiva. La crescita dell'azienda di Cambiago (MI) è strettamente legata al ciclismo professionistico: dai primi successi con campioni come Fiorenzo Magni e Gastone Nencini, alla bici costruita per il record dell'ora di Eddy Merckx nel 1972, fino ai trionfi recenti di Tadej Pogačar. Colnago ha saputo fondere tradizione e sperimentazione, introducendo per la prima volta in assoluto, nel 1987, l'uso della fibra di carbonio, che ha rivoluzionato il concetto di prestazione su due ruote.

Oggi Colnago continua a innovare con modelli come la Y1Rs, pensata per la massima efficienza aerodinamica, e la V5Rs, il modello di punta, fino alla poesia dell'acciaio della Steelnovo. Investimenti mirati in tecnologie avanzate assicurano una produzione di altissimo livello, in cui ogni dettaglio è curato con grande precisione, con un'attenzione ad un design fortemente innovativo. Punto di riferimento nella filiera del ciclismo per professionisti e appassionati, Colnago rappresenta un'eccellenza italiana che coniuga eleganza, tecnologia e spirito competitivo. Un simbolo vivente del Made in Italy che guarda al futuro senza dimenticare le sue radici.



colnago.it

EN

Colnago is the name that, for seventy years, has narrated the encounter between passion, craftsmanship, and innovation in the world of cycling. Founded in 1954 from an idea of Ernesto Colnago, the company, from a small artisan workshop, has evolved into an internationally recognized excellence, giving shape to bicycles that have marked legendary stages in sporting history. The growth of the company from Cambiago (MI) is closely linked to professional cycling: from the first successes with champions such as Fiorenzo Magni and Gastone Nencini, to the bike built for Eddy Merckx's hour record in 1972, up to the recent triumphs of Tadej Pogačar. Colnago has been able to merge tradition and experimentation, introducing for the first time ever, in 1987, the use of carbon fiber, which has revolutionized the concept of performance on two wheels.

Today, Colnago continues to innovate with models such as the Y1Rs, designed for maximum aerodynamic efficiency, and the V5Rs, the flagship model, up to the poetry of steel in the Steelnovo. Targeted investments in advanced technologies ensure a production of the highest level, in which every detail is taken care of with great precision, with attention to a strongly innovative design. A point of reference in the cycling supply chain for professionals and enthusiasts, Colnago represents an Italian excellence that combines elegance, technology, and competitive spirit. A living symbol of Made in Italy that looks to the future without forgetting its roots.



IT

Cressi nasce nel 1946 a Genova, in seno a una comunità cittadina profondamente legata al mare. L'idea dei due fondatori, i fratelli Egidio e Nanni Cressi, era quella di creare attrezzature innovative per gli sport acquatici: già nel 1943 l'azienda aveva infatti progettato e lanciato sul mercato La Sirena, la sua prima maschera per immersioni. Nel 1953, poi, arriva la svolta grazie alla pinna Rondine, con la pala in gomma "fusa" alla scarpetta: un'idea diffusasi rapidamente in tutto il mondo e che è ancora oggi utilizzata per la produzione di pinne. Negli stessi anni, l'azienda genovese lancia Pinocchio: una delle maschere più vendute della storia, la prima in assoluto con il naso in gomma, che permetteva al sub di compensare in immersione stringendo le narici.

Oggi, a distanza di ottant'anni, Cressi è stabilmente tra i principali produttori mondiali di attrezzatura per scuba diving, apnea, snorkeling, pesca subacquea e nuoto. Una realtà internazionale, ancora interamente di proprietà della famiglia Cressi, con quattro filiali estere e l'80% della produzione destinata all'export. L'azienda ligure, coerentemente con la sua storia, non ha mai smesso di investire nell'innovazione: nel 2000 ha presentato la prima maschera al mondo con lenti a goccia rovesciata, nel 2008 ha creato un apposito reparto di ricerca e sviluppo, mentre nel 2022 ha lanciato sul mercato la maschera Quantum, che evita l'appannamento delle lenti grazie a un sistema di termoregolazione dell'aria calda espirata dal naso.



EN

Cressi was founded in 1946 in Genoa, within a city community deeply linked to the sea. The idea of the two founders, the brothers Egidio and Nanni Cressi, was to create innovative equipment for water sports: as early as 1943 the company had in fact designed and launched La Sirena, its first diving mask, on the market. In 1953, then, came the turning point thanks to the Rondine fin, with the rubber blade "fused" to the shoe: an idea that spread rapidly throughout the world and is still used today for the production of fins. In the same years, the Genoese company launched Pinocchio: one of the best-selling masks in history, the very first with a rubber nose, which allowed the diver to compensate in immersion by squeezing the nostrils.

Today, eighty years later, Cressi is firmly among the world's leading manufacturers of equipment for scuba diving, freediving, snorkeling, spearfishing, and swimming. An international company, still wholly owned by the Cressi family, with four foreign subsidiaries and 80% of production destined for export. The Ligurian company, consistent with its history, has never stopped investing in innovation: in 2000 it presented the first mask in the world with inverted teardrop lenses, in 2008 it created a special research and development department, while in 2022 it launched the Quantum mask on the market, which prevents the lenses from fogging up thanks to a thermoregulation system for the warm air exhaled from the nose.



Dainese

IT

Con nove titoli mondiali, centoquindici gare vinte in MotoGP, duecentotrentacinque volte a podio, unico pilota nella storia ad aver vinto il titolo mondiale in quattro classi differenti, Valentino Rossi ha festeggiato tutti i suoi successi sportivi indossando tuta e protezioni Dainese e caschi AGV. Il campione di Tavullia, però, è solo uno dei tanti atleti ad aver scelto di proteggersi vestendo i capi dell'azienda vicentina, del calibro di Franco Morbidelli, Marco Bezzecchi, Luca Marini e Joan Mir, oltre alla sciatrice oro olimpico Sofia Goggia.

Sci, bici e ovviamente moto: Dainese negli anni ha creato soluzioni per molti sport outdoor che richiedono la protezione del corpo dell'atleta da cadute, traumi e abrasioni. Così nel 1978 nasce il primo paraschiena, oggi considerato un elemento essenziale per la protezione dei piloti, mentre appena due anni dopo l'azienda italiana era tra le prime al mondo a lanciare le "saponette": le ginocchiere che consentono ai piloti di piegare in curva strisciando con il ginocchio sull'asfalto, un'innovazione che ha stravolto per sempre il modo di guidare le moto sportive. La Mugello 3 Perf. D-air è l'ultimo gioiello di casa Dainese: tutta con airbag integrato più leggera del mondo, interamente costruita in pregiata pelle di canguro e progettata per offrire i massimi livelli di prestazione e sicurezza in pista.



dainese.com

EN

With nine world titles, 115 races won in MotoGP, 235 times on the podium, the only rider in history to have won the world title in four different classes, Valentino Rossi has celebrated all his sporting successes wearing Dainese suits and protections and AGV helmets. However, the champion from Tavullia is just one of the many athletes who have chosen to protect themselves by wearing the garments of the Vicenza-based company, of the caliber of Franco Morbidelli, Marco Bezzecchi, Luca Marini and Joan Mir, as well as the Olympic gold medalist skier Sofia Goggia.

Skiing, cycling, and of course motorcycling: over the years, Dainese has created solutions for many outdoor sports that require protecting the athlete's body from falls, traumas, and abrasions. Thus, in 1978, the first back protector was born, today considered an essential element for the protection of riders, while just two years later the Italian company was among the first in the world to launch "sliders": the knee pads that allow riders to lean into curves by rubbing their knee on the asphalt, an innovation that has forever changed the way sports motorcycles are ridden. The Mugello 3 Perf. D-air is the latest jewel in the Dainese collection: a suit with an integrated airbag, the lightest in the world, entirely made of fine kangaroo leather and designed to offer the highest levels of performance and safety on the track.



Dal Dosso Group

IT

Situata nel cuore del distretto tessile novarese, Dal Dosso Group racconta una storia di eccellenza artigianale lunga cinquant'anni, fatta di passione, precisione e innovazione. Nata nel 1974 ad Armeno (NO) da un'idea di Franco Dal Dosso, l'azienda ha saputo trasformare la produzione di guanti da lavoro in un'arte riconosciuta a livello internazionale nel mondo dello sport e della moda. Con le mani dei suoi artigiani e uno sguardo sempre attento ai materiali e alle performance, Dal Dosso Group ha vestito atleti entrati nella leggenda: da Alberto Tomba a Deborah Compagnoni, passando per i campioni della scherma azzurra fino ai giganti della Formula 1 come Michael Schumacher e Lewis Hamilton. In pista, sulle pedane o nelle passerelle, i guanti firmati Dal Dosso diventano dettagli decisivi, capaci di coniugare funzionalità e stile.

Ogni pezzo è realizzato a mano all'interno di un laboratorio ordinato e silenzioso, dove il lavoro segue un rituale quotidiano che si tramanda di generazione in generazione. La continua ricerca di materiali innovativi e soluzioni su misura consente all'azienda di rispondere con precisione alle esigenze di sportivi e stilisti, unendo qualità, estetica e sostenibilità. Nella filiera dell'abbigliamento sportivo e degli accessori moda, Dal Dosso Group è oggi un punto di riferimento per la produzione di guanti tecnici e di design, esempio concreto di come una realtà artigianale possa conquistare il mondo con competenza, creatività e identità.



daldosso.com

EN

Located in the heart of the Novara textile district, Dal Dosso Group tells a fifty-year-long story of artisanal excellence, made of passion, precision, and innovation. Founded in 1974 in Armeno (NO) from an idea of Franco Dal Dosso, the company has transformed the production of work gloves into an art recognized internationally in the world of sports and fashion. With the hands of its artisans and a constant focus on materials and performance, Dal Dosso Group has dressed athletes who have become legends: from Alberto Tomba to Deborah Compagnoni, passing through the champions of Italian fencing to the giants of Formula 1 such as Michael Schumacher and Lewis Hamilton. On the track, on the platforms, or on the catwalks, Dal Dosso's gloves become decisive details, capable of combining functionality and style.

Each piece is handmade within an orderly and silent workshop, where the work follows a daily ritual that is passed down from generation to generation. The continuous research for innovative materials and tailored solutions allows the company to respond precisely to the needs of athletes and designers, combining quality, aesthetics, and sustainability. In the sports apparel and fashion accessories supply chain, Dal Dosso Group is now a point of reference for the production of technical and designer gloves, a concrete example of how an artisanal reality can conquer the world with competence, creativity, and identity.



Dallara

IT

Da mezzo secolo Dallara è sinonimo di velocità: una storia che nasce in Italia e che in pochi anni ha conquistato il mondo intero. È il 1959 quando Giampaolo Dallara viene assunto da Enzo Ferrari per lavorare a Maranello; nel '63 è direttore tecnico a Lamborghini, e nel 1972 decide di creare la Dallara Automobili, che inizia da subito a sviluppare auto sportive e monoposto da competizione. Oggi l'azienda di Varano de' Melegari (PR) è leader globale del settore, con un fatturato a otto zeri e una sede negli USA.

A proposito di Stati Uniti: Dallara è il costruttore che vinto di più nella storia della leggendaria 500 miglia, la gara che dal 1911 si tiene proprio nella cittadina statunitense. Ma questo è solo uno dei record dell'azienda, che nel 1984 ha realizzato la prima galleria del vento con tappeto mobile in Italia ed è oggi fornitore unico di molteplici campionati del motorsport, dall'americana NTT IndyCar Series fino alla Formula 2 e alla Formula 3. Tra le vetture dell'azienda emiliana, la Dallara EXP incarna particolarmente lo spirito della casa: 890 kg di peso e un motore da 500 CV e di 700 Nm di coppia. Per raggiungere questi numeri, Dallara ha portato all'estremo il lavoro sulle componenti in fibra di carbonio. Tutto è stato pensato per ridurre al minimo il peso: non solo il monoscocca, ma persino le leve, le piccole finiture interne e le staffe sono realizzate in fibra di carbonio, mentre il design del diffusore anteriore e dell'alettone posteriore garantiscono un'aerodinamica perfetta.



dallara.it

EN

For half a century, Dallara has been synonymous with speed: a story that began in Italy and in a few years conquered the whole world. It was 1959 when Giampaolo Dallara was hired by Enzo Ferrari to work in Maranello; in 1963 he was technical director at Lamborghini, and in 1972 he decided to create Dallara Automobili, which immediately began to develop sports cars and single-seaters for racing. Today, the company from Varano de' Melegari (PR) is a global leader in the sector, with a turnover in the eight-figure range and a headquarters in the USA.

Speaking of the United States: Dallara is the manufacturer that has won the most in the history of the legendary 500 miles, the race that has been held in the American town since 1911. But this is just one of the company's records; in 1984, it built the first wind tunnel with a moving belt in Italy and is now the sole supplier for multiple motorsport championships, from the American NTT IndyCar Series to Formula 2 and Formula 3. Among the cars of the Emilian company, the Dallara EXP particularly embodies the spirit of the house: 890 kg of weight and an engine with 500 hp and 700 Nm of torque. To achieve these numbers, Dallara has taken the work on carbon fiber components to the extreme. Everything has been designed to minimize weight: not only the monocoque, but even the levers, the small internal finishes, and the brackets are made of carbon fiber, while the design of the front diffuser and the rear wing guarantee perfect aerodynamics.



Diadora

IT

Da oltre settant'anni, Diadora realizza abbigliamento per un gran numero di discipline sportive, e concentra oggi la propria ricerca su corsa, tennis e calcio. L'azienda di Caerano San Marco (TV) ha vestito i piedi di numerosi grandi sportivi, come la leggenda del tennis Björn Borg (che fu uno dei principali testimonial del brand italiano), il Pallone d'Oro Roberto Baggio e, in tempi più recenti, i campioni europei di atletica Larissa Iapichino e Samuele Ceccarelli. Diadora è un'eccellenza con un passato glorioso che, grazie alla nuova proprietà, nel 2015 ha saputo invertire la rotta e tornare al successo: nel 2021 ha triplicato il proprio fatturato negli USA e nel 2024 è tornata ad avere atleti e prodotti in competizione alle Olimpiadi.

Diadora è stata anche fornitrice ufficiale della Nazionale Italiana di Calcio dal 1986 al 1994, durante tre diverse edizioni dei campionati mondiali. L'azienda, collaborando con alcuni tra i migliori atleti del pianeta, sviluppa e testa soluzioni tecnologiche che poi implementa nelle sue linee commerciali. È il caso della Gara Carbon, una delle scarpe da corsa più innovative presenti sul mercato: nell'intersuola viene inserita una piastra in fibra di carbonio annegata in resina termoindurente, una soluzione che restituisce all'atleta l'80% dell'energia scaricata a terra ad ogni passo. Anche la tomaia, ovvero la parte superiore della calzatura, è realizzata con fili di carbonio per assicurare la massima leggerezza. Grazie a soluzioni del genere, la scarpa arriva a pesare soltanto 230 grammi.



diadora.com

EN

For over seventy years, Diadora has been producing clothing for a large number of sports, and today focuses its research on running, tennis, and soccer. The company from Caerano San Marco (TV) has dressed the feet of numerous great athletes, such as the tennis legend Björn Borg (who was one of the main testimonials of the Italian brand), the Ballon d'Or Roberto Baggio and, more recently, the European athletics champions Larissa Iapichino and Samuele Ceccarelli. Diadora is an excellence with a glorious past that, thanks to the new ownership, in 2015 was able to reverse course and return to success: in 2021 it tripled its turnover in the USA and in 2024 it returned to having athletes and products competing at the Olympics.

Diadora was also the official supplier of the Italian National Soccer Team from 1986 to 1994, during three different editions of the world championships. The company, collaborating with some of the best athletes on the planet, develops and tests technological solutions that it then implements in its commercial lines. This is the case of the Gara Carbon, one of the most innovative running shoes on the market: a carbon fiber plate embedded in thermosetting resin is inserted in the midsole, a solution that returns 80% of the energy discharged to the ground with each step to the athlete. The upper, or the upper part of the shoe, is also made with carbon threads to ensure maximum lightness. Thanks to solutions like this, the shoe weighs only 230 grams.



Dolomite

IT

Nel 1954 la vetta del K2 viene conquistata per la prima volta nella storia da una spedizione italiana: ai piedi di quei leggendari scalatori c'erano gli stivali Dolomite, un brand che entrava così nella storia degli sport di alta quota. Era il 1897 quando il diciassettenne Giuseppe Garbuio inaugurò la sua Fabbrica di Scarpe Montello. Da quella bottega, poi, è nato il calzaturificio Dolomite, che in poco tempo ha inciso il suo nome tra le eccellenze mondiali della produzione di calzature per la montagna e gli sport outdoor. L'impresa, con sede a Giavera del Montello (TV), vanta oggi una rete di distribuzione in numerosi Paesi del mondo, con una particolare attenzione per l'area europea.

Il successo di Dolomite si fonda su tre parole chiave: comfort, qualità e performance. L'iconica Cinquantaquattro, ispirata proprio alla leggendaria impresa della conquista del K2, è un chiaro esempio dell'unione di queste caratteristiche. Una collezione senza tempo, che si articola in diversi modelli studiati per offrire il massimo comfort a chi le indossa senza rinunciare ai materiali di alta qualità, come i pellami certificati LWG, e le tecnologie essenziali come la suola Vibram e la membrana impermeabile GORE-TEX. Le calzature dell'azienda trevigiana sono anche dotate del Dolomite Wrapping System: un sistema pensato per rendere la calzata ancora più anatomica, avvolgente e confortevole, e la forma Perfecta, specificamente dedicata alla morfologia del piede femminile.



dolomite.it

EN

In 1954, the summit of K2 was conquered for the first time in history by an Italian expedition: at the feet of those legendary climbers were Dolomite boots, a brand that thus entered the history of high-altitude sports. It was 1897 when seventeen-year-old Giuseppe Garbuio inaugurated his Fabbrica di Scarpe Montello. From that workshop, then, the Dolomite shoe factory was born, which in a short time etched its name among the world's leading manufacturers of footwear for the mountains and outdoor sports. The company, based in Giavera del Montello (TV), today boasts a distribution network in numerous countries around the world, with particular attention to the European area.

Dolomite's success is based on three key words: comfort, quality, and performance. The iconic Cinquantaquattro, inspired by the legendary feat of conquering K2, is a clear example of the union of these characteristics. A timeless collection, which is divided into different models designed to offer maximum comfort to those who wear them without sacrificing high-quality materials, such as LWG-certified leathers, and essential technologies such as the Vibram sole and the GORE-TEX waterproof membrane. The footwear of the company from Treviso is also equipped with the Dolomite Wrapping System: a system designed to make the fit even more anatomical, enveloping, and comfortable, and the Perfecta shape, specifically dedicated to the morphology of the female foot.



Ducati Motor Holding

IT

Non esiste al mondo un appassionato di moto che non sappia riconoscere il suono unico di un motore Ducati. Nata nel 1926, la leggendaria casa del quartiere Borgo Panigale di Bologna, è una grande realtà internazionale, che ha chiuso il 2024 con un fatturato superiore a un miliardo di euro e con 54.495 moto vendute in tutti i Paesi del globo, soprattutto in USA, Cina e ovviamente in Europa. Un marchio che dalla Motor Valley emiliana ha conquistato il mondo non solo per l'elevata qualità realizzativa, ma anche grazie ai grandi successi ottenuti nel motorsport.

Ducati Corse è il reparto che gestisce le squadre ufficiali di Ducati Motor Holding, un team che negli ultimi anni ha ottenuto risultati straordinari in MotoGP: sia nel 2024 che nel 2023, i vincitori nella classifica finale guidavano Ducati. In entrambi gli anni, Ducati ha anche vinto la classifica costruttori. Nel 2024 la casa bolognese ha anche stabilito due record straordinari: numero di vittorie (diciannove) e numero di podi (cinquantatré) in una singola stagione. Merito anche del lavoro svolto negli anni sulla Desmosedici, che nella sua edizione 2025 può vantare una potenza di oltre 250 CV e più di 350 km/h di velocità massima con un peso di 157 kg. Un gioiello di ingegneria, dal quale nasce il motore Desmosedici Stradale che spinge la Panigale V4: punta di diamante del catalogo Ducati, una delle moto sportive più apprezzate al mondo. Ma l'azienda sta anche investendo nella transizione alla propulsione elettrica, tanto che dal 2023 Ducati è diventata fornitrice ufficiale esclusivo della FIM Enel MotoE World Cup.



ducati.com

EN

There isn't a motorcycle enthusiast in the world who wouldn't recognize the unique sound of a Ducati engine. Founded in 1926, the legendary company from the Borgo Panigale district of Bologna is a major international player, having closed 2024 with a turnover of over one billion euros and 54,495 motorcycles sold in all countries of the globe, especially in the USA, China, and of course in Europe. A brand that, from the Motor Valley of Emilia, has conquered the world not only for its high quality of production, but also thanks to the great successes achieved in motorsport.

Ducati Corse is the department that manages the official teams of Ducati Motor Holding, a team that in recent years has achieved extraordinary results in MotoGP: in both 2024 and 2023, the winners in the final standings were riding Ducatis. In both years, Ducati also won the constructors' standings. In 2024, the Bologna-based manufacturer also set two extraordinary records: number of wins (19) and number of podiums (53) in a single season. This is also thanks to the work done over the years on the Desmosedici, which in its 2025 edition boasts a power of over 250 hp and a top speed of more than 350 km/h with a weight of 157 kg. A jewel of engineering, from which the Desmosedici Stradale engine is derived, which powers the Panigale V4: the flagship of the Ducati catalog, one of the most appreciated sports bikes in the world. But the company is also investing in the transition to electric propulsion, so much so that since 2023 Ducati has become the official exclusive supplier of the FIM Enel MotoE World Cup.



DZ Engineering

IT

Nel 2008, sul circuito di Marina Bay a Singapore si sono accese le luci del primo Gran Premio in notturna di Formula 1: tutto il mondo ha potuto ammirare le vetture che sfrecciavano tra i grattacieli, ma soprattutto l'ingegno italiano che ha illuminato il motorsport. DZ Engineering, artefice del progetto, è una delle poche realtà su scala globale in grado di offrire soluzioni full-service d'illuminazione e telecom, per qualsiasi tipologia di infrastruttura sportiva. Situata nel cuore della Motorvalley, DZE è ambasciatrice del Made in Italy e i lavori completati ne sono la testimonianza. Grazie al know-how acquisito, l'azienda ha realizzato progetti iconici come il GP di Formula 1 a Las Vegas e il primo evento in notturna di Formula E a Diriyah. Innovazione e sostenibilità si incontrano per garantire uno spettacolo in linea con gli elevati standard richiesti.

Oltre l'illuminazione di pista, DZE ha sviluppato sistemi avanzati per la gestione delle gare. Il DZe-RCS, installato in autodromi come Imola e Mandalika, consente il controllo e la registrazione dei segnali video in alta definizione, migliorando la sicurezza e l'efficienza operativa. Il DZe-Flag, con pannelli LED omologati FIA e FIM, offre una comunicazione chiara e tempestiva tra direzione gara e piloti, anche in caso di condizioni climatiche avverse, ed è stato il primo sistema di bandiere elettroniche in Formula 1. Dal 2024, DZe-Flag ha trovato applicazione anche lungo i 6km di tracciato del circuito di Baku, in occasione del Gran Premio d'Azerbaigian.



dz-e.com

EN

In 2008, the lights of the first Formula 1 night Grand Prix were turned on at the Marina Bay circuit in Singapore: the whole world was able to admire the cars speeding between the skyscrapers, but above all the Italian ingenuity that illuminated motorsport. DZ Engineering, the creator of the project, is one of the few global companies able to offer full-service lighting and telecom solutions for any type of sports infrastructure. Located in the heart of the Motorvalley, DZE is an ambassador of made in Italy and the completed works are proof of this. Thanks to the acquired know-how, the company has carried out iconic projects such as the Formula 1 GP in Las Vegas and the first Formula E night event in Diriyah. Innovation and sustainability meet to guarantee a show in line with the high standards required.

Beyond track lighting, DZE has developed advanced systems for race management. The DZe-RCS, installed in racetracks such as Imola and Mandalika, allows the control and recording of high-definition video signals, improving safety and operational efficiency. The DZe-Flag, with FIA and FIM approved LED panels, offers clear and timely communication between race direction and drivers, even in adverse weather conditions, and was the first electronic flag system in Formula 1. Since 2024, DZe-Flag has also been used along the 6km track of the Baku circuit, during the Azerbaijan Grand Prix.



EA7 Emporio Armani

IT

Dalle passerelle milanesi al prato verde dello stadio Diego Armando Maradona di Napoli: il design italiano firmato da Giorgio Armani non sfilà solo sulle passerelle, ma veste anche tanti atleti e sportivi. Fondata nel 1975, la casa di moda con sede a Milano è diventata un riferimento anche nello sportswear attraverso il brand EA7 Emporio Armani. Così nascono collaborazioni di grande rilevanza, come quella con l'SSC Napoli, con il design della maglia sulla quale i partenopei hanno cucito lo storico terzo scudetto, e quella con la FISI – Federazione Italiana Sport Invernali, di cui EA7 è official technical outfitter. Il marchio milanese accompagnerà gli atleti della nazionale italiana almeno fino alle Olimpiadi invernali di Milano Cortina 2026.

Ma l'abbigliamento sportivo, per Giorgio Armani, non è solo design: sono diverse infatti le tecnologie sviluppate dall'azienda per migliorare le performance degli atleti. Nascono così, per esempio, VIGOR7 e VENTUS7. Il primo è uno speciale tessuto realizzato con alte percentuali di elastane, una fibra che assicura alti livelli di compressione muscolare e un'ottima traspirabilità: in questo modo si massimizza l'esplosività dei movimenti senza incidere sul comfort. VENTUS7, invece, è un sistema pensato per garantire la ventilazione del corpo dell'atleta. La tecnologia sviluppata da EA7 permette infatti all'aria esterna di entrare a contatto con la pelle e facilita la traspirazione, così da evitare che la temperatura corporea superi i trentasette gradi durante lo sforzo agonistico.



armani.com

EN

From the Milanese catwalks to the green lawn of the Diego Armando Maradona stadium in Naples: the Italian design signed by Giorgio Armani does not only parade on the catwalks, but also dresses many athletes and sportspeople. Founded in 1975, the fashion house based in Milan has also become a reference point in sportswear through the EA7 Emporio Armani brand. This is how collaborations of great importance are born, such as the one with SSC Napoli, with the design of the shirt on which the Neapolitans have sewn the historic third scudetto, and the one with FISI – Italian Winter Sports Federation, of which EA7 is the official technical outfitter. The Milanese brand will accompany the athletes of the Italian national team at least until the Milan Cortina 2026 Winter Olympics.

But sportswear, for Giorgio Armani, is not just design: in fact, the company has developed several technologies to improve athletes' performance. This is how, for example, VIGOR7 and VENTUS7 were born. The first is a special fabric made with high percentages of elastane, a fiber that ensures high levels of muscle compression and excellent breathability: in this way, the explosiveness of movements is maximized without affecting comfort. VENTUS7, on the other hand, is a system designed to guarantee the ventilation of the athlete's body. The technology developed by EA7 allows outside air to come into contact with the skin and facilitates perspiration, so as to prevent body temperature from exceeding 37° during competitive exertion.



Ecopneus

IT

Nel 2024 Ecopneus ha raccolto oltre centosessantottomila tonnellate di PFU (pneumatici fuori uso), che vengono recuperati e utilizzati per creare superfici sportive estremamente performanti. Fondata nel 2011 dai principali produttori italiani di pneumatici, la società consorile con sede a Milano fa della circolarità la propria missione: un lavoro che parte dal tracciamento del rifiuto, procede con la raccolta e si conclude con il riciclo della materia prima.

