

OW

IL TRAIL RUNNER ITALIANO

Un progetto di ricerca su chi corre in montagna.



COORDINAMENTO PROGETTO

OUTDOOR WALL
FRANCESCO PUPPI

PROGETTO EDITORIALE

OUTDOOR WALL

PROGETTO GRAFICO

OUTDOOR WALL

ANALISI DATI

PIETRO MAISTRI

CREDITI IMMAGINI

ORDINE DI APPARIZIONE

SOPHIE RODRIGUEZ
OUTDOOR WALL
GIOVANNI GROSSI
UTMB
OUTDOOR WALL
GIOVANNI GROSSI
LEO FRANCIS
MARTINA VALMASSOI
NADIA PIETROBELLI

Questo paper è pensato per un pubblico generalista interessato al mondo del trail o della corsa.

I dati raccolti includono risposte a domande specifiche e di interesse per addetti ai lavori che abbiamo ritenuto di non includere.

theoutdoorwall.com
theoutdoorwall@gmail.com
IG: @outdoorwall

CORRERE SUI SENTIERI *IN ITALIA*

Il desiderio di capire di più riguardo chi corre sui sentieri in Italia è nato durante una long run ascoltando l'episodio di Marzo 2023 di Any Surface Available. Nel podcast Francesco rifletteva sui risultati del Trail Ultra Project, un progetto di ricerca sui trail runner in Regno Unito e negli Stati Uniti effettuato dalla University of Central Lancashire. Ascoltando il commento dei risultati da parte di Francesco abbiamo realizzato quanto poco sapessimo sui trail runner italiani. Chi sono? Come corrono? Come si allenano? Che cosa leggono, ascoltano, guardano? Domande a cui nessuno aveva ancora cercato di rispondere nel nostro paese. Dopo aver avuto l'opportunità di conoscere Francesco, abbiamo deciso di lavorare insieme per dare risposta a queste domande.

L'obiettivo di questo progetto è definire un identikit del trail runner italiano applicando un metodo di ricerca rigoroso accompagnato da un'analisi statistica dei dati raccolti per creare una base di conoscenza di chi pratica lo sport. Partendo dal Trail Ultra Project, abbiamo apportato delle modifiche ai quesiti di ricerca basandoci sull'esperienza diretta di Francesco e sulle specificità dell'approccio italiano allo sport. Dalla creazione del questionario di ricerca fino all'analisi dei dati, l'intero progetto è stato realizzato seguendo il rigore statistico della ricerca scientifica, bilanciando il campione rispetto alla popolazione ed effettuando test statistici per rilevare la dipendenza tra le variabili. Questo elaborato ha il fine di divulgare i risultati in maniera immediata e comprensibile sia ai neofiti che agli esperti del trail running. Per questo, solo i risultati più rilevanti sono stati inclusi, accompagnati da dei brevi commenti ad introduzione di ogni Segmento per rendere più semplice la comprensione.

Fin dalla prima analisi dei dati raccolti, abbiamo verificato alcune ipotesi provenienti dall'osservazione empirica: chi corre ha una buona salute mentale, UTMB è la gara che emoziona di più, Kilian Jornet è l'atleta più popolare. Al contrario, altre ipotesi si sono rivelate falsi miti: solo chi corre gare ultra si definisce un ultra runner, correre è uno sport economico, Salomon è il brand più utilizzato.

Consapevoli dei limiti derivanti dalla realizzazione del sondaggio, quali la consistenza numerica, la distribuzione territoriale del campione e i canali utilizzati per raggiungerlo, vogliamo che questo progetto sia un punto di partenza per ricerche future sul trail running e chi lo pratica, senza la pretesa di dare risposte definitive, ma con l'auspicio di aver fotografato una parte significativa della realtà italiana. Allo stesso modo, speriamo che possa essere un punto di riferimento qualora si voglia parlare dello sport in modo informato e partendo da un'osservazione rigorosa della realtà oltre il limite dell'esperienza personale.

Infine, vogliamo ringraziare chi ha supportato questo progetto permettendoci di raggiungere un risultato inaspettato in termini di partecipanti e dimostrando che in molti condividevano i nostri stessi interrogativi. Allo stesso modo, un grazie va a tutte le 900 persone che hanno dedicato qualche minuto del loro tempo per completare il questionario. Grazie!

