

4 – 7 feb 2007



Presse-Information \* Press release \* Communiqué de presse \* Comunicato stampa\* Comunicado de prensa

N.º 37 a / es

Febrero de 2007

## **I n f o r m e f i n a l**

### **Nuevo récord: un 5 % más de visitantes profesionales que en ispo winter 07**

- 64.242 visitantes profesionales de 114 países del 4 al 7 de febrero de 2007
- Ambiente positivo: las cifras de visitantes dan fe de un interés irrefrenable del comercio por las tendencias y novedades
- Más del 50 % de los compradores profesionales se interesan por la oferta textil: se confirma el enfoque de ispo en el estilo deportivo
- Elevado interés por la nueva área de innovaciones con Wearable Technologies, ispo Best Ager, ganadores de los premios de ispo y proyectos para fomentar jóvenes talentos
- Nutrida asistencia al VOLVO SportsDesign FORUM y al Congreso ispo de Esponsorización del Deporte

ispo winter 07, que ha tenido lugar del 4 al 7 de febrero de 2007 en 17 pabellones y 180.000 m<sup>2</sup>, ocupando así por primera vez el espacio expositivo completo de la Nueva Feria de Múnich, registró durante los cuatro días del certamen un total de 64.000 visitantes profesionales (2006: 61.087) y, por lo tanto, un incremento aproximado al 5 % con respecto a la edición del año anterior. ispo ha batido así un récord no solo de superficie y expositores, sino también de visitantes, que ya se puso de manifiesto desde el primer día del certamen y cuya cifra ha incrementado día a día. A pesar de la escasez de nieve, estas cifras récord de visitantes ponen de manifiesto el inquebrantable interés del comercio especializado por las nuevas tendencias, por la nueva orientación del certamen y por una preparación exhaustiva de la siguiente temporada de invierno.

Con una cuota de visitantes extranjeros del 64 % y de expositores extranjeros del 84 %, la participación internacional ha sido extraordinariamente alta. Se ha constatado un incremento exponencial de la cifra de visitantes del Este de Europa y Rusia; de los Países

Bajos y de Gran Bretaña se registraron un 20 % más de visitantes, de Suiza un 14 %, de la República Checa un 11 %, de Italia un 7 % y de Austria un 6 %.

En particular se ha apreciado un incremento del número de visitantes y del interés de compra de los establecimientos especializados de confección y deporte, lo que confirma el enfoque de ispo en el estilo deportivo. Mientras que en la cita de 2006 se había interesado el 40 % de los visitantes por la oferta de confección y ropa técnica y moda de ocio con orientación deportiva, este invierno la cuota ha ascendido al 50 %. Alrededor del 22 % de los visitantes profesionales citaron como foco de interés el esquí, el 10 % los deportes de tabla, el 9 % el material duro de outdoor y el 9% fitness y running.

Manfred Wutzlhofer, presidente de la gerencia de la Messe München GmbH, se manifiesta como sigue: “ispo winter 07 pasará a la historia como feria récord. Tras un incremento de la superficie y del número de expositores se ha registrado también un récord de visitantes. La creciente participación y el interés pronunciado del comercio textil y del calzado confirman la evolución de ispo como plataforma única para la oferta de ropa de ocio deportiva junto a las prendas técnicas y funcionales. El ambiente que reinaba en la feria ha sido positivo, a pesar de la difícil situación resultante de la escasez de nieve de este invierno. Los fabricantes se han preparado para presentar en el certamen muchas novedades y los visitantes profesionales han demostrado un gran interés por las nuevas tendencias, los productos y las colecciones expuestas.”

