



***Media Clippings
Marzo 2026***

***Ritagli Carta Stampata
Pubblicazioni Web***

a cura di:

Data

01.03.26

Testata

OUTDOOR MAGAZINE

Descrizione

Mensile Informazione Sportiva


Tiratura

25.000



AMER SPORTS: 2025 IN CRESCITA SPINTO DA ARC'TERYX E SALOMON

Amer Sports, che controlla i marchi Arc'teryx, Armada, ATEC, **Atomic**, DeMarini, Evo-Shield, Louisville Slugger, Peak Performance, Salomon e Wilson Sports, ha chiuso il quarto trimestre con una crescita del 28% del fatturato (26% a valute costanti), a quota 2,10 miliardi di dollari. La business unit Technical Apparel (che include i marchi Arc'teryx e Peak Performance) ha fatto registrare una crescita del 34% (34% a valute costanti), mentre Outdoor Performance (Salomon e **Atomic**) del 29% (23% a valute costanti). I risultati del 2025 vedono una crescita del fatturato del 27% (26% a valute costanti) a quota 6,57 miliardi di dollari. La business unit Technical Apparel ha chiuso l'anno a quota 2,86 miliardi (+30% - +31% a valute costanti) e Outdoor Performance a 2,40 miliardi (+31% - +29% a valute costanti).

Data	Testata	Descrizione
01.03.26	OUTDOOR MAGAZINE	Mensile Informazione Sportiva



Tiratura

25.000



SPORT NATURA
ROCCA DI MEZZO (AQ) - PUNTI VENDITA: 2
 PIERO DI BIASE - TITOLARE

BILANCIO DI FINE ANNO

- Stabile, +2%
- Il clima e il ritorno di entusiasmo da parte della gente: c'è stata più motivazione all'acquisto
- Principalmente la concorrenza dei siti delle aziende. Alcune sono praticamente esagerate e infatti le stiamo abbandonando
- Giacenza in svuotamento
- Voto: 8/10
- In generale siamo contenti. Per noi è stato anno di cambiamenti: abbiamo tolto aziende con cui facevamo anche un fatturato importante, ma di cui abbiamo risentito l'aggressività sui loro canali di vendita online. Nonostante le preoccupazioni iniziali, abbiamo recuperato la quota di fatturato senza problemi, tanto che abbiamo registrato un piccolo 2% in più rispetto al 2024

SERVIZI

- Sì, vendiamo anche online (da 21 a 40%)
- Sì, abbiamo un servizio a noleggio (da 6 a 10%)

TREND D'ACQUISTO

- Calzature, abbigliamento
- Trail running, scialpinismo, trekking

RESPONSABILITÀ

- No, non abbiamo richiesta di prodotti sostenibili
- No. Abbiamo pochissima richiesta, e la cosa ci amareggia. Il nostro negozio è molto attento alla sostenibilità, abbiamo per esempio dei pannelli solari e spingiamo il cliente a fare scelte più consapevoli, ma la gente è ancora poco attenta a questi temi. Soprattutto non riesce a comprendere che un prodotto sostenibile costa di più di uno che non lo è. La percentuale di chi è disposto a pagare di più è bassissima, circa il 5%

CONSUMATORE

- Performance, famiglia
- Tecnicità, affidabilità, assistenza
- Assolutamente sì. Lo abbiamo visto e lo confermano i dati delle vendite delle aziende che fanno quel tipo di prodotti. Anche per noi è importante perché è anche un po' meno esigente, è più facile da accontentare

SOCIAL MEDIA

- Instagram
- No, non abbiamo notato un incremento

SCelta DEI MARCHI

- Che siano nostri partner, con una politica dei prezzi sui loro siti non aggressiva; le caratteristiche del prodotto, quindi capire se è sostenibile o durevole; e il servizio post-vendita
- ATK BINDINGS - SKI TRAB - NORRØNA

MARCHI PIÙ VENDUTI

- Calzature hiking-trekking: LA SPORTIVA (+) SCARPA (=) KAYLAND (=)
- Calzature mountain lifestyle: SCARPA (=) NORDA (+) KAYLAND (=)
- Calzature climbing: LA SPORTIVA (=)
- Calzature trail running: LA SPORTIVA (+) SCARPA (+) NORDA (+)
- Scarponi da scialpinismo/freeride: SCARPA (+) **ATOMIC** (+) LA SPORTIVA (-)
- Sci: SKI TRAB (+) **ATOMIC** (+) K2 (+)
- Abbigliamento outdoor: NORRØNA (+) MONTURA (+) E9 (+)
- Abbigliamento intimo tecnico: ORTOVOX (=)
- Accessori: PETZL (+) BLACK DIAMOND (+) SKI TRAB (+)
- Attrezzatura climbing: PETZL (+) BLACK DIAMOND (+)

BRAND RIVELAZIONE

- E9

FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE

- Ci aspettiamo dei cambiamenti molto importanti nel brevissimo periodo, perché notiamo che stanno mutando molto velocemente sia la distribuzione sia la clientela e il tipo di vendita

Data	Testata	Descrizione
01.03.26	OUTDOOR MAGAZINE	Mensile Informazione Sportiva



Tiratura

25.000



VALLÉE SPORT
PONT-SAINT-MARTIN (AO) - PUNTI VENDITA: 1
 DAVIDE LAZZARIN - TITOLARE

BILANCIO DI FINE ANNO

- Stabile
- Il meteo
- La situazione in Italia in generale
- Giacenza stabile
- Voto: 7

SERVIZI

- No, non vendiamo online
- Sì, abbiamo un servizio a noleggio (da 11 a 20%)

TREND D'ACQUISTO

- Calzature
- Trail running

RESPONSABILITÀ

- No, non abbiamo richiesta di prodotti sostenibili
- No, non è disposto a spendere di più

CONSUMATORE

- Famiglia
- L'innovazione
- Non abbiamo questo tipo di cliente

SOCIAL MEDIA

- Instagram, Facebook
- No, non abbiamo notato un incremento

SCelta DEI MARCHI

- La richiesta della clientela
- HOKA - SALOMON - CRAZY

MARCHI PIÙ VENDUTI

- Calzature hiking-trekking: SCARPA (=) SALEWA (=) LA SPORTIVA (=)
- Calzature mountain lifestyle: non le trattiamo
- Calzature climbing: non le trattiamo
- Calzature trail running: KAILAS (+) HOKA (=) LA SPORTIVA (=)
- Scarponi da scialpinismo/freeride: SCARPA (-) DYNAFIT (-)
- Sci: SALOMON (=) ROSSIGNOL (=) **ATOMIC** (=)
- Abbigliamento outdoor: CRAZY (=) THE NORTH FACE (=) KARPOS (=)
- Abbigliamento intimo tecnico: MICO (=)
- Accessori: EISBÄR (=) BUFF (=)
- Attrezzatura climbing: non la trattiamo

BRAND RIVELAZIONE

- KAILAS

FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE

- Il mercato è sempre un po' oscillante, ma al momento sembra più stabile

Data

01.03.26

Testata

OUTDOOR MAGAZINE

Descrizione

Mensile Informazione Sportiva

Tiratura
25.000

K&K SPORTS
ALPE DI SUISI (BZ) - PUNTI VENDITA: 5
 MARKUS KARBON - TITOLARE

BILANCIO DI FINE ANNO

- Decremento, -3%
- Nel 2025 l'andamento positivo è stato favorito dall'arrivo di molti turisti da tutto il mondo, dall'alta frequenza alla cabinovia e dal conseguente aumento delle vendite nei nostri negozi
- Nel 2025 l'andamento negativo è stato influenzato dall'aumento dei costi legati al personale, marketing e software, nonché della chiusura parziale del negozio principale per lavori di ricostruzione
- Giacenza stabile
- Voto: 7
- Nel complesso il 2025 è stato un anno positivo, con un inverno stabile e un'alta richiesta di noleggio; sono andati bene accessori e scarpe, mentre l'abbigliamento ha registrato un andamento un po' più difficile

SERVIZI

- No, non vendiamo online
- Sì, abbiamo un servizio a noleggio (da 21 a 40%)

TREND D'ACQUISTO

- Calzature, abbigliamento e accessori
- Trail running, trekking, lifestyle e multisport

