

A black and white photograph of a person running on a beach, with their shadow cast on the sand. The text is overlaid on the image.

ACT LOCAL, THINK GLOBAL

# RUN. BIKE. MEET.

---

UN NUOVO PROGETTO DI OLIVIERO ALOTTO ALLA  
SCOPERTA DELLA PROVINCIA ITALIANA

# SONO OLIVIERO ALOTTO

RUNNER SOLIDALE E ATTIVISTA AMBIENTALE

Mi sono occupato per molti anni di sociale, fondando l'associazione Terra Del Fuoco, e dal 2011 sono socio Slow Food e Fiduciario della condotta di Torino.

Mi piace continuare a pensare di poter cambiare il mondo.

Oggi mi occupo di sana alimentazione e corsa in qualità di consulente e ambassador.

I progetti che porto avanti sono di racconto del cibo e di sensibilizzazione verso le tematiche ambientali, attraverso il mezzo di trasporto più economico di cui disponiamo: le gambe.







**"Amo raccontare di viaggi e di agricoltura,  
di sostenibilità e di lotta ai  
cambiamenti climatici."**

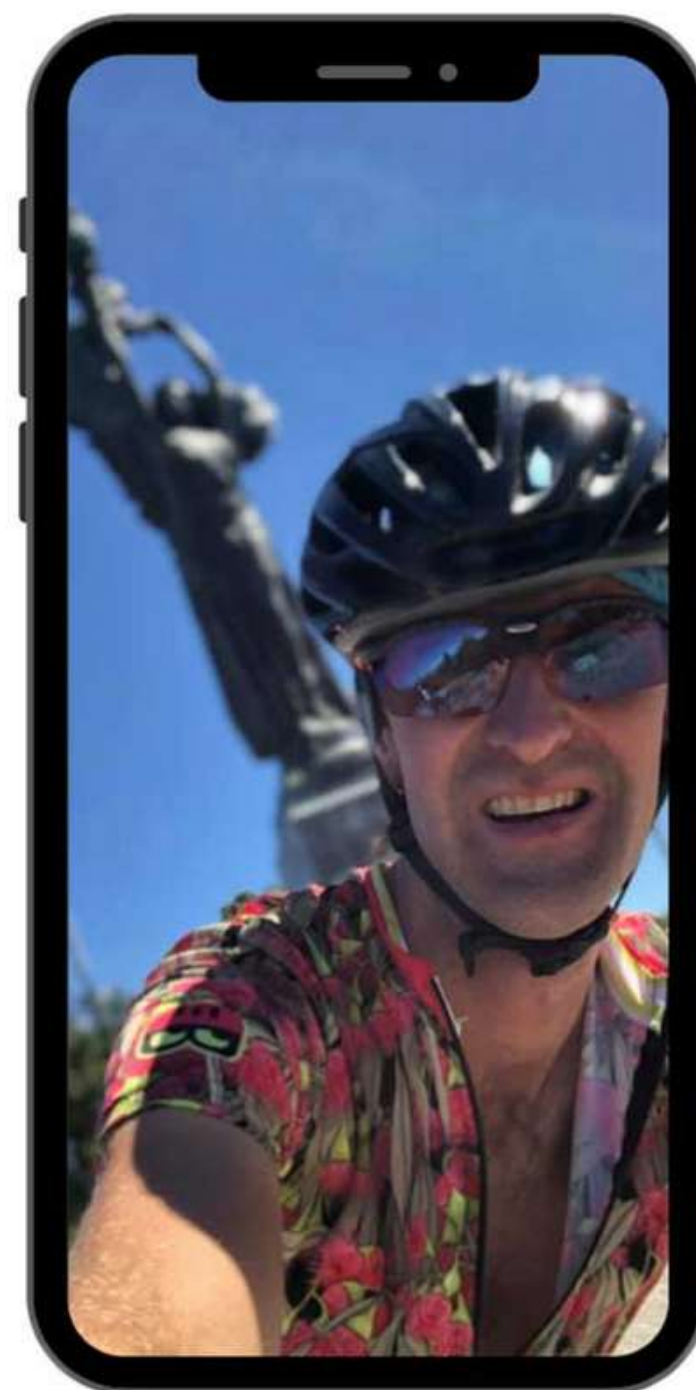


# I MIEI CANALI DI COMUNICAZIONE

Le parole e le immagini attraverso le quali mi racconto, sono lo strumento più libero e potente per abbattere le distanze, le differenze geografiche e sociali e per catturare l'attenzione di ciascuno di noi su tematiche di importanza universale.

