Emanuele Pellizzari

38 anni - Treviso

titolare della ditta Kinobi

Alpinista con vie nuove in Madagascar e Dolomiti con protezioni trad

8b+ RP e 8a OS

150 vie sopra il TD+

in Dolomiti

Un 8a+ alla Dulla di Siurana, Ph. NEPA TEAM

MISter

Kinobi è forse il più forte climber in attività nel mondo che faccia girare l'economia verticale a 360°, cioè non solo concentrandosi su un settore. Il più vero business man della scalata in circolazione. In più è un personaggio molto scomodo, perchè ha il grande pregio (secondo noi) di dire quello che pensa, chiunque abbia davanti, senza timori reverenziali o falsi miti nella testa. ce ne fossero. Comunque, con tre figli, un milione di chilometri nelle ruote e affari in ballo tra Italia, Corea, Stati Uniti ed Europa Intera, ha ancora un chiodo ben fisso in testa: tenersi attaccato a vie sempre più dure.

Tu sei uno dei pochi forti arrampicatori che non solo vivono di scalata, ma che proprio sono orgogliosi di autodefinirsi "professionisti". Che significato ha per te questo termine in relazione all'arrampicata?

Il termine "professionista" per me significa che il mio sostentamento economico dipende dall'arrampicata. Per cui l'arrampicata è il mio lavoro e lo devo svolgere in maniera professionale, non come hobby o passatempo. Differenza sostanziale tra chi arrampica per lavoro e chi arrampica per altri motivi.

Come nasce Kinobi, la tua azienda, e quanto deve alla tua esperienza di rappresentanze diverse in questo settore e in quello dello sci?

Kinobi è nata come ditta che curava il marketing e le pubbliche relazioni per marchi di articoli sportivi, in primis scarpe da trekking e da Telemark, e poi una ditta di sci. Ciò e accaduto quando, stanco di vivere a Cortina dove lavoravo per un marchio importante d'abbigliamento americano, mi sono licenziato e sono diventato libero professionista (perciò, libero di fare anche altre cose…). Da lì mi sono lanciato nell'import-export di prodotti per la scalata e nella rappresentanza di ditte per l'outdoor. Ovviamente, senza la mia esperienza, Kinobi, non avrebbe avuto tale futuro. Ma sono convinto che chiunque con passione e competenza, potrebbe rifare quello che ho fatto io, che è una nocciolina del mercato globale dell'outdoor. Basta avere passione, e competenza. Devo dire che l'esperienza a volte è utile, ma non sempre. Con più esperienza, forse mai mi sarei lanciato in avventure commerciali, che con logica imprenditoriale non hanno senso. Chi avrebbe immaginato 13 anni fa di vendere moschettoni stranieri in Italia? Ed intendo venderne qualche migliaia, non qualche centinaia… Chi pensava di scalfire il mercato degli autobloccanti con un marchio mai visto prima, e con un prodotto nuovo? Se avessi avuto più esperienza allora, magari non avrei mai iniziato! Perché, visti con ottica imprenditoriale, furono investimenti senza poche speranze. Però la realtà dei fatti è diversa.

Per la natura stessa della tua azienda non sei chiuso in casa a fare la tua cosa, ma sei a contatto continuo con tutti gli operatori del settore nazionali ed internazionali. Quali sono i pregi e i difetti del nostro mercato verticale? Come credi che potrebbe / dovrebbe spingere la sua espansione?

Il mercato dell'arrampicata o alpinismo, è un mercato molto, molto difficile. Per me ha preso una brutta piega circa 8 anni fa, in concomitanza con una forte diminuzione dei prezzi di vendita dei prodotti. Calma, NON voglio dire che la diminuzione sia stata negativa per il consumatore e per il mercato. Voglio dire che il mercato, inteso come tale, ha assunto una piega a dir poco difficile e demotivante per chi ci vuole entrare o per chi ci vuole campare. Del resto, se tutti guadagnano poco, molto poco se paragonato al rischio da prendere, il mercato non è interessante; non lo dico io, lo dicono i numeri. Di positivo, nel giro dell'arrampicata, è che si trova ancora una forte passione. Ovvero, la gente ti compera un prodotto e magari prova a venderlo, perché gli piace e ci crede. Già nell'abbigliamento è diverso, è le logiche commerciali sono più dure da scalfire. Ma parliamo di cifre dove le valutazioni devono essere diverse.