**EVERY (TRAIL) RUNNER
HAS A STORY TO TELL.**



I SEGMENTI

06	METODOLOGIA
10	CORSA
14	ALLENAMENTO
18	GARA
22	INFORMAZIONE
26	ACQUISTO
30	CHI È IL TRAIL RUNNER ITALIANO?

METODO LOGIA

RACCOLTA DATI

ANALISI DATI

LIMITAZIONI

CAMPIONE DEMOGRAFICO

RACCOLTA DATI

I dati sono stati raccolti tramite un sondaggio distribuito digitalmente tra il 9 Settembre 2023 e il 9 Novembre 2023. Nel tentativo di raggiungere un campione vario e non confinato alle community di Outdoor Wall e Francesco Puppi, il sondaggio è stato distribuito tramite altri media del settore ed in gruppi Facebook inerenti al mondo del running ed escursionismo. Il questionario è stato pubblicato in lingua italiana.

ANALISI DATI

Il campione risulta bilanciato per quanto riguarda il sesso, confrontandolo con i dati disponibili su DUV Statistik riguardanti i partecipanti in gare ultra nel 2022 in Italia. Il campione è stato analizzato nella sua interezza per descriverne le caratteristiche generali. In aggiunta, sono stati praticati dei test di associazione statistica su determinate variabili giudicate di interesse per l'obiettivo della ricerca, dividendo il campione in tre gruppi identificati tramite: sesso, età ed identificazione distanza corsa. Nel documento sono stati presentati soltanto i casi in cui si è potuto rilevare una dipendenza statistica significativa tra le variabili.

Le analisi sono state svolte utilizzando un approccio frequentista ai dati raccolti. Per il seguente lavoro si è utilizzato principalmente il programma R Studio e Microsoft Excel. I principali test utilizzati sono stati i seguenti. Per le variabili categoriali si è applicato il test Chi-Quadro per rilevare le associazioni tra 2 variabili categoriali per dati provenienti da un campione casuale e il test di Fisher per lo stesso scopo. Per le variabili continue si è studiata la densità tramite i density plot e per l'inferenza si è usato il T-test per valutare la differenza in media tra 2 gruppi di osservazioni indipendenti che opera sotto l'assunzione di normalità. Il test di Kolmogorov-Smirnov (KS test) la versione non parametrica per confrontare le Funzioni di ripartizioni dei due gruppi per determinare se sono in accordo o meno. Infine, il test di Wilcoxon che in modo analogo studia la distribuzione dei gruppi e valuta se vi sono o meno differenze.

LIMITAZIONI

Il campione è maggiormente localizzato in Lombardia, nelle province di Como, Lecco e Milano, e su un segmento più giovane rispetto alla media dei trail runner italiani. Questo limite si basa su un'osservazione empirica, in quanto non sono disponibili dati demografici riguardo al settore del trail running italiano.

