



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**MARKETING ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ
ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ**



ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΘΕΟΧΑΡΗ ΕΛΕΝΗ, Α.Μ. 2576

ΚΑΤΣΟΥΛΑΚΗ ΔΗΜΗΤΡΑ, Α.Μ. 2276

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΙΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

2014

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	σελ. 4
Εισαγωγή	σελ. 5
Σκοπός.....	σελ. 6
Κεφάλαιο 1	
1. Αθλητικό μάρκετινγκ	σελ. 7
1.1 Τα πρώτα βήματα	σελ. 7
1.2 Τι είναι το αθλητικό μάρκετινγκ	σελ. 7
1.3 Ο ορισμός του αθλητικού μάρκετινγκ	σελ. 8
1.4 Προσδιορίζοντας το μείγμα του αθλητικού μάρκετινγκ	σελ. 9
1.5 Τα ειδικά χαρακτηριστικά του αθλητικού προϊόντος	σελ. 10
Κεφάλαιο 2	
2. Συμμετοχή	σελ. 11
2.1 οδηγίες συμμετοχής	σελ. 11
2.2 Εγγραφές	σελ. 19
2.3 Έντυπο συμμετοχής	σελ. 20
Κεφάλαιο 3	
3. Ιστορικό, καλύτεροι χρόνοι και κατανάλωση νερού	σελ. 23
3.1 Ιστορικό Μαραθωνίου	σελ. 23
3.2 Κατανάλωση νερού	σελ. 25
3.3 Καλύτεροι χρόνοι παγκοσμίως	σελ. 25
3.4 Οι 10 καλύτεροι μαραθώνιοι παγκοσμίως	σελ. 27

Κεφάλαιο 4

4. Προώθηση marketing στον κλασικό μαραθώνιο Αθήνας	σελ. 30
4.1 Ποιο είναι το προϊόν που προωθείται με βάση το marketing στον κλασικό μαραθώνιο	σελ. 30
4.2 Τα οφέλη του δήμου Μαραθώνα	σελ. 30
4.3 Οι παράγοντες που επωφελούνται από τη διοργάνωση	σελ. 31
4.4 Οικονομικές επιπτώσεις της διοργάνωσης	σελ. 33

Κεφάλαιο 5

5. Χορηγοί	σελ. 35
5.1 Επίσημοι χορηγοί	σελ. 35
5.2 Επίσημοι υποστηρικτές	σελ. 35
5.3 Θεσμικοί υποστηρικτές	σελ. 36
5.4 Χορηγοί επικοινωνίας	σελ. 38

Κεφάλαιο 6

6. Συνεντεύξεις μαραθωνοδρόμων	σελ. 42
6.1 Συνέντευξη Μαυρεδάκη Μερίνα	σελ. 42
6.2 Συνέντευξη Μωραΐτακης Σωτήρης	σελ. 44

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο αθλητισμός σήμερα ελκύει το ενδιαφέρον σημαντικής μερίδας του πληθυσμού των αναπτυγμένων κοινωνιών. Το αθλητικό μάρκετινγκ είναι μία καινούργια περιοχή για επιστημονική μελέτη και διεκδικεί μια ιδιαίτερη επιστημονική και επαγγελματική μεταχείριση. Το αθλητικό μάρκετινγκ έχει αναπτύξει δύο διαστάσεις: το μάρκετινγκ των αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών απευθείας στους καταναλωτές του αθλητισμού, και το μάρκετινγκ άλλων καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων μέσω της αθλητικής προώθησης

Ο Μαραθώνιος Δρόμος είναι ένας αγώνας αντοχής δρόμου κάλυψης επίσημης απόστασης 42,195 χιλιομέτρων. Ο αγώνας ονομάζεται έτσι από την ιστορική διαδρομή του Έλληνα στρατιώτη ημεροδρόμου Φειδιππίδη που μετά τη μάχη του Μαραθώνα (490 π.χ.) έτρεξε από το πεδίο της μάχης στην Αθήνα για να μεταφέρει τα νικητήρια νέα με τη λέξη "ενικήκαμεν". Σημειώνεται ότι στην αρχαιότητα δεν υπήρχε ως άθλημα "μαραθώνιος δρόμος". Η ιδέα της γέννησης αυτού του αθλήματος και η ένταξή του στους σύγχρονους Ολυμπιακούς Αγώνες οφείλεται στον Γάλλο γλωσσολόγο και ελληνιστή Michel Breal φίλο του Πιέρ ντε Κουμπερτέν που πρότεινε κατά την αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 1896 στην Αθήνα "ην επανάληψη του διάσημου εκείνου δρόμου που εξετέλεσε ο στρατιώτης

του

Μαραθώνος".

Για να συμμετάσχει κάποιος στον Μαραθώνιο Δρόμο θα πρέπει να έχει συμπληρώσει το 18^ο έτος της ηλικίας του. Η μεταφορά όλων των συμμετεχόντων στο Μαραθώνιο Δρόμο και το Δυναμικό Βάδισμα γίνεται ταυτόχρονα από τρία (3) διαφορετικά σημεία στο Κέντρο της Αθήνας. Η αναχώρηση των λεωφορείων με κατεύθυνση την Αφετηρία στο Μαραθώνα γίνεται μέσα σε 45' λεπτά, από τις 05:30πμ έως της 06:15πμ. Η Εκκίνηση του Αγώνα είναι στις 09:00πμ. Όλοι οι συμμετέχοντες θα πρέπει να βρίσκονται στο χώρο της εκκίνησης τουλάχιστον μία (1) ώρα πριν την εκκίνηση του Αγώνα. Εμφιαλωμένο νερό διατίθενται στους συμμετέχοντες στην εκκίνηση, τον τερματισμό καθώς και ανά 2,5 χλμ. Μετά το 5^ο χλμ. Επιπλέον, στους σταθμούς που βρίσκονται στο 10^ο, 15^ο, 20^ο, 25^ο, 30^ο, 35^ο και 40^ο χλμ. Ο Μαραθώνιος δε γίνεται μόνο στην Αθήνα αλλά παγκοσμίως, οι 10 καλύτεροι μαραθώνιοι παγκοσμίως γίνονται στο Λονδίνο - Αγγλία, στη Βοστώνη - ΗΠΑ, στο Παρίσι - Γαλλία, στο Ρότερνταμ - Ολλανδία, στη Στοκχόλμη - Σουηδία, στο Βερολίνο - Γερμανία, στο Άμστερνταμ - Ολλανδία, στο Σικάγο - ΗΠΑ, στη Νέα Υόρκη - ΗΠΑ και στην Αθήνα. Από την διοργάνωση του Μαραθώνιου δρόμου οι παράγοντες που επωφελούνται είναι : οι Τουριστικές επιχειρήσεις, τα Ταξιδιωτικά γραφεία, οι Εταιρίες αθλητικού και τουριστικού management και marketing, οι Εταιρίες διοργάνωσης συνεδρίων και εκθέσεων, οι Φορείς δημόσιου τομέα και τοπικής αυτοδιοίκησης, οι Χορηγοί, οι Αθλητικές εγκαταστάσεις, τα Επισκέψιμα τουριστικά αξιοθέατα, τα Εμπορικά καταστήματα. Σύμφωνα με τους Μαραθωνοδρόμους είναι μια ξεχωριστή εμπειρία.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο αθλητισμός σήμερα ελκύει το ενδιαφέρον σημαντικής μερίδας του πληθυσμού των αναπτυγμένων κοινωνιών. Το ενδιαφέρον αυτό είναι πολύμορφο με κοινό παρανομαστή πάντοτε την οικονομική σημασία του αθλητισμού η οποία, ιδιαίτερα μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, έχει αυξηθεί με ραγδαίους ρυθμούς. Η έμφαση που δίνεται στην αθλητική δραστηριότητα από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, ιδιαίτερα την τηλεόραση, αποδεικνύει κατά τον πιο πιστευτό τρόπο τη μεγάλη σημασία που αποδίδει ο κόσμος στον αθλητισμό. Ο αθλητισμός σήμερα είναι μια σημαντική επιχειρηματική δραστηριότητα γι' αυτό και αποτελεί αντικείμενο μελέτης των επιστημών του μάρκετινγκ και οικονομίας. Η διοίκηση, η διαχείριση και το μάρκετινγκ του αθλητισμού αποτελούν σήμερα καινούργιες αθλητικές επιστήμες, που προήλθαν από την ανάγκη που δημιούργησαν οι μεγάλες απαιτήσεις της σύγχρονης και πολύπλοκης λειτουργίας του αθλητισμού σε όλα τα επίπεδά του. Οι επιστήμες αυτές συνεργάζονται με άλλες επιστήμες και απαιτούν ένα ευρύ φάσμα ικανοτήτων διαφορετικών μεταξύ τους, όπως είναι η δημιουργία μακροπρόθεσμων και μεσοπρόθεσμων πλάνων, η σύνταξη του προϋπολογισμού, η εξεύρεση οικονομικών πόρων, η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού κλπ. Η ανάλυση της αθλητικής δραστηριότητας από τη σκοπιά των παραπάνω επιστημών έχει κοινά σημεία όσον αφορά το περιεχόμενο των εννοιών που χρησιμοποιούνται.

ΣΚΟΠΟΣ

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι να δείξουμε πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος του μάρκετινγκ σ ένα άθλημα και πόσο μάλλον στον κλασσικό μαραθώνιο αθηνών , μια τόσο μεγάλη διοργάνωση παγκοσμίου επιπέδου.

Σημαντικός επίσης είναι να τονήσουμε πόσο εξαιρετικής σημασίας είναι η αυτή η διοργάνωση καθώς μετράει 2.500 χρόνια και έχει καταφέρει να έχει συμμετοχές απ' όλο τον κόσμο. Σ αυτό το σημείο καταλαβαίνουμε οτι ο κλασσικός μαραθώνιος αθηνών έχει μόνο οφέλη να προσφέρει σε συμμετέχοντες, διοργανώτες, παράγοντες απο κάθε εταιρεία που ασχολείται με αθλητικά ειδη. Οπως επίσης μέχρι και σήμερα κανείς δεν ξεχνάει πως έγινε γνωστός αυτός ο τόπος .Τέλος σημαντικός σκοπός αποτελεί η προσπάθεια να αφυπνίσουμε κάθε αθλητικό πνεύμα για συμμετοχή για μια τόσο μεγάλου μεγέθους διοργάνωση.

ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

1.1 Τα πρώτα βήματα

Η ιστορία του Αθλητικού Μάρκετινγκ συνδέεται με τα αθλητικά γεγονότα της Αρχαίας Ελλάδας και Ρώμης. Ακόμη και εκείνα τα γεγονότα είχαν ανάγκη από προώθηση ώστε να γίνουν γνωστά και να προσελκύσουν θεατές, ενώ περιελάμβαναν επίσης χρηματικά βραβεία και χορηγούς που κάλυπταν το κόστος της διοργάνωσής τους. Το αθλητικό μάρκετινγκ έλαβε σημαντική ώθηση από το 1971 στις Η.Π.Α., όταν η κυβέρνηση απαγόρευσε τη διαφήμιση τσιγάρων στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Το αθλητικό μάρκετινγκ πρόσφερε τρόπους για να κρατηθούν οι μάρκες των τσιγάρων στη θέα των θεατών από το στάδιο ή την τηλεόραση, μέσω της τηλεοπτικής κάλυψης των υπό χορηγία γεγονότων. Το αθλητικό μάρκετινγκ είναι μία καινούργια περιοχή για επιστημονική μελέτη και διεκδικεί μια ιδιαίτερη επιστημονική και επαγγελματική μεταχείριση, λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών του αθλητισμού ως «προϊόντος προς πώληση». Έτσι, η γνώση των βασικών αρχών και λειτουργιών του μάρκετινγκ, σε συνδυασμό με την γνώση των ειδικών χαρακτηριστικών του αθλητικού προϊόντος, αποτελούν αναγκαία εφόδια τόσο για τα διοικητικά στελέχη του αθλητισμού που ενδιαφέρονται για την ανάπτυξή του, όσο και για τα στελέχη επιχειρήσεων που αξιοποιούν τον αθλητισμό ως μέσο προώθησης των επιχειρήσεών τους.

1.2 Τι είναι το Αθλητικό Μάρκετινγκ;

Οι σημερινές δραστηριότητες που σχετίζονται με το αθλητικό μάρκετινγκ εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τους ειδικούς προώθησης και τους χορηγούς. Ωστόσο, στις μέρες μας έχει προστεθεί και ένας νέος παράγοντας, αυτός των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (Μ.Μ.Ε.), ο οποίος διεκδικεί αναμφίβολα έναν από τους σημαντικότερους ρόλους. Τα ΜΜΕ επιτρέπουν σε θεατές να έχουν πρόσβαση στον αθλητισμό ανεξάρτητα από τον τόπο διαμονής τους, ενώ παράλληλα λειτουργούν ως φορέας προώθησης του αθλητικού προϊόντος μέσω των μη αθλητικών προγραμμάτων τους. Ακόμη, δαπανούν σημαντικούς πόρους, μέσω χορηγιών, προκειμένου να διεκδικούν και να διατηρούν συνεργασίες που αφορούν τη μετάδοση μιας σειράς αθλητικών γεγονότων. Όσο η δημογραφική σύνθεση των καταναλωτών αθλητικών προϊόντων γίνεται πιο σύνθετη – και ο ανταγωνισμός για τον τρόπο ανάλωσης των χρημάτων που διαθέτει ο αθλούμενος ή ο θεατής πιο πιεστικός – τόσο αυξάνεται και η ζήτηση για επαγγελματικές υπηρεσίες αθλητικού μάρκετινγκ. Τα στελέχη του σύγχρονου μάρκετινγκ χρειάζονται ένα λογικό και συνεκτικό σύστημα το οποίο συνδέει τους αθλητικούς καταναλωτές με τα αθλητικά προϊόντα. Θα μπορούσαμε, ενδεχομένως, να αποκαλούμε αυτό το σύστημα αθλητικό μάρκετινγκ. Τι είναι, όμως, το αθλητικό μάρκετινγκ; Ο όρος εμφανίστηκε αρχικά στο περιοδικό Advertising Age το 1978, αναφερόμενος σε όλες εκείνες τις δραστηριότητες του μάρκετινγκ καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων και υπηρεσιών στις οποίες χρησιμοποιείται ο αθλητισμός ως εργαλείο προώθησης. Σήμερα γίνεται πλέον εύκολα αντιληπτό, ακόμη και από τον πλέον αδαή τηλεθεατή,

πως οι αθλητικές εικόνες και τα πρόσωπα χρησιμοποιούνται για την προώθηση όπως η μπύρα, τα αυτοκίνητα και άλλα. Ωστόσο, η συγκεκριμένη προσέγγιση του όρου θεωρείται σήμερα ιδιαίτερα στενή γιατί δεν λαμβάνει υπόψη ένα σημαντικό μέρος του αθλητικού μάρκετινγκ το οποίο αφορά το μάρκετινγκ των αθλητικών προϊόντων, γεγονότων και υπηρεσιών.

