

tradebike & tri

bike & triathlon community

#31



#hazcirculareltable
no quedes al
conducirla

Urban y eBikes
siguen evolucionando

Entrevista a
Eduardo Rivas,
de Mihatra España

Bike data
Las eBikes se
disparan en Europa



Choose Your Own Adventure.

VERSA by Pearl Izumi

 PEARL IZUMI.

 PEARL IZUMI España

 @pearlizumies



sumario



24



30



50



74

10 **Bike data** La bicicleta y la ciudad

24 **Urban** Packster 40: la bicicleta de carga más pequeña de Riese & Müller

26 **Bikes** Cinco marcas de coche que apuestan por la bici

30 **A fondo** El urban crece sin prisa pero sin pausa

34 **El sector opina...** Lejos de Europa

50 **Capital humano** Entrevista a Eduardo Rivas, Director Comercial de Mihatra España

54 **Bikecracia** El sector reclama regular la llegada de los nuevos operadores privados de bicicleta compartida

56 **Seguridad vial** En 2017 fallecieron 11 ciclistas más en las carreteras que en el año anterior

64 **Digital** Los datos de Strava reafirman la buena salud del ciclismo

74 **Empresas** Codex-U llega al mercado

tradebike^{&tri}
bike & triathlon community

Nº31 ENERO / FEBRERO 2018

PORTADA

Foto: Riese & Müller

EDITA:

Sport Panel, S.A.
c/ Camp, nº 56 - 08022 Barcelona
Tel: 93 253 03 11

EDITOR:

Jaume Ferrer
jferrer@tradebike.es

**RESPONSABLE COMERCIAL
Y MARKETING:**

Álvaro Marfínez Ezpeleta
alvaro@tradebike.es

REDACCIÓN:

Miquel López-Egea
miquel@tradebike.es

Raul Bernat
raul@tradesport.com

Pau Franch
pau@tradebike.es

MAQUETACIÓN:

Cristina Aragón
cristina@tradebike.es

ESTUDIOS DE MERCADO:

Laura Planagumà
estudios@sportpanel.es

COLABORADORES:

Jaume Piguillem, Pancho Pi-Suñer,
Adrià Julià, M. A. Bolaños,
Albert Valero, Ignacio Peralta,
Rafel Herrero, Álvaro Vidal

ADMINISTRACIÓN:

Isabel Bové
isabel@sportpanel.es

PROCESO DE DATOS:

Gescode, s.l.
gescode@gescode.es

INTERNET:

www.tradebike.es
Depósito legal: B-14427-2013

IMPRESIÓN:

Gráficas Gómez Boj

PROVEEDOR TECNOLÓGICO:

Revolumedia S. L.

DISEÑO GRÁFICO:

Bep Febrer



www.facebook.com/tradebike



@tradebike



Jaume Ferrer
Editor
jferrer@tradebike.es

“En 2016 se vendieron en España 40.000 eBikes, mientras que en Alemania se alcanzaron las 600.000”

eBikes: Potenciar el potencial

Las eBikes son, sin duda, una de las categorías con mayor potencial del universo bike. Las ventas han mantenido una muy buena progresión en los últimos años, pero también es cierto que el excelente ritmo que llevaban desde hace 5 ó 6 años se ha visto algo frenado este pasado 2017 por la menor evolución de la gama urbana, a pesar de que nadie duda que este tipo de bicicletas será clave en el futuro a corto y medio plazo de las marcas... y de las tiendas.

A menudo solemos asociar equivocadamente las eBikes con bicicletas urbanas. Sin embargo, las ventas de 2017 han confirmado una tendencia que ya se dejó entrever en 2016: el fuerte crecimiento de las MTB eléctricas, sobre todo de las gamas medias y altas. Y esta tendencia se mantendrá con fuerza este 2018. Los recelos que en su día despertaron este tipo de bicicletas han quedado atrás y en apenas 3 años el perfil de usuario ha cambiado radicalmente. Lejos queda esa idea de que las eMTB eran para viejos o bikers fuera de forma... Y una clara demostración de este cambio la tenemos en una reciente encuesta realizada por el portal Tavalum,

donde 1 de cada 3 practicantes habituales de MTB confesaban su interés en, más pronto que tarde, pasarse a un modelo eléctrico. Quizás no sea en este 2018, pero lo que es obvio es que el crecimiento de las eléctricas de montaña será, a corto y medio plazo, el que empuje con mayor fuerza las ventas en la vertiente más técnica del bike.

Dicho esto, y volviendo a un plano más urbano, es obvio que el gran boom de las eléctricas tiene que darse en las llamadas urban ebikes. Las eMTB van a crecer sí o sí, y seguramente lo hagan de forma considerable (teniendo en cuenta de dónde venimos), pero el gran volumen hay que obtenerlo en las bicicletas urbanas. Es aquí donde el cambio puede marcar el futuro del sector. El potencial de usuarios es infinitamente más grande. El problema es que también lo son las barreras.

Algunas de estas barreras, las que dependen única y exclusivamente del sector, ya las estamos solucionando con más o menos agilidad (oferta, calidad, servicio, garantías, taller...), el problema es que hay otros muchos factores que, no solo no dependen del sector -al menos no directamente- sino que,

además, son un freno importante para el desarrollo de esta categoría.

Para que las eléctricas ganen protagonismo como bicicleta urbana es importante que las administraciones den un paso al frente. En movilidad, en financiación y, sobre todo, en protección frente a las sustracciones. El precio es un factor bastante determinante, es obvio, pero lo es mucho más la posibilidad de que, habiendo hecho esta inversión, nos podamos quedar sin bicicleta. No se si hay encuestas fiables al respecto, pero estoy convencido de que una de las grandes razones por las que sigue habiendo gente tan reacia a moverse en bicicleta (eléctrica o no) por la ciudad es el miedo a que se la roben.

Entre unos y otros, entre marcas, tiendas y administraciones, hay que buscar soluciones a esta problemática. Mejorando los sistemas antirrobo, con un control más estricto del parque de bicicletas (y de la venta de segunda mano), con aparcamientos más seguros... Lo que sea para conseguir que esos miedos desaparezcan. Si no, el gran potencial de las eBikes urbanas se difuminará con el tiempo.

opinión



Miquel López-Egea
Redactor jefe
miquel@tradebike.es

“Es necesario que, de manera inmediata, se regulen las flotas privadas de bicicletas de alquiler”

El Uber ciclista

Toda iniciativa que fomente el uso de la bicicleta es buena, incluso los sistemas privados de bike sharing. Aunque con muchos peros. Son un sector que amenaza a los operadores públicos de bicicletas compartidas, al sector ciclista, a los peatones y a los ciclistas que tienen bicicleta propia. Por lo tanto, es necesario que, de manera inmediata, se regulen las flotas privadas de bicicletas de alquiler. Estas apps son muy famosas entre los turistas ya que les permite alquilar una bicicleta desde el móvil sin problemas ni casi requisitos, solo con una tarjeta de crédito. Pero no debería ser así. En todo caso, el alquiler debería hacerse a través de una tienda o de un taller especializado que garantizase una buena calidad del servicio. Iniciativas como Travelbike, por ejemplo, bicicletas de alquiler eléctricas y de calidad, son totalmente lo contrario a lo que se propone a través de estas apps. Y además una iniciativa de este tipo sí da beneficios al punto de venta.

La administración debe limitar el uso de los apar-

camientos de bicicletas privadas y las empresas de bike sharing deben penalizar a aquellos usuarios que hacen un uso indebido de la bicicleta porque no nos podemos encontrar una infinidad de bicicletas abandonadas. Las bicicletas son buenas para el medio ambiente y la movilidad sostenible, pero no pueden convertirse en un caos. Una situación de este tipo jugaría en contra de la imagen de la bicicleta y, en los tiempos que corren, es lo último que necesitamos. Por este motivo, en Ámsterdam, capital ciclista, se han prohibido. Solo les faltaría esto ahora...

Dichos sistemas que, como Uber o Cabify amenazan el sector taxi, a diferencia de los operadores públicos, ofrecen precios más asequibles y descuentos. Obviamente sin licencia. Pero, por ejemplo, en una ciudad como Madrid, se ofrecen bicicletas baratas sin marchas ni cambios que son inútiles para subidas. Además, las empresas carecen de un sistema de redistribución de bicicletas. A día de hoy, el bike sharing público ha sido un servicio público que, como se ha demostrado, ha

potenciado la compra de bicicletas, pero al entrar operadores privados, este modelo puede quedar en jaque. No solo hay peligro de masificar el espacio público sino que tantas bicicletas compartidas podrían suponer otra amenaza para todos los vendedores de bicicletas. Un exceso de oferta nunca es bueno para nadie. Aunque hay que decirlo: son empresas que si no cambian su manera de hacer, tendrán un recorrido corto porque, al final, la calidad es lo que perdura.

Por suerte, dentro de unos años, veremos que es solo otra moda temporal y que el bike sharing privado se reestructurará haciendo solo un poco de competencia a la bicicleta pública, que está regulada, controlada y que tiene aparcamientos propios y un muy buen servicio detrás.

Hay que estar atento a este sector antes de que sea demasiado tarde, porque aunque la teoría sea muy buena y lógica, la práctica podría tener consecuencias nefastas para todos. Una movilidad compartida debe ser segura, confiable y cómoda.

Estudio de imagen de marca e imagen corporativa del sector del bike en España realizado por Sport Panel

La imagen de marca y la imagen de empresa en el sector de la bicicleta es una de las cuestiones fundamentales que Sport Panel analiza por tercer año consecutivo. Este informe ya se viene realizando desde 1990 y de forma anual en el sector multideporte. A continuación, explicamos la metodología y detallamos el líder por cada categoría. Este informe es una pequeña muestra de lo que incluye el Estudio.

El estudio de imagen de marca pretende facilitar cada año a las empresas, un análisis evolutivo, de la notoriedad de las marcas por cada uno de los 24 principales productos seleccionados y un ranking de las cuatro grandes categorías (bicicletas, componentes, electrónica y complementos/accesorios). El estudio de imagen corporativa, analiza a través de 5 variables estudiadas, las relaciones comerciales entre tiendas y las 58 principales empresas especialistas del sector del bike. Para la obtención de los datos cualitativos de la imagen de marca y de empresa se realizó una encuesta a mediados de 2017, de la que se obtuvieron respuestas de una muestra (aleatoria y estratificada) que corresponde a la opinión de propietarios de 1.012 comercios (puntos de venta) lo que representa el 32,25% del total de comercios, incluido las Grandes Superficies de deporte y responsables de compra de los "grupos y cadenas". Esta muestra se pondera al total del universo de comercios deportivos de ciclismo (3.138 a uno de enero de 2017). El informe se realiza siguiendo el método Panel sobre una muestra estadísticamente representativa, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del +/-3,2% en variables cualitativas, incluyendo la venta a través de comercios especializados en bike, y tiendas multideporte, cadenas y grandes almacenes que también comercializan ciclismo.

1.-Estudio de Imagen de Marca por líneas de producto

Este estudio tiene como finalidad analizar la imagen de marca utilizando para ello el análisis en profundidad de los 24 productos considerados básicos dentro del sector del Bike. Para obtener la imagen de marca se preguntó al comercio: "Indique para cada una de las distintas categorías de productos, las tres mejores marcas para usted, independientemente de si trabaja o no con ellos, de su volumen de ventas o rentabilidad".

BICICLETA	COMPONENTES	ELECTRÓNICA	COMPLEMENTOS - ACCESORIOS
BICICLETAS DE MONTAÑA	CUADROS	CICLOCOMPUTADORES	MOCHILAS HIDRATACIÓN - ALFORJAS
BICICLETAS DE CARRETERA	LLANTAS - RUEDAS	PULSÓMETROS	HERRAMIENTAS Y BOMBAS
BICICLETAS DE TRIATLÓN	CUBIERTAS - NEUMÁTICOS	GPS	CASCOS
BICICLETAS URBANAS	AMORTIGUADORES		GAFAS
BICICLETAS ELÉCTRICAS	GRUPOS		TEXTIL
BICICLETAS INFANTILES	FRENOS		CALZADO
	SILLINES		NUTRICIÓN
	MANILLAR - TIJA - POTENCIA		

En las posteriores tablas, se facilita la marca líder resultante por cada categoría.

1.1.-Imagen de Marca por categoría: Bicicletas

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
BICICLETAS DE MONTAÑA	SCOTT	701	8,73	24,67
BICICLETAS DE CARRETERA	GIANT	551	7,32	19,21
BICICLETAS DE TRIATLÓN	ORBEA	604	10,57	25,42
BICICLETAS URBANAS	MEGAMO	613	9,17	24,19
BICICLETAS ELÉCTRICAS	SPECIALIZED	634	9,26	23,20
BICICLETAS INFANTILES	CONOR	813	12,19	29,42

Este cuadro muestra la marca líder (más nombrada) en cada una de las diferentes categorías de bicicletas (montaña, carretera, triatlón, urbanas, eléctricas e infantiles). En el Estudio se incluye para cada categoría el ranking de marcas, las veces que ha sido mencionada y en qué posición (1º, 2º o 3º), dato que nos permite conocer como han sido catalogadas las marcas por los puntos de venta. Por categorías de bicis el estudio cuenta con el análisis de 88 marcas de bicis de montaña, 80 de carretera, 55 de triatlón, 94 de urbanas, 85 de eléctricas e 69 de infantiles. A parte, también se obtuvo un ranking global con las marcas más mencionadas en la suma de todas las categorías.

1.2.-Imagen de Marca por categoría: Componentes

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
CUADROS	GIANT	448	8,43	21,17
LLANTAS - RUEDAS	MAVIC	1.553	22,91	57,93
CUBIERTAS - NEUMÁTICOS	MAXXIS	1.836	24,34	65,43
AMORTIGUADORES	FOX	2.491	36,34	91,65
GRUPOS	SHIMANO	2.781	40,80	99,36
FRENOS	SHIMANO	2.761	40,09	97,56
SILLINES	SELLE ITALIA	1.625	24,10	58,66
MANILLAR - TIJA - POTENCIA	RITCHEY	805	13,12	32,47

Este cuadro como el anterior muestra la marca líder (más nombrada) en cada una de las diferentes categorías de componentes. Por categorías de componentes el estudio cuenta con el análisis de 77 marcas de cua-





63, de llantas, 33 de neumáticos, 15 de horquillas y amortiguador trasero, 6 de grupo, 19 de frenos, 47 de sillines y 61 de manillares, tijas y potencias. También se obtuvo el ranking global de componentes, las marcas más mencionadas en la suma de todas las categorías.

1.3.-Imagen de Marca por categoría: Electrónica

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
CICLOCOMPUTADORES	SIGMA	1.634	27,69	61,68
PULSÓMETROS	POLAR	1.777	32,39	71,71
GPS	GARMIN	2.235	43,87	96,34

Este cuadro muestra la marca líder (más nombrada) en cada una de las diferentes categorías de electrónica. Por categorías de electrónica el estudio cuenta con el análisis de 24 marcas de ciclocomputadores, 16 de pulsómetros y 12 de GPS. A parte, también se obtuvo un ranking global con las marcas más mencionadas en la suma de todas las categorías.

1.4.-Imagen de Marca por categoría: Accesorios

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
MOCHILAS DE HIDRATACIÓN - ALFORJAS	CAMELBAK	1.575	30,79	67,45
HERRAMIENTAS Y BOMBAS	GIYO	658	10,95	24,88
CASCOS	SPIUK	960	12,42	34,10
GAFAS	SPIUK	1.307	20,39	51,64
TEXTIL	SPIUK	916	13,46	34,86
CALZADO	SHIMANO	1.322	19,27	49,77
NUTRICIÓN	NUTRISPORT	950	16,70	39,90

Este cuadro muestra la marca líder (más nombrada) en cada una de las diferentes categorías de accesorios. Por categorías de accesorios el estudio cuenta con el análisis de 48 marcas de mochilas hidratación y alforjas, 52 de herramientas y bombas, 68 de cascos, 48 de gafas, 77 de textil, 33 de calzado y 45 de nutrición. También se obtuvo el global de accesorios y las marcas más mencionadas en la suma de todas las categorías.

1.5.-Otros análisis realizados por categorías (rentabilidad y perspectivas de crecimiento)

Por cada una de las tres grandes categorías mencionadas anteriormente (bicicletas, componentes y accesorios) se han realizado otros análisis como el de rentabilidad y proyección de futuro (a medio plazo). Estableciendo rankings de las 50 primeras marcas por cada categoría, información que permite ver con qué proyección de futuro ven los comerciantes cada marca. Estos análisis se han realizado preguntando al punto de venta:

1.-"Indique para cada una de las distintas categorías de productos, las tres marcas más rentables para su negocio".

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
BICICLETAS	ORBEA	762	9,32	25,17
COMPONENTES	SHIMANO	2.392	29,70	79,00
ACCESORIOS	SHIMANO	673	8,70	23,11

2.-"Indique para cada una de las distintas categorías de productos, las tres marcas con mejores perspectivas de crecimiento en los próximos años".

	MARCA	CASOS	%	% COBERTURA
BICICLETAS	ORBEA	829	10,93	29,10
COMPONENTES	SHIMANO	1.913	28,15	70,54
ACCESORIOS	SPIUK	550	8,61	20,93

Los cuadros muestran las marcas líderes (más nombradas) en cada una de las diferentes categorías.

Nota: El "%" indica la cuota de citaciones de la marca sobre el total de respuestas. El "% cobertura" indica el porcentaje de citaciones sobre el total de comercios (puntos de venta).

2.-Estudio de Imagen Corporativa

La imagen corporativa de las empresas se obtiene mediante el mismo cuestionario de la encuesta de la imagen de marcas.

En este caso se preguntó a los propietarios o responsables de compras de los comercios y responsables de grupos de compra y cadenas que nos indicaran con qué empresas trabajan (de un listado de 58 empresas). Seguidamente se les preguntó, para cada una de las empresas proveedoras con las que nos indicó que trabajaba:

"Puntúe de 0 (muy malo) a 10 (muy bueno) los siguientes aspectos:"

A- Red de Ventas (Representante o responsables de ventas con las que trata)

B- Puntualidad en la recepción de los pedidos

C- Corrección entre los pedidos comprados y servidos

D- Servicio técnico y postventa (reclamaciones, cambios de género, ayuda técnica, merchandising...)

E- Su relación comercial en general (facturación, formas de pago, administración, atención telefónica...)

En este cuadro se indica la empresa que ha obtenido la mejor nota media, con una valoración de 8,17 sobre 10.

EMPRESA	PUNTUACIÓN
MERIDA BIKES SWE S.A.	8,17

En este mismo estudio se analiza la cobertura de las 50 principales empresas proveedoras, el ranking de estas y el análisis de cada una de las cinco variables analizadas, pudiendo llegar al detalle de las puntuaciones obtenidas en cada una de ellas y su significación.

Comercialización del Estudio Anual de Imagen Corporativa e Imagen de Marca del Bike

Sport Panel comercializa el Estudio completo, realizando una personalización para cada marca y analizando sus resultados en una presentación ad-hoc, más de 150 páginas de información que permiten conocer con detalle la percepción de cada una de las diferentes 50 principales empresas proveedoras del sector del ciclismo en España. También llega al máximo detalle de todas las marcas que se comercializan en nuestro país por categorías.

Si está interesado en el Estudio puede contactar con jferrer@tradebike.es

Las eBikes se disparan en Europa

Según los últimos datos publicados por la Confederación Europea de la Industria de la Bicicleta (CONEBI), el sector de las bicicletas eléctricas tiene un potencial enorme y marca crecimientos excepcionales en Europa.

Las ventas de bicicletas eléctricas crecen exponencialmente

En los últimos 10 años, en Europa, se ha pasado de vender 98.000 bicicletas eléctricas a 1.667.000. En 2014 se vendieron 1.139.000 unidades, en 2015, 1.364.000 y en 2016, 1.667.000. Esta cifra supone un crecimiento medio del 22,5% anual en los últimos tres años.

Por países, en Alemania se vendieron 605.000 bicicletas eléctricas, una cifra que supone el 36% de las ventas totales en Europa. El segundo país con más consumidores fue Holanda, con 273.000 unidades vendidas, una cifra que supone el 16% del total. El tercero fue Bélgica, con 168.000 unidades vendidas, cifra que supone el 10% de las ventas. En este ranquin, España se encuentra en la 9ª posición aunque, en cifras, se encuentra muy lejos del podio ya que se vendieron 40.000 unidades, cifra que supone tan solo un 2% de las ventas totales europeas. De hecho, en Dinamarca, país demográficamente muy distinto, se vendieron

45.000 bicicletas eléctricas.

Destaca el caso de nuestros vecinos: en Francia las ventas de bicicletas eléctricas se incrementaron un 33%, con un total de más de 130.000 unidades vendidas. Resalta, sobre todo, el incremento de las ventas de mountain bikes eléctricas, un 72%, a 15.000 unidades.

El caso alemán también es muy interesante: pese a que entre 2015 y 2016 las ventas totales de bicicletas disminuyeron, las de bicicletas eléctricas aumentaron un 13%. El 45% de las ventas correspondieron a urbanas eléctricas, el 35,5% a eléctricas de trekking, el 15% a eléctricas de montaña, el 2,5% a eléctricas cargo, el 1% a speed pedelecs y el 1% restante a otros tipos de eBikes. Además la exportación de eBikes se incrementó en un 66%, a 233.000 unidades.

La producción de bicicletas eléctricas no para de crecer

La producción de bicicletas eléctricas en Europa creció un 12,98% entre 2015 y 2016. Durante este primer periodo se produjeron 1.030.000 bicicletas mientras que durante el siguiente se fabricaron 1.164.000 unidades.

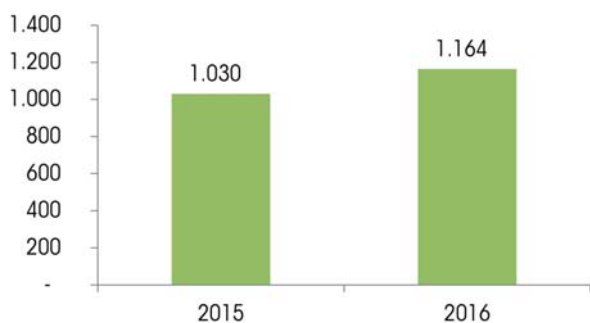
Por países, Alemania produjo el 30% del total de la producción europea de bicicletas eléctricas con un total de 352.000 unidades fabricadas en 2016.



En segundo lugar, encontramos a Holanda con una producción de 200.000 bicicletas eléctricas, cifra que supone un 17% del total de la producción europea de bicicletas eléctricas. El tercer país fue Hungría, con un total de 171.000 unidades fabricadas en 2016. España se encuentra en la 11ª posición, con una fabricación de 10.000 unidades.

Producción EPAC en la Unión Europea (x 1.000).

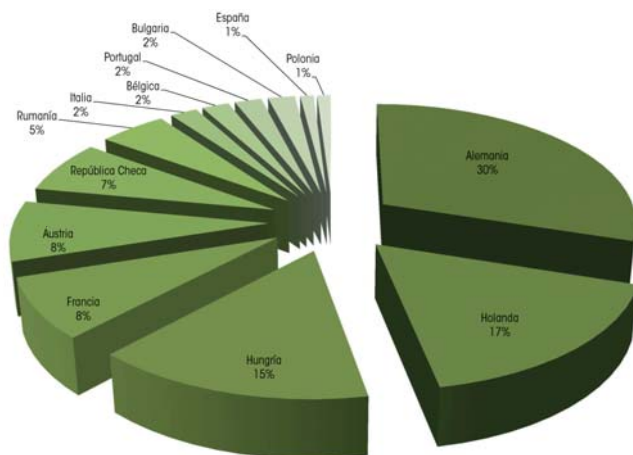
Evolución entre 2015 y 2016: 12,98%



“En los últimos 10 años, en Europa, se ha pasado de vender 98.000 bicicletas eléctricas a 1.667.000”

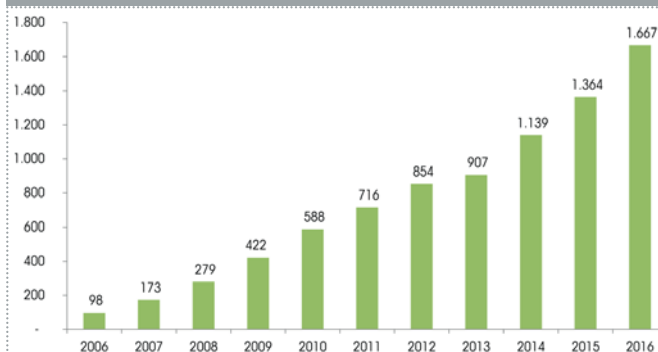
	Producción EPAC (x 1.000)	Porcentaje por país (%)
Alemania	352	30
Holanda	200	17
Hungría	171	15
Francia	95	8
Áustria	90	8
República Checa	80	7
Rumanía	60	5
Italia	24	2
Bélgica	20	2
Portugal	20	2
Bulgaria	20	2
España	10	1
Polonia	6	1
Finlandia	5	0
Eslovaquia	5	0
Lituania	4	0
Grecia	1	0
Suecia	1	0
TOTAL	1164	100

Producción EPAC en la Unión Europea. Porcentaje por país.



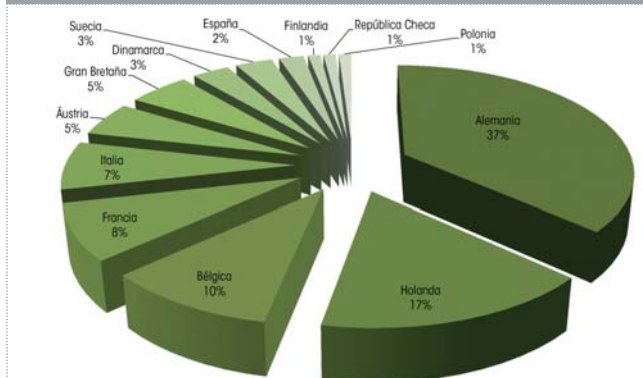
	Ventas EPAC (x 1.000)	Evolución (%)
2006	98	
2007	173	76,53
2008	279	61,27
2009	422	51,25
2010	588	39,34
2011	716	21,77
2012	854	19,27
2013	907	6,21
2014	1.139	25,58
2015	1.364	19,78
2016	1.667	22,15

Ventas de EPAC (EU 28 - 1.000 unidades) 2006 - 2016. Las ventas a los consumidores incluyen IVA



	Ventas EPAC (x 1.000)	Porcentaje por país (%)
Alemania	605	36
Holanda	273	16
Bélgica	168	10
Francia	134	8
Italia	124	7
Áustria	87	5
Gran Bretaña	75	5
Dinamarca	45	3
Suecia	45	3
España	40	2
Finlandia	20	1
República Checa	15	1
Polonia	10	1
Lituania	4	0
Irlanda	3	0
Luxemburgo	3	0
Portugal	3	0
Estonia	2	0
Grecia	2	0
Hungría	2	0
Rumanía	2	0
Eslovaquia	2	0
Croacia	1	0
Letonia	1	0
Eslovenia	1	0
Chipre	1	0
Malta	1	0
Bulgaria	0	0
Total	1667	100

Ventas europeas de EPAC (EU 28 - 1.000 unidades)



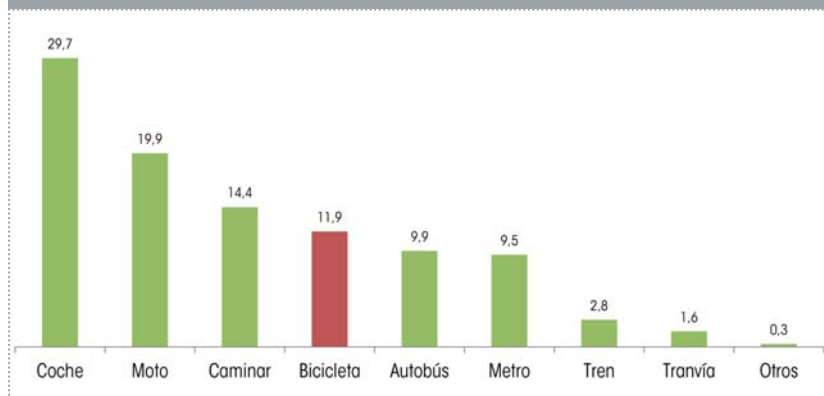
La bicicleta y la ciudad

A día de hoy la bicicleta se ha convertido en un transporte indispensable en la ciudad, en una moda, en un modo de vida, en imagen de sostenibilidad, salud y ecología.

Los datos ofrecidos por la última edición del Barómetro de la Bicicleta dan fe de ello. Las cifras son positivas. Siete de cada diez usuarios entrevistados utiliza la bici alguna vez para hacer deporte y ocho de cada diez para pasear

Casi la mitad de los usuarios que utiliza la bicicleta con mayor o menor frecuencia la usa para hacer desplazamientos cotidianos y casi una cuarta parte para ir al trabajo o al centro de estudios. Uno de cada cuatro usuarios va en bici al menos una vez a la semana para hacer los desplazamientos cotidianos, y alrededor del 14% para ir a trabajar o al centro de estudios. De esta manera, la bici ha sustituido sobre todo los desplazamientos en vehículos a motor particulares (coche y moto) en algunos casos, también los desplazamientos a pie. Además, el estudio muestra que el coche pierde adeptos como transporte más rápido a medida que crece la dimensión de municipio, especialmente en las grandes ciudades sólo el 10% de los residentes en las grandes urbes de España creen que ir en coche sea el modo más rápido de desplazarse. Por el contrario, cuatro de cada diez residentes en estos municipios cree que el medio de transporte más rápido es el metro, mientras el 22,9% señala la moto. En municipios de 100 a 500 mil habitantes sube posiciones el autobús, mientras caminar es el segundo medio de transporte más rápido para los residentes en municipios de menos de 10 mil habitantes. Por otro lado, el exceso de tráfico motorizado y la insuficiencia de carriles bici se consideran las principales dificultades para desplazarse en bicicleta por la ciudad un tercio también señala la falta de

¿Qué modo de transporte le parece más rápido en su localidad? (%)



seguridad, por delante de los que mencionan el riesgo de robo, la falta de hábito, las condiciones orográficas o atmosféricas adversas y la falta de aparcamientos para bicicletas.

La bicicleta pública, esencial

Este sistema es esencial en una ciudad. Todas las medianas y grandes urbes, en mayor o menor medida, apuestan por este servicio, que a día de hoy se está viendo amenazado por operadores privados piratas.

Según los datos del Barómetro, un tercio de los españoles conoce un sistema de bicicleta pública en su municipio, las mayores diferencias se registran según el tamaño del municipio. La mayoría de los residentes en ciudades de más de 500.000 habitantes identifica un sistema de bici pública en su municipio, mientras casi el 90% de los residentes en localidades pequeñas afirma que su municipio

no cuenta con dicho sistema.

Un 16,2% de los que conocen un sistema de bici pública en su municipio lo utilizan (un 5,5% del conjunto de la población), y considera su implantación positiva o muy positiva. El perfil de usuario de la bici pública es más urbano y más joven: una cuarta parte de la población joven utiliza el sistema de bici pública con alguna frecuencia. A pesar de que la población mayor de 70 años es un poco más crítica, las valoraciones positivas superan el 80% en casi todos los segmentos de población analizados.

Es muy importante destacar que un tercio de los que usan la bicicleta a diario usan algún sistema de bici pública.

Un cambio de mentalidad

Este estudio también revela que la mitad de la población española está muy de acuerdo con que la reducción de la contaminación ambiental debe pasar por el aumento del uso de la bicicleta. Una mayoría amplia también considera que ir en bicicleta es saludable, se ahorra tiempo y es cómodo, pero los que dicen que es bastante o muy peligroso moverse en bicicleta por la ciudad superan el 70%.

Por otro lado, existe una división de opiniones sobre si los ciclistas son respetuosos con los peatones y sobre si los vehículos lo son con los ciclistas. Sin embargo, aunque se reducen las diferencias, los que creen que los ciclistas sí son respetuosos con los peatones siguen superando a los que opinan lo contrario. Los más jóvenes, los usuarios de la bicicleta, los que tienen menor nivel de estudios y los residentes en las localidades más pequeñas son quienes más creen que los ciclistas sí son respetuosos con los peatones. En las grandes ciudades, en cambio, la opinión sobre esta cuestión está completamente dividida. También los que opinan que los vehículos motorizados no respetan a los ciclistas siguen superando los que piensan

¿Cuál cree que es la principal ventaja de ir en bicicleta? (Respuesta espontánea, sólo una respuesta)



lo contrario, y lo creen sobre todo los que hacen un uso más intensivo de la bici. Los residentes en Catalunya y Madrid son quienes más consideran que los ciclistas no son respetuosos con los peatones, mientras los canarios, gallegos y andaluces son los más críticos con el comportamiento de los vehículos a motor hacia los ciclistas.