La gomma di cui sono composti gli pneumatici ha caratteristiche eccezionali per la realizzazione delle pavimentazioni ad uso sportivo. La miscela di polimeri utilizzata ha infatti un'ottima elasticità, capacità di assorbimento degli urti e resistenza a sbalzi di temperatura e ad eventi atmosferici, caratteristiche indispensabili per le superfici outdoor. La gomma riciclata da Ecopneus è utilizzata per realizzare aree fitness, specifici polivalenti, intarsi per prati sintetici e soprattutto il Tyrefield: una pavimentazione di qualità che viene utilizzata per creare piste di atletica e campi da gioco polivalenti (prevalentemente basket, calcetto, pallavolo, padel e tennis). Ecopneus è presente in molti importanti eventi sportivi nazionali e internazionali. Nel 2025 è sustainability partner della trentesima edizione della Acea Run Rome The Marathon: il traguardo della maratona, al Circo Massimo, prevede una pedana realizzata in gomma riciclata grazie a pneumatici fuori uso.



ecopneus.it

EN

In 2024, Ecopneus collected over 168,000 tons of ELT (end-of-life tires), which are recovered and used to create extremely high-performance sports surfaces. Founded in 2011 by the main Italian tire manufacturers, the consortium company based in Milan makes circularity its mission: a job that starts with the tracking of waste, proceeds with collection, and concludes with the recycling of raw materials.

The rubber that tires are made of has excellent characteristics for the creation of sports surfaces. The mixture of polymers used has excellent elasticity, shock absorption capacity, and resistance to temperature changes and atmospheric events, essential characteristics for outdoor surfaces. The recycled rubber from Ecopneus is used to create fitness areas, specific multi-purpose areas, inlays for synthetic lawns, and especially Tyrefield: a quality flooring that is used to create athletics tracks and multi-purpose playing fields (mainly basketball, five-a-side football, volleyball, padel, and tennis). Ecopneus is present in many important national and international sporting events. In 2025, it is a sustainability partner of the thirtieth edition of the Acea Run Rome The Marathon: the finish line of the marathon, at the Circo Massimo, includes a platform made of recycled rubber thanks to end-of-life tires.

El Fòuro



IT

El Fòuro non è solo un laboratorio per la lavorazione di manufatti in ferro battuto, è anche la fucina in cui batte il martello di Diego Menardi, che, assieme al socio e amico Roberto Chenet, è uno degli ultimi costruttori di bob artigianali rimasti in Europa e nel mondo. La loro bottega di Cortina d'Ampezzo (BL) è testimone di una tradizione manifatturiera storica e un tempo ampiamente diffusa sulle Dolomiti. Tutti i bob firmati Menardi-Chenet sono pezzi unici e irripetibili, costruiti a mano nel laboratorio dei due artigiani italiani e poi venduti in tutto il mondo. La produzione è totalmente sartoriale e ogni slitta è personalizzata in base alle specifiche richieste di ciascun committente.

Il know-how di Diego Menardi ha ovviamente radici profonde: avvicinatosi alla professione quando aveva solo sedici anni, è stato meccanico e realizzatore di bob per molti dei migliori atleti del mondo. Per quasi un decennio, dal 1985 al 1995, è stato l'unico costruttore ufficiale della nazionale canadese. Successivamente ha lavorato anche per la nazionale del Principato di Monaco e per moltissimi dei migliori club privati del pianeta. I bob costruiti e messi a punto da Menardi e Chenet hanno gareggiato in sette edizioni dei Giochi Olimpici e continuano ad essere richiesti da agonisti e appassionati. I fabbri di El Fòuro, negli anni, hanno anche progettato e realizzato bob per atleti con disabilità, slitte speciali che hanno gareggiato nelle più importanti competizioni del mondo.



EN

El Fòuro is not just a workshop for the production of wrought iron artifacts, it is also the forge where Diego Menardi's hammer beats, who, together with his partner and friend Roberto Chenet, is one of the last artisanal bobsleigh manufacturers remaining in Europe and the world. Their workshop in Cortina d'Ampezzo (BL) is a testament to a historical manufacturing tradition that was once widespread in the Dolomites. All bobsleighs signed Menardi-Chenet are unique and unrepeatable pieces, handmade in the workshop of the two Italian artisans and then sold all over the world. The production is totally bespoke and each sled is customized according to the specific requests of each client.

Diego Menardi's know-how obviously has deep roots: having approached the profession when he was only sixteen years old, he has been a mechanic and manufacturer of bobsleighs for many of the best athletes in the world. For almost a decade, from 1985 to 1995, he was the sole official manufacturer for the Canadian national team. Subsequently, he also worked for the national team of the Principality of Monaco and for many of the best private clubs on the planet. The bobsleighs built and fine-tuned by Menardi and Chenet have competed in seven editions of the Olympic Games and continue to be requested by competitors and enthusiasts. The blacksmiths of El Fòuro, over the years, have also designed and built bobsleighs for athletes with disabilities, special sleds that have competed in the most important competitions in the world.



Engo

IT

Dalle Alpi dell'Alto Adige alle arene olimpiche di tutto il mondo, Engo trasforma il ghiaccio in un palcoscenico di innovazione. Fondata nel 1979, l'azienda con sede a Varna (BZ) è pioniera nella produzione di macchine rasagliaccio e balaustre flessibili, affermandosi come punto di riferimento internazionale per la qualità e la sicurezza negli sport su ghiaccio. Engo ha rivoluzionato il settore introducendo nel 1990 le prime macchine rasagliaccio completamente elettriche, anticipando le esigenze di sostenibilità e sicurezza degli impianti indoor. La sua gamma di prodotti si è ampliata con modelli come l'IcePanther, dotato di batterie al litio di ultima generazione, sistemi di misurazione dello spessore del ghiaccio e display LED integrati per la pubblicità dinamica. Parallelamente, le balaustre FlexBoard PPS 2.0 offrono una protezione avanzata per i giocatori, assorbendo fino all'80% dell'energia d'impatto, e integrano superfici LED per comunicazioni visive innovative.

Con oltre duemilacinquecento macchine rasagliaccio prodotte e più di duemila arene fornite in tutto il mondo, Engo continua a innovare, mantenendo un impegno costante verso la qualità, la sicurezza e la sostenibilità, confermandosi leader nel settore delle attrezzature per piste di ghiaccio. Una storia costellata di intuizioni che hanno stravolto il mondo degli sport su ghiaccio e che hanno consentito a Engo di essere presente con i suoi prodotti in numerosissimi eventi sportivi di portata mondiale.



engo.it

EN

From the Alps of South Tyrol to the Olympic arenas around the world, Engo transforms ice into a stage of innovation. Founded in 1979, the company based in Varna (BZ) is a pioneer in the production of ice resurfacing machines and flexible rink boards, establishing itself as an international benchmark for quality and safety in ice sports. Engo revolutionized the sector by introducing the first fully electric ice resurfacing machines in 1990, anticipating the sustainability and safety needs of indoor facilities. Its product range has expanded with models such as the IcePanther, equipped with latest-generation lithium batteries, ice thickness measurement systems and integrated LED displays for dynamic advertising. At the same time, the FlexBoard PPS 2.0 rink boards offer advanced protection for players, absorbing up to 80% of the impact energy, and integrate LED surfaces for innovative visual communications.

With over 2,500 ice resurfacing machines produced and more than 2,000 arenas supplied worldwide, Engo continues to innovate, maintaining a constant commitment to quality, safety, and sustainability, confirming its leadership in the ice rink equipment sector. A history studded with insights that have revolutionized the world of ice sports and that have allowed Engo to be present with its products in numerous world-class sporting events.



Erreà

IT

Erreà nasce nel 1988 a San Polo di Torrile (PR), piccola frazione di una cittadina parmense. Quando Angelo Gandolfi fondò la sua azienda certamente non immaginava che quel marchio (nato unendo le iniziali dei suoi figli, R e A) sarebbe in pochi anni uscito dai confini italiani e che avrebbe fatto il giro del mondo. Infatti, buona parte del fatturato di Erreà deriva dall'export e viene realizzato sui mercati internazionali. Un'impresa che ha saputo conquistare la fiducia del mondo per la qualità dei propri capi e per l'intuizione di specializzarsi nella produzione del teamwear, l'abbigliamento tecnico sportivo.

Infatti sono tantissimi i club dei principali campionati di calcio europei che hanno scelto il brand emiliano come proprio partner tecnico. Ecco, quindi, che il marchio svelta sulle divise di molte squadre non solo italiane, ma anche inglesi, spagnole, tedesche e francesi. Tra le tante, nel corso della sua storia, Erreà ha realizzato anche la maglia del centenario del Genoa CFC (il più antico club del calcio italiano), una divisa definita "maglia del secolo" del Guerin Sportivo. Ma l'azienda parmense non si occupa solo di calcio: moltissime anche le collaborazioni con la pallavolo, il basket, il motorsport e il rugby. Erreà realizza inoltre le divise della FIBS (Federazione Italiana Baseball Softball), della Federazione Italiana Triathlon e della FITARCO, una delle federazioni di arcieria più titolate al mondo.



errea.com

EN

Erreà was founded in 1988 in San Polo di Torrile (PR), a small village a few kilometers from Parma. When Angelo Gandolfi founded his company, he certainly did not imagine that the brand, created by combining the initials of his children, R and A, would in a few years cross the Italian borders and travel the world. A good part of Erreà's turnover, in fact, comes from exports and is realized in international markets. A company that has managed to win the trust of the world for the quality of its garments and for the intuition to specialize in the production of teamwear, technical clothing for team sports.

In fact, numerous clubs in the major European football leagues have chosen the Emilian brand as their technical partner: the brand shines on the uniforms of many teams, not only Italian, but also English, Spanish, German, and French. Among the many, in the course of its history, Erreà has also created the centenary jersey of Genoa CFC, the oldest Italian football club, defined as the "jersey of the century" by Guerin Sportivo. But the Parma-based company does not only deal with football: there are also many collaborations with volleyball, basketball, motorsport, and rugby. Erreà also produces the uniforms of FIBS (Italian Baseball Softball Federation), the Italian Triathlon Federation, and FITARCO, one of the most successful archery federations in the world.



Eurofencing

IT

Eurofencing nasce da una passione autentica per la scherma, uno sport che combina precisione, eleganza e rigore, proprio come le attrezzature che l'azienda produce e distribuisce con cura artigianale e visione tecnologica. Con sede a Cascina (PI), Eurofencing è oggi un riferimento nel panorama schermistico internazionale, grazie a una gamma completa di prodotti pensati per garantire performance, protezione e comfort agli schermidori di tutti i livelli. L'azienda affonda le sue radici nella storia della famiglia Macchi, una delle dinastie italiane più rappresentative della scherma: dal maestro Carlo Macchi, che ha formato generazioni di atleti, al nipote Filippo Macchi, vincitore di due medaglie alle Olimpiadi di Parigi 2024. Un'eredità che si riflette nella competenza e nella cura con cui Eurofencing sviluppa ogni singolo dettaglio tecnico.

L'azienda si distingue per prodotti di alta qualità, come divise leggere e traspiranti e lame in acciai speciali per prestazioni elevate. Tra le innovazioni più recenti spiccano maschere ergonomiche con sistemi di ventilazione avanzati, nate dalla collaborazione diretta con atleti di livello mondiale. Eurofencing investe nella diffusione della scherma, sostenendo scuole, club e progetti formativi: attraverso una rete globale e con una forte identità italiana, l'azienda contribuisce con i suoi prodotti allo sviluppo di uno sport che continua a ispirare per grazia, tecnica e passione.



eurofencing.it

EN

Eurofencing was born from an authentic passion for fencing, a sport that combines precision, elegance, and rigor, just like the equipment that the company produces and distributes with artisanal care and technological vision. Based in Cascina (PI), Eurofencing is now a reference point in the international fencing scene, thanks to a complete range of products designed to guarantee performance, protection, and comfort to fencers of all levels. The company has its roots in the history of the Macchi family, one of the most representative Italian dynasties in fencing: from maestro Carlo Macchi, who trained generations of athletes, to his nephew Filippo Macchi, winner of two medals at the Paris 2024 Olympics. A legacy that is reflected in the competence and care with which Eurofencing develops every single technical detail.

The company stands out for its high-quality products, such as lightweight and breathable uniforms and blades made of special steels for high performance. Among the most recent innovations are ergonomic masks with advanced ventilation systems, born from direct collaboration with world-class athletes. Eurofencing invests in the promotion of fencing, supporting schools, clubs, and training projects: through a global network and with a strong Italian identity, the company contributes with its products to the development of a sport that continues to inspire with grace, technique, and passion.



EVOL

IT

Dalla Calabria, alle pendici del Massiccio del Pollino, EVOL propone una visione moderna dello sport, caratterizzata da qualità, accessibilità e una particolare attenzione alle esigenze concrete di chi pratica attività fisica quotidianamente. Nato con una forte vocazione manifatturiera, il marchio è oggi un punto di riferimento nel settore dell'abbigliamento teamwear e sportswear, rivolgendosi in particolare al mondo dello sport di base, alle associazioni e ai gruppi sportivi che cercano capi funzionali, resistenti e personalizzabili.

Con una produzione gestita nella sua interezza, EVOL mantiene il pieno controllo su ogni fase del processo, garantendo elevati standard qualitativi e tempi di realizzazione rapidi. Questo approccio consente all'azienda di Castrovilliari (CS) di offrire soluzioni flessibili e su misura per una vasta gamma di discipline, seguendo l'evoluzione delle pratiche sportive e le richieste del mercato. EVOL si distingue nel settore dell'abbigliamento sportivo grazie a un design innovativo, che si allontana dai modelli tradizionali. Ogni capo è realizzato con una cura particolare, per soddisfare le esigenze di clienti e società sportive sempre più attente allo stile e alla qualità. La missione di EVOL è continuare a innovare mantenendo rispetto e attenzione per l'ambiente. La cura per l'individualità e la passione per lo sport ispira EVOL a una visione collettiva di un team vincente, con l'obiettivo di conquistare il cuore degli sportivi, puntando su tessuti ecocompatibili, design personalizzati e un 100% Made in Italy.



evol-italy.com

EN

From Calabria, on the slopes of the Pollino Massif, EVOL proposes a modern vision of sport, characterized by quality, accessibility, and a particular focus on the concrete needs of those who practice physical activity daily. Born with a strong manufacturing vocation, the brand is now a point of reference in the teamwear and sports-wear sector, addressing in particular the world of grassroots sports, associations, and sports groups looking for functional, durable, and customizable garments.

With production managed in its entirety, EVOL maintains full control over every phase of the process, guaranteeing high quality standards and rapid turnaround times. This approach allows the company from Castrovilliari (CS) to offer flexible and customized solutions for a wide range of disciplines, following the evolution of sports practices and market demands. EVOL stands out in the sports-wear sector thanks to an innovative design that departs from traditional models. Each garment is made with particular care, to meet the needs of customers and sports clubs that are increasingly attentive to style and quality. EVOL's mission is to continue to innovate while maintaining respect and attention for the environment. The care for individuality and the passion for sport inspires EVOL to a collective vision of a winning team, with the aim of conquering the hearts of sportsmen, focusing on eco-compatible fabrics, personalized designs and a 100% Made in Italy.



Exelio

IT

Exelio è stata una delle imprese pionieristiche nella produzione di tecnologie wearable per la misurazione delle performance: una delle prime aziende SaaS interamente focalizzate sullo sviluppo di soluzioni digitali per lo sport. Una realtà giovane, che è riuscita tuttavia ad affermarsi sul mercato internazionale in meno di due decenni. Sensori, ricevitori GPS e software consentono di tracciare dati come la posizione del giocatore, la sua velocità e i parametri relativi alla condizione fisica. Questi vengono elaborati e messi a disposizione degli staff dei club professionalisti. A scegliere i prodotti dell'azienda con sede a Reana del Rojale (UD), infatti, non sono solo molte squadre del calcio italiano, come l'FC Internazionale Milano, l'Udinese Calcio e la SS Lazio, ma anche importanti club esteri, come l'AC Sparta Praga.

L'ultima novità, in casa Exelio, è il nuovo gpexe uno, il sistema indossabile per l'analisi delle prestazioni atletiche con intelligenza artificiale certificato sia dalla FIFA che dalla World Rugby. Impostando obiettivi e KPI, è possibile monitorare in tempo reale il progresso e la condizione del giocatore rispetto ai target fissati eseguendo sia l'analisi meccanica che la valutazione delle metriche tattiche e situazionali. La componente hardware è ergonomica e microinvasiva, così da non ostacolare la performance dell'atleta, mentre tutta l'archiviazione dei dati funziona in cloud, così da poter creare uno storico di informazioni a disposizione in qualsiasi momento per calcolare dati medi e per effettuare comparazioni.



exelio.eu

EN

Exelio was one of the pioneering companies in the production of wearable technologies for performance measurement: one of the first SaaS companies entirely focused on the development of digital solutions for sports. A young company, which has nevertheless managed to establish itself on the international market in less than two decades. Sensors, GPS receivers and software make it possible to track data such as the player's position, speed and parameters relating to physical condition. These are processed and made available to the staff of professional clubs. In fact, the products of the company based in Reana del Rojale (UD) are chosen not only by many Italian soccer teams, such as FC Internazionale Milano, Udinese Calcio and SS Lazio, but also by important foreign clubs, such as AC Sparta Praga.

The latest innovation at Exelio is the new gpexe uno, the wearable system for analyzing athletic performance with artificial intelligence, certified by both FIFA and World Rugby. By setting objectives and KPIs, it is possible to monitor the player's progress and condition in real time against the set targets, performing both mechanical analysis and evaluation of tactical and situational metrics. The hardware component is ergonomic and micro-invasive, so as not to hinder the athlete's performance, while all data storage works in the cloud, so as to create a history of information available at any time to calculate average data and make comparisons.



EYE Sport

IT

Da un'isola del Mediterraneo alla conquista del mercato italiano e mondiale, una piccola ditta individuale che in poco tempo si è trasformata in Spa e mira alla quotazione in borsa. EYE Sport è un brand cagliaritano che produce teamwear e sportswear e che dal 2006 è presente sul mercato internazionale. Le origini isolate dell'azienda e lo stretto rapporto con il territorio sono il tratto identitario del marchio e della Linea 4 Mori: capi tecnici che riprendono i motivi della bandiera sarda e li trasformano in uno strumento di design iconico e originale.

EYE Sport, realtà unica nel panorama regionale sardo, è in pochi anni diventata partner tecnico di squadre di calcio come Cagliari Calcio, Taranto FC e US Catanzaro, di pallacanestro come Dinamo Sassari e Fortitudo Agrigento e di volley come Hermaea Volley e SS Lazio Pallavolo. Ma l'azienda sarda è da tempo uscita dai confini nazionali, arrivando a esportare il proprio marchio fino in Zambia, dove veste gli atleti dell'Atletico Lusaka FC. Per ritagliarsi un protagonismo nel teamwear, l'impresa sta puntando su divise estremamente personalizzabili, lavorando con originalità su pattern e design. Obiettivo di EYE Sport è quello di creare prodotti dall'elevato tasso tecnico che uniscono l'affidabilità del Made in Italy a un ottimo rapporto qualità-prezzo. Nel catalogo dell'azienda trovano spazio molteplici discipline sportive, dal calcio al basket, dalla pallavolo al running, dal fitness al ciclismo, dal nuoto al tennis, dal beach volley al padel.



eyesportwear.com

EN

From a Mediterranean island to conquering the Italian and global market, a small sole proprietorship that in a short time has transformed into a Spa and aims for a stock market listing. EYE Sport is a brand from Cagliari that produces teamwear and sportswear and has been present on the international market since 2006. The island origins of the company and the close relationship with the territory are the identifying feature of the brand and the Linea 4 Mori: technical garments that take up the motifs of the Sardinian flag and transform them into an instrument of iconic and original design.

EYE Sport, a unique entity in the Sardinian regional landscape, has in just a few years become a technical partner of soccer teams such as Cagliari Calcio, Taranto FC, and US Catanzaro, basketball teams such as Dinamo Sassari and Fortitudo Agrigento, and volleyball teams such as Hermaea Volley and SS Lazio Pallavolo. But the Sardinian company has long since left the national borders, exporting its brand as far as Zambia, where it dresses the athletes of Atletico Lusaka FC. To carve out a leading role in teamwear, the company is focusing on extremely customizable uniforms, working with originality on patterns and designs. EYE Sport's objective is to create products with a high technical content that combine the reliability of Made in Italy with an excellent value for money. The company's catalog includes many sports, from soccer to basketball, from volleyball to running, from fitness to cycling, from swimming to tennis, from beach volleyball to padel.



Far Reti

IT

Nel cuore della Franciacorta, a Provaglio d'Iseo (BS), si tesse una storia fatta di precisione artigiana e innovazione industriale. È quella di Far Reti, oggi moderna "Fabbrica Artigianale di Reti," nata da una passione autentica e da una solida tradizione familiare. Fondata nel 1946 da Battista Ribola, l'azienda serviva i pescatori del Lago d'Iseo con reti artigianali di alta qualità. Nel 1950, l'acquisto del primo telaio segnò l'inizio di una crescita che portò le reti Ribola in tutta Italia. Nel 1979 i figli di Battista, Mario, Giuseppina, Franca e Luigi, raccolsero l'eredità paterna, guidando l'evoluzione dell'azienda e ampliando l'offerta alle reti sportive in fibra sintetica, destinate a campi da calcio, tennis, pallavolo. È in questo ambito che Far Reti si distingue, diventando un punto di riferimento per impianti sportivi in Italia e all'estero.

Nel 1985 Mario Ribola progettò le prime reti di protezione per piste da sci: da Ponte di Legno alle Alpi, fino ai complessi internazionali, si aprì un nuovo mercato che ancora oggi rappresenta uno dei cuori produttivi dell'azienda. Dal 1994, con la terza generazione, è stata avviata anche la produzione di reti per parchi giochi, arredo urbano e sicurezza nei cantieri. Le reti Far non si limitano a delimitare un campo: proteggono atleti, pubblico e strutture. Sono realizzate con materiali innovativi ad alta tenacità e resistenti ai raggi UV, pensate per durare nel tempo e in qualsiasi condizione climatica. Le soluzioni sono su misura, adattate alle esigenze specifiche di impianti sportivi professionali, scolastici e amatoriali.



far-reti.it

EN

In the heart of Franciacorta, in Provaglio d'Iseo (BS), a story of artisan precision and industrial innovation is woven. It is the story of Far Reti, today a modern "Artisan Net Factory" born from an authentic passion and a solid family tradition. Founded in 1946 by Battista Ribola, the company served the fishermen of Lake Iseo with high-quality artisanal nets. In 1950, the purchase of the first loom marked the beginning of a growth that brought Ribola nets throughout Italy. In 1979, Battista's children, Mario, Giuseppina, Franca and Luigi, took up their father's legacy, guiding the company's evolution and expanding the offer to synthetic fiber sports nets, intended for soccer, tennis, and volleyball fields. It is in this area that Far Reti distinguishes itself, becoming a point of reference for sports facilities in Italy and abroad.

In 1985, Mario Ribola designed the first protective nets for ski slopes: from Ponte di Legno to the Alps, up to international resorts, a new market opened up, which still represents one of the company's productive cores. From 1994, with the third generation, the production of nets for playgrounds, street furniture, and construction site safety was also started. Far nets are not limited to delimiting a field: they protect athletes, the public, and structures. They are made with innovative, high-tenacity materials that are resistant to UV rays, designed to last over time and in all weather conditions. The solutions are tailor-made, adapted to the specific needs of professional, school, and amateur sports facilities.



Fassa Bortolo

IT

Dinamismo, evoluzione e soluzioni innovative, ma anche gioco di squadra, impegno e determinazione: alcune caratteristiche dello sport si rispecchiano nella filosofia di Fassa Bortolo, leader nell'edilizia in Italia e all'estero. Il gruppo, con quartier generale a Spresiano (TV), offre una vasta gamma di soluzioni per restauro, risanamento e ripristino del calcestruzzo, prodotti per la bio-architettura e per l'isolamento termico, per la pittura, per la posa di pavimenti e rivestimenti, fino alle lastre in cartongesso Gypsotech. Un vero e proprio sistema costruttivo completo. Il filo che collega Fassa Bortolo al mondo dello sport passa anche per la qualità e l'eccellenza dei suoi prodotti, utilizzati nella realizzazione di grandi impianti sportivi come stadi e palasport.

Ha fatto scuola la costruzione dell'Arena MRV in Brasile, il nuovo stadio di calcio del Clube Atlético Mineiro a Belo Horizonte, del quale l'azienda è diventata fornitrice esclusivo di malte e fughe. In due anni Fassa Bortolo ha fornito quasi tremila tonnellate di materiali per lo stadio, compreso lo sviluppo ad hoc di una malta speciale per soddisfare i requisiti tecnici della costruzione. Inaugurata nella prima metà del 2023, l'Arena MRV era pronta nei tempi previsti grazie anche alla produttività offerta dal sistema integrato Fassa Bortolo, secondo le testimonianze dei responsabili dei lavori: oggi è lo stadio di calcio più moderno del Brasile, con una capacità di quarantaseimila spettatori, ed è diventato un punto di riferimento architettonico della città.



fassabortolo.it

EN

Dynamism, evolution, and innovative solutions, but also teamwork, commitment, and determination: some characteristics of sport are reflected in the philosophy of Fassa Bortolo, a leader in construction in Italy and abroad. The group, whose headquarters are in Spresiano (TV), offers a wide range of solutions for restoration, renovation, and concrete repair, products for bio-architecture and thermal insulation, for painting, for laying floors and coverings, up to Gypsotech plasterboard. A true and complete construction system. The thread that connects Fassa Bortolo to the world of sport also passes through the quality and excellence of its products, used in the construction of large sports facilities such as stadiums and sports halls.

The construction of the Arena MRV in Brazil has set a precedent, the new football stadium of Clube Atlético Mineiro in Belo Horizonte, for which the company has become the exclusive supplier of mortars and grouts. In two years, Fassa Bortolo supplied almost 3,000 tons of materials for the stadium, including the ad hoc development of a special mortar to meet the technical requirements of the construction. Inaugurated in the first half of 2023, the Arena MRV was ready on schedule thanks to the productivity offered by the integrated Fassa Bortolo system, according to the testimonies of those in charge of the works: today it is the most modern football stadium in Brazil, with a capacity of 46,000 spectators, and has become an architectural landmark of the city.



Ferrari

IT

Il Cavallino Rampante è un'icona mondiale del lusso e dell'automobilismo: basti pensare che la Scuderia Ferrari è l'unica ad aver partecipato a tutte le edizioni della storia della Formula 1. La squadra di Maranello (MO) è anche quella che detiene il maggior numero di record rilevanti: numero di campionati vinti (sia piloti che costruttori), numero di podi e vittorie, numero di Gran Premi disputati. Del resto, quando nel 1929 Enzo Ferrari fondò la sua azienda, lo fece partendo proprio dalla scuderia corse, il team sportivo che avrebbe cambiato per sempre la storia delle quattro ruote.