Κατά συνέπεια, το αθλητικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει δύο συστατικά μέρη:

1. Το μάρκετινγκ του αθλητισμού (όπως εφαρμόζεται, για παράδειγμα, στις δραστηριότητες μιας επαγγελματικής ομάδας μπάσκετ).

2. Το μάρκετινγκ μέσω του αθλητισμού (όπου ένας χορηγός αναπτύσσει διασυνδέσεις με την παραπάνω ομάδα μπάσκετ για να προωθήσει μια μάρκα μπύρας, ένα μοντέλο αυτοκινήτου, ή τραπεζικές υπηρεσίες).

Με δεδομένη την παραπάνω προσέγγιση της αθλητικής βιομηχανίας και του αθλητικού μάρκετινγκ, οι Mullin, Hardy & Sutton δίνουν τον παρακάτω ορισμό:

«Το αθλητικό μάρκετινγκ αποτελείται από όλες εκείνες τις δραστηριότητες που έχουν σχεδιαστεί για να ικανοποιούν τις ανάγκες και τις επιθυμίες των αθλητικών καταναλωτών μέσω της διαδικασίας της συναλλαγής. Το αθλητικό μάρκετινγκ έχει αναπτύξει δύο διαστάσεις: το μάρκετινγκ των αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών απευθείας στους καταναλωτές του αθλητισμού, και το μάρκετινγκ άλλων καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων μέσω της αθλητικής προώθησης».

1.3 Ο ορισμός του αθλητικού μάρκετινγκ

Ο όρος «αθλητικό μάρκετινγκ» αναφέρθηκε αρχικά στις Ηνωμένες Πολιτείες από την Advertising Age το 1978. Από τότε χρησιμοποιείται για να περιγράψει ποικίλες δραστηριότητες που συνδέονται με την προώθηση του αθλητισμού. Δύο ευδιάκριτα ρεύματα υπάρχουν μέσα στην ευρεία έννοια του αθλητικού μάρκετινγκ: το μάρκετινγκ “του” αθλητισμού και το μάρκετινγκ “μέσω” του αθλητισμού.

«Μάρκετινγκ “του” αθλητισμού»

Αυτό αναφέρεται στη χρήση των μεταβλητών του μείγματος μάρκετινγκ να διαβιβάσει τα οφέλη της συμμετοχής και παρακολούθησης του αθλητισμού στους πιθανούς καταναλωτές. Τελικά, στόχος είναι να εξασφαλιστεί η επιβίωση του αθλητισμού σε συνθήκες που συνεχώς μεταβάλλονται. Αυτή η πτυχή του μάρκετινγκ μόλις πρόσφατα αναπτύχθηκε στους αθλητικούς οργανισμούς. Η επιβίωση εξαρτάται κατά ένα μεγάλο μέρος από τον κύριο σκοπό του αθλητικού οργανισμού. Οι εθνικοί αθλητικοί οργανισμοί που συνδέονται κυρίως με τους «ελίτ» εξαγγελτικούς αθλητικούς αγώνες θα προσπαθήσουν να αναπτύξουν το

μείγμα μάρκετινγκ για να εξασφαλίσουν ότι το αθλητικό προϊόν είναι ελκυστικό ως μορφή ψυχαγωγίας και ζωντανής ανταπόδοσης. Οι εθνικοί αθλητικοί οργανισμοί θα είναι επίσης αρμόδιοι να εξασφαλίσουν ότι η συμμετοχή στον αθλητισμό παραμένει υγιείς. Οι συμμετέχοντες είναι η πηγή ενέργειας του αθλητισμού, καθώς γίνονται οι επόμενοι γενιά των πρωταθλητών αλλά και των θεατών.

«Μάρκετινγκ “μέσω” του αθλητισμού»

Ο θεσμός της χορηγίας από εταιρίες είναι ένα παράδειγμα μάρκετινγκ «μέσω» του αθλητισμού. Οι μεγάλες εταιρίες χρησιμοποιούν τον αθλητισμό ως όχημα για να προάγουν και να διαφημίζουν τα προϊόντα τους, συνήθως στις συγκεκριμένα ευπροσδιόριστες δημογραφικές αγορές, που είναι γνωστό ότι παρακολουθούν ή συμμετέχουν σε κάποιο συγκεκριμένο σπορ. Ο αθλητισμός, με το σημαντικό τηλεοπτικό χρόνο που του διατίθεται, είναι πολύ ελκυστικός στις εταιρίες που επιδιώκουν να προάγουν τα προϊόντα τους. Η ανάπτυξη των προγραμμάτων εγκεκριμένων αγαθών (licensing) είναι ένα άλλο παράδειγμα μάρκετινγκ μέσω του αθλητισμού. Χαρακτηριστικά, σημαντικές επιχειρήσεις πληρώνουν για το δικαίωμα να χρησιμοποιούν ένα αθλητικό λογότυπο και να το βάλουν στα προϊόντα τους για να υποκινήσουν τις πωλήσεις.

«Ο ορισμός του Αθλητικού Μάρκετινγκ»

Λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις προοπτικές, και τις πληροφορίες σχετικά με το μάρκετινγκ γενικά, ο ακόλουθος ορισμός για το αθλητικό μάρκετινγκ φαίνεται πιο αντιπροσωπευτικός:

«Το αθλητικό μάρκετινγκ είναι μια κοινωνική και διοικητική διαδικασία από την οποία ο αθλητικός μάνατζερ επιδιώκει να λάβει αυτό που οι αθλητικοί οργανισμοί χρειάζονται και επιθυμούν μέσω της δημιουργίας και της ανταλλαγής προϊόντων και αξίας με άλλους».

1.4 Προσδιορίζοντας το μείγμα του αθλητικού μάρκετινγκ

Παρακάτω παραθέτονται οι στρατηγικές των επτά συστατικών του μείγματος μάρκετινγκ που αποτελούνται από τις τέσσερις παραδοσιακές μεταβλητές του μάρκετινγκ που προαναφέραμε, συν τις τρεις παραμέτρους των υπηρεσιών: διαδικασία, άνθρωποι και φυσικά στοιχεία.

Αναλυτικότερα:

Προϊόν – διασφαλίζει ότι τα χαρακτηριστικά του προϊόντος παρέχουν οφέλη στον καταναλωτή (συμπεριλαμβάνει τον προσδιορισμό του πραγματικού προϊόντος).

Τιμή – διασφαλίζει ότι το προϊόν είναι τιμολογημένο σε ένα επίπεδο που αντικατοπτρίζει την καταναλωτική αξία.

Τόπος – διανέμει το προϊόν στο σωστό χώρο και τη σωστή στιγμή επιτρέποντας ευκολία πρόσβασης στην αγορά.

Υλικά στοιχεία - είναι τα ορατά και /ή απτά χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως το σχέδιο, η κατασκευή και γενικά η αισθητική προσέλευση.

Διαδικασία – αντιπροσωπεύει τη σύγκλιση των λειτουργιών του μάρκετινγκ και έτσι επηρεάζει τη σε πραγματικό χρόνο παράδοση και την ποιότητα.

Άνθρωποι – είναι υπεύθυνοι για την παράδοση του γεγονότος και αποτελούν το βασικό παράγοντα διαφοροποίησης της παρεχόμενης ποιότητας κατά τη διαδικασία κατανάλωσης.

Διαφήμιση – επικοινωνεί την ικανότητα του προϊόντος να ικανοποιήσει τον καταναλωτή του μέσω της διαφήμισης, των προσωπικών πωλήσεων, της προώθησης πωλήσεων, της χορηγίας, των δημοσίων σχέσεων και της προώθησης εγκεκριμένων προϊόντων κατανάλωσης.

Στον αθλητισμό, ο συνδυασμός και η εφαρμογή αυτών των μεταβλητών του μείγματος μάρκετινγκ μεταβάλλονται λόγω των μοναδικών χαρακτηριστικών του αθλητικού προϊόντος. Η πιο ξεχωριστή διαφοροποίηση από τις παραδοσιακές τέσσερις παραμέτρους του μάρκετινγκ είναι όχι μόνο η επέκτασή τους σε 7, αλλά η σειρά που τις συστήνουμε για να αποφασίσουμε τις στρατηγικές μάρκετινγκ για τις αθλητικές εταιρίες αναψυχής, ιδιαίτερα εκείνες που βασίζονται σε εγκαταστάσεις που φιλοξενούν αθλητικά δρώμενα. Αυτή η επέκταση και η ανακατάταξη λαμβάνουν υπόψη, επίσης, τα ειδικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα του αθλητισμού.

1.5 Τα Ειδικά Χαρακτηριστικά του Αθλητικού Προϊόντος

1. Οι αθλητικοί οργανισμοί πρέπει ταυτόχρονα να ανταγωνίζονται και να συνεργάζονται.
2. Το αθλητικό προϊόν δεν αγγίζεται και είναι υποκειμενικό.
3. Το αθλητικό ποιον είναι ασυνεπές και απρόβλεπτο.
4. Ο μάρκετερ του αθλητισμού δεν έχει έλεγχο πάνω στην σύνθεση του αθλητικού προϊόντος.
5. Το αθλητικό προϊόν δεν αποθηκεύεται.
6. Ο αθλητισμός καταλαμβάνει ένα πολύ σημαντικό μέρος των ΜΜΕ
7. Το αθλητικό προϊόν είναι συγχρόνως καταναλωτικό και βιομηχανικό.

2. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

2.1 Οδηγίες συμμετοχής

Πριν τον αγώνα

Για να συμμετάσχει κάποιος στον Μαραθώνιο Δρόμο θα πρέπει να έχει συμπληρώσει το 18^ο έτος της ηλικίας του.

Μεταφορά δρομέων και βαδιστών στο χώρο εκκίνησης :

Η μεταφορά όλων των συμμετεχόντων στο Μαραθώνιο Δρόμο και το Δυναμικό Βάδισμα θα γίνει ταυτόχρονα από τρία (3) διαφορετικά σημεία στο Κέντρο της Αθήνας. Η αναχώρηση των λεωφορείων με κατεύθυνση την Αφετηρία στο Μαραθώνα θα γίνει μέσα σε 45' λεπτά, από τις 05:30πμ έως της 06:15πμ. Μετά τις 06:15πμ δεν θα είναι δυνατή η μεταφορά των συμμετεχόντων με μεταφορικά μέσα της Οργανωτικής Επιτροπής.

Όλοι οι συμμετέχοντες θα πρέπει να βρίσκονται στο χώρο της εκκίνησης τουλάχιστον μία (1) ώρα πριν την εκκίνηση του Αγώνα, το αργότερο δηλαδή στις 08:00πμ.

Σημεία επιβίβασης:

- 1) Επί της Λεωφ. Βασ. Σοφίας, μπροστά στο σταθμό του Μετρό «ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟΣ».
- 2) Επί της Λεωφ. Αμαλίας στο Σύνταγμα, 100μ. από το σταθμό του Μετρό «ΣΥΝΤΑΓΜΑ» (είσοδος Ζαπτείου Μεγάρου).
- 3) Επί της Λεωφ. Συγγρού, μπροστά στο σταθμό του Μετρό «ΣΥΓΓΡΟΥ-ΦΙΞ».

Χώροι προθέρμανσης δρομέων

Οι δρομείς μπορούν να προθερμαίνονται στο Στάδιο του Μαραθώνα καθώς και στους δρόμους του Μαραθώνα, εκτός από την ευθεία της εκκίνησης.

Διαχείριση προσωπικών αντικειμένων και ιματισμού

Οι δρομείς θα πρέπει να τοποθετήσουν τα ρούχα και τα προσωπικά τους αντικείμενα μέσα στον ειδικό σάκο που θα παραλάβουν μαζί με τον αριθμό συμμετοχής τους και το chip χρονομέτρησης από το Κέντρο Εγγραφών στο Ζάππειο Μέγαρο. Πάνω στο σάκο θα πρέπει να αναγράφεται ευκρινώς ο αριθμός συμμετοχής του δρομέα. Ο σάκος θα πρέπει να είναι καλά κλεισμένος και δεν πρέπει να περιέχει ταξιδιωτικά έγγραφα, χρήματα, τιμαλφή, ή φάρμακα. Οι διοργανωτές δεν φέρουν καμία ευθύνη σε περίπτωση απώλειας αντικειμένων αξίας.

Μέχρι τις 08:30πμ (το αργότερο 30 λεπτά πριν την εκκίνηση), οι δρομείς θα πρέπει να έχουν παραδώσει τους ειδικούς πλαστικούς σάκους με τα ρούχα και τα προσωπικά τους αντικείμενα, πάνω στους οποίους θα έχουν αναγράψει τον αριθμό

συμμετοχής τους, στα ειδικά διαμορφωμένα φορτηγά τα οποία θα βρίσκονται 100μ. μπροστά από την Αψίδα Εκκίνησης (παρκινγκ), προκειμένου να μεταφερθούν στον τερματισμό.

Η τοποθέτηση των πλαστικών σάκων μέσα στα ειδικά διαμορφωμένα φορτηγά, γίνεται με βάση τον αριθμό συμμετοχής του δρομέα. Τα φορτηγά αυτά θα φέρουν ένδειξη με τους αριθμούς των δρομέων των οποίων τους σάκους μεταφέρουν. Εθελοντές της Οργανωτικής Επιτροπής θα είναι στη διάθεση των δρομέων για την εξυπηρέτησή τους.

Η Οργανωτική Επιτροπή δεν θα δεχθεί άλλα σακίδια, τσάντες, κλπ., εκτός από τους ειδικούς σάκους που η ίδια προτείνει και διαθέτει στους δρομείς.

Η παραλαβή των ειδικών πλαστικών σάκων από τους δρομείς μετά τον τερματισμό θα γίνεται, με τη βοήθεια των εθελοντών, από προκαθορισμένο χώρο στο οδόστρωμα της οδού Βασ. Κωνσταντίνου, μπροστά από τα Προύλαια του Παναθηναϊκού Σταδίου με την επίδειξη του αριθμού συμμετοχής τους και αφού έχει προηγηθεί η παράδοση του chip χρονομέτρησης.

Τοποθέτηση συμμετεχόντων στην εκκίνηση (Blocks Εκκίνησης)

Όλοι οι συμμετέχοντες δρομείς θα τοποθετηθούν σε διαφορετικά blocks στο χώρο της Εκκίνησης, σύμφωνα με τον αύξοντα αριθμό και το χρώμα του αριθμού συμμετοχής τους.

Όλοι οι αθλητές θα πρέπει να έχουν λάβει θέση στο αντίστοιχο block 15 λεπτά πριν την εκκίνηση.

Η κατανομή των δρομέων σε blocks γίνεται σύμφωνα με τις επιδόσεις που πέτυχαν οι ίδιοι τα τελευταία τρία χρόνια (2009-2011) και δηλώθηκαν κατά τη διαδικασία εγγραφής, και μετά από σχετικό έλεγχο της Οργανωτικής Επιτροπής. Τυχόν μη αναφορά επίδοσης στην αίτηση συμμετοχής επιφέρει την αυτόματη κατάταξη των συγκεκριμένων δρομέων στα δύο τελευταία blocks.



