

IL GIRO D'ITALIA E LA "SUA" MILANO – GIRO 100: TORNA LA STORICA MAGLIA CICLAMINO CON SEGAFREDO ZANETTI COME SPONSOR



Dal capoluogo lombardo è partito il primo Giro nel 1909 e dopo 100 edizioni, per la 76^ volta nella sua storia, si chiuderà sotto la Madonnina all'ombra del Duomo con la cronometro finale del 28 maggio. Una città unita a doppio filo col Gruppo RCS, con i suoi giornali e i suoi eventi sportivi.



Giuseppe Sala e Urbano Cairo

Milano, 20 aprile 2017 – Un matrimonio che ha fatto la storia di una città. Quello tra la città di Milano e il gruppo RCS è un sodalizio che si è consolidato negli anni attraverso la crescita dei grandi quotidiani (Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport) e degli eventi sportivi, a partire dal Giro d'Italia. Quest'anno la Corsa Rosa edizione 100, organizzata da RCS Sport/*La Gazzetta dello Sport*, chiuderà il suo percorso sotto la Madonnina, in Piazza Duomo. L'ultima tappa, infatti, sarà una cronometro individuale di 29,3 km con partenza dall'Autodromo di Monza.



La coppa del Giro d'Italia esposta in Galleria Vittorio Emanuele

“Torna a Milano la tappa finale del Giro d'Italia, una competizione che ho sempre amato e seguito con grande interesse. Poter accogliere l'ultima frazione nella nostra città da Sindaco, e non più solo da appassionato, mi rende davvero orgoglioso. Milano e il Giro hanno sempre avuto un rapporto speciale e sono certo che sapremo accogliere al meglio gli atleti e gli spettatori per questa tradizionale festa dello sport”, **così il sindaco di Milano Giuseppe Sala.**

Il Presidente e Amministratore Delegato di RCS MediaGroup, Urbano Cairo, ha sottolineato come: “Il legame tra il Gruppo RCS e la città di Milano nasce più di un secolo fa: il nostro Gruppo è cresciuto con la città e da sempre trova in Milano un campo pieno di entusiasmo per tutte le nostre manifestazioni, come – per citare l'ultima – la Milano Marathon che poche settimane fa passava in Duomo e batteva ogni record di iscritti. Per il Giro100 non potevamo quindi che arrivare a Milano, nella città che è stata la sua e la nostra culla: sarà il 76° arrivo meneghino, ma il più emozionante e sorprendente,

degno finale di un Giro che entrerà nella storia”.



Nicola Lanzetta di Enel consegna la Maglia Rosa al Sindaco Sala

L'Assessore allo Sport della Regione Lombardia, Antonio Rossi, ha dichiarato: “Il Giro d'Italia quando attraversa le strade della Lombardia riscuote sempre grande entusiasmo e scatena grandi passioni. Per questo come Regione siamo vicini alla Corsa Rosa che rappresenta un importantissimo veicolo di promozione e visibilità. Non a caso saremo presenti con nostre iniziative di comunicazione durante le tappe del Giro per valorizzare e far conoscere la nostra offerta turistica. Con soddisfazione quest'anno possiamo annoverare ben sei località coinvolte da partenze o arrivi di tappa. Oltre a Milano e Monza, anche Bergamo, Rovetta, Bormio e Tirano dove gli atleti dovranno dare il massimo per superare lo Stelvio, l'Aprica e il passo del Tonale e scrivere nuove entusiasmanti pagine della storia del ciclismo”.

Il rapporto tra La Gazzetta dello Sport e la città di Milano è stato raccontato dal Direttore della rosea, Andrea Monti: “A

Milano la Gazzetta affonda le sue radici di grande giornale sportivo internazionale. Sempre a Milano è nato il Giro d'Italia e tradizionalmente ci ritorna appena può per attingere nuove energie dalla propria, straordinaria storia. Il vincitore della centesima edizione non poteva che essere incoronato nella metropoli lombarda. Un doppio omaggio: alle tradizioni del ciclismo italiano e a una città protagonista di una nuova primavera economica e sociale”.



Da sinistra, Antonio Rossi, Giuseppe Sala, Roberta Guaineri, Urbano Cairo, Andrea Monti e Paolo Bellino

Paolo Bellino, Direttore Generale di RCS Sport, ha rilanciato: “L’arrivo del Giro d’Italia a Milano in questa storica edizione sarà un evento indimenticabile – sia dal punto di vista sportivo che da quello emozionale – con l’abbraccio di un’intera città al “suo” Giro. Il Duomo con la Madonnina, oltre a migliaia di persone, attenderanno il vincitore finale. Sarà una cronometro individuale che, partendo dall’Autodromo di Monza, toccherà molti dei luoghi simbolo di Milano e saprà

tenere aperta la Corsa Rosa fino all'ultimo metro. Gli amatori, la mattina stessa, potranno anche pedalare sullo stesso identico percorso dei professionisti con una cronometro a squadre a loro dedicata. Siamo certi che il 28 maggio sarà la festa non solo per la città ma per l'Italia intera e per tutti gli appassionati che ci seguiranno sulle strade o attraverso le immagini trasmesse in 194 Paesi dei 5 Continenti".

