

Marcorè e Melocco vincono la Wellness Cup

Si è svolta ieri la prima edizione del torneo di tennis dedicato ai wellness influencer, per dimostrare che la vera vittoria sta nella buona tavola

La salute vien mangiando bene. Un riadattamento del vecchio motto che potrebbe essere considerato lo slogan della giornata di ieri fra sport, spettacolo e corretta alimentazione.

Queste infatti le parole chiave alla base della prima edizione della **Wellness Cup**, torneo di tennis organizzato dall'**Istituto Valorizzazione Salumi Italiani (IVSI)**, che ieri pomeriggio, dalle 16 in poi, ha visto sfidarsi sulla terra rossa attori, attrici, giornalisti, conduttori, medici e nutrizionisti, incoraggiati da un giudice d'eccezione **Adriano Panatta**, simbolo indiscusso del tennis.

Nei campi del **Tennis Club Parioli di Roma** sedici coppie di vip tennisti, muniti di t-shirt e cappellini con visiera Wellness Cup, si sono fronteggiate nonostante il sole rovente ma solo una ha stretto fra le mani il trofeo: **Stefano Melocco e Neri Marcorè hanno conquistato il primo posto**, battendo in finale 6 a 3 Nicola Levoni e Alex Materassi.

In campo un vero e proprio parterre di stelle, come **Anna Falchi, Adriana Volpe, Elda Alvigini, Marco Bonini, Giovanni Veronesi, Jimmy Ghione, Francesco Gasparri, Massimiliano Ossini e Anna Pettinelli**, insieme a medici e nutrizionisti, tutti uniti per veicolare un importante messaggio, che promuove l'attività fisica come elemento essenziale per lo sviluppo e il benessere psico-fisico, purché sia associata a una dieta equilibrata.

Mangiare bene e in maniera completa e variegata è infatti la strategia vincente per far funzionare al meglio il nostro organismo e collezionare performance sempre al top. La carenza di nutrienti specifici - e la loro somministrazione nel momento errato - può favorire lo sviluppo di crampi, strappi, infiammazioni, riduzione di massa muscolare e di resistenza.

Concetti certamente noti agli sportivi della Wellness Cup che, fra un dritto e un rovescio, hanno trovato il fiato per raccontare ai presenti abitudini e preferenze alimentari, sottolineando all'unisono la necessità dei carboidrati per reagire e delle proteine per ricostruire.

I carboidrati costituiscono una fonte di energia da spendere durante la prestazione, mentre le proteine sono i mattoni dei nostri muscoli. Un allenamento intenso causa il deterioramento di milioni di cellule che, per essere rigenerate, necessitano degli amminoacidi essenziali che si trovano nelle proteine di origine animale e i salumi, consumati nei quantitativi suggeriti dagli esperti e abbinati a verdure e a una bella dose di pane integrale, saranno degli ottimi alleati se si vuole impugnare una racchetta o praticare qualsiasi altro sport.

Non solo nozioni ma anche dimostrazioni pratiche, la Wellness Cup è stata dunque un'occasione per scendere in campo davvero e riflettere su tematiche di forte interesse comune, non sempre veicolate correttamente e con la dovuta attenzione. E fra look total white, volèe e una pioggia di flash si è riusciti a far corretta informazione, avvalendosi anche di luminari della medicina e di wellness influencer in una formazione vincente che non teme rivali.

L'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani è un consorzio volontario senza fini di lucro, nato nel 1985 per diffondere la conoscenza degli aspetti produttivi, economici, nutrizionali e culturali dei salumi promuovendo un patrimonio alimentare unico al mondo. Tante le iniziative realizzate da IVSI in Italia: ricerche di mercato, analisi sui prodotti, seminari, degustazioni, eventi, pubblicazioni. Numerosi i programmi promozionali sviluppati all'estero: Germania, Francia, Inghilterra, Svezia, Finlandia, Belgio, Russia, Brasile, Stati Uniti, Canada, Corea del Sud, Hong Kong, Taiwan e Giappone.

Nel 2005 IVSI ha ideato il concept SalumiAmo®, un nuovo modo di intendere l'aperitivo che diventa un'esperienza sensoriale e culturale. Oltre al momento conviviale, infatti, centrali sono le informazioni sui salumi italiani, che vengono così degustati in modo piacevole e consapevole.

L'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani ha creato anche il Manifesto IVSI che raccoglie i valori identificativi delle aziende produttrici di salumi, sintetizzati in: storia e tradizione, informazione e

cultura, qualità e sostenibilità, legame con il territorio, stile di vita italiano, gioco di squadra e orientamento al futuro. 7 valori che testimoniano l'impegno delle aziende a favore dei consumatori.

LA CAMPAGNA “SALUMI E CARNE SUINA: ENERGIA CHE E' UN PIACERE”

L'iniziativa Wellness Cup rientra nella campagna *Salumi e Carne suina: energia che è un piacere* che mira a sensibilizzare consumatori e media sull'importanza della presenza di proteine animali in una dieta equilibrata soprattutto per alcuni soggetti come i bambini in età pediatrica, gli sportivi o gli anziani e in associazione all'attività fisica e ad un corretto stile alimentare. Tra gli obiettivi perseguiti dalla campagna, ci sono la lotta alla disinformazione sul tema nutrizionale e sulla filiera suinicola, la promozione del patrimonio tradizionale e gastronomico del nostro Paese e la valorizzazione di sistemi produttivi legati al territorio di appartenenza, come le produzioni DOP e IGP.