Correre su lunghissime distanze è una mia grande passione: da qualche anno ho deciso di farlo con l'obiettivo di sensibilizzare le persone sui danni del cambiamento climatico.

Alla base credo che tutti insieme possiamo attuare un vero cambiamento.



## FOLLOWERS



+ 2400



+ 21.200



+ 1700



+ 2.300





# #RUN BEFORE 2050

RUN FOR CHANGE

Per queste ragioni, dal 2019, mi sono fatto promotore della campagna solidale **#Runbefore2050**: ho affiancato ai Trail nazionali e internazionali in programma nel mio calendario sportivo alcune corse in solitaria su lunghissime distanze in continenti e luoghi profondamente colpiti dal cambiamento climatico.

Con **#RunBefore2050** ho corso in luoghi i cui ecosistemi stanno subendo danni irreversibili a causa del cambiamento climatico e, quale **Ambassador per Slow Food**, affianco la raccolta di donazioni per l'adozione di Orti in Africa in Uganda.

Per questo progetto ho scelto brand del mio territorio, nei quali credo per affinità di intenti e valori condivisi. Grazie al loro supporto logistico ed economico e a quello medico della Dott.sa Biologa Felicina Biorci, ho attraversato più di 250 km con una corsa in solitaria nella tundra ed un tratto di traversata a piedi nell'acqua, nell'Oceano più freddo al Mondo.

Mentre assistevo inerme al fenomeno dello scioglimento progressivo e intensivo dei ghiacciai, ho potuto osservare e riportare in un racconto per parole e immagini, le condizioni critiche di flora e fauna in uno degli ecosistemi gli più colpiti dai cambiamenti climatici.

Scopri dove ho corso: <https://video.lastampa.it/cultura/l-attivista-oliviero-alotto-in-groenlandia-per-slow-food/99963/99974>





## #BIKE&MEET

Nel corso dell'estate 2020, a seguito della pandemia che ci ha universalmente colpiti, ho deciso di affrontare un lungo viaggio dell'Italia su due ruote, con il supporto di alcune aziende partner di progetto, in particolare la rete di negozi NaturaSì e Cinelli Bike.

In questo progetto, ho voluto dare voce a quelle piccole e medie realtà della Provincia Italiana che hanno deciso di reagire alla crisi puntando sull'eccellenza e la qualità dei loro prodotti, nella difesa di valori oggi sempre più preziosi come la bio-diversità e il rispetto dell'ambiente durante i processi produttivi e distributivi.







**Ho percorso quasi 4000 km da Nord a Sud e ritorno, in bicicletta per raccontare le storie dei “Custodi della Terra”.**

Rassegna stampa Bike and Meet 2020: <https://bit.ly/2ZQnttd>



NUOVO PROGETTO PER IL 2021

# RUN. BIKE. MEET.

---

UN GRANDE RACCONTO COLLETTIVO ALLA SCOPERTA  
DELLE PROVINCE ITALIANE



# RUN / BIKE / MEET

CIBO, TERRITORIO, TURISMO, CORSA, BICI

La grave pandemia che ci ha recentemente colpiti, mi ha costretto a rivedere i miei progetti di sport solidale e di testimonianza.

Corsa e bici sono i mezzi ai quali mi affiderò per attraversare nuovi territori con il solo ausilio delle mie gambe e creare un grande racconto collettivo alla scoperta delle Province Italiane, per poi riunirsi in futuro ad un più ampio collegamento con tutti i continenti colpiti dalle medesime problematiche.

Questo progetto è concepito in un'ottica di "Turismo Lento", per dare voce a quelle piccole e medie realtà della Provincia Italiana che hanno deciso di reagire alla crisi: puntando sull'eccellenza e la qualità dei loro prodotti, nella difesa di valori oggi sempre più preziosi come la bio-diversità e il rispetto dell'ambiente durante i processi produttivi e distributivi.