Ferrari ha anche vinto le edizioni 2023 (quella del centenario), 2024 e 2025 della 24 Ore di Le Mans, la più famosa gara endurance del pianeta. Un fiume di successi sportivi che ha contribuito ad affermare il brand sul mercato globale: negli ultimi dieci anni la Casa di Maranello ha quasi raddoppiato il numero di vetture vendute in tutto il mondo (arrivando a sfiorare quota quattordicimila unità), con risultati eccezionali. A quasi un secolo dalla sua fondazione, Ferrari è ancora il simbolo della capacità tutta italiana di unire artigianalità e innovatività. Valori su cui è incentrata la nuova SF 25, la settantunesima monoposto da Formula 1, realizzata per due piloti di razza come Lewis Hamilton e Charles Leclerc.



ferrari.com

EN

The Prancing Horse is a global icon of luxury and motoring: suffice it to say that Scuderia Ferrari is the only team to have participated in every edition in the history of Formula 1. The team from Maranello (MO) also holds the highest number of relevant records: number of championships won (both drivers and constructors), number of podiums and victories, number of Grand Prix contested. After all, when Enzo Ferrari founded his company in 1929, he did so starting from the racing stable, the sports team that would forever change the history of four wheels.

Ferrari has also won the 2023 (centennial edition), 2024, and 2025 editions of the 24 Hours of Le Mans, the most famous endurance race on the planet. A river of sporting successes that has helped establish the brand on the global market: in the last ten years, the Maranello-based company has almost doubled the number of cars sold worldwide (reaching nearly 14,000 units), with exceptional results. Almost a century after its foundation, Ferrari is still the symbol of the all-Italian ability to combine craftsmanship and innovation. Values on which the new SF 25 is focused, the seventy-first single-seater Formula 1 car, created for two thoroughbred drivers like Lewis Hamilton and Charles Leclerc.

Filippi Boats



IT

Durante le ultime Olimpiadi di Parigi, il 64% delle medaglie disponibili per il canottaggio sono state vinte a bordo degli scafi Filippi Boats: ben ventisette tra ori, argenti e bronzi sono stati assegnati ad atleti che gareggiavano su imbarcazioni prodotte dallo storico brand italiano. Del resto, non poteva essere diversamente, dato che sono numerose le squadre nazionali che hanno scelto il cantiere toscano per quell'edizione dei Giochi Olimpici. Trofei che vanno ad arricchire il folto palmarès dell'azienda con sede a Castagneto Carducci (LI), che dalla sua fondazione, nel 1980, ha vinto oltre milleduecentoquaranta medaglie.

Un successo planetario per gli iconici scafi italiani, che vengono modellati sulle esigenze dei singoli committenti per accompagnarne i movimenti in modo naturale. Maestri della lavorazione del carbonio, gli artigiani di Filippi Boats non hanno mai smesso di sviluppare soluzioni innovative per le proprie imbarcazioni. Un esempio è la pedana all-in-one in carbonio, che include nello stampo anche la traversa: in tal modo, si evita di doverla fissare sul pianale con le normali componenti in alluminio, riducendo il peso complessivo di tutta la sezione e aumentando la rigidità della pedana, fattore che a sua volta riduce la dispersione della spinta prodotta dall'atleta. Senza viti e cavallotti, inoltre, aumenta anche la durabilità della componente, poiché diminuisce l'inevitabile corrosione galvanica.



filippiboats.com

EN

During the last Olympics in Paris, 64% of the medals available for rowing were won aboard Filippi Boats hulls: as many as 27 golds, silvers, and bronzes were awarded to athletes competing on boats produced by the historic Italian brand. After all, it couldn't be otherwise, given that numerous national teams chose the Tuscan shipyard for that edition of the Olympic Games. These trophies add to the already substantial palmarès of the company based in Castagneto Carducci (LI), which since its foundation in 1980, has won over 1,240 medals.

A global success for the iconic Italian hulls, which are shaped to the needs of individual clients to accompany their movements in a natural way. Masters of carbon processing, the artisans of Filippi Boats have never stopped developing innovative solutions for their boats. An example is the all-in-one carbon footrest, which also includes the crossbar in the mold: in this way, it is not necessary to fix it to the floor with normal aluminum components, reducing the overall weight of the entire section and increasing the rigidity of the footrest, a factor that in turn reduces the dispersion of the thrust produced by the athlete. Without screws and caps, moreover, the durability of the component also increases, as the inevitable galvanic corrosion decreases.



Filmmaster

IT

Oltre cinquanta premi internazionali, sette sedi nel mondo e quasi mezzo secolo di attività: sono alcuni numeri che raccontano la storia e il successo di Filmmaster, realtà italiana di riferimento nella produzione di eventi globali. L'azienda ha ricevuto prestigiosi riconoscimenti, tra cui Leoni d'Oro, Emmy Awards e Best Event Awards (BEA), ed è una delle poche società al mondo accreditate per ideare e realizzare ceremonie olimpiche.

Il primo grande evento sportivo prodotto da Filmmaster fu il Campionato Mondiale di Calcio Italia '90. Da allora, l'azienda ha rafforzato la presenza internazionale partecipando a eventi di alto profilo come i Giochi Olimpici e Paralimpici di Torino 2006 e Rio 2016, gestendo anche il viaggio della torcia. Recentemente, ha contribuito a progetti come UEFA Champions League, Euro 2020, Formula E (2018 e 2021), Euroleague Final Four (2019–2024), la cerimonia di apertura dell'Arabian Gulf Cup 2019, il primo halftime show della Conmebol Copa América a Miami e la cerimonia di chiusura di UEFA Euro 2024. Per i Giochi Olimpici e Paralimpici Milano Cortina 2026, Filmmaster curerà la Cerimonia di Chiusura Olimpica e l'Apertura Paralimpica, che si terranno all'Arena di Verona. L'approccio distintivo di Filmmaster è l'interdisciplinarità: arti performative, danza, tecnologie immersive, musica, scenografie, coreografie e lighting design si fondono per creare esperienze coinvolgenti, consolidando l'azienda come leader mondiale nella progettazione di grandi eventi.



filmmaster.com

EN

Over 50 international awards, seven offices worldwide and almost half a century of activity: these are some numbers that tell the story and success of Filmmaster, an Italian benchmark in the production of global events. The company has received prestigious awards, including Golden Lions, Emmy Awards and Best Event Awards (BEA), and is one of the few companies in the world accredited to conceive and create Olympic ceremonies.

The first major sporting event produced by Filmmaster was the Italia '90 FIFA World Cup. Since then, the company has strengthened its international presence by participating in high-profile events such as the Turin 2006 and Rio 2016 Olympic and Paralympic Games, also managing the torch relay. Recently, it has contributed to projects such as the UEFA Champions League, Euro 2020, Formula E (2018 and 2021), Euroleague Final Four (2019–2024), the opening ceremony of the Arabian Gulf Cup 2019, the first halftime show of the Conmebol Copa América in Miami, and the closing ceremony of UEFA Euro 2024. For the Milano Cortina 2026 Olympic and Paralympic Games, Filmmaster will curate the Olympic Closing Ceremony and the Paralympic Opening Ceremony, which will be held at the Arena di Verona. Filmmaster's distinctive approach is interdisciplinarity: performing arts, dance, immersive technologies, music, set design, choreography, and lighting design merge to create engaging experiences, consolidating the company as a world leader in the design of major events.



Fondazione Sportsystem ETS

IT

Nel cuore di uno dei distretti manifatturieri più prestigiosi al mondo per la produzione di calzature e attrezzature sportive, la Fondazione Sportsystem custodisce e valorizza un patrimonio unico di competenze, tradizioni e innovazione. In questo territorio, dove la cultura del fare incontra la passione per lo sport, ha preso forma un ecosistema produttivo senza pari, tanto da attrarre anche marchi globali come Nike, che qui hanno scelto di produrre calzature destinate agli atleti d'élite, affidandosi al sapere tecnico degli artigiani locali. La Fondazione Sportsystem, ente senza scopo di lucro, promuove e tutela il patrimonio materiale e immateriale di un distretto che eccelle nella realizzazione di scarponi, abbigliamento tecnico e accessori per la montagna e l'outdoor. La sua azione unisce memoria e futuro grazie al Museo dello Sportsystem, nato nel 1980 e oggi restituito alla comunità in una cornice ideologica e interattiva, utile a raccontare alle nuove generazioni l'evoluzione del saper fare sportivo Made in Italy.

La Fondazione si impegna inoltre a rafforzare l'identità e la competitività del distretto, promuovendo il dialogo tra artigianato e innovazione, tra tradizione e sostenibilità. Attraverso progetti formativi per tecnici e manager del settore e iniziative di rete, agisce come motore di coesione e crescita condivisa. Nella filiera dello sport, dell'outdoor e della calzatura tecnica di sicurezza, essa rappresenta un punto di riferimento per lo sviluppo di una cultura industriale avanzata, capace di valorizzare il made in Italy con visione, radicamento e qualità.



EN

In the heart of one of the world's most prestigious manufacturing districts for the production of footwear and sports equipment, the Fondazione Sportsystem preserves and enhances a unique heritage of skills, traditions, and innovation. In this territory, where the culture of doing meets the passion for sport, an unparalleled production ecosystem has taken shape, so much so that it has attracted global brands such as Nike, who have chosen to produce footwear for elite athletes here, relying on the technical knowledge of local artisans. The Fondazione Sportsystem, a non-profit organization, promotes and protects the tangible and intangible heritage of a district that excels in the production of boots, technical clothing, and accessories for the mountains and the outdoors. Its action combines memory and future thanks to the Museo dello Sportsystem, founded in 1980 and now returned to the community in an ideological and interactive setting, useful for telling new generations about the evolution of Made in Italy sports know-how.

The Fondazione is also committed to strengthening the identity and competitiveness of the district, promoting dialogue between craftsmanship and innovation, between tradition and sustainability. Through training projects for technicians and managers in the sector and networking initiatives, it acts as an engine for cohesion and shared growth. In the sports, outdoor, and technical safety footwear supply chain, it represents a point of reference for the development of an advanced industrial culture, capable of enhancing Made in Italy with vision, rootedness, and quality.



FOR HORSES

IT

Dalla passione autentica per i cavalli e dalla profonda conoscenza del settore tessile nasce FOR HORSES, un marchio che ha saputo ridefinire l'abbigliamento per l'equitazione coniugando funzionalità, eleganza e performance. Fondato nel 2000 da Giovanna Novello, stilista cresciuta nell'ambito dell'abbigliamento sportivo, e da Andrea Piovan, ingegnere chimico tessile con esperienza nei materiali ad alte prestazioni, il brand di San Vito di Leguzzano (VI) propone capi progettati per rispondere alle esigenze reali di cavalieri e cavalli. Entrambi appassionati e praticanti degli sport equestri, Giovanna e Andrea hanno unito visione creativa e competenza tecnica per dare vita a una linea che si distingue per essenzialità, comfort e attenzione ai dettagli. Ogni capo è frutto di una ricerca costante che combina tendenze della moda e materiali altamente tecnici, selezionati e trattati per garantire prestazioni elevate e massima libertà di movimento.

L'approccio progettuale parte sempre dalle esigenze sul campo: traspirabilità, resistenza, vestibilità e leggerezza sono valori-chiave di una produzione che mette al centro il benessere dell'atleta e dell'animale. La qualità dei materiali e la cura artigianale del processo produttivo testimoniano l'impegno continuo verso l'innovazione e la sostenibilità. Nella filiera dell'abbigliamento sportivo specializzato, FOR HORSES si afferma come marchio di riferimento per il mondo equestre, capace di interpretare con sensibilità estetica e rigore tecnico l'evoluzione di una disciplina che richiede equilibrio, precisione e rispetto.



forhorses.it

EN

From an authentic passion for horses and a deep knowledge of the textile sector comes FOR HORSES, a brand that has redefined equestrian apparel by combining functionality, elegance, and performance. Founded in 2000 by Giovanna Novello, a designer who grew up in the sportswear sector, and Andrea Piovan, a chemical textile engineer with experience in high-performance materials, the brand from San Vito di Leguzzano (VI) offers garments designed to meet the real needs of riders and horses. Both passionate about and practicing equestrian sports, Giovanna and Andrea have combined creative vision and technical expertise to create a line that stands out for its essentiality, comfort, and attention to detail. Each garment is the result of constant research that combines fashion trends and highly technical materials, selected and treated to ensure high performance and maximum freedom of movement.

The design approach always starts from the needs in the field: breathability, resistance, wearability, and lightness are key values of a production that puts the well-being of the athlete and the animal at the center. The quality of the materials and the artisanal care of the production process testify to the continuous commitment to innovation and sustainability. In the specialized sportswear supply chain, FOR HORSES establishes itself as a benchmark brand for the equestrian world, capable of interpreting with aesthetic sensitivity and technical rigor the evolution of a discipline that requires balance, precision, and respect.



Freddy

IT

Nata nel 1976 dalla visione di Carlo Freddi, solo nel 1993 l'azienda assume ufficialmente il nome Freddy, una versione anglicizzata del suo fondatore: la "Y" finale del logo si trasforma nell'icona di un uomo che balla, simbolo che racchiude la filosofia di espressione e dinamismo del marchio. Fin dagli esordi, l'azienda di Chiavari (GE) coniuga la danza e la ginnastica, due mondi che hanno trovato nella visione del brand un alleato perfetto. Infatti, dal 2001 Freddy è partner ufficiale della Federazione Ginnastica d'Italia e fornisce l'uniforme ufficiale al prestigioso Corpo di Ballo del Teatro alla Scala, per il quale, inoltre, ha disegnato una linea esclusiva – Freddy La Scala.

L'impegno nello sport italiano ha permesso all'azienda di raggiungere le vette delle più importanti competizioni internazionali: nel 2008 è sponsor ufficiale della squadra olimpica italiana e veste gli atleti azzurri ai Giochi Olimpici Estivi di Pechino, ma anche ai Giochi del Mediterraneo di Pescara nel 2009, alle Olimpiadi Invernali di Vancouver nel 2010 e infine a Londra nel 2012. Il brand ha saputo parlare anche alle nuove generazioni: i giovani protagonisti di *Amici*, il talent show più longevo della televisione italiana, dedicato anche alla danza, indossano in scena la visione di Freddy, che è partner e fornitore ufficiale. Oggi, Freddy è un marchio affermato capace di raccontare il movimento attraverso la moda e lo sport.



freddy.com

EN

Born in 1976 from the vision of Carlo Freddi, it was only in 1993 that the company officially took the name Freddy, an anglicized version of its founder: the final "Y" of the logo is transformed into the icon of a man dancing, a symbol that embodies the philosophy of expression and dynamism of the brand. From the outset, the company from Chiavari (GE) combines dance and gymnastics, two worlds that have found a perfect ally in the brand's vision. In fact, since 2001 Freddy has been the official partner of the Italian Gymnastics Federation and provides the official uniform to the prestigious Ballet Corps of the Teatro alla Scala, for which it has also designed an exclusive line – Freddy La Scala.

The commitment to Italian sport has allowed the company to reach the peaks of the most important international competitions: in 2008 it was the official sponsor of the Italian Olympic team and dressed the Italian athletes at the Summer Olympic Games in Beijing, but also at the Mediterranean Games in Pescara in 2009, at the Winter Olympics in Vancouver in 2010 and finally in London in 2012. The brand has also been able to speak to the new generations: the young protagonists of *Amici*, the longest-running talent show on Italian television, also dedicated to dance, wear Freddy's vision on stage, which is a partner and official supplier. Today, Freddy is an established brand capable of telling the story of movement through fashion and sport.



GARMONT

IT

L'innovazione al servizio dell'avventura. Fondato nel 1964, il marchio GARMONT nasce dalla passione per la vita all'aria aperta e dall'amore per le escursioni. Da oltre sessant'anni, l'azienda con sede a Vedelago (TV) sviluppa calzature tecniche che uniscono tecnologie proprietarie e materiali di altissima qualità forniti da brand leader a livello mondiale, un leader indiscutibile del mercato delle calzature per gli sport di montagna, come alpinismo, hiking e trekking. Un primato che ha raggiunto grazie all'implementazione delle migliori tecnologie disponibili. Grazie a un'approfondita conoscenza dell'anatomia del piede e all'analisi del movimento, GARMONT progetta scarponi che offrono comfort, stabilità e prestazioni elevate, adattando design e funzionalità alla naturale forma asimmetrica del piede.

La tecnologia a.d.d. (Anatomically Directed Design) integra cinque elementi di design che lavorano in sinergia per garantire supporto, assorbimento degli impatti e libertà di movimento. Consapevole delle differenze anatomiche tra piede maschile e femminile, GARMONT ha sviluppato una calzata specifica per le donne, adattando forma e sottopiede di montaggio alle diverse esigenze, per offrire il massimo comfort e una performance su misura. In linea con i pilastri del brand "Get outside – we are all born to get outside" #actresponsibly, ogni modello nasce con un obiettivo chiaro: accompagnarti ovunque, rendendo ogni passo più naturale, sicuro e senza pensieri.



garmont.com

EN

Innovation at the service of adventure. Founded in 1964, the GARMONT brand was born from a passion for outdoor life and a love for hiking. For over sixty years, the company based in Vedelago (TV) has been developing technical footwear that combines proprietary technologies and high-quality materials supplied by world-leading brands, an undisputed leader in the mountain sports footwear market, such as mountaineering, hiking and trekking. A record it has achieved through the implementation of the best available technologies. Thanks to an in-depth knowledge of foot anatomy and movement analysis, GARMONT designs boots that offer comfort, stability and high performance, adapting design and functionality to the natural asymmetrical shape of the foot.

The a.d.d. (Anatomically Directed Design) technology integrates five design elements that work in synergy to guarantee support, impact absorption, and freedom of movement. Aware of the anatomical differences between the male and female foot, GARMONT has developed a specific fit for women, adapting the shape and insole to different needs, to offer maximum comfort and a tailored performance. In line with the brand's pillars "Get outside – we are all born to get outside" #actresponsibly, each model is created with a clear objective: to accompany you everywhere, making every step more natural, safe, and carefree.



Givova

IT

Dai campetti provinciali agli stadi di Serie A, dai runner cittadini ai campioni di basket: sono tantissimi gli sportivi che tutti i giorni indossano una tuta Givova per allenarsi. Il brand di Scafati (SA) è nato infatti proprio con la missione di rendere accessibile al grande pubblico l'alta qualità dello sportswear italiano. Fondato nel 2008 da Giovanni Acanfora, già dopo pochi anni il brand è divenuto un riferimento non solo in Italia, ma anche nel mercato internazionale.

Atletica leggera, calcio, calcetto, basket, pallavolo, tennis, padel, corsa, nuoto, equitazione, tempo libero: Givova progetta e realizza linee di abbigliamento per un ampio ventaglio di discipline sportive, alle quali associa anche diversi accessori, come borsoni, guanti, parastinchi, ginocchiere e palloni. Tenendo saldo il rapporto privilegiato con il mondo del calcio, l'azienda scafatese è partner tecnico di numerosi team professionisti di molteplici discipline in tutto il mondo. Nella pallacanestro, per esempio, Givova veste il Napoli Basket e il Club spagnolo San Pablo Burgos, decine di squadre che militano in categorie minori, oltre a infinite associazioni dilettantistiche. Nella sua rapida ascesa, l'azienda campana è arrivata anche a un accordo di sponsorizzazione con la FIGH – Federazione Italiana Giuoco Handball.



givova.it

EN

From provincial playing fields to Serie A stadiums, from city runners to basketball champions: there are many athletes who wear a Givova tracksuit every day to train. The brand from Scafati (SA) was in fact born with the mission of making the high quality of Italian sportswear accessible to the general public. Founded in 2008 by Giovanni Acanfora, after just a few years the brand has become a reference point not only in Italy, but also in the international market.

Track and field, soccer, five-a-side football, basketball, volleyball, tennis, padel, running, swimming, horse riding, leisure time: Givova designs and manufactures clothing lines for a wide range of sports, to which it also associates various accessories, such as bags, gloves, shin guards, knee pads and balls. Maintaining a strong and privileged relationship with the world of soccer, the Scafati-based company is a technical partner of numerous professional teams of multiple disciplines around the world. In basketball, for example, Givova dresses Napoli Basket and the Spanish Club San Pablo Burgos, dozens of teams playing in minor leagues, as well as countless amateur associations. In its rapid ascent, the Campania-based company has also reached a sponsorship agreement with the FIGH – Italian Handball Federation.



Golee

IT

L'idea è semplice: liberare il mondo dello sport dalla burocrazia amministrativa e finanziaria. Con oltre quindicimila società sportive registrate e quasi un milione di atleti nel database, Golee è uno dei software gestionali per lo sport più utilizzati in Italia. Fondata da un gruppo di giovani imprenditori nel 2018, l'azienda con sede a Milano ha scelto come target il mondo del dilettantismo. Sono tantissime, infatti, le società sportive che, senza le disponibilità economiche delle grandi realtà del professionismo, incontrano difficoltà nella gestione delle anagrafiche dei tesserati, dell'assetto finanziario e della logistica che ruota intorno all'attività sportiva. Golee nasce proprio per rispondere a questa esigenza diffusa, tanto da offrire servizi per oltre centotrenta discipline sportive.

L'azienda milanese è digital partner di numerosi club della Serie C di calcio, segno di un rapporto ormai consolidato con la Lega Pro. Ciò che Golee offre alle società sportive va ben oltre la gestione finanziaria e amministrativa: vengono messe a disposizione dei clienti anche piattaforme e-commerce, siti web ed applicazioni per organizzare l'attività di atleti e allenatori, tutto con l'obiettivo di ottimizzare il lavoro delle società sportive dilettantistiche e del professionismo minore. Un sistema integrato di servizi che ha convinto clienti, associazioni di categoria e investitori: dalla sua fondazione, quella che era nata come una semplice startup del digital B2B ha raccolto oltre un milione di euro di finanziamenti.



golee.it

EN

The idea is simple: to free the world of sports from administrative and financial bureaucracy. With over 15,000 registered sports clubs and almost a million athletes in the database, Golee is one of the most used management software for sports in Italy. Founded by a group of young entrepreneurs in 2018, the Milan-based company has targeted the amateur world. In fact, there are many sports clubs that, without the financial resources of the large professional organizations, encounter difficulties in managing the personal data of members, the financial structure, and the logistics surrounding the sporting activity. Golee was created precisely to respond to this widespread need, so much so that it offers services for over 130 sports disciplines.

The Milanese company is a digital partner of numerous Serie C football clubs, a sign of a now consolidated relationship with Lega Pro. What Golee offers to sports clubs goes far beyond financial and administrative management: e-commerce platforms, websites, and applications are also made available to customers to organize the activities of athletes and coaches, all with the aim of optimizing the work of amateur sports clubs and minor professional leagues. An integrated system of services that has convinced customers, trade associations, and investors: since its foundation, what began as a simple digital B2B startup has raised over one million euros in funding.



IO BALLO

IT

IO BALLO è una sartoria artigianale al femminile che realizza abiti pensati per atleti e atlete nel settore della danza, del pattinaggio e della ginnastica. Fondata da Virginia Bedin, l'azienda di Barbarano Mossano (VI) nasce nel 2009 da una grande passione per il cucito, che si concretizza in un laboratorio in grado di realizzare costumi su misura e di portare avanti una linea di abbigliamento per la danza dall'altissima qualità artigianale.

IO BALLO si distingue per la capacità di unire sensibilità estetica, materiali ricercati di alta qualità, competenza tecnica e profonda conoscenza delle esigenze di ogni ballerino. Ogni capo nasce da un processo artigianale attento e curato nei minimi dettagli, pensato per garantire libertà di movimento, vestibilità e bellezza scenica. L'approccio sartoriale consente di creare capi unici e funzionali, che accompagnano il gesto artistico esaltandone la forma e l'espressività. Grazie alla partecipazione a fiere internazionali, il brand si sta facendo conoscere nell'ambiente internazionale della danza in ragione della resistenza, del comfort e della qualità di ogni suo capo di abbigliamento. Nella filiera dell'abbigliamento sportivo e artistico, l'azienda rappresenta una realtà autentica e ispirata, dove ogni capo è pensato e realizzato con amore e racconta una storia di passione, cura e movimento.



ioballo.com

EN

IO BALLO is a women's artisan tailoring business that creates clothing designed for athletes in the fields of dance, skating, and gymnastics. Founded by Virginia Bedin, the company from Barbarano Mossano (VI) was established in 2009 from a great passion for sewing, which has materialized into a workshop capable of creating custom-made costumes and carrying forward a line of dancewear with the highest artisan quality.

IO BALLO stands out for its ability to combine aesthetic sensibility, refined high-quality materials, technical competence, and a deep understanding of the needs of every dancer. Each garment is born from a careful and detailed artisan process, designed to guarantee freedom of movement, wearability, and scenic beauty. The sartorial approach allows for the creation of unique and functional garments that accompany the artistic gesture, enhancing its form and expressiveness. Thanks to participation in international fairs, the brand is becoming known in the international dance environment for the resistance, comfort, and quality of each of its garments. In the sports and artistic clothing supply chain, the company represents an authentic and inspired reality, where each garment is designed and made with love and tells a story of passion, care, and movement.



Isokinetic

IT

Dall'idea di due giovani medici, Stefano Della Villa e Gianni Nanni, nel 1987 apre a Bologna la prima sede di Isokinetic. L'intuizione è quella di importare per primi dalla Stanford University (USA) gli studi, avanguardistici per l'epoca, sull'isocinetica e sulle nuove tecniche riabilitative: un'idea rivelatasi vincente, tanto che oggi Isokinetic è un importante polo medico internazionale, specializzato in prevenzione, diagnosi e cura di traumi muscolari e ortopedici connessi all'attività sportiva. Una realtà che vanta nove centri e più di sedicimila pazienti l'anno, per un totale di oltre duecentomila trattamenti sanitari somministrati ogni dodici mesi. Numeri possibili solo grazie al lavoro di circa duecento tra medici, rieducatori e personale amministrativo.

Nel corso degli anni, i migliori brand ambassador del centro sono stati gli atleti che l'hanno scelto per accelerare la propria riabilitazione. Molti grandi nomi dello sport internazionale, infatti, si sono affidati alle cure di Isokinetic: dal Pallone d'Oro Roberto Baggio al bomber vicecampione del mondo Beppe Signori, fino al fuoriclasse olimpico Alberto Tomba. Il lavoro svolto dal centro è stato riconosciuto anche dalla FIFA, che gli ha assegnato il riconoscimento di Centro Medico di Eccellenza. Cuore pulsante di Isokinetic è la Green Room: uno dei pochi laboratori in Italia in cui è possibile effettuare sedute di training neuromotorio personalizzato. Proprio lo studio dei pattern motori, infatti, consente di ridurre drasticamente i tempi di recupero e prevenire il re-infortunio.



isokinetic.com

EN

From the idea of two young doctors, Stefano Della Villa and Gianni Nanni, the first Isokinetic center opened in Bologna in 1987. The intuition was to be the first to import from Stanford University (USA) the studies, avant-garde for the time, on isokinetics and new rehabilitation techniques: an idea that proved to be a winner, so much so that today Isokinetic is an important international medical center, specialized in the prevention, diagnosis, and treatment of muscle and orthopedic injuries related to sports activity. A reality that boasts nine centers and more than 16,000 patients a year, for a total of over 200,000 health treatments administered every twelve months. Numbers possible only thanks to the work of about 200 doctors, rehabilitation therapists, and administrative staff.

Over the years, the center's best brand ambassadors have been the athletes who have chosen it to accelerate their rehabilitation. Many big names in international sports, in fact, have relied on Isokinetic's care: from Ballon d'Or Roberto Baggio to world runner-up bomber Beppe Signori, to Olympic champion Alberto Tomba. The work carried out by the center has also been recognized by FIFA, which has awarded it the recognition of Medical Center of Excellence. The beating heart of Isokinetic is the Green Room: one of the few laboratories in Italy where it is possible to carry out personalized neuromotor training sessions. Indeed, the study of motor patterns allows to drastically reduce recovery times and prevent re-injury.