Εκκίνηση αγώνα

Η Εκκίνηση του Αγώνα θα δοθεί στις 09:00πμ (Block A). Στον αγώνα εφαρμόζεται η πρακτική της «εκκίνησης κατά κύματα» (wave start).

Οι αθλητές θα ξεκινούν τον αγώνα «κατά κύματα» (waves – blocks). Η εκκίνηση του 2^{ου} block θα γίνει μετά από ένα (1) λεπτό (09:01πμ). Η εκκίνηση του 3^{ου} block θα γίνει μετά από δύο (2) λεπτά (09:03πμ). Οι εκκινήσεις των υπολοίπων blocks θα γίνουν διαδοχικά με χρονικές αποστάσεις τεσσάρων (4) λεπτών.

Καλούνται όλοι οι συμμετέχοντες να τηρήσουν τους κανόνες που διέπουν την εκκίνηση και τις οδηγίες των στελεχών της Οργανωτικής Επιτροπής και των εθελοντών.

Κατά την διάρκεια του αγώνα

Χιλιομετρικές

ενδείξεις

Σε κάθε χιλιόμετρο της αγωνιστικής διαδρομής υπάρχει σχετική ένδειξη.

Σταθμοί τροφοδοσίας και χημικές τουαλέτες

Στη Μαραθώνια Διαδρομή υπάρχουν 15 σταθμοί υποστήριξης των αθλητών, από το 5^ο ως το 40^ο χλμ.

Εμφιαλωμένο νερό διατίθενται στους συμμετέχοντες στην εκκίνηση, τον τερματισμό καθώς και ανά 2,5 χλμ. Μετά το 5^ο χλμ. Επιπλέον, στους σταθμούς που βρίσκονται στο 10^ο, 15^ο, 20^ο, 25^ο, 30^ο, 35^ο και 40^ο χλμ. Καθώς και στον τερματισμό, εκτός του εμφιαλωμένου νερού, διατίθενται και ισοτονικά ποτά POWERADE. Σταθμοί με νερό και σφουγγάρια υπάρχουν στο 7,5^ο, 12,5^ο, 17,5^ο, 22,5^ο, 27,5^ο, 32,5^ο, και 37,5^ο χλμ.

Αναλυτικά, η υποστήριξη που θα λάβουν οι δρομείς ανά σταθμό θα είναι η εξής:

Σταθμός	Ιατρικές Υπηρεσίες	Νερό (ισοτονικό)	Powerade	Σφουγγάρια	Gels	Μπανάνες	Fitnes Bars	Χυμός	Coca Cola	Water
Εκκίνηση	x	x								x
5χλμ	x	x								x
7,5χλμ		x		x						x
10χλμ	x	x	X							x
12,5χλμ		x		x						x
15χλμ	x	x	X			x				x
17,5χλμ		x		x						x
20χλμ	x	x	X		x	x				x
22,5χλμ		x		x						x
25χλμ	x	x	X				x			x
27,5χλμ		x		x						x
30χλμ	x	x	X			x	x	x	x	x

32,5χλμ		x		x				x
35χλμ	x	x	X					x x
37,5χλμ		x		x				x
40χλμ	x	x	X					χ
Τερματισμός		x	X			x	x	x x

Χημικές τουαλέτες για την εξυπηρέτηση των δρομέων, εκτός από το χώρο της εκκίνησης, θα υπάρχουν και στη διαδρομή – μία σε κάθε σταθμό – καθώς και στον τερματισμό.

Επίσης, οι δρομείς να πετούν τα μπουκάλια (από νερό, προσωπικά ποτά, powerade), τα καπάκια από τα μπουκάλια, τα σφουγγάρια κλπ., στους ειδικούς κάδους ανακύκλωσης και πάντως μόνο στη δεξιά πλευρά του δρόμου για να μην αποβούν επικίνδυνα για τους δρομείς που ακολουθούν. Για τη δική τους καλύτερη εξυπηρέτηση, καλούνται οι δρομείς να μη συνωστίζονται στο πρώτο τραπέζι κάθε σταθμού αλλά να εξυπηρετούνται και από τα άλλα τραπέζια τα οποία εκτείνονται σε μήκος μέχρι και 100μ σε κάθε σταθμό.



Υγειονομική κάλυψη στη διαδρομή

Η Οργανωτική Επιτροπή καλύπτει υγειονομικά τον αγώνα. Ο φορέας της υγειονομικής κάλυψης είναι το ΕΚΑΒ. Οι διοργανωτές έχουν προβλέψει την παροχή ιατρικής βοήθειας στο χώρο της Εκκίνησης, του Τερματισμού, και στις αγωνιστικές διαδρομές όλων των Αγώνων Δρόμου. Επίσης, τους τελευταίους δρομείς ακολουθεί ασθενοφόρο. Εθελοντές Σαμαρείτες και Διασώστες θα βρίσκονται διάσπαρτοι σε ολόκληρο το μήκος όλων των αγωνιστικών διαδρομών παρέχοντας πρώτες βοήθειες και επικοινωνώντας με τους υπεύθυνους της υγειονομικής κάλυψης του Αγώνα.

Προσωπικά ποτά

Υπενθυμίζεται ότι δεν θα προσφερθεί η υπηρεσία παροχής προσωπικών ποτών στους σταθμούς τροφοδοσίας. Η υπηρεσία αυτή παρέχεται μόνο στους elite αθλητές, όπως και στους αθλητές/αθλήτριες του Πανελληνίου Πρωταθλήματος.

Για τον αγώνα έχει καθοριστεί χρονικό όριο οκτώ (8) ωρών, συμπεριλαμβανομένου και του Δυναμικού Βαδίσματος. Εάν η επίδοση του δρομέα/βαδιστή απαιτεί περισσότερο χρόνο από τον καθορισμένο (βλέπε παρακάτω ωράριο κλεισίματος των σταθμών υποστήριξης), τότε θα πρέπει να διακόψει την προσπάθειά τους και να μεταφερθεί από τα στελέχη της Οργανωτικής Επιτροπής στον τερματισμό. Εάν αποφασίσει με δική του ευθύνη να συνεχίσει την πορεία του, θα πρέπει μετακινηθεί υποχρεωτικά και να συνεχίσει την προσπάθειά του στο πεζοδρόμιο. Λόγοι ασφαλείας των ίδιων των δρομέων αλλά και ασφαλείας στην κίνηση τροχοφόρων επιβάλλουν αυτό το μέτρο. Μετά τις ώρες που αναγράφονται παρακάτω η Μαραθώνια Διαδρομή θα παραδίδεται τμηματικά στην κυκλοφορία των τροχοφόρων. Παρακαλούμε όπως οι οδηγίες αυτές τηρηθούν με ακρίβεια από τους δρομείς.

Χρονικό όριο ολοκλήρωσης του αγώνα

Ο Μαραθώνιος Δρόμος και το Δυναμικό Βάδισμα ολοκληρώνονται στις 17:30, συνυπολογίζοντας τη χρονοκαθυστέρηση των διαδοχικών εκκινήσεων.

Οι δρομείς που τυχόν συνεχίζουν την προσπάθειά τους εκτός ορίου, σε οποιοδήποτε σημείο της διαδρομής, πρέπει να γνωρίζουν ότι τρέχουν / βαδίζουν με δική τους ευθύνη. Η αστυνομία θα παραδίδει στην κυκλοφορία την αγωνιστική διαδρομή σταδιακά, μετά τη διέλευση και του τελευταίου δρομέα εντός χρονικού ορίου.

Αναλυτικά:

Σταθμός Ωρα Κλεισίματος

5χλμ 10.20

7,5χλμ 10.49

10χλμ 11.17

12,5χλμ 11.46

15χλμ 12.14

17,5χλμ 12.43

20χλμ 13.11

22,5χλμ 13.40

25χλμ 14.08

27,5χλμ 14.37

30χλμ 15.01

32,5χλμ 15.30

35χλμ 15.58

37,5χλμ 16.27

40χλμ 16.55

Χρονόμετρα

Μπροστά από τον προπορευόμενο δρομέα υπάρχει όχημα με μεγάλο ψηφιακό χρονόμετρο στην οροφή. Επίσης ψηφιακό χρονόμετρο διπλής όψης υπάρχει στον τερματισμό καθώς και στο 21,1χλμ (μίας όψεως).

Ηλεκτρονική

χρονομέτρηση

Όλοι οι δρομείς θα πρέπει να φορούν το chip χρονομέτρησης που παραλαμβάνουν μαζί με τον αριθμό συμμετοχής τους από το Κέντρο Εγγραφών στο Ζάππειο Μέγαρο. Το chip χρονομέτρησης μαζί με τον αριθμό συμμετοχής του δρομέα υποδηλώνουν στο ηλεκτρονικό σύστημα την ταυτότητα του αθλητή και το block εκκίνησης όπου τοποθετείται. Σημειώνεται ότι η χρήση μόνο του chip ή μόνο του αριθμού συμμετοχής δεν καταχωρεί αποτέλεσμα και ο δρομέας ακυρώνεται.

Στο 50χλμ., στο 100χλμ., στο μέσο της διαδρομής (21,1χλμ) και στο 300χλμ θα υπάρχουν ζώνες ηλεκτρονικού ελέγχου και χρονομέτρησης για την καταγραφή των ενδιάμεσων χρόνων. Όποιος δρομέας δεν έχει ηλεκτρονική ένδειξη στην εκκίνηση, στον τερματισμό καθώς και σε όλες τις ενδιάμεσες ζώνες ελέγχου ακυρώνεται.

Σε περίπτωση εγκατάλειψης ή μη συμμετοχής, ο δρομέας υποχρεούται να φροντίσει για την έγκαιρη επιστροφή του chip χρονομέτρησης.

Μόνο οι αθλητές που:

- (α) συμμετείχαν και αγωνίστηκαν έγκυρα,
- (β) ξεκίνησαν από το σωστό block εκκίνησης,
- (γ) παρουσιάζουν ένδειξη χρόνου σε όλες τις ζώνες ηλεκτρονικού ελέγχου,
- (δ) τερματίζουν εντός του χρονικού ορίου ολοκλήρωσης του αγώνα (17:30)

συμπεριλαμβάνονται στα τελικά αποτελέσματα ενώ μόνο για αυτούς ανακοινώνεται η τελική επίδοση και οι ενδιάμεσοι χρόνοι τους, ενώ τους αποστέλλεται και πιστοποιητικό συμμετοχής και επίδοσης.

Κανονισμοί

αγώνα

Ισχύουν όλοι οι διεθνείς κανονισμοί των IAAF/AIMS για τα Πρωταθλήματα όπως εξειδικεύονται στις ξεχωριστές προκηρύξεις της Οργανωτικής Επιτροπής.

Οι κριτές και τα στελέχη της Οργανωτικής Επιτροπής μπορούν οποιαδήποτε

στιγμή να ακυρώσουν αθλητές σε περίπτωση μη τήρησης των κανόνων, καθώς και να τους διαγράψουν μετά τον αγώνα από τα αποτελέσματα αξιολογώντας ενστάσεις, ηλεκτρονικό και οπτικό υλικό.



Πρόσβαση στην αγωνιστική διαδρομή – Παρακολούθηση Μαραθωνίου

Το σύνολο των αγωνιστικών διαδρομών όλων των αγώνων δρόμου του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών θα είναι ελεύθερες για τους δρομείς από την κυκλοφορία οχημάτων.

Στο ρεύμα του δρόμου, όπου τρέχουν οι αθλητές ΔΕΝ έχουν δικαίωμα κίνησης όλοι οι μη-συμμετέχοντες (θεατές, συνοδοί, κλπ.), με οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο. Το διπλανό ρεύμα από εκείνο το αθλητών παραμένει στη διάθεση της Τροχαίας, του ΕΚΑΒ και των οχημάτων υποστήριξης της διοργάνωσης. Η μετακίνηση για την παρακολούθηση των αγώνων δρόμου του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών από θεατές, συνοδούς και φίλους των δρομέων επιτρέπεται μόνο με τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς. Η κίνηση συνοδών ανάμεσα σε αθλητές, η μη ύπαρξη της ειδικής άδειας (διαπίστευση), όπως και η μη υπακοή στις οδηγίες της Τροχαίας και των στελεχών της διοργάνωσης θα επιφέρει άμεση αποβολή των παραβατών από τη διαδρομή και ακύρωση των συνοδευόμενων αθλητών.

Ιδιαίτεροι κανονισμοί δυναμικού βαδίσματος

Για τους αθλητές του Δυναμικού Βαδίσματος θα ισχύσουν όλοι οι κανόνες που ισχύουν και για τους δρομείς, με τις παρακάτω ιδιαιτερότητες:

Οι αθλητές που δήλωσαν συμμετοχή στο δυναμικό βάδισμα θα τοποθετηθούν υποχρεωτικά στο τελευταίο block εκκίνησης. Οποιαδήποτε εκκίνηση βαδιστή σε διαφορετικό block θα επιφέρει την ακύρωση του αθλητή.

Χρονικό όριο τερματισμού είναι οι οκτώ (8) ώρες (17:30), λαμβάνοντας υπόψη και τη χρονοκαθυστέρηση των διαδοχικών εκκινήσεων.

Οποιαδήποτε αλλαγή αγώνα δρόμου συνεπάγεται την αλλαγή του αριθμού συμμετοχής και είναι δυνατή μόνο με σχετική άδεια της Οργανωτικής Επιτροπής, το αργότερο έως το Σάββατο 12 Νοεμβρίου 2011.

Δεν υπάρχει ξεχωριστή κατηγορία αποτελεσμάτων για το Δυναμικό Βάδισμα, ούτε ανάδειξη νικητών.

Τερματισμός μαραθωνίου

Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή στον αγώνα και ο τερματισμός δρομέων χωρίς αριθμό συμμετοχής. Η είσοδος τους στο Παναθηναϊκό Στάδιο θα εμποδίζεται.

Διαδικασίες μετά τον τερματισμό

Όλοι οι δρομείς αμέσως μετά τον τερματισμό τους καλούνται να συνεχίζουν να βαδίζουν προς την έξοδο του Σταδίου. Άμεση ιατρική βοήθεια μπορεί να παρασχεθεί από το ιατρικό προσωπικό που βρίσκεται στην περιοχή του τερματισμού. Οι δρομείς παραλαμβάνουν αναμνηστικό μετάλλιο και κατευθύνονται προς την έξοδο του Σταδίου, βαδίζοντας πάνω στους διαδρόμους που διατίθενται για το σκοπό αυτό.

Έξω από το Στάδιο τους προσφέρονται νερό, ισοτονικά ποτά Powerade, χυμοί Amita, bars δημητριακών, μπανάνες, κλπ. Πριν την παραλαβή των ρούχων, οι δρομείς οφείλουν να παραδώσουν το chip χρονομέτρησης.