PHOTO CREDIT: LaPresse



La maglia del leader della Classifica a Punti ritorna all'antico come fu per 40 anni

Milano – La sorpresa annunciata qualche settimana fa in relazione alle maglie della Corsa Rosa, è svelata. La Maglia della Classifica a Punti del Giro d'Italia – edizione 100 – torna all'antico e torna ad essere Ciclamino, colore che l'ha contraddistinta dal 1970 al 2009. Segafredo Zanetti, azienda leader del caffè espresso in Italia e nel Mondo, ne sarà lo sponsor.



STORIA DELLA MAGLIA CICLAMINO

La classifica a punti nella storia del Giro d'Italia precede quella a tempi: nelle prime 5 edizioni (1909-1913) il vincitore finale fu determinato in base alla classifica a punti (all'epoca non c'erano maglie distintive per i leader).

L'istituzione della classifica a punti quale graduatoria a sé

stante avvenne nel 1958; ci fu quindi una pausa fino al 1966, e dal 1967 il leader di questa classifica indossa una maglia distintiva. Negli anni 1967, 1968 e 1969 questa maglia era rossa (sponsor Dreher), quindi divenne ciclamino (sponsor Termozeta) fino al 2009. Dal 2010 il leader della classifica a punti ha indossato la maglia rossa.

- Appaiati in testa alla graduatoria di maggior vittorie finali nella classifica a punti, i due grandi rivali degli anni '70-'80: Francesco Moser e Giuseppe Saronni, con quattro Maglie Ciclamino ciascuno. Seguono a quota 3 Mario Cipollini, Roger de Vlaeminck e Johan van der Velde
- Moser e Saronni sono gli unici ad aver conquistato tre classifiche a punti consecutive: Moser negli anni 1976-1978 e Saronni nei tre successivi (1979-1981). Il dominio dei due terminò con un'ulteriore vittoria di Moser nel 1982 e Saronni nel 1983
- In due occasioni degli atleti italiani sono stati in grado di vincere la classifica a punti per 8 anni consecutivi. Dal 1976 al 1983, quando i vincitori furono solo Moser e Saronni e dal 2001 al 2008 (Massimo Strazzer, Mario Cipollini, Gilberto Simoni, Daniele Bennati e per due volte Paolo Bettini ed Alessandro Petacchi)
- Gli atleti italiani hanno vinto 33 delle 52 classifiche a punti nella storia del Giro. La seconda nazione più vincente è il Belgio, a quota 5 (3 per Roger de Vlaeminck e 2 per Eddy Merckx)
- L'atleta che vanta il maggior intervallo tra la prima e l'ultima vittoria nella classifica a punti è Mario Cipollini: 10 anni. Cipollini vinse per la prima volta nel 1992, una pausa di quattro anni prima della seconda vittoria (1997), quindi altri quattro anni d'attesa per il terzo successo (2002)
- L'accoppiata classifica generale/classifica a punti è riuscita a Gianni Motta (1966), Eddy Merckx (1968 e

1973), Giuseppe Saronni (1979 e 1983), Gianni Bugno (1990), Tony Rominger (1995), Gilberto Simoni (2003), Danilo Di Luca (2007), Denis Menchov (2009) e Michele Scarponi (2011, a tavolino)

- Il più giovane atleta a vincere la classifica a punti fu Giuseppe Saronni nel 1979 a 21 anni e 257 giorni mentre il più anziano Mario Cipollini nel 2002 a 35 anni e 72 giorni

Foto Credit: BettiniPhoto



GIRO D'ITALIA 100: ECCO LE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE DELLA CORSA ROSA

Milano – Il Giro d'Italia, edizione numero 100, in programma dal 5 al 28 maggio, ha svelato le sue due nuove campagne di comunicazione.

CAMPAGNA ISTITUZIONALE

La campagna pone l'attenzione sul simbolo dell'infinito, il filo conduttore della comunicazione del Giro d'Italia 100. Infinito come l'amore per lo sport, la passione nello scalare una vetta, la voglia di sfidare il pretendente alla vittoria. Il trofeo della Corsa Rosa – nell'immagine di questa centesima edizione – si trasforma, mantenendo la sua brillantezza, la sua energia e la sua radice “senza fine”, per celebrare la vittoria di un campione che rimarrà per sempre nella leggenda del ciclismo.



CAMPAGNA MULTI-SOGGETTO

Parallelamente, una seconda campagna multi-soggetto esplora il concetto di amore infinito secondo il punto di vista dei tifosi, sia utilizzando immagini dal forte impatto emozionale sia attraverso citazioni.



Le campagne sono state realizzate dall'agenzia Zampediverse.