Italian Exhibition Group

IT

RiminiWellness, organizzata da Italian Exhibition Group, è l'appuntamento internazionale dedicato all'intero ecosistema del mondo fitness e wellness: ultime tendenze, innovazioni e formazione per i professionisti e gli appassionati di benessere e sport. È l'appuntamento principale dell'intera filiera del fitness e del wellness, che attrae ogni anno oltre ottanta Paesi, più di quattrocento aziende e migliaia di appassionati: dai produttori di attrezzature per l'attività fisica alle palestre, alle opportunità di formazione e le associazioni di categoria, passando per le medical spa, gli health center, le scienze riabilitative, le attività fitness, ma anche il turismo e il design.

Accanto alla parte esperienziale, RiminiWellness ospita una sezione business riservata ai professionisti del benessere fisico, con convegni, workshop e incontri B2B, qualificandosi come piattaforma strategica per lo sviluppo del settore. La manifestazione si estende oltre la fiera, coinvolgendo anche la spiaggia di Rimini, con l'iconico Parco del Mare, ospite di eventi e approfondimenti. RiminiWellness è un osservatorio privilegiato sulle nuove tendenze, come la personalizzazione dell'allenamento e l'integrazione delle tecnologie digitali, nonché la rinnovata attenzione verso la corretta abitudine alimentare e la dieta mediterranea. Italian Exhibition Group svolge un ruolo centrale nella promozione di uno stile di vita attivo e consapevole, contribuendo all'innovazione dell'intera filiera del benessere.



riminiwellness.com

EN

RiminiWellness, organized by Italian Exhibition Group, is the international event dedicated to the entire ecosystem of the fitness and wellness world: the latest trends, innovations, and training for professionals and wellness and sports enthusiasts. It is the main event of the entire fitness and wellness supply chain, attracting over 80 countries, more than 400 companies, and thousands of enthusiasts every year: from manufacturers of physical activity equipment to gyms, training opportunities and trade associations, as well as medical spas, health centers, rehabilitation sciences, fitness activities, but also tourism and design.

Alongside the experiential part, RiminiWellness hosts a business section reserved for physical well-being professionals, with conferences, workshops, and B2B meetings, qualifying itself as a strategic platform for the development of the sector. The event extends beyond the fair, also involving the beach of Rimini, with the iconic Parco del Mare, host to events and insights. RiminiWellness is a privileged observatory on new trends, such as the personalization of training and the integration of digital technologies, as well as the renewed attention towards correct eating habits and the Mediterranean diet. Italian Exhibition Group plays a central role in promoting an active and conscious lifestyle, contributing to the innovation of the entire well-being supply chain.



ITATAMI

IT

ITATAMI è un punto di riferimento nella produzione di attrezzature sportive per la protezione e l'allenamento in molteplici discipline. Con oltre 50 anni di esperienza, l'azienda è conosciuta in Italia e nel mondo per MAT GOLD, il celebre tappeto per esercizi a terra utilizzato in scuole, palestre e centri sportivi. Nato negli anni settanta, il materassino Bortolotto è stato perfezionato nel tempo, migliorandone resistenza e durata. Grazie alla collaborazione con tecnici e professionisti dello sport, ITATAMI ha sviluppato soluzioni mirate per l'assorbimento degli impatti e la sicurezza degli atleti. Tra le innovazioni più significative, l'uso di imbottitura certificata in agglomerato, materiale completamente riciclato e riciclabile, che supera le prestazioni del tradizionale poliuretano espanso e rappresenta un'opzione ecologica avanzata.

Dall'esperienza diretta con i maestri di Judo è nato Pleat UP, tatami pieghevole pratico e robusto, mentre con il marchio Zero Round Spirit l'azienda ha lanciato sacchi da boxe e fit boxe testati per resistere a lungo senza deformarsi. Sostenitrice della transizione ecologica, ITATAMI produce il RECYCLED AGGLO FOAM, agglomerato riciclato impiegato nei propri prodotti e che ITATAMI promuove all'uso anche in altri settori quali edilizia, arredo packaging e zootecnia. Nella filiera delle attrezzature sportive, ITATAMI spicca per qualità, innovazione tecnica e attenzione ambientale, contribuendo alla sicurezza e alla sostenibilità della pratica sportiva.



itatami.it

EN

ITATAMI is a point of reference in the production of sports equipment for protection and training in multiple disciplines. With over 50 years of experience, the company is known in Italy and worldwide for MAT GOLD, the famous mat for floor exercises used in schools, gyms, and sports centers. Born in the 70s, the Bortolotto mat has been perfected over time, improving its resistance and durability. Thanks to the collaboration with technicians and sports professionals, ITATAMI has developed targeted solutions for impact absorption and athlete safety. Among the most significant innovations is the use of certified agglomerate padding, a completely recycled and recyclable material, which exceeds the performance of traditional expanded polyurethane and represents an advanced ecological option.

From direct experience with Judo masters, Pleat UP was born, a practical and robust folding tatami, while with the Zero Round Spirit brand, the company launched boxing bags and fit boxing bags tested to resist for a long time without deforming. A supporter of the ecological transition, ITATAMI produces RECYCLED AGGLO FOAM, a recycled agglomerate used in its products and which ITATAMI promotes for use in other sectors such as construction, furniture packaging and animal husbandry. In the sports equipment supply chain, ITATAMI stands out for quality, technical innovation and environmental awareness, contributing to the safety and sustainability of sports practice.



Jaked

IT

Nel 2009, in occasione dei Campionati del Mondo di Nuoto di Roma, tutto il mondo imparò a conoscere il J01: il costume full body innovativo prodotto da Jaked che permise, soltanto in quella competizione, di infrangere ben trentasette record mondiali. Appena un anno prima, durante le Olimpiadi di Pechino, Federica Pellegrini vinse la medaglia d'oro indossando una tuta full-body firmata dall'azienda con sede a Napoli. Un esordio entusiasmante per un progetto nato proprio nel 2008 e che in pochi mesi ha imposto il suo nome tra i leader mondiali della produzione di costumi per il nuoto.

L'intuizione fu quella di sviluppare un sistema di termosaldatura dei materiali a base poliuretanica. I costumi da gara Jaked, infatti, non vengono assemblati con le cuciture tradizionali, bensì con quelle piatte: in questo modo si migliorano non solo l'attrito con l'acqua e la fluidodinamicità, ma anche la compressione muscolare (che diventa più uniforme), la vestibilità e la durabilità (soprattutto rispetto alla resistenza all'acqua e al cloro). Anche la scelta dei tessuti non è casuale: il brand (di proprietà della Miriade Spa) seleziona fibre sintetiche che si distinguono per performance e durabilità, nel rispetto degli standard fissati dalla World Aquatics. Ma l'impresa campana non guarda solo al mondo del professionismo e del nuoto: sono molteplici infatti le soluzioni di abbigliamento tecnico offerte ad amatori e appassionati (anche fuori dalla vasca), così come le linee pensate per coniugare sportività e lifestyle.



jaked.com

EN

In 2009, during the World Swimming Championships in Rome, the whole world got to know the J01: the innovative full-body swimsuit produced by Jaked that allowed, in that competition alone, as many as 37 world records to be broken. Just a year earlier, during the Beijing Olympics, Federica Pellegrini won the gold medal wearing a full-body suit made by the company based in Naples. An exciting debut for a project born in 2008 and which, in just a few months, established its name among the world leaders in the production of swimwear.

The intuition was to develop a heat-sealing system for polyurethane-based materials. Jaked racing suits, in fact, are not assembled with traditional seams, but with flat ones: in this way, not only the friction with water and fluid dynamics are improved, but also muscle compression (which becomes more uniform), fit and durability (especially with respect to resistance to water and chlorine). The choice of fabrics is also not accidental: the brand (owned by Miriade Spa) selects synthetic fibers that stand out for performance and durability, in compliance with the standards set by World Aquatics. But the Campania-based company does not only look at the world of professionalism and swimming: there are many solutions of technical clothing offered to amateurs and enthusiasts (even outside the pool), as well as lines designed to combine sportiness and lifestyle.



KASK

IT

Una realtà giovane, che dalla provincia di Bergamo ha lanciato la sfida ai grandi colossi mondiali del settore. Nata a Chiuduno (BG) nel 2004, KASK è un'azienda specializzata nella progettazione e realizzazione di caschi per svariate discipline sportive: dal ciclismo allo sci, dall'equitazione all'alpinismo. Contando su rivenditori autorizzati in tutto il continente europeo, l'impresa bergamasca ha mantenuto la sua produzione in Italia, puntando tutto sulla qualità dei suoi prodotti e su un design ricercato: due capisaldi del Made in Italy. Inoltre, fin dalla sua fondazione KASK porta avanti un costante lavoro di ricerca, che dà vita a innovazioni, migliorie e brevetti internazionali.

L'Omega Carbon, ad esempio, è un casco da gara pensato per la velocità negli sport invernali. Con una calotta completamente realizzata in fibra di carbonio, è uno dei caschi più leggeri sul mercato, a vantaggio delle performance e del comfort dell'atleta. Il design è stato studiato per ottimizzare l'aerodinamicità, a valle di un lungo lavoro di ricerca in galleria del vento. Nelle fasi di testing e sviluppo, KASK ha collaborato con atleti professionisti che hanno aiutato l'azienda a migliorare vestibilità e prestazioni dell'elmetto. Inoltre, per aumentare ulteriormente il livello di protezione dei suoi caschi, l'azienda ha creato il KASK Rotational Impact WG11 Test, che si aggiunge a tutti quelli normalmente previsti per questi dispositivi di sicurezza.



kask.com

EN

A young company that, from the province of Bergamo, has challenged the major global players in the sector. Founded in Chiuduno (BG) in 2004, KASK is a company specializing in the design and manufacture of helmets for various sports: from cycling to skiing, from horse riding to mountaineering. Relying on authorized dealers throughout the European continent, the Bergamo-based company has maintained its production in Italy, focusing on the quality of its products and a refined design: two cornerstones of Made in Italy. Furthermore, since its foundation, KASK has been carrying out constant research, which gives rise to innovations, improvements and international patents.

The Omega Carbon, for example, is a racing helmet designed for speed in winter sports. With a shell made entirely of carbon fiber, it is one of the lightest helmets on the market, to the benefit of the athlete's performance and comfort. The design has been studied to optimize aerodynamics, following a long period of research in a wind tunnel. During the testing and development phases, KASK collaborated with professional athletes who helped the company improve the helmet's fit and performance. Furthermore, to further increase the level of protection of its helmets, the company has created the KASK Rotational Impact WG11 Test, which is in addition to all those normally required for these safety devices.



K-Sport World

IT

Se oggi l'analisi dei dati è un elemento centrale nello sport agonistico, è merito anche di realtà come K-Sport World: l'impresa, nata nel 2005 in seno all'Università di Bologna, ha cambiato per sempre il modo di fare match analysis. Nel 2010 K-Sport ha infatti brevettato il primo sistema al mondo per l'analisi scientifica della prestazione sportiva dei calciatori. Un metodo che ha rivoluzionato il calcio contemporaneo, introducendo nello studio delle performance atletiche criteri matematici e oggettivi. Un successo immediato e planetario: l'azienda con sede a Pesaro vende oggi i suoi prodotti in cinque continenti e fornisce tutti i più importanti club del mondo.

Il sistema sviluppato da K-Sport parte dai dati di tracking (gli spostamenti sul terreno di gioco di pallone e giocatori) e poi li incrocia con parametri estremamente avanzati, come il coefficiente di difficoltà di un passaggio o l'efficienza tattica di un movimento. Quella che ne viene fuori è una valutazione oggettiva della prestazione dell'atleta, tanto affidabile che dalla stagione 2018/2019 questo metodo è stato scelto dalla Lega Serie A per l'assegnazione del premio MVP nel campionato più prestigioso del calcio italiano. Ecco spiegato perché oltre cinquecento club al mondo utilizzano i prodotti dell'azienda, come il K-50 Wearable Tec: il dispositivo indossabile per la raccolta dati più piccolo al mondo, ma con una altissima frequenza di campionamento. Uno strumento così efficace e poco invasivo da essere stato certificato per l'uso durante le partite ufficiali dalla FIFA e dalla World Rugby.



k-sport.tech

EN

If today data analysis is a central element in competitive sports, it is also thanks to companies like K-Sport World: the company, founded in 2005 within the University of Bologna, has forever changed the way match analysis is done. In 2010, K-Sport patented the world's first system for the scientific analysis of the athletic performance of soccer players. A method that has revolutionized contemporary soccer, introducing mathematical and objective criteria into the study of athletic performance. An immediate and global success: the Pesaro-based company now sells its products on five continents and supplies all the world's leading clubs.

The system developed by K-Sport starts from tracking data (the movements of the ball and players on the field) and then cross-references them with extremely advanced parameters, such as the difficulty coefficient of a pass or the tactical efficiency of a movement. What emerges is an objective evaluation of the athlete's performance, so reliable that since the 2018/2019 season this method has been chosen by Lega Serie A for the awarding of the MVP award in the most prestigious championship of Italian soccer. This explains why over 500 clubs worldwide use the company's products, such as the K-50 Wearable Tec: the smallest wearable device for data collection in the world, but with a very high sampling frequency. A tool so effective and non-invasive that it has been certified for use during official matches by FIFA and World Rugby.

L'Eroica



IT

L'Eroica è più di un evento ciclistico: è una celebrazione della fatica, della bellezza del gesto sportivo e del valore della memoria. Nata nel 1997 da un'idea di Giancarlo Brocci, essa ha riportato in vita lo spirito epico del ciclismo storico, valorizzando un territorio unico attraverso percorsi che si snodano sulle iconiche strade bianche. I partecipanti affrontano salite e curve del Chianti e della Val d'Orcia con biciclette d'epoca, maglie di lana e l'animo di chi cerca l'essenza dello sport. Nessuna classifica: si parte "alla francese", con road book da timbrare, ristori da gustare e una sola vera regola – arrivare in fondo con una bici che racconti una storia.

Oggi L'Eroica è un circuito internazionale di eventi che porta il suo spirito in California, Giappone, Sudafrica, Olanda, Spagna, Germania, Cuba, Dolomiti e oltre. Accanto alla manifestazione madre sono nati il Percorso Permanente de L'Eroica ed Eroica Montalcino rete di strade segnalate, pensate per un turismo lento e consapevole. Con la stessa filosofia è nata NOVA Eroica, aperta alle bici moderne, per unire tradizione e innovazione. A espandere ulteriormente l'identità del marchio è Eroica Caffè, un concept ristorativo che traduce i valori dell'Eroica in luoghi di incontro, convivialità e cultura ciclistica, dove la bellezza della fatica e il gusto dell'impresa si raccontano anche a tavola. Nella filiera degli eventi sportivi e del cicloturismo, L'Eroica è un modello originale, che fonde sport, cultura, economia circolare e paesaggio in un'esperienza autentica, sostenibile e profondamente umana.



eroica.cc

EN

L'Eroica is more than just a cycling event: it is a celebration of effort, the beauty of athletic endeavor, and the value of memory. Born in 1997 from an idea by Giancarlo Brocci, it has revived the epic spirit of historic cycling, enhancing a unique territory through routes that wind along the iconic white roads. Participants tackle the climbs and curves of Chianti and Val d'Orcia with vintage bicycles, wool jerseys, and the spirit of those seeking the essence of sport. There is no ranking: the start is "French style," with road books to stamp, refreshments to enjoy, and only one real rule – to reach the end with a bike that tells a story.

Today, L'Eroica is an international circuit of events that brings its spirit to California, Japan, South Africa, Holland, Spain, Germany, Cuba, the Dolomites, and beyond. Alongside the main event, the Permanent Route of L'Eroica and Eroica Montalcino network of signposted roads have been created, designed for slow and conscious tourism. With the same philosophy, NOVA Eroica was born, open to modern bikes, to unite tradition and innovation. Further expanding the brand's identity is Eroica Caffè, a restaurant concept that translates the values of L'Eroica into places of meeting, conviviality, and cycling culture, where the beauty of effort and the taste of enterprise are also recounted at the table. In the supply chain of sporting events and cycle tourism, L'Eroica is an original model that blends sport, culture, circular economy, and landscape into an authentic, sustainable, and profoundly human experience.



La Sportiva

IT

Nel 1928 l'artigiano Narciso Delladio realizzava stivali in legno e pelle per i boscaioli delle Dolomiti; oggi i suoi eredi portano avanti un brand che distribuisce i suoi prodotti in tantissimi Paesi nel mondo. È questa, in estrema sintesi, la storia di La Sportiva: l'azienda di Ziano di Fiemme (TN) che si è imposta nel mercato globale dell'abbigliamento e delle calzature tecniche per gli sport di montagna. Un'eccellenza del Made in Italy con punti vendita in molti Paesi del mondo (USA, Francia, Germania, Grecia, Spagna) e che veste i migliori arrampicatori del pianeta, da Marcello Bombardi a Jérémie Bonder.

Nel campo dell'abbigliamento tecnico per gli sport outdoor di alta quota, è il tasso tecnologico dei prodotti a fare la differenza. Per questo motivo La Sportiva ha sempre investito su soluzioni altamente innovative, sviluppandole o acquisendole. Le suole dei suoi stivali, per esempio, sono realizzate con le mescole FriXion: cinque diversi materiali appositamente sviluppati per bilanciare grip, rigidità e durabilità in base all'utilizzo e al terreno per il quale la calzatura è pensata. Ma La Sportiva ha anche creato la tecnologia SenseGrip, con cui sono state realizzate la mezza suola e il puntalino delle Ondra Comp: le scarpette da arrampicata sviluppate con il supporto tecnico di Adam Ondra, uno dei più grandi climbers del mondo. Il sistema brevettato dall'azienda migliora l'adattabilità della scarpetta alla parete, consentendo al piede di distendersi e di aumentare la superficie a contatto con l'appoggio.



lasportiva.com

EN

In 1928, the craftsman Narciso Delladio made wooden and leather boots for the woodsmen of the Dolomites; today his heirs carry on a brand that distributes its products in many countries around the world. This, in a nutshell, is the story of La Sportiva: the company from Ziano di Fiemme (TN) that has established itself in the global market of technical clothing and footwear for mountain sports. A Made in Italy excellence with points of sale in many countries around the world (USA, France, Germany, Greece, Spain) and that dresses the best climbers on the planet, from Marcello Bombardi to Jérémie Bonder.

In the field of technical clothing for high-altitude outdoor sports, it is the technological rate of the products that makes the difference. For this reason, La Sportiva has always invested in highly innovative solutions, developing or acquiring them. The soles of its boots, for example, are made with FriXion compounds: five different materials specially developed to balance grip, rigidity, and durability based on the use and the terrain for which the shoe is designed. But La Sportiva has also created SenseGrip technology, with which the midsole and toe cap of the Ondra Comp were made: the climbing shoes developed with the technical support of Adam Ondra, one of the greatest climbers in the world. The system patented by the company improves the adaptability of the shoe to the wall, allowing the foot to stretch and increase the surface in contact with the support.



Leitner

IT

Ogni ora, durante la stagione invernale, decine di migliaia di sportivi risalgono le piste da sci grazie agli impianti realizzati da Leitner. E oramai non più solo in inverno. L'azienda con sede a Vipiteno (BZ), infatti, dal secondo dopoguerra crea e installa impianti a fune di grandissima qualità. Una realtà apprezzata in tutto il mondo: gli impianti Leitner si trovano in Messico, Turchia, Malesia, Colombia, Georgia e ovviamente in quasi tutti i paesi europei. Un'officina nata a fine Ottocento che oggi è una importante impresa internazionale: nel 2023 il fatturato del Gruppo HTI, di cui Leitner è azienda leader, ha superato il miliardo di euro.

Soltanto nella stagione invernale 2024/2025, otto tra i principali comprensori sciistici della corona alpina hanno scelto di affidare a Leitner il rinnovamento e l'ampliamento dei propri impianti. Ma negli ultimi anni l'azienda italiana ha lavorato anche in Grecia, Polonia, Montenegro e Slovacchia. A Gourette, nota meta sciistica francese, Leitner ha rinnovato il sistema che permette di salire a quota 1.610 metri: la vecchia seggiovia a sei posti è stata sostituita da una cabinovia a dieci posti, con una capacità che arriva a duemila persone l'ora e la possibilità di trasportare anche le biciclette. Molte funivie dell'azienda italiana sono state protagoniste silenziose dei più importanti eventi sportivi del mondo: a Sarajevo, per esempio, era proprio un impianto Leitner a trasportare gli atleti dal centro cittadino alle piste da sci sul monte Trebević durante le Olimpiadi Invernali del 1984. Un impianto che dopo la guerra è stato ripristinato, diventando un simbolo della rinascita della città.



leitner.com

EN

Every hour, during the winter season, tens of thousands of sports enthusiasts go up the ski slopes thanks to the facilities built by Leitner. And no longer only in winter. The company based in Vipiteno (BZ), in fact, has been creating and installing very high quality ropeway systems since the Second World War. A reality appreciated all over the world: Leitner facilities are located in Mexico, Turkey, Malaysia, Colombia, Georgia and of course in almost all European countries. A workshop founded in the late nineteenth century that today is an important international company: in 2023 the turnover of the HTI Group, of which Leitner is a leading company, exceeded one billion euros.

In the 2024/25 winter season alone, eight of the main ski resorts in the Alpine crown have chosen to entrust Leitner with the renewal and expansion of their facilities. But in recent years, the Italian company has also worked in Greece, Poland, Montenegro and Slovakia. In Gourette, a well-known French ski resort, Leitner has renovated the system that allows people to climb to an altitude of 1,610 meters: the old 6-seater chairlift has been replaced by a 10-seater gondola lift, with a capacity of up to 2,000 people per hour and the possibility of also transporting bicycles. Many cable cars of the Italian company have been silent protagonists of the most important sporting events in the world: in Sarajevo, for example, it was a Leitner facility that transported athletes from the city center to the ski slopes on Mount Trebević during the 1984 Winter Olympics. A facility that after the war was restored, becoming a symbol of the city's rebirth.



Leone 1947

IT

Dai guantoni indossati da Duilio Loi, pugile italiano considerato tra i più forti di tutti i tempi, fino alle vittorie di campioni contemporanei come Giorgio Petrosyan e Guido Vianello, Leone 1947 è il marchio che ha accompagnato generazioni di pugili verso il successo. Indossare i prodotti Leoni significa portare addosso un pezzo di storia dello sport Made in Italy. L'azienda nasce a Milano nel 1947 dal Cavaliere Orlando Leone che, dopo anni di esperienza nel settore della pelletteria artigianale, decide di trasformare la sua passione per la boxe in un'attività imprenditoriale, diventata presto una presenza costante nel pugilato italiano e internazionale.

Guantoni da boxe, sacchi da allenamento, paratibia, caschi, paradenti e bendaggi: ogni articolo è progettato per offrire comfort, protezione e performance ottimali. Ancora oggi, gli iconici guantoni da boxe del marchio sono cuciti a mano e realizzati con pelli selezionate. Con il tempo, l'azienda ha saputo mettere la sua esperienza al servizio anche delle nuove discipline da combattimento arrivate dall'estero – muay thai, kickboxing, MMA, savate – offrendo protezioni tecniche di alta qualità e diventando una delle poche aziende in Europa in grado di coprire l'intero spettro degli sport da combattimento. Oltre all'attrezzatura sportiva, il brand Leone 1947 propone una linea di abbigliamento – shirt, felpe, pantaloni, giacche e tute – che combina funzionalità e stile, con un design che richiama l'estetica del mondo combat.



leone1947.com

EN

From the boxing gloves worn by Duilio Loi, an Italian boxer considered among the strongest of all time, to the victories of contemporary champions such as Giorgio Petrosyan and Guido Vianello, Leone 1947 is the brand that has accompanied generations of boxers towards success. Wearing Leone products means carrying a piece of Made in Italy sports history. The company was founded in Milan in 1947 by Cavaliere Orlando Leone who, after years of experience in the field of artisan leather goods, decided to transform his passion for boxing into an entrepreneurial activity, which soon became a constant presence in Italian and international boxing.

Boxing gloves, training bags, shin guards, helmets, mouthguards, and wraps: each item is designed to offer optimal comfort, protection, and performance. Even today, the brand's iconic boxing gloves are hand-stitched and made with selected leathers. Over time, the company has been able to put its experience at the service of new combat disciplines arriving from abroad – muay thai, kickboxing, MMA, savate – offering high-quality technical protections and becoming one of the few companies in Europe able to cover the entire spectrum of combat sports. In addition to sports equipment, the Leone 1947 brand offers a clothing line – shirts, sweatshirts, trousers, jackets, and tracksuits – that combines functionality and style, with a design that recalls the aesthetics of the combat world.



Limonta Sport

IT

Il prato del Santiago Bernabéu, la cattedrale madrilena del calcio mondiale, è prodotto da un'azienda italiana. Nata nel 1972, Limonta Sport è una realtà affermata in tutto il mondo, un'impresa che nel tempo si è guadagnata il riconoscimento di preferred provider sia della FIFA che della World Rugby. L'azienda con sede a Cologno al Serio (BG), in particolare, è specializzata nella produzione di manti erbosi artificiali e misti per un gran numero di sport: non solo calcio e rugby, ma anche golf, hockey, padel e tennis. Una realtà che nel tempo si è affermata come partner strategico di alcuni dei più grandi club del mondo, tra cui AC Milan, Real Madrid, Bayern Monaco, Fiorentina FC, Torino FC, Atalanta BC, AC Milan, Como 1907, Cagliari Calcio, Empoli FC, AC Monza e molti altri.

Con una filiera produttiva interna, una forte vocazione all'innovazione e una presenza consolidata sia in Italia che all'estero, l'azienda ha saputo distinguersi per affidabilità, qualità tecnica e attenzione alla sostenibilità. La gamma di prodotti in sintetico si è andata arricchendo con innovazioni sicure ed ecocompatibili quali intasi organici e naturali. Al fianco della produzione di manti in sintetico, Limonta Sport offre le innovative soluzioni ibride, un mix perfetto di erba naturale e sintetica: parliamo delle tecnologie VerdeMix e Mixto, brevetti dell'azienda bergamasca. Limonta Sport guarda al futuro con visione e responsabilità, unendo la forza dell'industria italiana con la flessibilità dell'innovazione.



limontasport.com

EN

The pitch of the Santiago Bernabéu, the Madrid cathedral of world football, is produced by an Italian company. Founded in 1972, Limonta Sport is an established reality worldwide, a company that over time has earned the recognition of preferred provider of both FIFA and World Rugby. The company based in Cologno al Serio (BG), in particular, specializes in the production of artificial and mixed turf for a large number of sports: not only football and rugby, but also golf, hockey, padel and tennis. A reality that over time has established itself as a strategic partner of some of the largest clubs in the world, including AC Milan, Real Madrid, Bayern Monaco, Fiorentina FC, Torino FC, Atalanta BC, AC Milan, Como 1907, Cagliari Calcio, Empoli FC, AC Monza and many others.

With an internal production chain, a strong vocation for innovation, and a consolidated presence both in Italy and abroad, the company has distinguished itself for reliability, technical quality, and attention to sustainability. The range of synthetic products has been enriched with safe and eco-compatible innovations such as organic and natural infills. Alongside the production of synthetic turf, Limonta Sport offers innovative hybrid solutions, a perfect mix of natural and synthetic grass: we are talking about VerdeMix and Mixto technologies, patents of the Bergamo-based company. Limonta Sport looks to the future with vision and responsibility, combining the strength of Italian industry with the flexibility of innovation.