Παραλαβή ρούχων, αποδυτήρια και υπηρεσίες χειρομάλαξης

Οι δρομείς παραλαμβάνουν το σάκο με τα ρούχα τους με την επίδειξη του αριθμού συμμετοχής τους. Τα φορητά με τους σάκους θα είναι σταθμευμένα στο οδόστρωμα της οδού Βασ. Κωνσταντίνου. Στο χώρο του Γυμναστηρίου «Ι. Φωκιανός» υπάρχουν αποδυτήρια Ανδρών και Γυναικών στη διάθεση των δρομέων.

Στον ίδιο χώρο και για όσους δρομείς επιθυμούν και παρουσιάζουν ανάλογη ανάγκη, θα παρασχεθούν υπηρεσίες χειρομάλαξης (massage). Μεγάλος αριθμός χειρομαλακτών θα παρέχει τις υπηρεσίες αυτές στους δρομείς που το επιθυμούν μετά την παραλαβή του ρουχισμού τους.



Πρόσβαση στην περιοχή τερματισμού

Η πρόσβαση στον αγωνιστικό χώρο του Σταδίου επιτρέπεται μόνο στους δρομείς που έχουν αριθμό συμμετοχής και τερματίζουν, καθώς και στα εξουσιοδοτημένα άτομα της Οργανωτικής Επιτροπής που έχουν τη συγκεκριμένη ένδειξη στη διαπίστευσή τους. Συγγενείς, φίλοι, σύνοδοι, προπονητές δεν θα πρέπει να επιδιώκουν την πρόσβασή τους στην περιοχή αυτή γιατί δυσκολεύουν τους δρομείς κατά την έξοδο από το χώρο αποκατάστασης, καθώς και τις προγραμματισμένες λειτουργίες της διοργάνωσης. Δεν επιτρέπεται η είσοδος οποιουδήποτε θελήσει να εισέλθει στον αγωνιστικό χώρο του Σταδίου με άλλα μέσα (ποδήλατο, καρότσι, πατίνι, κλπ.).

Απονομές επάθλων

Έπαθλα (μετάλλιο και δίπλωμα) απονέμονται στους τρεις πρώτους νικητές της γενικής κατάταξης Ανδρών και Γυναικών του Μαραθωνίου καθώς και στους νικητές και νικήτριες του Πανελληνίου Πρωταθλήματος Μαραθωνίου Δρόμου του ΣΕΓΑΣ. Κύπελλο απονέμεται μόνο στον πρώτο αθλητή και την πρώτη αθλήτρια του Αγώνα.

Αποτελέσματα – πιστοποιητικά συμμετοχής

Θα υπάρχει ζωντανή και διαρκής ενημέρωση μέσα από το Διαδίκτυο, ενώ ο αγώνας εξελίσσεται. Με τη λήξη του Αγώνα, ανακοινώνονται άμεσα τα επίσημα αποτελέσματα των πρώτων δρομέων. Τα ανεπίσημα αποτελέσματα για όλους τους συμμετέχοντες ανακοινώνονται στην ιστοσελίδα της διοργάνωσης www.athensclassicmarathon.gr μετά τη λήξη του Αγώνα, δίνοντας τη δυνατότητα σε όποιον ενδιαφέρεται να υποβάλει έγγραφη ένσταση εντός πέντε (5) ημερολογιακών ημερών. Τα επίσημα αποτελέσματα ανακοινώνονται μετά από δέκα (10) εργάσιμες ημέρες.

Μετά την ανακοίνωση των επίσημων αποτελεσμάτων, οι δρομείς έχουν τη δυνατότητα να «κατεβάσουν» το ατομικό Πιστοποιητικό Συμμετοχής τους στον αγώνα, από την ιστοσελίδα της διοργάνωσης.

2.2 Εγγραφές

Μαραθώνιος Δρόμος

Μαραθώνιος- Ατομική Εγγραφή- Βασικό Πακέτο 25,00

Το Βασικό Πακέτο Συμμετοχής περιλαμβάνει:

- τον αριθμό του αθλητή,
- την παροχή ηλεκτρονικής χρονομέτρησης με chip,
- την παροχή αναμνηστικού μεταλλίου,
- τη μεταφορά του δρομέα στην αφετηρία του Μαραθώνα,
- την παροχή νερού, αθλητικών ποτών, χυμών, αναψυκτικών και ιατρικών υπηρεσιών κατά τη διάρκεια και μετά το τέλος του αγώνα,
- Πιστοποιητικό Συμμετοχής με το χρόνο τερματισμού του δρομέα

Μαραθώνιος – Ατομική Εγγραφή – Ενισχυμένο Πακέτο 40,00

Το Ενισχυμένο Πακέτο Συμμετοχής περιλαμβάνει όλα όσα περιλαμβάνει το Βασικό πακέτο και επιπλέον:

- αναμνηστικά δώρα της διοργάνωσης,
- T-shirt του αγώνα

Μαραθώνιος – Ατομική Εγγραφή – Πλήρες Πακέτο 90,00

Το Πλήρες Πακέτο Συμμετοχής περιλαμβάνει όλα όσα περιλαμβάνουν το Βασικό και το Ενισχυμένο Πακέτο και επιπλέον:

- πάνινο αθλητικό σάκο
- 50% έκπτωση στα εισιτήρια εισόδου στον Αρχαιολογικό Χώρο και στο Νέο

Μουσείο της Ακρόπολης.

Ομαδική Εγγραφή

- Έκπτωση 5€ ανά άτομο ανεξαρτήτως αγώνα και πακέτου υπηρεσιών
Οι ομαδικές εγγραφές αφορούν στην από κοινού εγγραφή τουλάχιστον 10 ατόμων, χωρίς περιορισμό στην επιλογή αγώνα δρόμου ή/και πακέτου συμμετοχής. Οι ομαδικές εγγραφές απευθύνονται σε αθλητικούς συλλόγους, συλλόγους δρομέων, γυμναστήρια, εταιρείες, σχολεία, ιδιωτικούς και δημόσιους οργανισμούς, ταξιδιωτικά γραφεία, αλλά και απλές παρέες ανθρώπων που επιθυμούν να συμμετάσχουν στον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών ως ομάδα. Η έκπτωση που παρέχεται στην ομαδική εγγραφή είναι 5€ ανά άτομο. Στην περίπτωση ομαδικής εγγραφής ορίζεται ένας Αρχηγός Ομάδας, ο οποίος μπορεί να είναι δρομέας μπορεί και όχι. Σε κάθε περίπτωση, ο Αρχηγός της Ομάδας είναι αυτός που την εκπροσωπεί έναντι των διοργανωτών για διάφορα θέματα.

Οικογενειακή Εγγραφή

- Έκπτωση 10€ ανά επιπλέον άτομο
Η οικογενειακή εγγραφή απευθύνεται σε οικογένειες όπου μέχρι και τρία (3) μέλη τους επιθυμούν να συμμετάσχουν σε έναν από τους Αγώνες Δρόμου του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών. Η οικογενειακή εγγραφή είναι δυνατή μόνο στο πλήρες πακέτο συμμετοχής. Η έκπτωση που παρέχεται στην οικογενειακή εγγραφή είναι 10€ για κάθε επιπλέον άτομο (μέλος της οικογένειας) --δρομέα.

2.3 Έντυπο συμμετοχής

Αγαπητέ/ή

δρομέα,

Ο αριθμός συμμετοχής σας στον 29ο Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών που θα διεξαχθεί στις 13 Νοεμβρίου 2011 είναι <<21603>>.

Τον αριθμό, το chip χρονομέτρησης και το πακέτο συμμετοχής σας θα τα παραλάβετε από το Κέντρο Εγγραφών που θα λειτουργήσει στο Ζάππειο Μέγαρο από τις 10 έως τις 12 Νοεμβρίου 2011, τις παρακάτω ώρες:

Πέμπτη	10	Νοεμβρίου	2011:	13.00	-	20.00
Παρασκευή	11	Νοεμβρίου	2011:	09.00	-	18.00
Σάββατο	12	Νοεμβρίου	2011:	09.00	-	18.00

ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Αγώνας: <<Αγώνας Δρόμου 10 χλμ>>

Πακέτο: <<10χλμ - Ατομική Εγγραφή - Βασικό Πακέτο>>
 Αριθμός Συμμετοχής στον αγώνα (BIB): <<21603>>
 Επώνυμο: <<MAYREDAKI>>
 Όνομα: <<MERINA>>
 Έτος Γεννήσεως: <<27/6/1982>>
 Φύλο: <<FEMALE>>
 Αναμνηστικά Μετάλλια: <<0>>

Σας παρακαλούμε όπως μας ενημερώσετε άμεσα για τυχόν λάθη στα παραπάνω στοιχεία.

Για να αποφευχθούν καθυστερήσεις και πιθανά προβλήματα κατά την παραλαβή του αριθμού και του πακέτου συμμετοχής σας, θα πρέπει να έχετε μαζί σας αντίγραφο του παρόντος e-mail καθώς και την ταυτότητα ή το διαβατήριό σας.

Σας ευχόμαστε κάθε επιτυχία στην προσπάθειά σας.
Dear Runner,

Your bib number in 29th Athens Classic Marathon to be held on 13 November 2011 is "21603".

You may collect your bib number, your timing chip and your race package from the Registration Centre in the Zappeio Megaro of Athens, between 10-12 November 2011, the following hours:

Thursday	10	November	2011:	13.00	-	20.00
Friday	11	November	2011:	09.00	-	18.00
Saturday	12	November	2011:	09.00	-	18.00

PARTICIPATION DATA

Race: "Αγώνας Δρόμου 10 χλμ"

Participation Package: "10χλμ - Ατομική Εγγραφή - Βασικό Πακέτο"

BIB number: "21603"

Last name: "MAYREDAKI"

First name: "MERINA"
Year of Birth: "27/6/1982"
Sex: "FEMALE"
Order of 2,500 Years Commemorative Medals: "0"

Please inform us on any errors in the above information.

In order to avoid any delays or possible problems upon collection of bib numbers and race packages, you are kindly requested to have with you a copy of this email as well as your passport or ID card.

3. ΙΣΤΟΡΙΚΟ, ΚΑΛΥΤΕΡΟΙ ΧΡΟΝΟΙ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΝΕΡΟΥ

3.1 Ιστορικό Μαραθωνίου

Ο Μαραθώνιος Δρόμος είναι ένας αγώνας αντοχής δρόμου κάλυψης επίσημης απόστασης 42,195 χιλιομέτρων (26 μίλια 385 γιάρδες), που περιλαμβάνεται στα σύγχρονα ολυμπιακά αθλήματα.

Ο αγώνας ονομάζεται έτσι από την ιστορική διαδρομή του Έλληνα στρατιώτη ημεροδρόμου Φειδιππίδη που μετά τη μάχη του Μαραθώνα (490 π.χ.) έτρεξε από το πεδίο της μάχης στην Αθήνα για να μεταφέρει τα νικητήρια νέα με τη λέξη "ενικήκαμεν". Σημειώνεται ότι στην αρχαιότητα δεν υπήρχε ως άθλημα "μαραθώνιος δρόμος" αλλά και ούτε είχε θεσμοθετηθεί κάτι παρόμοιο. Η ιδέα της γέννησης αυτού του αθλήματος και η ένταξή του στους σύγχρονους Ολυμπιακούς Αγώνες οφείλεται στον Γάλλο γλωσσολόγο και ελληνιστή Michel Breal φίλο του Πιέρ ντε Κουμπερτέν που πρότεινε κατά την αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 1896 στην Αθήνα "ην επανάληψη του διάσημου εκείνου δρόμου που εξετέλεσε ο στρατιώτης του Μαραθώνος "



Έτσι ο Μαραθώνιος κατέστη ένα από τα πρώτα σύγχρονα ολυμπιακά αθλήματα των αγώνων του 1896, του οποίου η συναρπαστική ιστορία ξεκινά στις 10 Μαρτίου του 1896 όπου στην Αθήνα διεξάχθηκαν οι πανελλήνιοι προκριματικοί του αγωνίσματος για τον καθορισμό των πρώτων έξι αθλητών που θα λάμβαναν μέρος στον επίσημο Ολυμπιακό τον επόμενο μήνα. Αφέτης του προκριματικού εκείνου αγώνα ήταν ο ταγματάρχης Παπαδιαμαντόπουλος και οι τρεις πρώτοι νικητές ήταν:

- Πρώτος ο Χ. Βασιλάκος (ελεύθερης συμμετοχής) που πέτυχε χρόνο 3 ώρες και 17 πρώτα λεπτά.
- Δεύτερος ο Ν. Μπελόκας (αθλητής του Πανελληνίου) με χρόνο 3 ώρες και 21 πρώτα λεπτά και
- Τρίτος ο Δ. Δεληγιάννης (επίσης αθλητής του Πανελληνίου) με χρόνο 3 ώρες και 33 πρώτα λεπτά.
- Πρώτος ο Δ. Δεληγιάννης με χρόνο 3 ώρες και 3 λεπτά
- Δεύτερος ο Αυστραλός T. Flack
- Τρίτος ο Ν. Μπελόκας,7ο^ς ο Χ. Βασιλάκος και 17ο^ς ο Σπύρος Λούης.

Ο Πρώτος επίσημος Ολυμπιακός Μαραθώνιος διεξήχθη την 5η ημέρα των Ολυμπιακών Αγώνων του 1896 των πρώτων από της αναβίωσής τους, στις 29 Μαρτίου του 1896 ημέρα Παρασκευή. Αφετηρία ήταν ο Τύμβος του Μαραθώνα και ακολουθώντας την πιθανότερη και ασφαλή κατά τους ιστορικούς διαδρομή, δηλαδή διαδρομή Βρανά –Εκάλη –Κηφισιά –Ψυχικό –Αθήνα (λεωφόρο Κηφισίας) – Ηρώδου Αττικού, τερμάτισε εντός του Παναθηναϊκού Σταδίου, η ανέγερση του οποίου είχε σχεδόν ολοκληρωθεί, που ήταν κατάμεστο από κόσμο.

Κατά τη διαδρομή υπήρξαν πολλές αλλαγές στη θέση των πρώτων δρομέων. Στα πρώτα 10 χιλιόμετρα προηγούνταν σαφώς οι ξένοι δρομείς Λερμουσό (Lermusiau), Φλακ (Flack) και Μπλαϊκ (Blake), μετά όμως από τα 20 χλμ. που αποτελούσε το

μέσο της διαδρομής άρχισαν οι Έλληνες δρομείς Λούης Βασιλάκος και Μπελόκας ν' αναπτύσσουν την ταχύτητά τους.

Στο 23ο χλμ. ο Μπλαίηκ δεν αντέχει άλλο και εγκαταλείπει τον αγώνα. Στο 32ο χλμ ο Λερμουζό παράπεσε χάνοντας πολύτιμο χρόνο, ενώ λίγο μετά εγκαταλείπει και ο Φλακ, οπότε και τέθηκαν στην αρχή του αγώνα ο Λούης ακολουθούμενος από τον Βασιλάκο.

Όταν ιππέας αγγελιαφόρος φτάνει στο Στάδιο και αναγγέλλει «προηγείται Έλλην» ακολούθησε παραλήρημα. Ο τότε διάδοχος Κωνσταντίνος σπεύδει και αναμένει τον πρώτο δρομέα στη συμβολή των οδών Λ. Κηφισίας (όπως λέγονταν τότε τη Βασιλίσσης Σοφίας) και Ηρώδου Αττικού όπου καταφθάνει ο Σπύρος Λούης τον οποίο και συνοδεύει τιμητικά μέχρι το τέρμα εντός του Σταδίου.