RESPONSABILITÀ

- No, non abbiamo richiesta di prodotti sostenibili
- No, spesso il prezzo incide in modo determinante sulle decisioni d'acquisto, soprattutto perché i prodotti sostenibili che offriamo regolarmente hanno generalmente un costo più elevato

CONSUMATORE

- Esperienziale/benessere, famiglia e occasionale
- La notorietà del brand, il consiglio del venditore e un design accattivante
- Confermiamo questo trend: l'urban outdoor è in forte crescita e, trovandosi i nostri negozi in zone turistiche, i global brand di urban

outdoor sono particolarmente richiesti anche da un pubblico internazionale. È quindi molto importante consolidare questo consumatore, poiché rappresenta una clientela trasversale con un elevato potenziale di continuità negli acquisti

SOCIAL MEDIA

- Instagram, Facebook, TikTok
- Sì, abbiamo notato un incremento

SCelta DEI MARCHI

- Notorietà del marchio, qualità dei prodotti e il design. Naturalmente il margine è importante

• LA SPORTIVA - SALEWA - ON

MARCHI PIÙ VENDUTI

- Calzature hiking-trekking: LA SPORTIVA (+) SALEWA (=) LOWA (=)
- Calzature mountain lifestyle: LA SPORTIVA (+) ON (=) DOLOMITE (=)
- Calzature climbing: non le trattiamo
- Calzature trail running: LA SPORTIVA (+) ON (=) THE NORTH FACE (=)
- Scarponi da scialpinismo/freeride: non li trattiamo
- Sci: facciamo solo noleggio
- Abbigliamento outdoor: SALEWA (=) ORTOVOX (=) ARC'TERYX (+)
- Abbigliamento intimo tecnico: ORTOVOX (=) ODLO (=) MONS ROYALE (=)
- Accessori: ATOMIC (+) SALOMON (+) GIRO (=)
- Attrezzatura climbing: non la trattiamo

BRAND RIVELAZIONE

- LA SPORTIVA

FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE

- Ci aspettiamo che in futuro i termini degli ordini vengano posticipati, poiché attualmente sono fissati troppo presto rispetto alle reali esigenze del mercato

Data

01.03.26

Testata

OUTDOOR MAGAZINE

Descrizione

Mensile Informazione Sportiva

Tiratura
25.000

DUE ELLE SPORT
 VARESE - PUNTI VENDITA: 1
 MARCO SANTAMBROGIO - TITOLARE

BILANCIO DI FINE ANNO

- Stabile
- Il noleggio che è aumentato tantissimo; la vendita di attrezzatura da sci alpino
- La vendita dell'abbigliamento un po' calata rispetto all'anno precedente, la concorrenza folle per via di Internet
- Giacenza in aumento
- Voto: 8%
- La nostra fortuna è che siamo in una città al confine con la Svizzera dove non abbiamo i rivali: siamo i più grandi noleggiatori del nord milanese e ogni anno andiamo sempre meglio proprio per questo servizio. Ma se non avessi il noleggio farei molta fatica, soprattutto per quanto riguarda la vendita dell'abbigliamento, che viene fatta prevalentemente online. Inoltre, la principale problematica è che spesso alcuni brand fanno delle manovre commerciali che vanno contro gli specializzati a favore invece della grossa distribuzione. Ciò che ci premia però è la storia, la professionalità e la clientela che si fida di noi da 40 anni. Il nostro è un negozio di famiglia dal 1986: siamo dunque altamente formati perché è sì la nostra vita, ma è soprattutto la nostra passione, ci piace conoscere a fondo i materiali anche più delle case madri, e investiamo molto sull'attrezzo per poter proporre ai clienti sempre il meglio e nuovo di pacca

SERVIZI

- No, non vendiamo online
- Sì, abbiamo un servizio a noleggio (da 21 a 40%)

TREND D'ACQUISTO

- Accessori da sci alpino, sci, scarponi
- Sci alpino

RESPONSABILITÀ

- No, non abbiamo richiesta di prodotti sostenibili
- No. Ogni tanto proponiamo dell'attrezzatura che presenta alcune parti riciclate, ma per il cliente è più un fattore estetico che di responsabilità

CONSUMATORE

- Esperienziale/benessere
- Fiducia nel negoziante
- Non abbiamo nulla di urban, siamo più specializzati sull'attrezzo. L'abbigliamento su cui ci concentriamo è tecnico e richiama il mondo dello sci. È quindi difficile che un cliente entri da noi cercando il trend del momento o l'estetico, è più probabile che ci chieda un prodotto funzionale alla disciplina che vuole fare

SOCIAL MEDIA

- Instagram, Facebook
- No, non abbiamo notato un incremento. Per un negozio come il nostro, con una storia così lunga e così radicato nel territorio, il passaparola vince su tutto. I clienti che entrano da noi sono i fidelizzati oppure quelli che vengono su consiglio altrui perché sanno di poter trovare attrezzatura nuova e un parere professionale. I social quindi li usiamo con moderazione, dato che nel nostro caso non ci servono molto

SCELTA DEI MARCHI

- Valutazione personale sulle caratteristiche tecniche, marginalità
- SALOMON - BLIZZARD - **ATOMIC**

MARCHI PIÙ VENDUTI

- Calzature hiking-trekking: CMP (=) KAYLAND (=)
- Calzature mountain lifestyle: non le trattiamo
- Calzature climbing: non le trattiamo
- Calzature trail running: non le trattiamo
- Scarponi da scialpinismo/freeride: non li trattiamo
- Sci: BLIZZARD (+) SALOMON (+) **ATOMIC** (+)
- Abbigliamento outdoor: RH+ (+) CMP (+)
- Abbigliamento intimo tecnico: HP (+) X-TECH (+)
- Accessori: SALOMON (+) **ATOMIC** (+)
- Attrezzatura climbing: non la trattiamo

BRAND RIVELAZIONE

- BLIZZARD, che piace ai bambini che lo noleggiavano quanto agli adulti, in particolare le donne, e SALOMON perché mi piace come lavora

FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE

- Spero che ci sia più correttezza tra collaboratori. Non li considero concorrenti: se non ho un prodotto in negozio, mando il cliente da un altro specializzato che so che potrebbe averlo. Perdo una vendita ma ne guadagno sulla fiducia. E poi auspico più correttezza e trasparenza sui prezzi, non questi ribassi folli che creano un monopolio tra i grossisti e fanno del male agli specializzati. Per quanto riguarda Internet, non usandolo non è una cosa che mi spaventa: i nostri prezzi sono anche più bassi

Data	Testata	Descrizione
01.03.26	OUTDOOR MAGAZINE	Mensile Informazione Sportiva



Tiratura

25.000



FREE TIME SPORT & STYLE
ASIAGO (VI) - PUNTI VENDITA: 1
 GABRIELE RIGONI - TITOLARE

BILANCIO DI FINE ANNO

- Incremento, +20%
- La neve, le manifestazioni organizzate in paese
- Sotto le feste di Natale un po' la mancanza di neve
- Giacenza stabile
- Voto: 9

SERVIZI

- No, non vendiamo online
- Sì, abbiamo un servizio a noleggio (da 21 a 40%)

TREND D'ACQUISTO

- Accessori
- MTB, sci alpino, sci di fondo

RESPONSABILITÀ

- No, non abbiamo richiesta di prodotti sostenibili

CONSUMATORE

- Occasionale, turista
- Produzione italiana, la visibilità del marchio e la qualità
- Sì, è così anche nell'abbigliamento, tanto che sto abbandonando un po' il prodotto molto tecnico e mi sto concentrando più sull'urban

SOCIAL MEDIA

- Instagram, Facebook
- Sì, abbiamo notato un incremento. Alcune persone entrano in negozio proprio perché hanno visto i nostri post

SCELTA DEI MARCHI

- Produzione italiana, la visibilità del marchio e che si veda sia di qualità
- MCKEES - X-TECH