Lotto Sport Italia

IT

L'iconico logo della doppia losanga, che rappresenta un campo da calcio e uno da tennis sovrapposti, è una presenza ricorrente nei grandi eventi sportivi internazionali, dai verdi campi in erba di Wimbledon a quelli delle notti magiche dei Mondiali e delle finali di Champions League, al fianco dei tanti campioni che hanno lanciato il marchio Lotto nel mondo. Dal 1973, anno della sua fondazione, nel cuore del distretto dello Sport System montebellunese, l'azienda ha saputo coniugare innovazione e stile italiano, diventando un riferimento nell'abbigliamento e nelle calzature sportive nel mondo. Un impegno continuo dedicato allo studio delle attività sportive e alla ricerca di prodotti innovativi che ha lasciato segni indelebili nella storia delle calzature per lo sport, con soluzioni all'avanguardia come la prima scarpa da calcio senza lacci presentata nel 2006.

Un'attività che continua anche verso nuove frontiere, come la recente proposta nel campo della sostenibilità attraverso le sneakers OOH!, prodotte in Europa con materiali italiani. Calzature che nascono dal recupero di materiali destinati allo scarto: le suole sono prodotte in Italia riciclando palle da tennis e padel esauste, mentre la tomaia è composta da una speciale fibra realizzata anch'essa in Italia e derivata dagli scarti della lavorazione delle mele. Anche lacci e soletta interna sono frutto del riciclo, ottenuti da poliestere e poliuretano rigenerati. Un progetto nato dalla collaborazione con l'Università di Padova e seguito con molta attenzione dalla Federazione Italiana Tennis e Padel.



lotto.it

EN

The iconic double-diamond logo, representing a superimposed football and tennis court, is a recurring presence at major international sporting events, from the green grass courts of Wimbledon to the magical nights of the World Cup and Champions League finals, alongside the many champions who have launched the Lotto brand worldwide. Since 1973, the year of its foundation, in the heart of the Montebelluna Sport System district, the company has combined innovation and Italian style, becoming a benchmark in sports apparel and footwear worldwide. A continuous commitment dedicated to the study of sports activities and the search for innovative products that has left indelible marks in the history of sports footwear, with cutting-edge solutions such as the first laceless football boot presented in 2006.

An activity that also continues towards new frontiers, such as the recent proposal in the field of sustainability through the OOH! sneakers, produced in Europe with Italian materials. Footwear that is born from the recovery of materials destined for waste: the soles are produced in Italy by recycling exhausted tennis and padel balls, while the upper is composed of a special fiber also made in Italy and derived from waste from apple processing. Even laces and the inner sole are the result of recycling, obtained from regenerated polyester and polyurethane. A project born from the collaboration with the University of Padua and followed with great attention by the Federazione Italiana Tennis e Padel.



Manifattura Valcismon

IT

La storia di Manifattura Valcismon inizia nel 1946, quando Olindo e Irma Cremonese avviano un'azienda per filati di lana. Nel 1972 viene realizzata la prima tuta elasticizzata per lo sci di fondo (Giordano Cremonese, subentrato ai genitori, voleva partecipare alla Marcialonga), e nel 1973 la prima linea di abbigliamento sportivo per lo sport di montagna. Oggi l'azienda con sede a Fonzaso (BL) è un colosso del settore, capace di sfornare undicimilacinquecento prototipi e tre milioni di capi l'anno, proprietario di quattro brand affermati – Sportful, Castelli, Karpos e Zoot – e presente in settantacinque Paesi del mondo con filiali in USA, Germania, Spagna, Canada, Cina e Giappone.

Castelli è un pezzo di storia del ciclismo italiano e mondiale. Il brand è stato per quindici anni fornitore tecnico per il Giro d'Italia e ha vestito molti dei più grandi ciclisti della storia: da Alfredo Binda a Francesco Moser, fino ad Abraham Olano e a Ryder Hesjedal. Legato al mondo dello sci è invece Karpos, marchio di abbigliamento sportivo che per otto anni ha vestito la Nazionale Italiana di Sci Alpino. Tra gli ambassiatori del brand ci sono alcuni tra i più importanti atleti di sport di altura, come il campione di sci alpinismo e sky running Jakob Herrmann. Sportful, storico marchio dell'azienda, è sinonimo di eccellenza nell'ambito dell'abbigliamento tecnico per il ciclismo e lo sci di fondo. Dal 2023, il gruppo ha acquisito Zoot, brand di riferimento per il triathlon a livello internazionale, ampliando ulteriormente la propria offerta nei settori degli sport endurance.



mvctransform.com

EN

The history of Manifattura Valcismon begins in 1946, when Olindo and Irma Cremonese start a company for wool yarns. In 1972, the first stretch suit for cross-country skiing is created (Giordano Cremonese, who had taken over from his parents, wanted to participate in the Marcialonga), and in 1973 the first line of sportswear for mountain sports. Today, the company based in Fonzaso (BL) is a giant in the sector, capable of producing 11,500 prototypes and three million garments a year, owner of four established brands – Sportful, Castelli, Karpos and Zoot – and present in 75 countries around the world with branches in the USA, Germany, Spain, Canada, China and Japan.

Castelli is a piece of Italian and world cycling history. The brand was the technical supplier for the Giro d'Italia for 15 years and has dressed many of the greatest cyclists in history: from Alfredo Binda to Francesco Moser, up to Abraham Olano and Ryder Hesjedal. Linked to the world of skiing is Karpos, a sports apparel brand that dressed the Italian National Alpine Ski Team for eight years. Among the brand's ambassadors are some of the most important athletes in high-altitude sports, such as ski mountaineering and sky running champion Jakob Herrmann. Sportful, the company's historic brand, is synonymous with excellence in technical apparel for cycling and cross-country skiing. In 2023, the group acquired Zoot, a leading brand for triathlon at an international level, further expanding its offering in the endurance sports sectors.



Mares

IT

Era il 1949 quando Ludovico Mares, uno dei primi a usare il fucile pneumatico per la pesca subacquea, fondò insieme ad un amico l'azienda che ancora oggi porta il suo nome. L'impresa con sede a Rapallo (GE) è una delle più importanti realtà al mondo nella produzione di attrezzature per immersioni e sport subacquei. Con una rete di distribuzione che abbraccia più di ottanta Paesi e un fatturato che nel 2023 ha superato i novanta milioni di euro, Mares si è costruita una solida credibilità internazionale nel settore grazie soprattutto alla sua attività costante di ricerca e innovazione.

Sono molteplici, infatti, i brevetti internazionali depositati dall'azienda genovese nel corso dei decenni. Nel 1979 Mares è stato uno dei primi brand al mondo a implementare le lenti graduate sulle maschere da immersione: il cliente doveva semplicemente comunicare al suo rivenditore locale il proprio difetto visivo. In seguito, ha depositato il brevetto originale Liquid Skin: silicone liquido utilizzato per la realizzazione delle maschere subacquee (più duro per la struttura e più morbido per le parti a contatto con il viso). In questo modo, il comfort migliora considerevolmente e si riduce l'affaticamento del sub durante immersioni prolungate. Oggi il catalogo dell'azienda racchiude tutto ciò di cui un sub ha bisogno: dai prodotti per lo snorkeling a quelli per immersioni ricreative e tecniche, oltre a un catalogo dedicato per l'apnea e la pesca subacquea e una linea studiata appositamente per le esigenze specifiche dei centri immersione.



mares.com

EN

It was 1949 when Ludovico Mares, one of the first to use the pneumatic speargun for underwater fishing, founded the company that still bears his name today with a friend. The company, based in Rapallo (GE), is one of the most important companies in the world in the production of equipment for diving and underwater sports. With a distribution network that spans more than 80 countries and a turnover that exceeded 90 million euros in 2023, Mares has built a solid international reputation in the sector thanks above all to its constant research and innovation activity.

In fact, the Genoese company has filed numerous international patents over the decades. In 1979, Mares was one of the first brands in the world to implement graduated lenses on diving masks: the customer simply had to communicate their visual impairment to their local retailer. Later, it filed the original Liquid Skin patent: liquid silicone used for the production of underwater masks (harder for the structure and softer for the parts in contact with the face). In this way, comfort improves considerably and the diver's fatigue is reduced during prolonged dives. Today, the company's catalog includes everything a diver needs: from products for snorkeling to those for recreational and technical diving, as well as a catalog dedicated to freediving and spearfishing and a line designed specifically for the specific needs of diving centers.



Mavel EDT

IT

Nel mondo dei motorsport elettrici, dove ogni grammo e ogni kilowatt può fare la differenza, c'è una realtà italiana che si distingue per dinamismo e orientamento all'innovazione. Il suo stesso nome è sinonimo di efficienza e prestazioni: Mavel, acronimo di "Macchine Veloci". Fondata nel 1999 a Pont-Saint-Martin, in Valle d'Aosta, l'azienda vanta collaborazioni con marchi iconici come Aston Martin e McLaren, fornendo powertrain elettrici ad alta densità di potenza e velocità.

Tra le sue innovazioni spiccano i motori LF60 e LF100, capaci di raggiungere rispettivamente 120.000 e 60.000 giri al minuto, con pesi contenuti e potenze fino a 120 kW. Soluzioni apprezzate per la loro compattezza, efficienza e capacità di operare a regimi elevati, caratteristiche fondamentali nel motorsport. Mavel ha inoltre collaborato con Energica Motor Company per sviluppare il motore EMCE, pensato per essere protagonista nel campionato mondiale MotoE: un propulsore elettrico da 126 kW a 8.500 rpm, dotato di raffreddamento a liquido e geometrie interne innovative. Con tanti brevetti internazionali, Mavel continua a spingere i confini dell'elettrificazione, offrendo soluzioni che uniscono efficienza energetica, leggerezza e prestazioni. Oggi le tecnologie Mavel sono riconosciute come un'eccellenza a livello internazionale: non a caso, il colosso automobilistico cinese NIO ha scelto Mavel come fornitore per i suoi veicoli elettrici di nuova generazione.



mavelpowertrain.com

EN

In the world of electric motorsport, where every gram and every kilowatt can make a difference, there is an Italian company that stands out for its dynamism and focus on innovation. Its very name is synonymous with efficiency and performance: Mavel, an acronym for "Macchine Veloci." Founded in 1999 in Pont-Saint-Martin, in the Aosta Valley, the company boasts collaborations with iconic brands such as Aston Martin and McLaren, providing high power and speed density electric powertrains.

Among its innovations, the LF60 and LF100 motors stand out, capable of reaching 120,000 and 60,000 revolutions per minute, respectively, with low weights and power up to 120 kW. Solutions appreciated for their compactness, efficiency, and ability to operate at high speeds, fundamental characteristics in motorsport. Mavel has also collaborated with Energica Motor Company to develop the EMCE engine, designed to be a protagonist in the MotoE world championship: a 126 kW electric motor at 8,500 rpm, equipped with liquid cooling and innovative internal geometries. With many international patents, Mavel continues to push the boundaries of electrification, offering solutions that combine energy efficiency, lightness, and performance. Today, Mavel technologies are recognized as an international excellence: it is no coincidence that the Chinese automotive giant NIO has chosen Mavel as a supplier for its new generation electric vehicles.

MBM Biliardi



IT

Qualità e design sono i pilastri su cui MBM Biliardi ha costruito il suo successo. L'azienda di Paliano (FR) è da tempo un punto di riferimento per i professionisti del tavolo verde di tutto il mondo. Un marchio che ha accompagnato per oltre mezzo secolo la storia di questa disciplina sportiva: dalla fondazione dell'azienda, passando per l'organizzazione del primo campionato mondiale svoltosi in Unione Sovietica nel 1990, fino ad arrivare all'oro mondiale di Ciro Davide Rizzo nel 2020. Negli stabilimenti MBM non nascono solo alcuni tra i migliori biliardi al mondo, ma anche stecche esclusive realizzate a mano e calcio balilla di design.

Per realizzare i suoi biliardi, MBM unisce il know-how di maestri ebanisti e artigiani tappezzieri all'innovatività di macchinari altamente tecnologici, alcuni dei quali ideati e sviluppati dall'azienda stessa in base alle proprie necessità. Tra queste, una macchina a controllo numerico progettata unicamente per rettificare e squadrare il telaio e l'ardesia del biliardo. Successivamente, il ciclo produttivo prevede che siano gli artigiani ad eseguire le lavorazioni di finitura: sagomatura e applicazione delle tappezzerie, realizzazione delle sponde, ultimazione dei dettagli estetici. Per rendere ancora più esclusivi i suoi prodotti, MBM Biliardi sceglie accuratamente i materiali da impiegare: non solo legni e metalli pregiati, ma anche gomma di altissima qualità e panni che vengono selezionati in base alla specialità di gioco per cui è pensato il tavolo.



EN

Quality and design are the pillars on which MBM Biliardi has built its success. The company from Paliano (FR) has long been a point of reference for green table professionals around the world. A brand that has accompanied the history of this sporting discipline for over half a century: from the foundation of the company, through the organization of the first world championship held in the Soviet Union in 1990, up to the world gold of Ciro Davide Rizzo in 2020. In the MBM factories, not only are some of the best billiards in the world created, but also exclusive handmade cues and designer foosball tables.

To create its billiards, MBM combines the know-how of master cabinetmakers and artisan upholsterers with the innovation of highly technological machinery, some of which are designed and developed by the company itself according to its needs. Among these is a numerically controlled machine designed solely to rectify and square the frame and slate of the billiard table. Subsequently, the production cycle requires the artisans to perform the finishing operations: shaping and application of the upholstery, creation of the rails, completion of the aesthetic details. To make its products even more exclusive, MBM Biliardi carefully chooses the materials to be used: not only precious woods and metals, but also very high quality rubber and cloths that are selected according to the game specialty for which the table is designed.



Mico Sport

IT

L'underwear incide fortemente sulla performance sportiva: compressione, termoregolazione, elasticità e traspirabilità sono parametri essenziali per l'atleta. Nata nel 1970 come azienda di calzetteria femminile, in pochi anni Mico Sport si è affermata tra le prime realtà al mondo a sviluppare calze tecniche sportive. Col tempo, poi, l'azienda con sede a Brescia ha ampliato la sua produzione e oggi è un leader europeo dell'underwear tecnico. Una scelta che ha portato Mico a diventare un riferimento per tantissimi sportivi in tutto il mondo, tanto che già nel 1993 diventa fornitrice ufficiale dello Slovenian Ski Pool e del Croatian Alpine Ski Pool. Sette anni dopo, nel 2000, arriva anche la partnership con la FISI (Federazione Italiana Sport Invernali).

Nello stabilimento bresciano dell'azienda nascono prodotti dal design curato, tanto da valere una menzione d'onore all'ADI Compasso d'Oro International Award; ma sono le tecnologie a rendere unici i capi firmati Mico. Sviluppata in collaborazione con uno sportivo di razza come Alberto Tomba, per esempio, M1 Performance è una collezione premium pensata per gli atleti più esigenti: il tessuto viene alleggerito, riducendone la stratificazione, nei punti di maggiore sudorazione a vantaggio della traspirazione, mentre viene ulteriormente elasticizzato lungo le fasce di movimento. Per migliorare la circolazione venosa e linfatica, invece, è stata creata Compression Oxi-Jet: una linea certificata dal Collegio Italiano di Flebologia per gli alti standard di compressione che riesce a garantire.



micosport.com

EN

Underwear has a strong impact on sports performance: compression, thermoregulation, elasticity, and breathability are essential parameters for the athlete. Founded in 1970 as a women's hosiery company, in just a few years Mico Sport established itself as one of the leading companies in the world to develop technical sports socks. Over time, the company based in Brescia has expanded its production and today is a European leader in technical underwear. This choice has led Mico to become a reference point for many athletes around the world, so much so that already in 1993 it became the official supplier of the Slovenian Ski Pool and the Croatian Alpine Ski Pool. Seven years later, in 2000, the partnership with FISI (Italian Winter Sports Federation) also arrived.

In the company's Brescia factory, products with a refined design are created, so much so that they earned an honorable mention at the ADI Compasso d'Oro International Award; but it is the technologies that make Mico's garments unique. Developed in collaboration with a top athlete like Alberto Tomba, for example, M1 Performance is a premium collection designed for the most demanding athletes: the fabric is lightened, reducing its layering, in areas of greater perspiration to improve breathability, while it is further elasticized along the movement bands. To improve venous and lymphatic circulation, on the other hand, Compression Oxi-Jet was created: a line certified by the Italian College of Phlebology for the high compression standards it is able to guarantee.



Microgate

IT

Le gare di falconeria, diffusissime in Medio Oriente, spesso si concludono con scarti di millesimi di secondo. Inoltre, un falco pellegrino in picchiata può superare ampiamente la velocità di 300 km/h, più di una monoposto di Formula 1. Microgate è l'unica azienda al mondo in grado di progettare e produrre strumenti per cronometrare tali competizioni. Con una seconda sede a Mahopac (USA) e una rete commerciale che copre più di trenta Paesi in cinque continenti, l'azienda di Bolzano è un marchio d'eccellenza nel panorama mondiale delle tecnologie per lo sport e porta avanti dal 1989 un lavoro di continuo perfezionamento delle tecnologie per la misurazione delle performance atletiche.

A proposito di innovazione: Microgate è l'azienda che ha inventato il primo cronometro wireless del mondo, eliminando dalle gare da sci i cavi che prima collegavano fotocellule e blocchi di partenza. Da allora ha sviluppato sistemi di cronometraggio ad altissime prestazioni per un gran numero di sport (ciclismo, nuoto, calcio, equitazione, bob, canoa e skating, solo per citarne alcuni). Così, tra i clienti dell'azienda bolzanina è possibile trovare alcune tra le più importanti federazioni sportive del mondo, oltre a moltissime squadre della Lega Serie A e della Premier League. Da trent'anni i cronometri realizzati da Microgate decidono le sorti di alcune tra le più epiche gare del mondo, come il Giro d'Italia, il Tour de France e le competizioni mondiali di sci alpino.



microgate.it

EN

Falconry competitions, very common in the Middle East, often end with differences of milliseconds. Furthermore, a peregrine falcon in a dive can easily exceed the speed of 300 km/h, more than a Formula 1 single-seater. Microgate is the only company in the world able to design and produce instruments to time such competitions. With a second office in Mahopac (USA) and a sales network that covers more than thirty countries on five continents, the Bolzano-based company is a brand of excellence in the world of sports technologies and has been carrying out continuous improvement of technologies for measuring athletic performance since 1989.

Regarding innovation: Microgate is the company that invented the world's first wireless stopwatch, eliminating the cables that previously connected photocells and starting blocks in ski races. Since then, it has developed high-performance timing systems for a large number of sports (cycling, swimming, soccer, horse riding, bobsleigh, canoeing, and skating, to name a few). Thus, among the clients of the company from Bolzano, it is possible to find some of the most important sports federations in the world, as well as many teams from Lega Serie A and the Premier League. For thirty years, the stopwatches made by Microgate have decided the fate of some of the most epic races in the world, such as the Giro d'Italia, the Tour de France, and the world alpine ski competitions.



Mine Baseball

IT

Nel 2013, caso più unico che raro nella storia, un brand europeo di mazze da baseball sbarca in MLB, la più importante lega nordamericana, e quindi mondiale, per questa disciplina. A stabilire il primato è Mine Baseball: un'azienda a conduzione familiare con sede a Zogno (BG) che vanta ottant'anni di esperienza nella lavorazione del legno. Il marchio, infatti, nasce come costola del Minelli Group e da allora ha raggiunto traguardi sorprendenti: prima la partnership con la Nazionale italiana, poi l'apertura al mercato internazionale e infine, appunto, la benedizione nella Major League, il tempio del baseball mondiale.

A rendere uniche le mazze firmate Mine è la scelta della materia prima. La decisione di creare l'azienda, infatti, nasce proprio da una lunga fase di test sui materiali: comparando legni provenienti da tutto il mondo per verificarne le performance, i fondatori si accorsero che il faggio europeo risultava migliore delle qualità solitamente impiegate oltreoceano. La decisione di scommettere su questa intuizione ha premiato l'impresa bergamasca, che seleziona il legno più pregiato tra quelli disponibili in Europa in base a venature e qualità degli alberi; il faggio viene inoltre tagliato un anno prima della lavorazione per essere verificato ed essiccato. Una catena di approvvigionamento attenta alla sostenibilità: il 100% del legno è certificato FSC per garantire un utilizzo responsabile delle risorse forestali. Il resto lo fa il know-how: impugnature brevettate e tecniche di verniciatura inedite per garantire comfort e durabilità del prodotto finito.



minebaseball.com

EN

In 2013, in a truly unique case in history, a European baseball bat brand landed in MLB, the most important North American league, and therefore worldwide, for this discipline. Establishing the record is Mine Baseball: a family-run company based in Zogno (BG) that boasts eighty years of experience in woodworking. The brand, in fact, was born as an offshoot of the Minelli Group and since then has achieved surprising milestones: first the partnership with the Italian national team, then the opening to the international market and finally, the blessing in the Major League, the temple of world baseball.

What makes Mine bats unique is the choice of raw material. The decision to create the company, in fact, stems from a long phase of testing on materials: comparing woods from all over the world to verify their performance, the founders realized that European beech was better than the qualities usually used overseas. The decision to bet on this intuition has rewarded the Bergamo-based company, which selects the most valuable wood among those available in Europe based on grain and quality of the trees; the beech is also cut one year before processing to be checked and dried. A supply chain attentive to sustainability: 100% of the wood is FSC certified to ensure responsible use of forest resources. The rest is done by know-how: patented handles and innovative painting techniques to ensure comfort and durability of the finished product.

Molise Trail ASD



IT

Molise Trail è un'esperienza ciclistica che trasforma ogni pedalata in un viaggio attraverso paesaggi autentici, storia millenaria e natura incontaminata. Pensato per gli amanti del bikepacking, propone percorsi da 200 a 400 km che si snodano lungo antichi tratturi, borghi medievali e strade sterrate immerse nel silenzio del Molise più profondo. Non è solo sport: è esplorazione, avventura e scoperta lenta di un territorio ancora poco conosciuto. I tracciati attraversano luoghi di straordinario interesse, come l'area archeologica di Altilia-Saepinum, gli altopiani di Frosolone, patria della lavorazione artigianale del ferro, e le foreste che circondano Capracotta, uno dei comuni più alti dell'Appennino. Ogni tappa invita a fermarsi e ad incontrare le comunità locali, assaporare la cucina tradizionale e a vivere l'ospitalità diffusa che caratterizza la regione.

Molise Trail promuove uno stile di viaggio sostenibile e consapevole, valorizzando il patrimonio naturale e culturale attraverso lo sport. L'evento si rivolge a chi cerca un'esperienza autentica, lontana dal turismo convenzionale, dove la bicicletta diventa mezzo per riscoprire il territorio e stimolare nuove forme di sviluppo nelle aree interne. Nella filiera degli eventi sportivi e del cicloturismo, Molise Trail si distingue come un format innovativo che coniuga avventura, promozione territoriale e rispetto dell'ambiente, offrendo un modo nuovo di vivere il ciclismo.



EN

Molise Trail is a cycling experience that transforms every pedal stroke into a journey through authentic landscapes, ancient history, and unspoiled nature. Designed for bikepacking enthusiasts, it offers routes from 200 to 400 km that wind along ancient sheep tracks, medieval villages, and dirt roads immersed in the silence of deepest Molise. It is not just sport: it is exploration, adventure, and slow discovery of a territory that is still little known. The routes cross places of extraordinary interest, such as the archaeological area of Altilia-Saepinum, the plateaus of Frosolone, home of artisanal ironwork, and the forests surrounding Capracotta, one of the highest municipalities in the Apennines. Each stage invites you to stop and meet the local communities, savor traditional cuisine, and experience the widespread hospitality that characterizes the region.

Molise Trail promotes a sustainable and conscious travel style, enhancing the natural and cultural heritage through sport. The event is aimed at those seeking an authentic experience, far from conventional tourism, where the bicycle becomes a means to rediscover the territory and stimulate new forms of development in the inland areas. In the supply chain of sporting events and cycle tourism, Molise Trail stands out as an innovative format that combines adventure, territorial promotion, and respect for the environment, offering a new way to experience cycling.



Mondo

IT

Circa il 70% dei record mondiali riconosciuti dalla World Athletics sono stati stabiliti su piste Mondo. Un dato incredibile che nasconde però una motivazione precisa: le pavimentazioni dell'azienda con sede ad Alba (CN) sono pensate per ottimizzare la performance sportiva, soprattutto nella corsa, senza ostacolare la biomeccanica dei movimenti dell'atleta. A questo va aggiunto che il brand italiano è uno dei più apprezzati e diffusi del globo per la produzione di attrezzature e superfici sportive indoor ed outdoor: basti pensare che più di duecentosessanta milioni di sportivi hanno usato almeno una volta le attrezzature dell'azienda.

Nata nel 1948, Mondo si trasforma in pochi anni e cresce fino a diventare un grande gruppo internazionale. Una realtà che nel tempo ha fornito piste di atletica per tredici edizioni dei Giochi Olimpici, che ha strutturato una rete di distribuzione in cinque continenti e che ha depositato oltre duecento brevetti. Il Comitato Olimpico di Parigi 2024, per esempio, ha scelto le piste di atletica leggera Mondo per la loro microinvasività (sono prefabbricate e facili da mettere in posa) e per le ottime performance che riescono a garantire. Proprio a Parigi l'azienda ha installato una pista green unica nel suo genere, realizzata con conchiglie riciclate provenienti dall'industria della pesca. Ma non ci sono solo le pavimentazioni per gli impianti sportivi: Mondo infatti realizza e fornisce attrezzature come i palloni, utilizzati anche a livello agonistico da numerosi club.



mondoworldwide.com

EN

Approximately 70% of the world records recognized by World Athletics have been set on Mondo tracks. An incredible figure that, however, hides a precise motivation: the surfaces of the company based in Alba (CN) are designed to optimize athletic performance, especially in running, without hindering the biomechanics of the athlete's movements. Added to this is that the Italian brand is one of the most appreciated and widespread in the world for the production of indoor and outdoor sports equipment and surfaces: just think that more than 260 million athletes have used the company's equipment at least once.

Founded in 1948, Mondo transformed itself in a few years and grew to become a large international group. A company that over time has supplied athletics tracks for 13 editions of the Olympic Games, that has structured a distribution network across five continents, and that has filed over 200 patents. The Paris 2024 Olympic Committee, for example, chose Mondo athletics tracks for their micro-invasiveness (they are prefabricated and easy to install) and for the excellent performance they can guarantee. In Paris, the company installed a unique green track, made with recycled shells from the fishing industry. But there are not only floorings for sports facilities: Mondo in fact manufactures and supplies equipment such as balls, also used at a competitive level by numerous clubs.



Montura

IT

Dalle vette alpine e delle Dolomiti alle pareti rocciose delle Cinque Terre: i prodotti Montura vestono tantissimi appassionati di sport all'aria aperta, come l'alpinismo, l'arrampicata, il trekking e il trial running. Ma l'azienda con sede a Zanè, in provincia di Vicenza, ha da tempo varcato i confini nazionali e oggi è apprezzata in tutto il mondo per il suo stile e la sua qualità Made in Italy. Ecco perché i migliori alpinisti, sciatori e arrampicatori del pianeta scelgono l'abbigliamento tecnico firmato Montura.