Η είσοδος του Λούη στο Στάδιο ξεσήκωσε όλους τους θεατές που όρθιοι παραληρούσαν και ζητωκραύγαζαν ρυθμικά το επίθετό του όπου και τερματίζει με χρόνο 2 ώρες, 58' και 50'', ενώ δεύτερος εισήλθε στο Στάδιο, μόλις μετά επτά λεπτά, ο Χαρίλαος Βασιλάκος τερματίζοντας σε χρόνο 3 ώρες, 06' και 30''.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 1896 έζησαν εκείνη την ημέρα την σπουδαιότερη στιγμή. Απευθυνόμενος ο Πιέρ ντε Κουμπερτέν στο Σπύρο Λούη του είπε «Σήμερα έγγραψες ιστορία».

Μεταξύ του Μαραθώνα και της Αθήνας υπάρχει η Πεντέλη, έτσι αυτό σημαίνει ότι, εάν ο Φειδιππίδης έκανε πραγματικά το διάσημο τρέξιμό του μετά από τη μάχη, έπρεπε να τρέξει γύρω από το βουνό. Η προφανέστερη διαδρομή ταιριάζει σχεδόν ακριβώς με τη σύγχρονη εθνική οδό Μαραθώνα-Αθήνας, που ακολουθεί την εθνική οδό προς τα νότια από τον κόλπο Μαραθώνα και κατά μήκος της ακτής, κατόπιν ένας ομαλός αλλά παρατεταμένος ανήφορος δυτικά προς την ανατολική προσέγγιση στην Αθήνα, μεταξύ Υμηττού και Πεντέλης, και έπειτα κατηφορικά προς την Αθήνα. Αυτή η διαδρομή είναι περίπου 42 χιλιόμετρα και καθορίζει τα πρότυπα για την απόσταση. Εντούτοις υπάρχει μια άλλη πρόταση, ότι ο Φειδιππίδης να είχε ακολουθήσει μια άλλη διαδρομή: μια δυτική ανάβαση κατά μήκος των ανατολικών και βόρειων προπόδων της Πεντέλης, στο πέρασμα Διόνυσος, και έπειτα μια ευθεία νότια πορεία προς τα κάτω στην Αθήνα. Αυτή η διαδρομή είναι αρκετά μικρότερη, περίπου 35 χιλιόμετρα, αλλά είναι πολύ απότομη

Για ένα πιο έμπειρο ερασιτέχνη, 3 μήνες προετοιμασίας 5 φορές την εβδομάδα είναι συνήθως αρκετές για ένα χρόνο γύρω στις 4 ώρες. Για ένα αρχάριο 6 μήνες. Οι περισσότεροι προπονητές θεωρούν ότι το πιο σημαντικό στοιχείο στην προετοιμασία για ένα μαραθώνιο είναι το τρέξιμο μεγάλων αποστάσεων, αλλά μεθοδικά. Οι ερασιτέχνες δρομείς προσπαθούν συνήθως να φθάσουν σε ένα μέγιστο 32 χιλιόμετρα σε μία μεμονωμένη κούρσα και σε εβδομαδιαία βάση τα 64 χιλιόμετρα, αλλά αυτό μεταβάλλεται από εβδομάδα σε εβδομάδα. Οι πεπειραμένοι επαγγελματίες μπορούν να τρέξουν μια μέχρι και 200 χλμ την εβδομάδα.

Ο περσινός Μαραθώνιος ήταν επετειακός καθώς συμπληρώνονταν 2.500 χρόνια από τη μάχη στην οποία οφείλει την ύπαρξή του.

3.2 Κατανάλωση νερού

Η κατανάλωση νερού είναι πολύ σημαντική κατά την διάρκεια του αγώνα, τυπικά 500ml νερού κάθε 5-10 χλμ είναι αρκετά. Βασικά ο αθλητής θα πρέπει να σταματήσει σε όλους τους σταθμούς νερού που θα υπάρχουν κατά την διάρκεια της διαδρομής, και να πιεί κάποια ποσότητα νερού ακολουθώντας τις οδηγίες παραπάνω.

Υπάρχει όμως και ο κίνδυνος υπερκατανάλωσης νερού και αυτό μπορεί να είναι ένα από το πιο τυπικά προβλήματα για το ιατρικό προσωπικό ενός μαραθώνιου, παρά η μη κατανάλωση νερού. Η υπερκατανάλωση προκαλεί υπονατριαιμία που είναι η χαμηλή περιεκτικότητα νατρίου στο αίμα λόγω της υπερκατανάλωσης νερού. Η γυναίκες είναι πιο ευάλωτες στη κατάσταση. Ένα 13% των αθλητών που τερμάτισαν τον μαραθώνιο της Βοστώνης είχα υπονατριαιμία, και εδώ αναφερόμαστε για έμπειρους ερασιτέχνες αθλητές γιατί η Βοστώνη δέχεται μόνο ερασιτέχνες με πολύ καλό χρόνο.

3.3 Καλύτεροι χρόνοι παγκοσμίως

Άνδρες

<i>Χρόνος</i>	<i>Αθλητής</i>	<i>Χώρα</i>	<i>Ημερομηνία</i>	<i>Τόπος</i>
2h03:38	Πάτρικ Μακάου	 Κέννα	25 Σεπτεμβρίου 2011	Βερολίνο
2h03:42	Γουίλσον Κισπάνγκ	 Κέννα	30 Οκτωβρίου 2011	Φρανκφούρτη
2h03:59	Χάιλε Γκεμπρσελασιέ	 Αιθιοπία	28 Σεπτεμβρίου 2008	Βερολίνο
2h04:27	Ντάνκαν Κιμπέτ	 Κέννα	5 Απριλίου 2009	Ρότερνταμ
2h04:27	Τζέιμς Κουαμπάι	 Κέννα	5 Απριλίου 2009	Ρότερνταμ
2h04:55	Πολ Τεργκάτ	 Κέννα	28 Σεπτεμβρίου 2003	Βερολίνο
2h04:56	Σάμι Κορίρ	 Κέννα	28 Σεπτεμβρίου 2003	Βερολίνο
2h05:04	Άμπελ Κιρούι	 Κέννα	5 Απριλίου 2009	Ρότερνταμ
2h05:10	Σάμιουελ Γουαντζίρου	 Κέννα	26 Απριλίου 2009	Λονδίνο
2h05:15	Μάρτιν Λελ	 Κέννα	13 Απριλίου 2008	Λονδίνο
2h05:20	Τσεγκάγιε Κεμπέντε	 Αιθιοπία	26 Απριλίου 2009	Λονδίνο
2h05:27	Τζαουάντ Γκχαρίμπ	 Μαρόκο	26 Απριλίου 2009	Λονδίνο

Γυναίκες

<i>Χρόνος</i>	<i>Αθλητής</i>	<i>Χώρα</i>	<i>Ημερομηνία</i>	<i>Τόπος</i>
2h15:25	Πάουλα Ράντκλιφ	 Μεγάλη Βρετανία	13 Απριλίου 2003	Λονδίνο
2h18:47	Κάθριν Ντερέμπα	 Κένυα	7 Οκτωβρίου 2001	Σικάγο
2h19:12	Μιζούκι Νογκούτσι	 Ιαπωνία	25 Σεπτεμβρίου 2005	Βερολίνο
2h19:19	Ιρίνα Μικιτένκο	 Γερμανία	28 Σεπτεμβρίου 2008	Βερολίνο
2h19:36	Ντίνα Κάστορ	 Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	23 Απριλίου 2006	Λονδίνο
2h19:39	Σουν Γινγκ-τζί	 Κίνα	19 Οκτωβρίου 2003	Πεκίνο
2h19:41	Γιόκο Σιμπούι	 Ιαπωνία	26 Σεπτεμβρίου 2004	Βερολίνο
2h19:46	Ναόκο Τακαχάσι	 Ιαπωνία	30 Σεπτεμβρίου 2001	Βερολίνο
2h19:51	Ζου Τσουνξιού	 Κίνα	12 Μαρτίου 2006	Σεούλ
2h20:42	Μπερχάν Αντέρ	 Αιθιοπία	22 Οκτωβρίου 2006	Σικάγο

3.4 Οι 10 καλύτεροι μαραθόνιοι παγκοσμίως

ΛΟΝΔΙΝΟ - Αγγλία

Ο μαραθώνιος του Λονδίνου είναι ίσως ο πιο σημαντικός ετήσιος μαραθώνιος του κόσμου. Περισσότεροι από 35.000 δρομείς παίρνουν μέρος κάθε χρόνο και όλη η διοργάνωση είναι μια γιορτή. Η πανέμορφη διαδρομή και το ενθουσιώδες κοινό εξασφαλίζουν πως κάθε δρομέας θα ευχαριστηθεί τον αγώνα. Η διαδρομή είναι πολύ γρήγορη και κάθε χρόνο οι διοργανωτές φροντίζουν να έχουν τη συμμετοχή πολλών πρωτοκλασάτων ονομάτων του αγωνίσματος. ΣΕ αυτή τη διαδρομή πέτυχε η Paula Radcliffe και το παγκόσμιο ρεκόρ στην απόσταση.

ΒΟΣΤΟΝΗ

-

ΗΠΑ

Ο μαραθώνιος της Βοστόνης είναι ουσιαστικά ο μακροβιότερος μαραθώνιος του κόσμου τουλάχιστον όσον αφορά και την ετήσια διοργάνωση του. Δυστυχώς όμως είναι ένας αγώνας όπου δεν μπορεί να πάρει μέρος ο καθένας εξαιτίας των αυστηρών κριτηρίων συμμετοχής που εφαρμόζονται. Κάθε χρόνο παίρνουν μέρος περίπου 10.000 δρομείς ανάμεσα του και πολλοί καλοί αθλητές όμως οι χρόνοι δεν είναι ιδιαίτερα γρήγοροι εξαιτίας της μεγάλης ανηφόρας που έχουν να ανέβουν αθλητές μεταξύ του 27ου και του 35ου χιλιομέτρου.

ΠΑΡΙΣΙ

-

Γαλλία

Η πόλη του φωτός ποτέ δεν έχει ιδιαίτερη ανάγκη να προσελκύσει τουρίστες αλλά καμία άλλη περίοδο τόσοι πολλοί δρομείς δεν ταξιδεύουν στο Παρίσι για να πάρουν μέρος σε ένα μαραθώνιο. Περισσότεροι από 30.000 αθλητές τρέχουν σε αυτό τον αγώνα του οποίου η ποιότητα σε όλους τους τομείς έχει ανέβει κατακόρυφα τα τελευταία χρόνια.

ΡΟΤΕΡΝΤΑΜ

-

Ολλανδία

Αν και το Ρότερνταμ δεν είναι από τις πλέον τουριστικές πόλεις της Ευρώπης τις μέρες που διοργανώνεται ο μαραθώνιος τη πόλης γίνεται πραγματικά τουριστικό θέρετρο αφού προσελκύει χιλιάδες δρομείς που επιθυμούν να τρέξουν σε μια από τις γρηγορότερες διαδρομές του κόσμου. Η ποιότητα της διοργάνωσης είναι εξαιρετική και αφήνει τις καλύτερες εντύπωση στους περίπου 10.000 συμμετέχοντες πλειονότητα των οποίων στοχεύει σε νέο ατομικό ρεκόρ σε αυτή την απόλυτα επίπεδη πίστα.

ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ

-

Σουηδία

Είναι ίσως η έκπληξη των προτεινόμενων εαρινών μαραθωνίων όμως σε ποια άλλη πόλη θα έχετε την ευκαιρία να τρέξετε αρχές Ιουνίου? Το Σκανδιναβικό κλίμα προσφέρει καταφύγιο σε αυτούς που για κάποιο λόγο δεν είχαν την ευκαιρία να δοκιμαστούν σε έναν μαραθώνιο νωρίτερα την άνοιξη και η Στοκχόλμη δεν απογοητεύει κανέναν εκείνη την εποχή. Περίπου 17.000 δρομείς παίρνουν μέρος στον αγώνα που ξεκινάει έξω από το Ολυμπιακό Στάδιο του 1912 και τερματίζει μέσα σε αυτό.

ΒΕΡΟΛΙΝΟ

-

Γερμανία

Το Βερολίνο έχει πλέον καταξιωθεί σαν ο αγώνας που προσφέρει τις καλύτερες συνθήκες για ρεκόρ και το εκπληκτικό παγκόσμιο ρεκόρ του Paul Tergat αποτελεί την καλύτερη απόδειξη γι' αυτό. Η γρήγορη πιστά, οι συνήθως άψογες καιρικές συνθήκες, οι ενθουσιώδεις θεατές και η άψογη διοργάνωση αφήνουν τις καλύτερες εντυπώσεις στους περισσότερους από 35.000 δρομείς που παίρνουν μέρος.

ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ

-

Ολλανδία

Ο μαραθώνιος του Άμστερνταμ παρόλο που διεξάγεται από το 1970 μόλις τα τελευταία χρόνια έχει αποκτήσει φήμη αλλά σίγουρα είναι από τις ανερχόμενες διοργανώσεις. Σε σχέση με τους υπόλοιπους μαραθωνίους έχει σχετικά μικρή συμμετοχή με μόλις 2500 δρομείς όμως διαθέτει το κύριο πλεονέκτημα της επίπεδης και πολύ γρήγορης διαδρομής και τα τελευταία χρόνια οι διοργανωτές έχουν καταφέρει να προσελκύσουν μεγάλα ονόματα του αγωνίσματος.

ΣΙΚΑΓΟ

-

ΗΠΑ

Μπορεί να μην διέθετε την μαζικότητα της Νέας Υόρκης ή την ιστορία της Βοστώνης όμως το Σικάγο μετά το κάζο του 1987 όποτε ο αγώνας ματαιώθηκε, μέσα σε λίγα χρόνια κατάφερε να γίνει ο καλύτερος και μεγαλύτερος μαραθώνιος των ΗΠΑ. Προσφέροντας πολύ γρήγορη διαδρομή και άψογη διοργάνωση πλέον συγκεντρώνει περισσότερους από 35.000 δρομείς και ανάμεσα τους μερικούς από τους καλύτερους αθλητές του κόσμου.