# IL TURISMO LENTO

A NEW WAY OF TRAVEL

Il 2019 è stato consacrato come l'anno del **Turismo Lento**: un nuovo modo di intendere il viaggio, dedicato alla riscoperta di patrimoni artistici, naturali, culturali e di antichi saperi a lungo accantonati, perché al di fuori delle rotte commerciali del turismo classico, quello dei capoluoghi d'arte o delle principali località montane e marittime Italiane.

Il nuovo focus **Turismo-Cultura-Natura** prevede finanziamenti per oltre 4 miliardi per il settore turistico, 7,6 per quello culturale e 2 per il settore natura, per un totale di 13,6 miliardi di euro. Inoltre, il turismo lento deve essere visto come una grande opportunità per le aree interne.

Rispetto all'intero territorio nazionale, le aree classificate come interne ospitano infatti il 53% delle strutture ricettive e il 49% dei posti letto, con una significativa presenza di aziende agrituristiche e residenze rurali (il 60% dei posti letto) e rifugi e strutture di montagna (85% dei posti letto).

Il patrimonio delle aree Interne suscettibile di valorizzazione turistica riguarda siti culturali che vanno dagli scavi archeologici ai borghi alle pievi medievali, fino a parchi letterari, aree protette (parchi nazionali, parchi regionali e siti della rete Natura 2000), beni e siti UNESCO - dai siti Patrimonio dell'Umanità alle Riserve Man and Biosphere (MAB) e giacimenti enogastronomici.





# IL MIO OBIETTIVO

## Raccontare la provincia Italiana

Raccontare la provincia Italiana e le sue molteplici diversità, portandone alla luce sapori antichi e prodotti tipici, colture a Km zero.

## Costruire itinerari ad hoc

Costruirò degli itinerari ad hoc, che colleghino le differenti province e regioni Italiane, sviluppandosi su reti ciclabili e cammini già esistenti.

## Creazione contenuti promozionali

In ogni provincia realizzerò dei contenuti multimediali che andranno a raccontare e valorizzare la bellezza dei luoghi visitati, i danni che il cambiamento climatico sta apportando ad essi e un alimento principe del territorio.





# La mia scelta alimentare

La scelta alimentare è per me scelta di vita: dal 2011 sono socio Slow Food e Fiduciario della condotta di Torino. Ogni volta che mangiamo agiamo il cambiamento che è in noi ed è profondo perché attraverso la scelta di un alimento spostiamo economie ma trasformiamo il nostro corpo.

Come Dice Pietro Leeman, il cibo, ancor prima di essere un nutrimento sano, rappresenta chi siamo. Quando noi mangiamo e cuciniamo, esprimiamo la nostra personalità che è in continua evoluzione e difatti il mio modo di vedere il cibo si è trasformato negli anni.

L'importante per me è riconoscere ciò e non mangiare un cibo, per esempio, alla moda o solo perché lo fanno gli altri; per me è importante cercare di capire ed individuare chi siamo noi e quindi quale cibo esprimere e mangiare, partendo da noi stessi.

La mia scelta plant-based è una scelta che mi mette in equilibrio con la terra e con l'ambiente. Voler parlare di ambiente naturale per me è anche una scelta intima e mangiare è una scelta individuale ma che ha ricadute collettive.



A woman with blonde hair, wearing a red and white striped athletic top, black shorts, and a green headband, is running through a tunnel. The tunnel is lined with large, light-colored wooden barrels. The scene is dimly lit, with a blueish-green tint. The text is overlaid in white, bold, sans-serif font.

**"Scelgo prodotti biologici e biodinamici,  
amo i piccoli produttori capaci di custodire un  
sapere, ma oggi abbiamo bisogno di costruire  
anche economie replicabili e sostenibili."**



# COMMUNICATION PLAN

## Canali dell' ambassador

- Divulgazione culturale attraverso il sito web [www.olivieroalotto.com](http://www.olivieroalotto.com)
- Live social telling sui miei profili Facebook e Instagram
- Diffusione di contenuti un Podcast a puntate
- Interviste web, radio e stampa su testate verticali e generaliste ( attualità, ambiente, costume, sport outdoor)
- Presenza come speaker e ospite presso trasmissioni televisive locali, eventi di settore, conferenze e workshop.
- Possibilità di realizzare uno shooting fotografico, a scopo promozionale turistico, in linea con le esigenze dei singoli uffici del Turismo territoriali

## Canali paralleli attivi

- Blog della nutrizionista biologa Felicina Biorci;
- Sito di Slow Food ;
- Partnership con testate ambientali o outdoor interessate a seguire l'evento.