Nell'abbigliamento per lo sport outdoor è soprattutto il tasso tecnico a determinare la qualità dei prodotti. Questo Montura lo sa bene e da un attento lavoro di sviluppo fa nascere capi come la Magic 2.0 Jacket, la giacca comprimibile per hiking, sci alpinismo, arrampicata e trail che pesa solo 300 grammi e può essere ripiegata e riposta in un borsello. La Magic 2.0 è traspirante, impermeabile e antivento, è realizzata con tre strati di Gore-Tex e presenta tantissime soluzioni tecniche per il comfort dell'atleta. All'altezza della vita, per esempio, sono presenti elastici pretensionati, mentre il cappuccio (compatibile con i caschi da altura) ha una fascia che può essere regolata per aderire perfettamente alla testa di chi la indossa. Per garantire la sicurezza, tutte le tasche sono dotate di zip e sul tessuto sono presenti inserti rifrangenti per migliorare la visibilità.



montura.com

EN

From the Alpine peaks and the Dolomites to the rocky walls of the Cinque Terre: Montura products dress many outdoor sports enthusiasts, such as mountaineering, climbing, trekking, and trail running. But the company based in Zanè, in the province of Vicenza, has long crossed national borders and today is appreciated throughout the world for its style and its Made in Italy quality. That's why the best mountaineers, skiers, and climbers on the planet choose Montura technical clothing.

In outdoor sportswear, it is above all the technical aspect that determines the quality of the products. Montura knows this well, and thanks to careful development work, garments such as the Magic 2.0 Jacket are created, the compressible jacket for hiking, ski mountaineering, climbing, and trail running that weighs only 300 grams and can be folded and stored in a pouch. The Magic 2.0 is breathable, waterproof, and windproof, is made with three layers of Gore-Tex, and features many technical solutions for the athlete's comfort. At waist level, for example, there are pre-tensioned elastics, while the hood (compatible with high-altitude helmets) has a band that can be adjusted to perfectly fit the wearer's head. To ensure safety, all pockets are equipped with zips, and there are reflective inserts on the fabric to improve visibility.



Myrtha Pools

IT

Negli ultimi decenni, alcune tra le più prestigiose competizioni di nuoto si sono disputate nelle piscine progettate da Myrtha Pools. L'azienda, con sede a Castiglione delle Stiviere (MN), ha fornito piscine per sei edizioni dei Giochi Olimpici: Atlanta 1996, Pechino 2008, Londra 2012, Rio de Janeiro 2016, Tokyo 2020 e Parigi 2024. Proprio nella capitale francese è stato introdotto per la prima volta l'innovativo sistema Myrtha Breathe, progettato per migliorare la qualità dell'aria all'interno degli impianti. Le bolle d'aria generate nel canale di sfioro inibiscono la proliferazione batterica e catturano le clorammine, evitando la loro dispersione nell'aria. Grazie a questa tecnologia, il ricambio d'acqua necessario per garantire gli standard di sicurezza delle strutture natatorie è significativamente ridotto.

Myrtha Pools deve il suo successo anche alla capacità di sviluppare soluzioni smart: le sue piscine, infatti, sono costruite con un esclusivo sistema modulare di pannelli in acciaio inox, assemblabili in loco senza necessità di saldature o interventi murari invasivi. Una tecnologia ideale per eventi temporanei, che consente di installare, smantellare, trasportare e reinstallare le vasche in tempi rapidissimi e a costi contenuti. Questo approccio ha permesso all'azienda mantovana di affermarsi tra i leader mondiali del settore, operando in oltre settanta Paesi, con un fatturato che nel 2023 ha raggiunto la soglia dei 108 milioni di euro, maturati principalmente nei mercati internazionali.



myrthapools.com

EN

In recent decades, some of the most prestigious swimming competitions have been held in swimming pools designed by Myrtha Pools. The company, based in Castiglione delle Stiviere (MN), has provided swimming pools for six editions of the Olympic Games: Atlanta 1996, Beijing 2008, London 2012, Rio de Janeiro 2016, Tokyo 2020 and Paris 2024. In the French capital, the innovative Myrtha Breathe system was introduced for the first time, designed to improve the air quality inside the facilities. The air bubbles generated in the overflow channel inhibit bacterial proliferation and capture chloramines, preventing their dispersion into the air. Thanks to this technology, the water turnover necessary to guarantee the safety standards of swimming facilities is significantly reduced.

Myrtha Pools also owes its success to its ability to develop smart solutions: its pools, in fact, are built with an exclusive modular system of stainless steel panels, which can be assembled on site without the need for welding or invasive masonry work. This technology is ideal for temporary events, allowing the pools to be installed, dismantled, transported and reinstalled very quickly and at low cost. This approach has allowed the Mantuan company to establish itself as one of the world leaders in the sector, operating in over 70 countries, with a turnover that in 2023 reached the threshold of 108 million euros, mainly generated in international markets.



Neveplast

IT

Dai campioni di sci ai semplici appassionati, sono tantissimi gli sportivi che durante i mesi caldi si allenano sulle piste sintetiche, un'innovazione che ha permesso di slegare le discipline invernali da stagionalità e condizioni meteo. Tra i leader mondiali del settore c'è Neveplast, l'azienda di Albano Sant'Alessandro (BG) che dal 1998 progetta, realizza e vende in tutto il mondo le sue piste da sci utilizzabili tutto l'anno: dalla Cina all'America Centrale, dagli USA alla Nuova Zelanda, passando ovviamente per quasi tutti i Paesi del Vecchio Continente. L'azienda bergamasca consegna i suoi prodotti chiavi in mano e segue tutto l'iter realizzativo: dallo studio di fattibilità fino agli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria.

Tra i tanti progetti realizzati nel corso degli anni, ha avuto un'enorme eco mediatica il Copenhill, la pista che permette di sciare sulla collina artificiale di Copenaghen, in Danimarca, dotata di un termovalorizzatore alto ottantacinque metri. I manti Neveplast sono realizzati con miscele di materiale sintetico che consentono di riprodurre fedelmente la sensazione, l'attrito e la performance di una superficie nevosa naturale. La loro struttura, inoltre, permette di utilizzare la normale attrezzatura invernale senza danni. Le piste all year round di Neveplast sono anche rigenerabili, poiché una volta giunte a fine vita vengono recuperate, rilavorate e reinstallate nuovamente. Un processo circolare che le rende un'alternativa decisamente green alla neve artificiale.



neveplast.it

EN

From ski champions to simple enthusiasts, there are many athletes who train on synthetic slopes during the warm months, an innovation that has made it possible to detach winter disciplines from seasonality and weather conditions. Among the world leaders in the sector is Neveplast, the company from Albano Sant'Alessandro (BG) that since 1998 has been designing, manufacturing, and selling its year-round ski slopes all over the world: from China to Central America, from the USA to New Zealand, obviously passing through almost all the countries of the Old Continent. The Bergamo-based company delivers its products turnkey and follows the entire construction process: from the feasibility study to ordinary and extraordinary maintenance interventions.

Among the many projects carried out over the years, Copenhill, the slope that allows skiing on the artificial hill of Copenhagen, Denmark, equipped with an 85-meter-high waste-to-energy plant, has had enormous media coverage. Neveplast surfaces are made with mixtures of synthetic material that allow faithfully reproducing the sensation, friction, and performance of a natural snowy surface. Furthermore, their structure allows the use of normal winter equipment without damage. Neveplast's all year round slopes are also regenerable, since once they reach the end of their life, they are recovered, reworked, and reinstalled. A circular process that makes them a decidedly green alternative to artificial snow.



Nolangroup

IT

Prestazioni, sicurezza e comfort: questa è la promessa che da oltre cinquant'anni mantengono i caschi Nolangroup, simbolo di eccellenza italiana nel mondo pronti a conquistare tutti gli appassionati di due ruote. Indossati da campioni del calibro di Casey Stoner, Carlos Checa e Andrea Iannone, i caschi Nolan hanno scritto pagine importanti del motorsport e hanno accompagnato sul podio piloti di MotoGP, Moto2, Moto3, Superbike e Isle of Man TT Races. Nata a Brembate di Sopra (BG), l'azienda affonda le sue radici nel cuore della manifattura lombarda, dove ogni dettaglio è frutto di ricerca, tecnologia e attenzione alla qualità.

Dal 1972, Nolangroup progetta e produce interamente in Italia ed è riconosciuto come l'unico produttore italiano di caschi dotato di un processo di fabbricazione completamente integrato, dal ricevimento delle materie prime all'assemblaggio finale. I caschi Nolan sono sottoposti a rigorosi test in laboratorio, con una forte attenzione alla durabilità e al riutilizzo dei materiali: oltre a rappresentare l'eccellenza del Made in Italy, essi si contraddistinguono per il design ricercato e l'applicazione degli ultimi ritrovati in termini di innovazione. Ne sono un esempio l'ultimo nato della collezione, ovvero il modello N 120-1, il casco modulare flip-back con visiera retrattile, o le tecnologie all'avanguardia disponibili sui top di gamma del segmento dei caschi integrali, come le recenti visiere fotocromatiche ad alte prestazioni o i sensori di sicurezza e registrazione delle performance.



nolan-helmets.com

EN

Performance, safety, and comfort: this is the promise that Nolangroup helmets have kept for over fifty years, a symbol of Italian excellence in the world, ready to win over all two-wheel enthusiasts. Worn by champions of the caliber of Casey Stoner, Carlos Checa, and Andrea Iannone, Nolan helmets have written important pages of motorsport and have accompanied MotoGP, Moto2, Moto3, Superbike, and Isle of Man TT Races riders to the podium. Founded in Brembate di Sopra (BG), the company has its roots in the heart of Lombardy manufacturing, where every detail is the result of research, technology, and attention to quality.

Since 1972, Nolangroup has been designing and manufacturing entirely in Italy and is recognized as the only Italian helmet manufacturer with a fully integrated manufacturing process, from the receipt of raw materials to final assembly. Nolan helmets undergo rigorous laboratory testing, with a strong focus on durability and material reuse: in addition to representing the excellence of Made in Italy, they stand out for their refined design and the application of the latest innovations. Examples include the latest addition to the collection, the N 120-1 model, the flip-back modular helmet with retractable visor, or the cutting-edge technologies available on the top-of-the-range models in the full-face helmet segment, such as the recent high-performance photochromic visors or the safety and performance recording sensors.



No-Made Boards

IT

Dall'entroterra abruzzese, No-Made Boards cavalca l'onda della passione per il surf e lo skateboard, portando la creatività artigianale italiana in un mercato in evoluzione. Nato da un'idea di Eugenio Celli, il progetto prende forma al termine di un viaggio in Australia e si arricchisce grazie alla competenza del fratello Federico, ingegnere progettista, e alla narrazione di Federica Ciarrocchi. L'obiettivo è trasformare ogni appassionato in shaper, ovvero costruttore della propria tavola. Nasce così il DIY Wooden Surfboard Workshop, esperienza di tre giorni che si svolge a Milano, durante la quale ogni partecipante costruisce la propria tavola artigianale. Il successo del format ha portato alla creazione del DIY WSK, un kit per l'autocostruzione a casa, anche senza competenze tecniche. Le tavole, ispirate alla nautica, sono leggere ma resistenti grazie a uno scheletro interno e a una progettazione basata su software CAD.

L'uso del legno, materiale riciclabile e durevole, riflette l'impegno verso una produzione sostenibile. Questo approccio ha permesso all'azienda di essere selezionata tra le Botteghe Digitali di Banca Ifis, esempio di artigianato 4.0. Oltre alle tavole da surf, la shaping room produce skateboard e altri accessori, tutti con una forte impronta Made in Italy. Nella filiera degli sport da tavola, No-Made Boards si distingue per unire design, sostenibilità e spirito esperienziale, offrendo prodotti e percorsi creativi che mettono l'atleta al centro del processo.



nomadeboards.com

EN

From the Abruzzo hinterland, No-Made Boards rides the wave of passion for surfing and skateboarding, bringing Italian artisan creativity to an evolving market. Born from an idea of Eugenio Celli, the project takes shape at the end of a trip to Australia and is enriched thanks to the expertise of his brother Federico, a design engineer, and the narration of Federica Ciarrocchi. The goal is to transform every enthusiast into a shaper, that is, a builder of their own board. Thus was born the DIY Wooden Surfboard Workshop, a three-day experience that takes place in Milan, during which each participant builds their own handcrafted board. The success of the format has led to the creation of the DIY WSK, a kit for self-construction at home, even without technical skills. The boards, inspired by nautical design, are light but resistant thanks to an internal skeleton and a design based on CAD software.

The use of wood, a recyclable and durable material, reflects the commitment to sustainable production. This approach has allowed the company to be selected among the Botteghe Digitali of Banca Ifis, an example of artisan craftsmanship 4.0. In addition to surfboards, the shaping room produces skateboards and other accessories, all with a strong Made in Italy imprint. In the board sports supply chain, No-Made Boards stands out for combining design, sustainability, and experiential spirit, offering products and creative paths that put the athlete at the center of the process.



Ormesa

IT

Rendere lo sport accessibile a tutti, anche a chi ha una disabilità congenita o acquisita nel tempo, e non vuole rinunciare a "sentire il vento in faccia," per riprendere le parole di Carmela Cappello, madre del recordman dei centri metri Davide Fiore. Ormesa, nata nel 1980 a Foligno (PG), progetta, produce e commercializza in oltre sessanta Paesi nel mondo tecnologie assistive, destinate a migliorare la qualità della vita delle persone con disabilità e di chi se ne prende cura. Un catalogo all'interno del quale trovano spazio anche dispositivi innovativi pensati appositamente per l'attività sportiva.

Il Frame Runner di Ormesa è un dispositivo progettato per bambini e adulti con disabilità motorie e di coordinazione che consente loro di correre in modo sicuro e confortevole. Grazie al suo telaio leggero e alla struttura a tre ruote ad alta scorrevolezza, esso offre un'eccellente stabilità e un ottimo supporto: l'atleta spinge il telaio utilizzando i suoi piedi, sorretto da un sellino e da un appoggio per il torace, e lo direziona con il manubrio, progettato per essere utilizzato sia con le mani che con le braccia. Ideale per chi cerca un'attività fisica all'aperto o una soluzione di mobilità alternativa, il Frame Runner è adatto sia per allenamenti intensi che per scopi ricreativi. L'utilizzo del dispositivo firmato da Ormesa aiuta a migliorare la forma fisica, la forza muscolare, l'autostima e l'inclusione.



ormesa.com

EN

Making sport accessible to everyone, including those with congenital or acquired disabilities who do not want to give up "feeling the wind in their face," to quote Carmela Cappello, mother of 100-meter record holder Davide Fiore. Ormesa, founded in 1980 in Foligno (PG), designs, manufactures, and markets assistive technologies in over 60 countries worldwide, aimed at improving the quality of life for people with disabilities and those who care for them. Its catalog also includes innovative devices specifically designed for sports activities.

The Frame Runner by Ormesa is a device designed for children and adults with motor and coordination disabilities that allows them to run safely and comfortably. Thanks to its lightweight frame and high-smoothness three-wheel structure, it offers excellent stability and support: the athlete pushes the frame using their feet, supported by a saddle and chest support, and steers it with the handlebar, designed to be used with both hands and arms. Ideal for those seeking outdoor physical activity or an alternative mobility solution, the Frame Runner is suitable for both intense training and recreational purposes. The use of the device designed by Ormesa helps to improve physical fitness, muscle strength, self-esteem, and inclusion.



Ortholabsport

IT

Ortholabsport è la prima società italiana di ortopedia sportiva, fondata da Stefano Duchini che, dopo aver maturato una lunga esperienza nel settore ortopedico tradizionale, ha deciso di dare vita ad un centro di eccellenza nel settore ortopedico sportivo. Da sempre animato dalla passione per lo sport e dal desiderio di aiutare gli atleti a recuperare rapidamente da un infortunio o a migliorare le proprie performance, Duchini ha costruito un centro di riferimento per le squadre nazionali e internazionali di diverse discipline sportive, nonché per sportivi professionisti e amatoriali. Ortholabsport realizza plantari, protezioni e maschere in carbonio su misura anche per gli sport ad alto impatto: la prima maschera fu realizzata il calciatore nerazzurro Iván Córdoba nel 2001.

L'azienda milanese segue atleti di fama mondiale e collabora con diverse Federazioni come la FISI, la FIR, molteplici associazioni sportive come Urania Basket e Olimpia Milano, ed è consulente di numerosi club calcistici italiani e stranieri, nonché della Power Volley Milano e della Federazione Italiana Pallavolo. Ortholabsport integra la propria offerta con servizi altamente specializzati come la gait analysis, la Running Lab, un servizio dedicato alla valutazione biomeccanica della corsa, la CyclingLab, una sezione specifica per la biomeccanica applicata al ciclismo e le valutazioni posturali. Ortholabsport utilizza tecnologie all'avanguardia e innovative, garantendo alti standard di precisione e soluzioni personalizzate.



ortholabsport.it

EN

Ortholabsport is the first Italian sports orthopedics company, founded by Stefano Duchini who, after gaining extensive experience in the traditional orthopedic sector, decided to create a center of excellence in the sports orthopedic sector. Always driven by a passion for sports and the desire to help athletes recover quickly from an injury or improve their performance, Duchini has built a point of reference for national and international teams of various sports, as well as for professional and amateur athletes. Ortholabsport produces custom-made insoles, protections, and carbon masks also for high-impact sports: the first mask was made for the Inter Milan footballer Iván Córdoba in 2001.

The Milanese company supports world-renowned athletes and collaborates with various Federations such as FISI, FIR, multiple sports associations such as Urania Basket and Olimpia Milano, and is a consultant to numerous Italian and foreign football clubs, as well as Power Volley Milano and the Federazione Italiana Pallavolo. Ortholabsport integrates its offering with highly specialized services such as gait analysis, the Running Lab, a service dedicated to the biomechanical evaluation of running, the CyclingLab, a specific section for biomechanics applied to cycling, and postural assessments. Ortholabsport uses cutting-edge and innovative technologies, guaranteeing high standards of precision and customized solutions.



Padel ITA

IT

Nel cuore di Trani, in Puglia, nasce Padel ITA, un brand che ha trasformato la passione per il padel in un progetto imprenditoriale. L'azienda pugliese offre un ecosistema completo di soluzioni pensate per elevare l'esperienza in campo, a partire da una linea di racchette progettate per coniugare potenza, controllo e maneggevolezza, rivolte tanto ai professionisti quanto ai neofiti. Padel ITA, infatti, è partner tecnologico per la progettazione e produzione di racchette personalizzate destinate a brand sportivi e rivenditori.

Ma non solo: l'azienda veste gli appassionati di padel con capi di alta qualità – tessuti traspiranti, resistenti ed eco compatibili, per offrire la migliore esperienza di gioco. L'ultima collezione del brand introduce l'innovazione del Passaporto Digitale di Prodotto: gli acquirenti di capi Padel ITA possono avvicinare il proprio smartphone a una toppa contenente un chip NFT con tecnologia blockchain per poter sbloccare immediatamente la lettura di un documento digitale con le informazioni sul prodotto acquistato. Questa innovazione permette di comunicare con massima trasparenza e precisione l'autenticità del capo, le sue prestazioni tecniche, i materiali utilizzati per la sua produzione e l'impatto ambientale del ciclo di vita del prodotto. Così Padel ITA va incontro alle direttive del Regolamento Europeo per la Progettazione Eco compatibile dei Prodotti Sostenibili (ESPR) che si inserisce nell'ambito dell'Agenda di Parigi, accordo globale volto a contrastare il cambiamento climatico e a promuovere uno sviluppo sostenibile.



padelita.it

EN

In the heart of Trani, in Puglia, Padel ITA was born, a brand that has transformed the passion for padel into an entrepreneurial project. The Apulian company offers a complete ecosystem of solutions designed to elevate the experience on the court, starting with a line of rackets designed to combine power, control and handling, aimed at both professionals and beginners. Padel ITA, in fact, is a technological partner for the design and production of customized rackets for sports brands and retailers.

But not only that: the company dresses padel enthusiasts with high-quality garments – breathable, resistant and eco-compatible fabrics, to offer the best playing experience. The brand's latest collection introduces the innovation of the Digital Product Passport: buyers of Padel ITA garments can bring their smartphone close to a patch containing an NFT chip with blockchain technology to immediately unlock the reading of a digital document with information on the purchased product. This innovation allows to communicate with maximum transparency and precision the authenticity of the garment, its technical performance, the materials used for its production and the environmental impact of the product's life cycle. Thus Padel ITA meets the directives of the European Regulation for Eco-compatible Design of Sustainable Products (ESPR) which is part of the Paris Agenda, a global agreement aimed at combating climate change and promoting sustainable development.



Panatta

IT

Dietro ogni attrezzo Panatta c'è un'idea di sport che mette al centro la passione e la cultura del corpo. Fondata sessanta anni fa da Rudy Panatta, l'azienda nel tempo ha costruito un impero del fitness che parla italiano nel mondo. I grandi nomi del bodybuilding internazionale lo sanno bene: per conoscere i propri limiti, occorre uno strumento all'altezza. Le attrezzature per il fitness e per l'allenamento firmate Panatta sono sinonimo di affidabilità e, al tempo stesso, di stile. Non a caso troviamo tra i brand ambassadors globali Panatta campioni come Ronnie Coleman e Lee Haney, vincitori per ben otto volte della più importante manifestazione internazionale di culturismo, Mr. Olympia.

Panatta trasforma l'acciaio in uno strumento per la performance: nel suo stabilimento di oltre 20.000 mq ad Apiro (MC), Panatta unisce artigianalità e tecnologia all'avanguardia, con reparti automatizzati, saldatura robotizzata e verniciatura in quattro passaggi, con più di duemila combinazioni di colori e finiture. Le attrezzature sono progettate, realizzate e collaudate in Italia e ogni macchina viene testata per garantire tanti anni di efficienza. Dalle macchine isotoniche alla cardio-linea top di gamma Rossopuro, l'azienda promuove a livello mondiale un allenamento professionale nel segno del Made in Italy. Panatta inoltre è profondamente radicata nel suo territorio di origine, contribuendo al benessere e alla cultura della comunità locale.



panattasport.com

EN

Behind every Panatta machine, there is an idea of sport that puts passion and the culture of the body at the center. Founded 60 years ago by Rudy Panatta, the company has built a fitness empire over time that speaks Italian to the world. The big names in international bodybuilding know this well: to know your limits, you need a tool that measures up. Panatta fitness and training equipment is synonymous with reliability and, at the same time, style. It is no coincidence that among Panatta's global brand ambassadors we find champions such as Ronnie Coleman and Lee Haney, winners of the most important international bodybuilding event, Mr. Olympia, eight times.

Panatta transforms steel into a tool for performance: in its over 20,000 sq m plant in Apiro (MC), Panatta combines craftsmanship and cutting-edge technology, with automated departments, robotic welding, and four-step painting, with more than 2,000 combinations of colors and finishes. The equipment is designed, manufactured, and tested in Italy, and each machine is tested to guarantee many years of efficiency. From isotonic machines to the top-of-the-range Rossopuro cardio line, the company promotes professional training worldwide under the banner of Made in Italy. Panatta is also deeply rooted in its territory of origin, contributing to the well-being and culture of the local community.



Pardini Armi

IT

Quaranta medaglie olimpiche in totale grazie alle nove conquistate a Parigi 2024, un incremento rispetto alle sette guadagnate sia a Rio 2016 che a Tokyo 2020: dietro tanti successi nel tiro sportivo si nasconde il saper fare di Pardini Armi. Proprio nel corso delle ultime Olimpiadi disputate nella capitale francese, la disciplina della pistola automatica maschile ha visto gareggiare tutti gli atleti con la pistola Pardini SP RF realizzata dall'azienda di Lido di Camaiore (LU), capace di plasmare, da decenni, strumenti da competizione fatti su misura per ogni tiratore. Non solo: nella gara di pistola femminile, tutte le atlete sul podio hanno utilizzato un'arma Pardini.

Fondata nel 1976 dall'ex nazionale Giampiero Pardini, l'azienda è nata per rispondere con precisione artigianale alle esigenze degli atleti. Le attrezzature non sono semplici strumenti, ma parte di un dialogo continuo con chi le utilizza: i tecnici aziendali seguono le gare più importanti offrendo supporto in pedana, mentre gli stessi atleti, con la loro esperienza diretta, contribuiscono a perfezionare prodotti e soluzioni. Un esempio di questo scambio continuo è l'ingresso in azienda, nel 2013, del campione olimpico e ingegnere Niccolò Campriani, che coniugando rigore tecnico e sensibilità sportiva ha co-progettato la carabina GPR1, ottimizzando il meccanismo di ricarica per preservare l'assetto del tiratore. La reputazione internazionale guadagnata da Pardini sul campo le consente oggi di esportare in oltre cento Paesi nel mondo.



pardini.it

EN

Forty Olympic medals in total thanks to the nine won in Paris 2024, an increase compared to the seven earned in both Rio 2016 and Tokyo 2020: behind so many successes in sport shooting lies the know-how of Pardini Armi. Precisely during the last Olympics held in the French capital, all the athletes in the men's automatic pistol event competed with the Pardini SP RF pistol made by the company from Lido di Camaiore (LU), which has been shaping competition instruments tailored to each shooter for decades. Not only that: in the women's pistol event, all the athletes on the podium used a Pardini weapon.

Founded in 1976 by former national athlete Giampiero Pardini, the company was created to respond with artisanal precision to the needs of athletes. The equipment is not just simple tools, but part of a continuous dialogue with those who use them: the company technicians follow the most important competitions offering support on the platform, while the athletes themselves, with their direct experience, contribute to perfecting products and solutions. An example of this continuous exchange is the entry into the company, in 2013, of Olympic champion and engineer Niccolò Campriani, who, combining technical rigor and sporting sensitivity, co-designed the GPR1 rifle, optimizing the reloading mechanism to preserve the shooter's position. The international reputation earned by Pardini on the field allows it today to export to over 100 countries worldwide.



Perfetta

IT

Perfetta è il cuore pulsante della produzione mondiale di bocce da competizione, un punto di riferimento per campioni di tutto il mondo che scelgono l'eccellenza del Made in Italy. Nata a Berra, in provincia di Ferrara, l'azienda è stata rilevata nel 1995 da Andrea Varzella, che ha trasformato una realtà rivolta all'estero in un laboratorio di innovazione e design. Oggi, al suo fianco, lavora la figlia Federica Varzella, insieme al marito Raffaele Calderoni e a una squadra compatta e appassionata.

Ogni anno Perfetta produce fino a sessantamila bocce, veri capolavori di tecnica e precisione che possono essere realizzati in vari colori e misure, consentendo ad ogni sportivo – professionista e non – di personalizzare il prodotto a seconda delle proprie esigenze. Ogni esemplare è un pezzo unico, che nasce da resina termoindurente modellata in emisferi che racchiudono un cuore compatto, lavorato e rettificato per garantire il massimo controllo su ogni superficie. La produzione è divisa tra una linea standard e una personalizzata, sviluppata in collaborazione con i migliori atleti internazionali. Sponsor tecnico della Federazione Italiana Bocce, Perfetta propone modelli dai nomi evocativi come Sky, Vision, Phantom e Stratos, affiancati dalla linea di abbigliamento tecnico 991 Sport. La qualità della produzione, unita alla consolidata esperienza trentennale, ha reso il marchio Perfetta ben riconoscibile come leader del settore in Italia e all'estero.



perfetta.it

EN

Perfetta is the beating heart of the world's production of competition bocce balls, a point of reference for champions from all over the world who choose the excellence of Made in Italy. Founded in Berra, in the province of Ferrara, the company was taken over in 1995 by Andrea Varzella, who transformed a reality aimed at foreign countries into a laboratory of innovation and design. Today, his daughter Federica Varzella works alongside him, together with her husband Raffaele Calderoni and a close-knit and passionate team.

