

# RunBefore2050: Piano Editoriale

Redatto da: Gianfranco De Maria –Versione 1.0 - 11/02/2018

## IL PROGETTO

La comunità scientifica internazionale e le principali organizzazioni non governative che operano nel campo della tutela ambientale concordano nell'individuare nel **2050** un punto di non ritorno.

Se non ci saranno serie prese di posizione da parte dei governi dei principali paesi del mondo, sarà sempre più difficile fronteggiare l'aumento, nel numero e nell'intensità, degli eventi meteorologici estremi provocati dai cambiamenti climatici, con una stima di ben 1,3 miliardi di persone a rischio sopravvivenza.

Senza azioni preventive sul fronte dell'adattamento ai cambiamenti climatici, entro il **2050** ci saranno infrastrutture in pericolo pari a un valore di 158.000 miliardi di dollari, il doppio rispetto al PIL dell'intera economia annua del pianeta.

Già negli scorsi decenni si sono viste le prime avvisaglie di quanto potrebbe accadere, ma in futuro gli impatti dei cambiamenti climatici potrebbero essere amplificati da altri fattori, come l'aumento della popolazione globale, la vulnerabilità delle zone più povere dei grandi centri urbani e il loro rapido sovraffollamento: ogni settimana 1,4 milioni di persone si muovono verso le città dalle campagne, un esodo che si sta verificando soprattutto in Africa e in Asia.

La Banca mondiale stima che i cambiamenti climatici potrebbero spingere **100 milioni di persone nella povertà entro il 2050.**

Il tasso attuale di aumento della temperatura terrestre potrebbe innescare un meccanismo irreversibile di scioglimento di uno dei maggiori ghiacciai dell'Antartico, il Totten Glacier, e provocare un innalzamento di oltre due metri del livello dei mari.

Alla luce di questo quadro scoraggiante ma ancora evitabile, il mio progetto prevede la partecipazione a due grandi eventi: la **Marathon des Sables** - [www.marathondessables.com](http://www.marathondessables.com) e la **Polar Circle Marathon** - [www.polar-circle-marathon.com](http://www.polar-circle-marathon.com)

Due esperienze in antitesi tra loro, durante le quali esprimerò una performance fisica e soprattutto un'avventura umana. Desidero infatti che queste sfide diventino l'occasione concreta per suggerire e promuovere quelle azioni che ognuno di noi può portare avanti per essere parte attiva di un impegno concreto verso l'ambiente e per migliorare la nostra qualità di vita attuale e futura.

## FOCUS E OBIETTIVI EDITORIALI

I Focus editoriali sono relativi le tematiche dei mutamenti climatici e come quest'ultime influiscono sullo stile di vita di tutti noi, in particolare di chi corre e di chi ama trascorrere la propria vita all'aria aperta praticando l'ultra trail.

L'obiettivo primario è quello di stimolare, con contenuti sempre nuovi e aggiornati, la partecipazione da parte degli appassionati che condivideranno con gli altri utenti impressioni, discussioni, fotografie, filmati e link.

## TARGET

Il nostro target sono gli appassionati di running e quelli di tematiche ambientali che trovano nell'ultra trail un ***trait d'union*** naturale.

In Italia, secondo alcune ricerche, la corsa viene praticata da 6 milioni di persone, di cui il 55% sono uomini e il 45% donne. Un fenomeno che non conosce divisioni di età: il 27% dei runner hanno fra i 25 e i 34 anni, il 25% fra i 35 e i 44, il 21% fra i 45 e i 54, e un dignitoso 8% di over 55. E non è tutto: per il 77% degli intervistati la corsa è l'attività sportiva primaria.

Un'età media di 43 anni per gli uomini e di 39 per le donne. 8 su 10 lo praticano regolarmente 12 mesi l'anno, fra le 3 e le 4 volte alla settimana, senza alcuna paura del freddo in inverno o dei 35 gradi d'estate. Corrono per stare in forma (77%), per rimanere in salute (76%) e per divertirsi (61%). Le corse più frequentate sono le mezze maratone (75%), più delle 5 km (55%) e delle 10 km (54%). Ma quasi un runner su due (47%) ha completato almeno una maratona.

Il Trail running è una disciplina più giovane, quella che era definita "corsa in montagna" esisteva da molti anni prima ma, nascendo come hobby non è mai stata regolamentata né considerata come un vero e proprio sport.

Le prime gare di questa disciplina venivano chiamate con il nome di "ecomaratone" o "maratone in montagna" richiamando appunto l'ambiente circostante del tutto nuovo rispetto alla normale maratona su strada. I partecipanti erano solamente alcune decine e l'abbigliamento utilizzato era quello tipico del mondo del running e non vi erano caratteristiche riconoscibili per rendere questo hobby uno sport a sé.