900

PARTECIPANTI

1.978.889

DATA POINT

TRE GRUPPI

UOMO

VS

DONNA

OVER

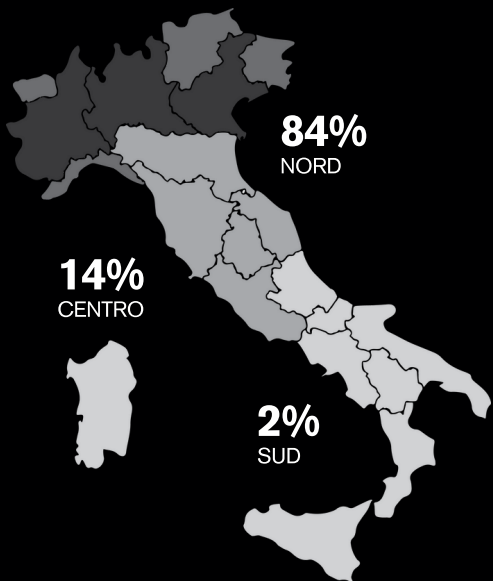
35

UNDER

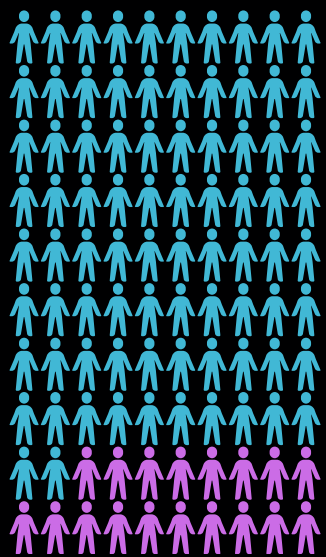
ULTRA

VS

SUB-ULTRA



82% UOMO
18% DONNA



REDDITO MEDIO

LORDO ANNUO



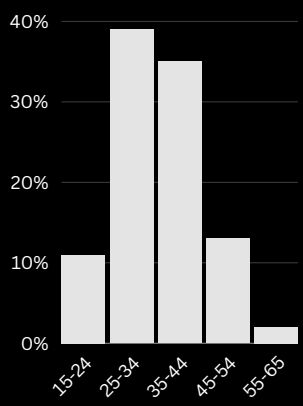
69%

NON HA FIGLI

54%

LAUREA
TRIENNALE O DI
LIVELLO
SUPERIORE

ETÀ



CORSA

PERCHÉ CORRI?

DA DOVE VIENI?

CORRI DA SOLO O CON ALTRI?

COME TI IDENTIFICHI?



CORRERE PER SE STESSI

01

I trail runner sono motivato da se stessi e dalle sensazioni che provano durante la corsa. Le motivazioni per cui corrono sono di natura individuale: la salute mentale, la connessione con la natura e lo stare da soli con i propri pensieri. Correre è importante per sentirsi bene. L'88% valuta la propria salute mentale almeno 7 in una scala da 1 a 10.

SENTIRSI PARTE DI QUALCOSA

02

Nonostante l'aspetto sociale legato alla corsa per i trail runner sia secondario tra le motivazioni per cui correre, solo il 29% non è parte né di un gruppo Fidal né di un Run Club. Il 42% dei trail runner fa parte di un gruppo Fidal, condizione necessaria per partecipare alle gare*. Al contrario i Run Club rimangono una nicchia nel trail running italiano.