MARCHI PIÙ VENDUTI

- Calzature hiking-trekking: GARMONT (+)
- Calzature mountain lifestyle: W6YZ (-)
- Calzature climbing: non le trattiamo
- Calzature trail running: SCOTT (-)
- Scarponi da scialpinismo/freeride: non li trattiamo
- Sci: FISCHER (+) SALOMON (+) **ATOMIC** (+)
- Abbigliamento outdoor: MCKEES (=) OAKLEY (=)
- Abbigliamento intimo tecnico: X-TECH (+)
- Accessori: FERRINO (+)
- Attrezzatura climbing: non la trattiamo

BRAND RIVELAZIONE

- KÄSTLE, che inizierò a proporre nel noleggio sci dalla prossima stagione

FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE

- Mi aspetto una crescita per la parte dello sci di fondo, su cui investirò molta: era già un trend in forte aumento, ma non avevo la scelta che invece avrò a partire dall'anno prossimo

Data	Testata	Descrizione
01.03.26	OUTDOOR MAGAZINE	Mensile Informazione Sportiva



Tiratura

25.000



INCHIESTA



VEGHER SPORT
PELLIZZANO (TN) - PUNTI VENDITA: 2
 MAURO VEGHER TITOLARE

BILANCIO DI FINE ANNO

- Incremento, +10-15%
- Social, servizio noleggio e l'incremento delle vendite
- Mancanza di neve nei momenti giusti, potere d'acquisto inferiore e il fatto che il cliente sia più interessato ad altro
- Giacenza stabile
- Voto: 8
- Il 2025 è stato un anno positivo per quanto riguarda il servizio di noleggio (biciclette in estate e sci/scarponi in inverno). Nelle vendite, invece, non abbiamo avuto crescite importanti, ma siamo rimasti più o meno stabili

SERVIZI

- Sì, vendiamo anche online (da 0 a 5%)
- Sì, abbiamo un servizio a noleggio (da 11 a 20%)

TREND D'ACQUISTO

- Calzature, abbigliamento, accessori
- Trekking, sci alpino

RESPONSABILITÀ

- No, non abbiamo richiesta di prodotti sostenibili
- No, siamo più noi negozianti a dare importanza alla sostenibilità dei prodotti, mentre ai clienti non interessa tanto

CONSUMATORE

- Esperienziale/benessere, famiglia
- Comfort, qualità, estetica originale e diversificata
- Sì, è un trend in crescita, ma da noi non in modo esponenziale

SOCIAL MEDIA

- Instagram, Facebook
- Abbiamo notato un incremento, le nostre pagine sono seguite soprattutto quando lanciamo i nuovi prodotti, ed effettivamente poi i clienti vengono in negozio apposta per vederli

SCELTA DEI MARCHI

- Comfort, performance, prestazioni
- CRAZY - HOKA - SCARPA

MARCHI PIÙ VENDUTI

- Calzature hiking-trekking: HOKA (+) THE NORTH FACE (+) SCARPA (+)
- Calzature mountain lifestyle: SCARPA (=) LA SPORTIVA (=) SALOMON (=)
- Calzature climbing: non le trattiamo
- Calzature trail running: HOKA (=) LA SPORTIVA (=) SALOMON (=)
- Scarponi da scialpinismo/freeride: ATOMIC (-) DYNAFIT (-)
- Sci: HEAD (-) SALOMON (-) ATOMIC (-)
- Abbigliamento outdoor: CRAZY (=) THE NORTH FACE (=)
- Abbigliamento intimo tecnico: ODLO (=) LUZZARDI (=)
- Accessori: OAKLEY (=) LEKI (=) RH+ (=)
- Attrezzatura climbing: non la trattiamo

BRAND RIVELAZIONE

- THE NORTH FACE

FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE

- Mi aspetto che la gente torni a spendere di più nel nostro settore. Il fatto che il potere d'acquisto si sia ridotto è il problema principale al momento

Data

01.03.26

Testata

**OUTDOOR MAGAZINE
SPECIALE SKIALP**

Descrizione

**Periodico Informazione
Sportiva/ Ed. Speciale**



Tiratura

25.000



INCHIESTA




ATOMIC
LUCA TAVIAN, MARKETING MANAGER ITALIA

- La categoria ski touring rappresenta una quota percentualmente contenuta del nostro fatturato complessivo. In considerazione dell'ampiezza e della complessità dell'offerta del settore, che copre in modo trasversale tutte le principali discipline dello sci. Detto questo, lo ski touring riveste per noi un'importanza strategica ben superiore al mere dato percentuale. Il brand è infatti considerato come punto di riferimento assoluto nel segmento grazie a un approccio realmente integrato: siamo in grado di presidiare il mercato con un ecosistema completo che comprende sci, attacchi, scarponi, caschi, mochebre, zaini, abbigliamento tecnico e bastoncini. Questa completezza di assortimento ci consente di offrire al consumatore un sistema coerente, performante e tecnologicamente avanzato, pensato per garantire leggerezza in salita, sicurezza e massime prestazioni in discesa. L'impegno dell'azienda è costante nello sviluppo di prodotti e tecnologie innovative dedicate allo ski touring, un segmento in evoluzione che richiede standard elevatissimi in termini di materiali, affidabilità e versatilità. In molti casi i praticanti di questa disciplina sono gli stessi sciatori che frequentano la pista o il freeride: per questo motivo continuiamo ciclicamente a investire con convinzione, rafforzando il nostro presenza in un ambito che rappresenta un'evoluzione naturale del mondo sci. La volontà è di essere percepiti come un brand globale dello sci, capace di accompagnare l'utente in ogni esperienza sulla neve, coerentemente con il nostro claim #weare skiing.
- Per la stagione in corso abbiamo registrato, in fase di sell-in, un atteggiamento decisamente prudente da parte dei clienti. Il mercato sta vivendo una fase di assessment dopo stagioni caratterizzate da forti oscillazioni della domanda e da importanti livelli di stock. Gli ordini si sono mantenuti sostanzialmente stabili, con un'attenzione mirata soprattutto verso categorie considerate più "sicure" in termini di rotazione, come scarponi e protection. Per quanto riguarda il sell-out, la partenza è stata condizionata dalle poche precipitazioni nevose registrate in gran parte delle regioni italiane. Come noto, lo sci alpino è fortemente legato alle condizioni invernatiche e, in molte aree, la stagione sta estenuando nel suo solo anno. Questo comporta uno sfioramento naturale delle attività di vendita al consumatore. Ritorniamo quindi che il reale andamento del sell-out potrà essere valutato in modo più completo nelle prossime settimane, confidando in condizioni meno più favorevoli che possano stimolare la pratica e, di conseguenza, la rotazione del prodotto nei negozi.
- Per quanto riguarda lo sci alpinismo tradizionale, i mercati di riferimento restano senza dubbio i Paesi dell'area alpina dove esiste una cultura consolidata della montagna e della pratica invernale outdoor. In particolare, l'Italia rappresenta uno dei mercati più significativi con una forte tradizione legata allo sci alpinismo classico e una crescente diffusione dello ski fitness in specifiche aree alpine e prealpine. In alcune regioni la pratica è ormai trasversale, coinvolgendo anche sciatori provenienti dalle piste. Anche l'Austria è un mercato storicamente molto maturo con un'elevata penetrazione dello ski touring sia in chiave performance sia fitness. La Svizzera si conferma un mercato di alta gamma con una clientela particolarmente attenta alla qualità tecnica e all'innovazione di prodotto, mentre la Francia mostra una marcata evoluzione verso il freeturismo con un approccio più orientato alla discesa e alla versatilità dei materiali. Accanto a questi mercati, si distingue anche la Spagna, dove la componente agonistica dello sci alpinismo ha un peso rilevante e contribuisce a sostenere lo sviluppo di prodotti altamente tecnici e performanti.
- L'ingresso dello sci alpinismo nel programma olimpico rappresenta senza dubbio un passaggio strategico per la disciplina e un importante riconoscimento simbolico. Tuttavia non è rilevabile al momento, un incremento diretto e significativo della domanda legato esclusivamente a questo evento. In senso generale si rileva anzi una riduzione del numero di partecipanti alle gare di sci alpinismo, segnale che il segmento parzialmente agonistico sta vivendo una fase di razionalizzazione. Parallelamente, assistiamo a una crescita del segmento di mountain e a una sempre maggiore partecipazione del pubblico femminile, due dinamiche che stanno contribuendo a definire il profilo del praticante e le esigenze di prodotto. Il fatto che lo sci alpinismo sia diventato disciplina olimpica genererà certamente maggiore visibilità, curiosità e interesse da parte di chi finora non aveva avuto occasione di conoscere o praticare questo sport. È però realistico pensare che eventuali effetti concreti sulla vendita si potranno misurare solo nel medio periodo, quando l'esposizione mediatica e il racconto dei valori olimpici avranno avuto il tempo di consolidarsi. Resta comunque un fattore determinante per lo sviluppo del business, le precipitazioni nevose. La possibilità di praticare lo sport in modo diffuso e continuativo è l'elemento chiave che incide realmente sulla domanda. Senza condizioni invernatiche adeguate, anche un importante impulso mediatico come quello olimpico fatica a tradursi in crescita immediata del mercato.
- Per noi il segmento attualmente più rilevante è senza dubbio il freeturismo, sia per lo sviluppo costante del numero di praticanti, sia per la sua capacità di intercettare uno spettro molto ampio di utenti. È la categoria che meglio rappresenta l'evoluzione moderna dello sci alpinismo: non esclusivamente performance in salita né pura competizione, ma un'esperienza completa che combina esplorazione, ricerca di qualità e condivisione. Il freeturismo coinvolge profili molto diversi fra loro, da chi vive l'uscita come momento sociale da condividere con il proprio gruppo, fino a chi pratica sci alpinismo in orari serali per raggiungere un rifugio e vivere la montagna in modo più autentico e personale. Questo varietà di motivazioni amplia la base dei praticanti e rende il segmento particolarmente dinamico e interessante anche in termini di sviluppo prodotti.
- Guardando alle prossime stagioni, vediamo ancora spazio di crescita nel light touring e nel freeturismo, insieme a un consolidamento dello ski fitness in contesti specifici e a una maggiore presenza femminile, che sta contribuendo ad allargare e diversificare la community. L'agonismo resta un segmento importante in termini di immagine e innovazione tecnologica, ma in termini di volumi e prospettive di mercato il light touring e il freeturismo rappresentano oggi i driver principali e quelli su cui prevediamo il maggiore interesse nel medio periodo. Gli sci tra 85 e 100 chilometri al centro coprono in maniera piena l'attuale offerta di riferimento con Backland (specie nelle versioni SL) per lo sci alpinismo tradizionale, Maverick per l'alt mountain e Bent per un approccio più orientato al freeride.
- Un elemento che ha inciso sul sell-in post-pandemia in modo significativo è stata la presenza di importanti giacenze di magazzino presso molti punti vendita. Questo ha inevitabilmente limitato la propensione a nuovi inserimenti di prodotto. Tuttavia crediamo che con il proseguimento della stagione in corso, con le attuali condizioni di inventari, si dovrebbe progressivamente liberare spazio a scaffale, creando le condizioni per una nuova e più dinamica fase di sell-in in vista della prossima stagione.

