

Rassegna del 02/07/2015

<i>RIO DE JANEIRO 2016</i>	Gazzetta dello Sport	33	Armani veste gli azzurri per Rio 2016 «Voglio vincere» - Stile Armani con il tricolore verso Rio 2016	<i>Arcobelli Stefano</i>	1
<i>RIO DE JANEIRO 2016</i>	Repubblica	44	Linea dura di Malagò "Dirigenti pregiudicati fuori dalle società"	<i>e.cu.</i>	4
<i>RIO DE JANEIRO 2016</i>	Corriere della Sera	45	Armani fa tris: Veste gli azzurri anche in Brasile con le note dell'Inno	...	5
<i>RIO DE JANEIRO 2016</i>	Corriere dello Sport	20	Le divise azzurre per Rio firmate Armani	...	6
<i>CONI</i>	Corriere dello Sport	13	«Posso commissariare»	...	7
<i>SPORT E SALUTE</i>	Corriere dello Sport Roma	28	Myto, il social network per sentirsi in forma	<i>Latini Matteo</i>	8
<i>SPORT E SALUTE</i>	Tuttosport	23	Tuttonotizie - Sport e salute Myto, social network che diffonde il wellness	...	9
<i>SPORT E SALUTE</i>	Tempo	29	Arriva Myto l'applicazione che controlla la salute	<i>Morsillo Filippo</i>	10
<i>SPORT E SALUTE</i>	Messaggero	32	In breve - Progetto Coni-Aubay. Un'App come allenatore	...	11
<i>SPORT E SALUTE</i>	Metro	16	Ecco Myto In salute grazie a pc e tablet	<i>FR.NUC.</i>	12
<i>SPORT E TV</i>	Sole 24 Ore	27	Tv centrale nel sistema media	<i>Biondi Andrea</i>	13

33

OLIMPIADI
Armani veste
gli azzurri
per Rio 2016
«Voglio vincere»

ARCOBELLI A PAGINA 33



Giovanni Malagò e Giorgio Armani ANSA

Stile Armani con il tricolore verso Rio 2016

● Presentate le divise per i Giochi
Malagò: «Siamo orgogliosi e invidiati»

Il presidente del Coni: «Siamo quinti nel medagliere alltime. Andiamo per superarci»

Stefano Arcobelli
MILANO

La passerella tricolore infiamma i cuori degli atleti, «modelli» per una sera. E scalda Giorgio Armani, che non aveva mai parlato prima di una sfilata: «Ho visto questi ragazzi trepidare dietro le quinte, con tanta voglia di vincere: tutto questo è bellissimo, ed è diverso dal mondo dell'estetica che non ammette sbagli. E' una bella rinfrescata». La beatà gioventù che da ieri sera, indossa le divise olimpiche per Rio e ha l'elettricità di Bebe Vio, in rappresentanza dei paralimici: «Non vorrei toglierla più questa divisa». Valeria Straneo prova a passare di argento mondiale in argento europeo, e tra un anno che maratona promette? «Vorrei migliorare l'ottavo posto di Londra». La quattrecentista Libiana Grenot è sicura che in Brasile l'atmosfera sarà contagiosa: «Mi sono commossa a vedere le immagini del 2012, sarà un'atmosfera ancora più bella tra un anno». E lo spera il nuotatore che un po' invidia il pallanotista Alex Giorgetti: «Ci prenderemo ogni rivincita». Come il fioretista Valerio Aspromonte che è ai

box ma a Rio «farò di tutto per esserci». Intanto c'è nel gruppo, come la ginnasta Vanessa Ferrari, e chi i Giochi li ha già vinti come la judoka Giulia Quintavalle e l'arciere Marco Galiazzo: non c'è trionfo che possa appagare come stare sull'apogeo olimpico.

