



**Telemark
Snow Events**

1° Convegno Nazionale

“Telemark: idee e progetti per il futuro”

Skipass fiera di Modena
Giovedì 1 Novembre 2012 ore 14,00
primo piano “sala 100”

 ***Telemark Evolution***
www.telemarksnowevents.it

INDICE

INDICE.....	2
1. Scopo del documento.....	2
Introduzione.....	2
La Situazione attuale del Telemark.....	3
Il Progetto di Telemark Snow Events.....	3
Il Telemark Imprinting.....	5
Pensare al futuro con l'obiettivo 20.000	5
Il Progetto “Telemark Evolution” di T.S.E.....	6

1. Scopo del documento

Il presente documento vuole essere uno strumento di lavoro per il 1° Convegno sul Telemark in Italia, uno strumento dove vengono riportati degli argomenti per un confronto nel merito ed in prospettiva al fine di dare una risposta concreta e condividere azioni per raggiungere, nei prossimi anni obiettivi concreti relativamente alla disciplina del Telemark ed alla sua promozione e diffusione.

Fino al 30 Settembre 2012 tutti potranno inviare osservazioni e contributi al fine di integrare e migliorare le proposte.

Questo sarà possibile inviando una mail a info@telemarksnowevents.it , i contributi saranno pubblicati in una rubrica dedicata.(www.telemarksnowevents.it/Convegno2012.htm)

Introduzione

Mariano Valcanover

“Nel non lontano 2005 ebbi l’occasione di mettere ai piedi delle scarpe con la papera e discendere un pendio con un’attrezzatura che non conoscevo. Lo feci con estrema difficoltà, ma con grandi e piacevoli sensazioni che mi portarono a proseguire. Grazie a Giorgio Daidola scoprii il Telemark e, dopo aver passato la stagione a praticare e frequentare l’ambiente, mi sono chiesto perché queste stupende sensazioni sono patrimonio solo di pochi. E’ mia convinzione che, dopo le domande e un’accurata analisi, si debba passare ai fatti.”

Giuliano Pederiva

“Sono molti anni che ho abbandonato l’attrezzatura da sci alpino per dedicarmi al Telemark. La passione mi ha fatto scegliere una strada impegnativa ma che riesce a mantenere vivo l’interesse e l’entusiasmo verso questa disciplina. Da alcuni anni, con Telemark Snow Events (TSE), dedico allo sci buona parte del mio tempo libero e l’entusiasmo della gente mi ripaga dell’impegno che, un’azione come quella messa in campo da TSE, richiede.”

Nella primavera del 2007, la condivisione fra Mariano Valcanover e Giuliano Pederiva di alcuni pensieri sul Telemark portò, nel dicembre dello stesso anno, all'organizzazione della prima edizione del "Telemark Opening" in Val Senales.

Da allora si è iniziato a delineare un progetto con obiettivi ben definiti, un progetto per la diffusione del Telemark su scala nazionale, nacque così TSE (TelemarkSnowEvents) che opera promuovendo i vari appuntamenti di Telemark e collaborando nella realizzazione per una migliore offerta di questa disciplina.

Le aziende, sponsor nel 2010, hanno approvato con TSE un progetto triennale che si concluderà nella prossima stagione. (www.telemarksnowevents.it/IIProgettodiTSE.htm)
Il progetto esce volutamente da schemi istituzionali per garantirne la massima flessibilità ed elasticità e per favorire il più ampio coinvolgimento di tutte le energie interessate alla diffusione del Telemark in Italia.

La Situazione attuale del Telemark

Per fare un'analisi sulla storia del Telemark italiano dovremmo far scrivere un libro a chi ha vissuto negli anni 80, periodo in cui è stato reintrodotta il Telemark nella nostra realtà italiana. Pensando al futuro, ci limitiamo a fissare alcuni punti al fine di costruire dei ragionamenti in prospettiva.

- Prima un gruppo di appassionati, poi la nascita dei Club e di alcuni eventi
- Negli anni 90 il Club Alpino Italiano fu tra i promotori della lenta ma progressiva diffusione del Telemark tramite lo sci escursionismo, diffuso in particolare sugli Appennini
- Alla fine degli anni 90, grazie all'impegno della Federazione Italiana Sport Invernali, nasce la Tecnica Italiana con contenuti innovativi che permisero di costruire una rete di Maestri specializzati nell'insegnamento del Telemark e di Istruttori Nazionali
- I numeri rimasero sempre limitati, condizionati dalla difficoltà nella gestione delle attrezzature e dalla tecnica definita faticosa e difficile, nonché per alcuni aspetti anche da una filosofia latente che lo relegava ad una sorta di elite
- L'avvento della plastica per le scarpe e di nuove tipologie di attacchi portò, dopo il 2005, un nuovo interesse attorno al Telemark: la nascita di nuovi club e la conseguente crescita del numero dei praticanti, iniziò a attirare l'attenzione anche dei Media.

