**TORINO: LIDL-TREK incontra 350 studenti**

**“i campioni del futuro”**

* *A due giorni dalla partenza del Giro d’Italia, gli atleti Lidl-Trek raccontano i loro esordi sulla bicicletta agli studenti delle scuole elementari e medie accorsi al Motovelodromo “Fausto Coppi” per conoscerli*
* *Lidl Italia, main sponsor della squadra, finanzia 20 “Borse di Sport” promosse da MO.VE Torino SSD per avvicinare i ragazzi al ciclismo*

*Torino, 2 maggio 2024* **–** Sono oltre 350 gli studenti delle scuole elementari e medie di Torino accorsi oggi al Motovelodromo “Fausto Coppi”, storico tempio del ciclismo torinese, per incontrare gli atleti Lidl-Trek che si apprestano a prendere parte al Giro d’Italia.

Dopo un breve excursus storico sul ciclismo e molti aneddoti sul Giro d’Italia a cura di Anna Olivero, Stefano Bruno e l’ex campione Franco Balmamion (classe 1940, due volte vincitore della Corsa in rosa nel biennio 1962-1963), i ragazzi hanno accolto con entusiasmo gli atleti Lidl-Trek arrivati al Motovelodromo. Tra curiosità, ricordi delle prime gare e consigli per il futuro, gli studenti hanno modo di avvicinarsi ad uno sport ricco di storia e che ancora oggi appassiona milioni di persone in tutto il mondo.

**Jonathan Milan, campione Lidl-Trek** commenta così l’incontro con i ragazzi: *“Il Giro non è solo una corsa ciclistica, ma un evento da vivere appieno con i tifosi, una festa popolare. Aver incontrato, oggi, tanti piccoli tifosi, è stato un vero piacere. La curiosità dei bambini è qualcosa di unico. Vederli sorpresi e appassionati per noi è motivo d’orgoglio. Chissà che magari, tra i tanti presenti, non ci sia il campione di domani! La passione e il tifo che ci hanno trasmesso oggi è un bel modo per approcciare la lunga e dura avventura del Giro. Alla fine di ogni giorno, il vincitore sarà solo uno, ma il ciclismo è a tutti gli effetti uno sport di squadra, uno sforzo comune. L’affiatamento tra compagni, la capacità di sacrificarsi l’uno per l’altro sono insegnamenti preziosi per i giovani ciclisti. Nello sport ma anche nella vita.”*

A seguire, sul palco, **Alessia Bonifazi, Responsabile Comunicazione e CSR di Lidl Italia**, ha ricordato i valori della sponsorship, nata con la volontà di creare un esempio di ciclismo responsabile, in grado di inspirare le nuove generazioni ad avvicinarsi a questo sport attraverso una squadra ambiziosa, capace ed eterogenea, che promuove la diversità e l’inclusione: *«Vogliamo che lo sport sia accessibile a tutti, così come lo è la nostra offerta. Ci teniamo affinché ogni atleta amatoriale abbia la possibilità di poter realizzare il proprio sogno a dispetto di limitazioni economiche o sociali. Per questo, Lidl Italia, in collaborazione con MO.VE Torino SSD, ha deciso di finanziare 20 “Borse di sport” per favorire l’avviamento agonistico dei campioni di domani».* In qualità di partner, Lidl si pone come obiettivo anche la salute a 360 gradi, che comprende l’attività fisica e lo sport, così come un'alimentazione consapevole e uno stile di vita sano.

Queste borse di studio per merito sportivo sono destinate a talentuosi ragazzi residenti in provincia di Torino, che frequentano la scuola primaria o il primo ciclo di quella secondaria, e che desiderano entrare a far parte della squadra corse del Motovelodromo. **Fabrizio Rostagno,** **Presidente di MO.VE Torino SSD**, Associazione dilettantistica che promuove il ciclismo, ha *dichiarato: “L’obiettivo principale delle nostre attività è abbattere le barriere di accesso allo sport, che esse siano fisiche, cognitive, economiche o culturali. Grazie alla collaborazione con Lidl vogliamo fare un passo in più: scovare tra i ragazzi che frequentano il Motovelodromo 20 giovani a cui dare la possibilità di accedere alla nostra Squadra Corse Motovelodromo e frequentare gratuitamente per un anno i corsi di bici su strada capitanati dal nostro amico Fabio Felline, ideatore con noi della squadra corse, nonché esempio e grande promotore dell'importanza dell'avvicinamento alla bici da strada già nell'infanzia”.*

**Company profile Lidl**

Lidl, società del Gruppo Schwarz, è uno dei leader della GDO in Europa, con sede a Neckarsulm, in Germania. Attualmente è presente in tutto il mondo con oltre 12.200 punti vendita e più di 220 centri logistici in oltre 30 paesi. In Italia, Lidl è presente dal 1992 e dispone attualmente di una rete di 750 punti vendita riforniti quotidianamente da 11 piattaforme logistiche dislocate sul territorio nazionale, impiegando complessivamente 22.000 collaboratori. L’offerta a scaffale si compone di oltre 3.500 referenze attentamente selezionate, di cui oltre l’80% prodotte in Italia e a marchio proprio per garantire al cliente il miglior rapporto qualità-prezzo.

**Company profile Trek**

Trek Bicycle è un leader globale nella progettazione e produzione di biciclette e prodotti correlati. Trek crede che la bicicletta possa essere una soluzione semplice a molti dei problemi più complessi del mondo e si impegna ad abbattere le barriere che impediscono alle persone di utilizzare la bicicletta più spesso per il trasporto, lo svago e l'ispirazione.

**Contatti per la stampa:**

LIDL Italia srl a socio unico - Ufficio Comunicazione

Via Augusto Ruffo, 36 - 37040 Arcole (VR)

Tel. 045.6135100

E-mail: stampa@lidl.it