ΝΕΑ

ΥΟΡΚΗ

-

ΗΠΑ

Είναι ίσως ο πλέον δημοφιλής φθινοπωρινός μαραθώνιος και στον οποίον

παίρνουν μέρος τα περισσότερα μεγάλα ονόματα αυτή την εποχή αν και η διαδρομή δεν είναι ιδιαίτερα γρήγορη. Τα τελευταία χρόνια παίρνουν μέρος περισσότερα από 35.000 άτομα αν και ο αγώνας έχει φτάσει να συγκεντρώσει και 50.000 συμμετοχές και αυτό δεν είναι τυχαίο αφού ότι μπορεί κανείς να ζητήσει από την εμπειρία της συμμετοχής σε ένα μαραθώνιο θα το βρει στη Νέα Υόρκη



ΑΘΗΝΑ

Ο κλασικός μαραθώνιος της Αθηνάς αποτελεί προτεραιότητα πριν κάποιος αποφασίσει να δοκιμάσει την τύχη του στο εξωτερικό. Έχουμε την ιστορική διαδρομή στα ποδιά μας και είναι τουλάχιστον ιεροσυλία να την παρακάμπτουμε. Η διαδρομή είναι ίσως η δυσκολότερη του κόσμου με τις μεγάλες ανηφοροκατηφόρες από το 10ο χιλιόμετρο και μετά αλλά αυτό ελάχιστα πτοεί τους δρομείς πως και μόνο με την ιδέα πως τρέχουν στην ιστορική διαδρομή αποκτούν φτερά ενώ πανηγυρικός είναι κάθε χρόνο ο τερματισμός για όλους μέσα στο Παναθηναϊκό Στάδιο. Με αριθμό συμμετεχόντων κοντά στις 3.000 ο κλασικός μαραθώνιος της Αθηνάς συνεχώς αναβαθμίζεται στην προσπάθεια να φτάσει την ποιότητα διοργάνωσης των μεγάλων μαραθωνίων του εξωτερικού και με όπλο την ιστορία προσπαθεί να προσελκύει όλο και περισσότερους δρομείς από το εξωτερικό.

4. ΠΡΟΩΘΗΣΗ MARKETING ΣΤΟΝ ΚΛΑΣΙΚΟ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟ ΑΘΗΝΑΣ

4.1 Ποιο είναι το προϊόν που προωθείται με βάση το marketing στο κλασικό μαραθώνιο?

Με την αναφορά σε επαγγελματίες οφείλουμε να θίξουμε μια σημαντική παράμετρο σε αυτό που αποκαλούμε «δρομική κοινότητα» και αφορά τους επαγγελματίες του χώρου. Η στροφή των πολιτών στον αθλητισμό μοιραία δημιουργεί και μια αντίστοιχη αγορά. Από τη στιγμή που ο αθλητισμός γίνεται διασκέδαση και μέσο για την εκμετάλλευση του ελεύθερου χρόνου, αυτόματα δημιουργείται και η ανάγκη αυτός ο χρόνος να περάσει όσο πιο ποιοτικά γίνεται. Έτσι οι αθλητές έχουν συνεχώς υψηλότερες απαιτήσεις από τον εξοπλισμό τους και αναζητούν νέες και καλύτερες υπηρεσίες από τις διοργανώσεις που μετέχουν αλλά και τους επαγγελματίες του χώρου. Έτσι η αθλητική ένδυση και υπόδηση παράγει νέα και καλύτερα προϊόντα, οι διοργανώσεις παρέχουν σύγχρονες και επιβεβλημένες υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα την ηλεκτρονική χρονομέτρηση, ενώ οι αθλητές απευθύνονται άμεσα σε εξειδικευμένους προπονητές, φυσιοθεραπευτές, μασέρ ώστε τελικά να κάνουν το τρέξιμο τους όσο πιο ποιοτικό και ευχάριστο γίνεται.

Μια ακόμη παράμετρος που συμβάλει στο marketing του αθλητισμού είναι και ο **Αθλητικός Τουρισμός**. Είναι μια ειδική μορφή ποιοτικού τουρισμού, η οποία μας δίνει την ευκαιρία να επενδύσουμε σε μία τεράστια δυναμική αγορά, αλλά και ταυτόχρονα να επιτύχουμε μια προστιθέμενη αξία στο τουριστικό μας προϊόν μέσω της ανάπτυξης, της διαφοροποίησης και της αναβάθμισης του τουριστικού μας προϊόντος.

4.2 Ποια είναι τα οφέλη του δήμου Μαραθώνα

Τα οφέλη του Δήμου Μαραθώνα

Η AIMS σε συνεργασία με την IAAF, το Δήμο Μαραθώνα και το ΣΕΓΑΣ συμφώνησαν να καθιερώσουν τη διοργάνωση ενός ετήσιου Διεθνές Συμποσίου για το Μαραθώνιο, το οποίο έλαβε χώρα για πρώτη φορά στις 3 Νοεμβρίου 2007 στο Μαραθώνα, στην εγκατάσταση που βρίσκεται στον ιστορικό χώρο εκκίνησης του «Κλασικού Μαραθωνίου». 30 εκπρόσωποι διεθνών Μαραθωνίων δέχθηκαν την πρόσκληση και ταξίδεψαν από τις τέσσερις γωνίες της γης. Μεταξύ των άλλων έδωσαν το παρών μέλη των Οργανωτικών Επιτροπών των Μαραθωνίων του Πεκίνου, της Πράγας, του Βερολίνου, της Ιερουσαλήμ, των Φιλιππίνων, της Βαλένθια, της Στοκχόλμης, του Ντουμπάι, της Βοστόνης, του Χιούστον, των Παρθένων Νήσων. Η Πολωνία, η Ρωσία, η Γερμανία και οι ΗΠΑ είχαν τρεις παρουσίες και αυτό δείχνει την αγάπη τους για τον Μαραθώνιο και την Ελλάδα.



Το μεγαλύτερο όφελος για το Μαραθώνα είναι η δημοσιότητα, αφού στο Συμπόσιο και την Τελετή παραβρέθηκαν πολλοί δημοσιογράφοι από την Ελλάδα και το εξωτερικό με αποτέλεσμα ο Μαραθώνας να διαφημιστεί σε

μεγάλες ιστοσελίδες, εφημερίδες και περιοδικά του κόσμου. Μεγάλη σημασία έχει η αύξηση της επισκεψιμότητας τις προηγούμενες ημέρες των αγώνων (αφού τα ταξιδιωτικά γραφεία έχουν πλέον στο πρόγραμμά τους τις εκδρομές των δρομέων και συνοδών τους στο Μαραθώνα).

Το μεγαλύτερο όφελος για το Μαραθώνα είναι η **δημοσιότητα!**

Τα οφέλη είναι κυρίως οικονομικά στην Αττική, που φυσικά διανυκτερεύει το μεγαλύτερο ποσοστό των αθλητικών τουριστών. Περίπου 30.000 διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα προήλθαν από τους δρομείς και τους συνοδούς (5 διανυκτερεύσεις μέσος όρος ανά άτομο X 6.000 αθλητικούς τουρίστες), τις ημέρες πριν και μετά τους Αγώνες, την πρώτη εβδομάδα του Νοεμβρίου 2007.

4.3 Οι παράγοντες που επωφελούνται από την διοργάνωση

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

- ✓ Τουριστικές επιχειρήσεις (μεταφορές, διανομές, διατροφή, ενοικίαση)
- ✓ Ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικοί οργανισμοί
- ✓ Εταιρίες αθλητικού και τουριστικού management και marketing
- ✓ Εταιρίες διοργάνωσης συνεδρίων και εκθέσεων
- ✓ Εταιρίες και Οργανισμοί
- ✓ Οργάνωσης αθλητικών γεγονότων
- ✓ Οργανωτικές επιτροπές
- ✓ Οργανισμών διεκδίκησης
- ✓ Αθλητικών διοργανώσεων
- ✓ Φορείς δημόσιου τομέα και τοπικής αυτοδιοίκησης
- ✓ Επιχειρήσεις / Χορηγοί, Εκδηλώσεων, προϊόντων, εγκαταστάσεων, αγώνων
- ✓ Οργανισμοί / Ιδιοκτήτες δικαιωματικών αγώνων

- ✓ Ομοσπονδίες, ενώσεις, σύλλογοι, ομάδες, προπονητές, γυμναστές, αθλητές, θεατές αγώνων / εκδηλώσεων
- ✓ Εταιρίες παροχής υπαίθριων αθλητικών και τουριστικών δραστηριοτήτων
- ✓ Αθλητικές εγκαταστάσεις, προπονητικά κέντρα, κατασκηνώσεων, πάρκα, προσωπικό τουριστικών και αθλητικών επιχειρήσεων
- ✓ Προμηθευτές υπηρεσιών για επιχειρήσεις / οργανισμούς αθλητικού τουρισμού
- ✓ Εταιρίες κατασκευής και διανομής αθλητικών ειδών – προϊόντων και αθλητισμού εξοπλισμού
- ✓ Καταστήματα χονδρικής και λιανικής πωλήσεων αθλητικών ειδών και προϊόντων
- ✓ Ιδρύματα αθλητικής και τουριστικής επιστήμης, καθηγητές, ερευνητές
- ✓ Ελεύθεροι επαγγελματίες παροχής αθλητικών και τουριστικών υπηρεσιών
- ✓ ΜΜΕ, τηλεπικοινωνίες, εκδόσεις, Internet
- ✓ Εταιρίες προγνωστικών αγώνων και στοιχήματος αγώνων
- ✓ Διανομείς εισιτηρίων
- ✓ Κατασκευαστικές εταιρίες
- ✓ Επενδυτές, ασφαλιστικές, οικονομικές υπηρεσίες, εταιρίες συμβούλων επιχειρήσεων
- ✓ Διαφημιστικές εταιρίες

4.4 Οικονομικές επιπτώσεις της διοργάνωσης

Ας δούμε τι δείχνει η ίδια έρευνα και για τις οικονομικές επιπτώσεις της διοργάνωσης στις επιχειρήσεις

Οι 6.000 αθλητικοί τουρίστες (δρομείς και συνοδοί) που ήρθαν στην Αθήνα από την υπόλοιπη Ελλάδα και το εξωτερικό, με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή και την παρακολούθηση των εκδηλώσεων της διοργάνωσης ξόδεψαν περίπου 3.000.000 ευρώ για όλες τους τις ανάγκες κατά τη διάρκεια της 5ήμερης κατά μέσο όρο παραμονής τους.



Επωφελήθηκαν οικονομικά:

- ταξιδιωτικά γραφεία,
- ξενοδοχεία,
- εστιατόρια,
- τουριστικές επιχειρήσεις,
- δημόσιες υπηρεσίες,
- επισκέψιμα τουριστικά αξιοθέατα,
- ΣΕΓΑΣ,
- εμπορικά καταστήματα.

Από τα έξοδα της διοργάνωσης (περιλαμβάνονται και τα κόστη διαφήμισης) επωφελήθηκαν οικονομικά:

- προμηθευτές αθλητικού εξοπλισμού,
- διαφημιστικά γραφεία,
- ΜΜΕ,
- υπηρεσίες,
- υπεργολάβοι διοργάνωσης,
- ελεύθεροι επαγγελματίες.

Τα οφέλη των επιχειρήσεων που εμπλέκονται σε προγράμματα και γεγονότα Αθλητικού Τουρισμού εκτός από οικονομικά μπορούμε να πούμε ότι είναι και στον τομέα τεχνογνωσίας και αναβάθμισης της ποιότητας των υπηρεσιών τους.

Ο λόγος είναι διότι οι υπηρεσίες αυτές απευθύνονται σε απαιτητικούς πελάτες, με υψηλό κοινωνικοοικονομικό επίπεδο και εμπειρίες από αντίστοιχα προγράμματα και γεγονότα του εξωτερικού που τους κάνουν να συγκρίνουν.

5. ΧΟΡΗΓΟΙ

5.1 Επίσημοι χορηγοί

WIND



Επίσημος Χορηγός Τηλεπικοινωνιών - Ονομαστικός Χορηγός Αγώνων 5χλμ & 10χλμ

Η **WIND Ελλάς**, μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα, ήταν τη χρονιά 2011 Επίσημος Χορηγός του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών και Ονομαστικός Χορηγός των Αγώνων Δρόμου 5 & 10 χλμ. Στα 18 χρόνια λειτουργίας της, η WIND καθιερώθηκε ως πρωτοπόρος στην τεχνολογία της κινητής τηλεφωνίας. Σήμερα είναι η μόνη εταιρεία τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα που προσφέρει λύσεις Επικοινωνίας για όλους, παρέχοντας στους πελάτες της ολοκληρωμένες υπηρεσίες Κινητής, Σταθερής & Internet. «Ένας αγώνας για όλους» είναι το κύριο μήνυμα της WIND, με στόχο να παρακινήσει όλους μας να συμμετέχουμε σε αυτή τη μεγάλη αθλητική διοργάνωση. Παράλληλα, η WIND έχει ήδη δημιουργήσει την ομάδα δρομέων WIND Running Team, που αποτελείται από εργαζόμενους, συνεργάτες και φίλους της εταιρείας αλλά και όποιον συμμετέχοντα του ΚΜΑ επιθυμεί να τρέξει με τα χρώματα της εταιρείας. Η WIND Running Team θα τρέξει για φιλανθρωπικό σκοπό ο οποίος θα ανακοινωθεί τον Σεπτέμβριο και τα μέλη της θα έχουν πρόσβαση σε ειδικά προνόμια.



Επίσημος Τηλεοπτικός Φορέας

Ο **ΣΚΑΪ** είναι ένας τηλεοπτικός σταθμός ελεύθερης λήψης με πανελλαδική κάλυψη ο οποίος ξεκίνησε να εκπέμπει την 1η Απριλίου 2006. Έχει διασφαλίσει συνεργασίες με τους μεγαλύτερους οργανισμούς παραγωγής ενημερωτικών, μορφωτικών και ψυχαγωγικών σειρών από την Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες όπως το BBC, National Geographic, Discovery Channel, CBS Paramount, Channel 4, Granada, MTV και πολλούς ακόμη. Από τις 23 Οκτωβρίου 2006, η τηλεόραση του ΣΚΑΪ ξεκίνησε μία συνεργασία με το Βρετανικό κανάλι BBC, η οποία ενισχύει επιπλέον το ειδησεογραφικό πρόγραμμα, προβάλλοντας τα δελτία του αγγλικού οργανισμού με απόδοση στα ελληνικά.



Επίσημη Αθλητική Ένδυση

Η **adidas** παρέχει την Επίσημη Αθλητική Ένδυση του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών. Η συνεργασία της adidas με τη μεγαλύτερη αθλητική δρομική διοργάνωση της χώρας είναι φυσική συνέχεια της πολύχρονης και στενής συνεργασίας της εταιρείας με τον ΣΕΓΑΣ ως Επίσημος Προμηθευτής Αθλητικής Ένδυσης των Εθνικών Ομάδων Στίβου. Με την ασύγκριτη ποιότητα της, η adidas ντύνει το προσωπικό της διοργάνωσης και τους εθελοντές της. Το επίσημο T-shirt με το λογότυπο της διοργάνωσης μπορούν να βρουν όλοι οι φίλοι του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών στο περίπτερο της εταιρείας κατά τη διάρκεια της έκθεσης που διοργανώνεται παράλληλα και στον ίδιο χώρο με το Κέντρο Εγγραφών του αγώνα.