Gli altri intervistati sono propugnatori del Made in Italy; tu spesso e volentieri cerchi all'estero le migliori opportunità e combinazioni. Quale pensi che sia il mix giusto? In che zone si espanderà il mercato?

Innanzi tutto, sono italiano, per l'esattezza uno dei figli del "nord est produttivo". E non dimentico che tanti di noi veneti siamo figli di mezzadri o eravamo emigranti fino a solo 40 anni fa. Poi, mentre di solito le ditte fanno le filiali all'estero per vendere in Italia, io da qui vendo roba americana ed austriaca ai francesi... Infine, come Made in Italy (vero Fatto in Italia), per un marchio europeo ed un marchio americano, ho (anzi, abbiamo) vinto premi sulle scarpe da arrampicata in America dalla rivista Climbing. Si vinse il titolo come migliore Technical Shoe (scarpa tecnica) e l'anno successivo come best All round value shoe (uso generale, rapporto prezzo/qualità). Con due marchi diversi, tra l'altro… Ironico che il mio lavoro sia più apprezzato all'estero che in Italia. Partendo da questo presupposto, chi mi conosce, sa che sono un sostenitore del Made in Italy e ho espresso più volte il desiderio di lavorare con ditte italiane. Il problema è che la mia mentalità è diversa da quella che vedo nei miei concorrenti italiani. Io cerco il migliore prodotto, ed intendo il migliore, ad un prezzo "ragionevole". Ragionevole significa che la gente non si mette a ridere quando gli dici il costo e che il prodotto, deve avere delle caratteristiche innegabili, di vantaggio rispetto sui concorrenti. E non intendo un vantaggio l'immagine, ma reali vantaggi tecnici e di design. Purtroppo in Italia, non ho trovato (o non mi hanno voluto o cercato) ditte con tale mentalità. Il mix migliore è dato da chi, sia lui austriaco, americano, koreano o italiano, pratica l'attività da cui trae il suo sostentamento economico e che sa ascoltare i consigli di chi usa la merce. Dai, guardiamoci intorno, quanta gente che lavora nel settore ha toccato una presa negli ultimi 6 mesi, quante gente ha effettivamente usato quello che ha venduto o prodotto? Mah, io credo pochi, o quantomeno se mi sbagliassi, significa che le mani che stringo in fiera sono tutte uscite da una manicure poco prima... Vai a vedere le mani di Paul Petzl, e vedrai che quello li è magari uscito dalla grotta da 5 minuti quando ti strige le mani! Vedo una possibilità dell'espansione del mercato, nel breve, nelle nuove generazioni "urban", quelle che oggi fanno skate, domani climbing, dopo domani beach volley. Il problema che tali generazioni non hanno la passione che magari abbiamo noi di "vecchia

photo: michael meisl

LOST ARROW

info@panoramadiffusion.it I www.lost-arrow.de

scuola". Oggi ci sono, domani, fanno qualcosa d'altro. Non vedo un filone positivo di espansione nel consumatore tradizionale del termine. Credo che siamo arrivati al massimo ipotizzabile.

Moglie, figli e un'azienda; macini gli 8b e cerchi di andare oltre. Non ti schiaccia la passione diventata lavoro duro?

I figli sono tre con il più piccolo di 6 mesi. Alle volte, credimi, è duro andare a scalare perché devi provare quella scarpa. Magari tale affermazione pare la frikkettonata di un depresso, ma non lo è. Legare il lavoro con la passione è una cosa difficile. Il lavoro può farti perdere la passione e penso veramente che le conoscenze le puoi apprendere, ma la passione, no quella no: o ce la hai o non ce l'avrai mai. In ogni modo, se vedo che la passione cala, mi ripenso a quella estate quando da studente per comprarmi il Ciao facevo bombe per la guerra Iran-Iraq, e immediatamente mi ritorna la voglia di scalare e di lavorare meglio.

Pur essendo climber e alpinista, spesso sei dall'altra parte della barricata rispetto ai giovani che vorrebbero uno sponsor e soldi per vivere di scalata. Pensi che ci sia stato qualcuno che recentemente ha mentito pur di vivere d'arrampicata?