MATTATORI Prima degli atleti, due mattatori indiscussi: Giorgio Armani e Giovanni Malagò, in un'alternanza di battute e sensazioni. Con lo stilista che disegna l'eleganza di un'Italia che vorrà superare il bottino delle 28 medaglie londinesi, e il presidente del Coni che ricorda il medagliere alltime a cinque cerchi: «Siamo quinti al mondo dietro Usa, Russia, Germania e Gran Bretagna, con 236 ori, la Francia è a meno-2, la Cina è settima: all'estero siamo un modello, abbiamo una bella eredità ma state tranquilli, abbiamo molto, molto seminato». Nelle speranze olimpiche di Malagò ci sono variazioni sul tema degli sport: «Mi aspetto il riscatto della vela e del ciclismo, sono fiducioso per il canottaggio, il triathlon potrebbe recuperare il gap e sorprendere, e vorrei Tania Cagnotto sul podio magari anche con la



Dallapè vista da 60 milioni di italiani: ma prima delle previsioni bisogna aspettare questa lunga estate di Mondiali, compreso quello di canoa a Milano, per fare il punto sulle qualificazioni olimpiche. Certo mancherà un oro sicuro, quello del Dream team femminile nel fioretto». Armani e Malagò duettano anche su Roma: ha già in mente la divisa per il 2024? «Non mi faccia questa domanda...» fulmina Re Giorgio guardando Malagò («le prepareremo qualche mese prima...») e poi si fa serio anzi triste quando viene interpellato sul calcio: «Lasciamo perdere...».

CONSIGLI E OBIETTIVI Armani palpita per «l'atletica, la corsa. Un consiglio agli azzurri? Un grande senso di pulizia interiore, più onestà interiore». Il blue notte con le nuove galvaniche color oro di EA7, l'eleganza che farà della delegazione tricolore la nazione da battere «sarà una bella avventura» si congeda il maestro mentre sulle problematiche agonistiche discetta ancora Malagò: «Andiamo a Rio orgogliosi e invidiati di avere Armani, il nostro valore aggiunto che ci consente di essere di un'altra categoria: nello sport non è tutto ma è già qualcosa. Speriamo di essere pure più bravi nelle gare che in passato». L'obiettivo 30 medaglie sarebbe velleitario oggi?

«Oggettivamente è sempre difficile ripetersi, perché arriva una nazione in più che ti toglie una medaglia. Questo è matematico. Non è una nazione, ma sono più nazioni. E l'abbiamo visto in Azerbaigian con tutti quegli argentati. Ci sono alcune discipline come i pesi, la lotta, il pugilato dove alcuni paesi dell'est hanno fatto asso pigliatutto. Ma mi dispiace per l'under 21 di calcio, aspettiamo il basket, spero in un miracolo dell'hockey prato femminile. C'è da soffrire fino a settembre per gli sport di squadra». Sfilano i ragazzi della generazione Italia, e Luca Pancalli sottolinea le parole dello stilista: «L'eleganza è farsi ricordare, non farsi notare». E lo sport italiano, aggiunge Malagò, non può essere quello del calcio assediato: «Non sempre ci sono dirigenti che ci fanno fare delle brutte figure, viste le cronache non molto belle di questi giorni». Ieri sera c'era un'altra Italia da far vedere, da ammirare, da far sfilare nel tempio della moda, a casa del Re che ha voluto mettere la sua classe per lanciare la spedizione del 2016. Un anno prima fa un certo effetto, ma serve a creare lo spirito di gruppo. Tutti in piedi per gli aspiranti azzurri di Rio, tutti insieme con i due mattatori Armani e Malagò per la foto di rito. L'Italia olimpica si ricopre elegante. Vedremo tra un anno se si rivelerà vincente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In alto: foto di gruppo e un dettaglio sulle nuove divise olimpiche di Rio 2016. Sopra: Giovanni Malagò con Giorgio Armani ANSA



CONI/A RIO 2016 DIVISA ARMANI

Linea dura di Malagò “Dirigenti pregiudicati fuori dalle società”