POWERADE®

Επίσημο Αθλητικό Ποτό

Το **POWERADE** έχει αναπτύξει μια πολυετή και επιτυχημένη συνεργασία με το ΣΕΓΑΣ, ως το Επίσημο Αθλητικό Ποτό της Ομοσπονδίας, προάγοντας το αθλητικό ιδεώδες και την ανάπτυξη του αθλητισμού στη χώρα μας. Στο πλαίσιο αυτής της συνεργασίας, το POWERADE, Νο1 Αθλητικό Ποτό στην Ελλάδα, υποστηρίζει για 8η συνεχή χρονιά τη διοργάνωση του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών, καλύπτοντας στο 100% τις αυξημένες ανάγκες των μαραθωνοδρόμων για σωστή ενυδάτωση. Φέτος, όπως και κατά την περσινή χρονιά, υλοποιεί ακόμα μια δυναμική πρωτοβουλία, δημιουργώντας την Ομάδα POWERADE, προσκαλώντας συναδέλφους και συνεργάτες της Coca-Cola Hellas και Coca-Cola Τρία Έψιλον να τρέξουν όλοι μαζί στον Αγώνα Δρόμου 5χλμ ακολουθώντας ένα πιο δραστήριο τρόπο ζωής.



Επίσημος Χορηγός - Ονομαστικός Χορηγός Αγώνα Παιδιών 700μ

Το **Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο** στήριξε το 2011 τον 29ο Κλασικό Μαραθώνιο ως Επίσημος Χορηγός του Παιδικού Αγώνα 700 μέτρων. Έχοντας αναπτύξει με τον ΣΕΓΑΣ μια ισχυρή σχέση συνεργασίας, το ΤΤ με την συμμετοχή του στον φετινό Μαραθώνιο στόχο έχει να ενθαρρύνει τις αξιόλογες πρωτοβουλίες που αναλαμβάνονται στον τομέα του κλασικού αθλητισμού. Καλλιεργώντας το συλλογικό πνεύμα και τον εθελοντισμό, το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο καλεί στο πλαίσιο της διοργάνωσης τους εργαζομένους του να δηλώσουν συμμετοχή, συνδέοντας τον αριθμό αιτήσεων που θα συγκεντρωθούν με φιλανθρωπική ενέργεια.

5.2 Επίσημοι υποστηρικτές



Η **Power Balance Performance** technology ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 2006 με έδρα την California των ΗΠΑ. Σκοπός της είναι να βοηθήσει στην καλύτερη απόδοση κάθε αθλητή παγκοσμίως, επαγγελματία ή ερασιτέχνη. Η Power Balance Performance technology διαθέτει τα προϊόντα της σε 75 χώρες σε όλο τον κόσμο και στην Ελλάδα αποκλειστικά μέσω της 4Q Α.Ε. Μεγάλα αστέρια του παγκόσμιου αθλητισμού έχουν επιλέξει το Power Balance όπως ο Σακίλ Ονίλ, Λαμάρ Όντομ, Κόμπι Μπριάντ, Μάρτι Φις, Βικτώρια Αζαρένκα κα. Το Power Balance περιέχει λεπτά πολυεστερικά ολογράμματα, επεξεργασμένα με συχνότητες που αντιδρούν θετικά με το σώμα μας. Το Power Balance ψηφίστηκε αθλητικό προϊόν της χρονιάς 2010 σύμφωνα με το Αμερικάνικο τηλεοπτικό δίκτυο CNBC.



Οι Μπανάνες **Chiquita** ήταν και φέτος το επίσημο φρούτο του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών. Πλούσια σε κάλιο, φυτικές ίνες και βιταμίνη C & Β6, η κατανάλωσή της στον αθλητισμό, και ειδικά σε αγωνίσματα αντοχής όπως ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών, είναι απαραίτητη αφού επαναφέρει άμεσα και υγιεινά την χαμένη ενέργεια του οργανισμού και κατά συνέπεια προσφέρει μια καλή επίδοση αλλά και τη διατήρηση της υγείας των αθλητών. Τα αυστηρά κριτήρια επιλογής, η μοναδική γεύση και η άριστη ποιότητα κάνουν την Chiquita συνώνυμο της λέξης μπανάνα, γιατί «Chiquita. Όπως λέμε μπανάνα»! **Σφάλμα! Η αναφορά της υπερ-σύνδεσης δεν είναι έγκυρη.**

Η «**Third Wind ΕΠΕ**» είναι μια εμπορική, εισαγωγική και εξαγωγική εταιρία που δραστηριοποιείται από τις αρχές του 2006 στο χώρο της αθλητικής διατροφής και ιδιαίτερα σε προϊόντα high-end. Σκοπό έχει να προσφέρει στον έλληνα αθλητή, επαγγελματία ή ερασιτέχνη, τα απολύτως καλύτερα προϊόντα που υπάρχουν διαθέσιμα σήμερα στην παγκόσμια αγορά. Η «Third Wind Ε.Π.Ε.» αντιπροσωπεύει στην Ελλάδα τα αμερικάνικα συμπληρώματα των εταιριών “1st Endurance” και “GU Sports”, τα gels της οποίας είναι τα επίσημα ενεργειακά gels του Κλασικού Μαραθωνίου της Αθήνας.



Η **DB Schenker** είναι μια από τις πρωτοπόρες εταιρείες παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών logistics διεθνώς. Παρέχουμε υποστήριξη στο εμπόριο και τη βιομηχανία για τη διεθνή ανταλλαγή προϊόντων μέσω χερσαίων, αεροπορικών και θαλάσσιων μεταφορών, καθώς και όλες τις σχετικές υπηρεσίες logistics. 91.000 εργαζόμενοι σε περίπου 2.000 σημεία και 130 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο επιτυγχάνουν ένα κύκλο εργασιών της τάξης των 18,9 δις ευρώ το χρόνο.

5.3 Θεσμικοί υποστηρικτές

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΕΟΤ)



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΑΘΗΝΑΙΩΝ



ΔΗΜΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΑ



MUNICIPALITY OF MARATHON

ΟΑΣΑ



ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ
ΑΣΤΙΚΩΝ
ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΩΝ
ΑΘΗΝΩΝ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΜΥΝΑΣ



ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΑΘΗΝΩΝ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ



5.4 Χορηγοί επικοινωνίας



Ο ραδιοφωνικός σταθμός ΣΚΑΪ 100,3 έχει καταλάβει από το 1989 την πρώτη θέση ανάμεσα στους ραδιοφωνικούς σταθμούς ενημέρωσης και παραμένει πρώτος μετά από 20 χρόνια λειτουργίας, βάσει της έρευνας AEMAP/FOCUS. Παρέχει στον Έλληνα ακροατή έγκυρη και αξιόπιστη ενημέρωση, αλλά παράλληλα τον ψυχαγωγεί και βρίσκεται δίπλα του με έντονη δράση και παρεμβατικότητα σε κρίσιμα ζητήματα για τον πολίτη.



Ο **RED 96.3** είναι ένα αυθόρμητο, ζωντανό ραδιόφωνο, που μεταδίδει rock-pop μουσική. Είναι το No 1 ξένο μουσικό ραδιόφωνο στις ηλικίες 25-44, ενώ στην συνολική κατάταξη 13-70 βρίσκεται την τελευταία 5ετία πάντα μέσα στην πρώτη δεκάδα. Στον RED 96.3 οι παραγωγοί δεν μιλάνε πάνω στη μουσική.



Η **Metro** ανήκει στην εταιρεία METRO INTERNATIONAL S.A. του ομίλου MODERN TIMES GROUP. Είναι η μεγαλύτερη και ταχύτερα αναπτυσσόμενη εφημερίδα στον κόσμο αφού εκδίδει καθημερινά 56 εκδόσεις Metro σε 18 χώρες και 15 διαφορετικές γλώσσες. Στην Ελλάδα η Metro «κυκλοφορεί» από το 2000. Σύμφωνα με την τελευταία έρευνα αναγνωσιμότητας για το 2009 που πραγματοποίησε η εταιρεία ερευνών BARI/FOCUS η Metro βρίσκεται στην πρώτη θέση της αναγνωσιμότητας μεταξύ καθημερινών εφημερίδων σε Αθήνα και Πειραιά συγκεντρώνοντας καθημερινά 346.000 αναγνώστες.



Η παρουσία του ΣΚΑΪ στο διαδίκτυο ξεκίνησε το 2000 ενώ το 2006 δημιουργήθηκε το www.skai.gr: το πρώτο online media site και το πρώτο portal παροχής στους χρήστες του υπηρεσιών on-demand. Σήμερα, το www.skai.gr συνεχίζει να ηγείται της αγοράς σε υπηρεσίες ειδήσεων και ενημέρωσης. Το Μάιο του 2009 δημιουργήθηκε το ΣΚΑΪ GROUP OF SITES: η διαδικτυακή πλατφόρμα του ΣΚΑΪ που δίνει στο χρήστη του Internet την επαφή με όλα τα μέσα του ομίλου.



Το **RunningNews.gr** είναι η μεγαλύτερη και πλέον πρωτοπόρα ελληνική ιστοσελίδα για το τρέξιμο. Ανανεώνεται καθημερινά με ειδήσεις, προκηρύξεις, αποτελέσματα και ανακοινώσεις αγώνων, ενδιαφέροντα άρθρα, φωτογραφίες και βίντεο ενώ παράλληλα, οι εκατοντάδες καθημερινοί επισκέπτες μας επικοινωνούν, μέσω των διαδραστικών δυνατοτήτων της ιστοσελίδας. Θεωρούμε ότι ο Κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας μαζί με τις παράλληλες διοργανώσεις των Αγώνων Δρόμου 5χλμ και 10 χλμ, είναι ο καθρέφτης του κοινού μας, αφού συγκεντρώνει συμμετοχές κάθε επιπέδου, εμπειρίας και ηλικίας.



Το **RUNNER MAGAZINE** είναι το πρώτο Ελληνικό περιοδικό για το τρέξιμο το οποίο ξεκίνησε τον Μάρτιο του 2005 από τον πολυνίκη πρωταθλητή του μαραθωνίου και κάτοχο της πανελληνίας επίδοσης στην Κλασική Διαδρομή, Νίκο Πολιά. Έχοντας στις τάξεις των συντακτών του κορυφαίους επιστήμονες και αθλητές του χώρου έχει καταξιωθεί στην κοινότητα των δρομέων της χώρας μας για την αξιοπιστία και την ποιότητα των θεμάτων του, αποτελώντας το κύριο μέσο ενημέρωσης καθώς και ένα σημαντικό βοήθημα για την προετοιμασία κάθε δρομέα σε θέματα προπόνησης, διατροφής, υγείας και εξοπλισμού. Το RUNNER κυκλοφορεί κάθε μήνα πανελλαδικά στα περίπτερα και σε επιλεγμένα σημεία ενώ από το 2008 «τρέχει» και ηλεκτρονικά από την ιστοσελίδα www.runnermagazine.gr. Έχοντας συμβάλλει σημαντικά τα τελευταία χρόνια στην ανάπτυξη του Κλασικού Μαραθωνίου της Αθήνας, συνεχίζει την υποστήριξή του ακόμα πιο δυναμικά ως Χορηγός Επικοινωνίας.



Από το 2005 το SPORT 24, έχει ήδη κυρίαρχη θέση στην αθλητική ειδησεογραφία και ενημέρωση. Στο πλούσιο περιεχόμενό του βρίσκει κανείς multimedia (video, photostories), αναλύσεις, σχόλια, συνεντεύξεις, μετάδοση αγώνων λεπτό προς λεπτό, αφιερώματα και πρωτοσέλιδα αθλητικών εφημερίδων. Πάντα πρωτοπόρος στο χώρο των σύγχρονων τεχνολογιών, το SPORT 24, διαθέτει ήδη στο AppStore αθλητική ενημερωτική εφαρμογή για iPhone και iPod Touch.

6. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΔΡΟΜΩΝ

6.1 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΑΥΡΕΔΑΚΗ ΜΕΡΙΝΑ

1. Ποιό ήταν το κίνητρο που σας οδήγησε να συμμετάσχετε στον κλασικό μαραθώνιο Αθηνών?

Πάντα ήθελα να το δοκιμάσω σαν εμπειρία και το θεωρώ μια πολύ μεγάλη πρόκληση για τον εαυτό μου. Μου αρέσει πάντα να δοκιμάζω τα όρια και τις αντοχές μου και έτσι το θεώρησα ως μια πολύ καλή ευκαιρία να δοκιμαστώ και σε κάτι διαφορετικό από το άθλημα που κάνω, την ποδηλασία. Λόγω λοιπόν, της εμπειρίας μου αυτής ως αθλήτρια, το αποφάσισα και έτσι τελικά πήγα στον κλασικό μαραθώνιο της Αθήνας, που είναι κάτι εντελώς διαφορετικό. Η ποδηλασία, όπως όλοι γνωρίζουμε είναι ένα άθλημα που απαιτεί πολύ καλή φυσική κατάσταση, γι' αυτό λοιπόν θεώρησα ότι αυτή η διοργάνωση θα με βοηθούσε να δω και κάπου άλλου τις δυνατότητές μου.

2. Τι αποκομίσατε από την συμμετοχή σας στον κλασικό μαραθώνιο της Αθήνας?

Αρχικά, το σημαντικότερο από αυτά που αποκόμισα ήταν η συμμετοχή μου σε μια τόσο μεγάλη διοργάνωση που λαμβάνουν μέρος αθλητές απ' όλο τον κόσμο. Πολύ σημαντικό για μένα ήταν επίσης το γεγονός ότι είναι μεγάλη τιμή μου σαν ελληνίδα που συμμετείχα σε μια διοργάνωση παγκοσμίου επιπέδου, αλλά που όμως ξεκίνησε από την Ελλάδα από τα αρχαία χρόνια και πιο συγκεκριμένα τον Μάρτιο του 1896 και συνεχίζετε μέχρι και σήμερα με ακόμη πιο μεγάλη απήχηση, καθώς τον τιμούν όλες οι χώρες του κόσμου. Δεν σκέφτηκα λοιπόν, ούτε για μια στιγμή το έπαθλο αλλά μόνο όσα προανέφερα. Τέλος, με την συμμετοχή μου στον κλασικό μαραθώνιο Αθήνας κατάλαβα πόσο σημαντικό είναι να υποβάλουμε τον εαυτό μας σε δοκιμασίες ώστε να επιβεβαιώνουμε τις δυνατότητες μας.

3. Σύμφωνα με την εμπειρία σας, εκτός από το νερό που είναι βασικό συστατικό ενυδάτωσης, χρησιμοποιήσατε κάποιο ισοτονικό ποτό ώστε να δείτε διαφορά στην προσπάθειά σας? Και αν ναι, ποιο ήταν αυτό που χρησιμοποιήσατε για την καλύτερη απόδοσή σας?

Κατά την διάρκεια της προσπάθειάς μου αλλά και κατά την διάρκεια του κλασικού μαραθωνίου εκτός από το νερό που κάθε αθλητής καταναλώνει μεγάλες ποσότητες, φυσικά και χρησιμοποιούσα και άλλα ισοτονικά ποτά, όπως ηλεκτρολύτες για άμεση ενέργεια και αποκατάσταση χαμένων ιχνοστοιχείων από τον οργανισμό. Αυτά τα ποτά είναι το Powerade, Loucosade και γενικότερα ενεργειακά ποτά.