* O possesso Runcard

PERCHÉ CORRI

MIGLIORA LA MIA SALUTE MENTALE

MI CONNETTO CON LA NATURA

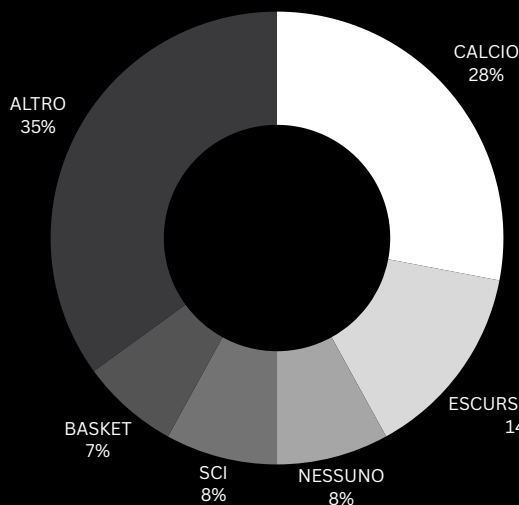
POSSO STARE DA SOLO CON I MIEI PENSIERI

VOGLIO BATTERE UN RECORD PERSONALE

NE RICONOSCO L'ASPETTO SOCIALE

VOGLIO PERDERE PESO

SPORT DI PROVENIENZA



8%

HA INIZIATO A PRATICARE
LA CORSA COME
PRIMO SPORT

88%

VALUTA LA
PROPRIA SALUTE MENTALE
ALMENO 7 SU 10

GRUPPO FIDAL

RUN CLUB

V

S

42%

GRUPPO
FIDAL

23%

ENTRAMBI

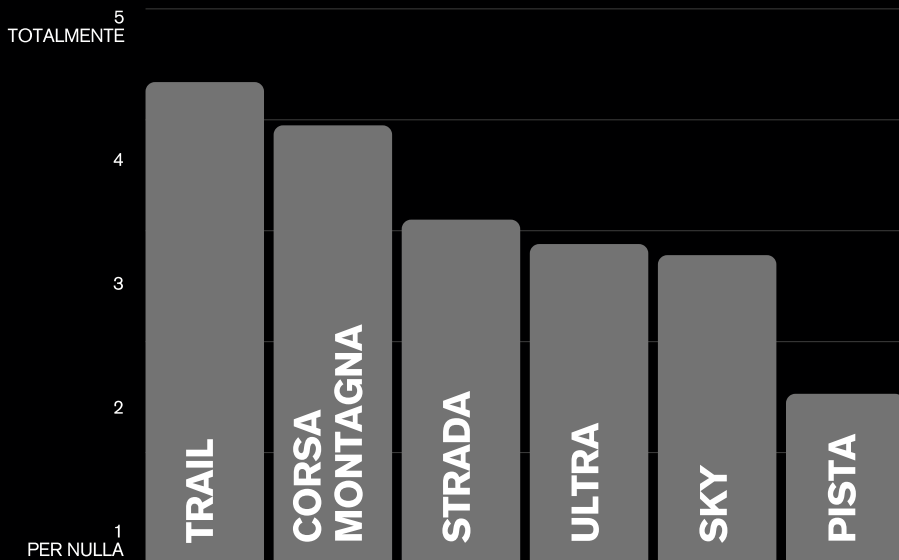
6%

RUN CLUB

29%

NESSUNO

COME TI IDENTIFICHICI



ALLENAMENTO

QUANTE VOLTE CORRI?

QUANTI CHILOMETRI CORRI?

SEGUI UNA DIETA SPECIFICA?

SEGUI UN PIANO DI ALLENAMENTO?

CORRI E BASTA?



COMPETERE

01

I trail runner gareggiano relativamente spesso, nonostante la competizione non sia tra le principali motivazioni per cui corrono. Tutti i trail runner hanno gareggiato almeno una volta, su diversi format e superfici. Confrontando la frequenza e i volumi degli allenamenti con le gare partecipate si nota una discrepanza tra l'intenzione e la preparazione fisica. L'importante è tagliare il traguardo, il tempo non è così rilevante.

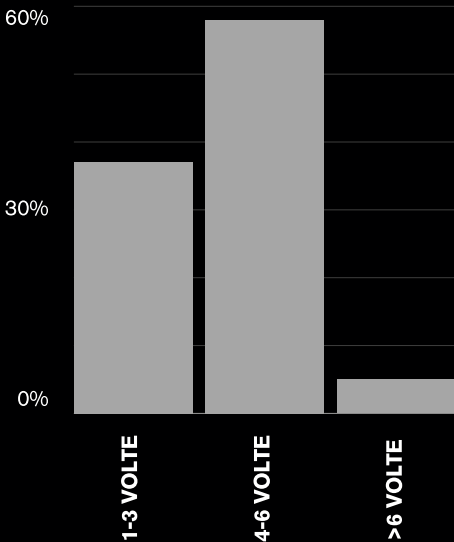
APPLICARE IL METODO

02

L'identificazione del trail con le distanze ultra spinge i trail runner ad allenarsi in maniera metodica. I trail runner si affidano a piani di allenamento durante tutto l'anno o in vista di gare specifiche. La corsa viene integrata con altri sport come l'escursionismo, il ciclismo e lo sci. Correre e basta non è sufficiente.