MILANO. Ennesimo richiamo del presidente del Coni al mondo del calcio travolto dagli scandali. Durante la presentazione delle divise della squadra azzurra olimpica e paraolimpica (sempre più vistosamente griffate EA7 di Giorgio Armani) per i Giochi di Rio 2016, Malagò ha auspicato la rapida introduzione del codice di onorabilità, recepito dalla Figc. «Chi non ha una fedina penale trasparente non può avere un ruolo istituzionale in una società. In Inghilterra Cellino ha dovuto passare un vaglio perfino troppo severo, quando è diventato proprietario del Leeds. La giustizia sportiva farà il suo corso rapidamente, il resto sta alla coscienza dei singoli». Malagò si è poi mantenuto equidistante sul rinvio a giudizio del ct della Nazionale Conte («Sono garantista») e ha spiegato che l'eventuale commissariamento della Figc sarebbe possibile soltanto «se venissero iscritte ai campionati squadre che non ne hanno diritto». Ottimismo, infine, per Rio. «Stiamo un po' soffrendo con gli sport di squadra. Ma mi aspetto belle sorprese da discipline come la vela e il ciclismo». (e.c.u.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Giorgio Armani con alcuni atleti di Rio 2016



Dir. Resp.: Luciano Fontana

Verso Rio 2016

Armani fa tris:
Veste gli azzurri
anche in Brasile
con le note dell'Inno

Dopo Londra 2012 e Sochi 2014, Giorgio Armani veste l'Italia olimpica anche a Rio 2016 e per l'occasione sfodera beneaguranti scritte in oro sulle tute degli azzurri. L'intera collezione EA7 è stata presentata ieri nel teatro Armani a Milano dallo stilista (foto) e dal presidente del Coni, Giovanni Malagò, alla presenza di numerosi atleti olimpici e paralimpici: hanno sfilato ginnasti (Ferrari, Morandi, Ferlito), schermidori (Aspromonte), azzurri dell'atletica leggera (Del Buono, Giorgi, Grenot, Chesani) e paralimpici (Vio, Minetti). Lo stilista ha inserito sulle tute anche la prima strofa dell'inno di Mameli, novità della prima collezione. Armani fornirà l'intero guardaroba formale e per il tempo libero agli atleti, e ha creato uno speciale completo per la cerimonia d'apertura in Brasile. I capi sportivi sono realizzati nell'ormai iconico blu notte, su cui spiccano le nuove galvaniche color oro del logo e della scritta Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Le divise azzurre per Rio firmate Armani

MILANO. Non c'è il 2 senza il 3... Puntuale come sempre quella di Giorgio Armani sarà ancora una volta la griffe che vestirà gli azzurri. Questa volta a Rio 2016, come già alle Olimpiadi di Londra 2012 e Sochi 2014. Quindi Armani sarà l'«official outfitter» del Coni per la kermesse in programma fra un anno esatto. Fra le novità il kit per il tempo libero, che verrà consegnato a tutti gli atleti olimpici e paralimpici, include capi realizzati con l'innovativa tecnologia C-Cube (Carbon Cushion Control) che garantisce massimo comfort e risposta reattiva in ogni situazione.



MALAGO' AVVISA

«Posso commissariare»

Il presidente del Coni, Giovanni Malagò, mette fretta al calcio: «La mancata regolarità dei campionati è uno dei casi in cui l'ipotesi di commissariamento di una federazione è fattibile. Per evitare una situazione così drastica la federazione può commissariare una singola Lega? Assolutamente sì». Malagò pone l'accento sulla questione morale: «La prevenzione è non avere cattivi insegnanti. Chi deve avere un ruolo di rappresentanza nel mondo del calcio, ma anche di società sportive di serie A, serie B, Lega Pro, deve essere una persona dalla condotta morale e dalla fedina penale irreprensibili. L'aspetto morale è sacro-



Malagò, presidente del Coni

santo». Sul ct Conte aggiunge: «Sono d'accordo con Tavecchio, un rinvio a giudizio non significa una condanna. Conte ha chiesto il rito abbreviato, non vuol approfittare di escamotage, e questo lo trovo corretto. Poi, come in tutte le cose, la risposta sta alla coscienza delle persone».