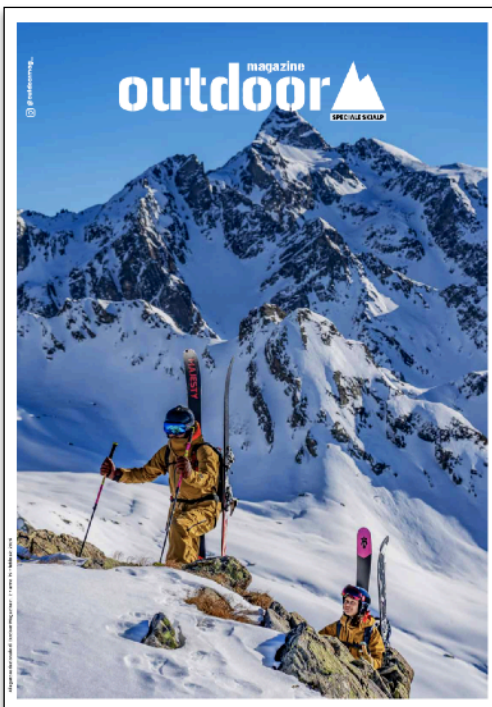
Data
01.03.26

Testata
**OUTDOOR MAGAZINE
SPECIALE SKIALP**

Descrizione
**Periodico Informazione
Sportiva/ Ed. Speciale**



Tiratura
25.000



FANSOMETRO



IL BOOST A CINQUE CERCHI

Dimensioni sociali e appeal dei primi medagliati dello scialpinismo ai Giochi Olimpici e dei brand di attrezzatura sul podio

...di Claudio Primavera

ATLETI E BRAND

Dati aggiornati al 22 febbraio 2026

Abbiamo analizzato gli account Instagram dei medagliati olimpici dello scialpinismo e dei marchi di attrezzatura, per i quali abbiamo ricostituito la classifica divisa per tipologia merceologica. Ne viene fuori un ranking interessante, con qualche sorpresa. La prima considerazione da fare è che nel caso dello scialpinismo non esistono ancora fenomeni globali social. Gli atleti a medaglia raggiungono numeri di follower che non arrivano alle 200.000 unità. Abbiamo preso due riferimenti di altri sport per confrontare i numeri, due eroi dei Giochi di Milano Cortina: Federico Brignone e il fondista Johannes Hahnstiel Klöber. Lo primo ha 485.000 follower, il secondo 454.000. Una considerazione: nello scialpinismo ci sono atleti più globali per popolarità, per esempio lo svizzero Remi Bonnet, con 221.000 follower, ma i format olimpici lo hanno escluso da Milano Cortina. La seconda considerazione riguarda l'engagement rate, che è alto e questo è una diretta conseguenza dell'hippe per le medaglie (o il evincere dei valori degli occorri in gara, che abbiamo voluto inserire nel nostro ranking) e in parte anche della ridotta base di follower. A titolo di esempio, Brignone e Klöber si attestano su valori alti ma più bassi della media dello skiap, entrambi attorno al 1%. Interessante notare come nel podio dei follower ci siano due delle calzature in gara. Per quanto riguarda i marchi, i valori sono naturalmente più bassi e influenzati sia dalla base di follower che dal coinvolgimento dei brand in altri sport.

ATLETA / ACCOUNT	FOLLOWER	ATLETA	E.R. %
1. Oriol Cardona Coll / @oriolcardonacoll	53.200	1. Nikita Filippov	86,41%
2. Alba De Silvestro / @albadesilvestro	36.300	2. Ana Alonso Rodriguez	32,5%
3. Michele Boscacci / @micheleboscacci	21.400	3. Thibault Anselmet	27,7%
4. Emily Harrop / @harropemily	16.285	4. Marianne Fattori	27,1%
5. Nikita Filippov / @filippovnikita1	14.900	5. Jon Kistler	25,2%
6. Ana Alonso Rodriguez / @anitaalonsa_17	14.600	6. Oriol Cardona Coll	20,1%
7. Giulia Musada / @giuliamusada	12.600	7. Emily Harrop	18,8%
8. Marianne Fattori / @marianne_fattori	11.400	8. Giulia Musada	8,7%
9. Thibault Anselmet / @thibaultanselmet	10.800	9. Alba De Silvestro	5,1%
10. Jon Kistler / @jon_kistler	1.491	10. Michele Boscacci	5,6%

BRAND / ACCOUNT	FOLLOWER	BRAND	E.R. %
1. Atomic / @atomicski	503.000	1. ATK Bindings	4,82%
2. La Sportiva / @lasportivagram	499.000	2. Ski Trab	1,68%
3. Dynafit / @dynafit	184.000	3. Fischer	0,68%
4. Fischer / @fischerski	184.000	4. SCARPA	0,65%
5. SCARPA / @scarpa_world	179.000	5. Atomic	0,59%
6. Dynastar / @dynastarskis	108.000	6. Dynastar	0,46%
7. ATK Bindings / @atkinbindings	28.100	7. Dynafit	0,29%
8. Ski Trab / @ski_trab	17.200	8. La Sportiva	0,27%

LE MEDAGLIE DEI MARCHI

SCI	🥇	🥈	🥉	SCARPONI	🥇	🥈	🥉	ATTACCHI	🥇	🥈	🥉
1. ATOMIC	1	1	3	1. SCARPA	2	3	2	1. ATK BINDINGS	3	3	3
2. DYNASTAR E FISCHER	1	1		2. LA SPORTIVA	1	1	1	2. DYNAFIT	1		1
3. DYNAFIT	1		1	3. DYNAFIT	1		1	3. SKI TRAB			
4. SKI TRAB			1								