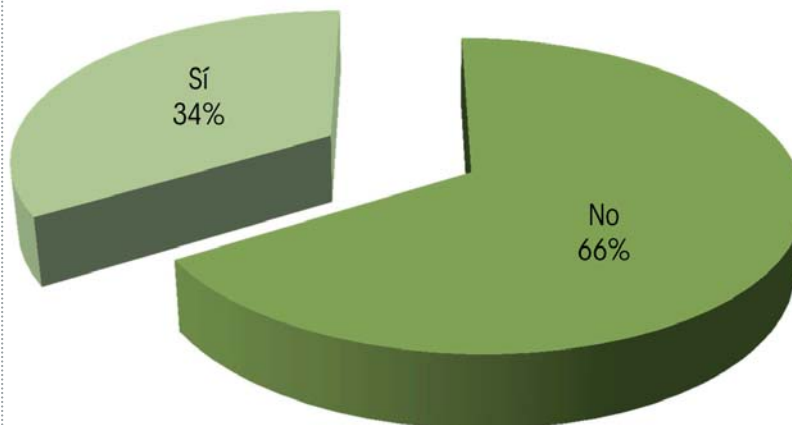
Los robos, una lacra

También se pone en manifiesto que un 16% de los usuarios ha sufrido como mínimo un robo de bicicleta en los últimos cinco años a un 10,3% se la han robado una vez y a un 5,7%, más de una vez. Uno de cada cuatro ciclistas que usan la bici a diario ha sufrido el robo de su bici la mayoría de ciclistas toma algún tipo de prevención para evitar que le roben la bicicleta en los municipios de más de 10 mil habitantes y aquellos que hacen un uso más intenso de la bicicleta son los que más toman medidas para prevenir el robo de su bici. De esta manera, el candado es la medida de prevención contra robos más habitual, lo usan tres de cada cuatro usuarios que toman alguna prevención para evitar el robo de su bici.

Faltan carriles bici en los municipios

La mayoría de españoles piensa que su municipio es amable o seguro para la bici. La amplia mayoría de los residentes en pueblos pequeños y más de la mitad de los residentes en pueblos medianos dicen que su municipio es amable o seguro para la bicicleta. En cambio, entre los que viven en ciudades de cien mil habitantes o más hay división de opiniones. Los residentes del País Vasco y las Castillas son quienes tienen una opinión más positiva. La falta de vías ciclistas o el mal diseño de éstas son los principales motivos por los que se considera que su ciudad no es amable o segura para la bicicleta. Una cuarta parte culpa al exceso de tráfico

En algunas ciudades españolas se han implantado sistemas públicos de bicicletas. ¿Conoce un sistema de este tipo en su municipio?



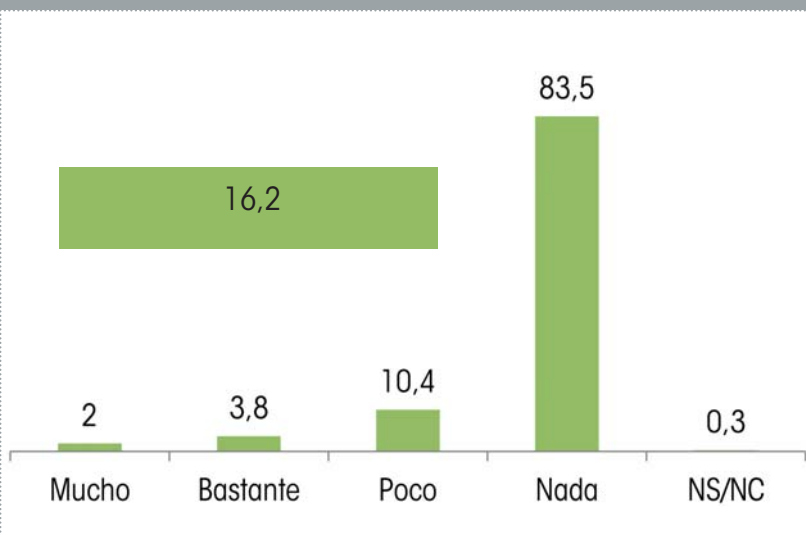
motorizado. En menor medida también se habla de la falta de adaptación general del municipio a la bici. Otros lo achacan a una falta de cultura de la bicicleta y el resto a la orografía del municipio. Seis de cada diez españoles afirma que vive en un municipio con vías acondicionadas para circular en bicicleta. La mayoría considera adecuadas el tipo de vías ciclistas de su localidad, aunque cree que son insuficientes en cantidad. También considera que en su municipio no hay aparcamientos públicos para bicicletas o que son insuficientes. Las ciudades de más de 100 mil habitantes son, según los encuestados, las mejor equipadas en este aspecto, aunque también donde más se con-

sidera que los aparcamientos públicos que hay son insuficientes.

Así, más del 90% cree que se deben adecuar aparcamientos para bicicletas en las estaciones y paradas de transporte público. Los que creen que se necesitan más aparcamientos para bicis en centros públicos y privados rozan el 90%.

Más del 85% considera que se necesitan más vías de conexión interurbana para circular en bicicleta y tres de cada cuatro están a favor de que las comunidades de vecinos habiliten un espacio para el aparcamiento de bicicletas. Más del 75% es favorable a que se habiliten calles de uso exclusivo para peatones, patinadores o ciclistas y siete de cada diez, favorables a que el transporte público permita el acceso de bicicletas.

¿Utiliza algún sistema de bici pública? Un 5,5% del total de la población utiliza algún sistema de bici pública



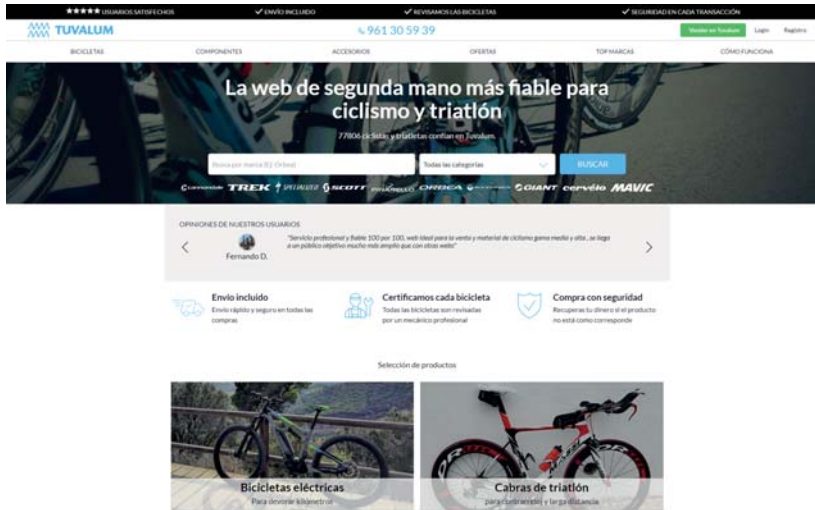
Temas pendientes: registro, identificación y seguro

Cerca del 90% de los españoles piensan que la bicicleta debería ir identificada. Los que se muestran favorables a la identificación de las bicicletas frente a la posibilidad de un accidente son amplia mayoría en todos los segmentos analizados. Tres de cada cuatro españoles considera que el ciclista debe estar asegurado al ir por la calzada. Las mujeres, las personas más mayores, las de nivel de estudios bajos y las no usuarias se muestran más favorables a la medida.

Por otro lado, la mitad de los que tienen bici la registraría con toda seguridad en caso de que el ayuntamiento se lo ofreciera. Los usuarios más frecuentes son los más predispuestos.

Además, tres de cada cuatro personas que tienen bici creen que un registro nacional de bicicletas reduciría los robos. El registro nacional de bicicletas genera consenso independientemente del uso y frecuencia de uso de la bicicleta.

Un tercio de los usuarios de MTB se plantea pasar a las eBikes



Según una encuesta realizada por el portal de compraventa de bicicletas de segunda mano Tivalum.com, un tercio de los ciclistas se plantea vender su actual bicicleta para hacerse con una eléctrica. Así lo refleja la encuesta elaborada por la misma empresa que ha consultado a 2.134 ciclistas de toda España.

El 40% de los encuestados declara que se plantearía la opción de sustituir su bicicleta actual por una eléctrica si el dinero no fuera un problema. Y casi un 25% afirma que se planteará hacerlo a lo largo de este año. Este porcentaje es mayor entre los ciclistas de montaña (33,8%) que entre los cicloturistas (17,2%).

Las razones para plantearse la compra de una bicicleta eléctrica en 2018 son diferentes tanto por segmento de deporte como por franja de edad. Así, para los ciclistas de montaña la principal razón es la posibilidad de realizar rutas más largas con desniveles más pronunciados (57%), mientras que para los cicloturistas la primera razón es la como-

dad de evitar excesivos esfuerzos físicos (32%). Si en el segmento de MTB los motivos para dimitirse por una bicicleta son similares en casi todas las franjas de edad, entre los cicloturistas sí se observan grandes variaciones. Sólo un 2,6% de quienes practican ciclismo en ruta menores de 30 años se plantearía la compra de una e-bike. Este porcentaje asciende al 18,3% entre los mayores de 40 y se sitúa en el 65% entre los mayores de 50 años, quienes tienen ya decidido que su próxima bicicleta será eléctrica.

"Las bicicletas eléctricas han venido para quedarse. Hasta hace poco resultaban muy toscas, pesadas y no eran tan maniobrables como una bicicleta convencional, pero los modelos que han lanzado las marcas en las últimas dos temporadas tienen motores y baterías más integrados en el diseño. Incluso en el mercado de segunda mano empieza a notarse un alto interés tanto en la demanda como en la oferta de bicicletas eléctricas", explica Alejandro Pons, CEO de Tivalum.com.

Crece la importación de eBikes de China

Según las últimas cifras ofrecidas por Eurostat, las importaciones de bicicletas eléctricas chinas a la Unión Europea han registrado un importante aumento. El volumen de unidades importadas entre enero y septiembre de 2017 superó las 550.000, un 27% en comparación con 2016 durante el mismo periodo.

Eurostat también ha dado a conocer que durante este periodo se importaron a la Unión Europea un total de 763.665 bicicletas eléctricas (250 W - 25 km/h). El segundo mayor exportador es Taiwán con 91.717 unidades, seguido de Vietnam y Camboya

con 91.524 bicicletas eléctricas. Con 18.932 unidades, Suiza también es un proveedor notable de bicicletas eléctricas para la Unión Europea. Entre los cinco países que más venden eBike a la Unión Europea se encuentra Tailandia, que aumentó su volumen de cero en 2016 a 6.753 unidades importadas en 2017. El valor general medio de las eBikes importadas fue de 557,34 euros.

Estos datos ofrecidos por Eurostat coinciden con los de la EBMA; datos que forman parte de la reclamación por dumping presentada a principios de octubre del año pasado ante la Comisión Europea.

Deporvillage crece un 60% en 2017, hasta los 35 millones



La tienda 'online' española de ropa y material deportivo Deporvillage ha elevado sus ventas un 60% en 2017, hasta alcanzar los 35 millones de euros, en un ejercicio marcado por el lanzamiento de su aplicación, la ampliación de su centro logístico y la implementación de un nuevo ERP, según ha informado en un comunicado.

En concreto, la plataforma prevé alcanzar el millón de pedidos de forma inmediata con demanda mayoritaria en artículos para ciclismo, 'running' y productos de 'outdoor'.

El consejero delegado de Deporvillage, Xavier Pladellourens, se ha congratulado por cumplir el plan de negocio diseñado en 2010. "La consolidación de nuestro liderazgo en España, y un crecimiento importante en internacional, donde seguimos aumentando las ventas", ha señalado.

Con sede en Barcelona y una inversión acumulada de siete millones de euros, la compañía cuenta con una cartera de más de 500.000 clientes, repartidos en España, Francia, Italia y Portugal, registrando cifras como 1.500 pedidos al día, o cerca de cuatro millones de visitas mensuales.

Entre los hitos del pasado ejercicio, la firma lanzó su aplicación y rediseñó su web para mejorar su usabilidad. Asimismo, el significativo aumento de sus operaciones motivó otros importantes desarrollos, como la activación del pago a plazos, la implementación de un nuevo ERP para optimizar el aprovisionamiento, así como la ampliación de sus instalaciones, duplicando el espacio de sus oficinas y de su centro logístico en Sallent (Barcelona). El almacén, que dispone ahora de 6.000 metros cuadrados, cuenta desde este año con un nuevo 'mezzanine' de 3.000 metros cuadrados.

Por otro lado, también hizo una inversión relevante como la creación de varios anuncios televisivos, que incluso emitió en Francia durante el Tour de Francia, y el patrocinio de La Vuelta, para la que será tienda oficial en las dos próximas ediciones.

De cara a este ejercicio, la compañía prevé alcanzar el millón de pedidos y consolidar su actividad en los países europeos (Francia, Italia y Portugal) en los que tiene presencia, así como ultimar el desarrollo definitivo de su marca propia.

Fuente: Europa Press.



Cuando lo pones fácil LAS VENTAS VIENEN RODADAS

Dispara tus ventas ofreciendo financiación



Ofrecer a tus clientes el pago aplazado es un motivo de peso para que digan sí a una compra.

Cuenta con un proceso 100% online



Gracias a la **Firma Digital** y a la subida de documentación desde la web, el proceso es **rápido y sin papeleos**.



Si también quieres ofrecer **financiación en tu e-commerce**, tienes nuestra plataforma **e-CreditNow**: 100% segura y fácil de integrar.

Y cuenta siempre con **nuestro asesoramiento** para sacarle el máximo partido a la financiación en tu establecimiento.

Entra en www.comercios.cetelem.es e infórmate



Merida triunfa en los premios Taiwan Excellence 2018 con la Silex 9000 y la Reacto Team Disc

Merida Bikes, líder en la fabricación de bicicletas, fue una de las triunfadoras en los últimos premios Taiwan Excellence 2018.

Después de que la eONE-Sixty 900E obtuviera el premio Taipei Cycle I+D en 2017, los modelos Silex 9000 y Reacto Team Disc son reconocidos ahora con los premios Taiwan Excellence 2018. Ambos modelos fueron galardonados con el premio de plata.

En el caso de la nueva Silex, se trata del primer reconocimiento internacional al modelo gravel de reciente introducción en el catálogo de Merida Bikes. Una bicicleta más cómoda y versátil que parte de una geometría inspirada en las últimas tendencias del MTB (tubo superior largo y potencia corta) combinado con el toque único que se experimenta con una bicicleta de carretera.

Los Taiwan Excellence Awards fueron creados por el Ministerio de Asuntos Económicos de Taiwán en 1993. Cada año, los candidatos que optan al



premio están sujetos a un sistema de selección riguroso que se centra en cuatro aspectos principales: "I+D", "Diseño", "Calidad" y "Marketing", para identificar productos sobresalientes que ofrezcan "valor innovador" al tiempo que se cumple el criterio clave de ser "made in Taiwan".

Merida Bikes sigue así potenciando su apuesta por el I+D y recogiendo premios que avalan esta buena labor. Es un gran orgullo para Merida Bikes ver como los conceptos "gravel" y "aero" que han desarrollado su equipo de ingeniería reciben una vez más reconocimientos a nivel internacional.

Riese & Müller se hace con dos galardones en los premios Design & Innovation Award 2018



Los modelos Supercharger y Packster 40 de Riese & Müller han sido galardonados con el premio Design & Innovation Award 2018. Constituido en el año 2013, este premio es la máxima distinción que puede obtener un fabricante de bicicletas. Los requisitos para hacerse con esta prestigiosa distinción van mucho más allá de los que se exigen en otros premios. Los productos que presentan su candidatura son sometidos a un riguroso examen y exhaustivas pruebas por parte de un equipo de profesionales expertos de las revistas "Enduro", "E-Mountainbike" y "Gran Fondo". El Design & Innovation Award es el único galardón que se dirige simultáneamente a fabricantes y a consumidores.

"Estamos muy contentos con este premio. Para nosotros es un reconocimiento a nuestro trabajo, y nos honra estar entre los mejores y los más innovadores de 2018", declaran Markus Riese y Heiko Müller, fundadores y directores ejecutivos de Riese & Müller.

Ambos modelos han sido galardonados en la categoría "Urban". "La Packster 40 de Riese & Müller es la bicicleta de carga perfecta para todas aquellas personas a las que una bicicleta de carga les va siempre demasiado grande. Siguiendo el principio de 'menos es más', esta bicicleta convence por su generoso espacio de carga combinado con unas dimensiones reducidas", argumenta el jurado respecto del último modelo de E-Cargo-Bike de Riese & Müller, del cual también destaca su "manejo sorprendentemente ágil y ligero". En el caso de la Supercharger, los expertos destacan sobre todo la integración inteligente de las baterías Bosch PowerTube en los tubos superior e inferior y su cuadro de aluminio de alta calidad, que con un lenguaje claro de formas a dos colores confiere a la bicicleta un look muy moderno y deportivo. El jurado califica la Supercharger como "la clase S moderna de las E-Bikes urbanas: noble, confortable, imponente y elegante; de carácter fuerte y con múltiples detalles de calidad. Una Riese & Müller en toda regla".

Vuelve la "Marea Naranja"



2018 marca un nuevo impulso al proyecto que desde hace 25 años enorgullece a los aficionados al ciclismo en Euskadi. Hablamos de la Fundación Euskadi, que este año comienza una nueva etapa con el mismo objetivo e ilusión de siempre, pero con una mayor ambición: regresar a las mejores competiciones del ciclismo mundial con una escuadra compuesta íntegramente por corredores formados en la Fundación Euskadi.

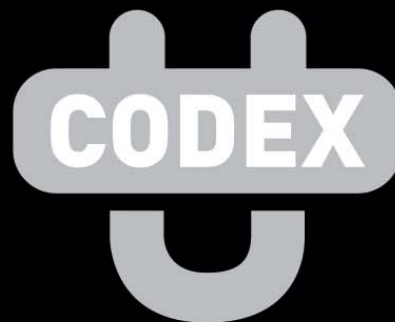
La reciente llegada de Mikel Landa a la presidencia de la Fundación ha avivado el sueño de volver a ver en un futuro próximo las cunetas del Tour o la Vuelta repletas de apasionados por el ciclismo identificados con un color, el naranja, que durante muchos años estuvo vinculado a un territorio, el País Vasco, y a una manera de sentir el ciclismo única en el mundo.

El objetivo del equipo es crecer para alcanzar esa meta, manteniendo la filosofía con la que arrancó hace 25 años: la formación de jóvenes promesas del ciclismo y el impulso de la inagotable cantera vasca.

De este modo, después de consolidar su estructura durante tres años en la categoría amateur, el primer paso hacia ese objetivo ha sido dar el salto a la categoría Continental apoyándose en un equipo técnico experimentado encabezado por Jorge Azanza en la dirección deportiva, y confiando en jóvenes corredores con gran proyección. La idea es "crear un equipo de ciclistas para ciclistas", en palabras de Mikel Landa.

El único portaequipajes con candado del mundo.

Seguridad y resistencia son nuestro lema.



Lleva incorporado un candado muy resistente en forma de U, hecho tanto para diestros como para zurdos.



Tiene la posibilidad de llevar dos alforjas antirrobo a tres niveles con una carga máxima de 35 kg.



Adaptable a bicicletas de carretera, montaña y ciudad. Así como a los diferentes tipos de rueda existentes.



Podrá personalizar cualquiera de los tres modelos a su gusto, tanto en el color base como con los diferentes adhesivos disponibles



NUESTROS MODELOS



CODEX-U NEPAL



CODEX-U HIMALAYA



CODEX-U EVEREST

Modelo visualizado: Codex-U Nepal

Trek sigue apostando por la mujer

La colección Domane más vendida de Trek se ha ampliado para incluir modelos específicos de mujer que ofrecen todas las especificaciones y tecnología de la Domane pero con un diseño específico donde los cuadros y demás componentes han sido diseñados desde sus cimientos para las mujeres.

La decisión de incluir los antiguos modelos Silque y Lexa en la estructura de la Domane es parte de la estrategia de Trek de ofrecer los mismos modelos para mujeres con las mismas tecnologías y características de rendimiento.

Emily Bremer, Directora de Marketing de Trek de mujer, explica: "Creemos que la experiencia de un ciclista debería centrarse primero en el tipo de conducción y después en el género. Idealmente, una mujer que esté interesada en un modelo de carretera suave y cómodo debería elegir el modelo Domane que mejor se adapte a su tipo de conducción y le ofrezca un mayor rendimiento. Muchas mujeres desean un modelo específico para mujeres, pero luego no lo compran. Al tener todas las bicicletas bajo el mismo nombre de plataforma, esperamos aumentar las opciones disponibles y, finalmente, conseguir que más ciclistas tengan su bicicleta perfecta."

La introducción de modelos específicos de mujer de la Domane fortalecerá lo que ya es una de las mejores líneas para mujer en su clase. Los nuevos modelos estarán disponibles en cuatro plataformas distintas de carbono y aluminio (SLR, SL, ALR



y AL), en opciones de frenos de disco y convencionales. Además, la Domane SLR 6 Disc de mujer estará disponible para personalizarla a través de Project One.

Su línea de modelos Domane de mujer quedaría de la siguiente manera:

- Domane SLR 6 Disc Mujer (disponible en Project One)
- Domane SL 7 Mujer
- Domane SL 6 Disc Mujer
- Domane SL 5 Disc Mujer
- Domane ALR 4 Disc Mujer
- Domane AL 3 Mujer
- Domane AL 2 Mujer

Además de la Domane de mujer, Trek ofrece también modelos específicos de mujer en la Madone y Émonda:

- Madone 9.5 Mujer (disponible en Project One)
- Émonda SL 5 Mujer

Lizzie Deignan, nueva embajadora de Santini



Campeona del mundo en 2015, Lizzie Deignan prestará su rostro y su experiencia a Santini Cycling Wear. La deportista inglesa del equipo Boels-Dolmans, que ya viste las prendas de la histórica marca, será embajadora de Santini también en su tiempo libre. Una colaboración que se traducirá en la creación de la colección 2019 «Lizzie X Santini», realizada gracias a la preciosa contribución de la campeona. En los Campeonatos del Mundo de ciclismo de carretera de 2015 en Richmond, Lizzie Deignan derrotó a decenas de adversarias y vistió el maillot arcoíris durante todo un año. Hoy, la ciclista entra en el equipo de Santini Cycling Wear y se convierte en embajadora de la marca. Una empresa y sus productos que ha podido conocer de cerca primero, llevando el maillot UCI conquistado con el mundial de Estados Unidos, y luego vistiendo las prendas confeccionadas en el establecimiento de Bérgamo para el equipo Boels-Dolmans, a partir de la pasada temporada. La deportista inglesa, que además de la victoria arcoíris del 2015, ha conquistado dos veces el título en la UCI Women's Road World Cup y es la actual campeona del Commonwealth Road Race, prestará su rostro a Santini, llevando las prendas de la empresa italiana incluso en su tiempo libre.

Unipublic cumple 40 años al frente de La Vuelta

Unipublic cumple este año 40 años al frente de La Vuelta. Por este motivo, se ha querido presentar una edición inédita. Se ha confeccionado un recorrido con la marca que ha establecido la empresa en este último periodo: finales explosivos y espectaculares que no dejan la carrera rota y decidida a favor de un corredor demasiado pronto.

La ronda española arrancará desde el Centre Pompidou, en Málaga, en lo que es un ejemplo más de la apuesta de la organización por ligar deporte, cultura y salidas innovadoras. El prólogo inaugural será una contrarreloj individual de 8 kilómetros, con los que se dibujará un primer esbozo de una Vuelta con mucho tinte andaluz en su primera semana. Después de Málaga, el pelotón viajará a Granada, Almería y Jaén, con un paso intermedio por Murcia, antes de subir rumbo al Norte. Castilla-La Mancha, Castilla y León, Galicia, Asturias, Cantabria –que albergará una segunda contrarreloj individual de 33 km–, País Vasco, Aragón y Cataluña, serán las próximas paradas antes de encarar los últimos compases de la edición, con un durísimo final en dos de las cimas más exigentes del Principado de Andorra (el Coll de La Rabassa y el de La Gallina). El recorrido terminará en Madrid capital, con salida desde Alcorcón y meta en la Plaza de Cibeles, pasando antes por el Paseo del Prado, cuyo museo celebra este año su segundo centenario.

"Descubrimos nuevos finales en alto y queremos que la montaña vuelva a ser clave para decidir La Vuelta. Son las señas identidad que nos han permitido darle un nuevo impulso a la carrera y son las que vamos a seguir defendiendo", explicó el director de La Vuelta, Javier Guillén durante la presentación de la carrera el pasado sábado 13 de enero. "El Principado de Asturias y el País Vasco serán anfitriones de dos de las llegadas inéditas de este año. Dos jornadas que serán sinónimo de épica y espectáculo y que pondrán a prueba a los gallos del pelotón. Les Praeres, en Nava, o el Balcón de Bizkaia, se van a convertir, a partir del 2018, en inolvidables para el espectador", añadió Guillén.

Las novedades se combinarán con algunos 'clásicos'. El tríptico asturleonés formado por La Camperona, Les Praeres de Nava y los Lagos de Covadonga, medirá las fuerzas de los aspirantes a 'La Roja' con tres finales en alto consecutivos. Un trío con dos viejos conocidos y un recién llegado que marcarán un punto de inflexión en La Vuelta 2018: una combinación de tradición y modernidad, en todos sus aspectos.



SAMEDI 27 XROAD 7

¡UNA PARA TODO, TODAS LAS POSIBILIDADES!

DOTADO DE NUESTRA TECNOLOGÍA HIDDEN POWER:
Solución exclusiva de integración de la batería Bosch estándar!!!
¡Sencillo, simple de uso, compacto, intercambiable!



¡MOUSTACHE, LA MARCA FRANCESA ESPECIALISTA BICICLETAS ELÉCTRICAS!

LUNDI 26
Ciudad práctico



FRIDAY 27
Urbano deportivo



SAMEDI 28
Todo camino polivalente



SAMEDI 27 XROAD
Multiuso, carretera / todo terreno



DIMANCHE 28
Carretera ocio



SAMEDI 27
MTB



SPEED
Herramienta última de desplazamiento



MOUSTACHE
BIKES

www.moustachebikes.com

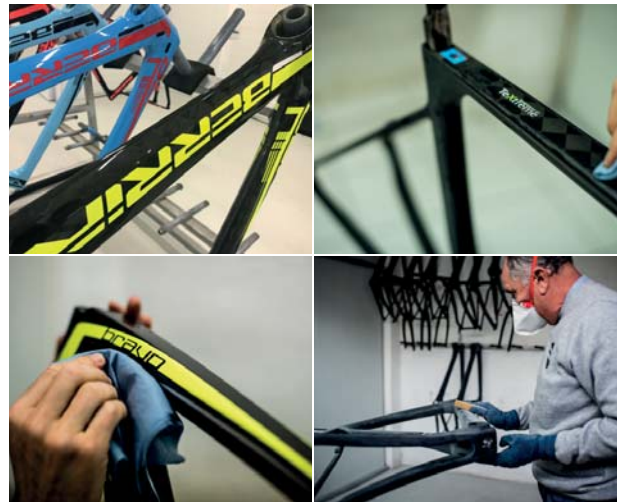
powered by
 BOSCH

Por qué elegir Berria Bike para tu tienda

Berria Bike crece para situarse en la Champions League de las marcas en calidad de producto y servicio. Se basa en diseño y prestaciones, con la colaboración de sus equipos de MTB y carretera.

Es una marca a considerar por:

- Sus nuevas instalaciones con más de 2000 m2 orientados a la configuración y personalización de sus modelos.
- Sus productos realizados con materiales de primer nivel, como TeXtreme.
- Estar orientada a la mejora continua y a la innovación, con conceptos como el BGC y el 3G.
- Ofrecer la personalización de las bicicletas con la serie CS (custom series) que permite, con su configurador, diseñar la bicicleta. Con 540 posibilidades, podrás hacer única la Berria de tu cliente.
- Sus modelos en catálogo denominados Express series, con entrega en 72 horas.
- Su flexibilidad y rapidez a la hora de lanzar sus nuevos modelos al mercado.
- Tener un nivel de programaciones acorde con los tiempos actuales de la distribución.
- Ofrecer servicios orientados a trabajar como partner conjuntamente con el distribuidor como una zona outlet Berria, una actualización de los modelos en tienda de gamas anteriores por los actuales, bicicletas de test en condiciones especiales, bicicletas de equipo de tienda en condiciones especiales, presencia en eventos de test, campañas continuadas y especiales, B2B, decoración en el punto de venta o activos en redes sociales y campañas de



comunicación.

Este año 2018 Berria presentará novedades orientadas a facilitar la venta de sus productos directamente en tienda, más opciones de personalización y se ampliarán a nuevas gamas de bicicletas, entre ellas las eBikes.

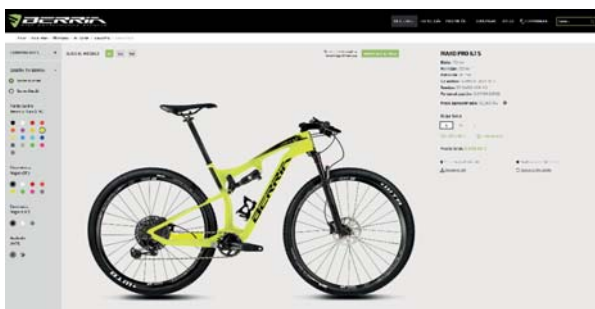
Descubre todas las novedades de Berria Bike para 2018

#MásEnTodo es el lema de la nueva campaña de la marca que presenta grandes novedades tecnológicas en sus modelos de carretera y montaña. Algunas de las principales novedades que presenta Berria Bikes para este año son:



GAMA EXPRESS SERIES

Desde su nacimiento, Berria se ha caracterizado por ofrecer a los clientes unas altas posibilidades de personalización de sus bicicletas. Pero en esta nueva temporada, ha querido dar un servicio especial a los aficionados que desean una bicicleta Berria de forma casi inmediata, creando los modelos Express Series.



GAMA CUSTOM SERIES

Los clientes más exigentes continuarán disponiendo de todas estas posibilidades e, incluso, se añaden en 2018 dos nuevos colores a la ya de por sí extensa gama de Berria Bike: el dorado y el bronce en las calcas.



NUEVA BELADOR

La estrella de 2018. La nueva Belador responde a las premisas de no incrementar el peso, mejorar en rigidez y contar con una considerable mejora aerodinámica a la vez que estética, llevando la totalidad del cableado integrado (tecnología ics2) gracias a un nuevo manillar Aero de nueva concepción, una nueva potencia, unos nuevos puentes de freno aerodinámicos y al rediseño de la parte frontal del manillar. Los modelos beneficiados por el cuadro son la Belador BR Evo, Team y Pro.



GAMA DISK

Los modelos de carretera en disco compuestos por 3 modelos, el primero es la Belador Equipe 9 Disc, y 2 modelos con el nuevo Belador 4: la Belador Pro 6 Disc y la Belador Pro 9 Disc, más integrado y aero. Como anuncia Berría Bike, esta gama está pensada para tipos duros con inmensas ganas de retos, ascensiones, largas distancias, velocidad, curvas, descensos...



GAMA RACER

Está dirigida al segmento Pro amateur, para los que Berría ha creado unos modelos exclusivos de edición limitada de alta gama denominados Racer. Estos modelos se montan sobre cuadros en carbono de alto módulo (HM2X), grupos de cambio mecánico y electrónico, y con componentes y ruedas de primer nivel. En concreto Berría Bike ha creado 2 modelos en carretera: la Belador Pro 9 Racer y Belador Pro 5 Racer. Y en montaña, la carismática Bravo Pro 9 Racer y una versión de su doble la Mako Pro 8 Racer.



GAMA GX EAGLE

En total son 5 los modelos de Berría Bike que disponen de este puntero grupo de cambio con la posibilidad de elegir entre el modelo Express Series o Custom Series: las rígidas Berría Bravo Pro 6, Berría Bravo Equipe 8 y Berría Adventure 9; y las Berría de doble suspensión Mako Pro 6; y Mako Pro 5. También incluye los modelos de la Gama Expert.