# CONTENT STRATEGY: **IL TARGET**

Servono strumenti concreti per invertire la tendenza, questa campagna produrrà diversi contenuti su differenti target:

- I privati cittadini: sarà importante sensibilizzare i cittadini perché decidano da che parte stare e prendano coscienza che ogni singola azione ha una conseguenza e che se l'azione è positiva tutti ne beneficiano;
- I brand dedicati al “green”;
- Associazioni e enti ambientali e sociali;







## CONTENT STRATEGY: I CONTENUTI

- Cortometraggio finale: sarà opera di un regista professionista ( da definire) racconteremo i luoghi del mondo che stanno per scomparire per colpa del riscaldamento globale, come in questo esempio: <http://www.blucinque.it/compagnia/stefano-rogiatti/>
- Docufilm dei km di corsa in solitaria e autosufficienza: per ogni tappa sarà realizzato un docufilm, composto da un pre e post di documentazione del luogo e montato con le immagini realizzate da me con la mia action cam Garmin Virb.
- Pillole social e web dedicate alle aziende sponsor;
- \* Sarà inoltre possibile concordare la realizzazione di video pillole o mini shooting dedicati ai brand che lo richiedessero.



# IL TEAM

Un progetto così ambizioso richiede un team di professionisti dedicati a ciascun aspetto. Una parte del progetto sarà monitorare gli effetti di una corsa di lunga distanza in ambiente estremo, verificando le variazioni fisiologiche e i meccanismi adattivi di compenso, su un atleta come me ad alimentazione esclusivamente vegetale.

## Team di lavoro

### Parte medica:

Dott.ssa Felicina Biorci, Biologa e Nutrizionista

### Marketing e Comunicazione:

Alberto Guglielmotto: Sponsorship specialist

## Special Partner



Da anni Slow Food è impegnata nel sensibilizzare l'opinione pubblica sulla "emergenza clima", concentrandosi su quanto il sistema alimentare industriale (produzione, distribuzione, consumo di cibo) impatti negativamente sui cambiamenti climatici.



# SPONSOR

Confermati per il 2020

MARADEIBOSCHI

[WWW.MARADEIBOSCHI.COM](http://WWW.MARADEIBOSCHI.COM)

GARMIN®

[WWW.GARMIN.COM/IT-IT/](http://WWW.GARMIN.COM/IT-IT/)

 LEDLENSER

[WWW.LEDLENSER.COM/IT/](http://WWW.LEDLENSER.COM/IT/)



[WWW.CASINABRIC-BAROLO.IT/IT](http://WWW.CASINABRIC-BAROLO.IT/IT)

 cinelli

[WWW.CINELLI.IT/IT/](http://WWW.CINELLI.IT/IT/)

  
**FERRINO**

[WWW.FERRINO.IT](http://WWW.FERRINO.IT)

 **ICEBUG®**  
SWEDISH TRACTION FOOTWEAR

[WWW.ICEBUG.COM/](http://WWW.ICEBUG.COM/)



# PRESS 2019/2020

Clicca sui loghi per scoprire gli articoli che parlano dei miei progetti



**la Repubblica**



**LA STAMPA**





# PROPOSTA DI SPONSORIZZAZIONE

Partecipazione in qualità di sponsor al progetto “RUN. BIKE. MEET”.

La narrazione per immagini è uno strumento utile per incuriosire, appassionare, legare al territorio e alle tematiche gli utenti, portandoli a conoscere più da vicino gli aspetti dei territori percorsi, le comunità locali, le similitudini e le differenze con la nostra realtà quotidiana.

Come azienda partner, potrete trarre beneficio dalla divulgazione dei contenuti live più “ leggeri” ma soprattutto dalla diffusione e proiezione di un docufilm finale, grazie alla visibilità che questo otterrà in Festival, serate evento, recensioni stampa, comunicati, web e social.