1.970 expositores (2006: 1.633) han presentado en Múnich sus productos innovadores y colecciones de moda de la próxima temporada de invierno 2007/2008. En el pabellón A2 se creó por primera vez una área innovadora para proporcionar al comercio especializado una visión comprimida del sector. Lo que más ha atraído la atención han sido los nuevos proyectos de Wearable Technologies e ispo Best Ager, así como las innovaciones de los ganadores de los ispo Award y los proyectos de ispo para fomentar los jóvenes talentos. Los organizadores de ispo se comprometen desde hace muchos años con la búsqueda de marcas y tendencias, entregando también este invierno a oferentes de moda, material duro, calzado y diseño 50 premios a las innovaciones de productos.

ispovision y los nuevos pabellones de sportstyle\_ispo, con su estiloso diseño, han disfrutado también de una excepcional acogida. Morgan Boeri, comprador de Galerie Lafayette París: “ispo ha evolucionado muy favorablemente, el ambiente que reinaba en los pabellones era positivo. En particular me ha gustado mucho ispovision, donde se presentan marcas y productos maravillosos. El pasado invierno descubrí Orage, este invierno me han

impresionado sobre todo las colecciones de Luis Trenker y Hell is for Heroes.“ Con la nueva ispo SPORT & STYLE, que tendrá lugar del 8 al 10 de julio de 2007 en el recinto ferial de Múnich, se ampliará todavía más este enfoque en el estilo deportivo.

ispo winter 07 ha vuelto a estar acompañada de congresos de alta calidad: Vivir Coulthard y Wozniak muy de cerca, NIKEiD y Quiksilver backstage, todo ello ha supuesto el 6. Volvo SportsDesign Forum en el ICM con el tema “Personal Design“. Tanto el tema como los ponentes han atraído a una cifra récord de asistentes: más de 900 participantes oyeron las ponencias el día antes de inaugurarse ispo winter 07. Con más de 1.000 asistentes, el Congreso ispo de Esponsorización del Deporte, organizado por la Bolsa Europea de Esponsorización del Deporte de St. Gallen, ESB, ha vuelto a ser todo un éxito. El premio de marketing y de honor del patrocinador de la revista ha sido este año para el Comité Organizador de la Copa Mundial de Fútbol 2006 y fue entregado a Franz Beckenbauer como representante de todos los miembros. ispo ha concedido este año la Copa de ispo al doctor Vitali Klitschko por sus excelentes rendimientos deportivos y su perseverancia deportiva, así como muy especialmente por su papel ejemplar para la juventud.

### **Más opiniones sobre ispo winter 07:**

#### Bogner, Matthias Rau, jefe de ventas de Sport Deutschland:

“Para nosotros, esta convocatoria de ispo ha tenido mucho más éxito y el ambiente que reinaba entre los comerciantes ha sido mejor de lo que esperábamos. Los dos primeros días recibimos a muchos más visitantes en nuestro stand, particularmente el domingo. Y así hemos tenido la oportunidad de entablar muchos nuevos contactos, sobre todo de Europa del Este.“

#### Ellesse, Irene Celli, Marketing Assistant:

“En la feria ha reinado un ambiente muy positivo. En particular cabe destacar la calidad y la internacionalidad de los contactos; hemos establecido muchos contactos, sobre todo del Este de Europa, EE.UU. y Canadá. En general ha incrementado sustancialmente el número de visitantes.“

#### K2 Ski Sport + Mode GmbH, Andreas Weiss, Marketing Manager Europe:

“Nosotros creíamos que el ambiente sería peor dada la gran escasez de nieve de este invierno. Pero en nuestro stand no pudimos notar nada del decaimiento del sector descrito en los medios. Todo lo contrario, en la edición de ispo winter 07 hemos constatado una

gran afluencia de visitantes y una respuesta extraordinariamente positiva por parte de los comerciantes. Además hemos registrado un incremento de visitantes internacionales, y muchos más comerciantes y clientes del Este de Europa y Suramérica se han informado sobre nuestros productos. Creemos que un nuevo impulso será el enfoque del tema *allmountain*, así como los típicos productos nicho. Hemos observado un gran auge de las colecciones femeninas."