In questo contesto si inserisce l'attività di Telemark Snow Events che ha progettato ed attuato una forte azione di promozione del Telemark in Italia, grazie anche al consenso ed al sostegno economico di molte aziende di settore e non.

Il Progetto di Telemark Snow Events

L'analisi sul Telemark in Italia ha portato all'individuazione di alcuni limiti che si possono sintetizzare in:

- mancanza di visibilità di praticanti (limitata alle feste dei Club, molto spesso negli anni passati, con abbigliamento "Old Style" che determina poca attrattiva per il

- mondo dei giovani o degli sciatori alpini)
- difficoltà, o addirittura mancanza, nel reperire attrezzature nei noleggi
 - convinzione che il Telemark è “difficile e faticoso”
 - nessuna o comunque poca visibilità sui Media

Scendendo in campo e confrontandosi con la realtà, si sono ulteriormente messe a fuoco le problematiche legate alla promozione e diffusione del Telemark. In particolare ci si è resi conto che far provare le attrezzature da soli faceva più danno che proseliti e che era fondamentale una proposta di una promozione innovativa ed economicamente sostenibile per far provare l'attrezzatura e far sentire le sensazioni che essa può dare.

Reagire per garantire un'azione costruttiva in questa direzione ha voluto dire creare un'organizzazione che non lasciasse niente al caso, il che ha significato portare gli eventi ad un numero importante (30 distribuiti su 9 regioni italiane) e dotare questi stessi eventi di una quantità e qualità adeguata di attrezzature oltre che organizzare l'accompagnamento durante la prova.

Due sono state le scelte strategiche: 50 Promoter distribuiti sul territorio Nazionale e il “Telemark Imprinting” cioè le istruzioni per l'uso delle attrezzature, che consiste in alcuni consigli pratici per gestire il sistema scarpone/attacco da Telemark.

Queste scelte si sono rivelate determinanti per garantire lo straordinario risultato avuto nella stagione 2011-2012, a conclusione del secondo anno del progetto triennale 2010-2012: i dati acquisiti rispetto a quelli della stagione precedente consentono di affermare che l'obiettivo dei 10.000 Telemarker praticanti in Italia è stato raggiunto e la visibilità sui Media è notevolmente aumentata.

In particolare le azioni intraprese per raggiungere rapidamente gli obiettivi sono state le seguenti:

- quantità adeguata di attrezzature sia per i test materiali che per far provare la prima volta il Telemark
- qualità adeguata di attrezzature sia nelle versioni 75mm e NTN
- grande diffusione degli eventi in tutto il territorio nazionale per andare incontro all'utenza
- coinvolgimento di stazioni sciistiche e scuole di sci e noleggi
- prova materiali gratuita (come aspetto economico si è rilevato determinante)
- il “Telemark Imprinting” inteso come “Istruzioni per l'uso delle attrezzature e le azioni per l'apprendimento rapido e irreversibile delle sensazioni del Telemark”.
- aspetto agonistico con l'organizzazione di un campionato italiano FIS di Coppa Italia (cosa possibile solo grazie all'azione di alcuni promoter TSE).

Tutto ciò, la produzione di due DVD della collana “L'anima del Telemark”, insieme alla pubblicazione di gallerie fotografiche e video sul sito www.telemarksnowevents.it e su vari social network, ha prodotto una importante visibilità su stampa e Tv. In dettaglio i dati della stagione 2011-2012 sono stati: oltre 30 eventi, oltre 1.000 utenze per il “Telemark Imprinting”, oltre 800 utenti per i test materiali, oltre 3.000 i contatti allo Stand ed oltre 30.000 i contatti visivi.

Il Telemark Imprinting

Il Telemark Imprinting è nato come strumento per far provare il Telemark in modo naturale e semplice. Prima di questa, l'unica proposta concreta per far provare il Telemark era una lezione con un Maestro di sci specializzato, cosa che, agli effetti pratici, si è rilevata limitata solo a chi effettivamente aveva già deciso di passare al Telemark, sia per il costo che per l'impegno.