FREQUENZA

SETTIMANALE



21%

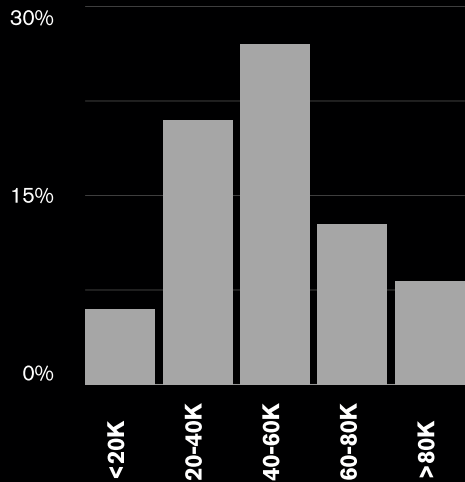
SEGUE UNA DIETA SPECIFICA

9%

DI CHI SI DEFINISCE
ULTRA RUNNER NON HA
MAI CORSO
PIÙ DI 50 CHILOMETRI

DISTANZA

SETTIMANALE



PIANO DI ALLENAMENTO

UNDER 35

IL 35% DEGLI ATLETI È
SEGUITO DA UN
COACH, MENTRE IL
28% TRA GLI OVER 35

42%

SOLO IN CERTI PERIODI

32%

SEMPRE

26%

MAI

14%

CORRE E BASTA

CROSS TRAINING

CICLISMO
35%

ESCURSIONISMO
27%

ALTRO
20%

SCI
18%

GARA

QUALI GARE TI EMOZIONANO?
COME SCEGLI LA TUA PROSSIMA GARA?
ULTRA O SUB-ULTRA?
QUANTO SPESSO GAREGGI?

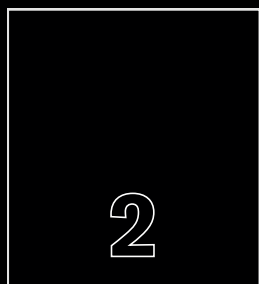


IL FASCINO DELLE ULTRA

01

Le distanze ultra sono quelle che più attirano l'attenzione dei trail runner, sia come fonti di ispirazione che a livello di partecipazione. UTMB, TOR e LUT sono le gare più seguite. Il 77% dei trail runner gareggia su distanze ultra la maggior parte delle volte durante l'anno. L'attrattiva delle ultra è una conseguenza della quantità dei contenuti prodotti, di una più ampia e precisa comunicazione rispetto a gare sub-ultra, e del fascino ad esse correlato, che le circonda di un'aura di epicità e grandezza.

LE GARE E FKT CHE EMOZIONANO

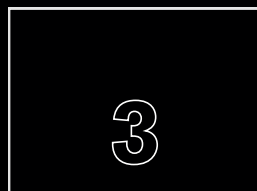


UTMB®
WORLD SERIES



OVER 35
SONO PIÙ
INTERESSATI
ALLE GARE
ULTRA

TORX
WITH **KAILAS**



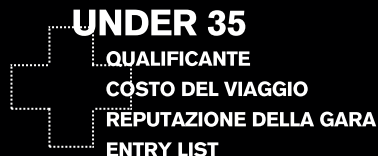
LE ITALIANE

TROFEO KIMA
TRANSLAGORAI CLASSIC
DOLOMYTHS RUN
GIIR DI MONT
GRIGNE SKYMARATHON

DAL MONDO

SIERRE ZINAL
ZEGAMA-AIZKORRI
WESTERN STATES
HARDROCK 100
GOLDEN TRAIL WORLD SERIES

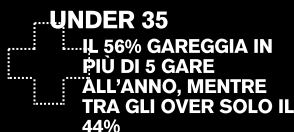
COME SCEGLIERE



RAPPORTO CON LE GARE

47%

GAREGGIA IN
+4 GARE ALL'ANNO



4%

NON
GAREGGIA MAI

94%

HA GAREGGIATO
IN PIÙ DI UN
FORMAT DI GARA

77%

SCEGLIE DI
GAREGGIARE PER
LO PIÙ NELLE
CATEGORIE ULTRA

58%

NON HA MAI
PARTECIPATO COME
VOLONTARIO AD
UNA GARA

INFORMA ZIONE

QUALI CONTENUTI TI ISPIRANO?

QUALI ATLETI SEGUI?

QUALI MEDIA CONSULTI?

CHE COSA ASCOLTI?



CORRO E BASTA

01

Circa un terzo dei trail runner non segue nessun media, mentre un quinto non segue alcun profilo o pagina social legati al mondo del trail. Questo fenomeno è in linea con la natura partecipativa del trail running per cui si tende a partecipare allo sport senza necessariamente seguirne le dinamiche competitive e culturali. Con l'evoluzione del trail, ci aspettiamo che la percentuale di trail runner disinteressati al racconto dello sport e ai suoi protagonisti diminuisca.

OLTRE LA GARA

02

Atleti e gare sono legati a doppio filo. I primi si affermano nelle seconde. Le seconde costruiscono la loro storia tramite i primi. Per i trail runner i due circuiti più rilevanti a livello mondiale, UTMB e Golden Trail World Series, sono creatori di contenuti popolari tanto quanto gli atleti o i media.