Data

01.03.26

Testata

**OUTDOOR MAGAZINE
SPECIALE SKIALP**

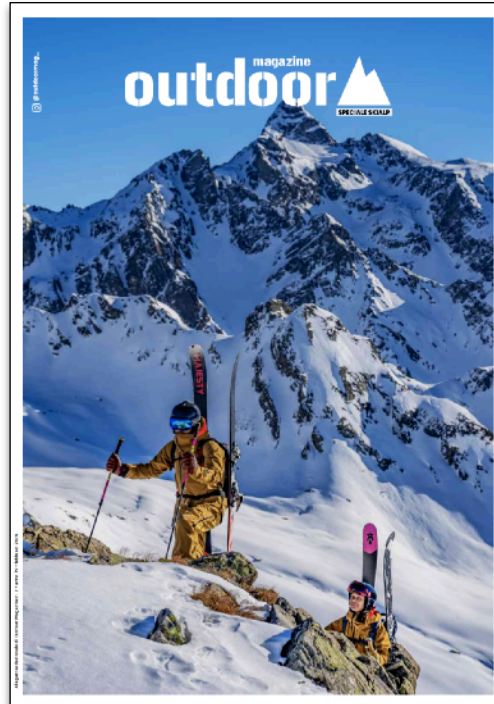
Descrizione

**Periodico Informazione
Sportiva/ Ed. Speciale**



Tiratura

25.000



PREVIEW FW 26/27
SCI



**LEGGEREZZA
E SENSIBILITÀ**

Atomic Backland 86 UL,
ha subito un restyling
completo per la prossima
stagione

UL, nell'ampio catalogo sci alpino del marchio di Altenmarkt, sta per ultra-light ed è la gamma in assoluto più leggera, quella che include anche il modello da gara. Una linea prodotto che risponde alle esigenze di chi cerca un attrezzo leggero, per salite veloci o per fare tanto dislivello, ma vuole anche uno sci affidabile, che trasmetta sicurezza quando serve e possa affrontare canali o difficoltà alpinistiche. Backland 86 UL è il prodotto più largo della famiglia, accanto ai fratelli da 65 (gara, lo sci ai piedi dell'azzurro Davide Magnini) e 80 millimetri al centro, con i quali condivide tecnologie costruttive e impostazione. Avere 86 millimetri sotto il piede, significa soprattutto versatilità e anche più divertimento. È una proposta per sciatori esigenti, che unisce stabilità e sensibilità a meno di un chilo per asta, grazie all'anima in legno di carrubo e di pioppo con Carbon Backbone e carbon fiberglass. Per fare cosa? Dislivello, gite di più giorni, pendii difficili, ma anche ski fitness. Versatilità, appunto. Dopo due stagioni, per la FW 26/27 si presenta completamente rinnovato nella veste grafica.

Amer Sports Italia S.p.A. - 0422.5291 - servizioclienti.italia@atomic.com

Data

01.03.26

Testata

SNOWBUSINESS MAGAZINE

Descrizione

Mensile Informazione Sportiva


Tiratura

25.000

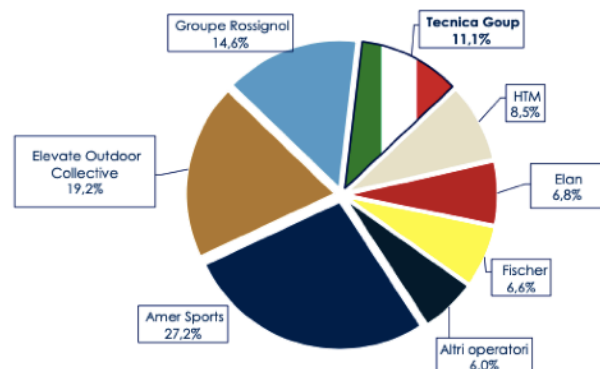


DATI & STATISTICHE

ATTREZZATURA DA SCI

Sicuramente il mercato dell'attrezzatura da sci rappresenta il segmento prevalente e comprende anche attacchi, scarponi, bastoncini, caschi, protezioni e pattini da ghiaccio, oltre, ovviamente, agli sci. Si stima che il valore del mercato mondiale dei produttori di attrezzature sciistiche sia pari a oltre 1,8 miliardi di euro nel 2025. Per il 2026 si prevede un incremento del 4%, trainato dall'effetto post-Olimpiadi di Milano-Cortina, con un focus principale sull'Europa, il mercato più maturo e con il maggior numero di praticanti; il Nord America è il secondo mercato, mentre l'Asia-Pacifico è l'area che cresce più rapidamente. Il mercato mondiale è dominato da sette grandi gruppi che insieme controllano la quasi totalità della produzione: Amer Sports (27,2%), che include brand iconici come Salomon, **Atomic** e Armada; Elevate Outdoor Collective (19,2%), che possiede marchi come Völkl, K2, Marker, Dalbello, Madshus e Line; Groupe Rossignol (14,6%) con Rossignol, Dynastar, Lange e Look; Tecnica Group (11,1%), che rappresenta l'eccellenza italiana con sede a Gaviere del Montello e include Tecnica, Nordica, Blizzard e Moon Boot; seguita da HTM (8,5%), Elan (6,8%) e Fischer (6,6%).

Ricavi in % sul totale*



* Stima riferita ai ricavi 2025 (stabili rispetto al 2024) derivanti esclusivamente dai marchi di attrezzature sciistiche dei principali gruppi mondiali

Data

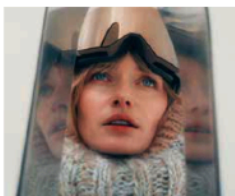
01.03.26

Testata

SNOWBUSINESS MAGAZINE

Descrizione

Mensile Informazione Sportiva

Tiratura
25.000


Atomic rilancia la sua linea di sci Volant in acciaio inox e riafferma la propria visione della performance come sintesi di innovazione, manifattura artigianale e design senza tempo. Concepiti per la prima volta nel 1989 e realizzati a mano ad Altenmarkt, in Austria, questi sci rappresentano l'incontro tra la tradizione dell'acciaio e oltre 70 anni di esperienza. Il risultato è una gamma premium che offre prestazioni di altissimo livello, valore comprovato e precisione tecnica.

UN GRANDE RITORNO

Entrati a pieno titolo nella Pinnacle Series, gli sci Volant sono progettati per curve precise e sciate fluide, con una stabilità che si traduce in controllo e sicurezza anche ad alte velocità. Il topsheet in acciaio inox - Stainless-Steel Top - conferisce un'estetica premium e garantisce il giusto equilibrio tra rigidità e stabilità. La tecnologia Double Steel Powered integra due strati di acciaio nella costruzione, assicurando eccellente tenuta di lamina, maggiore rigidità torsionale e trasmissione della potenza fluida, mantenendo il peso sotto controllo. Ne risultano un avvio curva sicuro e prestazioni sempre stabili.

RITORNO ALLE ORIGINI

Atomic ripensa al proprio passato per il lancio della linea Volant, sci nati per la prima volta nel 1989 e realizzati in acciaio inox per il massimo delle performance

VOLANT 9000

Il top di gamma: prestazioni senza compromessi grazie alla costruzione a doppio strato in acciaio, topsheet edge-to-edge in acciaio inox e struttura Full Sidewall Sandwich, per un'eccezionale presa di lamina e stabilità alle alte velocità.

Larghezza al centro: 70-72 mm

VOLANT 7000

Combina performance premium con una maggiore larghezza al centro per garantire fluidità e versatilità in diverse condizioni di pista. Due strati in acciaio, Power Woodcore e finitura in acciaio inox assicurano curve sicure dalla prima all'ultima discesa.

Larghezza al centro: 74-78 mm

VOLANT 5000

Design senza tempo, materiali di alta qualità e maneggevolezza fluida e sicura, mantenendo le caratteristiche costruttive distintive della linea.