Mountain Hardwear, Michael Wallenfels, presidente:

„Lamentablemente, el comercio se siente muy inseguro debido a la pésima situación meteorológica de este invierno. No obstante, estamos muy satisfechos con la calidad de los contactos realizados en ispo winter 07. En el fondo han venido a nuestro stand todos los comerciantes y clientes importantes, por lo que nuestro balance es muy positivo. En lo que respecta a nuevas tendencias e ideas, hemos podido observar que cada vez se parecen más las diferentes marcas de confección, sobre todo en lo referente a la elección de los materiales. Ello significa, al mismo tiempo, que nosotros tendremos que concentrarnos todavía más en los detalles técnicos de nuestros productos. Sólo así podremos destacarnos a largo plazo de nuestros competidores."

Marmot, Marc Wachter, Marketing & PR:

“Por suerte, los profesionales no se han mostrado reservados a pesar de que esta temporada las condiciones meteorológicas son realmente desfavorables para los deportistas de invierno. Así no se han confirmado los pronósticos de que los comerciantes ni pasarían por la feria. Todo lo contrario: nuestro stand estaba siempre lleno. Obviamente, nos alegramos mucho de que el ambiente haya sido tan distendido y participativo y de que este año hayamos tenido la oportunidad de recibir a visitantes de todos los países. De esta forma ha conocido nuestros productos y colecciones un público muy internacional. ispo winter representa siempre la gran oportunidad de contactar con comerciantes y clientes que no se encontrarían de otra forma por las grandes distancias. La respuesta positiva de los comerciantes nos ha confirmado que nuestras colecciones van por buen camino. Sobre todo han gustado mucho las coloridas líneas femeninas. Hemos constatado que siguen muy de moda las prendas de colores vivos y que la selección de los colores es extraordinariamente importante desde el punto de vista del estilo."

Salewa, Herwig Reus, jefe de marketing:

“Nuestro balance es positivo, a pesar de la falta de nieve. Naturalmente, los comerciantes especializados en esquí y material duro han actuado con más reserva de la que nos hubiera gustado a nosotros. Pero, por regla general, el interés ha sido patente y el

ambiente, agradable y positivo. Nuestras expectativas se han visto colmadas, y también la cantidad y calidad de los contactos realizados ha sido excelente. Nos llevamos a casa una impresión muy buena de este certamen. Y no tenemos ninguna queja en cuanto a realización y filosofía del salón. Como en los años pasados, estamos muy contentos con nuestro stand y su entorno."

Salomon, Thomas Hartmann, Produktmanager Boardsports/Bonfire Salomon Deutschland:

"En total, este año han venido menos profesionales a nuestro stand que en otras convocatorias. Pero un poco más de sitio proporciona también una mejor visión y, a pesar de la escasez de nieve, estamos muy satisfechos con el transcurso de la cita de este año. También la calidad de los contactos ha sido positiva. Junto a la visita de numerosos clientes nuestros, hemos tenido la oportunidad de realizar muchos nuevos contactos y despertar el interés de muchos comerciantes que no habíamos planificado. También hemos quedado muy sorprendidos del ambiente tan positivo. De ispo winter 07 nos llevamos, en primer lugar, la sensación de que incluso con estas condiciones meteorológicas aquí siempre hay muchas posibilidades de hacer negocios y que no es tan fiero el león como lo pintan."

Falke KG:

"A pesar del pésimo invierno, el ambiente en nuestro stand ha sido muy bueno, sobre todo porque el segmento de la moda no se ha visto afectado. La demanda aquí es muy alta. La calidad de los contactos ha sido muy buena, han venido todos los líderes de opinión, hemos tenido la oportunidad de realizar muchos contactos internacionales, una gran parte de ellos de EE.UU. y Corea."

**Fechas:**

|                        |                                    |
|------------------------|------------------------------------|
| ispo Russia winter 07: | 19 – 22 de febrero de 2007 (Moscú) |
| ispo china winter 07:  | 14 – 17 de marzo de 2007 (Peking)  |
| ispo SPORT&STYLE:      | 8 – 10 de julio de 2007 (Múnich)   |