

a cura di: Simone Berti

# Melloblocco: il lancio è servito...

Il Centro Polifunzionale della Montagna di Filorera e tutta la Valle di Mello si apprestano a ospitare un nuovo capitolo del raduno di boulder più famoso al mondo. Che vede l'ingresso di nuovi sponsor (in particolare adidas e Marmot) e presenta un programma con ospiti di valore mondiale. Tra gli invitati Steve McClure, Stefan Glowacz e Christian Core.



Ci siamo lasciati lo scorso anno con l'edizione speciale che festeggiava i 10 anni del raduno. Speciale perché il Melloblocco 2013 è durato di più, ben 10 giorni, e perché ha voluto pensare veramente in grande (forse anche troppo per certi versi). Ma nonostante i diversi giorni di pioggia, gli oltre 2000 partecipanti hanno invaso con loro passione la Val Masino in cerca dell'ultimo appiglio. E la stessa voglia di boulder e divertimento (se non di più) si aspettano quest'anno gli organizzatori e chi, fin dall'inizio, sostiene la manifestazione. Come ci spiega bene Luca Mich, marketing La Sportiva: "Supportiamo l'evento fin dalla sua origine perché rappresenta a pieno i valori dell'arrampicata boulder e quelli degli appassionati del marchio: voglia di aggregazione, condivisione, di fare community. Al Melloblocco sono inoltre legati concetti quali la sensibilità e il rispetto ambientale, la voglia di vivere all'aria aperta e una generale atmosfera amichevole che mette al primo posto il divertimento rispetto alla competizione vera e propria. Valori sani e pienamente condivisi da un'azienda come la nostra".

**PROGRAMMA** - Come ogni anno il ruolo di punto nevralgico del grande evento sarà svolto dal Centro Polifunzionale della Montagna di Filorera e dal Web&Village che ospiterà le aziende partner e i numerosi eventi a corollario, tutti ovviamente dedicati al climbing. Tra le presentazioni e gli incontri un ruolo di rilievo assumeranno gli affascinanti racconti di 4 climbers portati dal nuovo gold sponsor Marmot. Si tratta di Steve McClure, Stefan Glowacz, Christian Core e Stella Marchisio, che nelle serate del 1, 2 e 3 maggio porteranno le loro storie su parete con l'ausilio di contributi video. Oltre ai sempre affollati dj set notturni e al

party conclusivo, non mancheranno le iniziative come MelloBaby, Arrampicabile, o ancora le presentazioni Grivel e La Sportiva, che proporrà sabato 3 maggio il video Sardinia Bloc Scouting, con annessa introduzione delle nuove scarpette. La premiazione infine avverrà alla presenza dell'assessore regionale allo sport Antonio Rossi, già presente lo scorso anno per l'iniziativa benefica Arrampicare senza Limiti.

**NUOVI SPONSOR** - Quest'anno il Melloblocco ha annunciato due nuovi partner di grande caratura: il gold sponsor Marmot e il vip sponsor adidas (che porta in dote anche 5.10). E per questi la sponsorizzazione si attuerà su più livelli, come ci spiega Emanuele Pellizzari di Kinobi, distributore per l'Italia di Marmot: "Saremo attivi nella promozione dell'evento. Non un semplice sponsor. Marmot contribuirà alla comunicazione all'estero, con un addetto stampa di lingua tedesca e uno di lingua inglese che scenderanno appositamente per la gara. Inoltre abbiamo reso disponibili dei nostri testimonial per fare delle proiezioni multimediali" (per l'appunto Steve McClure, Stefan Glowacz, Christian Core e Stella Marchisio). Mentre per adidas la partnership con un evento di riferimento internazionale come il Melloblocco è importante in quanto "la nostra strategia punta ad affermare la credibilità e riconoscibilità del marchio attraverso una maggiore vicinanza al nostro target consumer, che tra gli altri. Si identifica con gli appassionati del Melloblocco", afferma Matteo Cattaneo, product manager outdoor del marchio. Da segnalare tra gli altri brand presenti al village, Black Diamond, Cassin, Decathlon, E9, Grivel, La Sportiva, Monvic, Sterling Rope e WildClimb.

[www.melloblocco.it](http://www.melloblocco.it)



L'affollatissima premiazione 2013

Ph: Claudio Piscina

## LE ASPETTATIVE DI ALCUNI PARTNER

“Ci aspettiamo innanzitutto di partecipare a un evento entusiasmante e coinvolgente, partecipato e vissuto secondo i valori che l'organizzazione intende promuovere e tutelare. Come brand intendiamo supportare la presenza dei nostri atleti (confermati al momento Barbara Zangerl, Sachi Amma, Mayan Smith Gobat, Ben Rueck, Alex Luger e Lukas Irmler, ndr) nel miglior modo possibile e sviluppare delle sinergie che possano valorizzare i nostri prodotti e raccogliere le buone impressioni di chi Effettuerà il test sulle nuove tecnologie presentate. Ci aspettiamo di contribuire affinché la nostra partecipazione giovi alla reputazione della manifestazione lombarda.

**Matteo Cattaneo, product manager outdoor adidas**

“Abbiamo una speranza, più che aspettative: che faccia bel tempo e che le 3.000 persone attese si divertano. Poi tutto il resto verrà di seguito. Quello che si otterrà in termini di visibilità dipenderà sia dal meteo che dai risultati sportivi. Ma indipendentemente da questo, siamo già riusciti a fare un sito tradotto in tre lingue, con positivi benefici per gli organizzatori e per noi. Ci attendiamo un forte ritorno di immagine per il marchio in Europa e non solo in Italia.

**Emanuele Pellizzari, responsabile Kinobi (Marmot)**

“Ci aspettiamo come al solito un grande entusiasmo da parte del pubblico dei sassisti legati storicamente alla manifestazione, ma anche di vedere qualche faccia nuova di nuovi boulderisti avvicinarsi al mondo del boulder out-door, magari dopo averlo approcciato in-door nelle sempre più numerose strutture che stanno sorgendo in Italia.

**Luca Mich, marketing La Sportiva**



Barbara Zangerl, 2012



Adam Ondra, 2011



Foto "storica" magliette gialle nel 2005

Ph: Claudio Piscina