GAMA EXPERT

Los nuevos modelos Expert de Berría Bike son la compra maestra para los amantes y aficionados al MTB, con un concepto de bicicletas que siguen las tendencias del Boost y están dotadas de la Tecnología ICS (Internal Cable System) Igualmente, la inclusión del sistema de freno PMS (Post Monted System) consigue mejorar el rendimiento de frenado. Estos nuevos modelos, Bravo Equipe 6 y Bravo Equipe 7 Expert, están pensados para los aficionados al mundo de la bicicleta que quieren afrontar la competición sin un gran desembolso.

Vitoria presenta la Sioux Sport 29"

La nueva bicicleta hardtrail de Vitoria ha sido creada específicamente para rendir y durar. Con un peso de 1050g, la marca no descuida la ligereza y proporciona seguridad.

El diseño del cuadro es distinto en cada talla, tanto en las medidas de los tubos como en las láminas de carbono. Así, han conseguido una bicicleta óptima en ligereza, rigidez y durabilidad. El tubo diagonal inclinado hacia arriba la hace una bicicleta cómoda y manejable.

El cableado del cuadro es totalmente interno y está preparado para transmisiones electrónicas. Para la Sioux Sport dan la posibilidad de personalizar colores, sin aumento extra del coste.

Vitoria ofrece este modelo con montajes muy



equilibrados en precio y calidad, grupos SRAM de 11 velocidades, GX y NX, y Shimano XT. Para las suspensiones continúan apostando por la gama de RockShox, REBA, SID y 30GoldRL con 100mm de recorrido.

Galfer Bike desembarca en la Enduro World Series en 2018



La marca de componentes de freno se une al nuevo equipo Orbea Enduro Team y se convierte en patrocinador técnico en la prueba de Ainsa de la Enduro World Series 2018.

Nuevo paso al frente en la política de internacionalización de la marca Galfer Bike. Después entrar en la élite del DH UCI en 2016 con equipo Polygon UR y sumar el acuerdo en 2017 con el equipo élite XC Primaflor-Mondraker, aún vigentes, en 2018 Galfer Bike se involucra en la disciplina internacional del Enduro gracias al nuevo proyecto de Orbea.

El nuevo equipo Orbea Enduro Team contará con la presencia del corredor francés Thomas Lapeyrie, de la británica Becky Cook y de los españoles Gabriel Torralba y Javier San Román, que realizarán todo el circuito de la EWS en 2018, además de otras pruebas internacionales y nacionales. Todos ellos utilizarán los componentes de freno Galfer Bike en sus Orbea Rallon R5, concretamente los discos de freno fijos Disc Wave® en medida ø203mm para la rueda delantera y ø180mm para la rueda trasera, así como las pastillas de freno en compuesto Advanced G1851.

Por otro lado, Galfer Bike y Comercial Pous han llegado a un acuerdo de colaboración con Zona Zero Sobrarbe para ser uno de los patrocinadores técnicos de la cita de Ainsa de la Enduro World Series que se disputará del 17 al 23 de septiembre de 2018. Galfer Bike estará presente en carrera con el Orbea Enduro Team y en exposición y promoción de producto en la zona Expo de Ainsa.

Será la segunda cita de la EWS en territorio español después del primer evento que acogió también Ainsa en 2015, calificado por la prestigiosa revista Pinkbike como la mejor carrera de Enduro del año, con más de 500 participantes.

El Cannondale Factory Racing apuesta por Shimano para su equipo de XC



Es la primera vez en la historia que el equipo Cannondale Factory Racing (CFR) se asocia con Shimano en una aventura que ayudará a los corredores elite olímpicos de XC como Manuel Fumic (GER), Henrique Avancini (BRA), Maxime Marotte (FRA) y Helen Grobert (GER) con los componentes tecnológicos más avanzados de la marca.

A partir de la temporada 2018, las bicicletas Cannondale F-Si y la Scalpel-Si estarán montadas con la transmisión Shimano XTR, incluyendo bielas XTR Hollowtech II Race fabricadas con brazos de aluminio anodizado hueco ultraligero y platos de titanio.

Las bielas se complementarán con la cadena HG-901 Sii-Tec y el cambio trasero XTR Shimano Shadow RD+ con su mecanismo de seguridad para mejorar la retención de la cadena y con una posición más protegida que ayuda a reducir el riesgo de daños por los obstáculos.

Mientras tanto, el sistema de frenado se controlará con las potentes palancas hidráulicas XTR M9000 Race y las pinzas XTR M9000 Race.

El director del equipo Daniel Hespeler señaló que el cambio a Shimano había sido su gran objetivo desde el período de calificación olímpica. "Hemos construido un equipo de pilotos de XC con mucho talento, agresivos y muy centrados en el trabajo, formando uno de los mejores del mundo. Formamos la estructura del equipo buscando un rendimiento máximo que nos condujera al próximo ciclo olímpico e hicimos algunos cambios fundamentales en la forma de trabajar en el equipo. Firmar con Shimano fue la pieza que faltaba en el rompecabezas y, desde los corredores hasta los mecánicos, todos estamos muy satisfechos de poder trabajar con XTR y Shimano a partir de ya hasta 2020". El equipo Cannondale Factory Racing competirá en la UCI XCO World Cup, la cual dará comienzo el próximo 10 de marzo en Stellenbosch (Sudáfrica) y también tienen como objetivo la victoria en la ABSA Cape Epic una semana después.

WINORA



S O Ñ A D O R

Winora Sima: ¿Está preparado para una vuelta de ensueño?

www.winora.de

Commençal presenta la nueva Meta Power Race Fox

La Meta Power de Commençal ya ha demostrado sobradamente lo que vale sobre el terreno pero continuamos trabajando internamente en una oferta completa que se adapte a cada uno.

En este inicio de año, están orgullosos de presentar su nueva versión eléctrica: la Meta Power Race Fox. Los aficionados de la marca del zorro tienen ahora la oportunidad de encontrar una bicicleta equipada de suspensiones Fox de serie.

En cuanto al resto del montaje, la elección de los componentes ha sido primordial, como siempre. La transmisión SRAM EX1 así como los frenos SRAM Code R (4 pistones) se adaptan perfectamente a



este tipo de bicicleta.

La fiabilidad es su preocupación número 1.

Megamo presenta la nueva doble de carbono Track



En un avance de presentación, Megamo mueve ficha y lanza la Track. Usando las tecnologías más vanguardistas y con una estética rompedora y atrevida, esta bicicleta promete muchas alegrías. No en vano, será la bicicleta usada por los integrantes del equipo de competición UCI capitaneado por Jofre Cullell y Clàudia Galicia. Una 29" evolucionada para hacer frente a los circuitos más exigentes, técnicos e inclinados, tanto en el XC (Rally) como en el XCM (Maratón). Los circuitos de carreras han evolucionado en los últimos años, del mismo modo, con la Track, Megamo da un paso adelante en las geometrías, tecnología y detalles.

La Track es un modelo 29" doble suspensión con cuadro íntegramente de carbono. El recorrido de las suspensiones es de 100mm, para un uso en competición o para usuarios exigentes. Con unos pesos muy competitivos, esta bicicleta permite altas dosis de velocidad. Con un reach aumentado y un stack bajo se consiguen dar estabilidad, así como el ángulo de pipa relajado da más aplomo. El ángulo de sillín permite un pedaleo efectivo que junto con las vainas cortas consiguen un comportamiento más reactivo para asegurar horas de diversión. Los bikers de la copa del mundo XC y XCM ya han comprobado sus beneficios: mejora en la tracción y maniobrabilidad inmediata sin perder eficiencia de pedaleo y comodidad.

La tecnología más avanzada se usa en un cuadro de última generación. Éste se basa en la flexión del carbono. La nueva Track mejora la disposición de la multitud de piezas de carbono que componen las diferentes partes del cuadro en sitios precisos y así aumenta la rigidez y mejora el control en la conducción. La caja de pedalier es una BB92, y cuenta con ejes de medida Boost. Montada con grupo Eagle, cuenta con cableado interno y es compatible con tija telescópica. La guinda del pastel la pone un eje trasero integrado de fácil desmontaje.

El Buff Scott MTB Team 2018, por todo lo alto



El Buff Scott MTB Team 2018 llega con novedades y nuevas incorporaciones manteniendo un impecable equilibrio entre juventud y experiencia. El equipo de este año está integrado por los riders Joan Llordella, Enrique Morcillo, Adrià Noguera y Francesc Guerra, que renuevan su contrato tras la excelente temporada que realizaron el año pasado. Y, entre los nuevos fichajes, Luis Leao Pinto, veterania de primer nivel y un referente en el mundo del MTB con importantes victorias en su palmarés y Miguel Muñoz, subcampeón de España en la modalidad Marathon quien, a pesar de su juventud, ya ha demostrado su gran calidad.

Un impresionante bloque de corredores que competirán en las principales pruebas del calendario nacional e internacional y que supone una combinación perfecta de riders experimentados con corredores con mucha proyección y desarrollo. La continuidad de un equipo de estas características, tras los éxitos alcanzados en la pasada temporada, es una muestra más de la apuesta de Buff® y Scott por el Mountain Bike. Para ambas marcas, la pasión por el deporte y por el esfuerzo es una constante que guía sus actuaciones, y que les lleva a continuar dando su apoyo para la creación y mantenimiento de un equipo como el Buff® Scott MTB Team lo que, además, permite poner a prueba sus productos.

El equipo de este año encara la temporada con muchas ganas, y con la confianza tanto de Buff® como de Scott de que alcanzará muchos éxitos.

TODA PERFECCIÓN TIENE SU GÉNESIS.

Ser fiel a tus orígenes te da una identidad propia.



/ GÉNESIS

El trota caminos del enduro y all mountain. Dos cascos en uno gracias a la mentonera desmontable sin herramientas con certificación ASTM de descenso, con el sistema de montaje más rápido y sencillo del mercado. Ligereza y ajuste perfecto gracias al sistema BOA.



 **hebo**
www.hebo.com

Packster 40: la bicicleta de carga más pequeña de Riese & Müller



La marca alemana ofrece una bicicleta de carga con diseño compacto que, a pesar de la gran plataforma de carga, solo mide 2,23 metros, un poco más que una bicicleta convencional. Riese & Müller ha realizado este modelo más corto y delgado para aquellos que buscan una bicicleta más práctica, de manera que no tienen que pedalear con un enorme monstruo por las calles. Esta eCargo es muy útil para aquellas personas que no tienen un espacio para guardarla o que desean llevarla en el tren.

Es un vehículo muy atractivo para quienes quieren pasar de una bicicleta regular o una eBike normal a una bicicleta de carga. También es para familias que transportan a un niño o para personas que quieren un espacio de carga más grande que una cesta. Es una carga para todos, cabe en cualquier trastero, no pesa más de 30 kg y es muy maniobrable.

La empresa presentó en 2016 dos modelos de la Packster: una con caja de carga de 60cm longitud y otra con caja de 80cm de longitud. En cambio, esta nueva versión con caja de 40cm de longitud proporciona un espacio útil para que el usuario traiga consigo el equipaje diario. Además, desmontando la rueda delantera, la bicicleta mide 2 metros, de manera que puede transportarse en un portabicicletas regular detrás de un automóvil.

La bicicleta viene con una caja regular con paredes de madera así como con una caja adaptada al transporte de niños, esta última desarrollada con la máxima seguridad para él. Un detalle práctico es que el cojín del asiento de la silla infantil, opcional, se puede guardar fácilmente en el reposapiés de la Box para crear una plataforma de carga en un abrir y cerrar de ojos. La bicicleta ofrece las tecnologías DualBattery y sistema Bosch.

Por otro lado, el portaequipajes opcional es idóneo para aquellos casos en los que el espacio de carga frontal no es suficiente. La Packster 40 está diseñada especialmente para colocar alforjas y acompañarle en expediciones largas siempre que quiera.

Además, en caso de necesitar guardar algo importante en la Packster 40, tiene una guantera opcional que se cierra con llave. Se encuentra en el suelo de la plataforma de carga, que se pliega parcialmente para abrirla. La guantera solo se puede adquirir en combinación con los otros accesorios de la bicicleta, la Box o el Carry System.

Según Sandra Wolf, directora ejecutiva de Riese & Müller, junto con los fundadores Markus Riese y Heiko Müller, este modelo surge de "la necesidad de desarrollar una versión más ligera del Packster y con el objetivo de aumentar el rango de carga de la marca".

“Es un producto maravilloso, un cruce entre eBike y bicicleta de carga que puede atraer a más personas a la bicicleta”

“Packster 40 es un producto maravilloso, un cruce entre eBike y bicicleta de carga que puede atraer a más personas a la bicicleta; a mí, personalmente, cuando la probé por primera vez, me encantó poder arrojar mi bolso al frente, al igual que cuando entraba en el automóvil”, explica.

“Vemos un movimiento general hacia las bicicletas de carga en la movilidad urbana. Están a punto de jugar un rol importante en este segmento, la diferenciación ha comenzado. Por nuestra parte, preferimos pensar en soluciones versátiles y flexibles que puedan brindar felicidad las 24 horas con una bicicleta de carga”, explica Wolf.

Con modelos con estas impresionantes características, la marca alemana ha aumentado las ventas un 50% cada año desde 2012 y tiene 270 empleados en su fábrica de bicicletas de 6.000 metros cuadrados en Weiterstadt, cerca de Darmstadt.



Packster 40.

Funcional y compacta.

La Packster 40 rinde mucho más de lo que parece: su diseño es tan compacto que a pesar de la gran plataforma de carga solo mide unos 2,23 metros, muy poco más que una bicicleta convencional. Algo que se aprecia de forma triple: Cabe en cualquier trastero, no pesa más de 30 kg y es muy maniobrable. Por todo ello la Packster 40 es la pequeña gran heroína del día a día.

Más información: www.r-m.de/packster-40



RIESE & MÜLLER

Cinco marcas de coche que apuestan por la bici

La bicicleta es una apuesta segura. Por este motivo, las marcas del mundo del motor también apuestan por ella, ya sea con la tendencia actual de las eléctricas o bien sacando alguna edición limitada para sus fans incondicionales (y siempre a unos precios muy altos). Pero no deja de ser muy interesante. Por este motivo, en este número de Tradebike&Tri les desvelamos cinco marcas que este pasado 2017 apostaron o siguieron apostando directamente por el ciclismo.

ACTIVE HYBRID DE BMW

Es una nueva bicicleta que ofrece una alta tecnología y un diseño muy sofisticado. La marca lleva mucho tiempo apostando por el bike con varios tipos de bicicleta, pero con este último modelo la compañía alemana ha optado por una tecnología útil junto a un diseño sofisticado. Es un modelo eléctrico con batería extraíble y con todo tipo de gadgets para un producto lifestyle.

La eBike cuenta con un motor eléctrico con una potencia de 250 W y un par motor de 90 Nm que se ayuda de una batería extraíble de 502 Wh para alimentarlo y otorgarle un rango de autonomía de hasta 100 kilómetros con una sola carga. Motor y batería se integran en el cuadro de aluminio de la bici y tiene un display que permite ajustar la asistencia del pedal a través de una pantalla integrada donde gestiona cuatro modos de potencia diferentes, desde ECO (+50%) hasta Turbo (+275%). La velocidad máxima está limitada a 25 km/h.

Los usuarios disponen de un conector micro USB y la función Bluetooth para vincular sus smartphones a la bicicleta. Está disponible en los colores Frozen Black o Artic Silver. Tiene una luz LED integrada en el guardabarros de aluminio en la parte trasera que mejora la seguridad y el diseño.



SF01 DE FERRARI BIANCHI

Bianchi y Ferrari, dos de las más prestigiosas marcas italianas en sus respectivos sectores, unieron fuerzas en Eurobike para lanzar una nueva gama de bicicletas. La principal seña de identidad de todos los modelos lanzados bajo esta unión de marcas es la calidad, el cuidado diseño y un alto nivel de acabados. Este modelo en especial es full carbón de máxima calidad, ultra ligero, con la pintura Ferrari Rosso, exclusiva de la marca. Es una bicicleta pensada para triatletas. Está equipada con dos grupos, Campagnolo Super Record EPS o Shimano Dura Ace Di2, el sillín es el modelo Astute One, fabricado con carbono 3k, el de los monoplazas de Ferrari, ruedas Fulcrum Speed 40C Carbon personalizadas por Ferrari con bujes de carbono y los ya conocidos neumáticos PZero Velo.

STORCK FASCENARIO 3 DE ASTON MARTIN EDITION

Esta edición especial de Storck para Aston Martin es fruto de la colaboración entre las dos marcas. Aston Martin no es la primera vez que lanza una bicicleta, pero en este caso ha apostado por un modelo en el que las marcas combinaban creatividad, diseño e ingeniería.

Es un modelo con un cuadro de fibra de carbono de 770 gramos que pesa un total de 5,9kg. Lleva el grupo inalámbrico de SRAM. El cuadro está pintado con Argentum Nero, es capaz de mostrar tonos grises, verdes o plateados según la luz que incide en ella. Sus neumáticos son los PZero de Pirelli.

Es una edición muy limitada. Así que mejor no hablemos del precio...



PG DE BUGATTI

Esta es otra colaboración de una gran marca que muestra una bicicleta de altísima gama. Es un diseño urbano que pretende llegar a usuarios de todo el mundo. Pesa 5kg y el 95% es de carbono de máxima calidad. Tiene componentes aerodinámicos y amortiguadores para ofrecer una máxima comodidad al ciclista urbano. Es una edición limitada a 667 unidades. Los componentes son de altísima gama y su diseño es único. El objetivo de esta bicicleta es, según palabras de sus creadores, "ser el modelo definitivo que acompañe al coche definitivo, en diseño, fabricación y rendimiento". Del precio, mejor que tampoco hablemos...

LEGEND DE PEUGEOT

Peugeot celebró 200 años de historia con una nueva colección de bicicletas inspiradas en modelos clásicos de la marca en el que está incluida una bicicleta eléctrica 'concept'. Los fans de las bicicletas retro que no escatiman en confort y fiabilidad encontrarán su modelo ideal en la nueva colección Legend de Peugeot Cycles. La nueva colección incluye dos tipos de bicicleta para ciudad y alrededores (Urbana y Ciudad), así como varios modelos para Carretera y Junior. La LC01, de la que se espera que sea una auténtica superventas, está equipada con un nuevo diseño de la mítica firma 'Triple León' en el marco de la cadena.

La cúspide de la gama de bicicletas Peugeot es el 'concept' eLC01, una bicicleta inspirada en los modelos clásicos de la marca que monta la más vanguardista tecnología eléctrica del mercado. Sus líneas limpias y puras recogen la esencia de los modelos compactos más vendidos a lo largo de casi dos siglos, y su sistema eléctrico promete ser una evolución de la eF01, la bicicleta eléctrica que acaba de llegar a España y que ha sido todo un éxito, ya que permite desplazarse a 20 kms/h durante 30 kilómetros con un sistema de plegado ultrarápido. La eLC01, que al igual que la eF01 ha sido creada por el Peugeot Design Lab, la división de alto diseño de Peugeot.



Más carriles bici en las ciudades europeas evitaría hasta 10.000 muertes prematuras

La ampliación de las redes de carriles bici en las ciudades europeas podría evitar hasta 10.000 muertes prematuras, según un estudio europeo encabezado por el Institut de Salut Global de Barcelona (ISGlobal).

El análisis, publicado a "Preventive Medicine", estima que esta reducción se lograría si en las 167 ciudades estudiadas la bicicleta se utilizara en el 24,7% de los desplazamientos. Y esto sería factible con la ampliación de la longitud de la red de vías ciclistas.

Este es el primer estudio que evalúa la asociación entre la longitud de la red de carriles bici y el tipo de transporte seleccionado. Además, también calcula el impacto que tiene en la salud. Según la autoría del estudio, Natalie Mueller, "los beneficios derivados de la actividad física contrarrestan los efectos perjudiciales de la contaminación del aire y los accidentes de tráfico".

Los beneficios más altos para la salud se obtendrían si las ciudades estudiadas dispusieran de carriles bici en todas las calles. En este caso, Londres sería la ciudad que podría evitar más muertes prematuras al año (1.210), seguida de Roma (433) y de Barcelona (248). Pero si sólo se incrementara la red en un 10%, también se aumentaría significativamente el uso de bicicleta y se evitarían 21 muertes prematuras a Roma, 18 en Londres y 16 en Barcelona.

Las ciudades donde la elección de la bicicleta actualmente es menor en relación con otras del norte de Europa -como Roma, Barcelona y Londres- tienen un gran potencial para aumentar el uso y los autores piensan que un aumento del 10% en la longitud de la red ciclista es una medida asequible para los ayuntamientos.



Los investigadores no sólo han tenido en cuenta la mejora de la salud, sino también los costes económicos de ampliar las redes en relación con los beneficios de la mortalidad prematura evitable. La mejor relación coste-beneficio se conseguiría con un aumento del 10% de la red de vías ciclistas. En este caso, la ratio de beneficio por euro gastado sería de hasta 70 a 1 en el caso de Roma, 62-1 en Zúrich y 35 a 1 en Barcelona. "Un golpe más, hemos visto que sacar las personas de los coches produce grandes beneficios para la salud. Una combinación de medidas que hagan que el coche resulte poco atractivo y políticas centradas a convertir el transporte público y la bicicleta en medios más atractivos sería lo más adecuado para mejorar la salud y el bienestar a las ciudades europeas", afirma Mueller. El estudio forma parte del Proyecto AMASA (Physical Activity Through Sustainable Transport Approaches), financiado por la Unión Europea.

El uso de la bicicleta en Palma ha crecido un 45% desde 2011

Según datos hechos públicos por el ayuntamiento de Palma, el uso de la bicicleta se ha incrementado desde 2011 un 45% y los usuarios de Bicipalma han aumentado desde 2013 un 45% también.

Este último año, el uso de la bicicleta ha crecido un 13%. La estadística parte de los recuentos que cada mes se hacen en dos puntos fijos de aforo de bicicletas que se encuentran en las calles Font i Monteros y Enric Alzamora, donde hay habilitado un ciclocalle. Los datos corresponden a recuentos hechos durante tres días laborales consecutivos de cada mes, de las 7.00 a las 22.00 horas, en el periodo comprendido entre 2011 a 2017.

De esta manera, el alcalde de Palma, Antoni Noguera, ha destacado "la importancia de la evolución del uso de la bicicleta en Palma porque por un lado permite romper la dependencia que tiene Palma con el vehículo privado y, por otro, porque "hace de ella una ciudad más saludable, más moderna y europea, un símbolo y un exponente".

Por su parte el concejal de Movilidad, Juan Ferrer, ha querido remarcar la importancia de "seguir haciendo crecer la red ciclista". "La bicicleta gana cada vez más terreno, no se debe dar ningún paso atrás, debe seguir ganando espacio", ha añadido.

La mitad de las personas que dejan de usar Valenbisi se pasan a la bicicleta privada

El 52,4% de los usuarios que dejan de utilizar el servicio de bicicletas públicas Valenbisi en València se pasan a la bici privada y la cuarta parte de las bajas solicitadas, el 22%, son por motivo de cambio de residencia. Esto demuestra que gran parte de la clientela pertenece a la comunidad estudiantil.

Así lo recogen los últimos datos de 2015 a 2017 facilitados por la empresa responsable del servicio -JC Decaux, hasta 2029 por el contrato firmado por el anterior Gobierno local- y las encuestas realizadas en este periodo a los usuarios que se han dado de baja en el sistema, según ha informado el Ayuntamiento del servicio.

Esta noticia es muy buena para el sector ciclista ya que la bicicleta pública sirve como puerta de entrada al mundo del ciclismo y es una manera ideal para captar nuevos clientes.

El balance de los dos últimos años también confirma que las últimas actuaciones en la gestión del servicio han revertido la tendencia a la baja en el número de usuarios, desde el primer año de puesta en marcha del servicio.

2017 ha registrado un incremento de 1.400 usuarios de larga duración hasta situarse en la actualidad en un total de 46.123, mientras que el número de abonos de corta duración continúa su marcha ascendente, con una subida de alrededor de 6.000. Esto supone un aumento del 33% en un año hasta un total de 23.545 antes del cierre anual.

Aumento notable de las bicis robadas

El "único pero" relacionado con el servicio, aunque no imputable a la empresa, es el vandalismo contra las bicis. Desde el Ayuntamiento alertan que se ha incrementado notablemente en los dos últimos años, al pasar de un total de 1.331 bicicletas robadas en 2015 a las 2.371 de 2016 y las 2.701 de 2017.

En cuanto al nivel de uso, el tiempo medio es similar al de los últimos años: 21 minutos en la actualidad frente a los 22 de los dos ejercicios anteriores. La media del año es de un total de 14.071 minutos, por debajo de los 15.149 de 2016. Por franja horaria, un 30% se concentra entre las 12 y las 14 horas y un 34% en horario de tarde de 17 a 20 horas, con lo que desciende ligeramente en ambos casos.

Fuente: Europa Press.

Lluís Forns: “El desafío es continuar creciendo de manera estable junto con nuestros clientes”

Entrevistamos a Lluís Forns Moncunill, Responsable Comercial de AM España

¿Puede valorar los productos Sunrace & SturmeY Archer en el mercado español en la actualidad? ¿Cuándo se empezó hacer negocios en nuestro país y cómo se desarrolló?

SturmeY-Archer se estableció en 1902 y comenzamos a hacer negocios en España en los años 50. En ese momento, sólo vendíamos productos de SturmeY-Archer. En el año 2000 nos fusionamos con SunRace y nuestras ventas crecieron rápidamente. Hemos tomado una posición más importante en el mercado español los últimos años, sobre todo después de lanzar una nueva colección de componentes de alta gama. Vendemos a través de los principales distribuidores y nuestros productos están especificados por las principales marcas del sector.

En Europa, ¿hasta el momento, cuáles son para usted los principales mercados?

Todos los países son importantes para nosotros. Tenemos oficinas repartidas por todo el mundo para servir a todos los mercados. Todos los consumidores deberían poder comprar nuestros productos a través de su tienda local de bicicletas. El IBD es muy importante para nosotros porque vendemos productos técnicos, que requieren que las tiendas de bicicletas ofrezcan servicios al consumidor.

¿Cuáles son las principales diferencias del mercado español en comparación con otros mercados del resto de Europa?

Hacer que las personas usen las bicicletas siempre estará influenciado por el clima. Como las condiciones en España son en general mucho mejores en comparación con los países más al norte, la temporada es más larga y nuestros productos se utilizan más intensamente. El consumidor español también es bastante progresivo y está dispuesto a probar nuevos productos de marcas próximas como SunRace.

“El consumidor exige un producto de gran calidad a un precio asequible, que debería estar disponible en cualquier momento”

¿Cómo está siendo la temporada en su opinión?

Hemos crecido fuertemente durante el año pasado. Hemos introducido nuevos productos que han tenido mucho éxito, porque hay una gran demanda de cassettes asequibles y completos. Nuestra gama de cassettes ha demostrado su valor y es esta muy bien aceptada por los consumidores, las tiendas de bicicletas, los distribuidores y las fábricas. La promoción “boca a boca” creó una imagen fuerte y duradera de nuestras marcas. El desafío es continuar creciendo de manera estable junto con nuestros clientes.

¿Cuál es la filosofía de la marca? ¿Qué aspectos os diferencia de vuestros competidores?

Nuestra filosofía de empresa se basa en el suministro de buenos productos a buenos precios además de buena disponibilidad. En Europa trabajamos desde Ámsterdam, donde almacenamos nuestros productos para el mercado europeo. Podemos suministrar a nuestros clientes en un plazo de 2 a 3 días. Esta es una gran ventaja para nuestros clientes, ya que pueden realizar pedidos con frecuencia y no tienen que mantener grandes niveles de stock. También ayuda a estabilizar los precios, porque nuestros clientes no necesitan hacer grandes compras. Sólo compran lo que necesitan, sin hacerlo complicado, lo hacemos de manera sencilla.



Cadena. Ref: CN12S, 12 V.

¿Cómo predice el futuro de su marca en el mercado?

Hemos tenido un año realmente bueno y vemos el futuro con mucho optimismo. Tenemos una fuerte relación con nuestros distribuidores y nuestros productos están disponibles. A finales de este año, presentaremos nuestro nuevo grupo de 12 velocidades que nos convertirá en una solución aún más atractiva para los componentes de transmisión. Seguiremos presionando para desarrollar nuevos productos para mantener el ciclismo divertido y asequible.

¿Cuáles son actualmente las principales tendencias en accesorios y componentes? ¿Qué pide el cliente?

El consumidor exige un producto de gran calidad a un precio asequible, que debería estar disponible en cualquier momento. Vemos a muchos consumidores cambiando su configuración a un sistema 1x usando un cassette de amplio rango. El ciclista obtiene un sistema de engranajes simple y ligero, sin perder un buen rango general. Las velocidades de 11 y 12 hicieron esto posible sin tener que ceder en usabilidad. Esperamos que esta tendencia también pase a otras categorías. La desventaja de esta tendencia es que vemos un gran movimiento en las diferentes dimensiones de los componentes, como las dimensiones del buje el ancho de la llanta y las bielas con diferentes cadenas. El consumidor, pero también la industria, exige estandarización en lugar de ser constantemente innovadores de nuevos productos que no son intercambiables con productos comprados previamente.

¿Cuáles son los productos con más éxito?

Tenemos mucho éxito con nuestros cassettes y cadenas, pero creemos que nuestra fortaleza es que ofrecemos una gama completa de productos. Desde el pedalier hasta cambios de velocidades y cambios en varias velocidades. Así, que somos la ventanilla única para fábricas, mayoristas e IBD.

¿Cuáles son sus políticas de patrocinio y de ferias?

En este momento, no patrocinamos a nadie ni a ningún equipo. El Taipei Cycle Show es una de las ferias más importante para nosotros porque allí es donde presentamos nuestra nueva gama. No hacemos ferias en Europa. Las ferias son una manera eficiente de conocer a muchos clientes, pero las ferias son caras y el tiempo para atender al cliente es limitado. Preferimos visitar a nuestros clientes personalmente y pasar más tiempo con ellos. Observamos que muchos de nuestros clientes tienen su propia feria interna y esto es algo que nos gusta apoyar.



Cassette. Ref: CSMZ90 WA5-BOX - METALLIC, 12V 11-50T.



El urban crece sin prisa pero sin pausa

El ciclismo urbano crece de manera lenta pero constante en nuestro país. Las cifras en cuanto al uso de la bicicleta demuestran lo que vemos en las calles: es una buena solución en cuanto a movilidad.

El aumento del ciclismo urbano se debe, en buena parte, a la bicicleta eléctrica. Sin embargo, seguimos muy lejos de tener las características de los mercados del norte de Europa.

Ha cambiado la percepción de la bicicleta y, en especial, la de la eBike. En España se vendieron 113.354 bicicletas de ciudad en 2016 (sell-out), cifra que supone un crecimiento del 5,25% en comparación con el año anterior y una cuota del 10% del mercado. En cuanto a bicicletas eléctricas, se vendieron 40.268 unidades, una cifra que supone un crecimiento del 63,66% en comparación con el año anterior. Pero este dato representa solo un 4% de la cuota del mercado. Así lo manifiestan los últimos datos publicados por AMBE y Sport Panel. En este contexto, el Barómetro de la Bicicleta, publicado recientemente, también ofrece unos buenos resultados: se ha incrementado el uso de la bicicleta en las ciudades para desplazamientos cotidianos y para ir al trabajo o al centro de estudios.

Sin embargo, las cifras todavía son muy pequeñas respecto al potencial del mercado y la gama de bicicletas urbanas es la que más potencial de desarrollo tiene en España. Y, como hemos dicho, el crecimiento es sólido: es un mercado en plena expansión. Este hecho se debe a muchos motivos, en



especial al hecho de querer gozar de una buena salud o de apostar por cuidar el medioambiente.

El papel de la administración

Año tras año, las ciudades apuestan por adaptarse a los ciclistas y por promover el uso de la bicicleta como medio de transporte y, además, surgen muchas iniciativas interesantes por parte de las diversas administraciones en favor de ésta. Aunque aún queda trabajo por hacer, sobre todo cuando vemos que planes como el Movea se olvidan flagrantemente de la bicicleta eléctrica. Debe quedar claro que la bicicleta contribuye a la salud y a la calidad de vida. Es un método de transporte genial para descongestionar las ciudades. Hay que conseguir más infraestructuras como carriles bici o aparcamientos y hay que dificultar el uso del vehículo propio en la ciudad. Además, las empresas tienen que ser "bike friendly", algo que se debe fomentar también desde la administración.