Larghezza al centro: 70-72 mm

L'offerta è destinata a una selezione di punti vendita qualificati ed è già disponibile in alcuni retailer italiani selezionati

INFO: Amer Sports Italia S.p.A. - 0422.5291 - servizioclienti.italia@atomic.com



Volant 9000

Volant 7000

Volant 5000

Data

01.03.26

Testata

4OUTDOOR

Descrizione

Mensile Informazione Sportiva

Tiratura
25.000




Atomic

atomic.com/it

Redster Q9.8 Revoschock S

Combina caratteristiche costruttive di alto livello con tecniche testate in Coppa del Mondo per offrire uno sci ideale alle mutevoli condizioni della pista durante tutto il giorno. Revoschock S mantiene stabile lo sci, smorzando le vibrazioni e facendoti volare in uscita dalle curve. Progettato per sciatori di livello avanzato ed esperti che vogliono spingere, il Redster Q9.8 Revoschock S è il più ampio in assoluto tra tutti gli sci della linea Q: 85 mm al centro abbinati al Multi Radius Sidecut. Ogni curva risulta potente e rapida, sia che tu stia affrontando gli archi dello slalom gigante su neve appena battuta oppure le curve veloci e variabili sulla neve rotta del tardo pomeriggio. Gli Ultrawall Sidewalls ti assicurano grip nelle curve e una tenuta dello spigolo ultra affilata, mentre il Power Woodcore interagisce con Revoschock S e con lo strato Ti Powered Titanal creando uno sci dalla gestione impareggiabile a qualsiasi velocità, per tutto il giorno, in qualsiasi condizione di neve.

Bent Decode

Sviluppato con gli atleti più giovani del team Atomic, Bent Decode porta un tocco completamente nuovo alla famiglia Bent. Il sistema ABS CoreGuard corre da una punta all'altra per la massima resistenza sugli atterraggi duri, mentre i bordi rinforzati Resist Edge assicurano robustezza sui rail. Il nucleo leggero mantiene vivace e facile lo sci in freestyle, mentre la nuova punta HRZN 3D e la forma ispirata ai diamanti favoriscono un'oscillazione più fluida per un feeling morbido. Progettato per sciacciare, girare e progredire in freestyle, Bent Decode offre creatività e progressione.

Nexus 120 BOA

Questo nuovo scarpone Atomic è dotato della costruzione NexStep che consente un'entrata e un'uscita estremamente agevoli e veloci. La regolazione del gambetto prevede il sistema Set-and-Forget che consente di impostare la calzata ideale una prima volta e non dover più intervenire in regolazioni. Grazie alla tecnologia Mimic & Memory Fit, scafo e scarpetta sono completamente customizzabili tramite termoformatura, offrendo una vestibilità su misura. Il flex fluido e progressivo garantisce la tipica Performance Atomic, assicurando potenza, controllo e sicurezza su ogni terreno. Il design funzionale e rinnovato, caratterizzato da linee pulite, un'estetica moderna e pulita, completa il tutto.



86

Data	Testata	Descrizione
03.03.26	DOVESCIARE.IT	Sito Informazione Sportiva



LINK

[Home](#) | [News](#) | [Appuntamenti](#)

Pontedilegno Tonale il 7 e 8 marzo Prove Libere Tour e Woman Experience Day

03 Marzo 2026



Sarà nel comprensorio Pontedilegno-Tonale l'ultima tappa del Prove Libere Tour 2026. L'appuntamento con il più grande skitest gratuito sulle piste italiane è per sabato 7 e domenica 8 marzo al Passo del Tonale e in vista della Festa della Donna ecco la "Women On Snow Experience Days": un format dedicato alle sciatrici.

Il Prove Libere Tour è organizzato dal Pool Sci Italia, ovvero il consorzio fornitore ufficiale delle squadre nazionali di sci alpino, che offre al pubblico la possibilità di provare in anteprima le collezioni sci 2026/2027 dei marchi Atomic, Blizzard, Dynastar, Fischer, Head, Nordica, Rossignol, Salomon e Völkl. Women On Snow è invece una novità dedicata al pubblico femminile e alla valorizzazione delle collezioni pensate specificamente per le donne.

Data	Testata	Descrizione
03.03.26	DOVESCIARE.IT	Sito Informazione Sportiva



LINK



Cerca località



HOME LOCALITÀ WEBCAM BOLLETTINO NEVE METEO CARTINE SKIPASS PISTE FAMOSE NEWS MATERIALI HOTEL

2 0 2 6

PROVE LIBERE TOUR

Sulla neve senza pensieri

Powered by **POOL SCI ITALIA**

Con il patrocinio della Federazione Italiana Sci Invernali

WOMEN ON SNOW

L'UNICO TOUR ITALIANO IN CUI È POSSIBILE TESTARE GRATUITAMENTE TUTTI I MIGLIORI MARCHI DEL MONDO SCI

7-8 MARZO

PONTE DI LEGNO TONALE

PARTNER ISTITUZIONALI:



SPONSOR:



PARTNER:



Il villaggio test sarà allestito al Passo del Tonale e sarà operativo sabato 7 marzo dalle 09:00 alle 15:30 e domenica 8 marzo dalle 09:00 alle 14:30, si conclude così nella popolare ski area situata a cavallo tra Lombardia e Trentino la serie di appuntamenti che, dopo sette tappe che hanno visto 3.479 partecipanti e 8.845 paia di sci testati. Il test è come detto completamente gratuito, ci si può iscrivere sul posto ma è meglio prenotarsi prima sul sito del Pool Sci Italia.

di Redazione DoveSciare.it
03 Marzo 2026

Data

03.03.26

Testata

SCIMAGAZINE.IT

Descrizione

 Sito Informazione
Sportiva


LINK

Scimagazine
 la rivista del turismo bianco

WHITE NEWS ▾ SCIMAGAZINE TV ▾ COPIA DEL MESE ABBONAMENTI

Cerca...

NEWS • Tripletta svizzera nella discesa di Garmisch-...

f t b i w u



AGONISMO ATTREZZATURE ATTUALITÀ TURISMO WHITE NEWS

Prove Libere Tour 2026, Women On Snow Experience Days al Passo del Tonale

3 MARZO 2026 0 0

Il **Prove Libere Tour 2026** si prepara a vivere il suo **ultimo e attesissimo appuntamento** con una tappa speciale in programma **sabato 7 e domenica 8 marzo** al **Passo del Tonale**, all'interno del **comprensorio Pontedilegno-Tonale**. In concomitanza con la **Festa della Donna** di domenica 8 marzo, l'evento si presenta in veste **"Women On Snow Experience Days"**: un format experience dedicato in modo particolare alle appassionate di sci, ma come sempre aperto a tutti e totalmente gratuito.

Organizzato dal Pool Sci Italia, **Consorzio fornitore ufficiale delle Squadre Nazionali di Sci Alpino**, il Prove Libere Tour si conferma il **più grande ski test gratuito d'Italia** e una **piattaforma di riferimento** per chi desidera vivere la neve in modo consapevole, con la possibilità di testare in anteprima le collezioni sci 2026/2027 in un contesto di eccellenza tecnica e sportiva. Women On Snow rappresenta un **evoluzione del format all'interno del Tour**, con un' **attenzione speciale verso il pubblico femminile** e la valorizzazione delle collezioni donna sci 2026/27 del brand del Pool Sci Italia.

LE COLLEZIONI SCI 2026/27 PROTAGONISTE IN PISTA

Nella fattispecie, durante le due giornate sarà disponibile un numero superiore di modelli donna 2026/27 e le sciatrici avranno **priorità nel ritiro degli sci** presso le nove aziende presenti - **Atomic, Blizzard, Dynastar, Fischer, Head, Nordica, Rossignol, Salomon e Völk**, oltre a ricevere un **omaggio dedicato**. Un segnale concreto di **attenzione verso un pubblico sempre più protagonista sulle piste**, senza però modificare la natura inclusiva dell'evento, che resta aperto a tutti gli appassionati e offre a chiunque la possibilità di testare gratuitamente i migliori materiali del panorama sciistico.

Data	Testata	Descrizione
03.03.26	SCIMAGAZINE.IT	Sito Informazione Sportiva



LINK

Scimagazine
 la rivista del turismo bianco

WHITE NEWS ▾ SCIMAGAZINE TV ▾ COPIA DEL MESE ABBONAMENTI

Cerca...

