



## L'intervista Laliscia è al vertice di "Sistema eventi" «Una maratona tecnica nella meraviglia del Conero»

■ Ancona

**GIANLUCA** Laliscia è l'amministratore delegato di Sistemaeventi, organizzatore dell'Endurance Lifestyle che quest'anno, dopo le esperienze umbre e venete, è giunto nelle Marche. Il quarantatreenne umbro è anche un ottimo endurance rider. Così descrive le caratteristiche del percorso anconetano: «L'Endurance è un evento ben inserito nell'ambiente, che non crea impatto, anzi esalta le caratteristiche della natura circostante. Dunque cerchiamo percorsi il più possibile incontaminati e quello di quest'anno, all'interno del Parco del Conero, è ideale. E molto tecnico. Il primo giro, per esempio, quello che è lungo 40 km, richiede grande interpretazione da parte del cavaliere, che deve leggere il percorso, capire le sensazioni che gli trasmette il cavallo. È come una maratona, tra falso-piano e salita, in cui bisogna gestire al meglio le risorse per arrivare a completare la gara». Stesso format degli anni precedenti, ma diversa location: soddisfatto?

«Quando mesi fa siamo venuti a Numana a vedere la zona da destinare al villaggio internazionale abbiamo subito avuto sensazioni positive di come saremmo riusciti a trasformare l'area. Già nel primo giorno d'apertura abbiamo accolto visitatori, curiosi, turisti, tanti bambini attirati dai pony. Una location con molte valenze, tra mare e Conero. Il resto lo abbiamo creato noi, con le scuderie per 120 cavalli, le aree destinate alla gara, l'arabian lounge e la tenda della famiglia reale». Questa edizione marchigiana

dell'Endurance Lifestyle riproporrà l'abbinamento della sfida sportiva ai buoni propositi di business: com'è stata l'esperienza degli anni passati? «Abbiamo avuto sempre riscontri importanti - conclude Laliscia - non solo sul piano sportivo. Ovunque abbiamo cercato di proporre lo sport e l'enduran-



ce come promozione del territorio e della sua economia. Abbiamo creato opportunità, offerto alle aziende l'occasione per gettare delle basi che poi in molte circostanze sono diventate punti di forza nelle voci di bilancio. Sinergie, punti di appoggio commerciali per sviluppare i propri fatturati».

**g.p.**