No obstante, a diferencia de otros países de Europa, la bicicleta se percibe en España como un

método por hacer deporte y no cómo un transporte para el día a día. Es algo que vemos diariamente en nuestra manera de hacer: el ciclismo urbano tiene muchos obstáculos.

El problema más importante con el que se encuentra el ciclista urbano es el tema de los robos. Hay muchísimas iniciativas para evitar que te quiten la bicicleta, como por ejemplo el Bici-Registro o el BiciBox, o simplemente puedes evitarlos comprando buenos y resistentes candados. Estamos totalmente desprotegidos ante la gran cantidad de hurtos que hay, y ello acaba provocando que la gente, en ocasiones, pierda la fe en desplazarse en bicicleta por la imposibilidad de aparcar una bici decente en la calle.

Al fin y al cabo, el tema de los robos propicia que no se venda la gama alta ni la eléctrica y que el usuario de la bicicleta apueste por una bicicleta de gama muy baja o de segunda mano. El tema de los accidentes tampoco ayuda: la pelea coche - ciclista - peatón sigue muy vigente.

Por suerte para nosotros, al final, la presión social hace que la administración tome consciencia.

“**Se ha incrementado el uso de la bicicleta en las ciudades para desplazamientos cotidianos y para ir al trabajo o al centro de estudios**”



Esperemos que este año, al final, tras ya haber logrado algunas victorias legislativas en favor de la bicicleta, se apruebe de una vez por todas el Plan Estratégico Estatal de la Bicicleta.

La estética, tendencia principal

En las calles se ven todo tipo de bicicletas a parte de las mountain bikes o las de carretera de toda la vida, desde las city o las de trekking hasta las fixies. Estas últimas son prácticas, simples, ligeras, requieren poco mantenimiento y son muy visuales.

El cliente del urban, como el del bike en general, es cada vez más exigente. Busca un producto funcional y con una estética especial acorde con el modo de vida que está llevando. No solo se busca un vehículo práctico, sino también una máquina bonita y exclusiva. La tecnología también empieza a jugar su papel en este sector y el cliente busca que las apps y los dispositivos móviles sean adaptables a la bici.

El estilo fixie ha calado parcialmente, sobre todo entre la gente joven, quienes buscan bicicletas de todos los estilos con diseños que van desde lo clásico a lo extravagante. En este sentido, es lógico que la personalización también sea una tendencia. Si hablamos de complementos y de seguridad, se buscan cascos que no lo parezcan,

que sean cómodos, ligeros y que tengan estilo, y a la vez que sean funcionales.

En cuanto a textil, se busca ropa con elementos reflectantes y de calidad, con diseños avanzados. En este sentido, cada vez hay más marcas que apuestan por prendas diseñadas para ir en bici, pero con un look urbano, son prendas cómodas, prácticas y colores sobrios o retos y suelen tener detalles técnicos como las costuras planas, el corte trasero alargado, paneles laterales o tiras reflectantes traseras. Los candados cada vez más sofisticados y luces inteligentes son también una tendencia. También se demandan infinidad de bolsas, mochilas y alforjas para transportar carpetas u ordenadores, muchas de ellas con el look de los famosos mensajeros ciclistas de Nueva York.

Las plegables también son tendencia entre el público con más poder adquisitivo y de más edad. Estas últimas se pueden guardar fácilmente en casa, en el trabajo y permiten la intermodalidad. Son quizás las más prácticas para la ciudad. Se ha demostrado que funcionan a la perfección y que son de gran utilidad y comodidad.

Las eBikes: el futuro ya está aquí

No nos debemos olvidar de las eléctricas, la gran tendencia urbana. Son una gran solución para no

“Las BMX de 22”, ideales para gente más alta, y las BMX de gama alta son tendencia”

llegar sudando al trabajo y además, dan un plus en aceleración y velocidad muy necesario en según qué ciudades con una orografía complicada y con mucho tráfico. Hay momentos en los que se tiene que conseguir mantener el ritmo de los vehículos para no tener un serio problema.

Las tendencias en cuanto a eléctricas pasan por la estética, la calidad, la manejabilidad y la comodidad. La batería tiene que estar integrada en el cuadro.

Es esencial que las bicicletas eléctricas vengán equipadas con buenos componentes y que tengan las últimas características tecnológicas. En este caso, una gran autonomía es esencial, al igual que el tamaño y el peso de estas no debe



“Las tendencias en cuanto a bicicletas eléctricas pasan por la estética, la calidad, la manejabilidad y la comodidad. Además, el usuario pide que la batería esté integrada en el cuadro y que vengan equipadas con los mejores componentes y las últimas características tecnológicas”

ser disparatado.

El único problema que tiene la eléctrica es que es una bicicleta que difícilmente se puede aparcar en la calle si no es con muchos elementos en seguridad.

El BMX evoluciona

El freestyle sigue ganando adeptos. Cada día hay más practicantes y más competiciones de este deporte. El BMX sigue siendo una tendencia al alza a nivel nacional e internacional y a día de hoy, está viviendo un buen periodo aunque es un segmento muy pequeño dentro del sector ciclista. Dentro del BMX diferenciamos las carreras en circuito y la modalidad freestyle. Esta segunda tiene mucho éxito en Catalunya, sobre todo en Barcelona. Es un deporte que cada día tiene más potencia, pese a las instalaciones en las que se puede disfrutar.

Además, el mercado del BMX está estable, con un ligero crecimiento, debido sobre todo a que tiene un público muy fiel y que necesita visitar la tienda habitualmente.

En cuanto a tendencias, de cara a esta temporada se demandan BMX de 22", ideales para gente más alta, y BMX de gama alta. Lo que se busca es un producto que resista, y a veces, esto va en detrimento del peso. Sin embargo, cada rider es un mundo, por lo que es esencial ofrecerle un ser-

vicio personalizado ya que cada uno optará por unos detalles que resultarán ser diferenciadores. Por otro lado, una parte del freestyle también viene dada por aquellos que usan las MTB de 26" para hacer trucos.

El Urban Style sigue creciendo

El Urban Style sigue dando pasos agigantados en el mundo del ciclismo para afianzarse como una línea fuerte de textil y complementos. Las marcas trabajan en productos con diseños muy técnicos

y que prioricen la seguridad, la comodidad, el estilo casual y la sostenibilidad. El Cycling Urban Style está en auge en nuestro país. Cada vez hay más marcas que están apostando por una tendencia que integra deporte y moda urbana. En este sentido, la demanda es proporcional al crecimiento del ciclismo urbano, hecho que sin duda alguna augura un futuro próspero para este sector.

Fotos: Moustache, Red Bull, Scott y Riese & Müller



El sector opina... Lejos de Europa

El ciclismo urbano crece en España sin prisa pero sin pausa. Aunque todavía está muy lejos de los países del norte de Europa, algo está cambiando en nuestra sociedad. El cambio, por supuesto, pasa por la bicicleta eléctrica que ya está revolucionando este sector.

1. ¿Cómo valoras la situación actual del ciclismo urbano en España?
2. ¿Cuáles son las principales novedades y tendencias del urban en cuanto a bicicletas y complementos?
3. ¿En qué situación se encuentra el sector de las eBikes urbanas? ¿Cuál es su futuro? ¿Qué es lo que más se demanda en cuanto a características?



**ULRICH
MÜLLER**
RIESE & MÜLLER

1. Lo valoramos muy bien. Parece que hay una tendencia al alza debido a la situación medioambiental que hay en las grandes ciudades y a las restricciones que se están implementando. La tendencia de hacer más deporte diariamente y de cuidar el medioambiente también favorece esta situación.

2. Para nosotros, la principal novedad es la eCargo como medio de transporte urbano práctico para utilizar diariamente, para llevar los niños al colegio, hacer la compra o disfrutar circulando en bicicleta. Nuestra gran novedad es la Packster 40, que tiene unas dimensiones y un peso más reducido. Es la gran novedad para moverse por las ciudades.

3. Riese & Müller apuesta por las bicicletas urbanas y lo afirma también con la frase "queremos ser parte de la movilidad del futuro". Lo que más se demanda como características es que las bicicletas sean de buena calidad con buenos componentes. Nosotros trabajamos con las mejores marcas de componentes y en la ciudad se valora mucho el cambio Nuvinci y la correa de transmisión por su inexistente mantenimiento. Se valora también que sean cómodas. Nosotros ofrecemos el Control Technology en bicis que tienen suspensión integral. Finalmente se busca que tengan una buena autonomía, somos pioneros con el DualBattery.

“La principal novedad es la eCargo como medio de transporte urbano práctico para utilizar diariamente”



**SACHA
PIEL**
BULLS

1. Aunque promocionado por los esfuerzos de muchos ayuntamientos, el sector tiene todavía una imagen equivocada de la bicicleta en España porque no la considera un vehículo, sino un accesorio para practicar deporte. Además, el excesivo número de robos en toda España repercute en las ventas ya que ralentiza las de bicicletas nuevas, sobre todo en gama alta.

2. El pequeño mercado urbano está empezando a entender el interés del cambio interno. En cuanto a estética, la batería integrada al cuadro es la tendencia.

3. El público busca comodidad y en algunos casos velocidad para mantener el ritmo con el tráfico. No creo que el mercado pueda evolucionar de forma drástica en los próximos años: vivimos en ciudades de pisos, donde la bicicleta urbana, a no ser que sea plegable, no tiene su sitio. El desarrollo de parkings e infraestructuras antirrobo podría incitar a más gente a usar la bici.

“El público busca comodidad y en algunos casos velocidad para mantener el ritmo con el tráfico”



**GUILLERMO
BRACONS**
cannondale

1. El ciclismo urbano ha crecido en los últimos años en España, pero la situación todavía es muy precaria. Las infraestructuras no son las adecuadas en la mayoría de los casos y nos encontramos con una falta de integración con el transporte público, así como una falta de civismo por parte de los usuarios de los espacios urbanos compartidos.

2. La principal tendencia son bicicletas no plegables con ruedas de 20" y eBikes urbanas. En cuanto a complementos, las tendencias son cascos plegables, luces integradas, luces con batería y carga USB, candados más ligeros y seguros y ropa específica. También han crecido en número las opciones en cuanto a bolsas, mochilas y alforjas para transportar cosas.

3. En cuanto a eBikes urbanas, creo que en el año fiscal 2018 veremos muchas novedades. Las principales características que el público busca en una eBike urbana son estética, ligereza, seguridad en cuanto a robos y vandalismo, facilidad de conducción, integración de luces y/o candados, facilidad de acople de candados y alforjas y precio. En bicicletas eléctricas urbanas, la autonomía y la potencia del motor no son prioritarias.

“En el año fiscal 2018 veremos muchas novedades”



**CARICIA
MONDRAGÓN**



1. Continúa creciendo pero quizás no tan rápido como hace unos años. Cada vez hay más gente que ha cambiado su visión sobre la bicicleta y ve en ella un medio de transporte eficaz, pero se encuentran con muchas barreras urbanísticas y sociales. Hay que seguir trabajando para que la experiencia de aquellos que se animan a practicar ciclismo urbano sea positiva.

2. La clave es que cada vez se están logrando productos que se adaptan mejor a las necesidades diarias y que ayudan a que disfrutemos sobre las dos ruedas. Las bicicletas ofrecen cada vez mejoras técnicas y se combinan con excelentes diseños, esto puede verse claramente en el sector de la bicicleta plegable al que nos dedicamos en Ossby. Asimismo, los complementos siguen siendo la clave para facilitarnos el uso de la bici de forma cómoda.

3. Sin duda la eBike está siendo una revolución dentro del ciclismo urbano en nuestro país y en ciudades como Madrid se ve claramente al facilitar enormemente poder desplazarse a cualquier punto. Confiamos en que van a ser la clave en el futuro ya que han avanzado y que continuarán haciéndolo, logrando cada vez bicicletas más eficientes y ligeras. Para nosotros en Ossby creemos que el peso es algo vital y ofrecemos una bici manejable con la potencia justa para permitir disfrutar de la asistencia siempre que la necesitemos. Además, a esto hay que unir la estética, ya que gracias a los avances cada vez es más sencillo camuflar los sistemas y ofrecer un diseño más limpio y funcional.

“**La eBike está siendo una revolución dentro del ciclismo urbano en nuestro país**”



**JAVIER
CABRERA-
DELGADO**



1. Desde Winora vemos que el ciclismo urbano se ha desarrollado en los últimos años de forma positiva y constante. Quizás este aumento del uso de la bicicleta en las ciudades ha sido inferior a las expectativas, pero está siendo un incremento sólido y sostenible en el tiempo.

2. En cuanto a materiales, se buscan productos cada vez más versátiles, prácticos y acorde con la moda, donde se combina el uso de los mismos tanto para montar en bici como para el día a día en las ciudades.

3. Las bicicletas eléctricas están ayudando al desarrollo del ciclismo urbano como medio de transporte eficiente. El futuro pasa por mejorar las infraestructuras para los ciclistas en las grandes ciudades con carriles bici, aparcamientos de bicis seguros, etc. Debemos conseguir que el ciclista se sienta seguro y cómodo en las urbes.

Para nosotros, lo que más se demanda son bicicletas fáciles de manejar, cómodas y con un diseño purista. Por ejemplo, nuestro modelo urbano Radius con ruedas de 20" está teniendo mucho éxito.

“**Lo que más se demanda son bicicletas fáciles de manejar, cómodas y con un diseño purista**”



**VINCENT
HIGUET**



1. Está en plena transformación, hay un incipiente movimiento urbano que demanda accesos seguros para trasladarse en bicicleta a cualquier lugar, sea por motivos lúdicos, deportivos y como novedad, también laborales, ya que España está descubriendo que la bicicleta sirve también como vehículo de transporte para acudir al trabajo y quehaceres varios.

Cada vez hay más presión de los colectivos ciclistas urbanos que reivindican carriles bici, ciclo vías, zonas pacificadas a 30 km/hora de velocidad, así como circular a contra vía en zonas pacificadas. Como resultado del mayor uso de la bicicleta y de las demandas antes citadas, se está produciendo una respuesta favorable, muy dispar, en los ayuntamientos, comunidades autónomas, diputaciones, etc... Tenemos casos donde ciertos ayuntamientos apuestan decididamente por desplegar soluciones con mayor o menor acierto, como Sevilla, Zaragoza, Valencia, Barcelona, etc... y en otros muchos aún no se toman las medidas necesarias.

Lo que prueba que nos encontramos ante un movimiento incipiente es que, si bien se ejecutan vales en abundancia en algunos conglomerados urbanos, no se resuelve el problema del aparcamiento como se debiera, ya que la colocación de arcos de seguridad en mayor o menor cantidad no es una medida suficiente para facilitar el uso de la bicicleta, pues son necesarios refugios seguros para corto, medio y largo plazo y talleres de mantenimiento, en las inmediaciones de las estaciones de transporte colectivo, éstas infraestructuras son prácticamente inexistentes en España.

2. El usuario demanda, cada vez más, una bicicleta híbrida que le sirva para ir de paseo, al trabajo y también para darse una vuelta por zonas rurales de difícil acceso. Moustache sigue triunfando con su Samedi 27 Xroad, ya que al modelo 2018, además de disponer soluciones como la utilización de neumáticos Hutchinson Python, ideales para una utilización variada, se le han incorporado importantes mejoras como el extraordinario cuadro hidroformado con batería integrada Bosch de 400 ó 500 vatios y su exclusiva tecnología Hidden Power. A nivel de motorización se sigue apostando por la mejor marca del mercado, con los insuperables Bosch Performance y Performance CX, así como la nueva motorización Bosch Active Plus, muy silenciosa y adecuada para conseguir gran autonomía, éste nuevo motor lo equipa nuestra Xroad1.

3. El mercado sigue evolucionando. Moustache está experimentando un aumento de clientela femenina, ¡que alcanza casi el 100%! Las ventas de bicicletas urbanas y poliva-

“**El cliente evoluciona hacia la búsqueda de bicicletas de calidad**”

lentes, tipo XRoad, significan ya el 28% del total de ventas, manteniendo un crecimiento lento pero firme.

Por otro lado, se observa que el cliente evoluciona hacia la búsqueda de bicicletas de calidad. Sabe que en general los bajos precios esconden, muchas veces, problemas mecánicos y de fiabilidad a corto y medio plazo. Hay un importante sector de usuarios que está madurando y que prefiere una mayor inversión inicial para garantizar así un disfrute largo y seguro de su bicicleta. Es entre este sector que Moustache recibe el reconocimiento a la gran calidad de sus productos.



ANNA
COMAS



1. Sin duda los sistemas de bicicleta pública han sido grandes promotores del uso de la bicicleta y han ayudado a que muchos usuarios terminasen comprándose su propia bicicleta para hacer los trayectos diarios. Además, las administraciones están apostando de manera clara por este sistema de transporte: el Área Metropolitana de Barcelona ya ha repartido más de 300 eBikes entre los trabajadores de los ayuntamientos. Aún hay demasiadas dificultades para combinar la bicicleta con los otros transportes público y esto hace que no crezca más el número de adeptos al ciclismo urbano.

Recientemente nos encontramos con un nuevo escenario: la aparición de empresas de alquiler de bicicletas sin estación. Tendremos que ver si este nuevo sistema ayuda a captar nuevos clientes o si bien cubrirá una necesidad que hará frenar las ventas de bicicletas urbanas.

2. Los ciclistas urbanos buscan siempre la practicidad, porque entienden la bicicleta como un modo de transporte, pero también quieren sentir que su bicicleta es única, especial y acorde con su estilo de vida. La búsqueda de colores y la customización es lo que más gusta.

3. Los modelos de eBikes urbanas se van diversificando cada vez más, ya encontramos usuarios que después de probar las plegables con poca vida útil prefieren modelos de eBike compactos pero no plegables. Estas eBikes son más robustas, tienen una larga vida útil, son manejables y a veces tienen pesos inferiores a las plegables. Uualk ha apostado por las compactas (rueda de 20") desde los inicios y mantiene su apuesta ahora incorporando motor central de la marca Ucycle.

“Los modelos de eBike urbana se van diversificando cada vez más”



NACHO
FERNÁNDEZ



1. El ciclismo urbano está creciendo en número de usuarios año tras año, pero aún estamos a años luz del fenómeno que representa en otros países de Europa. Los obstáculos son de índole cultural, no nos han educado en el uso de medios de transporte ecológicos alternativos y la sensación es que tampoco existe una concienciación política y social que facilite a la gente la utilización de la bici urbana en sus desplazamientos diarios. No existen infraestructuras ni medios adecuados que permitan al ciclista sentirse seguro, y eso reduce seriamente el número de posibles usuarios. Tampoco la mayor parte de las empresas fomentan que sus trabajadores utilicen la bici, dado que en muchas ocasiones no hay sitio donde guardarlas al llegar a tu trabajo, etc.

2. El segmento urban es un segmento con mucho potencial pero que, desgraciadamente, en España aún no acaba de explotar por diferentes motivos ya comentados. Sin duda la tendencia se dirigirá al mercado de las eBikes urbanas con un precio competitivo gracias al auge de este tipo de bicis.

3. La situación a nivel de las eBikes urbanas es un poco similar a la del contexto general, ya que se topa con las mismas dificultades descritas en la pregunta anterior. Las demandas de los usuarios van centradas sobre todo en la autonomía, el tamaño y peso compacto dado que tienen que moverlas cuando llegan a su destino para guardarlas, y sobre todo en el precio.

“El segmento urban es un segmento con mucho potencial pero que en España aún no acaba de explotar”



IMANOL
CAÑADA



1. Veo la botella medio llena, es cierto que vamos tarde en comparación con otros países pero se están dando pasos importantes. Tenemos un clima excelente, en muchas ciudades se está invirtiendo en carriles bici, ir al trabajo en bici es saludable y además es cool. Tiene un potencial de crecimiento enorme. La clave está en conseguir que la movilidad urbana en bicicleta pase de ser cool a ser mainstream. Para ellos necesitamos que se invierta más y se fomente el uso de la bicicleta desde las distintas administraciones públicas. Es doblemente saludable, por un lado evitamos emisiones de CO2 y por otro lado evitamos el sedentarismo que conlleva a un mayor gasto sanitario. España, al igual que el resto de países desarrollados afronta grandes desafíos para hacer frente a los problemas que plantea la movilidad urbana. La bicicleta junto con un transporte público eficiente son claves.

2. Seguimos apostando fuertemente por innovar y ampliar nuestra gama de Bordos. El Bordo es un antirobo que está haciendo furor por su seguridad, flexibilidad de uso y facilidad de transporte. Presentamos dos grandes novedades para el ciclista urbano: nos gustaría destacar el bordo con alarma 6000A/90 y el 6500 Big, una versión más larga de nuestro exitoso bordo 6500. Por último destacamos el lanzamiento de la marca Citadel.

“La clave está en conseguir que la movilidad urbana en bicicleta pase de ser cool a ser mainstream”

3. En España el desarrollo de las eBikes hasta la fecha va muy ligado a la actividad deportiva. Lamentablemente los usuarios que están apostando por las eBikes urbanas son los que menos. Es muy importante que desde los distintos gobiernos premien tanto a los usuarios como a las empresas que apuesten por este nuevo medio de transporte. Pensamos que las eBikes de uso compartido que hay en algunas ciudades serán una buena herramienta para que los usuarios se familiaricen al uso de eBikes y que posteriormente se animen a adquirir una. Es el medio de transporte más cómodo, económico y ecológico que existe. Desde Abus como empresa de seguridad seguiremos investigando e invirtiendo para desarrollar los mejores antirrobo del mercado. Pondremos nuestro granito de arena para que los usuarios pierdan el miedo de si la bici vaya a estar al acabar de trabajar o no... Hay que hacerles entender que hay que invertir en seguridad, nosotros, al igual que las fuerzas de seguridad, sugerimos que al menos se invierta en el antirrobo el equivalente al 10% del valor de la bicicleta.



MARIA
RIBATE

BIBÃO
eBIKES

1. El ciclismo urbano en España sigue creciendo, pero todavía está lejos de otros países europeos. Aunque es cierto que cada vez son más las personas que se mueven en bici por zonas urbanas y se ve una tendencia muy positiva en este aspecto. Además, poco a poco son más las ciudades que tratan de adaptarse a los ciclistas (aunque queda aún mucho que hacer en este sentido) y apuestan por promover el uso de la bicicleta como medio de transporte. Esperemos que la tendencia siga así y que desde los Organismos Públicos apoyen políticas para beneficiar su uso en nuestro día a día contribuyendo, así, a la mejora de nuestros hábitos, del medioambiente y, por ende, de nuestras ciudades y calidad de vida.

2. Por un lado, el estilo retro sigue de moda y, por otro, como ya se viene viendo desde los anteriores años, claramente las bicicletas eléctricas están pegando cada vez más y más fuerte. Desde Bibão seguimos trabajando en este sentido para crear nuevos modelos urbanos que sigan aportando al ciclista urbano la estética, calidad y confortabilidad que buscan. En cuanto a complementos, la oferta del mercado es infinita para los distintos tipos de cliente que buscan diferentes estéticas y/o funcionalidades. Se presentan además, como en todos los campos, distintas soluciones tecnológicas para adaptar a nuestras bicis.

3. La situación de las eBikes urbanas, igual que en el caso del ciclismo urbano en general, aun estando lejos de las cifras en otros países europeos, es buena. Y lo que es más positivo, cada vez irá a mejor. Cada vez se conocen más y son más las personas que se han animado a probarlas y a comprarlas, y ya sabemos que quien prueba una ebike, repite (está comprobado). Hay barreras a superar; como ya hemos mencionado, el hecho de que las ciudades aún no estén adaptadas al ciclista urbano, los robos, el precio medio de estas, etc. Pero estamos convencidos del crecimiento del sector, no solo en la gama urbana sino que también en la más deportiva que está experimentando, asimismo, un notable incremento. Y, como siempre decimos, allí estaremos nosotros. En cuanto a características, el ciclista urbano es cada vez más exigente y demanda una perfecta combinación entre una cuidada estética, una buena calidad y un precio competitivo, también buscan un peso contenido y funcionalidad. Desde Bibão trabajamos continuamente para poder adaptarnos a la demanda del usuario y poder cumplir con todos los requisitos.

“El ciclista urbano es cada vez más exigente y demanda una perfecta combinación entre una cuidada estética, una buena calidad y un precio competitivo”



ALVARO
OLASOLO

BH

1. Las ciudades cada vez son más “bike friendly” aunque aún hace falta mucho trabajo para que podamos estar al nivel de infraestructuras de otros países europeos como Alemania u Holanda. En estos países ya se ha demostrado que la bicicleta es un gran medio de transporte con el que moverse de forma rápida y saludable. Sin duda aún queda mucho camino por recorrer, pero la bicicleta se está convirtiendo en una herramienta fundamental para la sostenibilidad de las ciudades.

2. Hasta hace poco la mayoría de las bicicletas que se utilizaban en las ciudades españolas eran bicicletas antiguas de carretera, montaña o trekking de bajo valor. Actualmente el precio medio ha incrementado mucho y el usuario busca una bicicleta mucho más técnica, con la que trasladarse en el día a día de manera segura sin importar la climatología o condiciones de luz. Los complementos también están evolucionando en este sentido y desde BH seguimos trabajando a fondo para contar con una amplia gama enfocada al uso urbano. Uno de los frenos a la hora de comprar bicicletas de alta gama urbanas o eBikes es el alto índice de robos y es por ello que trabajamos en elementos de seguridad como localizadores GPS.

3. BH fue una de las primeras marcas en producir eBikes hace ya 9 años y en los inicios casi la totalidad de la demanda venía del mercado de exportación. Desde hace dos años la balanza se va equilibrando y se ha visto un gran incremento en las ventas nacionales, tanto en categoría deportiva como urbana. La gente busca un producto de calidad, donde prima la autonomía y el equipamiento de la bicicleta. Nuestras familias Cross, Jet y Street son las que más demanda tienen entre los usuarios urbanos.

“Actualmente el precio medio ha incrementado mucho y el usuario busca una bicicleta mucho más técnica”

Hebo presenta sus zapatillas de trial más sofisticadas



Hebo Bike presenta sus nuevas zapatillas de bike trial para ofrecer la mejor comodidad, protección, seguridad y agarre para los amantes del trial en bici.

La larga historia y conocimiento de Hebo en el mundo del trial junto a la estrecha colaboración del 6 veces campeón del Mundo de trial Abel Mustieles han permitido desarrollar las mejores zapatillas de bike Trial que se hayan creado. Los zapatos Bunnyhop son la máxima expresión después de meses de desarrollo con múltiples prototipos. El objetivo era claro, crear el calzado referente del mundo del bike trial desarrollando un zapato de máxima comodidad y soporte en todas las áreas

y con un agarre sin precedentes para los ciclistas, tanto para profesionales como aficionados.

El nuevo modelo Bunnyhop incluye una sujeción total con el avanzado sistema de lazada BOA proporcionando durabilidad, agarre, protección en las partes más expuestas de tu pie y gran confort.

Principales características:

- Protector TPU transparente para tobillo y bota ante golpes de biela
- Protector TPU lateral y frontal de la bota
- Sistema de sujeción BOA
- Microfibra de piel
- Material transpirable
- Suela de goma de doble densidad

Bontrager lanza los cubrezapatillas S1 y S2 Softshell

Si montas en bici habitualmente sabrás la importancia de llevar siempre los pies abrigados. Bontrager lanza al mercado los cubrezapatillas S1 y S2 Softshell para protegerte del frío en tus salidas invernales.

El cubrezapatillas S1 Softshell protege tus pies con una capa aislante que te mantiene abrigado y seco cuando la temperatura roza los cero grados (tejido Profila Softshell). Estos cubrezapatillas, diseñados tanto para montaña como para carretera, ofrecen la máxima versatilidad y se adaptan fácilmente a las zapatillas con cierre micrométrico o de hebilla.

La cremallera YKK permite quitártelos y ponértelos fácilmente y el material reflectante aumenta la visibilidad del biomovimiento y permite que los demás te vean.

Recuerda, cuando la temperatura roce los cero grados enfúndate los cubrezapatillas S1 Softshell. El cubrezapatillas S2 Softshell es ideal para los ciclistas que buscan la máxima protección de los pies durante los días de frío extremo. Nuestro cubrezapatillas más resistente es perfecto para temperaturas gélidas. Este cubrezapatillas, fabricado con tejido Profila Neopreno para protegerte de la lluvia y el frío, ha sido diseñado tanto para



montaña como para carretera. Al igual que los S1, su corte estilizado se adapta fácilmente a las zapatillas con cierre micrométrico o de hebilla y el material reflectante aumenta la visibilidad del biomovimiento y permite que los demás te vean. Recuerda, para los días de frío extremo elige el cubrezapatillas S2 Softshell.

Gore Wear presenta las últimas novedades en chaquetas



La nueva colección primavera/verano 2018 de Gore Wear destaca por incorporar las primeras chaquetas Gore-Tex para ciclismo y running con tecnología de producto Shakedry en varios colores y con paneles elásticos. Son ultraligeras, muy compactas, altamente transpirables y totalmente impermeables con un efecto perlado permanente. Ahora, las chaquetas Gore-Tex Shakedry están disponibles en varios tonos e incluyen elementos en colores fluorescentes que mejoran la visibilidad. La nueva colección también incluye una chaqueta elástica que ofrece mejor ajuste y más libertad de movimiento. En primavera 2018, los consumidores podrán elegir entre 18 modelos Gore-Tex Shakedry.

El elemento más especial de la tecnología Gore-Tex Shakedry es la capa exterior: las chaquetas Shakedry llevan la membrana Gore-Tex en la superficie, en lugar de un tejido convencional. Por eso, las chaquetas Shakedry son muy ligeras y transpirables sin perder la impermeabilidad. Al llevar la membrana en el exterior, las gotas de lluvia resbalan sobre la superficie y la chaqueta se seca fácilmente con una simple sacudida. No es necesario aplicar ningún tratamiento para renovar la impermeabilidad.

Hasta la fecha, sólo había sido posible teñir de negro la membrana exterior, originalmente de color blanco, pero gracias a los ingenieros de Gore, ahora, las chaquetas Gore-Tex Shakedry también están disponibles en azul y gris. Los modelos Gore C5 Gore-Tex Viz llevan en las mangas detalles fluorescentes, fabricados con el laminado Gore-Tex Active Shell que aseguran una visibilidad todavía mayor. Todas las chaquetas Gore-Tex Shakedry de hombre y mujer también incluyen elementos reflectantes. El producto más destacado que ha creado el departamento de desarrollo de Gore es la chaqueta Gore C7 Gore-Tex Shakedry Stretch, la primera chaqueta Gore-Tex Shakedry con paneles elásticos Gore-Tex en los lados, el bajo y los hombros. El resultado es una chaqueta de ciclismo de competición entallada que asegura ajuste perfecto y máxima libertad de movimiento. Estos paneles están formados por un material elástico que cede bajo la más mínima presión.

Todo el año se convierte en la estación perfecta con Löffler

Löffler trabaja constantemente con tecnología innovadora y ofrece para la colección 2018 ropa ciclista exclusiva producida en el corazón de Europa, Ried im Innkreis (Austria). La colección ciclista está dirigida tanto a ciclistas de carretera como de montaña, ya sean deportistas aficionados o profesionales.

No importa si hace frío, llueve o hace viento, Löffler ofrece para cada climatología la chaqueta adecuada. Los materiales utilizados de la nueva generación de prendas –desde el Primaloft® hasta el Windstopper® Softshell y el Gore-Tex® – poseen una transpirabilidad perfecta. Estos reducen la humedad, mantienen una temperatura cálida y al mismo tiempo evitan el sobrecalentamiento. Además, Löffler siempre tiene en cuenta a la hora de producir que las chaquetas ciclistas sean ligeras, con una perfecta adaptación al cuerpo, prácticas y seguras.



MAILLOT VENTSIRO WINDSTOPPER® LIGHT

Está fabricado con una cremallera con orificios de ventilación, inserciones elásticas, dos bolsillos traseros y detalles reflectantes en los hombros. Está disponible en diferentes colores y en las tallas de la 46 a la 56.

CULOTE MOTIVATION WS SOFTSHELL WARM

Está fabricado combinando los tejidos Windstopper® Softshell Warm y Thermo - Innenvelours en la parte trasera. Ofrece forro protector transtex® en la zona lumbar, tirantes de tejido malla, una cremallera reflectante en la pierna, badana comfort Comfort Gel Air y está disponible en diferentes colores y en las tallas de la 46 a la 56.