Di gente che caccia balle ve ne è sempre stata tanta. Di gente che sbaglia a dire le cose, ve ne è sempre di più e qui bisogna capire se sbagliano sapendo di sbagliare o se in buona fede, semplicemente, errano. Diciamo che quando smascheri o prendi una posizione, fai la figura del rompiballe. Tanti mugugnano, ma nessuno ha le palle di dire come stanno le cose. Come è capitato a me quando ho scritto una lettera a Pareti dopo le banfate (poi diventate tali) di Sharma, Bubu, e Nicole. Il tempo mi ha dato ragione, ma per tanti sono lo stronzo che ha scalfito il mito di Bubu Nazionale (che rimane, era e sarà mio carissimo amico). In realtà bisognerebbe capire perché la gente mente e/o sbaglia a "riportare fedelmente i fatti e le difficoltà": per soldi? Fama? Donne? Chi lo sa. Ma, l'esperienza insegna: più la spari grossa, meglio è per te, il tuo avvenire ed il tuo portafoglio. Se poi salta fuori che hai detto boiate, chissenefrega, i soldi e la gloria te li tieni, e per anni. Il rischio di essere smascherato è minimo o inesistente. Non è così in altri sport… Il problema di queste balle si riflettono sui giovani: se in tanti hanno fatto tutto, ad un giovane, cosa resta da fare per emergere? 9a in montagna? (lo hanno quasi già fatto ed è stato ripetuto anche due volte). Se la via più dura del mondo è stata fatta, questo è stato fatto, e così via, come fa qualcuno a parlare di te? Non so. La vedo dura. Quando i giovani vengono da me a chiedere soldi, mi dispiace, in sostanza sempre, dirgli di no. Mi dispiace veramente. Soprattutto, perché comprendo la dedizione, il talento e la motivazione che ci vuole per ottenere dei risultati. Un conto è dire a una "addetta Pierre con le unghie smaltate tirata da guerra" che hai fatto un 8c. Un conto e dire a me, o a chi come me, che hai fatto, ad esempio, Nagay al Covolo, in giornata. Non so cosa significa fare un 8c, ma almeno ho un'idea di cosa devi patire per fare un 8b, e presumo che sia molto più duro… Capisci cosa ti stanno dicendo (se non ti cacciano balle, ovvio). Dire di no a gente che magari ha bisogno dei soldi per andare a stampare La Rambla, ti dispiace, quantomeno se hai passione per lo sport e comprendi, più o meno, cosa dicono. Purtroppo la situazione attuale, non permette investimenti, per tutti. E non li permette soprattutto sulle punte dell'Iceberg dello sport: non frega a nessuno di cosa fanno "i forti". Fa più audience una serata di un scialpinista soprappeso con i pantaloni con le toppe davanti che va sul Chimborazo (che puoi fare con le stampelle) di uno che ti fa una prestazione che in termini di altri sport sarebbe "olimpica"… Allora, investire sui forti, per me, economicamente è una scelta di marketing errata. Se arrivi al presupposto che Messner ha più influenza nell'arrampicata di Christian Core, c'è qualcosa che non va. Mi pare che sia questa però la realtà. Ai giovani gli posso dire, oltre che di no, che diventino dei professionisti, imparino almeno due lingue, e guardino cosa sta ha fatto Mister Stefan Glowacz: fare le cose dure ha un senso, ma devi saperle raccontare e documentare …In poche parole: "stringi le prese forte, ma diventa un professionista!". A stringere le prese sono capaci in tanti, a stringerle ed essere un professionista, molto pochi. Sicuramente d'arrampicata non ti arricchirai, ma ci puoi vivere (non sopravvivere) se sei un professionista. Se poi sei bravo e sai due lingue, ti posso sempre assumere io…

Pensi all' espansione della tua azienda o preferisci fermarti così?