Abbiamo studiato diversi pacchetti di sponsorizzazione dedicati al progetto #RunBikeMeet, garantendo per ogni livello di investimento una corretta visibilità dello Sponsor sostenitore.



# SPONSORSHIP ISTITUZIONALE

- Logo istituzionale in posizione predominante nei titoli di apertura e chiusura del docufilm. Lo sponsor istituzionale otterrà i diritti di riproduzione del docufilm per la durata di 5 anni, per la propria autopromozione, all'interno di eventi esterni.
- Potrà organizzare serate in autonomia presentando e proiettando il film.
- Logo in posizione evidenziata su tutti gli stampati promozionali del film.
- Menzione speciale durante le serate promozionali dedicate al docufilm.
- Visibilità dedicata nei canali web e social di Oliviero Alotto e #RunBikeMeet
- Visibilità nei comunicati stampa, recensioni, stampa di settore, visibilità presso gli altri sponsors.

**SPONSORSHIP FEES: 12000 €**

\* È previsto e consentito nel progetto solo UNO sponsor istituzionale







## MAIN SPONSOR

- Questo sponsor avrà visibilità in serate, proiezioni, festival e altri eventi organizzati dallo sponsor istituzionale, da Oliviero Alotto e/o dal gruppo di lavoro.
- Disponibilità dell'atleta a tenere un massimo di tre incontri annuali a carattere formativo e di divulgazione, quale Ambassador del brand.
- Presenza del Logo nei titoli di apertura e chiusura (sotto lo sponsor istituzionale).
- Logo su tutti gli stampati promozionali del film. Verrà citato durante le le serate promozionali dedicate al docufilm.
- A fronte dell'inserimento di uno o più dei propri prodotti all'interno del Docufilm, sarà garantita a questi una speciale visibilità ai fini promozionali, in accordo con la sceneggiatura del docufilm e con le esigenze d'uso del prodotto.
- Visibilità dedicata nei canali web e social di Oliviero Alotto.
- Visibilità nei comunicati stampa, recensioni, stampa di settore, visibilità presso gli altri sponsors.

**SPONSORSHIP FEES: 7000 €**

# TECHNICAL SPONSOR

- Questo sponsor avrà visibilità in serate, proiezioni, festival, e altri eventi organizzati dallo sponsor istituzionale, dal gruppo di lavoro.
- Presenza del Logo nei titoli di chiusura.
- Logo su tutti gli stampati promozionali del film.
- Verrà citato durante le le serate promozionali dedicate al docufilm.
- A fronte dell'inserimento di uno o più dei propri prodotti all'interno del Docufilm, sarà garantita a questi un'adeguata visibilità ed inquadrature del logo durante le scene "in action", in accordo con la sceneggiatura del docufilm e con le esigenze d'uso del prodotto.
- Visibilità dedicata nei canali web e social di Oliviero Alotto.
- Visibilità nei comunicati stampa, recensioni, stampa di settore, visibilità presso gli altri sponsors.

**SPONSORSHIP FEES: 1000 €**







## CONTRIBUTION SPONSOR

- Questo sponsor avrà visibilità in serate, proiezioni, festival, e altri eventi organizzati dallo sponsor istituzionale, da Oliviero Alotto e /o dal suo gruppo di lavoro.
- Logo presente in formato ridotto nei titoli e locandina del film.
- Visibilità nei canali web e social.
- Visibilità nei comunicati stampa, recensioni, stampa di settore, visibilità presso gli altri sponsors.

**SPONSORSHIP FEES: 800€**

# BUDGET

## PREVENTIVATO PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Si prevede di poter realizzare il progetto a fronte dell'ingresso di un budget di 20 mila Euro per ciascuna delle sei tappe previste.

Il totale delle imprese ha un costo stimato di 100/120 K sull'arco dei tre anni.





# RUN. BIKE. MEET.

---

PER MAGGIORI INFO:

OLIVIERO.ALOTTO@ME.COM // +39 333 654 65 97

OLIVIERO ALOTTO

SPORT - ALIMENTAZIONE - AMBIENTE