ISO CHAQUETA CICLISTA PRIMALOFT® MIX

Fabricada con Primaloft® Gold 60 Gramm Wattierung y tecnología hotBond®, tiene una cremallera frontal reflectante con guardacremallera tanto para el rozamiento como para el manejo con una sola mano (manejable incluso con guantes), bolsillos con cierre de cremallera, un corte adaptado a la bicicleta con cierre de cintura de silicona para que la chaqueta no se suba por detrás, cuello forrado que mantiene la calidez. Está disponible en tallas de la 32 a la 46, y de la 46 a la 56.



RAINWEAR: GORE-TEX® SHAKEDRY™

Se trata de la chaqueta Gore-Tex® más ligera y transpirable con la construcción revolucionaria de dos capas, altamente impermeable y cortavientos tanto para ciclismo como para running. Su superficie Shakedry™ provoca que el agua se deslice y aporta un destacable confort para todas las condiciones climáticas.

Está fabricada con la nueva y revolucionaria tecnología Gore-Tex Active con Shakedry™: el nuevo material de dos capas no necesita de más capas exteriores. Dicha superficie deslizante actúa de manera continua y está elaborada de una membrana impermeable y transpirable que no necesita de un tratamiento previo. La parte exterior de la chaqueta se seca mediante una breve agitación (Shakedry™).


Es muy ligera, 120gr. Gracias a su escaso volumen cabe en el bolsillo de cada maillot. Es también 100% impermeable y cortavientos, además de una elevada transpirabilidad. No necesita de ningún tratado posterior. Tiene un bolsillo trasero con cremallera y cintura elástica y está fabricada con detalles reflectantes para una adecuada seguridad.



Descubre toda
nuestra gama en

www.neomouv.com
Bicicletas con asistencia eléctrica

BTT CRONOS 27,5"

- Motor **brose**
- Tecnología Alemana 

NEOMOUV TAMBIÉN ES:

	URBANA
	PASEO

CRONOS , BTT CON ASISTENCIA ELECTRICA- UNA BICICLETA PARA CADA OCASIÓN

neomouv

neomouv



KALYSO... ACCEDE AL GRIAL

KALYSO

- Bicicleta urbana
- Ergonomía baja y ancha de fácil acceso
- Motor central NEOASSIST (60 nm)

PVP:

A PARTIR DE 1.719 €

PARA UNA BATERÍA DE 480WH(13 AH)



www.neomouv.com



La selección española de ciclismo estrena un innovador culotte

Para el 2018, las innovaciones en la ropa ciclista de Inverse para la selección española de ciclismo se centran en el culotte. El nuevo culotte personalizado se basa en la nueva colección de ropa ciclista Squad 2018 de Inverse que incorpora dos nuevos acabados: el "reflective round grip" y el tirante elástico micro-perforado sublimado.

El revolucionario "Reflective Round Grip" ayuda a la máxima visibilidad del ciclista, a parte de garantizar un mayor confort al ser un "grip" de silicona en el interior y tener una micro-perforación que mejora la transpiración en la parte del muslo.

Los numerosos puntos reflectantes que tienen en el exterior del "grip" permiten aumentar notablemente la visibilidad del ciclista en una distancia de 150 metros, ganando así una mayor seguridad vial en los recorridos nocturnos. Y aunque la mayoría de las competiciones de la selección española se celebran durante las horas de luz solar, es también muy útil en los entrenamientos matutinos, vespertinos y

nocturnos.

Aumentar al máximo la precaución y la visibilidad tanto diurna como nocturna, son acciones fundamentales para mejorar al máximo la seguridad vial de un ciclista.

La nueva colección de ropa ciclista de Inverse para el 2018 incorpora el "Reflective Round Grip" en los modelos Meta, Squad y Union.

El tirante elástico micro-perforado sublimado es otra de las grandes innovaciones que incorpora Inverse en sus nuevas gamas de ropa personalizada de ciclismo para el 2018 y en ropa de colección de ciclismo Squad y Union 2018.

El resto del culotte de la selección española de ciclismo está fabricado con el magnífico tejido Lycra Spirit de Inverse que garantiza la elasticidad y la transpiración de esta prenda. Así mismo, incorpora la mítica badana Tour que es perfecta para largas sesiones de ejercicio y para las pruebas más exigentes.

Hebo Bike lanza el casco versátil Origin

Hebo Bike presenta su nuevo casco dentro del mundo de la bici para ofrecer la mejor comodidad, protección y seguridad a la hora de emprender la mejor de las aventuras. Se trata del casco Origin, perfecto para el Enduro y All Mountain.

Diseño agresivo, vanguardista y confort sublime son algunas de las características que lo convierten en una pieza exclusiva para estas disciplinas. Este casco cumple con un ajuste perfecto gracias al novedoso sistema BOA. Además el nuevo casco Origin es muy ligero 326grs, muy ventilado y contiene una protección extra en su parte trasera para ofrecer la máxima seguridad. También cuenta con un accesorio de lujo: la compatibilidad con la men-



tonera desmontable (sin herramientas) del Genesis, el primer casco con mentonera desmontable sin herramientas con certificación ASTM 1952 de Downhill americana.

Sigma Sport presenta el faro Buster 300



El Buster 300 sucede al Buster 200 y añade otros 100 lúmenes. El nuevo faro de potencia de 300 lúmenes además incorpora una serie de mejoras consigo. Entre ellas, 70 metros de alcance de iluminación y una duración de encendido de hasta 20 horas, dependiendo del modo de iluminación. A pesar de su mayor rendimiento, la Buster 300 es más económica que el modelo anterior.

Además de la relación calidad-precio, también se ha optimizado el concepto operativo de los nuevos modelos Buster. Mediante un doble clic durante su funcionamiento, la lámpara puede cambiar al nivel más fuerte o al de cruce rápidamente. Una función práctica para no deslumbrar al tráfico en sentido contrario.

Con su nuevo concepto de diseño del cuerpo refrigerante en el dorso, la Buster 300 garantiza una perfecta disipación de calor y por tanto una regulación de temperatura óptima. La robusta carcasa está protegida contra salpicaduras conforme al estándar IPX4, así que es idónea para cualquier uso al aire libre.

Sobre su soporte atornillado, el faro se fija firmemente al manillar y se puede girar 360°, una vez puesto en el soporte. Las Buster 300 son compatibles además tanto con los otros sistemas de fijación atornillados de Sigma como con el soporte de silicona o el soporte universal del casco. Además, se incluye un adaptador para la fijación en soportes de cámaras de acción, junto con el faro.

Todos los faros delanteros USB de Sigma Sport están provistos de un indicador de carga de dos niveles. El color en el botón de manejo indica la capacidad actual de la batería. Cuando el nivel de batería baja del 70%, el botón luce verde, por debajo del 30% se vuelve rojo. Con el cable micro USB que incorpora, la Buster 300 se recarga completamente en menos de tres horas. Esto se indica mediante el botón de manejo luciendo verde. En cuanto a los componentes, se ha confiado en la probada calidad del "Cree LED".

Lurbel: máxima tecnología

La empresa española ofrece un producto textil de máximo rendimiento y con infinidad de prestaciones



MAILLOT HORIZON

Es un maillot de manga larga con tecnología iDT. Destaca por ser un modelo con ergonomía y tallaje para hombre. Es una prenda con diseño ergonómico y sin costuras en su perímetro.

Gracias a las cualidades de las fibras y el sistema de tejeduría se caracteriza por su elasticidad bidireccional que permite que la prenda esté adaptándose permanentemente junto al ciclista acompañándolo en sus movimientos y dando una sensación de libertad única. Gracias a su tecnología iDT presenta prestaciones optimizadas a diferentes niveles como su capacidad de evacuación del sudor, su secado rápido y su erradicación del olor como consecuencia de la doble acción anti-olor de la rejilla de plata y el hilado de carbonizado de bambú. Este hilado está más concentrado en la cara interna de las zonas de más sudoración para potenciar su función antibacteriana. Rematan este completo maillot unos minuciosos acabados como una parte trasera con definición para mejor cobertura de la zona lumbar y unas áreas de refrigeración estratégicas, ajustes de posición y bolsillos en zonas clave para más comodidad.

CULOTE CONQUER

Es un culote largo con ergonomía y tallaje masculino. Presenta unos elásticos de ajuste anti-presión y fijación extra en la pierna y una confección interna de badana exclusiva con un cosido especial para minimizar roces. Es una prenda con un diseño ergonómico y sin costuras en su perímetro. Gracias a las cualidades de las fibras y el sistema de tejeduría se caracteriza por su elasticidad bidireccional que permite que la prenda esté adaptándose permanentemente junto al ciclista acompañándolo en sus movimientos y dando una sensación de libertad única.

Gracias a su tecnología iDT presenta prestaciones optimizadas a diferentes niveles como su capacidad de evacuación del sudor, su secado rápido y su erradicación del olor como consecuencia de la doble acción anti-olor de la rejilla de plata y el hilado de carbonizado de bambú. Este hilado está más concentrado en la cara interna de las zonas de más sudoración para potenciar su función antibacteriana.



CAMISETA PERFORM

Es una camiseta térmica de manga larga y primera capa con ergonomía masculina desarrollada con microfibra de polipropileno.

Se caracteriza por su versatilidad: a la vez que retiene la temperatura, evacúa rápidamente el sudor al exterior por lo que es la camiseta ideal para aislar la humedad del cuerpo y evitar así un posible enfriamiento.

Su estructura sin costuras en todo su perímetro potencia su comodidad y sus franjas laterales de ajuste extra con auto ventilación potencian una rápida expulsión del sudor y un ajuste idóneo.

CALCETINES BIKER EVO I

Son la versión Evo I del calcetín compresivo unisex específicamente diseñado para ciclismo con altura H5 (12-18cm sobre calzado).

En esta versión Evo I además de ampliar la paleta de colores a potentes versiones en tonos flúor, se le incluye una franja reflectante trasera en la parte superior de este calcetín para mayor visibilidad y seguridad en los rodajes nocturno y una trama de micro canales dispuestos de forma cónica en la parte trasera de la zona compresiva que reparte las presiones y evita molestias por aumento de presión en un punto en concreto.

Se trata de un calcetín muy fino y con una estructura sin costuras y de máximo ajuste estudiada para el máximo confort y sensibilidad. Presenta una liberación de presión en el empeine para una correcta articulación.



Sportful renueva su oferta de prendas interiores de invierno



El uso de unas buenas prendas interiores es fundamental para ir bien abrigado cuando hacemos deporte. En el ciclismo esta prenda es indispensable para mantener el calor corporal y para evitar desagrasables enfriamientos. Por supuesto, también es importante que los tejidos empleados en este tipo de ropa, como primera capa, evacúen bien el sudor que se genera durante el esfuerzo. Sportful lleva años ofreciendo unas camisetas interiores de primera calidad, una oferta que ahora ha mejorado con la serie Bodyfit Pro, que emplea el tejido propio Thermal Pro+. También destaca para esta campaña invernal el lanzamiento de la primera camiseta interior de la serie Fiandre, con un diseño especialmente pensado para climas húmedos.

Fiandre Thermo Layer SS

La famosa serie Fiandre de Sportful incorpora por primera vez a su catálogo de prendas para ciclismo en cualquier condición una camiseta interior. En este caso estamos ante una prenda de manga francesa (hasta el codo), muy ligera y de un gran ajuste. Una camiseta fabricada en polipropileno de muy baja retención de la humedad y gran capacidad aislante. Una prenda ajustada, versátil y polivalente, que se ha diseñado pensando en

climas húmedos y lluviosos. Un producto válido para usarse bajo cualquier maillot y chaqueta de Sportful en un rango de temperatura de entre 0 y 10°C. La Fiandre Thermo Layer tiene un peso de solo 106 gramos y está disponible en tallas de la XXS a la XXXL.

Bodyfit Pro Base Layer

En el catálogo de Sportful desde hace un par de temporadas, la gama 2018 de prendas interiores Bodyfit Pro se completa ahora con una versión femenina tanto en versión de manga larga como manga corta. Estas prendas aportan al ciclista calidez, un tacto agradable y una gran capacidad de aislamiento.

El tejido en forma de rejilla permite conservar el calor corporal y favorecer la humedad, además de ser extraordinariamente ligero. Las prendas de esta serie Bodyfit Pro, con tejido Thermal Pro+, ofrecen un tacto mucho más cálido que la mayoría de prendas a base de tejidos sintéticos. Las versiones de manga larga cuentan con un cuello alzado y están pensadas para inviernos fríos, mientras que los modelos de manga corta ofrecen un uso más polivalente. El peso de estas prendas se anuncia desde 150 gramos y están disponibles en tallas XS a XXXL.

Las gafas Fotonyk de Rudy Project, número 1 en ventas

Tras casi dos temporadas en el mercado, las grandes prestaciones como su comodidad, su ligereza, su facilidad en personalizar y combinar colores de la montura, la posibilidad de incluir la polivalente y popular lente fotocromática ImpactX 2 exclusiva de Rudy Project® y, sobre todo, su excelente relación calidad-precio, ha convertido la Fotonyk en la gafa más vendida en España de la firma italiana.



Garmin presenta el nuevo reloj con GPS Forerunner 30



La marca especializada en soluciones con satélite Garmin presenta su nuevo reloj deportivo con GPS, el Forerunner 30, un que combina diversas funciones con una excelente relación calidad-precio. Con el nuevo Forerunner 30 será más fácil comenzar a hacer deporte ya que se trata de un dispositivo sencillo y muy completo pensado para quienes practican deporte asiduamente y desean mantenerse en forma y conocer sus progresos.

Este modelo incluye todas las prestaciones que cualquier runner necesita, además de herramientas de control de fitness, sensor de frecuencia cardíaca en la muñeca, y notificaciones inteligentes. Todo ello con la posibilidad de realizar un seguimiento de cada actividad y cargar los datos automáticamente a Garmin Connect, donde es posible profundizar en las estadísticas personales.

Con un diseño cómodo, actual y ligero, Garmin Forerunner 30 está equipado con la conocida tecnología Garmin Elevate, que facilita la medición de la frecuencia cardíaca directamente desde la muñeca. De esta manera, no es necesario disponer de ningún elemento extra, como una banda de pecho, para estar siempre informado acerca del ritmo del corazón, así como otros datos.

Este es el caso, por ejemplo, de la estimación de VO2 Max o, lo que es lo mismo, un indicador de la capacidad de rendimiento del cuerpo que se puede mejorar mediante la práctica de ejercicio. Este es uno de los objetivos de este reloj: ayudarte a controlar y mejorar tu condición física.

Cuando corres o entrenas con él, tendrás todo lo que puedes desear, ya sea en interior o exterior. Porque integra GPS y acelerómetro, lo que se traduce en la obtención de datos como distancia recorrida o velocidad a la que corres.

Además, monitoriza tu actividad tanto de día como de noche, lo que se traduce en la contabilidad de pasos y calorías quemadas a lo largo del día, además de recordarte cuándo es hora de moverse (en caso de estar más de una hora inactivo). Tan sólo es necesario caminar durante un par de minutos para restablecer el indicador de inactividad del reloj.

Odlo revoluciona la ropa interior deportiva

La empresa suiza presenta sus propuestas y apuesta por el rendimiento y el diseño



ODLO FUTURESKIN

La arquitectura se une con el deporte: con Odlo Futureskin. Con Zaha Hadid Design se ha logrado una colaboración que comparte con Odlo la pasión por la precisión, la estética, el rendimiento y la innovación. Como resultado de la extraordinaria cooperación, Odlo presenta la exclusiva serie de capas interiores Odlo Futureskin. De esta forma, Odlo también dio un nuevo impulso al concepto Organic Bodymapping.

Durante las actividades deportivas en días fríos, el cuerpo presenta diferentes en función de su ubicación, como la protección contra la intemperie, el aislamiento, el transporte de la humedad o la libertad de movimiento. Para cumplir con estos requisitos parcialmente contradictorios con una sola prenda, Odlo trabaja con zonas funcionales orgánicas. Mientras algunas zonas presentan propiedades aislantes, otras son particularmente transpirables. Además, las estructuras elásticas en las articulaciones de rodillas y codos garantizan una libertad de movimiento total gracias al innovador diseño de 360°. La transición entre estas diferentes zonas resulta fluida en contraste con el Bodymapping convencional: sin ligaduras, costuras ni insertos. Las transiciones fluidas y únicas se pueden implementar en la tecnología de tricotado sin costuras gracias a la dilatada experiencia de Odlo. El diseño futurista con las curvas fluidas le aporta a Odlo Futureskin un aspecto tridimensional.

NATURAL KINSHIP

Natural (+) Kinship es un elemento indispensable para los deportistas concienciados con el medio ambiente que disfrutan de la comodidad. La incomparable comodidad de uso se puede lograr gracias a la calidad del material suave con un 57 % de lana merino extrafina. Como resultado, la tela resulta particularmente suave a la piel. La mezcla de fibras funcionales y naturales genera un efecto inhibitor del olor y regula la temperatura corporal de manera óptima, tanto en días fríos como cálidos. Natural (+) Kinship también representa una construcción jacquard sin costuras muy sofisticada, lo que significa que el patrón no se estampa sino que se logra mediante una tecnología de punto sin costuras. El diseño de la línea Natural (+) Kinship está inspirado en las raíces noruegas de Odlo. Odlo adopta los patrones tradicionales de tejido escandinavo y los reinterpreta para crear un aspecto discreto y moderno.



ZEROWEIGHT

Con Zeroweight, Odlo asume otro concepto para su categoría Outdoor Performance. La ligereza constituye un criterio importante para aquellos que practican deporte en el exterior. Por ello, Odlo ha desarrollado el innovador material de aislamiento Zeroweight para días fríos, que destaca por su impresionante relación calor-peso. Los productos Zeroweight mantienen el calor durante las actividades invernales con muy poco peso. El diseño Bodymapping de Zeroweight asegura la protección correcta donde sea necesaria, sin restringir la libertad de movimiento ni la transpirabilidad.



Versa: la línea más casual de PEARL iZUMi

Este nuevo concepto de PEARL iZUMi ha llegado para marcar la diferencia. Versa es la línea de la marca más casual, es una mezcla del estilo más urbano con la tecnología y las características de las prendas ciclistas. La colección viene a cubrir un hueco, detectado por PEARL iZUMi, dentro del amplio segmento que ellos denominan "Dirt", y que cubre disciplinas y usos tan variados como el All-Mountain, Trail, Cross-Country, Adventure, Groad o Bike Path.

En definitiva, es una línea versátil y activa que va más allá de una disciplina concreta, y se adapta

a un usuario que ve la bicicleta como un medio de transporte, una filosofía de vida, es respetuoso con el medio ambiente y se preocupa por su salud. Versa no es competición. Sus prendas están optimizadas para un uso de máximo una hora en bici.

Este concepto de PEARL iZUMi se presentó internacionalmente en verano de 2017 y llegó a España con la colección actual de Otoño-Invierno 2017. También estará presente en las próximas campañas de Primavera-Verano 2018 y Otoño-Invierno 2018.

Buddyswim presenta un nuevo tamaño de boya para nadar en el mar

En concreto este nuevo tamaño de la boya Buddyswim tiene 20L de capacidad frente a los 28L de su hermana mayor. Está especialmente indicada para aquellos nadadores que no necesitan guardar en su interior demasiados objetos personales mientras nadan en el mar, río, lago o pantano.

Se trata de un complemento indispensable que todo aficionado a la natación en esta modalidad debería usar en sus entrenamientos para aumentar su seguridad. Fabricada con un resistente acabado de Nylon, cuenta con dos cámaras de aire independientes para minimizar el riesgo de pinchazo. Su interior es cien por cien estanco y permite guardar desde objetos personales a una pequeña toalla. Las asas ergonómicas permiten al nadador un agarre óptimo en caso necesario. Esta nueva versión está disponible en color amarillo con el mensaje "Caution: Swimmer at work" y en color rosa con el mensaje "Live, love, swim",



en ambos casos Buddyswim incluye un gorro de silicona de color llamativo para aumentar la visibilidad del nadador en el agua.

Armor de Lazer: fuerte como el acero, ligero como una pluma



Con su construcción In-Mold, este casco pasó todas las pruebas de impacto pesando tan solo 275 gramos. Sus canales de ventilación permiten expulsar el aire caliente y mantener el flujo de aire frío. Su sistema de retención TS+ permite un ajuste cómodo para poder circular con absoluta seguridad por la ciudad. En resumen, es un casco que ofrece la máxima seguridad con una apariencia genial, los mejores avances tecnológicos y la máxima ligereza.

Rudy Project ficha por el Lotto-Soudal y el Burgos-BH

El distribuidor oficial de Rudy Project en España, Sportmed, ha anunciado las nuevas colaboraciones de la marca italiana dentro del ciclismo profesional. En concreto, el equipo UCI Pro Tour Lotto-Soudal y la escuadra Pro Continental Burgos-BH se unen a los equipos embajadores de Rudy Project para este 2018. Así, la marca transalpina certifica la fuerte apuesta por el ciclismo.

Después de estas dos incorporaciones Rudy Project tendrá este 2018 una gran presencia en el pelotón internacional gracias a los equipos de la máxima categoría como son el Bahrain-Merida (Gafas y cascos), el Trek-Segafredo (Gafas) y el citado Lotto-Soudal (Gafas), y los equipos de la categoría Pro-Continental como el polaco CCC (Gafas y cascos), el belga Top-Sport Vlaanderen (Gafas y cascos), y el citado Burgos-BH (Gafas). Todos ellos garantizan máxima representatividad en la gran mayoría de las pruebas del calendario UCI.

El popular modelo Tralyx ha sido la gafa elegida entre todos los equipos, mientras que el polivalente Race Master y los aerodinámicos Boost01 y Wing57 son los cascos escogidos entre las escuadras que también confían en los cascos de Rudy Project.

Ortlieb: impermeabilidad a toda prueba para tus aventuras

El invierno ha llegado con más crudeza que nunca y tus viajes no pueden posponerse por un poco de mal tiempo. Como siempre Ortlieb está de tu lado ofreciéndote la seguridad de llegar al destino y tener todo tu equipaje seco. Ahora es el momento de presentar las novedades para equiparte y empezar a preparar tu proyecto para este año. Todos los productos Ortlieb están realizados en el cuartel general de la marca, en Heilsbronn, y disfrutan de 5 años de garantía.



< BIKEPACKING

La familia para equipar tu bicicleta crece. Este conjunto está compuesto por la bolsa pequeña del manillar, las alforjas delanteras de gravel, la alforja del tubo superior del cuadro, la alforja de manillar grande y la alforja de sillín. Destaca por su montaje seguro y por su material ligero. Es resistente y ofrece mucho espacio pese a su volumen compacto. Distribuye la carga a la perfección.

GEAR - PACK >

Es una mochila modular - híbrida estanca. Ofrece las ventajas de una bolsa y las de una mochila ya que es convertible de manera muy fácil. Tiene un sistema de ajuste que permite adaptar la mochila a cualquier tamaño o práctica deportiva que se quiera realizar.



< URBAN LINE

Es una mochila impermeable para el día a día en la ciudad. Tiene un diseño elegante, una gran capacidad aunque no ocupa más espacio que una carpeta DIN A4. Es muy cómoda.

RACK3 >

Es un nuevo portaequipajes de Ortlieb compatible con todos los sistemas de anclaje de las alforjas Ortlieb. Está fabricado en aluminio y permite un montaje muy fácil.



< DISEÑO VELOCITY

Están disponibles ahora con nuevos diseños: son bolsos para el día a día con un atractivo y vistoso diseño frontal e impermeables como siempre. Sus nuevos diseños de este clásico modelo son Piña colada, Network, Jungle y Ethno.

FREE-LINE >

Son unas nuevas bolsas libres de PCV. Esta colección incluye las alforjas traseras para tu portaequipajes, las alforjas traseras, las alforjas delanteras y el bolso de manillar Ultimate 6M.



Los discos flotantes de Galfer Bike se visten de color

Galfer Bike introduce cuatro nuevos colores para nuevos pines de sus discos de freno Wave® flotantes: rojo, azul, dorado y naranja.

Los discos de freno flotantes de Galfer Bike se presentaron en 2016 para las medidas $\varnothing 180$ mm y $\varnothing 203$ mm con los pines de aluminio en color verde. Ahora, Galfer ha actualizado sus acabados y ha incorporado más colores, lo que abre las posibilidades de personalización con el resto de los componentes de la bicicleta.

De este modo, a partir de 2018 los Disc Wave® flotantes de Galfer estarán disponibles en 5 colores distintos y en 2 medidas:

- DB003FLW: medida $\varnothing 180$ mm con pines de color anodizado verde (peso 140 g)
- DB003FLWR: medida $\varnothing 180$ mm con pines de color anodizado rojo (peso 140 g)
- DB003FLWB: medida $\varnothing 180$ mm con pines de color anodizado azul (peso 140 g)
- DB003FLWG: medida $\varnothing 180$ mm con pines de color anodizado dorado (peso 140 g)
- DB003FLWO: medida $\varnothing 180$ mm con pines de color anodizado naranja (peso 140 g)
- DB004FLW: medida $\varnothing 203$ mm con pines de color anodizado verde (peso 160 g)
- DB004FLWR: medida $\varnothing 203$ mm con pines de color anodizado rojo (peso 160 g)
- DB004FLWB: medida $\varnothing 203$ mm con pines de color anodizado azul (peso 160 g)
- DB004FLWG: medida $\varnothing 203$ mm con pines de color anodizado dorado (peso 160 g)



- DB004FLWO: medida $\varnothing 203$ mm con pines de color anodizado naranja (peso 160 g)

El disco de freno flotante de Galfer Bike nace del motocross y está concebido para la práctica intensiva del Enduro y del Descenso, donde las exigencias de frenada son superiores a otras disciplinas del MTB. También se pueden utilizar en bicicletas eléctricas porque el peso del conjunto aumenta considerablemente y los frenos se calientan más. El funcionamiento de su sistema denominado TF (True Floating System) se basa en los ligeros movimientos axiales que existen entre la pista de fre-

nado y el núcleo que, en caso de necesidad, consiguen una correcta y exacta alineación entre las pastillas y el disco en el momento de la frenada. Gracias a estos movimientos se evitan vibraciones; se experimenta una frenada potente, modulable, precisa y estable; y el desgaste de las pastillas durante toda su vida útil es homogéneo. Además, el corte térmico entre la pista y el núcleo evita que el conjunto se deforme en caso de sobrecalentamiento.

Los Disc Wave® flotantes de Galfer están disponibles para medidas $\varnothing 180$ mm y $\varnothing 203$ mm.

El equipo de ciclismo Quick-Step Floors elige componentes Pro

El equipo Quick-Step Floors Cycling posee en sus filas un grupo internacional de estrellas, incluyendo al corredor luxemburgués Bob Jungels, el checo Zdenek Stybar, el francés Julian Alaphilippe, colombiano Fernando Gaviria y el antiguo Campeón del Mundo, el belga Phillippe Gilbert. Este elenco de corredores luchará por la victoria esta temporada con el manillar y la potencia VIBE de PRO sobre las bicicletas Specialized Venge, Tarmac y Roubaix.

Como el propio nombre indica, los componentes PRO están diseñados para conseguir el máximo rendimiento de los corredores de primer nivel, como es el caso del equipo Quick-Step Floors Cycling, por lo que ellos pueden rodar en las condiciones más adversas con total confianza, máxima aerodinámica y con un cockpit totalmente limpio y estilizado.

Los manillares y las potencias PRO Vibe están diseñados teniendo en mente los componentes Di2 de los grupos Shimano para ofrecer una

integración aerodinámica completa. El específico posicionamiento de los puertos permite a los cables del cambio (Di2 y/o mecánicos) y los cables de freno (hidráulicos y/o normales) mantenerse integrados por el interior del manillar y la potencia.

Además de esto, en lugar de situarse bajo la potencia, la centralita del Di2 puede situarse discretamente en la parte final del manillar, lo que permite a los ciclistas modificar su configuración del cambio sobre la bicicleta en marcha.

Por último, la integración de la tapa de dirección y los tornillos ocultos en la tapa frontal de la potencia PRO Vibe mejora, aún más, la aerodinámica del conjunto.

Además de la aerodinámica, el manillar PRO Vibe de carbono está fabricado con fibras In-negra con el objetivo de fortalecer las áreas más vulnerables del manillar sin comprometer el peso, por lo que, en caso de un accidente o



caída, el manillar conservará su estructura básica para minimizar el impacto.

Los corredores del equipo Quick-Step Floors Cycling tendrán la opción de montar el manillar PRO Vibe anatómico o compacto de 40, 42 o 44cm PRO con un peso comprendido entre 220-230g. Además, el rango de potencia PRO Vibe de 80 a 130mm con un ángulo a inclinación de -10° o -17° y con un peso de 125g. El equipo Quick-Step Floors Cycling comenzará la temporada 2018 en la carrera Santos Tour Down Under en Australia, el próximo martes 16 de enero 2018.

Hutchinson apuesta fuerte por la tecnología Tubeless Ready para carretera

Hutchinson, empresa francesa líder en la fabricación de neumáticos para bicicleta, apuesta fuerte en 2018 por la tecnología Tubeless Ready para su gama de carretera.

La tecnología Tubeless Ready permite adaptar la tecnología Tubeless a casi todas las ruedas del mercado, con el uso del producto preventivo Protect Air Max (líquido antipinchazos para autoreparación) y de un flap de fondo de junta adaptada a las cubiertas de carretera.

Con la tecnología Tubeless Ready, el ciclista puede usar su rueda habitual, utilizando cubierta en versión Tubetype (con cámara) o Tubeless (sin cámara, con líquido preventivo y flap) y aprovecharse de todas las ventajas del Tubeless. Gracias al kit de montaje Tubeless, el ensamblaje es sencillo, con un flap de fondo de junta que permite la estanqueidad de la cubierta, válvulas Tubeless y líquido preventivo Protect Air Max (que sella los huecos



en caso de pinchazos).

En Hutchinson, inventor del Tubeless BTT y de carretera, "estamos convencidos de que el futuro pertenece a esta tecnología en BTT y también en carretera, donde nuestros equipos de investigación

han evaluado los beneficios netos de rendimiento y el confort obtenidos con un montaje sin cámara de aire", comentan.

Para Hutchinson el freno que había hasta ahora en el uso del Tubeless en carretera se encontraba en el hecho de tener que comprar ruedas específicas para Tubeless, pero gracias al Tubeless Ready, Hutchinson ofrece a los ciclistas la posibilidad de experimentar los beneficios del Tubeless sin tener que cambiar de rueda.

Hutchinson quiere ser embajador del Tubeless y para ello ha creado la Tubeless Nation, una comunidad, que cada día es más grande, de adeptos a esta tecnología (corredores, profesionales, ciclistas, aficionados, talleres colaboradores, etc) que contribuyen a difundir el uso del Tubeless por todo el mundo y con un programa de desarrollo del Tubeless con un objetivo de mejora continua de sus productos y de ampliación de la gama.

GALFER

BIKE

Since 1952

NUEVOS COLORES

DISCOS FLOTANTES

Nuevos colores de pins para los discos flotantes GALFER BIKE disponibles a partir de 2018

TRUE FLOATING SYSTEM

FLOTABILIDAD TOTAL

REFRIGERACIÓN MEJORADA

MÁS POTENCIA DE FRENADA

NUEVO CENTER LOCK

Industrias Galfer, S.A.

Tel: +34 93 568 90 90

E-mail: bike@galfer.es

www.galferbike.com



Eduardo Rivas

Director Comercial de Mihatra España

Las bicicletas Mihatra son capaces de recorrer grandes distancias sin necesidad de recargar la batería, ya que la empresa considera prioritaria su calidad. Destacan por su gran autonomía, por su protección antipinchazos, por ser bicicletas activadas por energía solar, por estar preparadas para Smartphone y por tener una gran relación calidad-precio.

“Estamos desarrollando modelos específicos para el mercado español”

¿Nos podrías hacer una explicación de la historia de la marca?

La empresa nació a raíz de la experiencia de dos de los tres actuales dueños de la marca. En aquella época visitaban asiduamente la costa del Levante español, que atesora una orografía con constantes desniveles, que provocaba que se ahogaran al subir las cuestas que conectan el litoral con la montaña. Las bicis que utilizaban no estaban preparadas para hacer recorridos por áreas montañosas, y por ese motivo, a uno de ellos se le ocurrió instalar un motor dentro de la bicicleta, igual que las eBikes que tenemos hoy en día. Así, podían subir las cuestas de un modo mucho más cómodo. Precisamente, esta idea se asocia a la frase de la que deriva el nombre de la marca Minder Hard Trappen, que significa “Pedalea sin esfuerzo”. Este concepto hace referencia al hecho de que uno primero va en bicicleta y después regula el esfuerzo con la asistencia eléctrica. A partir de esta idea, des de 2010, Mihatra diseña y fabrica bicicletas eléctricas, aunque des de un par de años antes ya empezó a arrancar el producto.