Each year, Perfetta produces up to 60,000 bocce balls, true masterpieces of technique and precision that can be made in various colors and sizes, allowing each athlete – professional and amateur – to customize the product according to their needs. Each specimen is a unique piece, born from thermosetting resin molded into hemispheres that enclose a compact core, machined and rectified to ensure maximum control on any surface. Production is divided between a standard and a customized line, developed in collaboration with the best international athletes. Technical sponsor of the Italian Bocce Federation, Perfetta offers models with evocative names such as Sky, Vision, Phantom and Stratos, alongside the 991 Sport line of technical clothing. The quality of production, combined with consolidated thirty years of experience, has made the Perfetta brand well recognizable as a leader in the sector in Italy and abroad.



Persico Marine

IT

Il tricolore italiano seguito dalla scritta a caratteri bianchi su campo rosso: il simbolo di Luna Rossa è un'icona della vela mondiale, protagonista indiscusso delle America's Cup dal 1999 ad oggi. Un sogno che Prada e Pirelli hanno realizzato anche grazie all'incredibile know-how di Persico Marine, l'impresa a conduzione familiare che realizza alcune tra le migliori barche a vela del mondo. Gli yacht da competizione che prendono forma nei cantieri dell'azienda di Nembro (BG) sono gioielli che uniscono tecnologie innovative e manifattura specializzata. Pezzi unici, realizzati su misura da una realtà internazionale con sedi non solo in Italia, ma anche negli USA, in Cina, in Germania e in Messico.

Il più avveniristico dei progetti firmati Persico Marine è sicuramente la SP80, la barca progettata e realizzata appositamente per stabilire il record mondiale di velocità a vela. Si tratta di un'imbarcazione unica nel suo genere, con uno scafo dal design sorprendente, che si compone di un corpo centrale e due chiglie laterali. Con 10,5 metri di lunghezza e 7,50 di larghezza, la SP80 è spinta da un aquilone con una superficie che va dai 20 ai 50 mq. La barca è pensata per raggiungere una velocità di 80 nodi (circa 150 km/h), può essere governata da due piloti e dispone di misure di sicurezza derivate direttamente da quelle utilizzate per i jet militari: un dardo in fibra di carbonio sviluppato per raggiungere traguardi sportivi che fino a pochi anni fa non erano neanche immaginabili.



persicomarine.com

EN

The Italian tricolor followed by the words in white letters on a red background: the symbol of Luna Rossa is an icon of world sailing, an undisputed protagonist of the America's Cup from 1999 to today. A dream that Prada and Pirelli have realized also thanks to the incredible know-how of Persico Marine, the family-run company that creates some of the best sailing boats in the world. The competition yachts that take shape in the shipyards of the company of Nembro (BG) are jewels that combine innovative technologies and specialized manufacturing. Unique pieces, custom-made by an international company with offices not only in Italy, but also in the USA, China, Germany and Mexico.

The most futuristic of the projects signed by Persico Marine is certainly the SP80, the boat designed and built specifically to set the world sailing speed record. It is a unique boat of its kind, with a hull with a surprising design, which consists of a central body and two lateral keels. With 10.5 meters in length and 7.50 in width, the SP80 is powered by a kite with a surface area ranging from 20 to 50 square meters. The boat is designed to reach a speed of 80 knots (approximately 150 km/h), can be steered by two pilots and has safety measures derived directly from those used for military jets: a carbon fiber dart developed to achieve sporting goals that until a few years ago were not even imaginable.



IT

Fondata nel 1872 da Giovanni Battista Pirelli, l'azienda milanese che porta il suo nome è una delle realtà industriali italiane più longeve e conosciute a livello mondiale. Fin dall'inizio impegnata nella produzione di articoli in gomma, Pirelli si è poi specializzata nella produzione di pneumatici, affermandosi così come sinonimo di eccellenza e design all'avanguardia in tutto il mondo.

L'azienda vanta un brand iconico che alimenta anche attraverso sponsorizzazioni sportive, come quelle della FISI, di Luna Rossa Prada Pirelli e dell'Inter, di cui è global tyre partner oltre a esserne stata sponsor di maglia per venticinque anni. Ma è soprattutto l'impegno nel motorsport, avviato nel 1907 con la Parigi-Pechino, e che oggi la vede presente in oltre 350 competizioni motoristiche, a consacrarla come icona globale. Sul palcoscenico più importante, quello della Formula 1, il suo ritorno risale al 2011 con le gomme da 13 pollici, oggi evolute in quelle da 18. L'impegno di Pirelli in Formula 1 – di cui è fornitore unico almeno fino al 2027 – testimonia leadership tecnica e visione strategica: fare della massima competizione automobilistica un banco di prova per tecnologie avanzate per migliorare la sicurezza e le prestazioni delle auto di tutti i giorni. La stessa filosofia riguarda le altre categorie a quattro ruote, fra cui rally e competizioni GT, ma anche quelle a due ruote: sia a motore, come il Mondiale Superbike e la MotoGP dal 2027, sia ciclistiche, dove Pirelli collabora con i principali team e atleti al mondo, per sostenerli nelle competizioni e per mettere a frutto la loro esperienza nel definire i prodotti migliori.



EN

Founded in 1872 by Giovanni Battista Pirelli, the Milanese company that bears his name is one of the longest-lived and most well-known Italian industrial enterprises worldwide. From the outset committed to the production of rubber articles, Pirelli then specialized in the production of tires, thus establishing itself as a synonym for excellence and cutting-edge design throughout the world.

The company boasts an iconic brand that it also promotes through sports sponsorships, such as those of FISI, Luna Rossa Prada Pirelli, and Inter, of which it is a global tire partner, in addition to having been its shirt sponsor for 25 years. But it is above all the commitment to motorsport, which began in 1907 with the Paris-Beijing race, and which today sees it present in over 350 motorsport competitions, that consecrates it as a global icon. On the most important stage, that of Formula 1, its return dates back to 2011 with the 13-inch tires, now evolved into the 18-inch ones. Pirelli's commitment to Formula 1 – of which it is the sole supplier at least until 2027 – demonstrates technical leadership and strategic vision: to make the premier motorsport competition a testing ground for advanced technologies to improve the safety and performance of everyday cars. The same philosophy applies to the other four-wheel categories, including rally and GT competitions, but also to the two-wheel categories: both motorized, such as the Superbike World Championship and MotoGP from 2027, and cycling, where Pirelli collaborates with the main teams and athletes in the world, to support them in competitions and to capitalize on their experience in defining the best products.



Politecnico di Milano

IT

Per il Politecnico di Milano lo sport è sia tecnologia per l'umanità, inteso come elemento centrale per la crescita e la formazione della persona, sia tema trasversale nelle attività di ricerca scientifica e parte integrante dell'offerta didattica. La ricerca, dall'ingegneria dei materiali avanzati alle tecnologie indossabili, dalla biomeccanica alla progettazione di strutture innovative e funzionali, è condotta nei laboratori dell'ateneo. Due esempi su tutti: lo Human Performance Lab e la Galleria del Vento. Il primo valuta la performance sportiva, studia l'ergonomia di protesi e ausili in contesto sportivo e la biomeccanica del movimento; nella seconda vengono eseguite prove da atleti e campioni in svariati sport, dal ciclismo e motociclismo al pattinaggio su ghiaccio, slittino e sci.

Nell'offerta formativa dell'ateneo è presente un percorso di Laurea Magistrale in Sports Engineering, oltre ad alcuni master di specializzazione, tra cui il Master Internazionale in Sport Design and Management, in collaborazione con CONI, ICS, Lega Serie A e FIGC. L'impegno dell'ateneo è massimo anche nel sostegno a studenti atleti, grazie alle borse per meriti sportivi e al programma dual career, che consente di conciliare studio e attività agonistica. Questa ampia visione include anche una ricca offerta sportiva nelle strutture gestite dall'ateneo e un forte investimento in infrastrutture, tra cui l'iconico progetto di recupero di uno dei due Gasometri nell'area milanese di Bovisa, in corso di realizzazione.



EN

For the Politecnico di Milano, sport is both technology for humanity, understood as a central element for the growth and development of the person, and a cross-cutting theme in scientific research activities and an integral part of the educational offer. Research, from advanced materials engineering to wearable technologies, from biomechanics to the design of innovative and functional structures, is conducted in the university's laboratories. Two examples above all: the Human Performance Lab and the Wind Tunnel. The first evaluates sports performance, studies the ergonomics of prostheses and aids in a sports context, and the biomechanics of movement; in the second, tests are carried out by athletes and champions in various sports, from cycling and motorcycling to ice skating, sledding, and skiing.

The university's educational offer includes a Master's Degree program in Sports Engineering, as well as several specialization masters, including the International Master in Sport Design and Management, in collaboration with CONI, ICS, Lega Serie A, and FIGC. The university is also highly committed to supporting student-athletes, thanks to scholarships for sports merits and the dual career program, which allows students to reconcile their studies and competitive activities. This broad vision also includes a rich sports offer in the facilities managed by the university and a strong investment in infrastructure, including the iconic project to recover one of the two Gasometers in the Milanese area of Bovisa, which is currently underway.



Q36.5

IT

Q36.5 è nata con un obiettivo molto chiaro: migliorare le performance dei ciclisti, ingegnerizzandone l'abbigliamento tecnico. I capi dell'azienda con sede a Bolzano, infatti, sono pensati per mantenere la temperatura corporea degli atleti a livello ottimale, esattamente 36,5 °C, a prescindere dalle condizioni climatiche esterne e dall'intensità dello sforzo fisico. L'impresa è nata in Svizzera, ma ha poi scelto di trasferirsi e radicarsi in Italia, investendo nel territorio dell'Alto Adige e affermandosi in tutto il mondo: non solo in Europa, ma anche in Nord America e in diversi Paesi dell'Asia e del Pacifico.

Per Q36.5 la parola d'ordine è innovazione: tutti i capi, ad esempio, sono realizzati con tessuti proprietari appositamente sviluppati e ad uso esclusivo dell'azienda. La filiera produttiva è sottoposta a controllo rigoroso ed è orgogliosamente Made in Italy: la materia prima è fornita da partner nazionali e la lavorazione viene effettuata a mano a non più di 350 km dalla sede. Prodotti come le scarpe Unique Pro incarnano perfettamente la filosofia di Q36.5: per garantire una maggiore stabilità, queste calzature hanno una delle suole più basse al mondo. A questa miglioria si aggiunge anche un'attenta scelta dei materiali: tutta la lunghezza della suola, infatti, è realizzata in carbonio, compresa la sezione che avvolge il tallone. Le innovazioni introdotte da Q36.5 sono testate in collaborazione con i principali istituti di ricerca europei; l'azienda ha inoltre sviluppato un proprio sistema di sensoristica per il body-mapping in fase di test.



q36-5.com

EN

Q36.5 was born with a very clear objective: to improve the performance of cyclists by engineering their technical clothing. The garments of the company based in Bolzano, in fact, are designed to maintain the body temperature of athletes at an optimal level, exactly 36.5 °C, regardless of external climatic conditions and the intensity of physical exertion. The company was founded in Switzerland, but then chose to move and establish itself in Italy, investing in the territory of Alto Adige and establishing itself throughout the world: not only in Europe, but also in North America and in various countries of Asia and the Pacific.

For Q36.5, the watchword is innovation: all garments, for example, are made with proprietary fabrics specifically developed and for the exclusive use of the company. The production chain is subjected to rigorous control and is proudly Made in Italy: the raw material is supplied by national partners and the processing is carried out by hand no more than 350 km from the headquarters. Products such as the Unique Pro shoes perfectly embody the philosophy of Q36.5: to ensure greater stability, these shoes have one of the lowest soles in the world. Added to this improvement is also a careful choice of materials: the entire length of the sole, in fact, is made of carbon, including the section that wraps around the heel. The innovations introduced by Q36.5 are tested in collaboration with leading European research institutes; the company has also developed its own sensor system for body-mapping during testing.



Retificio La Rete

IT

Uno degli elementi più affascinanti dell'artigianato italiano è la capacità di riversare competenze antiche in nuovi mercati e settori. È proprio da questa attitudine che nasce il Retificio La Rete, impresa fondata nel 1983 da Elio Agnesi e Fiorello Turla a Monte Isola (BS), sul lago d'Iseo. In un luogo da sempre legato alla produzione di reti da pesca, l'azienda ha trasformato un sapere tradizionale in innovazione, applicandolo agli impianti sportivi e ai sistemi di sicurezza.

L'azienda ha prodotto in un primo momento amache e reti per lo sport; in seguito si è dedicata anche a reti di protezione per cantieri, piste da sci e stadi. La sede sull'isola, forte di venti dipendenti, ha spinto La Rete a specializzarsi ulteriormente, dotandosi di un impianto prove tra i più avanzati in Europa per testare le tecnologie anticaduta. Oggi l'azienda è presente in impianti sportivi di ogni tipo, con soluzioni come le reti a maglia esagonale colorata e reti sponsorizzate per volley e tennis. Realizzazioni che nel tempo sono state scelte dai più grandi stadi italiani: dall'Olimpico di Roma allo Juventus Stadium di Torino, fino al Maradona di Napoli. Per soddisfare le esigenze di un mercato in evoluzione, l'azienda ha lavorato sui materiali utilizzati e sulla personalizzazione del prodotto, che mantiene così tratti di sartorialità e unicità. L'impresa è parte viva del racconto di Monte Isola, tra i Borghi più Belli d'Italia, di cui Fiorello Turla è stato anche il sindaco.



laretesrl.it

EN

One of the most fascinating elements of Italian craftsmanship is the ability to pour ancient skills into new markets and sectors. It is precisely from this attitude that Retificio La Rete was born, a company founded in 1983 by Elio Agnesi and Fiorello Turla in Monte Isola (BS), on Lake Iseo. In a place that has always been linked to the production of fishing nets, the company has transformed traditional knowledge into innovation, applying it to sports facilities and safety systems.

Initially, the company produced hammocks and nets for sports; later, it also dedicated itself to protective nets for construction sites, ski slopes, and stadiums. The headquarters on the island, with its twenty employees, has driven La Rete to further specialize, equipping itself with one of the most advanced testing facilities in Europe to test fall arrest technologies. Today, the company is present in sports facilities of all types, with solutions such as colored hexagonal mesh nets and sponsored nets for volleyball and tennis. These creations have been chosen over time by the largest Italian stadiums: from the Olimpico in Rome to the Juventus Stadium in Turin, up to the Maradona in Naples. To meet the needs of an evolving market, the company has worked on the materials used and the customization of the product, which thus maintains traits of tailoring and uniqueness. The company is a living part of the story of Monte Isola, one of the most beautiful villages in Italy, of which Fiorello Turla was also the mayor.



Scapin Bamboo Rods

IT

Il fruscio dell'acqua, i suoni della natura e una canna da pesca che vibra, tesa come la corda di un'arpa: è qui che nasce l'arte di Edoardo Scapin, artigiano che racconta le sue creazioni paragonandole ad uno spartito musicale. Infatti le canne da pesca della sua Scapin Bamboo Rods sono un connubio di armonia, equilibrio e proporzioni, per ottenere le migliori prestazioni possibili. Appena diciottenne, Edoardo si innamora della pesca a mosca e nel 1992, in controtendenza rispetto alla moda delle canne in grafite, costruisce la sua prima canna in bamboo di Tonkino, un materiale antico, vivo, capace di restituire alla pesca una dimensione quasi spirituale.

Dopo aver realizzato un centinaio di canne da pesca, Edoardo Scapin apre la sua azienda nella provincia di Padova, a San Giorgio Delle Pertiche, dove è nato e cresciuto, nella regione – il Veneto – che gli ha dato modo di sperimentare le sue produzioni grazie ai numerosi fiumi che la attraversano. Oggi le sue creazioni sono apprezzate in tutto il mondo e rappresentano una rara eccellenza italiana. I tratti distintivi? Sicuramente i suoi progetti, i vari modelli che rispecchiano le moderne tecniche di lancio nella pesca a mosca. I porta-mulinelli in acciaio inox lucidato, progettati da Edoardo, sono altri elementi caratteristici, insieme alle varie finiture proposte, per le quali il maestro riesce sempre a trovare il giusto compromesso tra funzionalità ed eleganza. Ogni canna è un pezzo unico, anche grazie alla ricerca continua di combinazioni cromatiche che rispettino lo spirito dell'oggetto e della persona che lo utilizzerà.



scapinbamboorods.com

EN

The rustling of water, the sounds of nature, and a fishing rod that vibrates, taut as the string of a harp: it is here that the art of Edoardo Scapin is born, an artisan who describes his creations by comparing them to a musical score. In fact, the fishing rods of his Scapin Bamboo Rods are a combination of harmony, balance, and proportions, to obtain the best possible performance. Just eighteen years old, Edoardo falls in love with fly fishing and in 1992, in contrast to the fashion of graphite rods, he builds his first Tonkin bamboo rod, an ancient, living material, capable of restoring an almost spiritual dimension to fishing.

After making about a hundred fishing rods, Edoardo Scapin opens his company in the province of Padua, in San Giorgio Delle Pertiche, where he was born and raised, in the region – Veneto – which allowed him to experiment with his products thanks to the numerous rivers that cross it. Today his creations are appreciated all over the world and represent a rare Italian excellence. The distinctive features? Certainly his designs, the various models that reflect modern casting techniques in fly fishing. The polished stainless steel reel seats, designed by Edoardo, are other characteristic elements, together with the various finishes offered, for which the master always manages to find the right compromise between functionality and elegance. Each rod is a unique piece, also thanks to the continuous research of chromatic combinations that respect the spirit of the object and the person who will use it.



Selle Royal Group

IT

Selle Royal Group reinventa il comfort del ciclismo da quasi settant'anni, portando nel mondo la qualità e l'ingegno del design italiano. Un'azienda nata per migliorare la vita dei ciclisti e oggi riconosciuta a livello globale, grazie a un ecosistema di marchi che parlano a tutte le anime delle due ruote. L'innovazione guida ogni scelta, dalla progettazione di soluzioni ergonomiche come la linea E-Comfort, pensata per le e-bike e le lunghe percorrenze, all'utilizzo di materiali eco-compatibili che uniscono prestazione e rispetto per l'ambiente. La sostenibilità è una scelta quotidiana che accompagna il percorso dell'azienda, affiancata da un impegno concreto sul piano sociale e ambientale.

Selle Royal Group è oggi una realtà multibrand capace di interpretare ogni stile: Selle Royal, sinonimo di comfort per il ciclismo urbano e da turismo; Fizik, dedicato a chi cerca prestazioni elevate; Brooks England, icona di eleganza artigianale dal fascino intramontabile; Crankbrothers, riferimento per il mondo MTB; PEdALED, abbigliamento tecnico ispirato all'esplorazione su due ruote; Pannier, punto di riferimento per chi vive il bikepacking come filosofia di viaggio. L'azienda investe in ricerca e sviluppo per offrire prodotti sempre più innovativi e sostenibili, collaborando con esperti del settore e ciclisti professionisti per garantire il massimo delle prestazioni e del comfort. In questo modo Selle Royal Group è in grado di sviluppare prodotti che non solo soddisfano, ma superano le aspettative dei ciclisti, contribuendo a migliorare l'esperienza complessiva del ciclismo.



selleroyalgroup.com

EN

Selle Royal Group has been reinventing cycling comfort for almost seventy years, bringing the quality and ingenuity of Italian design to the world. A company created to improve the lives of cyclists and now recognised globally, thanks to an ecosystem of brands that speak to all two-wheeled souls. Innovation guides every choice, from the design of ergonomic solutions such as the E-Comfort line, designed for e-bikes and long distances, to the use of eco-compatible materials that combine performance and respect for the environment. Sustainability is a daily choice that accompanies the company's path, alongside a concrete commitment on a social and environmental level.

Selle Royal Group is today a multi-brand reality capable of interpreting every style: Selle Royal, synonymous with comfort for urban and touring cycling; Fizik, dedicated to those seeking high performance; Brooks England, an icon of artisanal elegance with timeless charm; Crankbrothers, a reference for the MTB world; PEdALED, technical clothing inspired by exploration on two wheels; Pannier, a point of reference for those who experience bikepacking as a travel philosophy. The company invests in research and development to offer increasingly innovative and sustainable products, collaborating with industry experts and professional cyclists to ensure maximum performance and comfort. In this way, Selle Royal Group is able to develop products that not only meet but exceed the expectations of cyclists, helping to improve the overall cycling experience.



Selle SMP

IT

Selle SMP è l'espressione viva di una storia di famiglia, passione e innovazione al servizio di chi sceglie ogni giorno di muoversi su due ruote. Fondata da Martino Schiavon nel 1947 in una soffitta di Padova, Selle SMP è un'azienda familiare che ha rivoluzionato il concetto di sella per bicicletta, diventando leader mondiale nella produzione di selle ergonomiche di alta gamma. Dalla scomparsa del fondatore nel 2006, l'azienda è guidata dai figli Franco e Maurizio, affiancati oggi anche dai nipoti Martina, Nicolò e Jacopo che rappresentano la nuova generazione dell'impresa.

Selle SMP mantiene la produzione in Italia, nel cuore del Veneto, dove si concentrano tutte le fasi di lavorazione, nel solco della qualità artigianale e della valorizzazione del territorio. Le selle, distribuite in oltre sessantacinque Paesi, sono apprezzate da ciclisti di ogni livello, grazie ad un design brevettato che si adatta all'anatomia, riduce la pressione nelle zone sensibili e migliora la circolazione. L'azienda ha saputo evolversi con il settore restando tuttavia fedele alla propria identità: unire innovazione e tradizione per offrire prodotti che migliorano il benessere e la performance. Ergonomia, sostenibilità e attenzione al dettaglio fanno di Selle SMP un simbolo del Made in Italy nel mondo del ciclismo.



sellesmp.com

EN

Selle SMP is the living expression of a family history, passion, and innovation at the service of those who choose to move on two wheels every day. Founded by Martino Schiavon in 1947 in an attic in Padua, Selle SMP is a family business that has revolutionized the concept of bicycle saddles, becoming a world leader in the production of high-end ergonomic saddles. Since the founder's death in 2006, the company has been led by his sons Franco and Maurizio, now also joined by his grandchildren Martina, Nicolò and Jacopo, who represent the new generation of the company.

Selle SMP maintains production in Italy, in the heart of Veneto, where all stages of processing are concentrated, following the path of artisanal quality and enhancement of the territory. The saddles, distributed in over 65 countries, are appreciated by cyclists of all levels, thanks to a patented design that adapts to the anatomy, reduces pressure in sensitive areas, and improves circulation. The company has evolved with the sector while remaining faithful to its identity: combining innovation and tradition to offer products that improve well-being and performance. Ergonomics, sustainability, and attention to detail make Selle SMP a symbol of Made in Italy in the world of cycling.



Shalf Group

IT

Shalf Group sviluppa soluzioni avanzate per migliorare la qualità del movimento e il benessere quotidiano, applicando tecnologia e design al mondo delle calzature e dell'abbigliamento sportivo e lifestyle. Specializzata in multisport, l'azienda di Teramo investe nella ricerca di materiali innovativi e sistemi funzionali, con attenzione a qualità, sostenibilità e comfort.

La tecnologia ProDynamic della balancing shoe BBACK è progettata per favorire il rotolamento del passo e riattivare la muscolatura migliorando equilibrio e postura. Il plantare anatomico sostiene l'arco plantare, riduce le pressioni sul piede e favorisce il ritorno venoso. A supporto, l'inserto Inner Gravity Diapason Assist in fibra composita di carbonio e materiali sinterizzati redistribuisce le forze e assiste la propulsione, senza irrigidire il piede. Il sistema contribuisce a ridurre lo stress muscolare su polpaccio e gamba, offrendo maggiore stabilità e comfort nei movimenti. Completano il sistema le solette ProDynamic Plantar Insole, che potenziano l'efficacia della calzatura. Pensate per atleti – prima e dopo la performance – e per chiunque desideri camminare meglio e più a lungo, le soluzioni di Shalf Group uniscono tecnologia e benessere per ogni tipo di passo.



shalfgroup.com

EN

Shalf Group develops advanced solutions to improve the quality of movement and daily well-being, applying technology and design to the world of footwear and sportswear and lifestyle apparel. Specializing in multisport, the Teramo-based company invests in the research of innovative materials and functional systems, with attention to quality, sustainability, and comfort.

The ProDynamic technology of the BBACK balancing shoe is designed to promote the rolling of the step and reactivate the muscles, improving balance and posture. The anatomical footbed supports the arch of the foot, reduces pressure on the foot, and promotes venous return. To support this, the Inner Gravity Diapason Assist insert in composite carbon fiber and sintered materials redistributes forces and assists propulsion, without stiffening the foot. The system helps reduce muscle stress on the calf and leg, offering greater stability and comfort in movements. The ProDynamic Plantar Insole completes the system, enhancing the effectiveness of the shoe. Designed for athletes – before and after performance – and for anyone who wants to walk better and longer, Shalf Group's solutions combine technology and well-being for every type of step.



Sicily Divide

IT

Pedalare lungo il Sicily Divide non è solo un viaggio in bicicletta: è un'immersione nell'anima più autentica della Sicilia. Questo itinerario cicloturistico permanente attraversa l'isola da Trapani a Catania per circa quattrocentosessanta chilometri, toccando quarantotto borghi spesso esclusi dai circuiti turistici tradizionali. Nato nel 2020, il progetto ha saputo coniugare sport, sostenibilità e sviluppo locale.

Attraverso sette tappe, i ciclisti esplorano paesaggi rurali, città d'arte e comunità accoglienti, contribuendo a rivitalizzare aree interne soggette a spopolamento. Percorribile in gravel, mountain bike o bici da corsa, Sicily Divide ha generato un indotto economico importante, sostenendo piccole strutture ricettive e attività locali. L'iniziativa ha ricevuto riconoscimenti significativi, tra cui il secondo posto agli Oscar del Cicloturismo 2023 e l'inclusione nella lista delle "52 destinazioni da non perdere" del "New York Times" per il 2025. Questo successo internazionale testimonia l'efficacia di un modello di turismo lento e consapevole, capace di valorizzare il patrimonio culturale e naturale dell'isola. Con Sicily Divide, lo sport diventa motore di scoperta e coesione sociale, offrendo ai ciclisti un'esperienza unica e alle comunità locali nuove opportunità di crescita sostenibile. All'itinerario originale si aggiunge una rete di percorsi cicloturistici per consentire ad ogni appassionato di vivere avventure diverse e fare nuove scoperte attraverso il territorio siciliano. Sono oltre dodicimila i ciclisti che ogni anno scelgono uno dei sette itinerari permanenti di Sicily Divide.



sicilydivide.it

EN

Cycling along the Sicily Divide is not just a bicycle trip: it's an immersion into the most authentic soul of Sicily. This permanent cycle-tourist itinerary crosses the island from Trapani to Catania for about 460 km, touching 48 villages often excluded from traditional tourist circuits. Founded in 2020, the project has been able to combine sport, sustainability, and local development.