Il "Telemark Imprinting" è diventato uno strumento dirompente perché riesce, in tempi brevissimi, a portare la persona che prova a sentire le sensazioni della sciata a Telemark. La proposta lavora sulla ricerca dell'equilibrio e sulla posizione naturale del corpo, niente tecnica ed è gratuito. Così codificato viene usato da tutti i promoter nell'accompagnamento delle persone durante la prima prova. Si sottolinea che non insegna la tecnica: questa successivamente va appresa da un Maestro autorizzato all'insegnamento. Pertanto nuovi potenziali clienti per Maestri/Istruttori e per le Aziende.

Pensare al futuro con l'obiettivo 20.000

Un obiettivo ambizioso, ma quello che si è messo in movimento negli ultimi anni sta portando importanti novità, come le richieste di stazioni sciistiche che chiedono l'organizzazione di un evento Telemark durante la stagione invernale, oppure la presenza su riviste di settore di articoli che parlano di Telemark. Questo ed altro ci porta a pensare a "obiettivo 20.000" come un obiettivo possibile, soprattutto se si considera la collaborazione di tutti gli attori, ognuno nel proprio ruolo.

Tre sono gli obiettivi di riferimento:

- Rapida crescita dei praticanti in Italia.
- Contribuire a generare un indotto economico nelle varie realtà territoriali e alle aziende del settore
- Rispondere con una proposta innovativa all'attuale crisi del mondo dello sci

Partendo da un dato sul quale concordano tutti, la crisi del mondo dello sci, si può affermare che l'unica attuale novità in grado di rispondere positivamente a ciò è il Telemark perché :

- dopo averlo provato anche solo per una volta dà sensazioni nuove
- è stato dimostrato che non è poi così difficile e faticoso (vedi Telemark Imprinting ed altri video prodotti da professionisti di tutto il mondo)
- le attuali attrezzature (scarpe, attacchi e sci) facilitano molto l'apprendimento della tecnica
- può rispondere alle esigenze di diverse tipologie di utenti che vogliono cambiare, dallo sciatore tradizionale in pista allo scialpinista o escursionista in fuori pista.

Tutto questo contribuisce a:

- proporre una unica attrezzatura che consente salita, discesa ed escursionismo slegati anche dalle piste

- proporre il Telemark negli sci club come elementi di allenamento integrativo
- proporre il Telemark agli sciatori “saturi” che abbandonano lo sci
- proporre il Telemark come strumento per lo scialpinismo ed il Freeride
- proporre il Telemark nel Park come Freestyle
- proporre il Telemark come attività agonistica
- proporre il Telemark anche ai principianti assoluti

Il Progetto “Telemark Evolution” di T.S.E.

In questo contesto si colloca il progetto Telemark Evolution di TSE. Esso racchiude cinque moduli:

- **“Telemark Imprinting”** per un rapido approccio al Telemark
- **“Telemark Base “** per corsi con Maestri Specializzati Telemark
- **“Telemark Clinic”** per clinic con gli Istruttori Nazionali Telemark
- **“Telemark Freeride”** per corsi di scialpinismo e freeride con le Guide Alpine
- **“Telemark Freestyle”** per corsi nel Park con i maestri di freestyle

Con questa proposta si lancia una sfida a tutti gli “attori” del Telemark Italiano per una collaborazione al fine di dare una forte spinta alla promozione del Telemark, ovviamente ognuno nell'ambito del proprio ruolo.

Le Aziende Sponsor

Sono quelle del Pool degli sponsor di TSE. Loro sono chiamate ancora a sostenere il salto di qualità e quantità del nuovo progetto, in particolare come veicolo di informazione della attività di promozione verso il mercato Italiano.

Le Aziende turistiche

L'evento annuale di Telemark Snow Events in una determinata località deve trovare il massimo di supporto da parte delle Aziende Turistiche che hanno l'occasione di regalare a tutti i propri clienti la prova gratuita del Telemark come proposta innovativa della Stazione. Il tutto è ampiamente ripagato dall'immagine, dalle presenze all'evento, oltre all'attività promozionale sul sito di TSE e nel calendario eventi pubblicato anche a livello europeo. Inoltre, inserendo in alcune località anche le attività agonistiche, questo richiama ancora più persone.

Club/Associazioni

Nel passato è stato l'unico momento organizzato di diffusione del Telemark: era un momento di aggregazione, di formazione e di festa. Consolidati ormai da tempo e sempre attivi in Valle d'Aosta , Piemonte, Lombardia, Veneto e Trentino; gli Appennini rimangono un importante presidio territoriale che garantiscono visibilità per il Telemark.