¿Se presentó como un producto enfocado al mercado español?

En parte sí y en parte no. Cuando le pusieron el motor se dieron cuenta de varias cosas. No solo ayudaba a subir cuestas, sino que también proporcionaba una serie de ventajas en un país llano como Holanda. El motor permitía recorrer mayores distancias de manera más rápida con el mismo esfuerzo. Por lo tanto, se creó la empresa porque vieron muchos más activos que solo el hecho de subir cuestas. Pero en cierto punto sí, tiene un origen bastante hispano.

¿Cuándo y por qué se apuesta por el mercado español?

En 2012, cuando se apuesta por vender a las tiendas. Aunque des de un principio siempre se había creído mucho en el mercado español por una cuestión de números. Si en Holanda viven 8 millones de personas y hay 12 millones de bicicletas, y en España viven 45 millones de personas... Salen los números. Y eso, aún no siendo extrapolable el sistema holandés al español, ya que ambos países tienen culturas y políticas de uso de la bicicleta muy diferentes. Allí la administración favorece el uso de la bicicleta en todos los estamentos, mientras que aquí eso no existe. Pero, incluso así, contando que solo la cuarta parte de los españoles hicieran lo mismo que los holandeses, las cifras seguirían siendo buenas. Aun así, hay que seguir potenciando el uso de la bicicleta en nuestras ciudades y tomar medidas como las que se aplican des de hace 10 años en Holanda. Al final, nuestras ciudades terminarán pareciéndose a las suyas. Hay que aplicar restricciones del uso del vehículo, sobre todo por vía impositiva. Y hay que promover que el uso del coche sea muy caro y favorecer el transporte público y la bicicleta.

¿Qué diferencia hay entre el mercado holandés y el español?

La diferencia está en las cifras de uso y en las cifras económicas. Aquí se gasta mucho dinero en bicicletas deportivas y muy poco en bicicletas de uso cotidiano. Esto es justamente lo contrario que pasa en Holanda. Ellos tienen



una cultura totalmente diferente a la nuestra. En este sentido, creemos que el mercado español tiene muchísimo potencial, sobre todo en lo que se refiere a la bicicleta urbana y a la eBike.

¿Quizá por el tema de robos?

No. En Holanda se roban muchísimas bicicletas. En todos los sitios pasa lo mismo. Además hay mucho vandalismo, cuando se vacían los canales salen muchos hierros. Pero como toman medidas, la proporción de robos no es tan grande como aquí. En España no estamos acostumbrados a proteger lo que tenemos. Si hay muchos robos, ¿qué haces? Pues asegurar la bicicleta. Cada vez hay más empresas aseguradoras de bicicletas en Holanda, incluso el seguro de la casa incluye la bicicleta. Hay infinidad de compañías que compiten por asegurarlas, a diferencia de España. Por eso aquí son tan caras. El tener seguro también te obliga a tener elementos de seguridad como candados más fiables. Además, allí hay muchos cacharros que nadie quiere porque cuestan 5 o 10 euros. Son bicicletas que están hechas polvo.

¿Cómo se vende una bicicleta holandesa?

El principal argumento es que yo vengo a colocar en el mercado español una bicicleta que ya se está vendiendo en el mercado holandés, que es un mercado que tiene una competitividad muy importante y una evolución muy rápida. Todo lo bueno o malo que vaya a pasar en España ya ha sucedido en Holanda.

¿Qué acogida tiene Mihatra en las tiendas?

Gusta el producto aunque el cliente no es capaz de comprender lo que le está vendiendo la tienda, porque ignora este tipo de bicicletas eléctricas urbanas

“El mercado español tiene muchísimo potencial, sobre todo en lo que se refiere a la bicicleta urbana y a la eBike”

y no aprecia el valor de lo que le ofrece la tienda. Este problema cada vez irá a menos gracias a eventos como los eBike Days o como Unibike. También con el alquiler de bicicletas. Al final, si dejas probar las bicicletas, el concepto se entiende en segundos.

¿Qué desmarca Mihatra de la competencia?

Trasladar a nuestro mercado la tecnología holandesa en el desarrollo de la bici. También, el servicio post venta, el soporte que se da a la tienda, y el soporte técnico, que es un sistema sencillo de reposición sin pérdida de tiempo. Todo está enfocado a que sea fácil y rápido, algo muy importante para la tienda.

¿Cuáles son los principales mercados de la marca?

Bélgica, Holanda y España. Ahora, también estamos en Alemania, Reino Unido e Italia, pero, aún es residual.



¿Cuáles son los próximos pasos de la marca?

Estamos desarrollando modelos para la singularidad de nuestro mercado. Son algo más económicos y se ofrecerán con más tallas. Sin embargo, cabe decir que en la categoría urban no existe tanta diversidad como en la categoría deportiva, por razones de precio y fabricación. Hemos hecho algunos modelos con batería de 10 amperios, algo que para un holandés es muy poco, pero aquí en España es mucho. Una bicicleta económica se puede vender con una batería de 6 u 8 amperios, por lo que una batería de 10 amperios abaratará el coste de la bicicleta y facilitará su introducción en el mercado. Además, durante la compra de la primera eBike no se valoran tanto los detalles técnicos de la parte eléctrica. En la segunda, sí.

El sector urbano goza de muy buena salud. ¿Mejorará?

Sí, aunque va más lento de lo que todo el mundo querría. Es una evolución imparable.

¿Cómo ha ido el 2017?

Muy bien. Vamos a un ritmo de crecimiento sostenido. Penetrar en el mercado es cada vez más fácil porque, poco a poco, la gente se va haciendo más culta con este tema.

¿Cómo os influyen todas las empresas piratas de alquiler de bicicletas que están llegando a las ciudades españolas? ¿Os puede llegar a afectar?

Sí, pero positivamente. El hecho de que la gente empiece a utilizar la bici como transporte, nos favorece. Nosotros somos el siguiente paso, un paso en calidad que estas empresas no tienen. Si vienen e inundan el mercado, favorecen un poquito su uso. La parte negativa es que tienen un recorrido muy corto, son poco profesionales y su calidad, a veces, es muy dudosa. No hay una persona que controle los mínimos en seguridad (ruedas, manillares

“**Todo lo bueno o malo que vaya a pasar en España ya ha sucedido en Holanda**”

o frenos). Al final esto deriva en que terminan con pérdidas y abandonando el mercado. El impacto inicial puede dar un poco de miedo, pero a la larga, no nos asustan, no pensamos que sean un problema.

¿Qué es lo que más demanda el cliente en cuanto a eBikes urbanas?

Que cada vez dure más kilómetros, que el precio sea el mismo, y que tenga un mejor desarrollo tecnológico. Más calidad al mismo precio. Además queremos que el teléfono sea parte integral de la bicicleta y que esta sea cómoda.

Antes nos has comentado que es muy importante que el cliente conozca el producto. ¿Cuál es vuestra política de asistencia a eventos?

Procuramos asistir a todos los eventos de cierta importancia a nivel nacional. En primera instancia hay que hacer que la gente pruebe la bicicleta. Por este motivo hay eventos a los que asistimos como marca y otros, más pequeños, a los que asistimos a través de distribuidores. Acudimos a todos los sitios donde se nos llama para que todo el mundo pueda probar nuestras bicicletas. También hacemos campañas muy fuertes por Internet, para hacer branding. Una vez la gente ha probado la bicicleta, tiene que conocer las ventajas de la marca, y hay que hacer que nos vean en la parte alta, y sobre todo, que vean nuestras ventajas técnicas.



WORN BY: JOAN LLORELLA

MADE FOR WIND

Tech Fleece Headband & Windproof Neckwarmer

Este conjunto de Tech Fleece Headband y tubular de Gore Windstopper® ofrece la mejor protección frente a los cambios atmosféricos que podrías llegar a imaginar.



Buff® es un registro de Buff, propiedad de Original Buff S.p.A. - Spino



LOOK FOR MATCHING PRODUCTS

LIVE MORE NOW.COM

www.buff.eu

El sector reclama regular la llegada de los nuevos operadores privados de bicicleta compartida

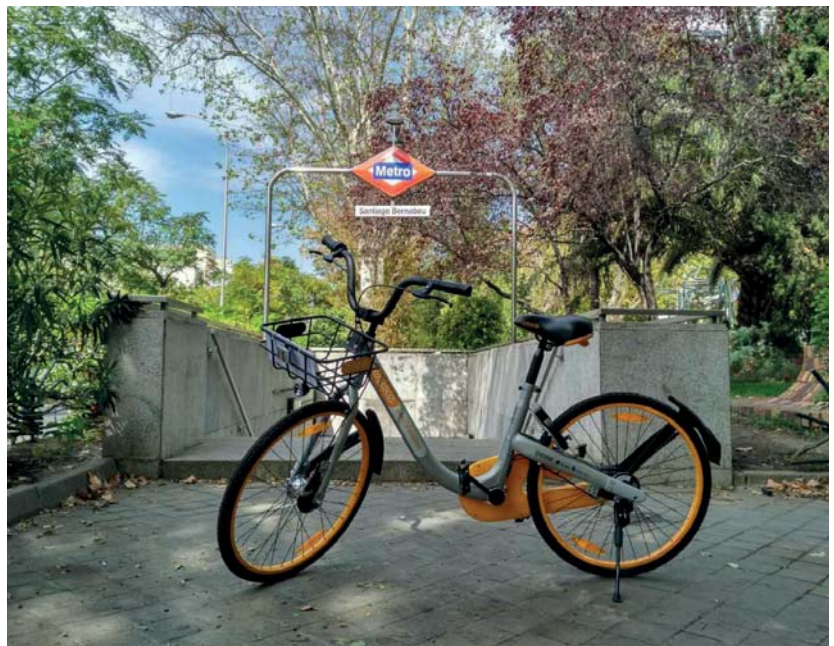
En España nos encontramos con un problema que cada día va a más: la reciente entrada de operadores privados de bicicleta compartida en las ciudades exige una regulación para ordenar el espacio público y no afectar al peatón. Hasta ahora nos hemos encontrado con un servicio de bicicleta pública que favorecía el sector pero ahora tenemos otro sistema de bicicleta compartida que está generando un negocio importante y que no está regulado.

El sector reclama mantener el espacio público de manera ordenada para que no se dispute con el peatón. Hay que buscar soluciones y regularlo. Este tipo de sistemas ya está desembarcando en España, y aunque el impacto inicial podría ser beneficioso para dar mayor visibilidad al uso de la bicicleta de forma masiva, las experiencias tanto en las ciudades chinas como en otras europeas -como Londres o Manchester- revelan que a medio plazo generarán problemas de ocupación de la vía pública y conflictos con los viandantes. A todo esto hay que sumarle que son bicicletas sin cambios y muy pesadas que provocarán que en las ciudades españolas con mayores desniveles todas las bicicletas aparezcan aparcadas en la parte más baja de cada ciudad. Además, estos servicios privados no regulados, sin puntos de anclaje fijos, sin abonos y sin licencia son otro sistema de "economía compartida", hecho que puede afectar a los operadores públicos y al sector ciclista.

A medio plazo generarán problemas de ocupación de la vía pública y conflictos con los viandantes

Todas estas circunstancias harán que a largo plazo se deteriore la imagen de la bicicleta como solución de movilidad sostenible y saludable en nuestras ciudades, porque no debemos engañarnos, estas bicicletas ocuparán las aceras y zonas peatonales en un país como el nuestro que se distingue por un mayor nivel de desplazamientos a pie respecto al resto de Europa y por supuesto respecto a China.

En China, este tipo de sistemas de bicicleta compartida está causando graves problemas debido a su masificación, a su forma de dejar las bicicletas



aparcadas en cualquier lugar utilizando el espacio público para una actividad empresarial privada. En consecuencia, 12 ciudades chinas anunciaron en noviembre que suspendían nuevos lanzamientos de estos sistemas.

Además, los ejecutivos de las tradicionales fábricas de bicicletas chinas aseguran que el imparable crecimiento de las apps de alquiler de bicis está afectando a su modelo de negocio. Primero de todo, los propietarios de tiendas chinas reconocieron que las ventas se habían ralentizado y, de hecho, algunas tiendas habían cerrado. Esto se debía a que algunas fábricas estaban cambiando su producción y ahora fabrican bicis de alquiler, lo que provocó un aumento del precio de los componentes, causando problemas en la cadena de suministro.

De hecho, el operador Mobike aseguró que "tiene una capacidad para fabricar 36,5 millones de bicis anuales, el equivalente a casi un tercio de la producción global total".

Los nuevos operadores, abiertos a colaborar

Por parte de los operadores, siempre se han mostrado como "una alternativa más, flexible, económica y respetuosa con el medio ambiente". De hecho desde oBike han manifestado su voluntad de "consensuar planes de despliegue y apoyar

iniciativas promovidas por las autoridades locales competentes". Así mismo, oBike lanzó su Programa Global de Asociación Empresarial (GBPP), un modelo complementario de franquicias que abre la puerta a la colaboración con compañías y emprendedores locales.

Este programa -el primero de su tipo- se define como un modelo de negocio de franquicia que tiene como objetivo aprovechar la experiencia y los recursos de las empresas locales para gestionar con mayor eficiencia las operaciones de oBike en áreas geográficas específicas, centrando la atención en la optimización de la distribución, la activación bajo demanda y el mantenimiento de las bicicletas, aspectos prioritarios para mejorar el servicio a los usuarios. De este modo, buscará asociarse con empresas locales para reforzar el aprovisionamiento de recursos y sus operaciones sobre el terreno en Madrid y Granada, ciudades en las que ya ofrece su servicio. El enfoque de GBPP es descentralizar aquellas operaciones que se puedan gestionar de manera local con sus nuevos asociados.

Las recomendaciones de la ECF

La Federación Europea de Ciclistas (ECF) ha promovido un documento en el que da unas directrices para abordar esta problemática. Ofrecen un marco y unas recomendaciones para las ciudades

y las autoridades pertinentes para garantizar que los sistemas de compartición de bicicletas sin paradas fijas contribuyan a los objetivos de una política de movilidad urbana sostenible más amplia y complementen de manera eficiente el transporte público.

De esta manera se fundamentan en tres pilares:

1. Prioridades del ciclista. La movilidad compartida en bicicleta debe ser segura, confiable y cómoda, con la mayor flexibilidad posible en relación con la ubicación recogida / bajada, fijación de precios, considerar la interoperabilidad con otros modos de transporte público y respetar la privacidad de los datos.

2. Entornos urbanos. Las autoridades públicas tienen la obligación de crear condiciones que fomenten una movilidad sostenible y efectiva en el contexto de su sistema general de planificación del transporte, y esto debe hacerse a través del cambio climático, la salud pública, la mejora del aire calidad, reduciendo la congestión vehicular y permitiendo la inclusión social. En general, se debe aplicar un uso sostenible y equitativo de los recursos públicos, ya sean directos o indirectos, teniendo en cuenta todos los costos de cualquier sistema de uso compartido de bicicletas, y no socializar los costos privados mientras se maximizan las ganancias privadas.

“Siempre se han mostrado como una alternativa más, flexible, económica y respetuosa con el medio ambiente”

3. Proveedores de tecnología / sistema. Como parte del transporte público, el uso compartido de bicicletas permite una amplia gama de oportunidades comerciales, desde modelos completamente independientes y competitivos hasta asociaciones público-privadas. Los marcos políticos deberían fomentar la competencia leal, el acceso justo al mercado y la contratación pública ecológica. Las oportunidades comerciales pueden proporcionar soluciones compartidas de movilidad de bicicletas compartidas a tantos usuarios como sea posible, impulsando la innovación y un mercado en crecimiento para aprovechar estas inversiones tecnológicas. Un marco regulatorio sin fricciones que sea posible pone énfasis en la creación de opciones de transporte innovadoras que logren los objetivos empresariales, públicos y de consumo.

Así exponen ocho directrices:

1. Se tiene que tener un registro, otorgar las licencias si se cumplen una serie de normas y se tiene que regular estrictamente con medidas, por ejemplo de que tengas un operador 24h, las bicicletas sean legales o por ejemplo que tengan un seguro de responsabilidad civil.
2. Se tienen que mantener las calles ordenadas



porque tiene un impacto positivo en la seguridad, el turismo, la economía y la salud pública. Por lo tanto, las ciudades deberían desarrollar una política para alentar un mayor uso de la bicicleta y proporcionar más áreas de estacionamiento de bicicletas e infraestructuras de ciclismo seguro. El número de bicicletas que se desplegarán debe determinarse en coordinación con las autoridades públicas pertinentes, y las ciudades deben tener la facultad de hacer cumplir la eliminación o multar a los operadores por los costos de remoción de bicicletas que están ilegalmente estacionadas, descargadas o descartadas en caso de que tengan para hacerlo ellos mismos. Tanto como sea posible, la responsabilidad recaerá en los operadores de bicicletas.

3. Se tiene que ofrecer una bicicleta de calidad suficiente, construida para resistir los rigores del uso público constante y la exposición a los elementos, cumpliendo con los estándares de seguridad y comodidad del ciclista. Las bicicletas deben tener iluminación integrada y reflectividad para una conducción legal y segura por la noche, y deben incluir tecnología inteligente con tecnología activa, además de GPS y conectividad inalámbrica para garantizar el mantenimiento y el reequilibrio proactivo.

4. Los posibles operadores deben demostrar un sistema robusto para garantizar que las bicicletas se mantengan en funcionamiento de forma proactiva

5. Dónde se ubican las bicicletas y dónde terminan habitualmente es igualmente importante para ga-

“La Federación Europea de Ciclistas (ECF) ha promovido un documento en el que da unas directrices para abordar esta problemática”

rantizar un ecosistema sostenible. Sin un proceso de reequilibrio proactivo, es probable que las bicicletas terminen en lugares equivocados, donde la demanda no se cumple.

6. Una amplia coordinación con las autoridades locales para la planificación del transporte y la cooperación con otras partes interesadas para garantizar la complementariedad con el transporte público, tanto física como digitalmente, es esencial para el éxito de las operaciones de uso compartido de bicicletas.

7. Las autoridades públicas deberían poder acceder a datos compartidos de bicicletas, como el uso de bicicletas, para que la ciudad pueda calibrar mejor su estrategia e infraestructura de movilidad urbana.

8. Antes de otorgar el permiso para el lanzamiento, las ciudades deberían considerar solicitar a los operadores que presenten un plan para la puesta en marcha, el funcionamiento y la posible finalización de la operación.

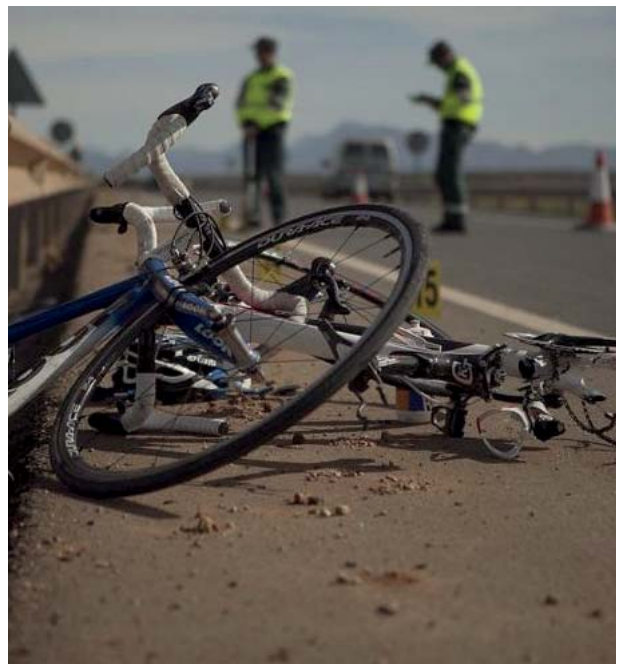
En 2017 fallecieron 11 ciclistas más en las carreteras que en el año anterior

Con el nuevo año llegan malas noticias: los ciclistas fallecidos en las carreteras han aumentado. Durante este 2017, 44 ciclistas han perdido la vida en vías interurbanas, cifra que supone 11 personas más que en 2016. Entre enero y junio de 2016 fallecieron 25 ciclistas y entre julio y diciembre, 19. Un dato muy importante a destacar es que 8 de ellos no llevaban casco, dos más que en 2016.

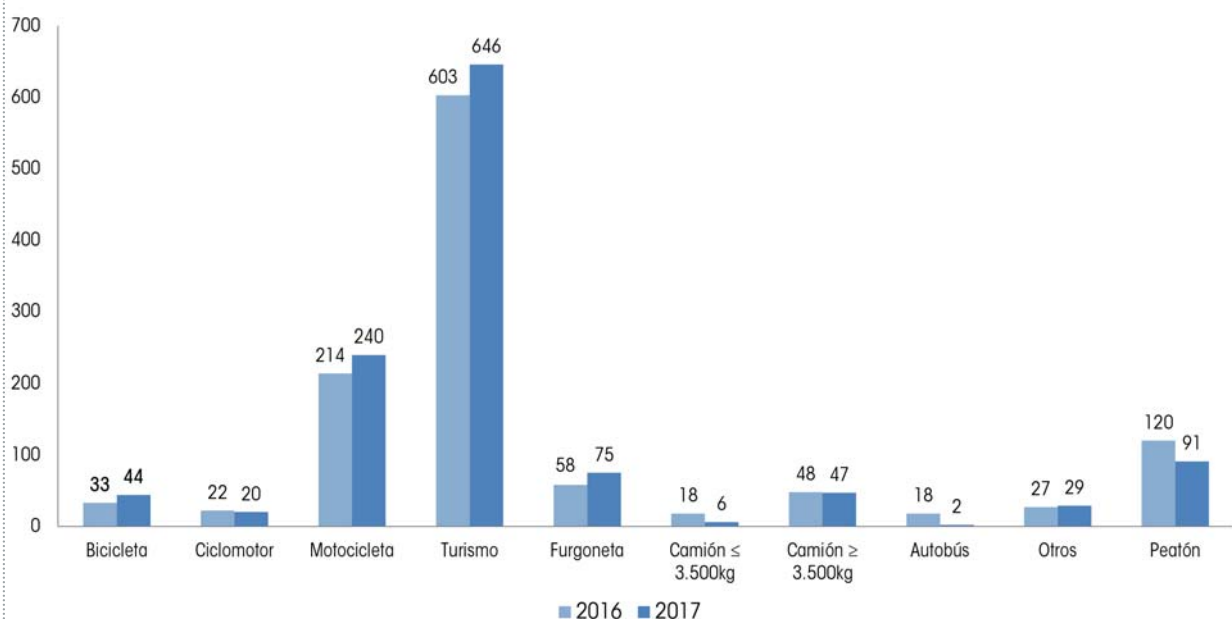
Estas cifras se deben a un crecimiento en cuanto al número de desplazamientos y de vehículos matriculados, pero sin dejar de considerar el aumento de la afición al ciclismo. La velocidad inadecuada, el consumo de alcohol y drogas, no respetar la prioridad, el cansancio o sueño, y la distracción siguen siendo factores contribuyentes fundamentales en los accidentes.

Estos datos se han dado a conocer con el balance Seguridad Vial 2017, en el que la Dirección General de Tráfico ha publicado también sus proyectos para mejorar en 2018, entre los que se encuentra el Plan Estratégico Estatal de la Bicicleta.

Otras medidas destacables serán un plan del vehículo para incentivar la renovación del parque, uno contra la siniestralidad de los colectivos más vulnerables, más radares en vías convencionales, incluidos los de tramo; publicación trimestral de la recaudación por sanciones de velocidad, un nuevo examen para obtener el carné y la retirada del permiso a los conductores reincidentes en alcohol y drogas, son algunas medidas que tráfico pondrá en marcha en 2018. Estas iniciativas servirán para un mayor control de los factores que inciden en la siniestralidad y apostarán por la aprobación de un plan contra los excesos de velocidad.



Número de fallecidos por tipo de usuario. Vías interurbanas. Comparativa 2016 - 2017.
Fuente: DGT.





AGAINST WIND. FOR THE ENVIRONMENT.

This product features our Windproof Green membrane which ensures that it is windproof and breathable. It includes recycled or bio-based materials and is completely free of environmentally-harmful fluorocarbons (PFCs) – protecting you from the wind while protecting the environment.

greenshape.vaude.com

Women's Cyclist Softshell Jacket

Chaqueta impermeable en construcción softshell para el ciclismo urbano sin perder el diseño para el día a día con estilo, con el sello GREEN SHAPE VAUDE de producto sostenible y responsable con el medioambiente y la sociedad.



VAUDE

The Spirit of Mountain Sports



Por **Ignacio Peralta**
Sales Manager en Gympass
www.ignacioperalta.net

Apostemos por la movilidad

Con cada nuevo año que comienza todos solemos reflexionar sobre cómo se ha desarrollado el año anterior y sobre qué esperamos del actual. Es un ejercicio natural, lógico de realizar y con resultados muy positivos.

Tenemos claro lo que ha ocurrido en este 2017. El mercado continúa manteniendo su crecimiento positivo, pero de una manera más controlada. El cierre que se ha producido de muchos establecimientos era previsible, y casi me atrevería a decir que inevitable, dado tal cantidad de oferta. El mercado de segunda mano coge fuerza nuevamente ante la aparición de apps que lo facilitan, al igual que la intención de salto a las e-bikes de muchos aficionados. El comienzo del auge de las e-bikes ya se siente de manera notable en el sector. Se han materializado concentraciones de establecimientos y se intuyen algunas otras. Por último y lamentablemente, se han apartado del plan MOVEA 2017 las subvenciones a las bicicletas eléctricas.

Ante este escenario, debemos reflexionar sobre lo que esperamos de este 2018 y aquello a lo que dar más fuerza o relevancia. Creo que el mercado de manera general seguirá con una tendencia positiva y similar en todos los puntos comentados. Veremos más cierres de establecimientos, las apps de segunda mano ganarán usuarios, las e-bikes continuarán camino de su consolidación y alguna concentración más de establecimientos

veremos. Por último, y a pesar de los esfuerzos que se hacen desde determinados sectores, volveremos a ver la falta de inclusión de la bicicleta eléctrica en las subvenciones del plan MOVEA 2018 (ojalá aquí me equivoque).

Todos estamos entusiasmados con la creciente y buena evolución de las e-bikes en cualquiera de sus disciplinas, especialmente el auge que está teniendo en el sector montaña. Ahora bien, el verdadero reto (y tesoro) para el sector es conseguir fomentar la movilidad urbana mediante la bicicleta y especialmente mediante la eléctrica. No debemos esperar a que sea una realidad promovida por otros y entonces reaccionar, tal vez sea demasiado tarde. Debemos ser elementos partícipes y propulsores del cambio de esta nueva forma de entender la movilidad en las ciudades: más sana, más saludable y menos nociva para el medio ambiente.

Como profesionales del sector, debemos reconocer los miles de potenciales usuarios que están ahí, dispuestos a dar el paso y pasarse a la movilidad saludable (algunos de ellos ya lo hacen con las distintas opciones que tienen a su alcance: bicicletas públicas, bikesharing, etc.). Debemos activarlos, explicarles las bondades de este tipo de transporte y convencerlos. Traerlos a nuestros comercios y fidelizarlos.

Si trabajamos esos espacios en los establecimientos, si damos fuerza a lo urbano (tanto en bi-

cicletas como en equipamiento), si creemos que el mayor crecimiento puede venir por trabajar la sostenibilidad y la movilidad conseguiremos más usuarios, más clientes, junto con una sociedad más sana, más fanática de las dos ruedas y menos sedentaria.

Por ello, tanto si eres profesional del sector como aficionado, apuesta por la movilidad saludable, apuesta por lo urbano y ayúdanos a conquistar nuevos clientes al sector.

“Si creemos que el mayor crecimiento puede venir por trabajar la sostenibilidad y la movilidad conseguiremos más usuarios, más clientes, junto con una sociedad más sana, más fanática de las dos ruedas y menos sedentaria”



Trabajamos para

Ofrecerte las mejores marcas del sector



WWW
www.comet.es



Servicio
Comercial
Profesional



B2B práctico
y completo



Atención
Teléfono



Entregas en
24 horas

COMET

SRAM

Continental
The Future In Motion

MICHELIN

SCHWALBE

HUTCHINSON

FSA
FULL SPEED AHEAD

Campagnolo

ELITE
vittoria

SIDI
prologo

selle
ITALIA

sportourer

SCI CON
TECHNICAL BAGS

Zéfal

ONGUARD
ONE HEAVY LOCK

TIME



STRONGLIGHT
BICYCLE COMPONENTS

Tacx

SIGMA
GERMANY

KMC

swissstop

Transfil

BiciSupport
MADE IN ITALY

Deda
ELEMENTI

net

BIOTEX
UNDERWEAR INNOVATOR

bobike
bicycle safety seats

newlookx

SKS
GERMANY



COMET Distribuciones Comerciales S.L.

Polígono Erratzu 440 - 20130 Urnieta-Gipuzkoa
Teléfono: 943 331 393 (6 líneas) - Fax: 943 555 658/555 652
pedidos@comet.es - www.comet.es





Por **Álvaro Vidal**
Inventibike

Estrategias de promoción de la bicicleta en la ciudad... ¿te gusta conducir?

¿Cuántos anuncios de automóviles son capaces de recordar?

Seguro que muchos se acordarán del eslogan "¿Te gusta conducir?", o a Bruce Lee diciendo aquello de "Be water my friend". Sin olvidar aquel otro que, con una banda sonora super electrónica, convertía un coche en un robot, como en la película de Transformers.

Podemos recordar muchos más. El mundo audiovisual llega a mucha gente, transmite eslóganes, frases, ideas, imágenes y emociones que se quedan grabadas a fuego en nuestro cerebro.

¿Cuántos anuncios de bicicletas eres capaz de recordar?

Tomate tu tiempo, sin prisa.

Retrocediendo en el tiempo, me viene a la cabeza el anuncio de BH de los años 80, de la Bicicross y la California, donde un montón de chavales en bici emulaban la película de Steven Spielberg "E.T.", transportando en una de ellas algo tapado con una sábana, y al final, al más puro estilo interpretativo de la época, un policía les paraba y les preguntaba ¿E.T.?, y decían todos a la vez: "Nooo, B.H!!!".

Promocionar el uso de la bici en la ciudad necesita más ingredientes imaginativos para seducir a quienes nunca se han planteado utilizarla para sus desplazamientos

¿Quién no quería tener una bici de esas y salir con un montón de amigos a desbarrar, acelerar y derrapar por los caminos, como ángeles del infierno en pequeño?

Estoy seguro, que lo que transmitía aquel anuncio les gustaba hasta a los adultos de la época.

Y ya no recuerdo ninguno más. He visto cantidad de anuncios en revistas, pero no transmitían emoción, ni sensación alguna, salvo la que uno mismo se pueda producir, al imaginarse subido en ella. Pero si no eres aficionado a la bici, te hace el mismo efecto que ver una foto de cazuelas, si no te gusta la cocina.

Hay publirreportajes que se han quedado en mi memoria, como el de Pinarello realizado por el genial Martyn Ashton, o de gente como Gee Atherton

o Danny Macaskill, que no entran en el mismo formato de anuncio publicitario de 20 ó 30 segundos y no se emiten en medios de comunicación masivos, a los que accede todo tipo de público, como la televisión.

¿Qué tiene que ver todo esto de los anuncios de la tele, con las estrategias de promoción del uso de la bicicleta en las ciudades?

Existen muchas iniciativas, propuestas, estudios y trabajos, que son necesarios para promocionar el ciclismo urbano, como planes director, observatorios, barómetros, bicicleta pública, carril bici, implantación de ciclocarriles, caminos escolares seguros, aparcamientos seguros ante el robo, reducción de la velocidad en las ciudades, favorecer la intermodalidad, incentivos económicos por desplazarse en bici al trabajo y asociaciones, oficinas o mesas ciclistas urbanas, entre otras muchas. ¿Nadie echa en falta anuncios de bicis en la publicidad cotidiana?

Pese al continuo crecimiento de la bicicleta como medio de transporte en las ciudades, el automóvil sigue ganando por goleada. Sus estrategias les aportan resultados satisfactorios.

¿Por qué no adaptarlas al mundo de la bici? Si a ellos les funciona, también puede ser bueno para la promoción de la bicicleta y su uso en las ciudades.

Su publicidad ha pasado de ser un mero escape de un producto a ser una vía de transmisión de emociones, filosofía de vida y diversión, con una estudiada estética para activar el deseo de su producto a la mayor parte de población posible. Según un experto en publicidad del sector automovilístico, "ya no se trata de anunciar el coche y

su punto fuerte. Más bien se trata de identificar las experiencias que quiere nuestra audiencia target, y a partir de ellas, elaborar nuestra campaña".