NEWS • Tripletta svizzera nella discesa di Garmisch-...

f t i s w

L'ampio villaggio test sarà allestito al Passo del Tonale e sarà operativo sabato 7 marzo dalle 09:00 alle 15:30 e domenica 8 marzo dalle 09:00 alle 14:30. Come in ogni tappa, le piste si trasformeranno in un vero e proprio **laboratorio a cielo aperto**, dove le sciatrici e gli sciatori potranno **provare, confrontare e scegliere** l'attrezzatura più adatta al proprio livello tecnico, dialogando direttamente con i tecnici dei marchi fornitori delle **Squadre Nazionali di Sci Alpino** per approfondire aspetti legati a costruzione, geometrie, materiali e innovazione tecnologica. **La tappa conclusiva arriva dopo sette appuntamenti che hanno registrato 3.479 partecipanti complessivi e 8.845 paia di sci testati, numeri che confermano la centralità del Prove Libere Tour nel panorama dello sci italiano e la crescente attenzione verso una scelta consapevole dell'attrezzatura.**

Il comprensorio Pontedilegno-Tonale è stato scelto ancora una volta per la qualità delle piste, la varietà dei pendii e la possibilità di testare gli sci in condizioni differenti, dalle discese più tecniche a quelle più accessibili, offrendo un'esperienza completa e adeguata a ogni livello. Nella nota località lombarda le condizioni di innevamento sono eccellenti e renderanno questo ultimo appuntamento un'occasione imperdibile per chiudere la stagione all'insegna dell'innovazione, della sicurezza e della passione per lo sci.

www.pontedilegnotonale.com

IL VILLAGGIO TEST E IL SUPPORTO DEGLI SKIMEN. Nel villaggio Prove Libere Tour 2026 i partecipanti potranno testare gratuitamente i modelli messi a disposizione dalle aziende del Pool Sci Italia, con il supporto costante degli skimen professionisti, pronti a consigliare il materiale più adatto in base al livello tecnico e alle ambizioni personali.

SOSTENGONO PROVE LIBERE TOUR 2026. Confermato un Pool di eccellenza anche per quanto riguarda i partner, partendo da **ITASNOW** che offrirà consulenze sulla sicurezza in pista, poi **FULFIL, Nutella e Pocket Coffee**, mentre il Team di **Snowit** è partner digitale del tour. Con **FISI - Federazione Italiana Sport Invernali** saranno celebrati in diretta su ledwall i campioni azzurri dello sci alpino. Infine, con **AMSI - Scuola Italiana Sci** si potranno ricevere consigli personalizzati dai professionisti della neve.

La presenza FERRERO con marchi iconici come Nutella, Pocket Coffee e FULFIL conferma la volontà nell'offrire ai partecipanti un'esperienza sulla neve completa e positiva, capace di unire momenti di sport, energia e convivialità.

POCKET COFFEE - Una pausa caffè, anche sulle piste. Il ritmo di una giornata sulla neve richiede entusiasmo e determinazione. Pocket Coffee, con il suo perfetto equilibrio tra cioccolato e caffè, offre degustazioni gratuite direttamente sulle piste, accompagnate da attività coinvolgenti e interattive.

NUTELLA - Colazione ad alta quota. In ogni tappa del Prove Libere Tour, Nutella accoglie il pubblico con la sua inconfondibile "colazione ad alta quota". All'interno di un chiosco dedicato, gli appassionati di sci possono gustare specialità esclusive, come il classico "pane e Nutella", anche in versione plant based, e Nutella Biscuits, per iniziare la giornata sulle piste. Per una pausa di gusto, spazio a Nutella B-Ready e Nutella Muffin, per rendere ogni momento sulla neve ancora più speciale.

FULFIL - Il compagno per raggiungere i tuoi obiettivi. FULFIL, la nuova linea di barrette proteiche e vitaminiche, è protagonista nelle aree dedicate alla discesa. Gli sciatori e il pubblico potranno partecipare a divertenti giochi di abilità, sfidando amici e familiari per aggiudicarsi le barrette FULFIL e scoprire uno snack proteico ricco di gusto durante una giornata sulle piste.

POOL SCI ITALIA: MODELLO DI ECCELLENZA NEL PANORAMA DELLO SCI ITALIANO

Il Pool Sci Italia, nato alla fine degli anni '60, rappresenta un vero e proprio punto di riferimento nel mondo delle attrezzature per la pratica dello sci. Costituito con l'obiettivo di sostenere tecnicamente e finanziariamente le Squadre Nazionali di Sci Alpino, il consorzio si è evoluto negli anni fino a diventare una piattaforma unica di collaborazione tra le principali Aziende del settore.

Data

08.03.26

Testata

RACESKIMAGAZINE.IT

Descrizione

Sito Informazione Sportiva



LINK

Race

SKIMAGAZINE

La raffinata linea d'acciaio Volant di Atomic non passa inosservata

AZIENDE

PUBBLICATO IL: 8 MARZO 2026 | INFO PR



Giorgia Rocca con gli Atomic Volant

Atomic riporta sulle piste una delle linee più iconiche della propria storia: Volant. Con questo rilancio il marchio austriaco rilancia un progetto che unisce innovazione tecnica, lavorazione artigianale e un'estetica inconfondibile, caratterizzata dall'uso dell'acciaio inox.

Nata alla fine degli anni Ottanta e ancora oggi realizzata a mano nello stabilimento Atomic di Altenmarkt, in Austria, la gamma Volant rappresenta l'incontro tra tradizione costruttiva e oltre settant'anni di esperienza nello sviluppo di sci alpini. Il risultato sono sci da pista pensati per offrire stabilità, precisione e una sciata fluida anche ad alta velocità.

La linea entra ora a far parte della Pinnacle Series, il segmento premium di Atomic che riunisce i modelli più rappresentativi del marchio, insieme ai Redster. Una categoria pensata per sciatori esigenti, alla ricerca di prestazioni elevate, qualità costruttiva e attenzione ai dettagli. La distribuzione è volutamente selettiva: gli sci Volant sono disponibili in una rete limitata di negozi specializzati, tra cui alcuni retailer italiani.

Elemento distintivo della linea è il topsheet in acciaio inox, che contribuisce sia all'estetica premium sia al comportamento sulla neve. L'acciaio garantisce infatti rigidità e stabilità, permettendo allo sci di mantenere precisione e controllo anche quando la velocità aumenta.



ULTIME NOTIZIE

COPPA DEL MONDO

Infortunio al ginocchio per Kaja Vickhoff Lie. Ritiro definitivo invece per Andreas Sander

Kaja Vickhoff Lie ha annunciato di essersi fatta male nel superG di Kvitfjell, durante...
26 Marzo 2026

COPPA DEL MONDO

Le emozionanti parole di Atle Lie McGrath dopo aver vinto il cristallo di slalom: «Tutto succede per un motivo»

Si è chiuso un cerchio, per Atle Lie McGrath. Grazie all'ottavo posto ottenuto nell'ultimo...
26 Marzo 2026

CAMPIONATI ITALIANI

Victoria Klotz domina lo slalom femminile ai Campionati Italiani Aspiranti

La Tenna altostesina del Wipptal Victoria Klotz ha vinto dominando lo slalom speciale femminile...

Data

08.03.26

Testata

RACESKIMAGAZINE.IT

Descrizione

**Sito Informazione
Sportiva**

LINK

Race

SKIMAGAZINE

Alla base della struttura c'è la tecnologia Double Steel Powered, che integra due strati di acciaio nella costruzione dello sci per aumentare rigidità torsionale e presa di lamina. Questa soluzione migliora la trasmissione della potenza e assicura una risposta fluida e stabile in diverse condizioni di pista.



Giorgio Rocca con gli Atomic Volant

Tra i primi a testare i nuovi modelli c'è stato l'ex slalomista azzurro Giorgio Rocca, che ha sottolineato come lo sci lo abbia colpito fin dalle prime curve: «Riesce a esprimere un livello di performance molto alto. L'ho testato in condizioni differenti, a diverse intensità e ha sempre risposto presente. Davvero un grande sci».