ALIMENTAZIONE E ALLENAMENTO

Myto, il social network per sentirsi in forma

di Matteo Latini

ROMA

Da oggi è ufficialmente on line Myto, il nuovo social network che permetterà di pensare al proprio corpo in modo più dettagliato e approfondito, attraverso un sistema che integra le tre voci fondamentali del benessere: allenamento, alimentazione e cura di sé. Ideato da Aubay, Myto è molto più di una semplice App ed è anche l'unico sistema di benessere digitale ad aver ottenuto la certificazione dell'Istituto di Medicina e Scienza dello Sport del Coni. «È un sistema che mette gli sportivi di ogni livello in condizione di accantonare il concetto del fai da te - ha detto il presidente del Coni Malagò prima di recarsi a Milano, per compiere un altro passo verso i giochi 2024 -. Attraverso questo programma, si può seguire un percorso mirato».

Ma come funziona Myto? È molto semplice. Basta che l'utente si iscriva e inserisca i propri dati. L'unicità consiste nel fatto che Myto elabora un percorso personalizzato, creando una tabella di allenamento e alimentazione che sia tarata sui parametri inseriti dal soggetto che ha effettuato la registrazione. Si tratta di un modello digitale, ma che alle sue spalle ha un vero e proprio team di tecnici e dottori, che analizzeranno e seguiranno i vari percorsi di allenamento. All'interno di Myto saranno presenti anche rubriche e forum, che permetteranno all'utente di interagire con i tecnici e ricevere risposte alle proprie curiosità.

infopress



TUTTONOTIZIE

SPORT E SALUTE

Myto, social network che diffonde il wellness

Da ieri Myto è realtà. E' online, infatti, il nuovo social network che integra i tre aspetti fondamentali del benessere - allenamento, alimentazione e cura di sé -, l'unico sistema di benessere digitale ad aver ottenuto la certificazione dell'Istituto di Medicina e Scienza dello Sport. La tecnologia come strumento per diffondere il wellness su larga scala, con tre grandi aziende come Eni, Autostrade per l'Italia e Compass Group lo utilizzano.



Tecnologia

Arriva Myto l'applicazione che controlla la salute

Filippo Morsillo

■ Myto, the Digital Wellness, è il nuovo, originale ed efficace servizio digitale ideato per il benessere delle persone. È un nuovo social network che integra allenamento, alimentazione e cura di sé, ovvero i tre requisiti fondamentali del benessere stesso. Myto è molto più di un'App scaricabile sullo smartphone. È una guida personalizzata, un progetto unico nel suo genere per la completezza del suo approccio. È stato ideato da Aubay, leader europeo di tecnologia informatica ed è l'unico sistema di benessere digitale ad aver ottenuto la certificazione dell'Istituto di Medicina e Scienza dello Sport del Coni. Il programma è stato presentato al Presidente Giovanni Malagò, che lo ha definito «un valore aggiunto».

Secondo la Società Italiana di Medicina Generale, un'alimentazione corretta e una regolare attività fisica possono ri-

durire in modo significativo la spesa sanitaria pubblica, allora Myto darebbe un aiuto notevole, in quanto è a tutti gli effetti uno strumento di prevenzione primaria continuativa nel tempo. Tant'è che grandi aziende come Eni, Autostrade per l'Italia e Gruppo Compass hanno già iniziato ad utilizzarlo. L'approccio digitale non è un processo statico, bensì dinamico. Si analizza in modo continuativo il comportamento della singola persona, così da visualizzare l'esigenza dell'utente. Sino ad oggi Myto è stato utilizzato in un contesto essenzialmente aziendale, ma la collaborazione nata tra Coni e Aubay costituisce un'opportunità unica per migliorare lo stile di vita su vasta scala ed ottenere importanti benefici sociali.

È il primo servizio di digital wellness globale, è semplice e veloce. Forse è meglio usare le parole di Stefano Trippetti, capo del progetto Myto: «Non è un prodotto, è una soluzione».