Cuando sacaron los modelos SUV (Sport Utility Vehicle) al mercado, y triunfaron con el concepto de automóvil, recuerdo que pensé en lo inteligentes que eran estos expertos. El SUV por excelencia es la bicicleta y no nos habíamos dado cuenta.

Promocionar el uso de la bici en la ciudad necesita más ingredientes imaginativos para seducir a quienes nunca se han planteado utilizarla para sus desplazamientos.

La imagen del ciclista urbano está estereotipada. Creo que hay necesidad de transmitir que no hace falta ser ecologista, deportista, solidario con algo o aficionado al ciclismo. No hay necesidad ni de que te gusten las bicis. Para utilizar la bici, se puede ser fumador, partidario de la energía nuclear y vago por naturaleza. Hay que hacerles llegar que la bicicleta es una solución a parte de sus problemas y que existe un modelo adecuado y satisfactorio para ellos.

Existe una bicicleta para cada perfil y filosofía de vida, abarcando desde aquellos que solo quieren un utilitario, hasta los más puristas y elitistas... BMX, fixie, de carretera, ciclocross, cruisers, plegables, bicis urbanas, chopper, fat, clásicas, stingray, MTB en variantes downhill, freeride, enduro, dirt o cross country... todas ellas en multitud de diseños, equipamientos, estéticas y versiones eBike, fácilmente mutables al desafío urbano.

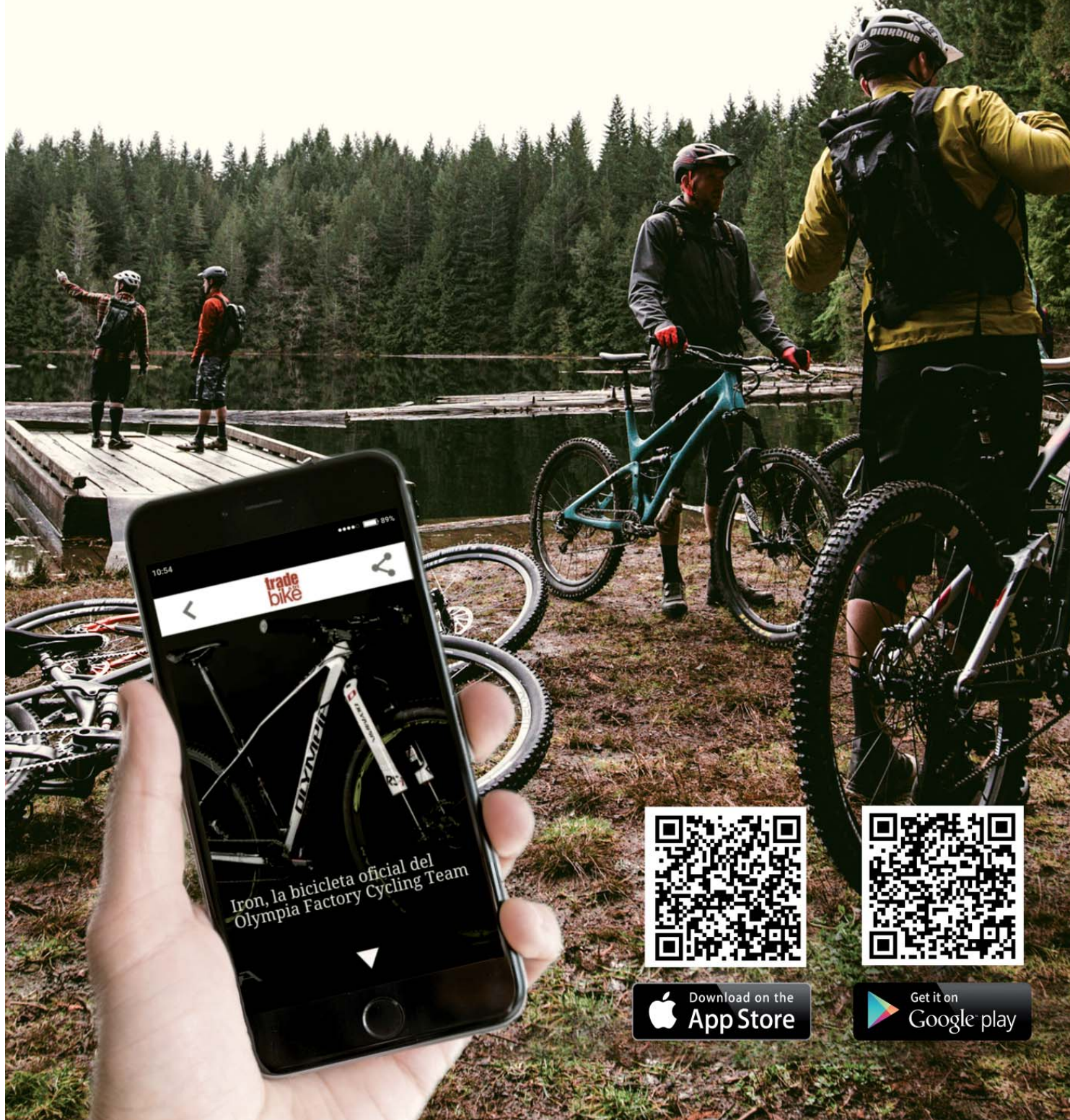
En mi opinión, las marcas de bicicletas y complementos tienen mucho trabajo en este terreno y pueden ser un factor clave en el crecimiento del ciclismo urbano.



Descarga la APP de Tradebike

Únete a nuestra comunidad de profesionales ¡Cada vez somos más!

Lee al momento las últimas noticias publicadas en nuestra web.
No te pierdas ni un detalle de la actualidad del sector Bici & Triathlon. Y sé
el primero en recibirlas. Disponible para iOS y Android. Descarga gratuita.



El PSOE propone rebajar el IVA de las bicicletas al 10%

El grupo parlamentario socialista ha registrado en el Congreso de los Diputados una proposición no de ley en la que propone una serie de ayudas fiscales para fomentar el uso de la bicicleta, entre ellas la rebaja al 10 por ciento del IVA en la compra de estos vehículos.

La iniciativa explica que reducir el actual 21 por ciento de IVA al 10 por ciento en la compra de bicicletas, sobre todo en las urbanas, supondría una rebaja en el precio final "coherente con el objetivo de promover vehículos que hagan posible la movilidad sostenible".

El PSOE, que reprocha que la bicicleta tenga la misma fiscalidad que el coche, manifiesta que esta reducción del tipo impositivo a las bicicletas "disminuiría la utilización de vehículos motorizados y por tanto reduciría las emisiones de dióxido de carbono, el ruido, la congestión en las calles y mejoraría el medio ambiente".

Asimismo, en la proposición se pide analizar y evaluar la posibilidad de que las empresas incluyan la compra y el uso de las bicicletas como parte de la retribución flexible a sus empleados, como ahora ocurre con los cheques de comida, el servicio médico o los vales de transporte.

Recuerda la formación socialista que en países como Alemania, Holanda o Reino Unido cuentan con unas 34.000 empresas que se han acogido a esta iniciativa y que ya en 2014 diversas entidades españolas relacionadas con la bicicleta lo propusieron al Ministerio de Hacienda.



El PSOE también lamenta en la proposición que la bicicleta no se haya incluido en el Plan MOVEA para 2017 del Ministerio de Industria, con el que se dota de ayudas para la adquisición de vehículos de energías alternativas.

Por ello pide a este Ministerio que incluya en su Decreto para el Plan MOVEA de 2018 la bicicleta eléctrica de pedaleo asistido por una batería como uno más de los vehículos eléctricos que podrán beneficiarse de la concesión de subvenciones.

El sector coge fuerzas con la World Bicycle Industry Association

Con el objetivo de representar a la industria de la bicicleta, eBikes, componentes y accesorios de bicicletas a nivel mundial, Bicycle Association Japan (BAJ), US Bicycle Products Suppliers Association (BPSA), Confederation of the European Bicycle Industry (CONEBI) y Taiwan Bicycle Association (TBA) se han unido para crear la World Bicycle Industry Association (WBIA).

La Asociación Mundial de la Industria de la Bicicleta tendrá como principal objetivo "unir fuerzas y participar de forma activa en las reuniones técnicas en la sede de las Naciones Unidas en Ginebra", explica su presidente Erhard Büchel. "Aquí los diferentes Grupos de Trabajo del Foro Mundial para la Armonización de Reglamentos de Vehículos (WP.29) discuten varios asuntos técnicos como la seguridad, el ruido o la iluminación, que son importantes para la industria de la bicicleta", añade. La WBIA es una asociación sin ánimo lucrativo y se fundó oficialmente a finales de diciembre de 2017 en Suiza.



Durante su primera Asamblea General el 31 de agosto de 2017 se nombró a la Junta Directiva y Tesorero de la WBIA:

- Erhard Büchel (CONEBI) como presidente.
- Satoshi Yuasa (BAJ) como vicepresidente primero.
- Larry Pizzi (BPSA) como vicepresidente segundo
- Michael Tseng (TBA) como tesorero.

La junta directiva y el tesorero tienen un mandato de 2 años, durante los cuales gestionarán la WBIA y serán responsables de los contactos con la prensa en sus respectivas regiones. La nueva asociación recibirá el apoyo del secretariado de la entidad que ostente la presidencia, que corresponde a Conebi durante estos dos primeros años.

El PEEB sigue viento en popa



Ya se ha puesto en marcha el trabajo del Grupo 2: Diseño Urbano. En diciembre de 2017 se terminaron los trabajos del primer Grupo de Normativa del Plan Estratégico Estatal de la Bicicleta (PEEB).

Este pasado jueves 18 de enero se produjo la segunda reunión del Grupo 2 de Diseños Urbanos con participación de expertos de los Ayuntamientos de Sant Boi, Madrid, Barcelona, Lleida y Almería.

Además, contaron con participación del Oficina Técnica contratada para dar forma al Plan y se pudo comprobar los avances y metodología que se va a comenzar a utilizar.

El Brexit pone en jaque a los importadores del Reino Unido

Los importadores de bicicletas del Reino Unido se verán obligados a pagar el IVA por adelantado después del Brexit en virtud de la nueva legislación que se está negociando en la Cámara de los Comunes.

Esta controvertida legislación afectará a más de 130.000 empresas del Reino Unido y podría tener consecuencias considerables para los importadores de productos para bicicletas.

Esta posible modificación de las reglas comerciales ha sido recibida con mucho revuelo entre los líderes empresariales del Reino Unido y los diputados de la oposición, que temen que esta situación cause problemas de flujo de efectivo, entre otros problemas. En este contexto, el diputado laboralista Chris Leslie ha afirmado que durante la campaña Leave no se informó de esta situación y ha manifestado que su partido presentará enmiendas para garantizar el lugar del Reino Unido en el área del IVA de la Unión Europea.



Por **Albert Valero – albertvalero.com**
 Digital Manager en UNIPUBLIC
 Profesor de Marketing Digital en Fundesem Business School

Cuatro objetivos de la activación de un patrocinio en un evento deportivo

Patrocinar es una acción que sin el apoyo de una activación potente deja de aprovechar las posibilidades del contacto directo con el aficionado o el deportista

El patrocinio "per se" permite obtener cierto grado de vinculación con los valores del deporte, potenciar el branding y aumentar el brand awareness, pero conseguir interacción, crear un recuerdo y posteriormente una vinculación son objetivos que requieren acciones directas.

Esto llevado al mundo digital se agudiza aún más, ya que las activaciones digitales trascienden el momento concreto en el que el aficionado está en el evento, pueden alargarse en el tiempo y contribuir a una relación duradera con la marca.

A continuación, cuatro objetivos que pueden cumplirse a través de la activación, tanto digital como tradicional:

Conseguir leads

Alrededor de un evento se reúnen personas con unos rasgos demográficos, socio-culturales, y de aficiones bastante definidos.

Este público, nuestro target, es más interesante cuanto mejor definido esté, tiene más valor cuanto más información dispongamos de él y por supuesto, sus datos de contacto son de alto interés.

Mediante acciones de sampling, de experiencias o simplemente concursos a cambio de datos, podemos obtener leads cualificados que alarguen en el tiempo el contacto con las personas.

Un truco que aún ofrece un buen resultado es la utilización de un iPad para la captación de los datos, es atractivo, es fácil y es cómodo tanto para el concursante como para la marca.

Fidelizar clientes mediante una experiencia exclusiva

Cualquier evento que se precie debe disponer de una zona exclusiva en la que sus patrocinadores puedan ofrecer una experiencia distinta a la habitual en lo que se refiere a presenciar el evento o tener un contacto directo con los deportistas.

Esta experiencia debe verse potenciada por elementos tales como una posición privilegiada para visualizar la acción, comodidad, restauración, amenidades y detalles tan nimios pero importantes como las acreditaciones exclusivas y distinguidas del resto.

A nivel digital se puede potenciar con el posterior envío vía mail de imágenes tomadas por un fotógrafo profesional durante el evento o con los deportistas.

Crear un recuerdo de la marca o el producto

Si bien el anterior punto es, sin duda, la creación de un recuerdo perdurable, no es factible ofrecer ese tipo de experiencias a la gran mayoría del público, pues perderían su razón de ser.

Una forma más sutil, viable e igualmente válida puede ser el uso del sampling para el lanzamiento de un nuevo producto durante el evento.

Regalar muestras de un producto que aún no ha sido lanzado o que próximamente será lanzado al mercado, especialmente cuando se trata de productos alimentarios, crea un recuerdo que cala al asociar el sabor con el evento y el evento con el sabor.

Ofrecer un merchandising que sea guardado como un recuerdo personal

La inversión en merchandising en eventos deportivos es una de las activaciones que implica un mayor desembolso, y a la vez, la que más interrogantes levanta respecto de su efectividad.

Si este merchandising se usa por parte del aficionado y ofrece una visibilidad en televisión o medios, puede que haya justificado su coste, pero la imagen de los productos tirados en el suelo tras el evento es una estampa que cualquier patrocinador aborrece.

El siguiente nivel es conseguir que esa pieza sea identificada como un recuerdo material del evento, de la experiencia vivida.

En este punto me llama especialmente la atención un producto llamado Haz un Click. Se trata de fotografías tipo Polaroid impresas a partir de las imágenes que los aficionados cuelgan en Instagram con un determinado hashtag (en este caso el del evento).

Estas fotografías incluyen además el logo del evento y del patrocinador, con lo que se cumplen dos objetivos: Interacción (a través de las redes sociales) y atesoramiento como recuerdo propio, no de la marca.

Este tipo de activaciones son el camino a seguir para optimizar y hacer perdurar la inversión que se realiza en un evento.

“Conseguir interacción, crear un recuerdo y posteriormente una vinculación son objetivos que requieren acciones directas”



Foto: Desafío Puertos de Guadarrama/PhotogomezSport

Los datos de Strava reafirman la buena salud del ciclismo

Strava, la red social para deportistas, presentó el pasado diciembre su informe anual "Insights" que recoge el panorama del deporte español y mundial. Decenas de millones de atletas de 195 países hacen de Strava su lugar de encuentro, pudiendo aportar una perspectiva única de los hábitos deportivos y las tendencias de los deportistas tanto en España como alrededor del mundo. Además son unos datos más que relevantes que ratifican la buena salud de nuestro deporte en nuestro país.

En 2017, cada segundo se cargaron a Strava 16 actividades, un aumento considerable respecto a 2016, cuando se cargaron 9,6 actividades cada segundo. La comunidad de deportistas de Strava generaron billones de datos, que sumados alcanzan la increíble cifra de 8,4 billones de kilómetros, equivalente a 10.908 viajes de ida y vuelta a la luna.

Una manera de medir la comunidad social de Strava son los kudos, una mención que se hace entre atletas para felicitarlos por las actividades. En 2017, se repartieron 2,3 billones de kudos alrededor del mundo, 173,6 millones en España.

Los ciclistas de alrededor del mundo subieron un total de 203 millones de actividades en Strava en 2017, sumando un total de 7,3 billones de kilómetros, casi suficientes para un viaje de ida a Plutón. Juntos, los ciclistas de Strava acumularon 69 billones de desnivel positivo, equivalente a 10.000 viajes desde el centro de la Tierra a la superficie.

El día más popular alrededor del mundo para salir en bici fue en plena primavera, el 21 de mayo.

El ciclismo en España escala sin freno

El ciclismo en España sigue disparado y ha crecido un 39,1% respecto a 2016. En 2017 se cargaron 9,2 millones de actividades por 12,8 millones este año. La distancia cubierta también es impresionante: 635 millones de kilómetros, el equivalente a recorrer 127.000 veces la Ruta de la Seda. Los puertos de montaña españoles siguen atrayendo a los ciclistas, que sumaron 8.300 millones de metros de desnivel positivo alrededor del país.

El perfil del ciclista español

A pesar del aumento de actividades, el perfil del ciclista sigue siendo similar a los recogidos en los anteriores informes: el conjunto de los españoles pedalean una media de 47,5 km en salidas de 3h10.

En mujeres y hombres, las diferencias son ligeras pero cada año están más cerca. De media, los hombres recorren 50km por actividad, que dura 2h31 y suma 657 metros de desnivel positivo. Por su parte, las mujeres realizan, de media, actividades de 3h14 donde suman 45km con 569 metros de desnivel positivo.

Porvincia más activa / ciclismo

Más activa			Recorrido más rápido		
Barcelona 1.771.780 actividades	Madrid 1.084.736 actividades	Baleares 769.562 actividades	Navarra 25,1 km/h	Álava 23,9 km/h	Badajoz 23,9 km/h
Recorrido con más desnivel		Recorrido más largo		Actividad más larga	
Las Palmas 961,9 km	Guipúzcoa 620,7 km	Baleares 65,8 km	Álava 56,9 km	Almería 3h46	Álava 3h23
Huesca 6020 km		Cantabria 56,1 km		Malaga 2h09	

Barcelona, ciudad líder, las Baleares, el paraíso

Barcelona gana por tercer año la partida al resto de provincias, imponiéndose de nuevo como la más activa (1,77M de actividades) por delante de Madrid (1,08M) y Baleares (769K).

El boom del ciclismo sigue muy activo en Baleares, que también se alza como la provincia con las actividades más largas, con un promedio de 65,9km por salida. Por su parte, Navarra se sitúa con la provincia con los ciclistas más rápidos (25,1km/h de media), las Palmas tiene a los ciclistas más escaladores (961m de desnivel positivo de media por salida) y Almería a los que les gusta pasar más tiempo encima de la bici, con actividades de 3h46 de media.

El ciclismo urbano, importantísimo

Aprovechar los desplazamientos al trabajo para hacer deporte, ya sea corriendo o en bici, es ya una tendencia consolidada alrededor del mundo, y poco a poco se va instaurando en España. No es solo una buena práctica deportiva, sino también social, ya que por cada trayecto se puede ahorrar una cantidad significativa de emisiones de carbono a la atmósfera.

Este año, se han registrado 18 millones más de actividades con la etiqueta de "commute", indicando los desplazamientos al trabajo.

Sumando todas estas actividades se ha conseguido ahorrar 453.000 toneladas de emisiones de carbono.

Los alimentos más populares mencionados en Strava en España

 Café 1.680	 Cerveza 584	 Paella 182	 Pizza 154	 Tortilla 152
 Aceite 119	 Tapas/Pinchos 115	 Pasta 50	 Plátano 30	 Hidratos 4

Las claves para ser activo

 Busca un compañero de entreno Quienes entrenan semanalmente junto a otras personas son, en España, un 39% más activos	 Únete a un club La gente que forma parte de un club de Strava realiza un 46% más de actividad	 Ponte un reto Entre los deportistas con un objetivo, un 92% sigue activo 10 meses después
 Levántate Temprano Un 43% de los atletas que entrenan al menos una vez por semana lo hacen por la mañana	 Haz ejercicio en tus trayectos al trabajo Un 43% de los que van en bici o corriendo al trabajo también practican deporte el fin de semana	



Por **Santiago Puyuelo**
Sportmas

Cómo aumentar la efectividad de tu taller

2017 ha sido un año muy complicado para los detallistas. Aunque se han mantenido más o menos estables en lo que respecta a la apertura y cierres de tiendas frente al 2016, nos encontramos con que, poco a poco, la venta online de bicicletas está sumiendo al detallista en un agujero del que difícilmente puede salir, ya que, para poder competir con estas tiendas online, debe rebajar cuantiosamente el precio del producto que vende en tienda, suponiendo una gran pérdida de margen para este, y numerosas veces, teniendo como consecuencia el cierre de la tienda al no ser sostenible económicamente.

A pesar de que este deporte cada vez está ganando más popularidad en nuestro país, la posibilidad de comprar el producto más barato por internet genera que parte del stock se encuentre obsoleto. Nos encontramos, por lo tanto, ante un exceso de stock por parte de los detallistas, y una demanda bastante plana por parte de los clientes. Si a ello le añades que lo más común en una tienda es encontrarse bicicletas rebajadas casi a precio de compra debido a la fuerte competencia que generan las tiendas online, nos encontramos ante un panorama muy complicado para el detallista.

Para tratar de copear esta tormenta, la mayor parte de los detallistas se amparan en los beneficios que generan sus talleres, indispensables para la supervivencia de la tienda, pero, aunque parezca

paradójico, normalmente es la parte menos trabajada de la tienda, con escasa o nula informatización y con un stock poco controlado.

Para ello, en Sportmas Bike planteamos una solución a medida del problema, proporcionando al detallista una plataforma desde la cual tenga acceso a todos los catálogos de los proveedores de bike del sector, así como un control de stocks y una adaptabilidad a su espacio de trabajo, fortaleciendo la relación de confianza con los clientes y permitiendo una reposición constante de stocks de manera que el taller siempre tenga a su disposición las piezas necesarias para tener a los clientes satisfechos.

Sportmas Bike ofrece un servicio eficaz sin olvidar el trato personalizado, permitiendo al detallista disponer de las herramientas necesarias para gestionar un negocio de manera sencilla, pero lo suficientemente potentes como para aumentar la efectividad del taller de manera considerable. Asimismo, el trato eficiente que se le aporta al cliente permite una fidelización del mismo, siendo esto una gran ventaja que puede permitir a la tienda crecer de una manera progresiva y constante.

Pensando en el crecimiento que está experimentando el sector progresivamente, Sportmas Bike facilita una nueva forma de trabajo conjunta marca-detallista, que les permite interactuar a ambas de manera directa facilitando los pedidos y la re-

Sportmas Bike ofrece un servicio eficaz sin olvidar el trato personalizado, permitiendo al detallista disponer de las herramientas necesarias para gestionar un negocio de manera sencilla, pero lo suficientemente potentes como para aumentar la efectividad del taller de manera considerable.

posición de stock de una manera sencilla y eficaz, evitando por lo tanto una acumulación de stock innecesaria en la tienda que posteriormente deberá ser vendida a un precio más bajo del esperado.



La Vuelta sigue en lo más alto

Pasión compartida en el mundo



Fuente : A.S.O. Dirección Media 2017

1.200 PERIODISTAS, COMENTARISTAS Y FOTÓGRAFOS PRESENTES



397 MEDIOS (TV - RADIO - PRENSA - WEB)

1 ↑ **1.55M** DE TELESPECTADORES DE MEDIA (MEJOR AUDIENCIA DESDE 2011)

Fuente : Kantar Media 2017 - Ind.4+

El impacto mediático de la 72ª edición de La Vuelta a España demuestra, un año más, que la carrera sigue en curva ascendente, con un desarrollo positivo y constante que seguirá evolucionando en los próximos años. Estas cifras son claves también para ratificar el buen estado de la afición al ciclismo en nuestro país.

La pasada edición de La Vuelta logró la mejor audiencia desde 2011 con 1,55 millones de telespectadores de media, según Kantar Media. La carrera se pudo seguir en 188 países, con 70 horas de señal internacional en directo y tuvieron 20 difusores - directo & highlights. Se acreditaron 1.200 periodistas, comentaristas y fotógrafos de 397 medios (televisión, radio, prensa y web). En las redes sociales, La Vuelta estuvo potente con 795.000 fans ganados en las distintas plataformas sociales (320.000 en Facebook, 298.000 en Twitter y 138.000 en Instagram). Facebook obtuvo un 26% de fans más en comparación con 2016, Twitter un 25% más de followers en comparación con 2016

Instagram obtuvo nada más y nada menos que un crecimiento del 62% en followers en comparación con 2016. Pero estas cifras no se quedan aquí: 250.000 personas descargaron la aplicación oficial y desde lavuelta.com se visionaron 26,2 millones de videos, cifra que supera con creces los 14,6 millones de videos vistos en 2016.

En cuanto a los espectadores in situ, 16 marcas participaron en una caravana publicitaria de 28 vehículos y en el Parque Vuelta hubo 24 patrocinadores con animaciones, fuente de motivación para un 75% de los espectadores a la llegada de las etapas.

En este sentido, según ha dado a conocer la organización, el público estaba formado por grupos de entre 3 y 4 personas de media, un 48% de ellos eran familias y solo un 33% de ellos usaron vehículo para llegar a la meta o al sitio elegido para seguir la carrera. Un 64% eran hombres y un 36%, mujeres. Estos datos han sido recopilados por TNS Sofres y por A.S.O.

Ecosistema digital potente

795.000 FANS EN REDES SOCIALES (SUMANDO LAS DISTINTAS PLATAFORMAS)

4.4M DE VISITANTES ÚNICOS EN LA WEB OFICIAL DURANTE LA VUELTA (+10% VS 2016)



26,2M VIDEOS VISTOS (VS 14,6M EN 2016)

320.000 FANS (+26% VS 2016)
298.000 FOLLOWERS (+25% VS 2016)
138.000 FOLLOWERS (+62% VS 2016)

250.000 DESCARGAS DE LA APLICACIÓN OFICIAL (IGUAL 2016)

Fuente : A.S.O. Dirección Media - Septiembre 2017

Espectadores in situ



CARAVANA PUBLICITARIA

16 MARCAS **28** VEHÍCULOS



PARQUE VUELTA

24 PATROCINADORES CON ANIMACIONES (FUENTE DE MOTIVACIÓN PARA UN 75% DE LOS ESPECTADORERES A LA LLEGADA DE LAS ETAPAS)

GRUPOS DE ENTRE **3 y 4** PERSONAS DE MEDIA
48% DE FAMILIAS DE LAS CUALES
33% VEHÍCULOS

64% HOMBRES **36%** MUJERES

Fuente : Unipublic - Encuesta espectadores TNS Sofres 2016

Las mujeres, a la conquista del desierto

Espectacular aumento de participación femenina en la próxima edición

La participación femenina en la Titan Desert by Garmin siempre ha sido una de las asignaturas pendientes para la organización de la carrera, sin embargo, en esta próxima edición de 2018 se vivirá una auténtica revolución femenina en la prueba del desierto.

Si en 2017 fueron un total de 22 mujeres las que tomaron parte en la aventura de un total de 460 participantes, el próximo año se espera una cincuentena de ellas, especialmente gracias al proyecto ideado por la tienda Doménica -especializada en el mercado del ciclismo femenino- que ha creado un equipo para conquistar el desierto con 30 mujeres dispuestas a ser finishers de una de las carreras más duras del mundo.

La Titan ha evolucionado con el paso de los años desde su nacimiento en 2006, y paulatinamente ha introducido mejoras en los campamentos para hacer más cómoda la estancia de las bikers. Hace dos años se introdujeron duchas y servicios exclusivos para mujeres, el maillot de líder femenino -azul- también es una realidad y en su momento se creó la categoría dúo mixto para fomentar la participación femenina.

En 2018 se produce así la gran explosión femenina especialmente gracias al proyecto de Doménica, que seleccionó a 30 mujeres entre más de 225 solicitudes! para participar en la Titán, lo que demuestra que hay mucho interés en el sector femenino por vivir una aventura tan exigente y dura como la prueba marroquí. Tras pasar por un proceso de selección y entrevistas individuales, finalmente escogieron a estas treinta afortunadas que seguro que darán mucho que hablar en el desierto. Todas ellas estarán capitaneadas por la deportista Sara Carmona, con experiencia ya en la carrera, y con el objetivo de ser la Team Leader del equipo.

Al margen del equipo Doménica, muchas otras serán las mujeres que participarán en la carrera de 2018, cada una con su propia historia y reto personal. Históricamente, y pese a tener un número no elevado de participantes en esta categoría, las mujeres bikers han mostrado un excelente nivel de competición. Desde la primera vencedora en 2006, Amparo Ausina, hasta la última, Anna Ramírez, han participado casi 200 mujeres. Entre ellas, estrellas del MTB como la estadounidense Rebecca Rusch, vencedora de la edición 2012, o las locales Claudia Galicia (2013 y 2014), Núria Lauco (2008 y 2010) o la propia Anna Ramírez (2015 y 2017), todas ellas bicampeonas de la competición. También tuvo un paso muy destacado por la carrera la catalana Ramona Gabriel, vencedora en 2016 y que destaca el esfuerzo de la organización por atraer cada año a más participantes del sector fe-



En 2018 se alcanzará una cifra récord de participación femenina con más del doble de mujeres que en la edición anterior

menino, así como Claudia Galicia.

"Recuerdo mi victoria como algo muy especial. Lo que te aporta la Titan es que es muy mediática y te da a conocer mucho en el mundo. La gente te conoce gracias a ganar la Titán por los medios ya que cuidan mucho tema prensa y redes sociales. Fue algo especial, recuerdo sudarla mucho, sufrimiento y estrés", opina Ramona Gabriel. "Me encanta el hecho de que tanto el más pro como el más amateur, es decir, que tanto el que llega

primero como el último participante tienen las mismas condiciones. No hay mejor hotel ni mejor comida para el más pro, sino que el descanso, la comida, etc son los mismos para todo el mundo, todos convivimos en las mismas condiciones y creo que esto es lo especial de la Titan Desert by Garmin", añade.

"Mi primera victoria la recuerdo dura, sufrí mucho, era mi primer año y mi primera carrera por etapas. Pero es un recuerdo muy bonito. Lo que me ha aportado es que se me abrieron las puertas en el mundo de la bici, era mi primera vez y gracias a ello gané sponsors. Se puede decir que allí empezó mi carrera deportiva", explica. "El entorno, las haimas, el desierto, la carrera es muy especial. Las vivencias con los corredores 24 horas juntos, compartirlo todo, comidas, descanso, etc. Lo que más destaca es el entorno en sí de la carrera", comenta la ciclista catalana.

El sueño aún es posible: el 16 de marzo se cierran las inscripciones

Las decisiones importantes en la vida se toman con el corazón. Inscribirse a la Titan Desert by Garmin es una de ellas, por eso las inscripciones de la Titan Desert by Garmin estarán abiertas hasta el día 16 de marzo, para que puedas inscribirte cuando escuches la llamada del desierto.

Si tienes un sueño, ve a por él. Con convicción y valentía. Así es como se afronta la Titan Desert by Garmin 2018. Para todos aquellos que necesitáis ese último empujón para formalizar vuestra inscripción, debéis saber que la fecha límite es el día 16 de marzo.

¡No lo pienses más!



Nuevo e-hotspot en Eurobike 2018

Los proveedores globales de bicicletas eléctricas y cada vez más agentes de otros sectores están incrementando la velocidad aplicada al tema de la innovación para nuevas soluciones de movilidad. Los avances técnicos del año de modelo 2019 podrán verse por primera vez en la feria líder mundial del 8 al 10 de julio de 2018 en Friedrichshafen. La feria da especial énfasis a este evento, ya que el mayor pabellón de la feria, el A1, estará ocupado bajo la etiqueta «EMobility Solutions» exclusivamente por expositores cuya actividad principal se enmarca dentro del tema energético de la movilidad.

La electrificación de la bicicleta está en pleno desarrollo y hace ya tiempo que cada tipo de bicicleta está disponible con diferentes accionamientos eléctricos. Pero este desarrollo dista mucho de haber llegado a su fin: otros campos temáticos como la digitalización, la conectividad, los big data, la gestión de flotas o las soluciones de movilidad más allá de la bicicleta eléctrica se están convirtiendo cada vez más en el centro de atención de todos los operadores del sector. Eurobike 2018 responde a esta situación del mercado con la colocación de nuevos temas. El director del sector Eurobike, Stefan Reisinger, explica: «El pabellón Rothaus A1, como punto de referencia central, ofrecerá en el futuro más de 10 000 metros cuadrados de exposición como 'pabellón E-Mobility Solutions' con la correspondiente oferta de servicios y productos. Esta es la primera vez que ampliamos nuestro enfoque más allá de la bicicleta eléctrica clásica y los pre-suministradores para incluir los LEV (vehículos eléctricos ligeros) y ocupar el nuevo segmento de movilidad entre la bicicleta clásica y el automóvil. Esta presentación de producto también ofrece al comercio especializado una oportunidad única de familiarizarse intensamente con este prometedora tema».