Oggi in Italia, il numero dei praticanti di ultra trail runner si aggira intorno ai 60-70 mila e di questi il 30 % sono donne.

Tre i principi cardine sui quali si fondano le principali gare di trail running in tutto il mondo:

**Rispetto per l'ambiente:** il bosco, il sentiero, la valle, il ruscello, vengono rispettati in maniera assoluta e per regolamento nelle gare di trail running chiunque sia sorpreso a gettare rifiuti a terra può essere soggetto a squalifica dalla gara.

**Rispetto per il compagno di gara:** nel caso in cui si verificano incidenti di percorso quali, malori o problemi fisici, chi si trova nelle vicinanze dell'individuo soggetto a complicazioni ha l'obbligo di aiutarlo, accompagnandolo al servizio di soccorso più vicino.

**Rispetto verso se stessi:** è assolutamente vietato l'uso di sostanze dopanti e di medicinali come gli anti infiammatori, in quanto rendono insensibile il corpo ai normali sintomi di affaticamento, indispensabili alla regolazione dello sforzo da parte dell'atleta ed inoltre creano una competitività del tutto irregolare e malata.

## FOCUS EDITORIALE

Il focus editoriale della piattaforma è fondato sulla produzione di contenuti esclusivi non reperibili tramite nessun altro media.

I contenuti sono di tipo video/fotografico di alta qualità e di valore giornalistico/editoriale elevato.

Il nostro obiettivo è quello di presentare i temi di interesse ambientale e sportivo in tutte le loro sfaccettature.

## BLOG

[olivieroalotto.it](http://olivieroalotto.it) è il Blog in cui vengono pubblicate le news relative all'attività sportiva di Oliviero Alotto, i suoi progetti extra-sportivi, attività legate agli sponsor, beneficenza, ecc...

E' il filo diretto tra Oliviero e i suoi follower in senso più ampio.

## VIDEO PRODUCTION

## SOCIAL MEDIA, GESTIONE ACCOUNT

La spinta editoriale avviene anche sui profili dei maggiori social network (Facebook/Twitter/Youtube/Instagram) attraverso:

**Gestione** degli account esistenti:

- [www.facebook.com/olivieroalotto](http://www.facebook.com/olivieroalotto)
- [twitter.com/olivieroalotto](https://twitter.com/olivieroalotto)

**Attività di animazione** del Blog con idee creative, sondaggi, Topic specifici per generare l'interesse degli utenti;

**Utilizzo dei Social Media** per il lancio di Contest, dei contenuti editoriali e delle azioni di marketing online e di push verso il BLOG.

**Facebook e Instagram** meritano una attenzione particolare: su queste piattaforme sono infatti presenti numerose fan page e profili che si occupano di running.

E' strategico entrare in queste Community cercando di attrarne gli appartenenti verso il progetto **RunBefore2050** facendo una vera e propria opera di proselitismo on line.

Le suddette azioni di marketing non convenzionale hanno maggiore efficacia nei primi 3-4 mesi di vita del progetto, successivamente andranno studiate forme di fidelizzazione e web appealing sempre nuove.

## PARTNERSHIP

Saranno individuati i principali Top Blogger sugli argomenti di running e green life, i criteri secondo i quali sarà effettuata tale scelta sono la frequenza degli aggiornamenti, la qualità dei contenuti e il numero di Post pubblicati.

Alla luce del loro ruolo di opinionisti e del seguito che riscuotono, alcuni non solo online, potrebbero, secondo modalità e forme da concordare, collaborare con Oliviero.

Medesimo discorso per i top Influencers scelti tra i principali opinion leader che si occupano di running in generale e ultra trail in particolare.

Si tratta di giornalisti, scrittori ed ex atleti la cui attività on line e off line è in grado di orientare e spesso condizionare le opinioni e le preferenze degli appassionati. Sono tutti accomunati da grande competenza specifica ed esperienza pluriennale

Proporremo loro varie forme di collaborazione.

## BENCHMARK

Al fine di massimizzare il risultato di successive operazioni di Buzzing e di marketing virale sui siti che hanno la corsa come argomento, riteniamo sia fondamentale un'analisi iniziale dei forum, dei Blog e dei Social Network del settore.

## COMUNICAZIONE E ATTIVITA' PR

Attraverso un forte supporto dell'ufficio stampa dei nostri sponsor, verranno svolte azioni di comunicazione rivolte alla Rete e ai media in generale per la promozione di RunBefore2050.

Le modalità promozionali, dall'ADV tradizionale alle PR, verranno discusse in seguito con i partner.