ATLETI E CREATOR

03

Il confine tra atleta e creator è sfumato. Ai primi non bastano più le gare, devono avere anche una presenza sui social. I secondi creano i loro contenuti basandosi anche sulle loro performance. Agli occhi di chi consuma i contenuti, le differenze tra le due figure sono minimali. Francesco Puppi è equiparato a Roberto Martini. Entrambi corrono e pubblicano contenuti sui social. Entrambi trasmettono valore alle loro community.

ITALIAN FIRST

04

Le preferenze in termini di media e podcast rimangono all'interno del territorio e della lingua italiana. Da testate più tradizionali come Spirito Trail e Sport di Montagna a progetti più recenti come Buckled e Any Surface Available, i trail runner li prediligono rispetto alle opzioni in lingua inglese.

LIVESTREAM DELLE GARE
YOUTUBE
LIBRI

PODCAST
VIDEO A PAGAMENTO
MAGAZINE A PAGAMENTO

FONTI DI ISPIRAZIONE

UNDER 35

PODCAST
SOCIAL MEDIA
VIDEO
FILM

SUI SOCIAL

FRANCESCO PUPPI

KILIAN JORNET

STERRATO

ROBERTO
MARTINI

MARTINA
VALMASSOI

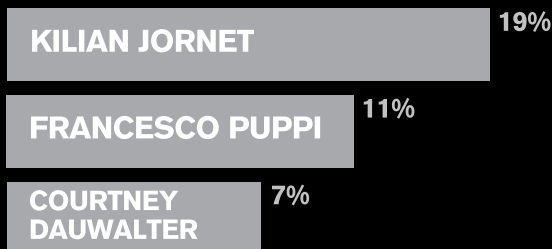
20%

NON SEGUE
NESSUNO SUI
SOCIAL

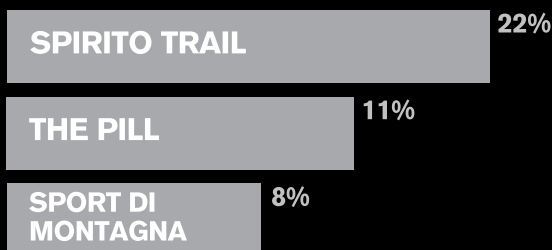
UTMB GTWS

NEI PRIMI 10 POSTI
NELLE CATEGORIE
SOCIAL, MEDIA E
PODCAST

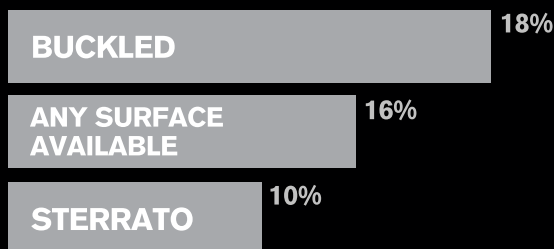
ATLETI



MEDIA



PODCAST



GLI ITALIANI

FRANCESCO PUPPI
MARTINA VALMASSOI
NADIR MAGUET
FRANCO COLLÉ
MARCO OLMO

30%

NON SEGUE
NESSUN MEDIA

IL PREFERITO DA CHI
CORRE **ULTRA**

IL PREFERITO DA CHI
CORRE **SUB-ULTRA**

ACQUI STO

COME DECIDI IL PROSSIMO ACQUISTO?
QUANTO SPENDI?
QUALI BRAND UTILIZZI?



HOKA FLYING HIGH

01

Hoka è il market leader nel trail running italiano essendo largamente il brand più utilizzato. Il marchio francese si posiziona molto più avanti rispetto ai suoi competitor: Nike, Salomon, ASICS ed adidas.

L'ULTRA RUNNING NON È ECONOMICO

02

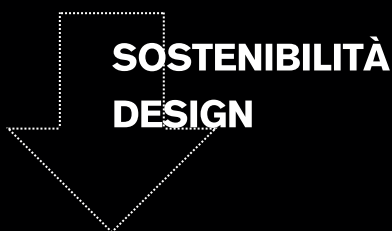
L'impegno economico tra chi si identifica come ultra runner è più elevato rispetto a chi corre distanze sub-ultra. La spesa annua in calzature, abbigliamento ed accessori è più alta rispetto a chi corre distanze più corte, con più di un terzo che spende oltre €500 all'anno. I fattori relativi al costo delle gare hanno un peso maggiore quando gli ultra runner devono decidere a che gara iscriversi. Chi ha detto che correre è economico?