El nuevo enfoque temático es parte del nuevo concepto de Eurobike, que traerá cambios fundamentales en 2018 con su programación a principios de julio y un enfoque exclusivo hacia las necesidades del mundo profesional. «Con el fin de ofrecer a los fabricantes interesados la mayor cantidad posible de 'tiempo de calidad' con los distribuidores y socios en el marco de Eurobike de tres días, reforzamos nuestra asistencia individualizada para formatos directamente anteriores, intermedios o posteriores», apunta Dirk Heidrich, director de proyecto de Eurobike, acerca de variedad de eventos entorno a la feria principal. Esto significa que los participantes tendrán abiertas hasta el inicio de la feria el domingo 8 de julio nuevas ventanas de tiempo para un amplio abanico de propósitos: en paralelo a los Eurobike Media Days (del 4 al 6 de julio en el Tirol), los expositores pueden realizar en Friedrichshafen y en la región del lago de Constanza en los dos días antes y después de la feria principal (6/7 de julio y 11/12 de julio) eventos específicos según grupos destino para clientes, comercios, representantes de medios de comunicación o empleados.

El día anterior a la feria, el sábado 7 de julio 2018 se ofrece, además de numerosos eventos para la prensa, un programa de conferencias y ponencias de alto nivel: los fabricantes OEM tienen la oportunidad de organizar reuniones a puerta cerrada y citas previas, la Eurobike Academy ya ofrece los primeros foros para distribuidores, la Bike Europe Conference y otros congresos especializados se celebran como de costumbre en el recinto ferial y una cena de networking proporcionará un marco exclusivo para ir calentando los motores de Eurobike.

La 27ª Eurobike abre sus puertas del domingo 8 de julio al martes 10 de julio de 2018 de 9 a 18 horas y solo será accesible para visitantes profesionales y periodistas acreditados.

La 3ª edición de los eBike Days by Cofidis se celebrará probablemente en Valencia

Según ha dado a conocer AMBE en un comunicado, "muy previsiblemente la 3ª Edición se celebrará en el mes de mayo y es probable que la ubicación elegida sea la ciudad de Valencia haciendo llegar de este modo el contenido y mensaje de la bicicleta de pedaleo asistido a una ciudad que está apostando muy fuertemente por fomentar el uso de la bicicleta como forma de moverse diariamente".

Este es el primer evento dedicado en exclusiva a dar a conocer al público ciclista y no ciclista las bicicletas eléctricas. Es un evento organizado por y para las marcas. Un evento que se celebrará cada 6 meses, cada vez en una ciudad distinta, a un precio muy razonable para los expositores.

Atlantic Bike Vigo llega el próximo octubre

Su ubicación en el centro de la ciudad, junto a un área anexa al borde de la Ría de Vigo para exhibiciones y demostraciones, la convierten en punto de encuentro entre expositores y visitantes del Noroeste Peninsular. La ciudad de Vigo ofrece al mundo de la bicicleta un perfecto balcón al Norte de Portugal y a todo el Noroeste Peninsular. La ciudad junto con su comarca han sido cuna de una larga trayectoria ligada al ciclismo y a la bicicleta con destacados éxitos al más alto nivel internacional, con victorias absolutas en 3 ediciones de la Vuelta a España y en el Tour de Francia. En el caso de las tres vueltas a España fueron Delio Rodríguez (1945), Emilio Rodríguez (1950) y Álvaro Pino (1986). El único ganador gallego del Tour de Francia es Óscar Pereiro (2006).

Atlantic Bike Vigo será el único escaparate en Galicia dedicado integralmente al mundo de la bicicleta con la presencia de marcas de bicicletas, ropa y moda de ciclismo, complementos y accesorios, cicloturismo, tecnología y biomecánica aplicadas al ciclismo, Salud y nutrición, Nuevos productos, competiciones y clubes, entre otros sectores.

Tendrá lugar los días 19, 20 y 21 de Octubre 2018 en el Exhibition Center del Muelle de Trasatlánticos de Vigo.

La organización, a cargo de Global Iniciativas Empresariales S.L, trabaja por dotar al salón de una oferta diferenciada y atractiva, tanto para el visitante profesional, como el amateur, con una variada propuesta que cubre un amplio espectro de opciones.



Todos los procesos de tu
negocio gestionados
desde una sola herramienta



QuickSports PRO

Control de proveedores,
pedidos, estadísticas, stock,
clientes...



Módulo de taller

Histórico de reparaciones,
vehículos por cliente,
planificación de órdenes de
taller, reposición de recambios...



b2b sportmas

Un único b2b para la descarga
de pedidos, artículos y recambios
a tu software, de forma rápida
y sencilla



Puedes encontrarnos en C/. Badajoz, nº 127, 08018 Barcelona
Tel.: 93 253 06 33 - comercial@gescode.es

Cannondale, nuevo main sponsor de Sea Otter Europe

La marca estadounidense de bicicletas Cannondale será el patrocinador principal del festival ciclista Sea Otter Europa Costa Brava-Girona Bike Show 2018. Como main sponsor, Cannondale muestra su compromiso con el evento que celebrará su segunda edición en junio y que tiene al aficionado al ciclismo como protagonista de su programa deportivo y de actividades. "Nos gusta esta cercanía con los aficionados, es donde nos encontramos más cómodos", afirma el director de marketing de Cannondale en España y Portugal, Ignacio Giménez.

El año pasado, más de 30.000 visitantes asistieron a la edición inaugural de Sea Otter Europe. Durante el evento de tres días los asistentes probaron más de 300 bicicletas en la zona de Bike Test, compraron numerosas bicicletas y accesorios de las marcas presentes, y llenaron la zona de público en todos los eventos. "Una iniciativa como Sea Otter Europe ofrece a Cannondale la oportunidad

de compartir experiencias con el público y a los consumidores la posibilidad de probar nuestras bicicletas y sus ventajas tecnológicas. Para Cannondale, este evento es una verdadera experiencia para el consumidor", añade Giménez.

La entrada de Cannondale como patrocinador principal de Sea Otter Europe 2018 demuestra el potencial del festival, después de una enorme primera edición. "Que una marca de reconocimiento mundial como Cannondale se haya comprometido tanto con Sea Otter Europe es la prueba de que el festival se está estableciendo en un sector altamente competitivo donde las marcas son muy prudentes en lo que respecta a actividades promocionales", explica Albert Balcells, director del festival ciclista.

Durante más de cuatro décadas, Cannondale ha sido líder en la producción de bicicletas de alta gama, ganándose su posición en la industria con diseños innovadores que inspiran a los ciclistas de



todo el mundo. Hoy en día, Cannondale no solo fabrica bicicletas para todas las disciplinas, sino que también produce piezas y accesorios tan innovadores como las bicicletas que construyeron su reputación.

Bajo este nuevo patrocinio, Cannondale y Sea Otter Europe trabajarán juntos para preparar la segunda edición de este festival internacional de ciclismo, que tendrá lugar del 8 al 10 de junio. Sea Otter Europe ya ha anunciado el crecimiento de su zona comercial y novedades en el plano deportivo y de actividades para el público.

ASO y RPM se asocian para organizar la Titan Desert

La Titan Desert by Garmin reúne a los apasionados de la aventura y de la bicicleta. He aquí precisamente las pasiones de ASO, organizadores del Dakar, Tour de Francia, de la Vuelta España y sobre todo del Roc d'Azur, cita ineludible del MTB que, a partir de ahora, tendrá un compañero más extremo en el continente africano.

Unidos desde hace más de 20 años a RPM-MKTG (eDreams Mitja Marató de Barcelona, Zurich Marató Barcelona, salida del Dakar 1995, 1996, 1999, 2005), A.S.O. se ha asociado a la compañía española para la organización de la Titan Desert by Garmin, con el objetivo de acelerar juntos la internacionalización del evento, que aglutinó en 2017 participantes de más de 30 nacionalidades. La edición del año próximo se disputará entre el Atlas y el desierto marroquí. Se esperan más de 500 participantes que se enfrentarán a 6 etapas, comprendiendo, a la vez, un desafío en la montaña y un descubrimiento de los grandes espacios de dunas de la región de Merzouga. La aventura deportiva se prolonga con los momentos de convivencia en el privilegiado marco de un campamento itinerante, instalado todos los días en pleno desierto. Es el auténtico espíritu del Dakar en el mundo del MTB. Entre los proyectos de esta nueva alianza, la creación de una serie de carreras MTB "Titan World Series" en varios territorios del mundo, manteniendo siempre el espíritu de aventura de la Titan Desert by Garmin.

"RPM-MKTG es uno de los socios más leales de A.S.O. desde hace muchos años. Este acuerdo marca una nueva etapa en nuestra colaboración y el comienzo de una gran aventura. La Titan Desert by Garmin es una carrera única y encaja perfecta-



mente en nuestro deseo de ofrecer siempre nuevas experiencias a nuestra comunidad deportiva, en Francia y en el extranjero", ha explicado Yann Le Moenner, Director General de ASO.

Por su parte, André D. de Andrade, CEO Dentsu Aegis Network Iberia & SSA, ha manifestado la ilusión con esta nueva alianza ya que "representa la consolidación de un proyecto que nació hace ya 13 años en España, y que ahora se proyectará al resto del mundo de la mano de los mejores. La experiencia adquirida en estos años y los éxitos logrados han demostrado que es un proyecto muy sólido, y ahora tenemos el mejor socio posible, la empresa líder mundial en ciclismo, A.S.O., para dimensionarlo y convertirlo en la competición de

MTB por etapas más importante y completa del mundo. La internacionalización de la "Titan World Series" refleja nuestra constante vocación de liderazgo como grupo y evidencia el talento y el magnífico trabajo realizado por el equipo de RPM-MKTG".

"La Titan Desert by Garmin es mucho más que una competición, es una gran aventura en mountain bike. En sus 12 años de existencia, 4.000 apasionados del ciclismo han tenido una experiencia que nunca olvidarán. La colaboración entre A.S.O. y RPM permitirá que el evento avance en términos de desarrollo internacional, tanto en mediación como en participación", ha considerado Juan Porcar, Director General de RPM-MKTG.

SHOP

THE FUTURE OF RETAIL

EVENTO EXCLUSIVO
DEDICADO A DAR
RESPUESTA A LAS
NECESIDADES DE
LA EXPERIENCIA
PHYGITAL EN RETAIL

25-26
ABRIL

En su primera edición comparte magia con **OMExpo**, evento de referencia en marketing digital & e-commerce en el sur de Europa. No pierdas la oportunidad de interactuar con tus prospects y hacer networking durante los días **25 y 26 abril 2018**

THE
FUTURE
OF
RETAIL



Nuestro **Start up Village**, nuevo **Área de Logística y Área Bitcoin & Blockchain** complementan este paraíso phygital.

Más de **2.500 visitantes** recorrerán el área expositiva y participarán en los distintos debates, mesas redondas, ponencias, congreso y áreas de **networking** que rodean al evento.

Más de **50 marcas** presentarán sus productos y servicios, sobre **e-commerce, marketing for retailers, retail systems and technologies, future retail, digital displays y security systems.**

Gold Sponsor

Marcas que han confirmado su presencia:



Colaboran:



Santini: esencia ciclista

El equipo de Tradebike&Tri ha tenido la oportunidad de visitar su fábrica en Bérgamo

Pietro Santini fundó, en 1965, Santini Maglificio Sportivo. El objetivo era especializarse en la confección de prendas técnicas para ciclistas y hacerlo, además, desde una profunda pasión por el ciclismo y por la competición. Hoy en día, Santini es una marca referente en el mundo del textil ciclista. Desde el principio, la empresa pensó que debía diseñar y destaca por producir todos sus productos exclusivamente en Italia y, actualmente, es una de las pocas empresas que fabrica en Europa. Es una práctica revolucionaria y contraria a la tendencia general del sector. Santini es una empresa familiar, con una plantilla mayoritariamente femenina, que fabrica más de 3.000 artículos al día y exporta el 80% de la producción al extranjero. La marca italiana tiene muchos puntos fuertes. Apuesta constantemente por invertir en la investigación tecnológica de tejidos innovadores y en nuevos métodos de producción. Su objetivo es no dejar nunca de centrar la atención en los deportistas y mantener viva la misión de perfeccionar sus propias creaciones para que todo el mundo pueda practicar su deporte preferido con prendas cómodas, sin renunciar al estilo. En este contexto, otra apuesta de la marca es la personalización, una tendencia muy importante hoy en día en el sector del textil donde Santini es puntera. La personalización es uno de sus componentes más importantes de la producción, de hecho, cerca del 25% de los productos están dedicados al "custom". La marca italiana cerró 2017 con una facturación cercana a los 17 millones de euros, hecho que



supone un crecimiento notable en comparación con el año anterior. Estas cifras suponen un crecimiento del 10% anual, en parte gracias a la exportación. En este sentido, España es uno de sus mercados más relevantes y es donde han podido experimentar un gran crecimiento en los últimos años, en parte también por esponsorizar La Vuelta a España y muchísimos eventos deportivos como La Polar Gran Fondo La Mussara o la Skoda Gran Fondo San Sebastián.

“La marca italiana cerró 2017 con una facturación cercana a los 17 millones de euros”





El proceso de producción

Santini destaca por tener una producción en línea muy efectiva y artesana: cada prenda es creada y diseñada por un equipo de diseñadores con una profunda pasión por el mundo de las dos ruedas, según la filosofía "Fit, Performance, Comfort, Durability".

Las prendas Santini se elaboran en su totalidad en Italia. Primero de todo, se escogen los materiales con los que se realizarán los modelos pensados. Una vez hecho este primer paso, se procede a su diseño, un proceso que se adapta a las exigencias de la producción. Acto seguido, este diseño se plasma en un plano de papel y se transfiere al tejido.

Este proceso de estampación se realiza mediante máquinas especializadas que crean las piezas que compondrán el tejido final. Una vez cortadas las piezas, estas se agrupan y se llevan a la zona de costura. Este paso se realiza de manera manual por personas expertas que aplican todos sus conocimientos a la hora de realizar prendas técnicas.

El resultado de una época

La historia de la empresa es única. Pietro Santini, antes de fundar la empresa, trabajaba como mecánico soldando y respirando humo. Un día, tras un accidente laboral que le dejó con la pierna enyesada, empezó a ayudar a sus hermanas con la máquina de tejer, quienes se ganaban la vida en casa tejiendo.

Pietro pensó que era un trabajo más sano que ser mecánico y le propuso a su padre trabajar con ellas. Sin embargo, su padre no se mostró de acuerdo porque aquel "era un trabajo de mujeres". Pero Pietro, inconformista, fruto de otra época, insistió y superó la voluntad de su padre.

Empezó elaborando ropa de esquí y después de haber ahorrado un poco, apostó por el ciclismo a través de sus contactos. Pietro había disputado ca-

rreras de ciclismo en categorías inferiores durante un período breve de tiempo, hecho que le sirvió para entrar en el mundo ciclista y por saber que aquella era su pasión.

Con el dinero ahorrado, en 1965 compró nuevas máquinas y empezó a fabricar para los clubs de ciclistas regionales de la zona. Después hizo el salto al mercado europeo y en 1988 se convirtió en proveedor del maillot oficial del líder mundial de la UCI y del líder de la Copa del Mundo. Con los años, Santini se ha convertido en una empresa reconocida a nivel global.

“Santini fabrica más de 3.000 artículos al día y exporta el 80% de la producción al extranjero”



Codex-U llega al mercado

Conocemos la empresa de primera mano

Codex-U es una herramienta diseñada técnicamente para la prevención de robos que permite llevar el candado en U de forma invisible, cómoda y práctica, a la vez que sirve para transportar paquetes o alforjas. El candado en U es considerado el más seguro del mercado y posee una estética completamente adaptable a la bicicleta, que cuida su estructura y pintura, ya que queda completamente encajado, invisible e inamovible dentro de la forma innovadora del instrumento. El Codex-U es un dos en uno. "Convierte una cosa engorrosa como es llevar tu candado en el cuadro dando golpes y molestando en una cosa súper cómoda, bien solucionada, elegante y simple", explica Josep Losantos, ingeniero de Codex-U.

A día de hoy, se puede considerar este producto como el sistema de soporte y candado más seguro. Se fabrica en su totalidad en Catalunya y el País Vasco a través de un grupo de partners que se encargan de producirlo.

Queremos vender el producto en cualquier parte del mundo donde haya mercado para él

Codex-U se lanza a nivel global y pretende revolucionar el sector. Hace un tiempo lanzaron un modelo para Honda Scoopy y fue un éxito, pero se ha decidido apostar, de momento, por el sector ciclista. "No nos hemos marcado un límite geográfico: no nos limitamos a España o a Europa. Queremos vender el producto en cualquier parte del mundo donde haya mercado para él. De hecho, hemos contactado con distribuidores de Japón y Nueva Zelanda. Para nosotros, nuestro mercado inicial es Europa, países del norte como Alemania, Holanda, Dinamarca o Inglaterra. Países con tradición ciclista y que tienen un parque de bicicletas considerable", explica Losantos. "Tenemos un montón de ideas para hacer mejores versiones, más versátiles y con mejores prestaciones como poner dos candados en vez de uno o crear un portapaquetes en el que se puedan poner candados de otras marcas", añade.

Por su parte, Josep Sarmiento, inventor del Codex-U, afirma que es "un producto muy versátil que se puede poner en varias partes de la bicicleta como en la cesta".



Tres modelos, cuatro colores y un sinfín de adhesivos

Actualmente se pueden adquirir tres modelos del producto. El Codex-U Nepal tiene un estilo funcional con dos tirantes telescópicos ajustables que se fijan en la parte posterior del cuadro de la bicicleta. Tiene una capacidad máxima de 15 kg, su peso es de 2.200 gramos y sus medidas son: 355 cm de alto x 194 cm de ancho x 460 cm de largo. Está pensado para ciclismo urbano y terrenos irregulares.

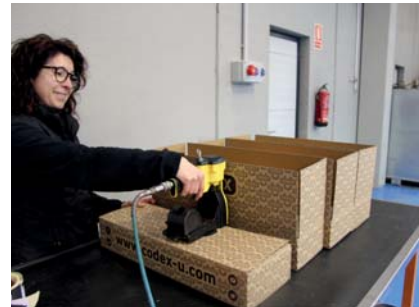
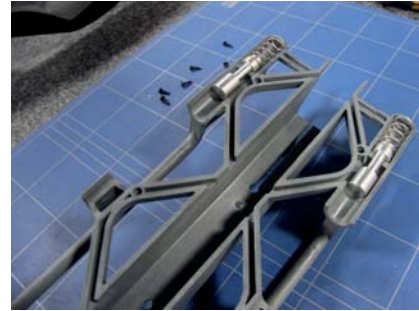
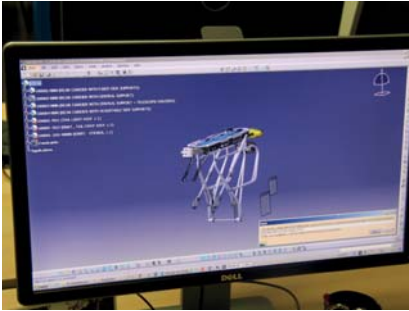
Por su parte, el Codex-U Himalaya, con laterales fijos y eje central, tiene un estilo funcional con capacidad para soportar más peso y posibilita la incorporación de alforjas. Es más voluminoso y compacto, tiene una capacidad máxima de 35 kg,

su peso es de 2.500 gramos y sus medidas son: 470 cm de alto x 194 cm de ancho x 460 cm de largo. Las alforjas se pueden poner en dos posiciones: en la primera se mantienen en la cerradura y no pueden ser robadas, y en la segunda, más baja, se proporciona un centro de gravedad que hace el pedaleo más cómodo y maniobrable.

Por último, el Codex-U Everest es un modelo que incorpora soportes laterales regulables y tirantes delanteros, haciéndolo más ligero. Con este modelo, regular la altura es más sencillo. Todos los modelos tienen elementos reflectantes.

Codex-U está pensado como un "Meccano", es decir, permite al cliente cambiar cualquier pieza en cualquier momento de manera que tú puedes adquirir primero un Nepal y al final, convertirlo en





un Everest. También actúa como guardabarros, se adapta a todo tipo de ruedas e incluye una barra que se conecta directamente a la tija del sillín.

Además, siguiendo la tendencia del sector, es un producto absolutamente personalizable. El cliente puede adquirir vinilos resistentes y fácilmente reemplazables que están hechos de materiales de alta calidad y son resistentes a los cambios térmicos y al paso del tiempo. También se pueden fabricar con la imagen que tú quieras. Codex-U está disponible en color negro, gris, amarillo y azul, y de cara al futuro se elegirán más colores.

Codex-U está fabricado de manera que tiene unos muelles que evitan el traqueteo del candado. Con él, se puede practicar cicloturismo, bajar escaleras o incluso saltar. Prueba de ello es que el 20 veces Campeón del Mundo de Bikertrial, Ot Pi, lo utilizó para grabar un vídeo con Josep Sarmiento y no solo quedó absolutamente satisfecho, sino que a día de hoy aún sigue utilizándolo.

Hay que destacar que la marca ha confirmado que las tiendas tendrán un margen del 40% y los distribuidores un máximo del 30%. El precio siempre será el mismo, independientemente del canal por el que se venda.

La perseverancia de Josep Sarmiento

Codex-U es un producto patentado a nivel mundial, también el diseño. Fue una idea que tuvo Josep Sarmiento hace unos años: creó un prototipo y lo empezó a usar por Barcelona. Cuando paraba en los semáforos, preguntaba a los ciclistas por qué llevaban el candado mal atado en el manillar o en el cuadro. Después les mostraba su invento y automáticamente le preguntaban dónde lo podían adquirir. Por esta razón, Josep se embarcó en esta aventura.

Su target: ciclista urbano, cicloturista o ciclista de carretera

Codex-U es un producto enfocado al ciclismo ur-

bano, al cicloturista y también al ciclista de carretera. Según explican desde la marca, buscan llegar a todo aquel que utiliza el candado en U de manera habitual. "En Barcelona, el 80% de las personas atan su bicicleta con un candado en U y llevan dos como mínimo. Este es nuestro usuario, además del de las eléctricas, un sector que crecerá mucho", señala Sarmiento.

Codex- U en España

"El mercado español es bueno, pero no tanto como el holandés o el alemán. Una tienda de bicicletas debería tener este producto porque soluciona un problema real como es el hecho de llevar un candado colgado de cualquier manera en la bicicleta y que molesta", explica Losantos.

Por otro lado, Sarmiento considera que "el mercado español no será grande en un inicio por dos motivos: el primero es el económico –en España los sueldos son más bajos y hay gente que prefiere gastarse 15 euros con un candado barato- y el segundo es que no nos damos cuenta del problema hasta que nos roban la bicicleta".

El proceso de producción

Codex-U es una marca que funciona a través de partners, de manera que cada uno es el encargado de aportar una cosa u otra al producto. El primer paso para crear el Codex-U pasa por ingeniería, es decir, por Josep Losantos. Una vez terminados los planos del producto, estos se trasladan a Girona Design Center, empresa donde se fabrican los moldes.

Terminado este paso, los moldes se mandan a Giriplas, empresa que se encarga de la inyección de plástico. Después de haber fabricado las dos piezas del portaequipajes, GDC se encarga de ensamblarlas, juntamente con los muelles que evitan el traqueteo del candado. En este punto es donde se monta con los colores elegidos por el comprador.

Después se manda a Tecnigas, punto neurálgico

de Codex-U. Allí es donde se reciben todas las piezas, entre ellas el candado, fabricado exclusivamente para la marca en el País Vasco. En esta empresa se ensamblan también todas las otras piezas, se procede al montaje final y se prepara todo el producto para ser enviado. Los pedidos son administrados por Volcano Grup, empresa que gestiona el departamento de marketing.

La gata Codex

Toda empresa tiene sus curiosidades. Josep Sarmiento es Mosso d'Esquadra y en la oficina donde trabajaba tenían una gata que habían rescatado. Un compañero la nombró "Codex", que es un código indicativo de la policía. Un día la gata empezó a cojear y Josep decidió llevársela a su casa. Vivió con él durante 11 años, hasta que falleció en marzo de 2017. La marca lleva este nombre en su honor.

“Una tienda de bicicletas debería tener este producto porque soluciona un problema real como es el hecho de llevar un candado colgado de cualquier manera en la bicicleta”



Riese & Müller contrata más personal para satisfacer la creciente demanda de eBikes

El fabricante Riese & Müller GmbH ha anunciado que a partir de este mes de abril aumentará su plantilla de trabajadores a más de 300 personas. En 2017 la compañía creó 40 nuevos empleos debido al aumento de la demanda de eBikes premium, eCargos y plegables.

Para contratar nuevos trabajadores hay que rellenar una simple solicitud para realizar una entrevista a través de la web de Riese & Müller. Esta herramienta es muy adecuada para conseguir contratar el personal de la región. Las entrevistas se realizarán el 16 de marzo en la sede de la compañía en Weiterstadt.

La gerente general de Riese & Müller, la Dra. Sandra Wolf, ha explicado que "para reconocer a un empleado atractivo desarrollan nuevas ideas y conceptos". "Queremos ofrecer a nuestros empleados un trabajo moderno, con visión de futuro con muchas oportunidades para el desarrollo personal y seguridad laboral", ha manifestado.

Por su parte, Christine Vollmer, gerente de recursos humanos de Riese & Müller, ha comentado que "hay un gran interés para nuestra empresa. Este sistema para encontrar personal es muy apreciado y efectivo para encontrar trabajadores para nuestra empresa".

Musette, nuevo distribuidor de Silca

Musette ofrece una nueva marca en su catálogo: Silca. Se trata de una empresa de 100 años que se ha especializado en bombas de alta precisión y cuya filosofía de calidad ha sido extrapolada a herramientas y bolsas para transporte. Y tiene a un aliado de lujo: Peter Sagan.

Bombas

La marca ofrece bombas de taller y portátiles con unos materiales y una tecnología al detalle que las hacen auténticas obras de arte. Destacar como innovadora la Tattico Bluetooth (foto superior derecha), que plasma en tu móvil la presión exacta del neumático, simplemente descargando una App.

Herramientas

Son de gran calidad y precisión. Destaca la caja de madera con las llaves allen, además de la T



Ratchet + Ti Torque Kit, una dinamométrica para tener en casa y también poder llevar en las salidas, ideal para cuando estamos cambiando alguna pieza ligera que necesita ser tratada con mucho cuidado y queremos hacer retoques en la salida.

Bolsas

Ofrece un conjunto de cuatro productos destinados al almacenaje y transporte. La bolsa para debajo del sillín, con cierre Boa, marca tendencia y lleva este accesorio a otro nivel. Le acompañan dos versiones para llevar lo básico (Eolo Wallet y Eolo Phone Wallet) en cualquier salida y una mochila para tus viajes (Maratona).

Decathlon mueve su producción de eBikes a Europa



Las ventas de bicicletas eléctricas son pequeñas dentro de las ventas totales de bicicletas de Decathlon. Su producción aún se está haciendo en China pero a partir de 2019 se trasladará a Europa, hecho que se debe sobre todo a la amenaza de los aranceles antidumping. Esta información ha sido publicada en exclusiva por Bike Europe.

Decathlon tiene una gama de eBikes de 9 modelos y quiere ampliar su rango y sus ventas. Quieren lanzar también una eMTB. El prestigioso gigante ofrece modelos a precios muy competitivos, su Elops 920 se vende por un PVP de 1.500 euros y está equipado con motor Brose. Pero tiene una gama de precios que oscila entre los 699€ y los 1.899€.

La fábrica podría ser que se ubicara en Lille, donde ya se desarrollan 30 modelos de B'Twin y Rockrider. Decathlon vende 4 millones de bicicletas al año en Europa, de las cuales 160.000 se fabrican en la ciudad francesa.

Rock Machine® llega a España



Desde el 1 de enero Sportmed distribuye la marca de bici todo terreno Rock Machine®. La reconocida firma checa, Rock Machine®, fundada en el 1994, que en la actualidad forma parte del grupo BFI, destaca por su excelente relación calidad/precio, por su garantía de calidad al ser fabricada en Europa y por ser especialista en eBikes. Para más información de su completa colección: <https://rockmachine.us/es>.



LECOQSPORTIF.COM



Por **Álvaro Martínez**
Equipo Tradebike

“¿Qué tipo de evento beneficia más al detallista? ¿Cómo se puede equilibrar una gran cantidad de información nueva con experiencias palpables verdaderas?”

Hablar es más fácil que probar

Actualmente nos reunimos con distribuidores, asistimos a ferias, demo days, previews y eventos de relaciones públicas numerosas veces al mes. Y aunque eso nos aporta una gran cantidad de información interesante sobre las novedades de la industria, simplemente no es posible para el detallista medio dedicar su tiempo a un calendario tan lleno sin tener que cerrar la tienda durante varios días. Guste o no, es casi imposible tomar las decisiones clave que influirán en el éxito o el fracaso de su negocio sin realmente familiarizarse con el producto. Esto hace que todo el peso recaiga en sus distribuidores, que deben ocupar un espacio temporal de calidad, con seminarios verdaderamente informativos, explicaciones de productos y demostraciones.

En un mundo ideal, éstas se realizarían tal vez un par de veces al año, y le proporcionarían una gran cantidad de temas para reflexionar durante los próximos meses, pero en realidad, esto está lejos de la cantidad de encuentros que se llevan a cabo. De hecho, en varias ocasiones, los eventos que hemos visitado han sido lineales y algo pesados, provocando que los detallistas no solo se desconecten por completo del producto, sino que también se molesten por dedicar su tiempo a un esfuerzo en gran medida infructuoso. En una reunión reciente, preguntamos en confianza a varios detallistas si sentían que el evento era beneficioso. Sus respuestas fueron variadas pero nos sorprendió que la gran mayoría sintiera que debían estar allí, pero únicamente pensaban en esos días que

habían perdido de trabajo. Por ello nos vimos obligados a preguntar que era aquello que no hacía atractivo el evento, y se nos respondió que cualquiera puede leerse un catálogo con las especificaciones técnicas o ver vídeos sobre su manejo, pero lo que realmente echaban en falta era saber cómo funcionaba ese material, probarlo, saber cómo almacenarlo, que beneficio va a tener...

Esto representa una cantidad relativamente pequeña de eventos de la industria del ciclismo, pero plantea la pregunta: ¿qué tipo de evento beneficia más al detallista? ¿Cómo se puede equilibrar una gran cantidad de información nueva con experiencias realmente verdaderas? Muchas empresas están abandonando el concepto tradicional de mostrar su oferta en una feria y en su lugar prefieren llevar a sus detallistas en paseos guiados, viajes de experiencia o, simplemente, poner los últimos modelos en sus manos en un día de test.

Entonces, ¿dónde deja esto a la industria? Bueno, el encuentro tradicional de las ferias está lejos de estar muerto. De hecho, con el alejamiento de los encuentros más grandes del calendario, parece que cada vez surgen más eventos en toda Europa. Sin embargo, esto no tiene que ser a expensas del compromiso del detallista. Muchos distribuidores están viendo el valor de sacar a los detallistas del entorno tradicional de las ferias para, en su lugar, conectar el potencial de su gama de productos con la razón que realmente entusiasma a las personas para que ingresen en la industria del ciclismo: probar las bicicletas.

“Muchos distribuidores están viendo el valor de sacar a los detallistas del entorno tradicional de las ferias para, en su lugar, conectar el potencial de su gama de productos con la razón que realmente entusiasma a las personas para que ingresen en la industria del ciclismo: probar las bicicletas”





- Santini Cycling Wear
- @santini_cycling
- @santini_sms
- Santini Cycling Wear

**FIT.
PERFORMANCE.
COMFORT.
DURABILITY.**

ORIGINE
SARTORIAL SPEED



LEARN MORE AT [SANTINISMS.IT](https://www.santinisms.it)

#SANTINICYCLINGWEAR

▶ E-SILENCE



SCOTT E-URBAN

—
SILENCIA TU CIUDAD

ASISTENCIA ELÉTRICA:

120 KM

AUTONOMÍA MÁXIMA A

25 KM/ H

ASISTENCIA AL PEDALEO

5 H

TIEMPO DE RECARGA DEL 100%

brose
DRIVE-S