Through seven stages, cyclists explore rural landscapes, cities of art, and welcoming communities, helping to revitalize inland areas subject to depopulation. Suitable for gravel, mountain bike, or racing bike, Sicily Divide has generated a significant economic impact, supporting small accommodations and local businesses. The initiative has received significant recognition, including second place at the Italian Green Road Award 2023 and inclusion in the *New York Times*' list of "52 places to go" for 2025. This international success testifies to the effectiveness of a model of slow and conscious tourism, capable of enhancing the cultural and natural heritage of the island. With Sicily Divide, sport becomes an engine of discovery and social cohesion, offering cyclists a unique experience and local communities new opportunities for sustainable growth. Added to the original itinerary is a network of cycle-tourist routes to allow every enthusiast to experience different adventures and make new discoveries through the Sicilian territory. There are over 12,000 cyclists who choose one of the seven permanent itineraries of Sicily Divide every year.



SPM Sport

IT

Dalla passione per lo sci alpino del fondatore Gianpiero Berutti, tramandata poi di generazione in generazione al figlio Giovanni e ai nipoti Beatrice e Stefano, fino a diventare un punto di riferimento mondiale per l'allestimento e la protezione delle piste: è questa la traiettoria di SPM Sport, impresa familiare di Brissago Valtravaglia (VA) che si è saputa distinguere per la sua capacità di innovare. Un esempio? L'introduzione nel mercato dei primi pali da slalom snodati: una novità testata per la prima volta nel 1979 dal campione Ingemar Stenmark sulla pista Gran Risa, che ha rivoluzionato la tecnica della curva agonistica e in particolare dello slalom, migliorando sicurezza e spettacolarità delle competizioni. Nel tempo, i pali SPM hanno accompagnato le più prestigiose tappe dello sci: Mondiali, Olimpiadi Invernali e gare di Coppa del Mondo.

Tra le installazioni recenti c'è anche quella di Sun Valley, negli USA, località scelta dalla FIS per ospitare le finali di marzo 2025 della Coppa del Mondo: SPM ha collaborato con altre realtà internazionali per realizzare la pista da sci sulla quale sono state disputate le discipline veloci di discesa libera e Super-G. Un'altra innovazione dell'azienda è il puntale Brush Grip, di cui detiene il brevetto esclusivo: si tratta di un sistema di ancoraggio che permette di ottimizzare tempo e fatica durante la tracciatura del percorso. Il puntale è infatti composto da setole in plastica, che una volta spinte nella neve si deformano, ancorandosi al manto nevoso.



EN

From the passion for alpine skiing of the founder Gianpiero Berutti, passed down from generation to generation to his son Giovanni and grandchildren Beatrice and Stefano, to becoming a global point of reference for the preparation and protection of slopes: this is the trajectory of SPM Sport, a family business from Brissago Valtravaglia (VA) that has distinguished itself for its ability to innovate. An example? The introduction to the market of the first hinged slalom poles: an innovation tested for the first time in 1979 by the champion Ingemar Stenmark on the Gran Risa slope, which revolutionized the technique of competitive turning and in particular slalom, improving safety and the spectacular nature of competitions. Over time, SPM poles have accompanied the most prestigious stages of skiing: World Championships, Winter Olympics and World Cup races.

Among the recent installations is also that of Sun Valley, in the USA, a location chosen by the FIS to host the finals of the World Cup in March 2025: SPM collaborated with other international entities to create the ski slope on which the speed disciplines of downhill and Super-G were held. Another innovation of the company is the Brush Grip tip, of which it holds the exclusive patent: this is an anchoring system that allows optimizing time and effort during the tracing of the route. The tip is in fact composed of plastic bristles, which once pushed into the snow deform, anchoring themselves to the snowpack.



Technogym

IT

Per raccontare una realtà come Technogym si può partire dai numeri: fatturato da oltre novecento milioni di euro nel 2024, il 90% della produzione destinata all'export in più di cento Paesi, circa duemilacinquecento collaboratori e quattordici filiali operative in Europa, America, Asia e Australia. Parliamo di una delle principali aziende mondiali nella produzione di attrezzature e tecnologie digitali per il fitness, lo sport e la salute: un'ambasciatrice del Made in Italy nata nel 1983 in un garage della provincia di Cesena, città in cui mantiene ancora la sua sede principale, e oggi ramificata in tutto il mondo.

Da Sydney 2000 a Milano Cortina 2026, sono dieci le edizioni dei Giochi Olimpici in cui Technogym è stata scelta come fornitrice ufficiale delle attrezzature per i centri di allenamento degli atleti. In Formula 1, invece, l'azienda romagnola è official fitness partner di Ferrari e McLaren, mentre nel tennis è Rafael Nadal il suo principale ambasciatore. Technogym è anche partner dell'Olimpia Milano, di Luna Rossa e di molte importanti squadre di calcio: dalle nazionali italiane e brasiliane, fino ad arrivare ai team più titolati della Serie A, come Juventus, Milan ed Inter. Oltre alle grandi realtà sportive, però, il brand di Cesena rifornisce anche tantissime palestre in tutto il mondo: un successo costruito non solo grazie alla funzionalità dei suoi prodotti, ma anche per l'attenzione al design, che diventa così strumento imprescindibile per la resa estetica degli spazi d'allenamento.



technogym.com

EN

To recount a reality like Technogym, one can start with the numbers: a turnover of over 900 million euros in 2024, 90% of production destined for export to more than 100 countries, approximately 2,500 employees, and 14 operational branches in Europe, America, Asia, and Australia. We are talking about one of the world's leading companies in the production of equipment and digital technologies for fitness, sport, and health: an ambassador of Made in Italy, founded in 1983 in a garage in the province of Cesena, the city where it still maintains its headquarters, and today branched out all over the world.

From Sydney 2000 to Milano Cortina 2026, there are 10 editions of the Olympic Games in which Technogym has been chosen as the official supplier of equipment for athletes' training centers. In Formula 1, on the other hand, the company from Romagna is the official fitness partner of Ferrari and McLaren, while in tennis, Rafael Nadal is its main ambassador. Technogym is also a partner of Olimpia Milano, Luna Rossa, and many important soccer teams: from the Italian and Brazilian national teams to the most titled teams in Serie A, such as Juventus, Milan, and Inter. In addition to the major sports organizations, however, the Cesena brand also supplies many gyms around the world: a success built not only thanks to the functionality of its products, but also because Technogym has been attentive to design, which thus becomes an essential tool for the aesthetic appeal of training spaces.



Tecnica Group

IT

Nel 1970, ispirandosi agli stivali degli astronauti dell'Apollo 11, il fondatore di Tecnica Group Giancarlo Zanatta creò i Moon Boot, gli iconici doposci venduti in oltre venticinque milioni di paia ed esposti nella Galleria permanente del MoMA di New York. Una delle tante intuizioni di un gruppo che, partendo dalla produzione di scarponi da lavoro, ha costruito nel tempo un impero nel mondo dello sportswear. La holding con sede a Giavera del Montello (TV) controlla infatti sei brand internazionali: Moon Boot, Tecnica, Nordica, Lowa, Blizzard e Rollerblade. Gli ultimi quattro sono stati acquisiti dal gruppo italiano pur essendo nati in Germania, Austria e USA.

Tecnica Group è presente in oltre ottanta Paesi e ha cinque filiali in Europa, America e Asia: una realtà che ha fatto degli sport di montagna il suo principale terreno di gioco. Ben cinque dei marchi della holding sono infatti dedicati al mondo dello sci e dell'alpinismo: non solo Moon Boot, ma anche Blizzard e Nordica per la produzione di sci, Lowa e Tecnica per le calzature tecniche per gli sport outdoor. Discorso a parte è quello che riguarda Rollerblade, il leggendario brand statunitense (acquisito da Tecnica nel 2003) che produce i migliori pattini inline del mondo. Un marchio che ha rivoluzionato il mondo del pattinaggio, sviluppando e brevettando i moderni sistemi di frenata e di chiusura, tanto che la parola stessa "Rollerblade" viene utilizzata, da generazioni di sportivi e appassionati, come sinonimo di "pattini in linea".



tecnicagroup.com

EN

In 1970, inspired by the boots of the Apollo 11 astronauts, the founder of Tecnica Group, Giancarlo Zanatta, created Moon Boot, the iconic après-ski boots sold in over 25 million pairs and exhibited in the permanent gallery of the MoMA in New York. One of the many intuitions of a group that, starting from the production of work boots, has built an empire in the world of sportswear over time. The holding company based in Giavera del Montello (TV) controls six international brands: Moon Boot, Tecnica, Nordica, Lowa, Blizzard and Rollerblade. The last four were acquired by the Italian group, despite being founded in Germany, Austria and the USA.

Tecnica Group is present in over 80 countries and has five subsidiaries in Europe, America, and Asia: a company that has made mountain sports its main playing field. As many as five of the holding company's brands are in fact dedicated to the world of skiing and mountaineering: not only Moon Boot, but also Blizzard and Nordica for the production of skis, Lowa and Tecnica for technical footwear for outdoor sports. A separate discussion concerns Rollerblade, the legendary US brand (acquired by Tecnica in 2003) that produces the best inline skates in the world. A brand that has revolutionized the world of skating, developing and patenting modern braking and closure systems, so much so that the word "Rollerblade" itself has been used, by generations of athletes and enthusiasts, as a synonym for "inline skates".



THEPOLE

IT

THEPOLE è un marchio nato dal fortuito incontro fra un'esigenza insoddisfatta del settore della pole dance e un'attitudine alla realizzazione di soluzioni innovative. Il brand prende forma in AGM Design.it, realtà italiana fondata e guidata dai fratelli Angelo e Danilo Mattellini che unisce ingegneria, design e produzione artigianale di precisione, e in La.Me. – Laboratori Meccanici, impresa attiva dal 1976 nel campo della strumentazione e della ricerca scientifica.

Da questa solida base tecnica nasce un approccio unico: a differenza di un semplice studio di progettazione, THEPOLE sviluppa ogni prodotto in stretto contatto con gli utilizzatori, trasformando idee in strumenti concreti, sicuri e altamente performanti. Ogni palo è pensato per durare nel tempo, con materiali e lavorazioni innovativi che garantiscono precisione e versatilità. I pali OnlyOne, fiore all'occhiello dell'azienda, riportano un primato mondiale nel sistema di rotazione e blocco, sono facili da montare anche da soli, senza forature, adattabili a contesti diversi grazie a un sistema modulare e a supporti dedicati. La configurazione può evolversi nel tempo, seguendo le esigenze di spazi, scuole e atleti. THEPOLE rappresenta l'incontro tra cultura meccanica italiana, innovazione e passione per il movimento: attrezzature affidabili, eleganti e su misura, nate per accompagnare artisti, sportivi e performer in tutto il mondo.



thepole.it

EN

THEPOLE is a brand born from the fortuitous meeting between an unmet need in the pole dance sector and an aptitude for creating innovative solutions. The brand takes shape in AGM Design.it, an Italian company founded and led by the brothers Angelo and Danilo Mattellini that combines engineering, design, and precision craftsmanship, and in La.Me. – Laboratori Meccanici, a company active since 1976 in the field of instrumentation and scientific research.

From this solid technical base comes a unique approach: unlike a simple design studio, THEPOLE develops each product in close contact with users, transforming ideas into concrete, safe, and high-performance tools. Each pole is designed to last over time, with innovative materials and processes that guarantee precision and versatility. The OnlyOne poles, the company's flagship product, hold a world record in the rotation and locking system, are easy to assemble even alone, without drilling, adaptable to different contexts thanks to a modular system and dedicated supports. The configuration can evolve over time, following the needs of spaces, schools, and athletes. THEPOLE represents the meeting between Italian mechanical culture, innovation, and passion for movement: reliable, elegant, and custom-made equipment, created to accompany artists, athletes, and performers around the world.



Ufi Filters

IT

Nel 1978, sul circuito di Silverstone (in Inghilterra), gareggia la prima monoposto Ferrari con tecnologie della filtrazione UFI. Meno di cinquant'anni dopo, l'azienda di Nogarole Rocca (VR) rifornisce, grazie alla Advanced Applications Division, tutte le dieci scuderie della Formula 1 per la stagione 2025, oltre ad altre categorie del motorsport come il Mondiale Endurance FIA WEC, la Formula 2 e la IndyCar, nonché MotoGP, Moto 2, Moto 3 e Superbike. UFI è anche il fornitore di oltre il 95% delle case automobilistiche e del 50% dei produttori di mezzi pesanti a livello mondiale. I prodotti dell'azienda sono talmente innovativi da essere impiegati anche al di fuori dai confini dell'automotive e del motorsport, in settori industriali di primo livello come il nautico e l'aerospaziale.

Un successo globale, ottenuto grazie alle intuizioni che hanno rivoluzionato il mondo dei sistemi di filtrazione, introducendo i filtri aria a pannello con frame in poliuretano e tubolari di UFI Multitube, oltre ai filtri ad alta separazione acqua dal carburante per i motori common rail. L'azienda impiega oggi più di quattromilatrecento dipendenti in ventuno Paesi del mondo, conta tre centri di innovazione e ricerca e oltre trecentocinquanta brevetti internazionali. In Formula 1, UFI non si limita a mettere a disposizione delle squadre i filtri olio, aria motore e benzina: ogni monoposto impiega fino a quindici elementi filtranti, per una produzione annuale complessiva di circa seimila componenti innovativi, progettati su misura per dimensioni e materiali impiegati per rispondere alle esigenze specifiche delle scuderie.



ufifilters.com

EN

In 1978, on the Silverstone circuit (in England), the first Ferrari single-seater with UFI filtration technologies raced. Less than fifty years later, the company from Nogarole Rocca (VR), thanks to the Advanced Applications Division, supplies all ten Formula 1 teams for the 2025 season, as well as other motorsport categories such as the FIA WEC World Endurance Championship, Formula 2 and IndyCar, as well as MotoGP, Moto 2, Moto 3 and Superbike. UFI is also the supplier of over 95% of car manufacturers and 50% of heavy vehicle manufacturers worldwide. The company's products are so innovative that they are also used outside the automotive and motorsport sectors, in leading industrial sectors such as the nautical and aerospace industries.

A global success, achieved thanks to the insights that have revolutionized the world of filtration systems, introducing panel air filters with polyurethane frames and UFI Multitube tubular filters, as well as high water separation filters from fuel for common rail engines. The company today employs more than 4,300 employees in 21 countries around the world, has three innovation and research centers and over 350 international patents. In Formula 1, UFI does not limit itself to providing teams with oil, engine air and fuel filters: each single-seater uses up to fifteen filtering elements, for a total annual production of approximately 6,000 innovative components, custom designed in terms of dimensions and materials used to meet the specific needs of the teams.



Vibram

IT

A prescindere dal brand, è molto probabile che le vostre scarpe da trekking, da trail o da arrampicata abbiano una suola Vibram. Pochi sanno, però, che il marchio divenuto famoso nel mondo per la targhetta gialla al centro della suola sia italiano. Ad Albizzate, in provincia di Varese, è nata infatti l'azienda che ha stravolto il mercato globale delle calzature sportive outdoor. Era il 1937 quando Vitale Bramani, fondatore del brand, presentava la prima suola in gomma per l'aderenza sui terreni accidentati. Meno di vent'anni dopo, Vibram aveva già conquistato la vetta del K2, mentre oggi produce oltre quaranta milioni di suole all'anno ed è presente in centoventi Paesi.

Sono tantissimi gli sportivi che usano i prodotti Vibram, soprattutto per le soluzioni innovative che l'azienda continua a sviluppare e proporre. Megagrip Elite, l'ultima tecnologia proposta dall'azienda, offre agli atleti di trail running la migliore aderenza disponibile sul mercato, anche sui percorsi più accidentati e in condizioni meteo complesse. Questa suola speciale è stata sviluppata grazie a centinaia di ore di test che hanno coinvolto un gran numero di campioni del trail running professionistico e degli sport outdoor. Ma nel catalogo Vibram ci sono soluzioni tecniche ancora più specifiche: Arctic Grip, per esempio, è una suola speciale, diversa dalle altre nella miscela dei polimeri e nel sistema di riempimento, appositamente sviluppata per l'aderenza sul ghiaccio bagnato. Sono targate Vibram anche le iconiche scarpe-guanto a cinque dita FiveFingers.



vibram.com

EN

Regardless of the brand, it is very likely that your hiking, trail, or climbing shoes have a Vibram sole. Few people know, however, that the brand that became world-famous for the yellow label in the center of the sole is Italian. In Albizzate, in the province of Varese, the company that revolutionized the global market for outdoor sports footwear was founded. It was 1937 when Vitale Bramani, founder of the brand, presented the first rubber sole for grip on rough terrain. Less than twenty years later, Vibram had already conquered the summit of K2, while today it produces over 40 million soles per year and is present in 120 countries.

There are many athletes who use Vibram products, especially for the innovative solutions that the company continues to develop and offer. Megagrip Elite, the latest technology offered by the company, provides trail running athletes with the best grip available on the market, even on the most rugged trails and in complex weather conditions. This special sole was developed thanks to hundreds of hours of testing involving a large number of professional trail running champions and outdoor sports enthusiasts. But in the Vibram catalog there are even more specific technical solutions: Arctic Grip, for example, is a special sole, different from the others in the mixture of polymers and in the filling system, specifically developed for grip on wet ice. The iconic five-finger glove shoes FiveFingers are also branded Vibram.



Villa Stuart Sport Clinic

IT

Francesco Totti, Gianluca Scamacca, Memphis Depay e Antonio Rüdiger sono solo quattro dei numerosi campioni che si sono affidati alle cure dei medici di Villa Stuart Sport Clinic, all'interno dell'omonima e più ampia casa di cura polispecialistica. La struttura si trova a Roma, nella Riserva Naturale di Monte Mario, ed è un punto di riferimento per i migliori atleti italiani e stranieri nel campo dell'ortopedia e della traumatologia sportiva. In circa trenta anni di attività, Villa Stuart ha raccolto riconoscimenti importanti: è un Centro di Medicina FIMS (Federazione Internazionale di Medicina dello Sport) e dal 2010 è anche accreditata tra i Centri Medici di Eccellenza FIFA. Non deve meravigliare, quindi, che la struttura assista la maggior parte dei calciatori del campionato italiano di Serie A.

All'interno di Villa Stuart si trova anche l'Istituto di Medicina dello Sport di Roma, un'unità operativa affiliata alla Federazione Medico Sportiva Italiana del CONI. L'istituto è attrezzato per l'effettuazione di tutte le visite propedeutiche all'idoneità agonistica e non agonistica, con un personale dedicato e strumentazioni all'avanguardia. La struttura romana si è dotata anche di uno Sport Trauma Center attivo 365 giorni l'anno, ventiquattr'ore su ventiquattro: un servizio di pronto intervento dotato di numero verde per richiedere una visita medica d'urgenza e, eventualmente, la successiva operazione chirurgica, nell'idea che, in seguito a un trauma, un intervento rapido sia essenziale per accorciare i tempi di recupero dell'atleta.



villastuart.it

EN

Francesco Totti, Gianluca Scamacca, Memphis Depay, and Antonio Rüdiger are just four of the many champions who have relied on the care of the doctors at Villa Stuart Sport Clinic, within the larger, multi-specialty nursing home of the same name. The facility is located in Rome, in the Monte Mario Nature Reserve, and is a point of reference for the best Italian and foreign athletes in the field of orthopedics and sports traumatology. In approximately 30 years of activity, Villa Stuart has received important recognitions: it is a FIMS (International Federation of Sports Medicine) Center of Medicine, and since 2010, it has also been accredited as one of FIFA's Medical Centers of Excellence. It should come as no surprise, then, that the facility assists most of the soccer players in the Italian Serie A championship.

Within Villa Stuart is also the Institute of Sports Medicine of Rome, an operating unit affiliated with the Italian Sports Medicine Federation of CONI. The institute is equipped to carry out all the preliminary examinations for competitive and non-competitive eligibility, with dedicated staff and state-of-the-art equipment. The Roman facility also has a Sport Trauma Center active 365 days a year, twenty-four hours a day: an emergency service with a toll-free number to request an urgent medical examination and, if necessary, subsequent surgery, based on the idea that, following a trauma, a rapid intervention is essential to shorten the athlete's recovery time.



Wilier Triestina

IT

Nel 1997, una delle biciclette più iconiche della storia del ciclismo graffia l'asfalto del Tour de France: era la Wilier Triestina gialla di Marco Pantani. Un vero e proprio gioiello di tecnologia per l'epoca, con un telaio in alluminio che pesava appena 1.200 grammi e il tubo superiore spesso solo 0,8 millimetri. Del resto, l'azienda con sede a Rossano Veneto (VI) è stata da sempre protagonista di questo sport. Con quasi centovent'anni di storia, infatti, Wilier Triestina è un'eccellenza mondiale della produzione di bici da corsa, che vanta clienti in tutto il mondo non solo tra gli amatori, ma anche tra molti dei migliori ciclisti del professionismo internazionale.

L'innovazione tecnologica è il marchio di fabbrica dell'azienda, che si è dotata di un Innovation Lab proprio per sviluppare e brevettare soluzioni all'avanguardia. Esempio di tutto ciò è la Verticale SLR, una bicicletta da gara realizzata con tre diverse tipologie di fibra di carbonio per unire la massima leggerezza a rigidezza torsionale e resistenza. La plica manubrio, per esempio, ha un design innovativo ed è composta di una monoscocca in carbonio che pesa solo 310 grammi. L'impugnatura è disegnata per essere più larga della parte inferiore del manubrio: una delle molteplici soluzioni adottate per ottimizzare l'aerodinamicità della Verticale SLR. Accorgimenti che hanno consentito a Wilier Triestina di ridurre del 4% il coefficiente di resistenza aerodinamica quando la bicicletta viaggia alla velocità di 70 km/h, con un risparmio di ben tre secondi per chilometro.



wilier.com

EN

In 1997, one of the most iconic bicycles in cycling history scratched the asphalt of the Tour de France: it was Marco Pantani's yellow Wilier Triestina. A true jewel of technology for the time, with an aluminum frame that weighed just 1,200 grams and a top tube only 0.8 millimeters thick. Moreover, the company based in Rossano Veneto (VI) has always been a protagonist in this sport. With almost 120 years of history, in fact, Wilier Triestina is a world-class manufacturer of racing bikes, which boasts customers all over the world not only among amateurs, but also among many of the best cyclists in international professionalism.

Technological innovation is the company's trademark, which has established its own Innovation Lab to develop and patent cutting-edge solutions. An example of this is the Verticale SLR, a racing bicycle made with three different types of carbon fiber to combine maximum lightness with torsional stiffness and resistance. The handlebar bend, for example, has an innovative design and is made of a carbon monocoque that weighs only 310 grams. The grip is designed to be wider than the lower part of the handlebar: one of the many solutions adopted to optimize the aerodynamics of the Verticale SLR. These measures have allowed Wilier Triestina to reduce the aerodynamic drag coefficient by 4% when the bicycle is traveling at a speed of 70 km/h, with a saving of as much as three seconds per kilometer.



Wip Padel

IT

Tra il 2019 e il 2023 il numero degli iscritti alla FITP (Federazione Italiana Tennis e Padel) è cresciuto del 489%, nello stesso periodo il numero dei campi da padel in Italia è aumentato del 278%. Bastano queste percentuali per raccontare quanto velocemente si stia diffondendo questa giovane disciplina sportiva. Una crescita sostenuta da una filiera produttiva che parte proprio dalla realizzazione degli impianti sportivi. È in questo contesto che Wip Padel si è ritagliata un ruolo di riferimento, soprattutto nel Mezzogiorno d'Italia, per la progettazione, la produzione, l'installazione e la manutenzione di campi da padel e pickleball.

Dal 2020, l'azienda casertana ha realizzato oltre 400 impianti sportivi in sedici regioni italiane. Tra i punti di forza di Wip Padel c'è sicuramente la rapidità con cui è in grado di consegnare campi completi chiavi in mano: seguendo interamente il processo produttivo, l'azienda è in grado di ultimare la consegna e l'installazione in meno di quaranta giorni. Tre le tipologie di impianto tra cui scegliere: quello classico, il panoramico (con una maggiore estensione di parete vetrata continua, a vantaggio del pubblico) e il super panoramico (con tubolari rinforzati). Le strutture sono realizzate con cristalli temperati da 12 millimetri e acciaio zincato, che viene verniciato con polveri termoindurenti per ottimizzarne la durabilità. Oltre alla consegna degli impianti sportivi, Wip Padel disegna e commercializza anche un gran numero di prodotti complementari, come attrezzature da spogliatoio e coperture.

wippadel.it

EN

Between 2019 and 2023, the number of members of the FITP (Federazione Italiana Tennis e Padel) grew by 489%, and in the same period, the number of padel courts in Italy increased by 278%. These percentages alone are enough to illustrate how quickly this young sport is spreading. This growth is supported by a production chain that starts with the construction of sports facilities. It is in this context that Wip Padel has carved out a leading role, especially in Southern Italy, for the design, production, installation, and maintenance of padel and pickleball courts.

Since 2020, the company from Caserta has built over 400 sports facilities in sixteen Italian regions. Among the strengths of Wip Padel is certainly the speed with which it is able to deliver complete turnkey courts: by entirely following the production process, the company is able to complete delivery and installation in less than 40 days. There are three types of systems to choose from: the classic, the panoramic (with a greater extension of continuous glass wall, for the benefit of the public) and the super panoramic (with reinforced tubulars). The structures are made with 12-millimeter tempered glass and galvanized steel, which is painted with thermosetting powders to optimize its durability. In addition to the delivery of sports facilities, Wip Padel also designs and markets a large number of complementary products, such as locker room equipment and coverings.



Silvana Editoriale

DIRETTORE GENERALE – GENERAL DIRECTOR

Michele Pizzi

DIRETTORE EDITORIALE – EDITORIAL DIRECTOR

Sergio Di Stefano

ART DIRECTOR

Giacomo Merli

COORDINAMENTO REDAZIONALE – EDITORIAL COORDINATOR

Maria Chiara Tulli

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE – GRAPHIC DESIGN AND LAYOUT

Federico Zavatta – Contrast Design

REDAZIONE – COPY EDITING

Giovannella Prina – Contrast Design

COORDINAMENTO DI PRODUZIONE – PRODUCTION COORDINATOR

Antonio Micelli

SEGRETERIA DI REDAZIONE – EDITORIAL ASSISTANT

Giulia Mercanti

UFFICIO ICONOGRAFICO – PHOTO EDITOR

Silvia Sala

UFFICIO STAMPA – PRESS OFFICE

Alessandra Olivari, press@silvanaeditoriale.it

Diritti di riproduzione e traduzione riservati per tutti i paesi

All reproduction and translation rights reserved for all countries

© 2025 Silvana Editoriale S.p.A.,

Cinisello Balsamo, Milano

ISBN 978-88-366-6199-2

A norma della legge sul diritto d'autore e del codice civile, è vietata la riproduzione, totale o parziale, di questo volume in qualsiasi forma, originale o derivata, e con qualsiasi mezzo a stampa, elettronico, digitale, meccanico per mezzo di fotocopie, microfilm, film o altro, senza il permesso scritto dell'editore.

Under copyright and civil law this book cannot be reproduced, wholly or in part, in any form, original or derived, or by any means: print, electronic, digital, mechanical, including photocopy, microfilm, film or any other medium, without permission in writing from the publisher.

Silvana Editoriale S.p.A.
via dei Lavoratori, 78
20092 Cinisello Balsamo, Milano
tel. 02 453 951 01
www.silvanaeditoriale.it

Le riproduzioni, la stampa e la rilegatura sono state eseguite in Italia
Reproductions, printing and binding in Italy

Printed by / Stampato da
Grafiche Lang S.r.l., Genova

Finito di stampare nel mese di luglio 2025
Printed in July 2025

PROMOSSED E REALIZZATO DA



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

SYMBOLA

Fondazione per le qualità italiane

@
Confartigianato
Imprese

KNOWLEDGE PARTNER

Deloitte.