COME SCEGLI



VALUTA IL SUO ULTIMO
ACQUISTO COME
NECESSARIO

64%

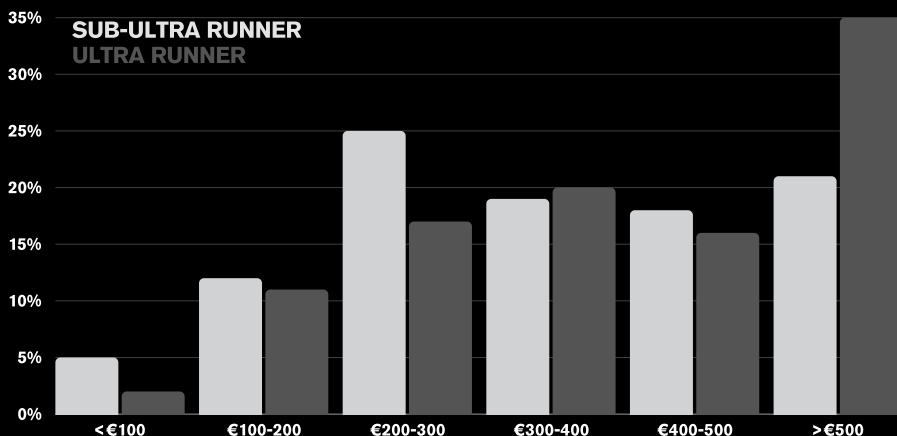


UTILIZZA PIÙ DI UN
PAIO DI SCARPE ALL'ANNO

96%

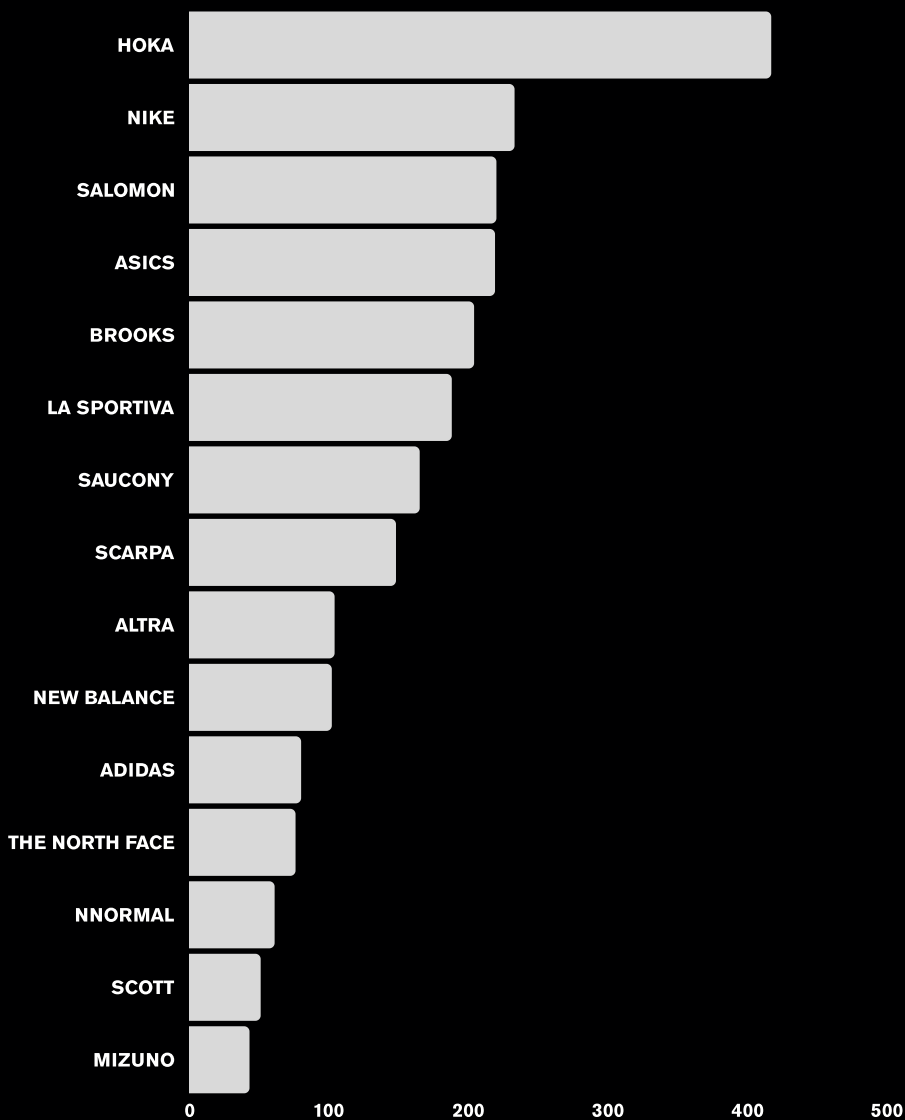
SPESA MEDIA ANNUA

IN SCARPE, ABBIGLIAMENTO ED ATTREZZATURA



BRAND UTILIZZATI

CALZATURE





CHI È IL TRAIL RUNNER ITALIANO?

In definitiva, chi è il trail runner italiano?

Potremmo dire che è un uomo sulla quarantina, probabilmente laureato e con una condizione economica soddisfacente, che vive al Nord, gode di un buona salute mentale, indossa delle Hoka, si allena quattro volte alla settimana e completa cinque o sei gare all'anno, sognando UTMB, di cui magari ha buttato un occhio qualche volta sul live stream o di cui ha intercettato un video ispirazionale sui social. Avrebbe senso? Probabilmente no. La fotografia - in fondo, di noi stessi - che risulta da questo lavoro è più complessa, variegata e interessante rispetto all'ipotetico trail runner quadratico medio che nella realtà nemmeno esiste. Avessimo davvero voluto conoscere il trail runner italiano, sarebbe bastato andare ad una delle tante gare che vengono organizzate sui nostri sentieri, sederci con qualcuno a bere una birra dopo il traguardo, e ci saremmo fatti una discreta idea.

Questo lavoro ci è servito sì a capire qualcosa in più su chi siamo, ma forse ci consente soprattutto di immaginare dove stiamo andando e cosa possiamo fare per migliorare il nostro ambiente, per renderlo più inclusivo, diverso e consapevole. Serve portare cultura dove ancora non c'è, serve un modo diverso di partecipare