«Volant rappresenta la massima espressione del pilastro strategico aziendale del 'Maker DNA'. La nuova collezione Volant unisce design iconico, artigianalità tradizionale e performance straordinarie. Volant esiste per fornire un'esperienza concretamente superiore, premium e distintiva» spiega Luca Tavian marketing manager di Atomic Italia.

La gamma si articola in tre modelli. Al vertice si trova Volant 9000, progettato per prestazioni senza compromessi grazie alla costruzione con doppio strato in acciaio, topsheet edge-to-edge in acciaio inox e struttura Full Sidewall Sandwich, che garantisce presa di lamina e stabilità alle alte velocità.

Il Volant 7000 propone una larghezza maggiore sotto il piede per aumentare versatilità e fluidità quando le condizioni della pista cambiano durante la giornata, mantenendo la costruzione con doppio strato in acciaio e anima Power Woodcore.

Completa la linea Volant 5000, modello che interpreta l'essenza della gamma con materiali premium, design pulito e una sciata fluida e maneggevole.

Data

09.03.26

Testata

PROXCSKIING.COM

Descrizione

**Sito Informazione
Sportiva**


LINK

PROXCSKIING.COM


ATTREZZATURA

Lancio di un nuovo stivale: "Volevamo fare un ulteriore passo avanti"

DI PROXCSKIING.COM IN COLLABORAZIONE CON ATOMIC - 09.03.2026



Atomic fa un ulteriore passo avanti nel mondo degli scarponi da sci con il Redster S9 Carbon BOA, uno scarpone da skate di nuova generazione dotato di doppio sistema BOA, carbonio forgiato e la nuovissima tecnologia Layerlock.

Atomic lancia ora la sua ultima aggiunta alla gamma di scarponi, il Redster S9 Carbon BOA. In vista del lancio, previsto per l'autunno 2026, il team di sviluppo ha adottato un approccio globale alla riprogettazione del suo nuovo scarpone da skate. Invece di limitarsi ad aggiornare un modello esistente, il team ha scelto di ripensare l'intera strategia di sviluppo.

Data	Testata	Descrizione
09.03.26	PROXCSKIING.COM	Sito Informazione Sportiva



LINK

PROXCSKIING.COM


"Abbiamo dovuto considerare l'industria sciistica nel suo complesso. Negli ultimi anni, ci sono stati grandi cambiamenti nel modo in cui i marchi sviluppano i loro prodotti", afferma David Panyik, Project Manager presso Atomico.

Di solito, lo sviluppo di un nuovo scarpone da gara richiede tre anni. Questa volta, il team ha aggiunto altri sei mesi.

"Questo è il nostro prodotto più importante; è quello che gode della maggiore visibilità televisiva ed è utilizzato dai nostri atleti più forti. Normalmente, il nostro ciclo di sviluppo dura tre anni, ma insieme al team di Atomic abbiamo deciso di aggiungere altri sei mesi per garantire il miglior risultato possibile."

Un cambiamento fondamentale è stato il coinvolgimento del team di assistenza gare e degli atleti d'élite fin dalle prime fasi del processo. Sciatori come Ansgar Evensen, Mika Vermeulen e Simen Hegstad Krüger hanno partecipato ai test del nuovo scarpone.

"Abbiamo rivoluzionato l'intero processo di sviluppo. Abbiamo coinvolto il nostro team di assistenza gare e i nostri atleti di punta fin dalle prime fasi."

Il testo continua qui sotto.

Data	Testata	Descrizione
09.03.26	PROXCSKIING.COM	Sito Informazione Sportiva



LINK

PROXCSKIING.COM

Andare controcorrente rispetto al mercato

Negli ultimi anni, diversi marchi hanno abbandonato i polsini in puro carbonio e hanno invece adottato soluzioni in plastica con fibra di carbonio. Con il Redster S9 Carbon BOA, Atomic ha scelto una strada diversa.

"Si può notare che molti marchi si sono allontanati dal gambetto in carbonio puro e utilizzano invece una variante in plastica più economica con aggiunta di fibra di carbonio per ottenere la giusta rigidità. Per noi, era fondamentale non seguire questa tendenza, ma offrire le migliori prestazioni possibili. Ecco perché abbiamo mantenuto un gambetto interamente in carbonio. È una delle tre caratteristiche uniche del nostro nuovo scarpone."

Data

09.03.26

Testata

PROXCSKIING.COM

Descrizione

 Sito Informazione
Sportiva


LINK

PROXCSKIING.COM


Atomic ha inoltre implementato un nuovo materiale nella costruzione, il carbonio forgiato, precedentemente utilizzato principalmente nelle auto sportive di fascia alta.

"Abbiamo implementato un materiale completamente nuovo, il carbonio forgiato. È stato utilizzato in esclusive auto sportive dell'industria automobilistica ed è diventato sempre più comune negli ultimi anni. È un materiale unico nel mercato degli scarponi da sci."

Nuovo sistema di allacciatura: Layerlock

La più grande innovazione, tuttavia, è il nuovo sistema di allacciatura denominato Layerlock. Tradizionalmente, il sistema di allacciatura stringe solo la scarpetta interna, mentre lo scafo esterno, la ghetta, si appoggia semplicemente sopra di essa. Con il nuovo sistema, la costruzione funziona in modo diverso.

"Dato che stiamo lanciando lo scarpono un po' più tardi rispetto ad altri marchi, non volevamo solo eguagliarli; volevamo fare un passo avanti. Ecco perché abbiamo creato il nostro esclusivo sistema di allacciatura." dice David, continuando:

"Di solito, si allaccia solo la scarpetta interna. La ghetta si appoggia semplicemente sopra. Ci siamo resi conto che se colleghiamo il sistema di allacciatura sia alla scarpetta interna che all'interno della ghetta, possiamo allacciare più strati contemporaneamente."

Ciò significa che sia la struttura interna che lo strato esterno si stringono simultaneamente quando lo scarpono viene allacciato. Secondo David, questa è la chiave del nuovo sistema.

"Quando si stringe lo scarpono, si può effettivamente vedere anche la ghetta stringersi. Si stanno unendo più strati di materiale, il che fornisce un supporto maggiore rispetto a un sistema tradizionale."

Il testo continua qui sotto.



Data

Testata

Descrizione

09.03.26

PROXCSKIING.COM

 Sito Informazione
Sportiva


LINK

PROXCSKIING.COM


Il design è adattato per mostrare come funziona il sistema.

"I nuovi stivali sono dotati di pannelli laminati e cuciture che evidenziano la posizione di questi punti di connessione e il funzionamento dello strato esterno quando si allaccia lo stivale."

Secondo il team di sviluppo, il risultato è una costruzione completamente nuova, non solo un modello aggiornato. Anche il design è stato aggiornato con una palette di colori più tendente al rosa.

"Nel complesso, penso che il nuovo stivale si adatti perfettamente alla nostra filosofia di design. Abbiamo designer di grande talento che hanno reso questa nuova generazione di stivali davvero unica. Abbiamo aggiunto la nostra tonalità di rosa e, a mio parere, il look è unico."

Tre caratteristiche chiave del nuovo scarpone da sci di Atomic

- Blocco a strati - nuovo sistema di allacciatura
- Carbonio forgiato - materiale utilizzato nell'ingegneria automobilistica di fascia alta
- Sistema di adattamento doppio BOA - funziona insieme alla tecnologia Layerlock



Il nuovo scarpone da sci da gara è dotato di un doppio sistema BOA. Foto: Atomic



AMER SPORTS ITALIA SPA – VIA CHIESA 30 C/O VILLA RASPI - 31020 LANCENIGO DI VILLORBA
(TV) - Tel 0422 5291 - Fax 0422 529199

WWW.ATOMIC.COM – WWW.AMERSPORTS.COM



di Giovanni Milazzo - giornalista professionista
P.IVA 07252480962 - C.F. MLZGNN74M09F205S

sede legale

via Pasinetti 10/D
24010 Ponteranica (BG)

sede operativa

via Borgo Palazzo, 272
24125 Bergamo (BG)

Mob. | +39 3355447254 | skype: gmgiovannimilazzo
E-mail | info@gmcomunicazione.net
PEC | posta_certificata@pec.gmcomunicazione.net

[Web site](#) | [Facebook](#) | [X-Twitter](#) | [Instagram](#)