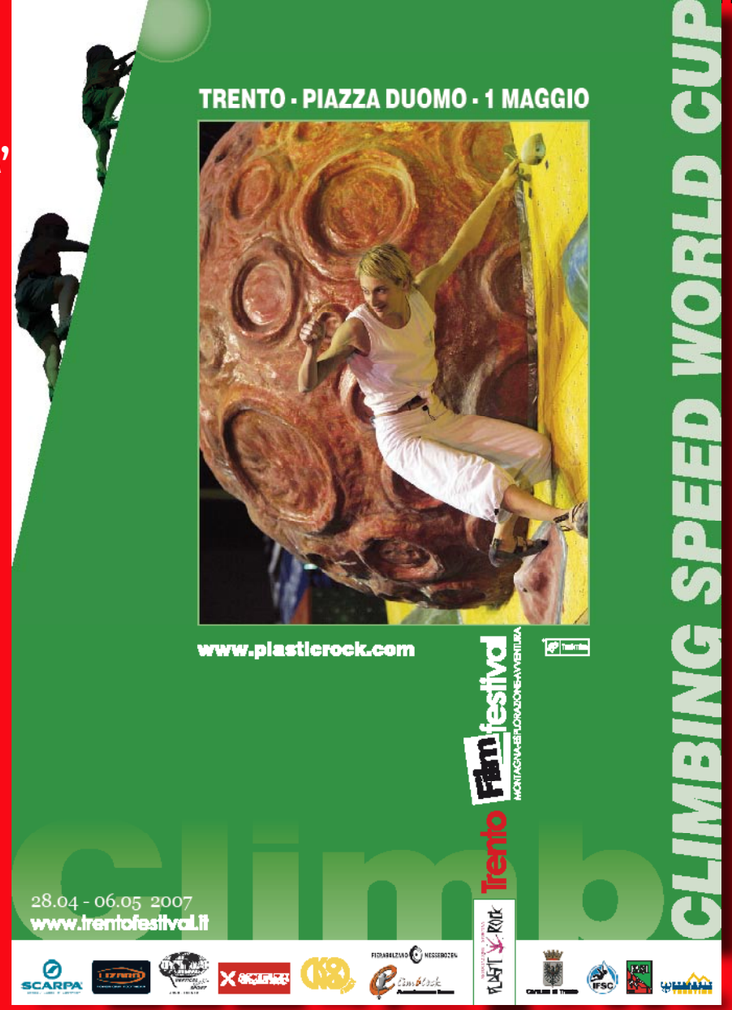
Kinobi è, e rimarrà per almeno un altro anno un "one man show". Perciò un'entità puramente individuale: io. Anzi devo dire che sto diventando selettivo su quello che faccio, e smetterò di lavorare con qualcuno. Ora mi sono espanso con tre prodotti Kinobi perché sono in un certo senso rivoluzionari (fettuccia leggerissima in dyneema, un set da ferrata migliore degli altri in commercio e una placchetta spit ben fatta). Non credo di allargarmi a meno che non trovi una ditta con prodotti spaziali come è capitato due anni fa con Trango. Poi, va già bene così. Ho anche troppo da fare se ci tengo a continuare a fare l'8b. E poi devo vendere in Francia, ai francesi… Le prospettive ci sono, ma lasciami dire che invece spero non vi siano prospettive per i tanti troppo banfoni che scrivono Italy o Printed in Italy (e non Made in Italy) e per chi scrive USA sulla roba cinese. Spero che quelli vadano in quel posto e si tolgano dai piedi. Purtroppo è una speranza che credo mai si realizzerà. Non ho infatti detto prima che più banfa, meglio gli va per il suo tornaconto?

Cosa non ti ho ancora chiesto?

Cosa significa Kinobi. E' una domanda rituale. E' una parola in giapponese arcaico che significa "alla ricerca della perfezione". E' stata usata da un Jap, il più giovane ed il primo a fare la nord dell'Eiger in giornata, quando quelli prima ci mettevano tre giorni. Kinobi perciò significa alla ricerca delle perfezione e "stile alpino", ovvero veloci e leggeri. Il soprannome Misterkinobi invece è più lungo da raccontare e riesce bene solo alla terza birra e guardandomi in faccia…

COPPA DEL MONDO VELOCITA'

programma ufficiale

DOMENICA 29 APRILE Piazza Duomo
gara d'arrampicata giovanile
Programma:
09.00 apertura manifestazione e gara
09.30 route preview
10.00 inizio gara - qualificazioni uomini e donne
13.00 chiusura qualificazioni e semifinali uomini e donne
14.00 inizio gara - semifinali uomini e donne
16.30 chiusura semifinali uomini e donne
17.00 inizio gara - finali uomini e donne
18.00 chiusura finali uomini e donne
18.30 premiazioni
20.30 climbing vertical dance
21.00 Vibram five finger jump
22.00 climbing party

MARTEDI 1 MAGGIO piazza Duomo
gara Coppa del Mondo velocità
Programma:
09.00 apertura manifestazione e gara
09.30 route preview
10.00 inizio gara - qualificazioni uomini e donne
13.00 chiusura qualificazioni e semifinali uomini e donne
14.30 inizio gara - semifinali uomini e donne
16.30 chiusura semifinali uomini e donne
18.00 inizio gara - finali uomini e donne
19.00 chiusura finali uomini e donne
19.30 premiazioni
20.00 Film Festival proiezioni