**PROGETTO CONI-AUBAY
UN'APP COME ALLENATORE**

Un social network o, meglio, un'applicazione utilizzabile su ogni dispositivo, capace di funzionare come un personal trainer digitale. Si chiama Myto ed è il nuovo progetto del Coni e del gruppo Aubay. L'app offrirà programmi personalizzati di nutrizione, attività atletica e benessere psicofisico, approvati scientificamente dall'Istituto di medicina dello sport del Coni.



Ecco Myto In salute grazie a pc e tablet

SALUTE Myto, il wellness al tempo del digitale. Presentato ieri al Foro Italiceo, si tratta di un sistema innovativo per equilibrare il nostro stile di vita attraverso al tecnologia. Basta utilizzare computer, smartphone, tablet, collegarsi al sito di Myto e dare indicazioni, sul proprio stile di vita (alimentazione, attività fisica, ecc). Uno staff di medici qualificati risponderà, indicando la strada da seguire. E c'è da fidarsi, perchè i medici sono quelli dell'Istituto di Medicina e Scienza dello Sport del Coni. In pratica, gli specialisti che da 50 anni seguono esclusivamente atleti olimpici e nazionali. L'Istituto, infatti, ha stretto una partnership con Aubay (il colosso tecnologico creatore di Myto). Myto è stato utilizzato finora da aziende come Eni e Autostrade per l'Italia, per curare la salute dei propri dipendenti. **FR. NUC.**



Le strategie. Il gruppo scommette sulla forza della nuova Premium e sulla Champions in esclusiva per le prossime tre stagioni - Progetti su big data e advertising

Le strategie. L'ad del gruppo di Cologno: «Siamo i primi in Italia per ascolti»

Tv centrale nel sistema media

LO SPAURACCHIO

Per l'ad del gruppo Netflix «non fa paura a Mediaset che è strapreparata al suo arrivo» anche grazie agli accordi con Warner e Universal

Andrea Biondi

■ La sua pacca sulla spalla Piazza Affari l'ha data al gruppo Mediaset. Ieri, alla fine delle contrattazioni nella giornata seguita alla presentazione dei palinsesti per l'autunno delle reti tv del gruppo di Cologno il titolo è salito del 4,13% a 4,49 euro.

Con la tradizionale serata di presentazione dell'offerta televisiva per l'autunno 2015 il gruppo guidato da Pier Silvio Berlusconi ha dato ufficialmente lo start a un anno che senz'altro dirà molto del futuro di un gruppo che «è il più grande sistema media in Italia, l'unico a raggiungere 57 milioni di italiani», ha tenuto a precisare il vicepresidente e amministratore delegato.

In questo quadro, «la tv è sempre più centrale e siamo i primi per ascolti», ha aggiunto Pier Silvio Berlusconi facendo scorrere alle sue spalle slide in cui venivano fotografati i dati di ascolto della primavera 2015 sul target 15-64, da sempre considerato il più pregiato dall'emittente commerciale. E intanto, proprio sul fronte pubblicitario, sono arrivate anche conferme sul miglioramento del trend. «Parliamo di un +6 per cento abbondante per giugno», ha spiegato l'ad Mediaset. Risultato che porta in parità il trend della raccolta pubblicitaria nel secondo trimestre dell'anno, dopo il -1,6% del primo.

■ Proprio sul fronte pubblicitario il gruppo di Cologno ha annunciato una novità molto specializzata, ma importante in prospettiva per il settore. Sarà infatti prevista la vendita di spazi pubblicitari tv in modalità cosiddetta "programmatic". Questa modalità era finora utilizzata per il digitale, ma non per gli spazi televisivi. Per Mediaset diventerà operativa a ottobre con la piattaforma proprietaria "Media Market Place" attraverso la quale saranno messi all'asta spazi "pre-

mium". Insomma aste al rialzo, per spazi fino all'1% del bacino totale, in cui cancellazioni o ripensamenti da parte degli acquirenti non saranno possibili. La piattaforma sarà in via di funzionamento anche grazie a un principio chiaramente spiegato in un'altra delle slide che hanno accompagnato la presentazione della serata: "Applicheremo le nuove tecnologie Big Data per creare profili di nuova generazione con tutti i nostri media".