allo sport che non sia necessariamente attraverso la competizione, serve tutto ciò che contribuisce allo sviluppo di una comunità, che in Italia è ancora molto acerba, con una diffusione di valori e temi trasversali che uniscono persone con diversi background ma interessi tutto sommato simili. Servono maggiori opportunità per i giovani di entrare in contatto con il trail, serve formazione per atleti e tecnici, serve una maggiore facilità di accesso e partecipazione allo sport per le atlete donne.

Da atleta, sogno anche un maggiore equilibrio tra uno sport di partecipazione quale è il trail allo stato attuale, e uno sport in cui i suoi protagonisti vengano riconosciuti e valorizzati, in cui i fan li riconoscano e si emozionino nel seguire le loro imprese, come succede nel ciclismo. C'è del valore intrinseco nel correre forte e nel farlo bene. Credo che i media abbiano una grossa responsabilità in questo, in uno spazio controllato principalmente dagli interessi commerciali dei brand, ma non sempre aderente alle esigenze delle persone e attento al materiale umano che costituisce questo sport - gli atleti, a tutti i livelli.

Il Trail Runner Italiano siamo noi, è chiunque vada a correre su un sentiero. Proprio come il sentiero, mai uguale a se stesso, anche noi siamo in costante evoluzione: il progetto di ricerca Il Trail Runner Italiano ne coglie un'istantanea, così da capire meglio cosa si nasconde dietro la prossima curva.

Francesco Puppi



OW

**EVERY ATHLETE
HAS A STORY TO TELL.**

IL TRAIL RUNNER ITALIANO

Un progetto di ricerca su chi corre in montagna.

OW