Le scuole di sci

E' arrivato il momento di vendere, oltre allo Sci e allo Snowboard, anche il Telemark. In Italia ci sono più di mille maestri specializzati: se le scuole, alla richiesta di imparare a sciare saranno in grado di proporre tutte le specialità compreso il Telemark, saranno

professionalmente in grado di innovarsi e di aprire un nuovo mercato in grado di sopperire alla crisi delle altre specialità.

Gli Sci Club

Sta maturando in alcuni sci club una riflessione sulla necessità di trovare un elemento di novità con cui coinvolgere i ragazzi stressati dai soli allenamenti fra i "pali". Inoltre è risaputo che molti campioni usano il Telemark come allenamento integrativo. Il Telemark potrebbe coprire tutti e due questi aspetti: allenamento integrativo ma anche strumento di divertimento.

Le sezioni del Cai

Sono stati intrapresi rapporti positivi con molte sezioni del C.A.I. che con la tecnica evoluta parlano sempre di più di Telemark. E' importante sostenere questa evoluzione con il supporto in attrezzature per far conoscere quelle nuove e con il supporto per la formazione con corsi.

UISP Area Neve

E' in corso l'elaborazione di progetti rivolti alla promozione del Telemark nell'ambito delle attività di UISP Area Neve con la quale si è aperto un nuovo e significativo rapporto. Anche in questo caso vi è la necessità di garantire un adeguato supporto in attrezzature e in formazione.

Le Istituzioni FIS / AMSI

Il ruolo importante giocato in questi anni dalla FIS-Coscuma e dall'AMSI, è stato quello di produrre il testo della Tecnica Italiana e di formare Maestri specializzati e Istruttori Nazionali. Anche l'aspetto agonistico è rilevante perché fa parte anch'esso del Telemark ed un minimo di circuito di gare può dare grande visibilità. E' però necessaria la disponibilità da parte di FIS e dell'AMSI per la gestione e la crescita di questo settore.

I noleggi delle attrezzature

Questo è il punto debole di tutta la catena: pochi sono quelli che hanno il materiale a noleggio, pochissimi con materiale recente o moderno e con materiale per i ragazzi. Anche qui interessante diventa il noleggio annuale. E' necessario trovare la formula perché almeno un noleggio in ogni stazione sia in grado di supportare le richieste locali consentendo ai Maestri specializzati di lavorare. Le stesse scuole potrebbero essere di incentivo verso i noleggi chiedendo di mettere a disposizione il materiale per i ragazzi (diventa oneroso proporre l'acquisto di una terza attrezzatura, dopo le due tradizionali di discesa!!!!)

I Negozi e la vendita on-line

Anche se siamo in regime di libero mercato sarebbe importante riportare i consumi del settore al mercato Italiano, trovando gli strumenti per garantire la massima visibilità di tutti i negozi italiani anche con vendita on-line che hanno creduto e sostenuto la diffusione del Telemark, investendo commercialmente con rischi elevati.

I Media

Da qualche anno l'interesse verso il mondo del Telemark è in costante crescita:

- le immagini del Telemark vengono usate su molte riviste
- le riviste specializzate dedicano durante la stagione uno o più articoli
- le Tv passano spesso video con Telemarker in azione (le Tv locali danno spazio alle attività durante gli eventi organizzati sul territorio nazionale)

- i siti aumentano gli accessi alla visione dei video e articoli dedicati al Telemark.

In questa ottica, particolare attenzione va sviluppata nel produrre informazioni da passare ai Media per dare ampia visibilità a tutte le attività legate al Telemark.

Telemark Snow Events

L'attività coordinata da Mariano Valcanover e Giuliano Pederiva è ormai consolidata e collaudata con il contributo dei 50 Promoter e con circa 75 attrezzature. Essa è in grado di supportare oltre 40 eventi, eventi che la prossima Stagione saranno programmati su tre macroaree : Nord Ovest (Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria e Lombardia) Nord Est (Trentino Alto Adige, Veneto e Friuli) Centro Sud (Emilia- Romagna, Toscana, Marche, Abruzzo, Lazio, Molise e Calabria).

Da stime fatte sulla base dei dati di questi ultimi due anni, questi eventi produrranno oltre 1500 “Telemark Imprinting”, oltre 1000 test materiali, con 10000 presenze, per un fatturato per il comparto di oltre 1.500.000 Euro.

Ciò che viene seminato con questa azione, deve essere raccolto dai professionisti e dalle aziende e diventare ulteriore elemento di promozione del Telemark per le realtà locali.

Telemark Snow Events

Trento 10-Giugno 2012