

Studio Ghiretti, Brd Consulting e Gruppo Publimedia al GFNY



Praticare sport fa bene e, di conseguenza, aumenta l'autostima. Lo sport fortifica l'amore per il proprio corpo e la cura del proprio spirito. E, in tutto il mondo, lo sport è alimentato da coloro che investono denaro nella sua pratica.

L'8 maggio 2011 migliaia di ciclisti si misureranno sulle 105 miglia - 170 km circa- che separano il George Washington Bridge di Manhattan da Bear Mountain, in New Jersey, con alcune incursioni lungo la Route 9W. Gara ufficiale di qualificazione UCI Amateur World Championship, 8.000 partecipanti attesi, oltre 200.000 dollari in premi, quattro categorie di atleti in gara, evento proposto per entrare nella FIVE STARS LEAGUE di ciclismo.

Solido il team di esperti in marketing, comunicazione e distribuzione. **Alessandro Pinto**, esperto organizzatore di eventi sportivi e di progetti di social responsibility, esclusivista per l'Europa del Brand **GFNY**, sarà affiancato da **Studio Ghiretti, Brd Consulting** e dal **Gruppo Publimedia** nella consulenza alle imprese europee interessate a sfruttare appieno le opportunità offerte dalla importante manifestazione newyorkese, fornendo le soluzioni *taylor made*. Piano di marketing, comunicazione, PR e segreteria organizzativa saranno i servizi disponibili per le aziende che puntano ad entrare nel mercato degli States o a consolidarne la loro presenza.

Per maggiori informazioni potete scrivere a: info@brdconsulting.it

EVENTI

NY pensa e pedala italiano

Gli organizzatori della Gran fondo di ciclismo nella città della Grande Mela hanno importato sponsor e know-how dalle nostre gare. Sono attesi 8mila partecipanti, il 70% uomini che hanno più di 44 anni

BARBARA BENZONI

Lo sport. Grande investimento. Su stessi, in primis. Oggi più che mai un sillogismo ne illustra la filosofia: praticare sport fa bene, farsi del bene alza l'autostima, lo sport corrobora l'amore per il proprio corpo e la cura del proprio spirito. E, in tutto il mondo, notoriamente, il motore dell'economia che muove la cura di mente e corpo è alimentato da coloro che investono denaro nella pratica sportiva. Come stile di vita, come status symbol.

L'8 maggio prossimo le avenues di New York City saranno invase da migliaia di ciclisti che si misureranno sulle 105 miglia - 170 km circa - che separano il George Washington Bridge di Manhattan da Bear Mountain, in New Jersey, con alcune incursioni lungo la Route 9W, la strada americana tradizionalmente percorsa dagli amanti delle due ruote. Professionista o dilettante che esso sia, l'atleta che parteciperà alla Granfondo NY - così chiamata dai suoi ideatori in omaggio alla classica italiana - vivrà un'esperienza unica e storica, dato che si tratta della prima edizione, equiparabile solo alla New York City Marathon per un podista. Gara ufficiale di qualificazione UCI Amateur World Championship, 8mila partecipanti attesi, oltre 200mila dollari in premi, evento proposto per entrare nella Five Stars League di ciclismo, la Granfondo New York nasce dalla passione sportiva di due giovani manager americani. Ulrich e Lidia Fluhme, lasciate le carriere di avvocato e consulente finanziaria, dedicano le energie a convincere i newyorkesi a salire in bicicletta, chiudendo per un giorno al traffico un tratto di Manhattan.

In Europa per un tour promozionale dell'evento, ci spiegano come amerebbero arruolare quanti più partners commerciali ed endorsers nel mondo, per dare vita ad un evento cosmopolita, con grandi progettualità e sviluppi futuri, proprio come nello spirito di NYC, la città che "non dorme mai".



«Il supporto del know how e delle qualità organizzative che partners prestigiosi come quelli del Giro d'Italia, capitanati dal direttore Angelo Zomegnan, ci stanno dando ci convince della bontà dell'operazione in Usa - commenta Ulrich Fluhme - Pinarello, Diadora, Giordana, Mavic, San Marco, Limar e molti altri grandi del mondo ciclistico hanno accettato la sfida». «Indagini sul profilo dei lettori di *Bicycling*, Media Partner della GFNY escludono per gli Stati Uniti - continua Fluhme - indicano che il target dei partecipanti alla gara, età media 44,7 anni, 70% maschile, ha un reddito medio superiore ai 75mila dollari, ed è disponibile a comprare solo prodotti di qualità».

Attenzione ai componenti tecnici, cura maniacale dell'equipement da

corsa, particolare cultura del food e del wellness adatti alle due ruote. Ecco allora che per rispondere alle esigenze delle aziende investitrici che si rivolgono a un pubblico di atleti che fa la differenza anche grazie alla propria solida capacità di spesa, i coniugi Fluhme hanno organizzato, prima della gara, un Expo in uno spazio esclusivo, quello della Roseland Ballroom sulla 52ma, dove tutti i partners dell'evento avranno aree riservate al trade e alla visibilità del prodotto.

Solido il team di esperti in marketing, comunicazione e distribuzione. Alessandro Pinto, esperto organizzatore di eventi sportivi e di progetti di social responsibility, esclusivista per l'Europa del Brand GFNY, sarà affiancato da Studio Ghirelli, Brdconsulting e dal Gruppo Publimedia nella

In gruppo, o in fuga, attraverso Manhattan

Il movimento sportivo negli Stati Uniti sta vivendo un particolare "rinascimento" ciclistico: ciò che anni fa era animato da un ristretto gruppo di appassionati, oggi è diventato un vero e proprio fenomeno di massa. Chi ha contribuito allo sviluppo e alla crescita del movimento sono state certamente le Gare di Gran fondo. Quella di New York è la più popolare e affascinante. Il percorso porta i ciclisti attraverso le strade più conosciute della città, attraversando il ponte George Washington da dove si gode una spettacolare vista di Manhattan. Poi lungo la strada Route 9W ed altri strade rurali per arrivare, dopo 80 km, al parco dello stato Harriman. Lì comincia una salita di 8 km verso la cima di Bear Mountain, che verrà cronometrata tramite chip. Dopo la discesa, il percorso costeggia il fiume fino al ritorno alla città di New York.

consulenza alle imprese europee interessate a sfruttare le opportunità offerte dalla manifestazione, fornendo le soluzioni taylor made. Piano di marketing, comunicazione, PR e segreteria organizzativa saranno i servizi disponibili per le aziende che puntano ad entrare nel mercato degli States o a consolidarne la loro presenza.

Gli atleti, professionisti e non, coadiuvati negli spostamenti verso gli Usa dal tour operator italiano Terramia, che parteciperanno a maggio allo start up della GFNY sono poi, concretamente, i migliori testimonials. Grazie alle sensazioni che portano con loro nel macro cosmo degli eventi sportivi planetari, in un universo sportivo che, nonostante la contingenza economica negativa, vive ampi margini di crescita.