E così, detto di una pubblicità in miglioramento, i vertici di Mediaset non si sono scoperti su una possibile previsione di chiusura d'anno. «Il mercato è quello che è, molto difficile da decifrare», aggiunge Pier Silvio Berlusconi, secondo il quale soprattutto all'andamento del mercato pubblicitario è legata l'eventualità di distribuire o meno il dividendo per il 2015.

Dall'altra parte però, lato prodotto, la sfida lanciata a Sky con la nuova Premium, la Premium Smart Card (una scheda da inserire in qualsiasi tv per accedere in wifi all'offerta on demand, usando lo smartphone come telecomando) e l'esclusiva per la Champions League per tre stagioni fino al 2018 è apparsa con tutta evidenza come uno dei caposaldi della stagione televisiva che verrà. «Non ci sono accordi che portino qualcosa a breve», ha risposto Pier Silvio Berlusconi a una domanda sui rapporti e le possibili offerte arrivate o in arrivo dal versante Sky (si veda altro articolo in pagina). Ora, sulla scelta di tenere su Premium (niente match in chiaro quindi) tutte le partite della Juventus in Champions per tutta la fase dei gironi, fino a febbraio il gruppo di Cologno conta molto per strappare clienti a quella Sky Italia che resta leader ma che, stando sempre ai dati mostrati durante la serata, si è vista rosicchiare quote di mercato da Premium, salita al 28,4% nel 2014 a fronte del 5,2% del 2008. «Abbiamo combattuto un monopolio - ha aggiunto l'ad Mediaset - e faccio presente che i monopoli non fanno bene alla concorrenza e ai consumatori». Nel 2016, è stato confermato, l'offerta arriverà anche su satellite. Ma sempre nel 2016 la sfida sulla pay non sarà solo con la tv Murdoch. Netflix ha infatti confermato che sbarcherà nel

nostro Paese in ottobre. «Netflix non ci fa paura - ha replicato Pier Silvio Berlusconi - e siamo strapreparati al suo arrivo. Il nostro servizio Premium on demand funziona da tempo. Infinity è partito due anni fa, abbiamo l'esclusiva di Warner e Universal su tutte le piattaforme e tutti i nostri video di contenuti. Netflix è soltanto un altro concorrente che entra in un mercato di contenuti già sovrappollato».

Che si tratti di Netflix o dei concorrenti sulla tv generalista o di Sky, Mediaset ha fatto capire che si opporrà come "sistema media". Per esempio con un'offerta video sul web che sta crescendo, con 47 milioni di video visti nel primo quadrimestre 2015 (5 volte in più rispetto a due anni prima). O anche con una capacità di sviluppare contenuti nell'intrattenimento - con programmi consolidati come *Striscia la Notizia*, *Amico Tusique Vales* o *L'Isola dei Famosi* - come nella fiction o nel cinema (*Youth* di Sorrentino, il prossimo film sul Papa *Call me Francesco* e il nuovo lavoro di Steve Spielberg *Big friendly giant*). Alla base di tutto, punto di partenza e ancora realtà descritta come "centrale" per il business, c'è però la tv. Un assunto supportato innanzitutto dai dati mostrati: +2,1% di audience nella prima serata in primavera (contro il -1,2% di Rai e il -6,8% di Sky-Cielo).

La prossima stagione vedrà qualche assente (Gialappa's passati alla Rai), qualche fermo ai box (Piero Chiambretti), ma anche *Grande Fratello Vip*, il debutto di Gianni Morandi e Fedez e soprattutto quello che l'amministratore delegato di Mediaset annuncia «con onore»: il ritorno in televisione di Adriano Celentano. Canale 5 ospiterà infatti il progetto "Adrian", un cartone animato che è «una storia da raccontare. Sarà chiosa Pier Silvio Berlusconi - il caso tv dell'anno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

