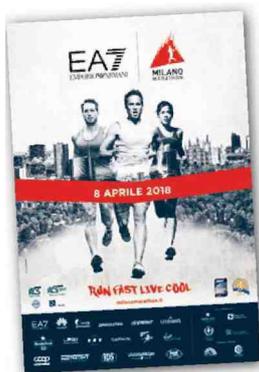


RCS Sport aumenta del 20% i ricavi dell'“EA7 Emporio Armani Milano Marathon” e a doppia cifra quelli del Giro

9



Mercato RCS Sport aumenta del 20% i ricavi dell'“EA7 Emporio Armani Milano Marathon”, in programma l'8 aprile, e a doppia cifra quelli del “Giro d'Italia” 2018

La struttura di cui è direttore commerciale Matteo Mursia vede crescere partecipanti e sponsor della corsa milanese, lancia la novità “Milano Linate Night Run”, il 22 giugno, e registra già ora numeri da record per la “rosa”, che parte il 4 maggio in Israele

di **Vittorio Parazzoli**

Si terrà domenica 8 aprile la XVIII edizione dell'“EA7 Emporio Armani Milano Marathon”, la manifestazione internazionale di running organizzata da S.S.D. RCS Active Team - RCS Sport, che è stata presentata ieri e sarà anticipata, il giorno prima, dalla “Bridgestone Milano School Marathon”. Il marchio di pneumatici, quest'anno, “cresce” a premium partner della corsa di 42 km, ed è anche title sponsor della 3 km dedicata ai più pic-

coli e ai loro accompagnatori, già sold out con 10.000 partecipanti, che concorrono a raggiungere e probabilmente, nei prossimi giorni, a superare i 30.000 iscritti complessivi, nuovo record rispetto ai 25.000 dell'edizione 2017.

Gli sponsor

Ma questa non è l'unica positiva performance dell'evento che, come ha spiegato a DailyMedia Matteo Mursia, direttore commerciale di RCS Sport e della Gazzetta dello Sport, sta andando decisamente bene anche sul

fronte dei ricavi attesi, con la stima, a oggi, di un loro incremento del 20% rispetto al 2017. Questo, grazie alla sostanziale conferma di quasi tutti i principali sponsor e all'arrivo di alcuni nomi nuovi,

tra cui spiccano Agos Ducato e Heineken, con l'analcolica 0.0, che si aggiungono - oltre, ovviamente, a EA7 (title and technical sponsor) -, a Huawei (in qualità di mobile partner), Europ Assistance (che sarà relay sponsor), Enervit (coinvolto come sport nutrition partner), Levissima (nel



ruolo di official mineral water), GLS, Gruppo UNA Hotels e Lactalis (gli official partner), Garmin (official timekeeper), Virgin Active (come training partner), Air France (official carrier) e COOP Lombardia, Rio Mare e Master-tent (official suppliers). Il motto della corsa milanese è "Run Fast Live Cool", come riportano anche gli annunci stampa dedicati, firmati da Studio Dispari.

RDS e FOX Sports

RDS 100% Grandi Successi sarà sempre la radio partner con il contest "RDS Music Marathon". La copertura tv della manifestazione, invece, sarà affidata per il terzo anno consecutivo a FOX Sports: "Seguiremo la gara con Lucilla Andreucci e Stefano Baldini, che affiancheranno Nicola Roggero per raccontare la maratona che, quest'anno, verrà trasmessa dai canali FOX anche in Asia e Australia, per rendere l'evento sempre più internazionale", ha spiegato il direttore Marco Foroni. Chi correrà la Milano Marathon 2018 potrà rivedere la propria prestazione durante la replica in programma, sempre l'8 aprile, alle 20.30 su Fox Sports Plus (canale 205, Sky). E per il secondo anno, il "Marathon Village" si troverà all'interno del quartiere City Life, presso il Mico LAB: circa 5.000 mq di superficie dove runner, pubblico e cittadini potranno ritirare i pettorali, visitare le vetrine riservate ai nuovi prodotti e partecipare a diversi workshop e sessioni di fitness e training.

"Milano Linate Night Run"

Nell'occasione, sempre RCS Active Team - RCS Sport ha presentato anche la prima grande novità di quest'anno: dalla mezzanotte

del 22 giugno si terrà la "Milano Linate Night Run", che si svolge-

rà su un percorso di 10 chilometri sulla pista di atterraggio dell'aeroporto milanese di SEA che proprio quest'anno celebra il suo 70esimo anniversario.

"Giro d'Italia"

Intanto, sempre Mursia ha rilasciato anche alcune anticipazioni sul Giro d'Italia 2018 che, notoriamente, debutterà il 4 maggio in Israele, spiegando che già ora si può parlare di edizione record sul fronte ricavi, con una crescita a doppia cifra grazie alla conferma dei top sponsor e, anche qui, all'arrivo di nuovi partner. Tra i primi, Enel (maglia rosa), Mediolanum (azzurra), Segafredo (ciclaminio), Eurospin (bianca), Named Sport (vincitore di tappa), casa.it (ultimo km) e Tag Heuer (timekeeper). Inoltre, Rovagnati, Husqvarna (tagliaerba), Fossati (serramenti), Autostrade, Astoria Vini, Pinarello, Selle Italia, Sangemini, Henkel e Unibet, che "cresce" a sponsor "Super Team". Tra i nuovi, gruppo FCA con Alfa Romeo che subentra a Honda come "auto ufficiale", Sportful-Castelli (abbigliamento tecnico) per le maglie, Shimano, Red Bull, Morando (pet food), Skittles (Mars) e Yamaha Motor.

► 29 marzo 2018

In riferimento all'articolo sul lancio di Fortune, apparso sul Dailymedia di ieri, precisiamo che relativamente a Popular Science, la casa editrice Magenta ne è solo concessionaria. Ci scusiamo con i lettori e gli interessati.