4. Κατά την διάρκεια της προπόνησης τι συμπληρώματα και βιταμίνες χρησιμοποιήσατε, προκειμένου να σας βοηθήσουν στην καλύτερη απόδοσή σας?

Γενικότερα, ένας αθλητής για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις σκληρές συνθήκες προπόνησης πρέπει να εμπεριέχει στην διατροφή του και συμπληρώματα, όπως σίδηρο, μαγνήσιο, πολυβιταμίνες και πρωτεΐνες. Αυτό συμβαίνει διότι η απλή διατροφή ενός μέσου ανθρώπου δεν επαρκεί για τον οργανισμό ενός αθλητή που έχει περισσότερες απαιτήσεις, καταπονείται περισσότερο και σαφώς καταναλώνει περισσότερη ενέργεια.

5. Κατά την γνώμη σας, πιστεύετε ότι η ένδυση και η υπόδηση βοηθάει στην καλύτερη απόδοσή σας? Ενώ εσείς τι εξοπλισμό ένδυσης και υπόδησης επιλέγατε?

Το τρέξιμο και πόσο μάλλον ο μαραθώνιος που απαιτεί πολλές προπονήσεις είναι ένα παγκοσμίως δημοφιλή άθλημα, ενώ τα οφέλη που αποκομίζει κανείς από αυτό είναι ότι βελτιώνει την φυσική κατάσταση, βοηθά την πρόληψη και καταπολέμηση καρδιαγγειακών νοσημάτων όπως και δυναμώνει το ανοσοποιητικό μας σύστημα. Όπως όλες οι αθλητικές δραστηριότητες, έτσι και το τρέξιμο απαιτεί τον κατάλληλο εξοπλισμό ένδυσης και υπόδησης, τόσο και στις προπονήσεις όσο και στο αγώνα, ώστε να μεγιστοποιήσει και τις επιδόσεις μας, αλλά και την ποιότητα της εμπειρίας μας. Ωστόσο δεν χρειάζεται κάποια ιδιαίτερη αθλητική ενδυμασία. Προσωπικά επέλεγα τα ρούχα που θα φορούσα σε κάθε προπόνηση αλλά και στον κλασικό μαραθώνιο Αθήνας να είναι ευχάριστα και άνετα. Επίσης, φρόντιζα να είναι αρκετά ζεστό, γιατί οι ζεσταμένοι μύες είναι πιο ευλύγιστοι και εύκαμπτοι. Όσον αφορά τα παπούτσια επέλεγα να είναι πάντα άνετα και να μην με κουράζουν.

6. Όλοι γνωρίζουμε ότι υπάρχουν ειδικοί παλμογράφοι και χρονόμετρα, για να μετράτε και να βελτιώνετε τόσο τους σφυγμούς και την ένταση στην οποία δουλεύετε, όσο και στον χρόνο που πρέπει να ελέγχετε. Εσείς χρησιμοποιήσατε κάποιο από αυτά?

Στην αρχή όταν ξεκίνησα να προπονούμαι για τον μαραθώνιο, οι προπονήσεις ήταν πιο χαλαρές και όχι τόσο συχνές, δηλαδή καθημερινές. Έτσι, δεν χρειαζόταν να χρησιμοποιήσω ούτε χρονόμετρο, ούτε παλμογράφο. Έκανα προπόνηση με στόχο να βελτιώσω όσο μπορούσα περισσότερο την φυσική μου κατάσταση, που στην πορεία να ξεκινούσα εντατικές προπονήσεις. Σε αυτό το στάδιο, ξεκίνησα να χρησιμοποιώ το χρονόμετρο με στόχο, πέρα από την φυσική κατάσταση που είχα ήδη βελτιώσει, να βελτιώνα και τον χρόνο μου. Με αυτόν τον τρόπο δηλαδή έλεγα τον χρόνο και τις αντοχές μου με βάση τον στόχο που έθετα σε κάθε προπόνηση. Παλμογράφο όμως ξεκίνησα να χρησιμοποιώ την τελευταία περίοδο των προπονήσεων. Είναι ένας παλμογράφος Polar ο οποίος μπαίνει σαν ζώνη κάτω από το στήθος και ελέγχει τους παλμούς από ένα ρολόι.

7. Υπήρξε κάποιος επαγγελματίας ή κάποια εταιρεία που να σας προτείνει χορηγία, προκρινόμενου να διαφημιστεί? Και αν δεν υπήρξε, ψάξατε εσείς ατομικά να βρείτε κάποιον χορηγό? Καθώς γνωρίζουμε ότι εκτός από την δική τους διαφήμιση κι εσείς οι αθλητές αποκομίζετε κάποια από τα έξοδά σας.

Προσωπικά δεν βρήκα χορηγούς γιατί δεν με ενδιέφερε μόνο η εμπειρία μιας τόσο μεγάλης διοργάνωσης όπως ο κλασικός μαραθώνιος της Αθήνας. Όπως, επίσης οι χορηγοί ψάχνουν να βρουν κατά κύριο λόγο επαγγελματίες αθλητές που θα έρθουν στις πρώτες θέσεις, για την καλύτερη διαφήμισή τους σε αντίθεση με εμένα που είμαι ερασιτέχνης αθλήτρια.

8. Οι διατροφικές συνήθειες ενός αθλητή είναι διαφορετικές από αυτές του μέσου ανθρώπου. Ακολουθήσατε κάποια ειδική διατροφή για να μην σας λείψουν απαραίτητα συστατικά στοιχεία για την ομαλή λειτουργία του οργανισμού σας?

Σαφώς και οι απαιτήσεις ενός αθλητή είναι τελείως διαφορετικές από αυτές ενός μέσου ανθρώπου, όσον αφορά την διατροφή. Είχα προσαρμόσει λοιπόν, το διατροφικό μου πρόγραμμα έτσι ώστε να παίρνω τα κατάλληλα συστατικά από κάθε φαγητό, όπως πρωτεΐνες και υδατάνθρακες, για να έχω αντοχές να ανταπεξέρχομαι στις σκάρες προπονήσεις.

6.2 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΩΡΑΙΤΑΚΗΣ ΣΩΤΗΡΗΣ

1. Ποιο ήταν το κίνητρο που σας οδήγησε να συμμετάσχετε στον κλασικό μαραθώνιο Αθηνών?

Αυτό που με οδήγησε να λάβω μέρος στον κλασικό μαραθώνιο Αθηνών ήταν ο ανταγωνισμός, η πρόκληση και η εμπειρία. Ήθελα να δοκιμάσω τον εαυτό μου και να δω πως είναι να ανταγωνίζεσαι τόσο μεγάλους αθλητές. Η συμμετοχή μου σε αυτή την διοργάνωση είναι μια εμπειρία που δύσκολα μπορώ να ξεχάσω, λόγω του ότι δεν υπάρχει κάποια άλλη αντίστοιχη διοργάνωση παγκοσμίως.

2. Τι αποκομίσατε από την συμμετοχή σας στον κλασικό μαραθώνιο της Αθήνας?

Ήταν μια αξέχαστη δοκιμασία και μοναδική εμπειρία. Ο αθλητισμός και πιο συγκεκριμένα αυτή η διοργάνωση σε βοηθάει να μάθεις από τα λάθη σου, να βελτιώσεις την φυσική σου κατάσταση, τις αντοχές σου, μαθαίνεις να έχεις αυτοέλεγχο καθώς και γνωρίζεις καινούριους ανθρώπους που έχουν κοινούς στόχους και ενδιαφέροντα.

3. Σύμφωνα με την εμπειρία σας, εκτός από το νερό, που είναι βασικό συστατικό ενυδάτωσης χρησιμοποιήσατε κάποιο ισοτονικό ποτό ώστε να δείτε διαφορά στην προσπάθειά σας? Και αν ναι, ποιο ήταν αυτό που χρησιμοποιήσατε για την καλύτερη απόδοσή σας?

Φυσικά και χρησιμοποίησα κάποιο ισοτονικό ποτό με ηλεκτρολύτες και υδατάνθρακες, το οποία είναι απαραίτητο για να αναπληρώσεις τα συστατικά που χάνονται από τον οργανισμό, να αποφύγεις κράμπες και για να ξαναγεμίσουν οι αποθήκες γλυκογόνου ώστε να έχεις μεγαλύτερη διάρκεια στον αγώνα και περισσότερες αντοχές.

4. Κατά την διάρκεια της προπόνησης τι συμπληρώματα και βιταμίνες χρησιμοποιήσατε?

Κατά την διάρκεια της προπόνησης κατανάλωσα πρωτεΐνες και αμινοξέα τα οποία βοηθούν στη γρήγορη αποκατάσταση και στην αποφυγή του κάψιμου των μυών. Έτρωγα μπάρες οι οποίες περιέχουν βιταμίνες πλούσιες σε πρωτεΐνες και υδατάνθρακες για ένα πλήρες γεύμα.

5. Όλοι γνωρίζουμε ότι υπάρχουν ειδικοί παλμογράφοι και χρονόμετρα, για να μετράτε και να βελτιώνετε τόσο τους σφυγμούς και την ένταση στην οποία δουλεύετε, όσο και στον χρόνο που πρέπει να ελέγχετε. Εσείς, χρησιμοποιήσατε κάποιο από αυτά?

Ο παλμογράφος για έναν αθλητή είναι απαραίτητος για να σου καθορίσει τον ρυθμό που πρέπει να κινείσαι για να βγάλεις μια απόσταση που επιθυμείς. Όπως και κατά την διάρκεια της προετοιμασίας είναι απαραίτητο να έχεις παλμογράφο για τη σωστή προπόνηση αλλιώς γίνονται όλα στην τύχη. Οι εξειδικευμένοι παλμογράφοι πιάνουν χρονόμετρο και σου μετράνε το βήμα για να ελέγχεις τον ρυθμό. Πρόκειται για ένα εξάρτημα που μπαίνει στο πόδι και σου μετράει τα βήματα και τον διασκελισμό που έχεις. Για να λειτουργήσει ο παλμογράφος σωστά βάζεις όλα τα στοιχεία, όπως ηλικία, βάρος, ύψος και έτσι καθορίζεις σε τι επίπεδο βρίσκεσαι όσον αφορά την προπόνηση. Καλό είναι να καταγράψεις ποιο είναι το max των παλμών σου.

6. Υπήρξε κάποιος επαγγελματίας ή κάποια εταιρεία που να σας πρότεινε χορηγία, προκειμένου να διαφημιστεί? Και αν δεν υπήρξε ψάξατε εσείς ατομικά να βρείτε κάποιον χορηγό? Καθώς γνωρίζουμε ότι εκτός από την δική τους διαφήμιση και εσείς οι αθλητές αποκομίζετε κάποια από τα έξοδά σας.

Όχι, δεν υπήρξε κάποιος επαγγελματίας ή κάποια εταιρεία που να μου πρότεινε χορηγία διότι ασχολούμαι ερασιτεχνικά και δεν ασχολήθηκα επαγγελματικά. Όταν έχεις χορηγία αποκτάς και την υποχρέωση να

ανταπεξέρχεται στους στόχους του χορηγού και εγώ δεν ήμουν σίγουρος αν
θα ήθελα να μπω σε αυτή την διαδικασία.

\

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Έχοντας μελετήσει το αθλητικό μάρκετινγκ καταλήγουμε σε ορισμένα συμπεράσματα όπως την σπουδαιότητα και την δύναμη του αθλητικού μάρκετινγκ τόσο σε ομίλους όσο και στον κλασσικό μαραθώνιο αθηνών.

Η ανάπτυξη του αθλητικού μάρκετινγκ έχει σημειώσει ευρεία εξάπλωση κυρίως για εμπόρικούς σκοπούς. Το αθλητικό μάρκετινγκ αποτελεί απ' όλες τις δραστηριότητες που είναι σχεδιασμένες για να ικανοποιούν τις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών του αθλητισμού με βάση λοιπόν αυτές τις επιθυμίες των καταναλωτών η επιχείρηση καθορίζει τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, την τιμή τους, τον τρόπο με τον οποίο θα το προβάλλει καθώς και τα μέσα προώθησης του. Ένας από τους σημαντικότερους τρόπους προώθησης της είναι ο κλασσικός μαραθώνιος αθηνών. Ο μαραθωνιος δρόμος είναι ένας αγώνας δρόμου απόστασης 42.195 χιλιόμετρα. Είναι ένα από τα πρώτα σύγχρονα ολυμπιακά αθλήματα των αγώνων του 1896. Είναι ένας αγώνας που φέρνει κοντά και ενώνει όλες τις χώρες εθνικότητες του κόσμου εδώ και 2.500 χιλιάδες χρόνια από την μάχη στην οποία οφείλει την ύπαρξη τους. Είναι ένας αγώνας που δίνει την δυνατότητα σε αρκετούς παράγοντες να επωφεληθούν και οικονομικά και κοινωνικά. Η κοινωνική ωφελιμότητα είναι κατά κύριο λόγο η δημοσιότητα του μαραθώνα καθώς και η επισκεψιμότητα του τις ημέρες του αγώνα. Ακόμα πιο σημαντικά είναι τα οικονομικά οφέλη των τουριστικών επιχειρήσεων, των ταξιδιωτικών γραφείων, των εταιρειών αθλητισμού καθώς και των οργανώσεων αθλητικών γεγονότων και διοργανώσεων. Σ' αυτόν τον αγώνα επωφελούνται όπως ήδη έχουμε διαπιστώσει παράγοντες και μη, όπως καταστήματα λιανικής και χονδρικής πώλησης, αθλητικών ειδών προϊόντων, διανομείς εισητηρίων, διαφημιστικές εταιρείες, επυνδύτες και κατασκευαστικές εταιρείες που ασχολούνται με αθλητικές εγκαταστάσεις και δραστηριότητες. Τέλος αυτοί που επωφελούνται περισσότερο από τον κλασσικό μαραθώνιο αθηνών είναι οι συμμετέχοντες που βιώνουν κατά ομολογία τους μια μοναδική εμπειρία. Είναι μεγάλη τιμή όπως δηλώνουν να συμμετέχουν σε μια διοργάνωση παγκοσμίου επιπέδου η οποία πραγματοποιείται στην χώρα τους. Συμπερένοντας ο Κλασσικός Μαραθώνιος Αθηνών είναι ένας αγώνας που βοηθά κάθε αθλητή(συμμετέχοντα) να μαθαίνει τον αυτοέλεγχο, να βελτιώνει την φυσική του κατάσταση αλλά και να ξεπερνάει το εαυτό του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ Δ. & ΓΑΡΓΑΛΙΑΝΟΣ Δ. (1997)"ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΕΜΕΝΤ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ" ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ, ΕΚΔ. ΑΘΛΟΤΥΠΟ

- Internet:
 - www.athensclassicmarathon.gr
 - <http://el.wikipedia.org/wiki>
 - www.econews.gr
 - <http://www.runnermagazine.gr>
 - <http://www.skai.gr>
 - e-Business Lab
- Συνεντεύξεις αθλητών που συμμετείχαν στον κλασικό μαραθώνιο Αθηνών